



Lo slow

Modelos de negocio basados en: Slow cities, slow food...

Los cambios en los valores de las personas son uno de los factores que con más fuerza, históricamente, han impulsado la innovación en las sociedades.

Uno de los elementos clave que caracteriza a la mayoría de las denominadas economías desarrolladas, es el nivel de consumo de bienes y servicios de sus ciudadanos; consumo que muchos definen como la base del sistema capitalista y del bienestar. Pero desde finales del siglo XX se está consolidando un cambio en los valores de muchas personas que ponen en duda el modelo económico consumista y plantea alternativas al modelo actualmente imperante de crecimiento sin límites.

Este cambio en el modelo de la sociedad es el resultado del cambio en la mentalidad de personas que:

- cada vez son más hostiles a los productos y servicios propuestos por las empresas (en especial de las multinacionales);
- que ya están saciados porque "ya lo han consumido todo";
- que tiene la convicción de que hay que reducir la generación de residuos y productos no reciclables para no destruir el planeta;
- que consideran que la felicidad no está en tener más ...

Este cambio de mentalidad está creando movimientos como el de las *slow-cities*, surgido a finales de los 90 y en el que se postula un nuevo modelo de sociedad en la que se potencien valores como: la alimentación natural (frente al fast food y alimentos industrializados), sociedades menos agobiadas, un consumismo más racional, el desarrollo de sociedades medioambiente respetuosas, ciudades más tranquilas con menos ruido y menos tráfico, y por un consumo basado en lo que realmente se necesita, etc.

PROPUESTA DE INNOVACIÓN



Slows Cities, slow food... un cambio social y económico que exigirá de modelos empresariales

En mayor o en menor medida, la existencia de una conciencia crítica con el perfil consumista de las sociedades actuales, está presente, y quizá con el tiempo (y catalizado por la crisis económica, social y mediambiental de principios del siglo XXI) genere un cambio profundo-real en la sociedad y en el modelo económico, al que las organizaciones y las empresas

-de todos los sectores económicos - se verán inmersos y al que deberán responder con nuevas soluciones y nuevos modelos de negocio.

Empiezan a consolidarse movimientos sociales a los que muchas empresas empiezan a dar respuesta, con soluciones como:

- Productos de alimentación más naturales y saludables, una vuelta a la naturaleza.
- Productos de alimentación, restaurantes denominados de kilómetro cero, por su oferta basada en productos locales.
- Alimentación con productos de temporada
- Bienes cuyos componentes sean reciclables
- Minimización de embalajes
- Productos no de un solo uso, que se puedan reparar
- Vehículos menos ruidosos, menos contaminantes. Electricos
- Empresas que no sólo consideren y maximicen lo económico.
- Ciudades menos ruidosas, ciudades tranquilas (pacificadas)
- ...

NUEVO MODELO DE NEGOCIO ¿PARA SU EMPRESA?

¿Qué nuevas soluciones puede incorporar su empresa para que sus actuales productos, servicios puedan captar esta nueva necesidad?

¿Podría desarrollar una nueva oferta de soluciones (productos / servicios) y entrar en este nuevo sector aportando una oferta que cubra alguna de las necesidades insatisfechas?

¿Su actividad – productos/servicios/procesos- ya cumplen totalmente o en parte con este enfoque, pero el mercado no los sabe? ¿Podría desencadenar acciones de marketing / comercialización que los pongan en valor?

¿Que áreas de su modelo de negocio ha de cambiar para potenciar este enfoque de mercado?