

El estudio de tendencias es primordial para plantear estrategias que se ajusten a la gestión empresarial. Por tal motivo, estar informado es el primer paso; sin embargo subirse en la tendencia será un punto de partida para mantenerse en el mercado de forma competitiva. No obstante, como empresa **es importante analizar las ventajas, riesgos y oportunidades derivadas de implementar acciones para estar en sintonía con las tendencias de consumo.** Pero, si la decisión es no alinearse con la tendencia, también es una opción válida, de hecho este fenómeno es conocido como **contratendencia** y tiene la capacidad de diferenciarse de la competencia y ofrecer un servicio único, siempre y cuando responda a su propósito organizacional y no afecte las posibilidades de crecimiento en el negocio.

## TRANSFORMANDO TENDENCIAS EN RESULTADOS ESTRATÉGICOS

- Patrón de comportamiento
- Gestión del cambio
- Interpretación de la realidad
- Validación de una tendencia

## ¿QUÉ NO ES UNA TENDENCIA?

Siempre que se habla de una tendencia se piensa en lo momentáneo, lo efímero, lo que está de moda pero pasará. Aún así esta interpretación es errónea, **puesto que una tendencia no debe ser entendida como un pronóstico, adivinación, predicción o hype.** De hecho, muchas personas y organizaciones conciben la tendencia desde esta visión, lo que hace que implementen acciones de momento sin un impacto a futuro y que puede generar pérdidas a corto y mediano plazo.

## ¿CÓMO DEBERÍA ENTENDERSE UNA TENDENCIA?

TENDENCIA



Las tendencias **son patrones de comportamiento** en el que el entorno se transforma y se muestra un cambio direccional, que en muchos casos las organizaciones deben tomar para poder **generar valor y mantenerse en el mercado.** Esa dirección que da la tendencia muestra **fuerzas particulares** en las que se encuentran **agentes de cambio**, los cuales crean nuevas posibilidades en las dinámicas de influencia en la sociedad. Es por esto que, es importante interpretar las realidades que se producen desde una tendencia y cómo esta se está aplicando para generar un cambio significativo.

En la sesión se puso de manifiesto la siguiente afirmación:

*"Una tendencia es una dirección de cambio de valores y necesidades impulsadas con fuerzas y que ya se manifiesta de diversas maneras dentro de ciertos grupos de la sociedad".*

## IDENTIFICACIÓN DE TENDENCIAS:

### Valores y necesidades:

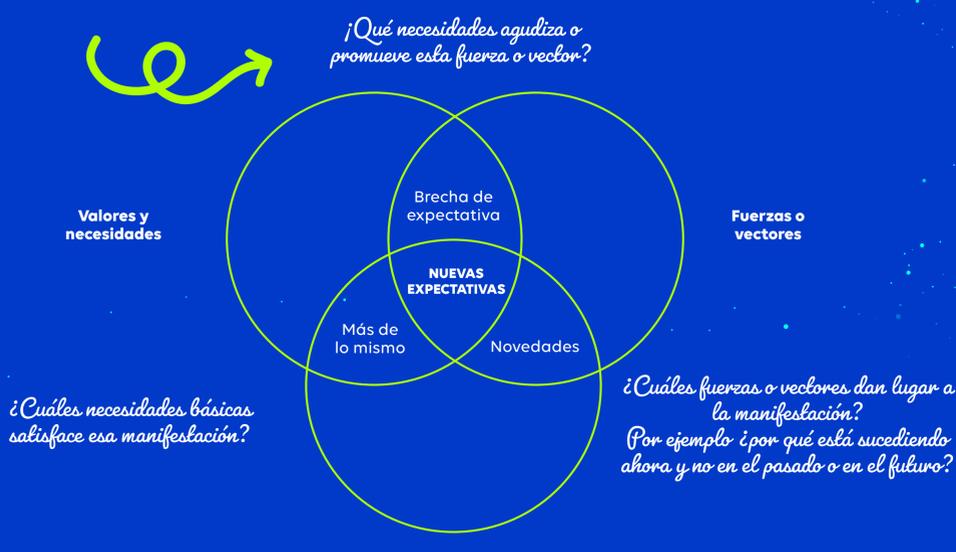
Se entiende como la condición esencial para el bienestar o la satisfacción de una persona, en este caso un conjunto social que busca satisfacer sus necesidades y expectativas de consumo.

### Fuerzas de vectores:

Son las encargadas de brindar el impulso para dar forma o transformar el sistema, se encargan de direccionar la manera en que la sociedad adopta las tendencias.

### Manifestaciones:

Son las formas en que se hace visible en la sociedad la tendencia, en las que se pueden observar a partir del lenguaje, estilos, el comportamiento, su inserción en los productos y en los servicios, la forma en que aparece en los eventos. Al final su manifestación permea cada uno de los espacios de la vida cotidiana.



## ANATOMÍA DE UNA TENDENCIA

### No son lineales ni unidireccionales:

Tienen una temporalidad diferente, a veces van en una dirección pero afectando de manera multifactorial y cambiando muchas veces de dirección.

### Poseen un ciclo de vida:

Las tendencias suelen seguir un ciclo de vida que comprende las siguientes etapas: **nacimiento, crecimiento, madurez y declive.** En cada una de las etapas, la tendencia presenta características distintivas que permiten identificar su estado de desarrollo.

### Su duración es variable:

La duración de una tendencia depende de diversos factores, como la naturaleza del fenómeno que la origina y las condiciones del entorno.

### Son subjetivas:

Porque depende del sujeto que las mira y cómo se adhiere a sus necesidades y expectativas.

### Poseen una interpretación sustentada:

Es decir que su aplicabilidad y la forma en que transforma el consumo se vuelve necesario para la supervivencia en el mercado.

### Su intensidad es variable:

Algunas tendencias son sutiles y generan cambios graduales, mientras que otras son más pronunciadas y provocan transformaciones significativas.

## ¿QUÉ PASÓ EN LA SESIÓN?

El miércoles 5 de marzo de 2025

Se realizó una sesión enfocada en la identificación de tendencias, brindando herramientas que permitieran analizar cuándo un fenómeno de consumo debe ser visto cómo una tendencia o no.

Con la participación de **14 personas de la organización**, se quería ver si las tendencias de consumo de este año podrían ser aplicadas a la organización.

En este sentido, se elaboró y utilizó una herramienta que identificaba las principales características de la anatomía de las tendencias, para después pasar a un momento de debate e ideación en el que se quería ver como la tendencia respondía a las exigencias del sector y las necesidades de los consumidores. Con este ejercicio salieron resultados frente a la importancia de la adaptación de la organización a las nuevas necesidades y exigencias de consumo. Se resaltó la importancia de la **flexibilidad laboral, la atención personalizada de acuerdo a las generaciones y la necesidad de realizar más esfuerzos en temas de educación financiera.**



Esta actividad tuvo dos conclusiones principales:

1.

La primera, las tendencias son necesarias para mantenerse en el mercado y poder hacer frente a los retos que proponen los procesos competitivos de los sistemas.

2.

Segundo, la adaptación es necesaria, siempre y cuando sea acompañada mediante un proceso responsable de gestión del cambio; fundamental para tener una organización en constante crecimiento e innovación.