



Prodigioso Volcán

ABRIL 2020 – ESPECIAL COVID-19

**Una expedición al presente
para imaginar el futuro**

Exploratorium 2020



Índice

Introducción. *Welcome to the jungle*

Apuntes de emergencia

Expedición 2020

La importancia de explorar

Recortes de un futuro

Explora
Curioseza
Busca
Encuentra





*Welcome to
the
jungle*

Las junglas pueden
ser inhóspitas, pero
también hermosas.
Exuberantes, diversas,
inesperadas.

Año nuevo, jungla de tendencias.
En 2020 acaba una década tan
interesante como inquietante. El
gran avance tecnológico en los
últimos años ha abierto las puertas
a escenarios de futuro muy
esperanzadores, pero también ha
avivado temores en campos
como la política, la economía y las
relaciones sociales.

Por eso, y como cada año,
empresas, institutos de
investigación, medios de
comunicación, laboratorios de
ideas y muchas otras
organizaciones han elaborado sus
predicciones particulares. Aunque,
de repente, todo cambió. En
Prodigioso Volcán queremos
facilitarte la vida en la jungla.



2020

¿Qué es Exploratorium?

Exploratorium es una guía, un manual y una invitación. No queremos que la publicación que ahora lees sea EL INFORME, con mayúsculas. Ni mucho menos. Queremos que te sirva de orientación, te ayude a tomar distancia frente a “lo último” y a “lo que no te puedes perder”. Por eso hemos clasificado y sintetizado más de 400 tendencias, incluidos algunos de los informes más relevantes y los más recientes. Usa esta guía como estimes. De principio a fin o solo el área que te interese. O pasa del orden y avanza a tu ritmo... Lo que quieras. Tienes que hacerla tuya porque, al final, las decisiones también serán tuyas.





¿Qué es una tendencia?

1. f. Propensión o inclinación en las personas y en las cosas hacia determinados fines.
2. f. Fuerza por la cual un cuerpo se inclina hacia otro o hacia alguna cosa.
3. f. Idea religiosa, económica, política, artística, etc., que se orienta en determinada dirección.

Las tendencias nos sitúan, nos ubican en un presente y en un futuro, en alguno.

Porque el futuro no existe. Es aquello que está por venir, que sucederá, pero se desconoce. Por eso miramos a las tendencias, a los patrones de cambio relevantes en un contexto observado. Las tendencias exigen curiosidad e implican subjetividad, pero ayudan a entender qué hay detrás de ellas y el contexto en el que se generan. Muestran las corrientes de transformación.

Oficinas de prospectiva, unidades de inteligencia, equipos de transformación... ¿Por qué interesan tanto las tendencias?

La **búsqueda y el análisis** de tendencias ha ganado cada vez más protagonismo en los últimos años. Los cambios producidos por el desarrollo tecnológico, la incertidumbre generalizada en ámbitos como la empresa y la política integran lo que se conoce como entornos VUCA. Estos escenarios, caracterizados por la volatilidad, la incertidumbre, la complejidad y la ambigüedad, han empujado a las empresas a apostar en los últimos años por la innovación desde diferentes perspectivas. Sin embargo, las preguntas siguen ahí: ¿en qué dirección innovar? ¿Hacia dónde dirigir el esfuerzo de una compañía? ¿En qué campos posicionarme? ¿Qué productos ofrecer?

Las tendencias, y con ellas los escenarios de futuro, son formas de intentar responder a esos interrogantes. Orientan el trabajo y ajustan estrategias. Permiten decidir, con mayor o menor acierto, a qué cartas apostar. Porque al final, y por muy bien construida que pueda estar una tendencia o un escenario de futuro, sobre lo que está por ocurrir no existe certeza alguna.



Volatility

Uncertainty

Complexity

Ambiguity

Sin embargo, un momento de transformación como el actual también requiere nuevas formas de mirar e interpretar nuestro alrededor.

VUCA

Volatility

Uncertainty

Complexity

Ambiguity

VULCAN

Volatility

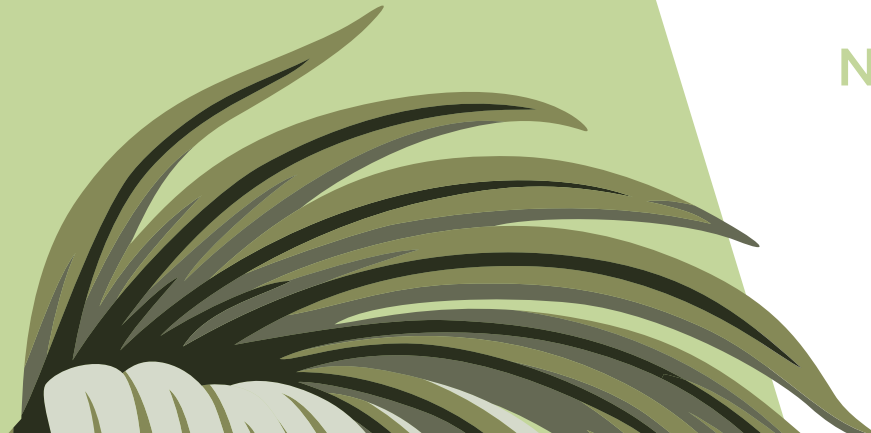
Uncertainty

Liquid

Complexity

Ambiguity

Noise



De la jungla VUCA a la jungla VULCAN

Volatility

Uncertainty

Liquid

Complexity

Ambiguity

Noise

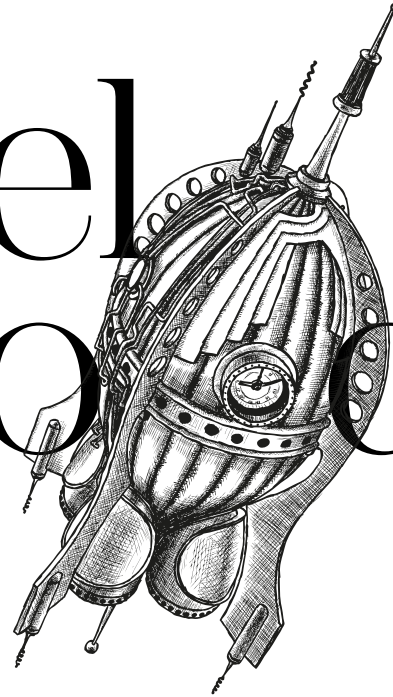
Utilizado originalmente por el ejército estadounidense para describir las condiciones geopolíticas y sociales del mundo tras el fin de la Guerra Fría, el acrónimo **VUCA** se ha convertido en una moneda común dentro de los ámbitos de la estrategia empresarial y la innovación. En Prodigioso Volcán queremos aportar nuestro granito de arena y sugerimos añadir dos nuevos términos: *Liquid* (Líquido) y *Noise* (Ruido).

Lo **líquido** como reflejo de la mezcla de espacios, experiencias y comunidades que ha provocado la tecnología. La reconfiguración de los límites entre lo público y lo privado, entre el trabajo y lo personal, entre el ocio y el negocio... La “modernidad líquida” tan bien teorizada por el sociólogo Zygmunt Bauman.

¿Y el **ruido**? Vivimos un contexto de sobreinformación, multiplicación de canales, contenidos y ofertas. Las noticias falsas o bulos no solo mejoran la facturación de medios de comunicación dudosos, sino que llegan a condicionar elecciones políticas. Las grandes compañías tecnológicas, las mismas que diseñaron formas de que viviéramos en una atención permanente, ahora promocionan el “bienestar digital”. Mucho ruido.

1990, 2020, 2050...

¿Cuál es el momento del futuro?



Blade Runner, estrenada en 1982, ocurría en 2019.
The Martian, estrenada en 2015, apostaba por 2035 para crear una base marciana. *El ruido de un trueno*, escrita por Ray Bradbury en 1952 y llevada al cine en 2005, apostaba por 2055 para viajar en el tiempo. *Elysium*, estrenada en 2013, situaba su planeta distópico en 2154. ¿Cuál es entonces el tiempo del futuro? Hace apenas 30 años se creó la primera *webcam*. ¿Qué pasará dentro de 30? ¿Podremos viajar en el tiempo para un safari como en la novela de Bradbury?

Apuntes de emergencia



Explorar durante la pandemia

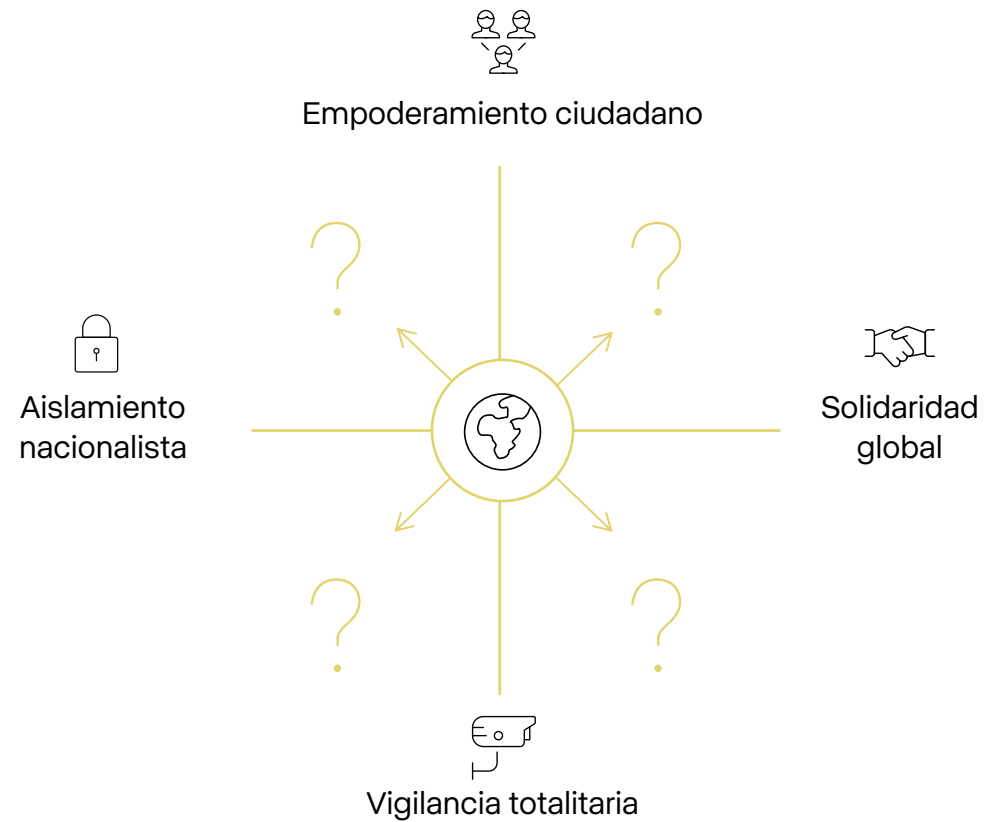


Lanzamos por primera vez Exploratorium el pasado 14 de febrero de 2020. Se acababa de cancelar el Mobile World Congress de Barcelona y la COVID-19 sonaba, pero no inquietaba en España. En menos de dos meses el número oficial de contagiados ya superaba en España las 70.000 personas y Estados Unidos, con más de 120.000 casos, dejaba atrás a China, primer epicentro de la epidemia.

Con cada vez más parte de la población mundial confinada, resulta evidente que el mundo al que mirábamos entonces era muy diferente del actual. Esa es la razón, con toda la precaución que una situación como esta reclama, por la que regresamos a nuestro Exploratorium. Por eso añadimos este extra en el que repasamos y contextualizamos algunas de las tendencias para, rodeados de lo incierto, seguir comprendiendo.

¿Qué pasará tras la Covid-19? Los primeros análisis apuntan a *una nueva normalidad*. Su forma, sin embargo, dependerá en buena medida de cómo las respuestas frente a la pandemia aceleren, frenen o transformen varias de las tendencias actuales.

Las epidemias, explican los historiadores, son eventos, no tendencias. Cuentan con un principio y un final; un momento y un lugar. Solo el paso del tiempo permitirá analizar el verdadero impacto del coronavirus actual. Ese impacto, al igual que en otras grandes disrupciones, será el resultado de la influencia de la pandemia sobre tendencias actuales ya presentes. Así lo explica el pensador Yuval Noah Harari, quien sostiene que las decisiones tomadas ahora, en un contexto de emergencia y sin tiempo para la reflexión, definirán el mundo de los próximos años. Podría ser el caso, sugiere Harari, de nuestra predisposición a ser más y más vigilados a cambio de un menor riesgo de futuras pandemias. Compartimos nuestra geolocalización, ¿pero por qué no nuestra temperatura corporal?

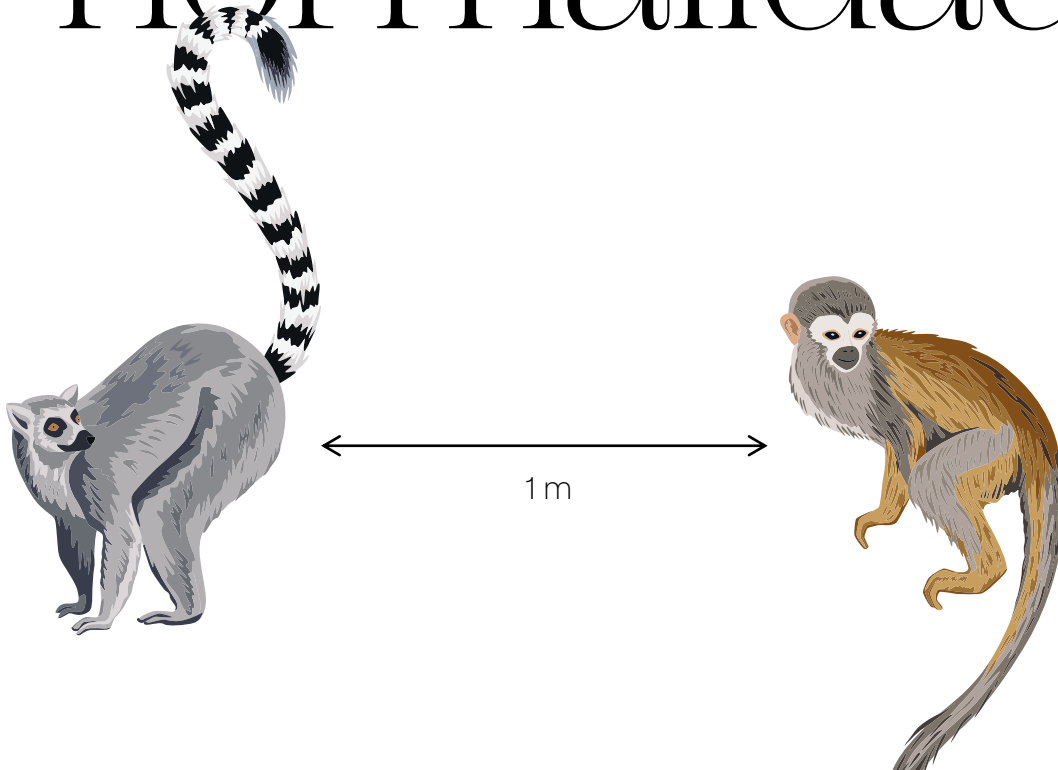


Todo volverá a ser como antes, pero nada volverá a ser igual. Ni el trabajo, ni las relaciones sociales, ni nuestras prioridades.

Conviene preguntarse entonces cómo será esta nueva normalidad, aun incluso sin poder saberlo. Cuestionarse el futuro no debe hacerse en busca de respuestas concretas, cerradas e inamovibles. Cuestionarse el futuro, y de ahí el espíritu original de Exploratorium, sirve para, a partir de las tendencias actuales, ser capaces de trabajar en nuevos escenarios y, de un modo u otro, dirigir nuestras decisiones y orientar nuestra estrategia.



¿Cuál será la nueva normalidad?



Igual que nadie duda que el mundo cambiará tras la pandemia, tampoco nadie puede definir con exactitud cómo lo hará. A continuación ofrecemos una mirada sobre las propias conclusiones de Exploratorium desde la óptica de la COVID-19. Vemos que las fuerzas que explicaban la mayoría de las tendencias se mantienen, si bien muchas están siendo o serán modificadas por nuevas coordenadas de la expedición como el geoperimetraje, el confinamiento y la diatriba entre frustración y solidaridad. Ten en cuenta estas notas y revísalas antes de zambullirte en Exploratorium.

Políticos

Vuelve lo político: estado, desglobalización y conflicto

La crisis del coronavirus recupera el protagonismo del estado en la solución de los problemas. Además, el impacto político y social de las decisiones empresariales y políticas deja de tener solo grandes estándares como los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Quién hizo qué durante la COVID-19 entra en la ecuación. El despliegue de poder blando de China abre un nuevo capítulo en la reconfiguración de un orden mundial entre el aislamiento y la solidaridad.

Económicos

La amenaza de la desigualdad: ¿economía contra salud?

El mundo encara una crisis económica inducida para solventar una emergencia sanitaria. Paréntesis, frenazo, disrupción... la preocupación en cómo y cuándo se recupere el crecimiento económico se abre paso en una crisis súbita y global. Mientras, el capitalismo de plataformas aumenta todavía más su poder gracias a la virtualización rampante del trabajo y el ocio. “Valor compartido” adquiere un nuevo significado. “Quién ‘pagará’ la crisis esta vez”, se preguntan muchas personas con la vista en diez años atrás.

*La crisis actual
traerá una
reconfiguración de
las prioridades,
tanto para la
ciudadanía como
para las empresas*

Sociales

La calma en el apocalipsis: el nuevo significado de lo real

El choque generacional adquiere un nuevo cariz entre quienes protegen y quienes sufren. Frente a dinámicas de solidaridad también surgen la rabia, el miedo y la frustración. Con una población confinada en casa y obligada a virtualizar las relaciones, el trabajo y el descanso, la integración entre lo digital y lo físico tumba barreras y levanta nuevas. Las brechas –no solo la digital– salen a la luz. El prefijo “tele-” también entiende de clases.

Tecnológicos

Cruzar el valle inquietante: mundo extendido, vigilancia y salud

Detectar más rápido (y mejor) la presencia del virus en pruebas médicas, pero también controlar el movimiento de los ciudadanos para frenar el contagio. El desarrollo de la pandemia puede ser clave en la balanza entre seguridad y privacidad. Ya compartimos nuestra posición, ¿pero lo haríamos también con nuestra temperatura corporal? El 5G sigue esperando, pero las redes cuentan con un gran piloto durante el confinamiento a la vez que los usos prácticos de la inteligencia artificial se aceleran en la medicina y el trabajo.

Distanciamiento

Las consecuencias y transformaciones del distanciamiento social irán más allá del metro y medio en el supermercado o las sillas vacías en el autobús. En un mundo distanciado, que no distante, ¿cómo abordar la soledad? ¿Cómo vivir en sociedad? Las nuevas distancias físicas replantean las emocionales.

Geoperimetraje

Quizá uno de los equilibrios más tangibles a cuestionarse sea el existente entre privacidad y seguridad. La crisis actual no solo acerca otras culturas del dato como la asiática, sino que plantea preguntas claras: ¿dejaría rastrear mi contagio a cambio de que mis vecinos no se infecten? ¿Qué y qué no forma parte de mi privacidad, de mi intimidad?

Ecológicos o ambientales

El mundo frente al espejo: ¿Y si la crisis climática también fuera una pandemia?

El temor a futuras pandemias y el experimento sin precedentes de un parón general de la movilidad y la producción serán utilizados como elementos de persuasión para abordar la emergencia climática. La sostenibilidad, enfocada desde la mirada de un mundo en reconstrucción, seguirá ganando enteros entre las estrategias empresariales y la preocupación social. La salud y los cuidados se considerarán prioritarios.

Legales

El campo sí tenía puertas, en todos los ámbitos

El carácter excepcional de muchas de las medidas actuales podría abrir la puerta a una nueva relación entre las grandes tecnológicas y sus reguladores. Además, en un contexto de cierre de fronteras y límites a la libertad de circulación de capitales, crecen las dudas sobre cómo cristalizarán medidas y decretos de excepción en esa futura *nueva normalidad*.

Expedición 2020

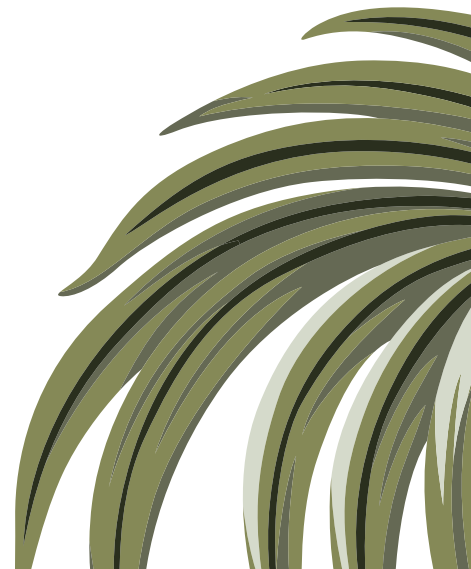


Clasifica

Filtra

Elige

Archiva



La coincidencia del empuje final para lograr los ODS en 2030 y un cambio de filosofía frente al desarrollo tecnológico (*back to human*) dibuja un año 2020 repleto de contradicciones, pero también de oportunidades.

Una sociedad polarizada y afectada por una desinformación cada vez más rápida, grandes tecnológicas puestas en el punto de mira, el temor a un futuro [cada vez menos futuro] sin trabajo o, desde luego, con peor empleo. Existen buenos trabajos de tendencias, pero la mayoría de las veces resulta complicado establecer la relación entre las fuerzas más macro y sus prácticas más micro. Los listados, por exhaustivos y concretos, pueden terminar por no responder a cuestiones clave para las empresas como, ¿en qué áreas impactarán más las tendencias? ¿Cuáles son los vectores de las transformaciones más actuales?

La combinación tanto de informes y propuestas globales como de listados y prácticas específicas nos permite establecer relaciones entre lo que podríamos llamar vectores de la transformación y sus reflejos en modos y estilos de vida. No se trata de identificar ejemplos a seguir ciegamente, sino de contar con las claves -y también las herramientas- para tener una mejor comprensión del entorno en el que vivimos, trabajamos y colaboramos. Buscar los impactos.

Anticiparse a los temores del año, una de las esperanzas en las tendencias:

Principales preocupaciones de los CEO

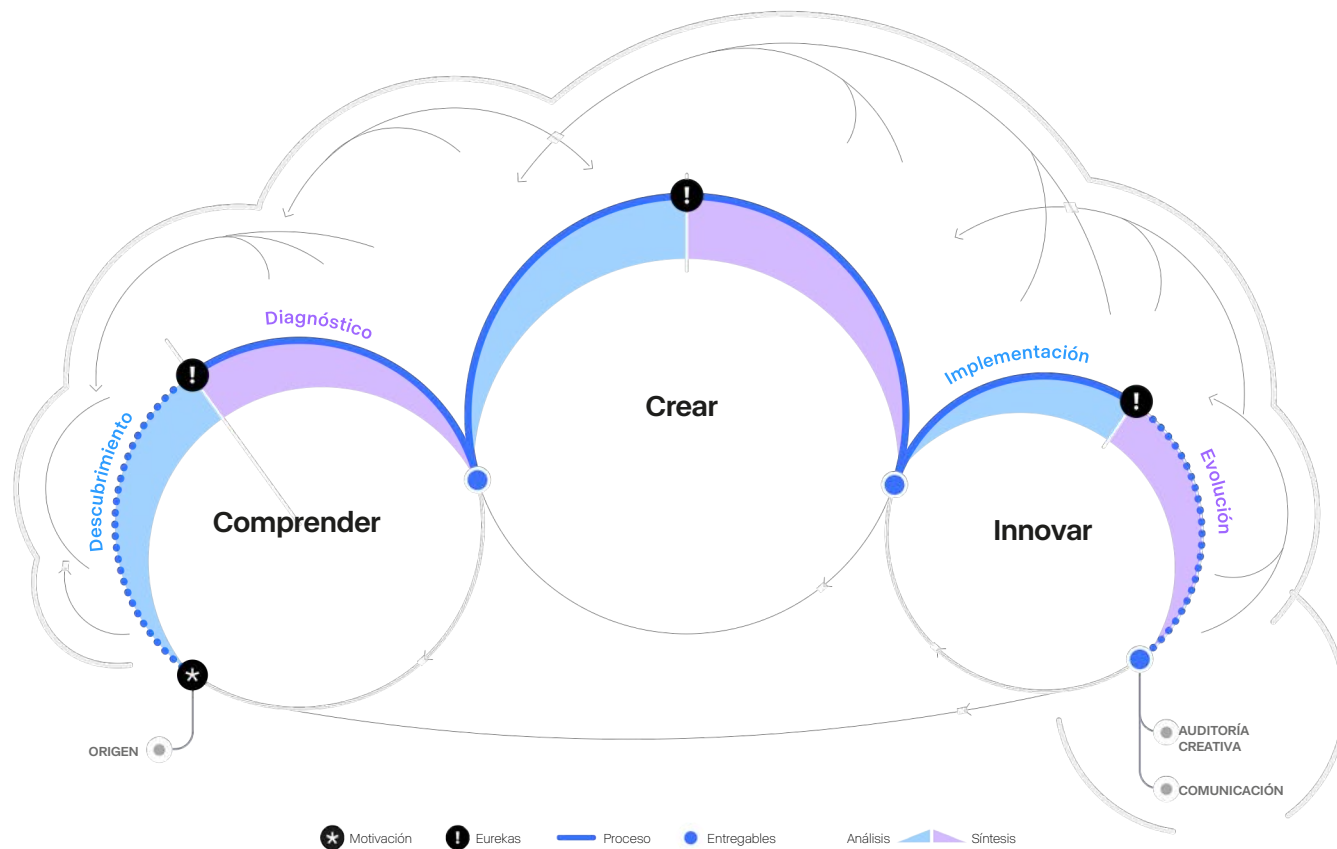
36% Sobrerregulación

35% Conflictos comerciales

34% Incertidumbre económica

Comprende para crear, crea para innovar

La innovación no es fruto de la genialidad ni de la intuición, sino de la comprensión y la puesta en marcha de las ideas. Se relaciona con el avance, el progreso y la transformación. Para la preparación de nuestra expedición nos hemos apoyado en el esquema metodológico de Sapiens.



Sapiens: el conocimiento conectado

La búsqueda y el análisis de tendencias debe enmarcarse en la parte de la búsqueda que exige cualquier intento de innovación. Sin embargo, ¿cuál es el camino que va desde las primeras señales hasta la, por ejemplo, creación y comercialización de nuevos productos? Ser conscientes de la realidad en la que se trabaja, los condicionantes del entorno, es el primer paso.

Comprender

Implica explorar, conocer, investigar, entender.

Damos rienda suelta a la curiosidad y a nuestra capacidad para hacernos preguntas. Nada se da por sentado. Analizamos la realidad de manera práctica y visual para encontrar lo especial entre lo común.

Descubrimiento

Es necesario conocer lo que está pasando en el momento para entender el escenario actual. Hay que ser permeable y conectar con la vida a través de los sentidos.

Diagnóstico

Ordenamos y clasificamos la información para alinearla con los objetivos definidos previamente. Transformamos los resultados en pronósticos, oportunidades y planes.

Crear

Implica idear, definir, prototipar, diseñar.

Activamos el intelecto: abrimos la mente y desarrollamos soluciones apropiadas. No basta con que sean originales, deben tener alguna cualidad apreciable. Por ejemplo, la eficacia, la utilidad o la belleza.

Conceptualización

Se generan ideas no excluyentes entre sí a partir de la inspiración y el aprendizaje. Comenzamos a definir y esbozar los primeros conceptos.

Diseño

Damos forma a la idea elegida. Diseñamos y testamos estrategias, productos o servicios que dan respuesta al problema inicial.

Innovar

Implica construir, poner en marcha, practicar, validar, escalar.

Para innovar es necesario materializar y explotar con éxito una idea. Hay que mantenerse con vida en el mercado, ofreciendo una ventaja competitiva y un potencial margen de beneficio.

Implementación

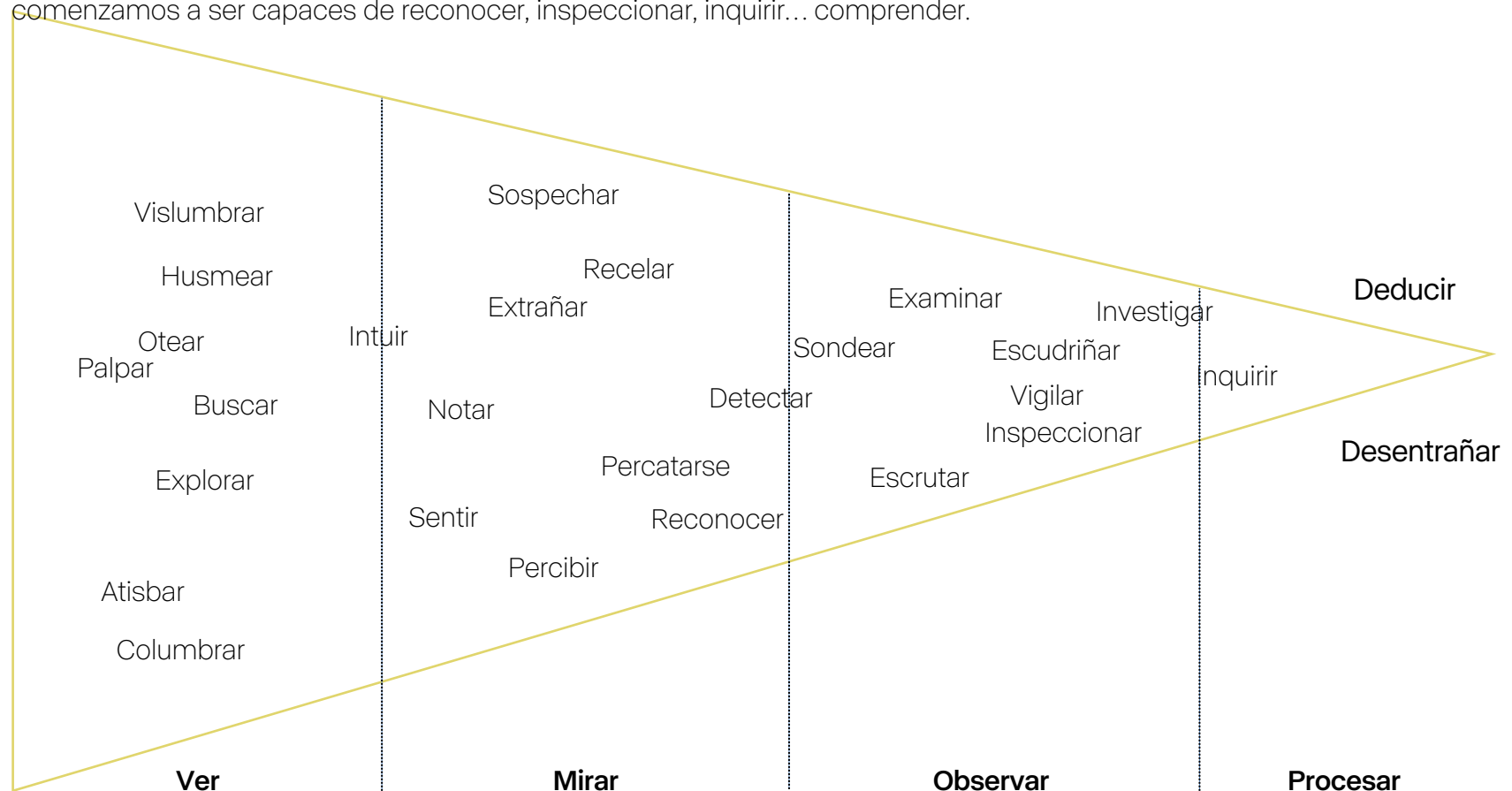
Producimos y hacemos llegar al público los productos o servicios finales, teniendo en cuenta componentes técnicos, financieros o sociológicos.

Evolución

Se analizan los indicadores apropiados con el objetivo de mejorar la competitividad y aumentar el aporte de valor en los productos o servicios.

Comprender comienza con una mirada

El proceso de comprender debe empezar siempre con una mirada abierta. Identificar las llamadas señales débiles, ponerlas en contexto, encontrar prácticas curiosas, novedosas... Así comienza cualquier análisis. Después, y a medida que avanzamos, comenzamos a ser capaces de reconocer, inspeccionar, inquirir... comprender.



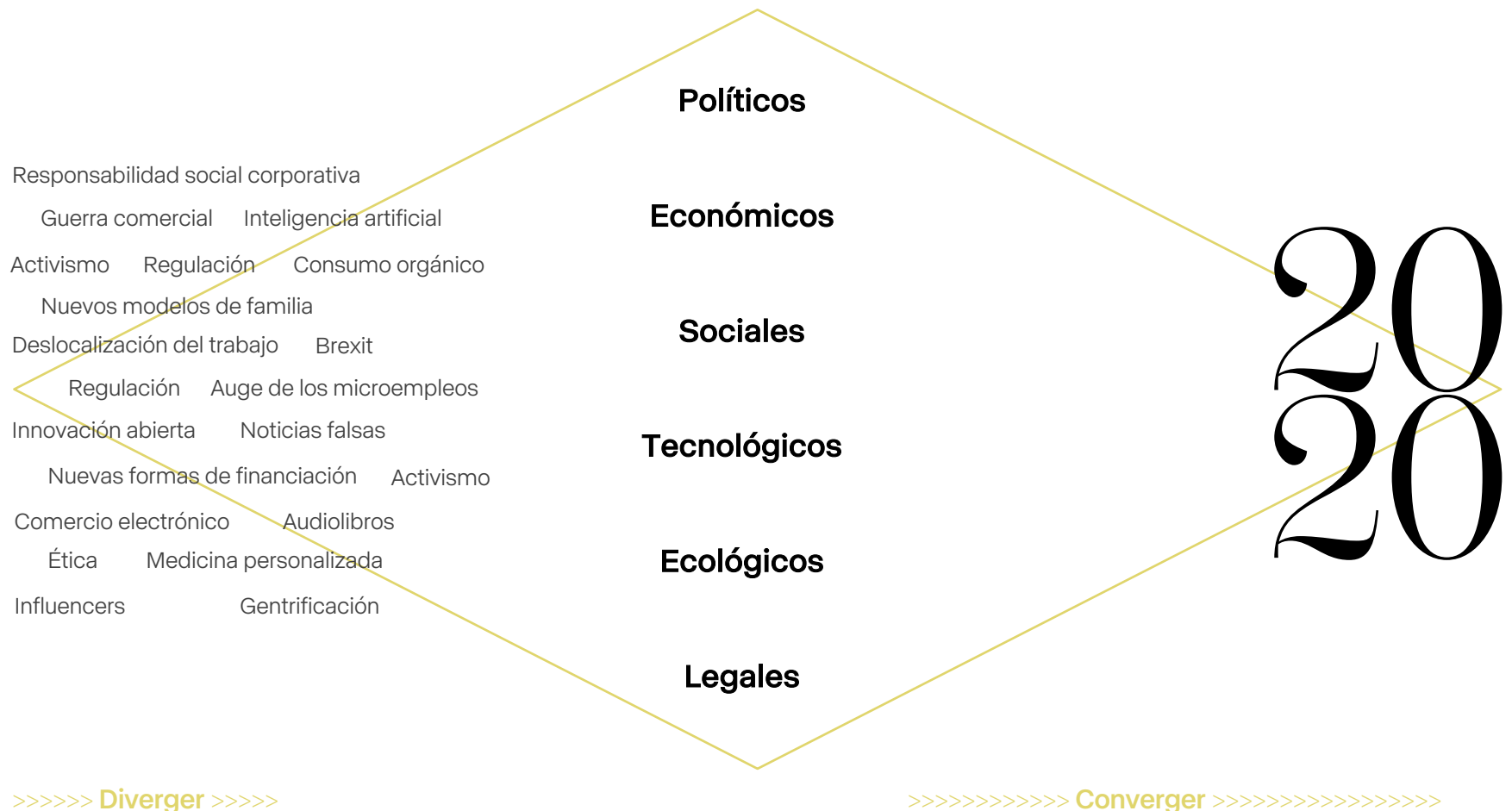
Sentir



Pensar

Aventurarse en las tendencias

Comprender también necesita orden. Métodos de análisis como el modelo PESTEL, pensado para analizar los factores que definen un entorno concreto, nos permiten ordenar, clasificar y analizar las tendencias recopiladas. Es nuestra forma de mirar, nuestra herramienta para comprender.



La clasificación PESTEL crea un lenguaje común y permite visualizar de qué manera pueden afectar las tendencias a las principales áreas y factores de la sociedad.

El resultado de esta criba, además, posibilita identificar -como empresa, estrategia, analista, etc.- qué áreas creemos que afectarán más a nuestra actividad o campos de interés; facilita orientar cualquier estrategia o decisión en la dirección adecuada.

No obstante, qué es económico y qué es político, entre otros, siempre conlleva una carga subjetiva. Por eso conviene cuestionarse qué buscamos o con qué mirada buceamos en cada factor.

Económicos

¿Cuál es la salud de una economía?
¿Existen oportunidades de trabajo para las generaciones más jóvenes?
¿Y las más mayores? ¿Es fácil acceder al crédito?

Tecnológicos

¿Qué nuevas tecnologías utilizan empresas y familias? ¿Cuál es la penetración de la telefonía móvil? ¿De la conexión a internet?

Legales

¿Qué leyes o normas pueden condicionar la actividad de una empresa? ¿Existe seguridad jurídica?

Políticos

¿Cuál es la conciencia política mayoritaria? ¿El gobierno cuenta con apoyo? ¿Existe acuerdo entre empresarios y trabajadores?

Sociales

¿Cuáles son los estilos de vida de la población? ¿Cómo han cambiado las familias? ¿Cuál es la posición de la mujer en la sociedad?

Ecológicos o ambientales

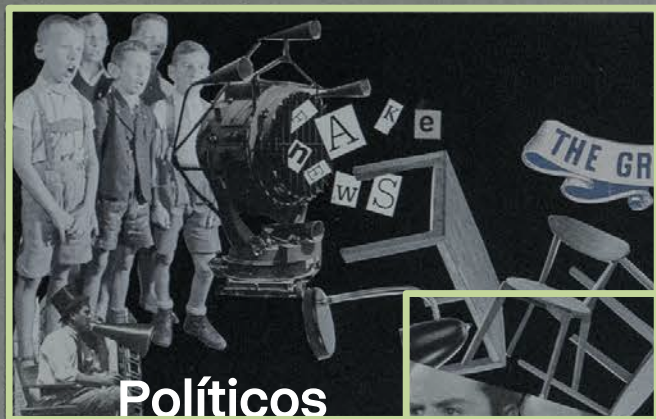
¿Cuál es la relación de las empresas y las personas con el medio ambiente? ¿Hasta qué punto el reciclaje se ve como una necesidad u obligación?



¿Y el resultado?

La jungla
tiene forma
de 'collage'





Políticos



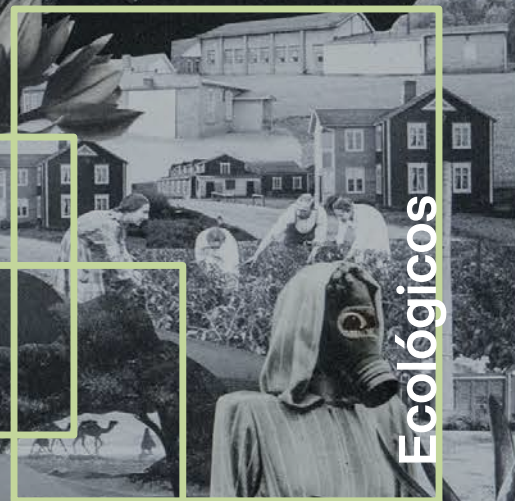
Económicos



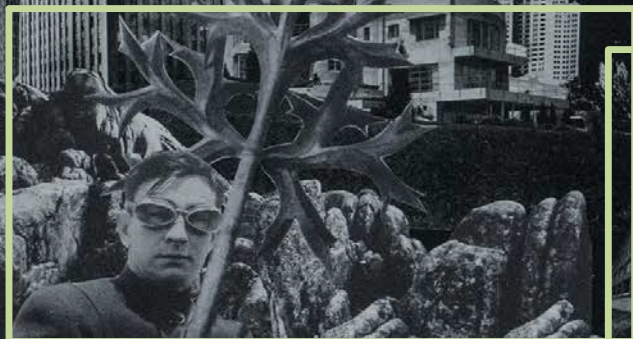
Tecnológicos



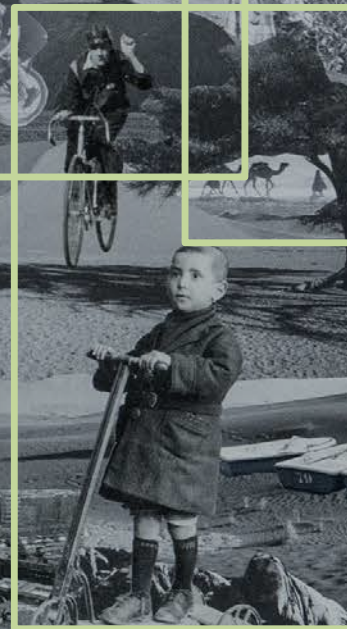
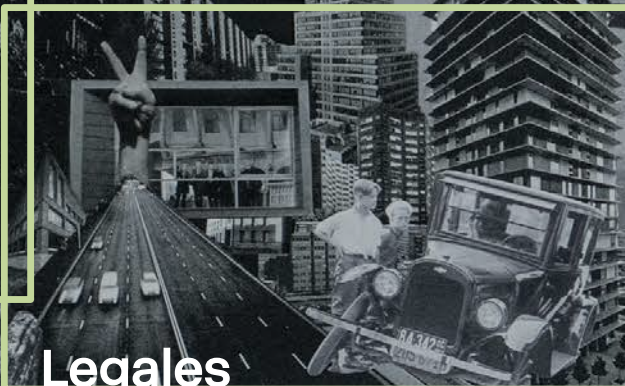
Sociales



Ecológicos



Legales



Ecológicos

Políticos

1. La confianza cotiza al alza: propósito en la era de la posverdad
2. Adiós a los mesías del silicio: la tecnología también es política
3. La sociedad exige que las empresas tomen posición, y lo cuenten
4. El iceberg TikTok: el avance imparable de Asia

Económicos

1. Ganar menos, pero ganar todos: coherencia y crecimiento inclusivo
2. El culto y los mercaderes del dato
3. El exilio, y los expulsados, del efectivo
4. 2020, las trincheras de la economía de plataformas
5. La voz afina: llegan los ingresos

Sociales

1. “Se buscan empresas auténticas. Razón: la sociedad”
2. El trabajo, en retirada. Hora de pensar en un mundo sin él
3. ¿Quién se acuerda de los *millennials*?
Entre *boomers* y *centennials* anda el juego.
4. El oasis digital: en busca del bienestar
5. De liana en liana: interfaces, y experiencias líquidas

Tecnológicos

1. El algoritmo policía: ciberguerra y vigilancia
2. Lo inquietante comienza a ser normal. La inteligencia artificial ya no da [tanto] miedo
3. Algún día todo esto será 5G
4. El cóctel de la movilidad: lo eléctrico, a pedales
5. Cemento y bits: la construcción de realidades extendidas

Ecológicos o ambientales

1. Desafío climático: del *cambio* a la *emergencia*
2. Todo al verde: empresas y gobiernos comienzan a actuar
3. Orgánico y real: la sostenibilidad íntima
4. ¿De segunda mano? ¡Mola!

Legales

1. Más regulación. ¿Orden en la jungla tecnológica?
2. Las réplicas del terremoto RGPD
3. Memes con derechos: *copyright* y libertad de expresión

Políticos

Vuelve lo político, y quizá haga falta



Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas servirán de referencia en una década marcada por el impacto político y social de la decisiones empresariales y el desarrollo tecnológico. Con un escenario internacional dominado por la tensión entre China y Estados Unidos, el auge del nacionalismo y la extrema derecha, la incertidumbre seguirá dominando.

Políticos

67% de los CEO sienten algún tipo de presión de sus grupos de interés para posicionarse y actuar frente a problemas globales

Fuente: EY CEO Imperative Study 2019

¿En qué medida las siguientes plataformas **han hecho suficiente contra la desinformación?**

41% Twitter

34% Google Search

18% Youtube

17% Facebook: (incl. WhatsApp and Instagram)

Fuente: Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2020, Digital News Project-Reuters Institute

1. La confianza cotiza al alza: propósito en la era de la posverdad

El propósito será la nueva llave maestra. Las empresas deberán redefinir y comunicar su valor más allá de lo económico en un contexto de polarización y desinformación, sobre todo en Estados Unidos, donde Donald Trump aspira a un segundo mandato en noviembre. Nos gusta leer y escuchar lo que ya creemos. ¿Será el momento de la alfabetización mediática?

2. Adiós a los mesías del silicio: la tecnología también es política

La autopercepción de Silicon Valley y sus correligionarios como mesías de un nuevo bienestar global chocará cada vez más con la economía real. Probablemente grandes empresas tecnológicas como Amazon y Google experimentarán nuevas protestas de sus trabajadores.

3. La sociedad exige que las empresas tomen posición, y lo cuentan

Los ODS marcarán la agenda de empresas. Clientes, inversores y otros grupos de interés esperan posiciones claras de las organizaciones frente a temas como la desigualdad, los derechos sociales y el cambio climático.

4. El iceberg TikTok: el avance imparable de Asia

TikTok se convertirá en uno de los grandes embajadores de China, pero el alcance del país asiático podría llegar mucho más allá. Con una clase media boyante y cerca del 30% de la cuota de producción mundial de automóviles en 2025, deberíamos mirar cada vez más hacia el Pacífico.

Coordenadas de la expedición



Infodemia

Si hace unos años hablábamos de la sobreinformación como intoxicación, el diagnóstico no ha mejorado. La Organización Mundial de la Salud ha acuñado recientemente el término *infodemia*, del inglés *infodemic* para referirse a la sobreabundancia de información, rigurosa y no, sobre el coronavirus. Todavía en busca de una vacuna, algunos apuntan a los vectores del contagio: las plataformas de contenidos, vía de transmisión comprobada de numerosos rumores y bulos.

Económicos



La amenaza de la desigualdad

La sombra de una recesión sigue acechando una economía global que todavía necesita sanar las heridas de la Gran Recesión de 2008 y en la que nuevos modelos de empresas como las plataformas digitales y las *fintech* serán protagonistas.

Económicos

1. Ganar menos, pero ganar todos: coherencia y crecimiento inclusivo

Parejo a la definición de un propósito, las empresas deberán abordar un debate sobre su forma de medir el valor y el retorno. Pensar nuevas formas de medir y evaluar el impacto de la actividad económica, tanto en una empresa como en un país, será clave para encontrar mejores fórmulas para distribuir la riqueza y el progreso dentro de una economía más holística.

2. El culto y los mercaderes del dato

Los datos personales seguirán cotizando al alza. Industrias como la banca aprovecharán toda la información con la que cuentan para ofrecer productos y servicios personalizados a un nivel micro. Más allá del negocio, el avance de la inteligencia artificial y el aprendizaje de máquinas reforzará lo que algunos pensadores como Yuval Noah Harari han definido como *dataísmo*.

3. El exilio, y los expulsados, del efectivo

Pagar, si se puede y quiere, tiene cada vez menos excusa. Comprar es hoy más fácil que nunca. La tarjeta de crédito será sustituida gradualmente por el pago con móvil e, incluso, nuevas opciones como los pagos biométricos. El desarrollo de la directiva PSD2 supondrá un espaldarazo para las diferentes opciones *fintech*. ¿El peligro? Expulsar a la población desbancarizada.

4. La voz afina: llegan los ingresos

Los altavoces inteligentes seguirán siendo la puerta de entrada para nuevos servicios y productos basados en la voz. El negocio de los audiolibros y *podcasts* seguirá madurando, sobre todo con la llegada de Amazon Audible a España.

Económicos

5. 2020, las trincheras de la economía de plataformas

El consumo de contenidos en *streaming* será uno de los grandes campos de batalla entre operadores audiovisuales y firmas tecnológicas. Sin embargo, el exceso de oferta (¿cuántas suscripciones está dispuesta a pagar una persona?), la entrada de nuevos competidores como Disney+ y Apple, y la progresiva expulsión de personas sin recursos ante muros de pago cada vez más altos anuncian un año de consolidación.

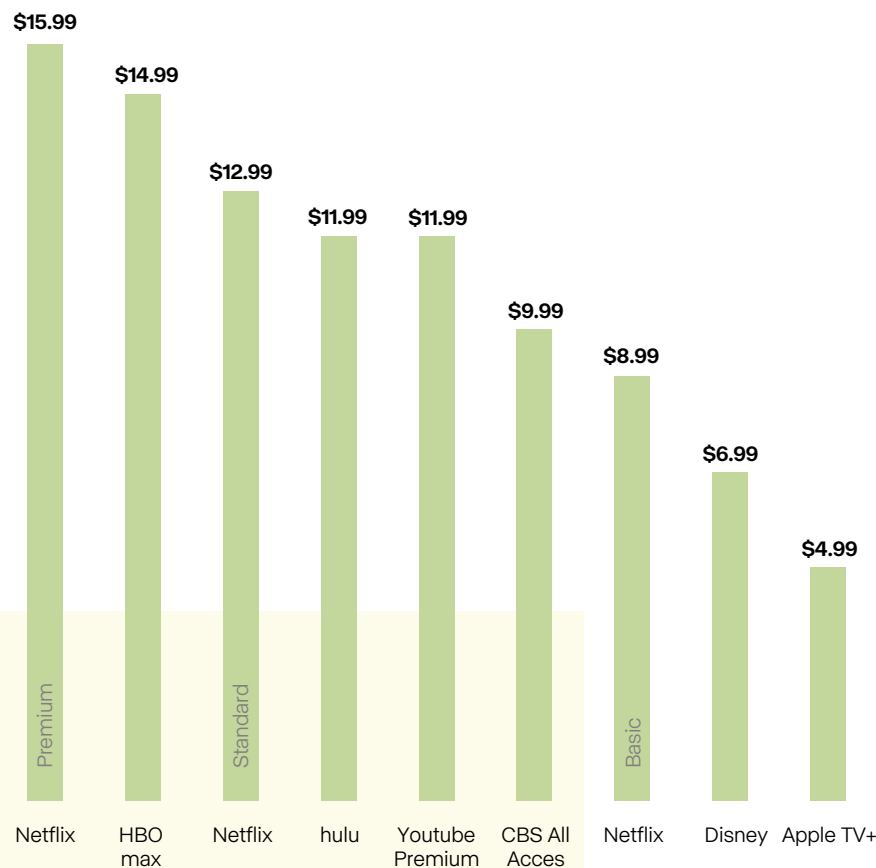
Youtube, propiedad de Alphabet, obtuvo en 2019

15.150

millones de dólares en ingresos. Nueve veces más de lo que Google pagó por la plataforma hace ya 14 años.

¿Competir en el precio? ¿Una estrategia de futuro?

Precio mensual de los servicios de *streaming* sin anuncios en Estados Unidos a 8 de noviembre de 2019.



Económicos

Coordenadas de la expedición

“El propósito de las empresas es colaborar con todos sus ‘stakeholders’ en la creación de valor compartido y sostenido”

“Al crearlo, las empresas no cumplen únicamente con sus accionistas, sino con todos sus *stakeholders*: empleados, clientes, proveedores, comunidades locales y la sociedad en general. El mejor camino hacia la comprensión y la armonización de los intereses divergentes de todos los *stakeholders* es la adquisición de un compromiso común con respecto a las políticas y las decisiones que refuercen la prosperidad a largo plazo de las empresas.”

Klaus Schwab, Manifiesto de Davos 2020



Sociales

Buscar la calma en el apocalipsis



Frente a la vorágine, la inmediatez y el acceso indiscriminado y masivo a la información llega una nueva calma. Formas de comunicación más minimalistas, nuevas formas de intimidad y microcomunidades buscarán *tranquilizar* nuestra vida digital sin por ello resolver temores cada vez más tangibles como el impacto de la automatización sobre el empleo.

Sociales

1. “Se buscan empresas auténticas. Razón: la sociedad”

Los cambios sociales se traducirán en expectativas más altas para las empresas. Lo cultural, como agregador de procesos, seguirá ganando enteros frente a lo disruptivo y lo digital a secas. La empatía será uno de los valores a tener en cuenta en cualquier proceso de transformación y política de comunicación: qué hacemos y para quién lo hacemos.

2. El trabajo, en retirada. Hora de pensar en un mundo sin él

La inteligencia artificial se convertirá en un compañero de trabajo cada vez más habitual. No obstante, los avances en la automatización serán más rápidos que la actualización de habilidades y el rediseño de puestos y funciones. Propuestas como la jornada laboral de cuatro días, el teletrabajo y las nuevas formas de trabajo extendidas deben servir para comenzar a imaginar un posible mundo sin empleo caracterizado por la precariedad, los microtrabajos y sindicatos en busca de identidad.

3. ¿Quién se acuerda de los *millennials*? Entre *boomers* y *centennials* anda el juego

Lo *millennial* no dejó de ser una transición del cambio actual, el auténtico choque generacional será entre los *boomers* y los *centennials*. La incorporación de los zeta, con códigos y canales propios auténticamente digitales, al mercado de trabajo obliga a las empresas a repensar sus estrategias, también los medios, y apostar por nuevos productos capaces de compartir y transmitir sus códigos.

50%

de las búsquedas se realizarán mediante la voz en 2020.

Sociales

4. El oasis digital: en busca del bienestar

Para 2025, y según datos de IDC, se espera que toda persona conectada tenga una interacción digital cada 17 segundos. Buscar cierta paz será común, y necesario. Algunos sistemas operativos como Android ya ofrecen por defecto soluciones en este sentido. La búsqueda de entornos tranquilos, también desde el diseño, y su marco general, el derecho a la desconexión, serán claves.

5. De liana en liana: interfaces y experiencias líquidas

Postexto, pospantalla, ¿postdigital? El desarrollo de interfaces cada vez más fluidas permitirá *expandir* el alcance de productos, herramientas y servicios en la red y la nube. La realidad digital y la física comenzarán a ser cada vez una sola del mismo modo que las identidades personales. Igual que pensamos cómo nos vestimos, reflexionaremos sobre nuestro yo integrado. La persona será el avatar, el avatar será la persona.

“Para 2050, una de cada cuatro personas viviendo en Europa y América del Norte podría tener 65 años y más.”

Perspectivas de la población mundial 2019, Naciones Unidas



Sociales

Coordenadas de la expedición

Hikikomori

A medida que el ocio y el consumo llega directamente hasta la puerta de casa, los jóvenes reducen cada vez más el ocio exterior, incluidas las discotecas y los cines. Deciden aislarse y apartarse. El consumo con *lo exterior* es mediado a través del ordenador, el teléfono y los videojuegos. En Japón, donde el fenómeno puede llegar a ser patológico, lo han bautizado: hikikomori.



Tecnológicos

Cruzamos, un poco, el valle inquietante

A red monkey is standing on the word 'inquietante' and reaching out towards the word 'valle'.

La inteligencia artificial seguirá protagonizando esperanzas, temores y debates. Vista como una de las palancas que todo lo cambiará, las empresas invertirán cada vez más en su aplicación práctica. Del mismo modo, la sombra de su uso bélico y policial será más y más larga.

Tecnológicos

Según datos de Ericsson, si a finales de 2019 hay 13 millones de dispositivos conectados a redes 5G, en 2025 habrá

160

millones

1. El algoritmo policía: ciberguerra y vigilancia

Las protestas de Hong Kong durante 2019 pusieron en evidencia el uso policial de la inteligencia artificial con herramientas como el reconocimiento facial y cómo una ciudad inteligente es también una urbe policial. ¿El lado positivo? También vimos formas de evitarlo y luchar contra ello. A nivel global, la IA será llamada a filas contra redes gubernamentales e infraestructuras críticas, siempre entre bambalinas por supuesto.

2. Lo inquietante comienza a ser normal. La inteligencia artificial ya no da (tanto) miedo

Seguiremos sin compartir café con robots, pero la colaboración humano-máquina será cada vez más normal tanto en el trabajo como en el ámbito privado. Algunas de las aplicaciones y tecnologías más emergentes, disruptivas incluso, comenzarán a adquirir un aura de normalidad. Lo antes novedoso ahora será práctico.

Tecnológicos

3. Algún día todo esto será 5G

Vista durante años como la versión *tech* de “que viene el lobo”, este podría ser un año clave para la red 5G. Teléfonos compatibles más baratos, algunas primeras ofertas, y, sobre todo, la previsión de la subasta del espectro radioeléctrico en España a partir de junio de 2020 nos acerca al prometido reino de la quinta generación.

4. El cóctel de la movilidad: lo eléctrico, a pedales

Con más de la mitad de la población mundial en ciudades y una tendencia a las megaurbes, el debate sobre la movilidad no dejará de sumar posiciones y propuestas tecnológicas. No obstante, parece que, más que los coches eléctricos y autónomos, serán los vehículos de movilidad personal como los patinetes los que reconfigurarán nuestra relación con los trayectos. Regular el uso del espacio público y la explotación de los datos generados, clave.

5. Cemento y bits: la construcción de realidades extendidas

El desarrollo de interfaces y tecnologías cada vez más integradas dibuja un horizonte de tecnologías invisibles –la experiencia *phygital*– en el que la comunicación háptica será crucial. Además, el regreso de la guerra de las videoconsolas augura una nueva oportunidad para las realidades extendidas, sobre todo la realidad aumentada, que podría verse beneficiada por su uso en programas de formación.

Tecnológicos

Coordenadas de la expedición

Nocebo



Al contrario que el placebo, el efecto nocebo provoca que una persona crea sufrir algún efecto negativo por tomar una sustancia que no hace nada. ¿Puede que los escándalos protagonizados por grandes tecnológicas nos lleven a un efecto nocebo generalizado? ¿En qué medida influyen productos culturales como el cine y la información en nuestra visión de la tecnología, de la actual y la próxima?



Ecológicos o ambientales

Greta pone al mundo frente al espejo

‘Flygskam’ es la palabra sueca utilizada para referirse a la vergüenza por volar y contaminar. Es, junto al activismo de Greta Thunberg y el movimiento Fridays for Future, una de las mejores señales de la nueva actitud frente al cambio climático. Conocíamos el problema, sí. Pero nunca se habían comenzado a dar los pasos en la dirección adecuada. ¿Suficientes? Seguro que no, pero importantes.



Ecológicos o ambientales

1. Desafío climático: *del cambio a la emergencia*

La ciudad de Barcelona declaró la emergencia climática en enero de 2020. La unión Europea, en noviembre de 2019. También lo han hecho países como Austria, Francia y Canadá. Simbolismos aparte, la cuestión medioambiental será a partir de ahora un elemento transversal de cualquier política pública y estrategia empresarial. Los grandes objetivos de años atrás darán paso a medidas concretas y tangibles: zonas de bajas emisiones, nuevos criterios de edificación...

2. Todo al verde: empresas y gobiernos comienzan a actuar

La RSC deja de ser una cuestión única y exclusivamente de comunicación para, a veces mejor y a veces peor, condicionar las decisiones de las empresas. Esta mayor predisposición empresarial no puede entenderse sin el concurso de la regulación y los gobiernos. La búsqueda de la innovación y la colaboración público-privada serán protagonistas.

3. Orgánico y real: la sostenibilidad íntima

Vivimos un mundo virtual en potencia donde lo real, con todos sus matices, se desea como nunca frente a lo fabricado, industrial y procesado. La comida, el consumo en general, es una buena pista. Acertar con el contenedor adecuado solo fue el primer paso. El respeto al medioambiente ha sido la punta de lanza para todo un cambio social (alimentación, estética, movilidad) en busca de una mejor salud en el que, además, nuevos prescriptores como los influenciadores han sido decisivos,

4. ¿De segunda mano? ¡Mola!

Siete pasos para un nuevo planeta: rediseñar, reducir, reutilizar, reparar, renovar, recuperar y reciclar. Porque, ¿qué sentido tiene reciclar si no dejamos de consumir obsesivamente? Esta y otras preguntas sobrevolarán con mayor frecuencia las mentes de los consumidores. Seremos más críticos y tendremos más alternativas (la segunda mano nunca estuvo tan bien vista). También ampliaremos el foco: ¿qué ocurre con el consumo energético de internet, con todos los centros de datos?

Ecológicos o ambientales

Coordenadas de la expedición

Urbicidio

Utilizado habitualmente en contextos bélicos, el urbicidio hace referencia a la violencia contra la ciudad, a la destrucción de su patrimonio y espacios como arma de guerra. En ocasiones el término ensancha sus límites y amplía su alcance. ¿Hacia dónde se dirigen las ciudades? ¿Para quién son las ciudades? ¿Para las personas? ¿Para los coches? ¿Cómo construir, desarrollar y proteger urbes sostenibles? El urbicidio es el extremo a evitar, la creación de megaciudades impracticables y enfermizas.



Legales

El campo sí tenía puertas



Las pruebas hablan contra la presunción de inocencia de las grandes tecnológicas. Tras años de mezcla entre la fascinación por la innovación y la lentitud para adaptar la legislación al cambio, organismos como la Comisión Europea marcan la pauta en materias relevantes como la protección de la privacidad.

La privacidad como producto de venta

Alentadas por una regulación cada vez más restrictiva, algunas empresas como Apple han comenzado a convertir la privacidad y la seguridad de los datos en su propuesta de valor.

1. Más regulación. ¿Orden en la jungla tecnológica?

2020 podría marcar el principio de una nueva etapa regulatoria, especialmente en el ámbito europeo. Solo Google, por ejemplo, acumula ya más de 8.200 millones de euros en multas desde Bruselas. La monopolización del mercado, incluida la publicidad, por su dominio de las búsquedas es uno de los grandes temores. Hay más casos: Apple fue obligada por ley el pasado noviembre de 2019 a ofrecer en Alemania otros servicios de pago NFC además de Apple Pay.

2. Las réplicas del terremoto RGPD

El Reglamento General de Protección de Datos cumplió un año en vigor en mayo de 2019. Para entonces, y según un Eurobarómetro, casi seis de cada diez personas eran conscientes de que existía una autoridad de protección de datos en su país. En 2015 eran cuatro de cada diez. ¿Qué ocurrirá ahora? La Comisión emitirá un nuevo informe de evaluación tras dos años en vigor y, además, piensa usar el modelo del RGPD como base para nuevas normas en ámbitos como la inteligencia artificial y el 5G.

3. Memes con derechos: *copyright* y libertad de expresión

La aprobación en marzo de 2019 de una nueva directiva europea de derechos de autor disparó las alarmas entre los defensores de la libertad de expresión y un internet abierto. Anunciada como “un paso clave para completar el Mercado Único Digital”, el miedo a que un control previo automatizado frenara la libertad creativa y la producción científica canalizaron las protestas. Los Estados miembros tienen hasta el 7 de junio de 2021 para incorporarla a su legislación.

*“Probablemente
tendremos que
reinterpretar la
responsabilidad
de los operadores
dominantes”*

*Margrethe Vestager, Comisaria
europea de Competencia*

Legales

Coordenadas de la expedición

GAFA

La suma de Google (Alphabet), Amazon, Facebook y Apple es considerada en ocasiones como el máximo exponente de un nuevo imperialismo tecnodigital. Son objeto de buena parte de la presión regulatoria y diana de no pocas de las críticas contra el modelo y filosofía de Silicon Valley. Aunque empezaron como servicios muy concretos, poco a poco han logrado formar parte del día a día y condicionar prácticamente todos los aspectos de la vida actual, desde la distribución de contenidos hasta la movilidad de las ciudades.





La
importancia
de explorar



Interpreta
Imagina
Diseña
Narra



*“En pocas palabras, no
existe certeza alguna
sobre el futuro; es
inherentemente incierto”*

Book of futures: a bespoke guide



Más importante incluso que detectar tendencias es ser capaces de relacionarlas entre sí y contextualizarlas; de construir y contar el entorno en el que ocurren.

Porque narrar es explorar. El futuro es claramente especulativo. No se puede predecir. Se imagina, se cuenta. Dar el paso de las señales a las tendencias y de las tendencias a los escenarios es fundamental para convertir este tipo de apreciaciones en información potencialmente estratégica. **La meta es por tanto construir narrativas para el presente y también para el futuro.** ¿Qué ocurrirá si no logramos revertir el calentamiento global? ¿Cómo afectará a nuestra configuración social si todos los empleos pasaran a depender únicamente de grandes plataformas tecnológicas?

Intentar responder a esas preguntas es la materia prima para los posibles futuros. Siempre en plural. La gran mayoría son **posibles**, cualquier futuro que podría pasar. Lo **plausible**, en cambio, es aquello que tendría más posibilidades de ocurrir, que tiene *más sentido*. Ahora bien, cualquier persona deseará un futuro **preferible**, aquel que, por la razón que sea, más conviene a sus intereses.

Señales

Macrotendencias

Tendencias

Escenarios

Futuros

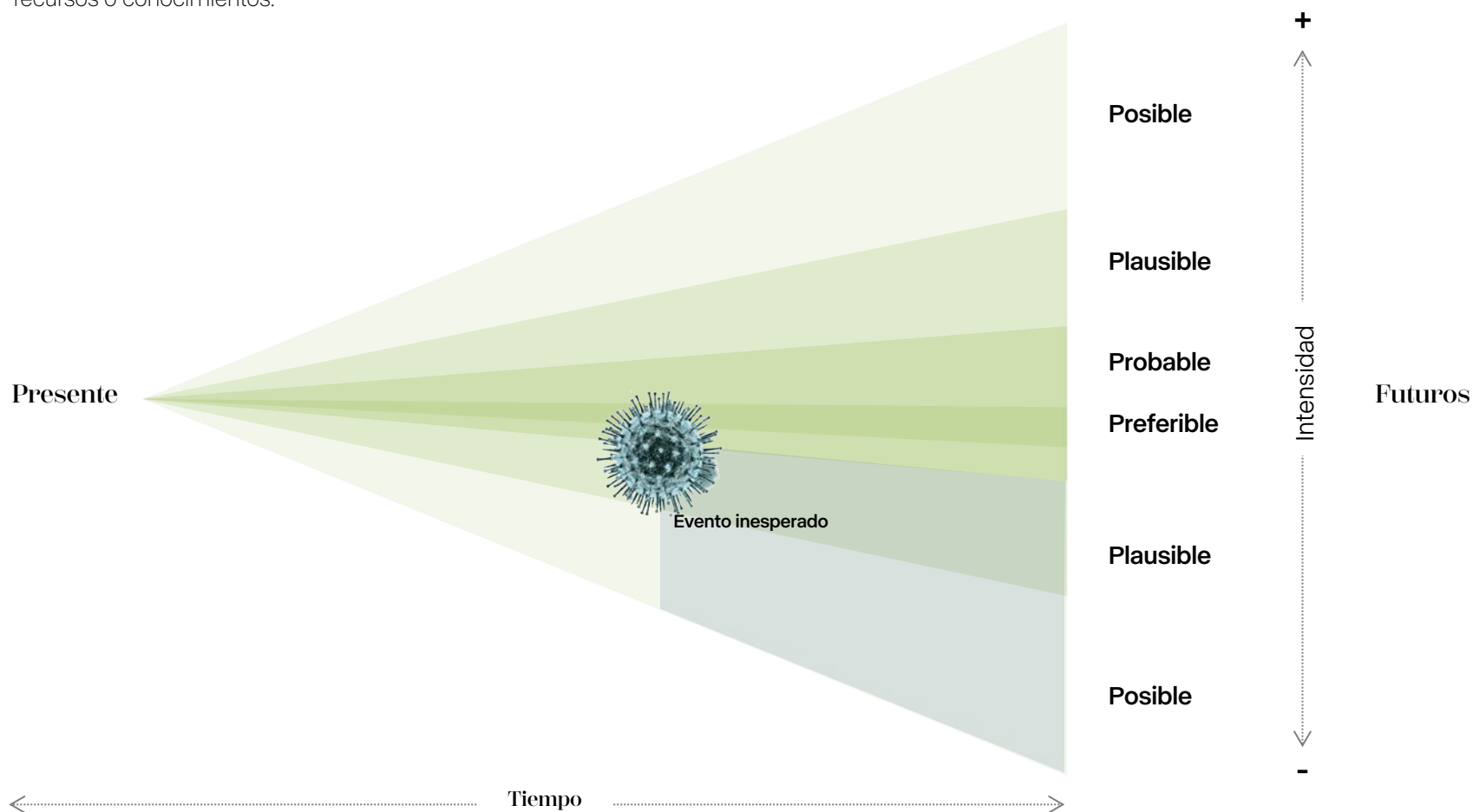
El futuro, ¿cómo es?

Posible: Podría ocurrir, aunque no con facilidad. De hacerlo haría falta un cambio significativo en las tecnologías disponibles, las actitudes sociales, etc.

Plausible: Menos que probable, pero más que posible. Existen dificultades para que se materialice, pero no por falta de condiciones, recursos o conocimientos.

Probable: Las tendencias, los análisis y las actitudes apuntan a su realización. Son, por definición, escasos. Nada suele estar tan claro.

Preferible: Del tipo que sea, pero deseado. Quizá no existan ni las condiciones ni los recursos, pero sí la motivación. La utopía perseguida.



Cuánto te quieres adentrar en la selva

Las posibilidades de un futuro también tienen que ver con el punto de vista desde el que lo miremos, en especial el horizonte temporal. Cuanto más hacia el horizonte apuntemos, a lo lejos, más escenarios se nos abrirán. Sin embargo, cuando más alarguemos la vista con menos datos contaremos. Necesitaremos otras herramientas y apostar más por la imaginación que por el análisis. Podrás analizar en el corto plazo, pero a la fuerza tendrás que imaginar en el largo.



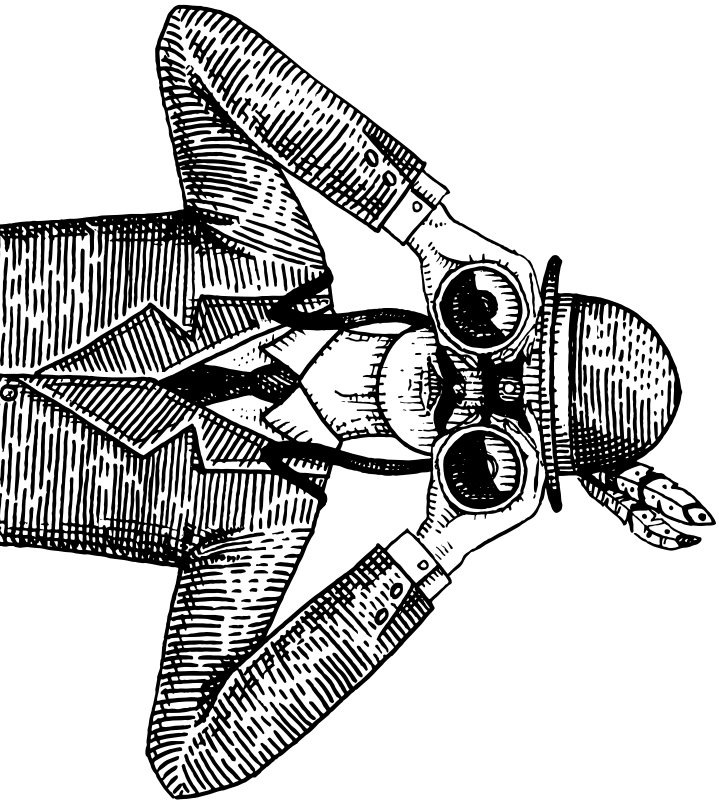
Largo



Medio



Corto



Piensa en esta
expedición como
una invitación a
la exploración.

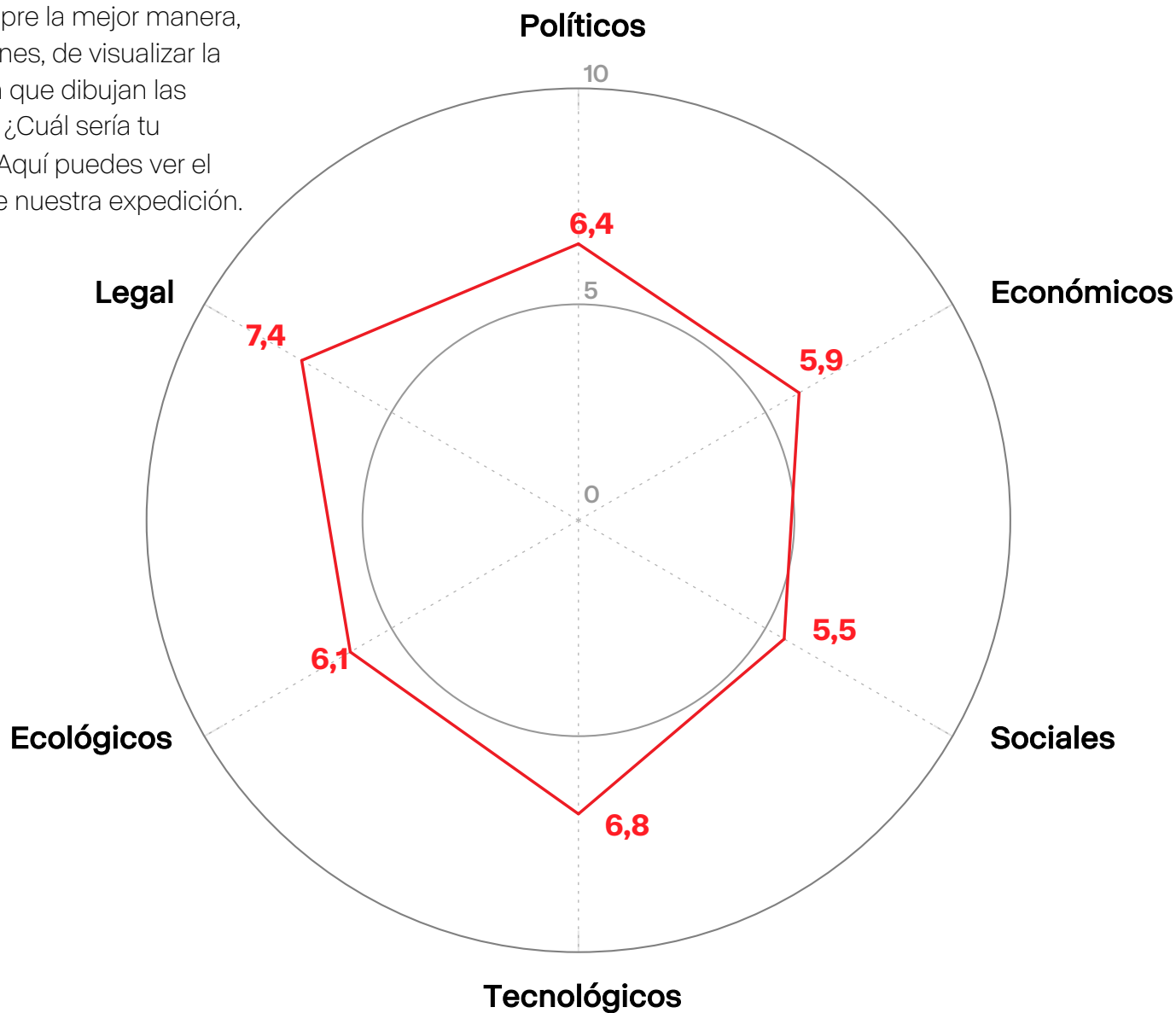
Busca el impacto

Ordenar a partir del método PESTEL, por ejemplo, puede servir para dar un salto desde las tendencias a los escenarios y los entornos (¿Qué perspectivas nos esperan como empresa?). Atribuir un valor a cada tendencia permite adaptar una herramienta como el análisis del perfil estratégico del entorno y crear nuestros sismogramas particulares.



Visualiza el impacto

Busca siempre la mejor manera, según tus fines, de visualizar la información que dibujan las tendencias. ¿Cuál sería tu escenario? Aquí puedes ver el resultado de nuestra expedición.



Guía rápida para un escenario de futuro

Las tendencias pueden ser la primera piedra, el primer paso, en la construcción de un escenario de futuro más completo. Es pasar de la comprensión a la imaginación. Pensar en posibilidades, incluso remotas. ¿Un truco? Trabaja el escenario como una historia. Busca personajes, lugares, situaciones y relaciones.

Actores

- _ ¿Quién participa en el escenario?
¿Quiénes son sus protagonistas?
- _ ¿Qué comunidades, grupos, organizaciones e instituciones forman parte?
- _ ¿Qué valoran más? ¿Qué aprecian?
- _ ¿Qué temen?

Tendencias y contratendencias

- _ ¿Cuáles son las principales tendencias, vectores, cambios y fuerzas que están configurando el escenario?
- _ ¿Cuáles son las contratendencias, reacciones y respuestas a esas líneas de cambio?

Reto

- _ ¿Qué necesidad, problema o dificultad aborda el escenario?

La posibilidad

Pon un nombre al escenario y describe su potencial

Cultura y valores

- _ ¿Qué valores y principios determinan el comportamiento y decisiones de las personas?
- _ ¿Qué valora por encima de todo la sociedad?

Contexto

- _ ¿Dónde ocurre el escenario?
- _ ¿Cuándo ocurre?
- _ ¿Cuál es la situación histórica, social y política del momento?

Tecnología

- _ ¿Qué avances tecnológicos configuran el escenario? ¿Cuáles son las tecnologías emergentes más relevantes?
- _ ¿Cuál es la relación entre la tecnología y la sociedad? ¿Cómo la utilizan y valoran las personas?

Ambiente y atmósfera

- _ ¿Qué sensaciones transmite el escenario? ¿Qué aspecto tiene?
- _ ¿Cuáles serían las emociones del escenario? ¿Ira? ¿Calma? ¿Alegría?
- _ Describe el escenario, cuál es el ambiente, el aire que se respira...

Recortes de un futuro





“La única manera de descubrir los límites de lo posible es aventurarse un poco más allá, hacia lo imposible”



Arthur C. Clarke



Hacer un ‘collage’ tiene más similitudes de lo que parece con la búsqueda de tendencias y la creación de escenarios.

Todo comienza con la comprensión. Necesitas entender. Qué quieres contar, cómo lo quieres contar. Inicia la búsqueda. Explora, clasifica y descarta materiales. Recortar es cribar. Selecciona lo importante, lo que de verdad te sirve y aporta. Esa será la materia prima de tu obra. No olvides tus herramientas (cúter, pegamento, tijera). Serán decisivas. Cada recorte necesita una cuchilla específica. Tijera o bisturí. Todo depende. Ahora júntalo todo. Distribuye en el espacio. Coloca, reordena, rectifica y avanza. La composición genera nuevos significados, nuevos sentidos. He ahí tu escenario. Recuerda que el *collage* surgió como técnica artística durante las vanguardias de principios del siglo XX. Años de cambio, de efervescencia política y transformaciones tecnológicas, sociales y económicas. En parte, como ahora. ¿Por qué no iba a funcionar un *collage* entonces?



¿Te gustaría saber más?

En Prodigioso Volcán seguimos trabajando y ampliando continuamente el alcance de nuestro Observatorium. Si tienes interés, estaremos encantados de compartir nuevas tendencias y prácticas relevantes. También te podemos ayudar a buscar y definir tus propias tendencias así como a preparar estrategias a partir de ellas.

Sí, quiero saber más

Entonces escríbenos a losdelvolcan@prodigiosovolcan.com

Cuéntanos en qué tienes interés y buscaremos la forma de comenzar juntos una nueva expedición.



Prodigioso Volcán

