LAFAYETTE

| Consumidation | C

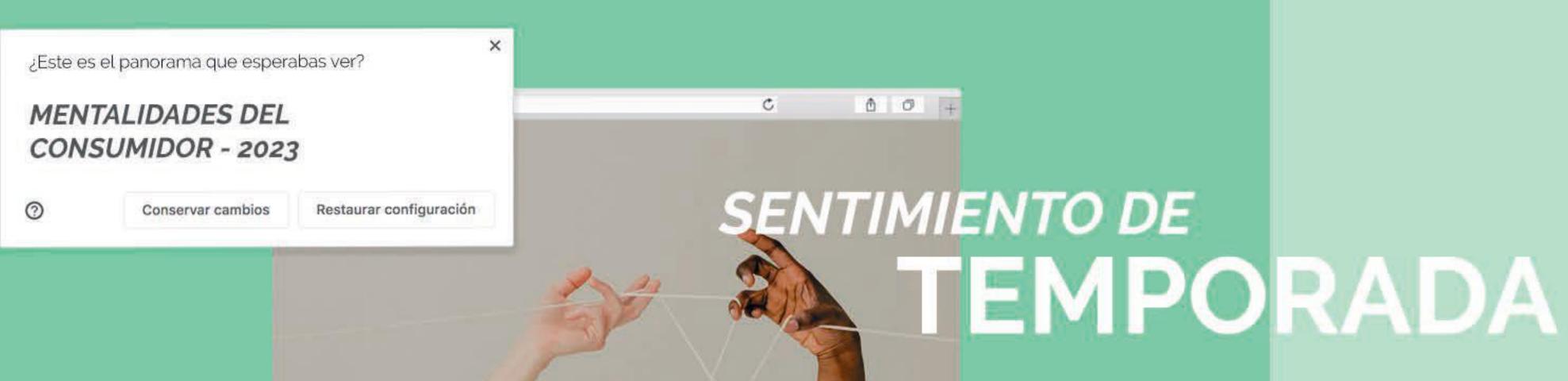
MENTALIDADES DEL CONSUMIDOR

Pensamientos y sensibilidades

+ ACTUALIZACIÓN

NEXTLAB institute

Actualizar ahora



Daniel Dorsa

El 2023 será un año en el que los consumidores, despiertos y con prioridades claras, buscarán desaprender lo dictado por las estructuras sociales tradicionales y contemplarán nuevas formas de cohabitar el mundo.

Cuestionarán la forma en la que se han venido haciendo las cosas y en consecuencia, redefinirán su forma de crear, de consumir, de habitar los espacios y de relacionarse con los otros.

Se dará paso a una consciencia más amplia y colectiva, que cree en un futuro diferente, más equilibrado, justo y feliz, que sólo puede ser posible a partir de la conexión humana.

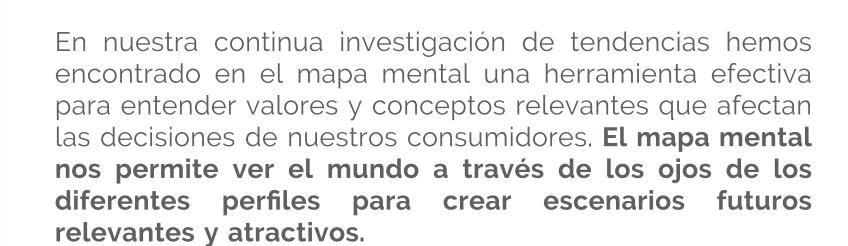
VARIABLES EN TRANSFORMACIÓN



8 0

MAPA MENTAL

• • < > **I** Q

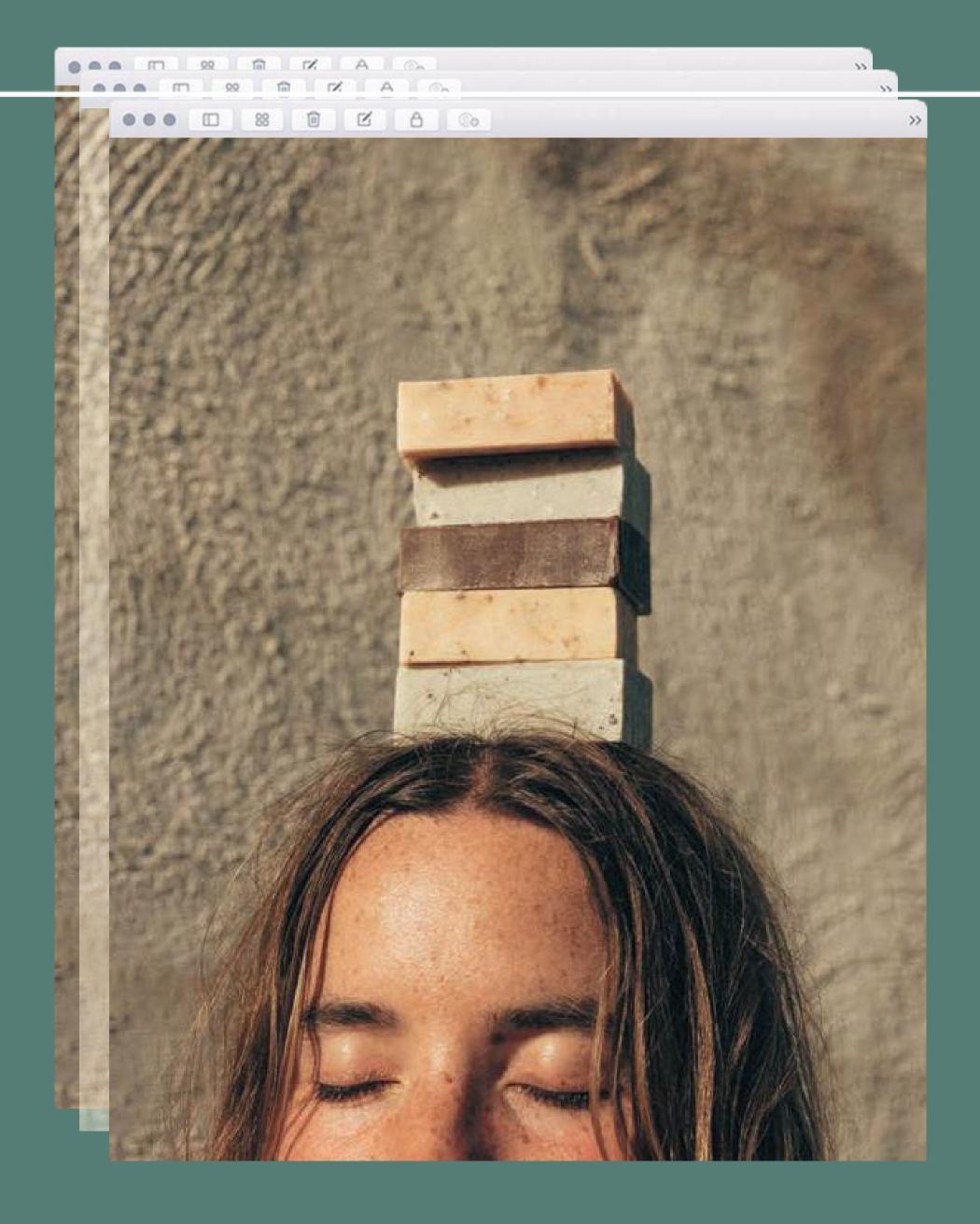


Dicho esto, ubicamos cada tendencia de la temporada de la siguiente manera: verticalmente diferenciamos entre dos tipos: emocionales y racionales. Horizontalmente entre individualidad (yo) y colectivo (nosotros). Los consumidores del tipo individual centran su vida de acuerdo con ellos, mientras los del tipo colectivo abrazarán valores relacionados con el grupo.

Dividir las características clave en las tipologías nos da una visión multidimensional general de las personas y permite en un solo vistazo comparar las mentalidades.

EMOCIONAL Valores significativos y empáticos Prima la forma y lo simbólico sobre la función UNO LA CIENCIA DE LA ESPERANZA / PLURALIDAD EMOCIONAL / INMUNIDAD EMOCIONAL / EMPATÍA / HUMANIDAD / ACCIÓN ÉTICA **REFORMAS EDUCATIVAS** INHALA / EXHALA BIENESTAR / ECONOMÍA DE LA HIGIENE FILOSOFÍA CURATIVA / LONGEVIDAD / GRAN MIGRACIÓN / EXPANSIÓN AL AIRE LIBRE COLECTIVO **INDIVIDUAL** Referencia fuerte del pasado Referencia fuerte del futuro Se apega a la tradición Se desarraiga de la tradición Busca conectarse, crear redes, Busca espacios personales y de recogimiento ser más social **ALFAYOMEGA** ECONOMÍA REGENERATIVA / CONSUMO DE BAJA DEMANDA / ECONOMÍA DE LA RECESIÓN / LA ERA DE LOS SUSTITUTOS / DISEÑO COMO PRÁCTICA SOCIAL **RACIONAL** Soluciones inteligentes e interactivas Prima la función sobre la forma o lo simbólico Prueba nuevas tecnologías



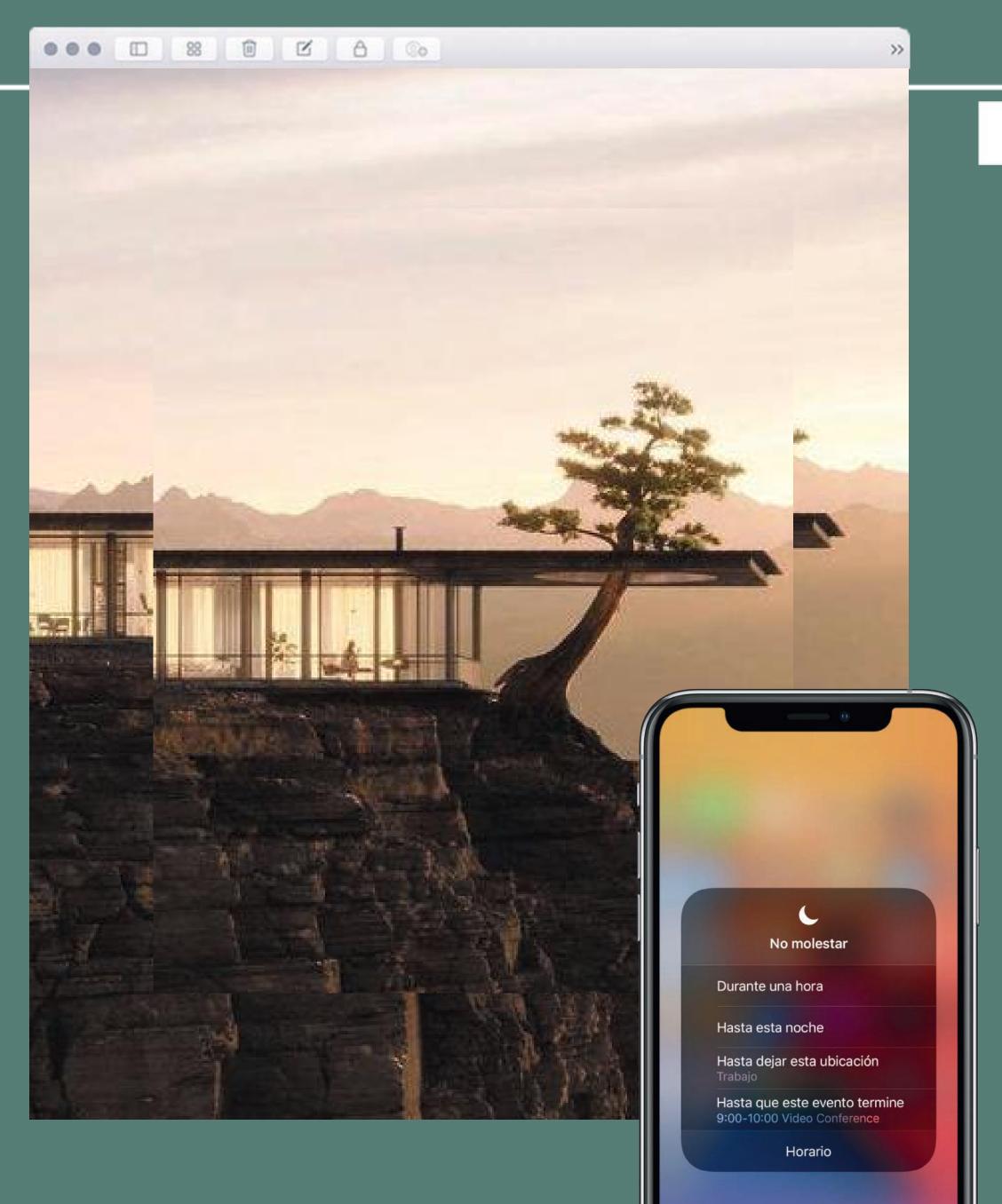


← Contexto: |

La pandemia evoluciona: pasa de ser un tema de salud a un tema de sociedad, donde los factores sociales, económicos y emocionales se vuelven temas urgentes dentro de las agendas globales. Los consumidores, más cautos que nunca, abrazan la economía de recesión, con una mirada holística hacia el bienestar y el autocuidado. Se reconocerá nuestra vulnerabilidad como humanidad, entendiendo la importancia de estar sanos y fuertes para enfrentar las situaciones a las que estuvimos, estamos y estaremos expuestos.

Somos más conscientes de lo que nos hace mal: situaciones, entornos, noticias, hábitos o relaciones que detonan el estrés, el agotamiento, la depresión, la ansiedad, enfermedades físicas e incluso problemas financieros. Nos sentiremos más atraídos a los estilos de vida más reservados para protegernos de los estímulos exteriores.

De forma forzada pero efectiva, se ha acelerado el teletrabajo, lo que ha hecho que las personas evalúen los pros y los contras de vivir en megaciudades. Comenzaremos a contemplar vivir en zonas rurales y ciudades intermedias con mejor calidad de vida, iniciando así, la gran migración de los grandes centros urbanos.



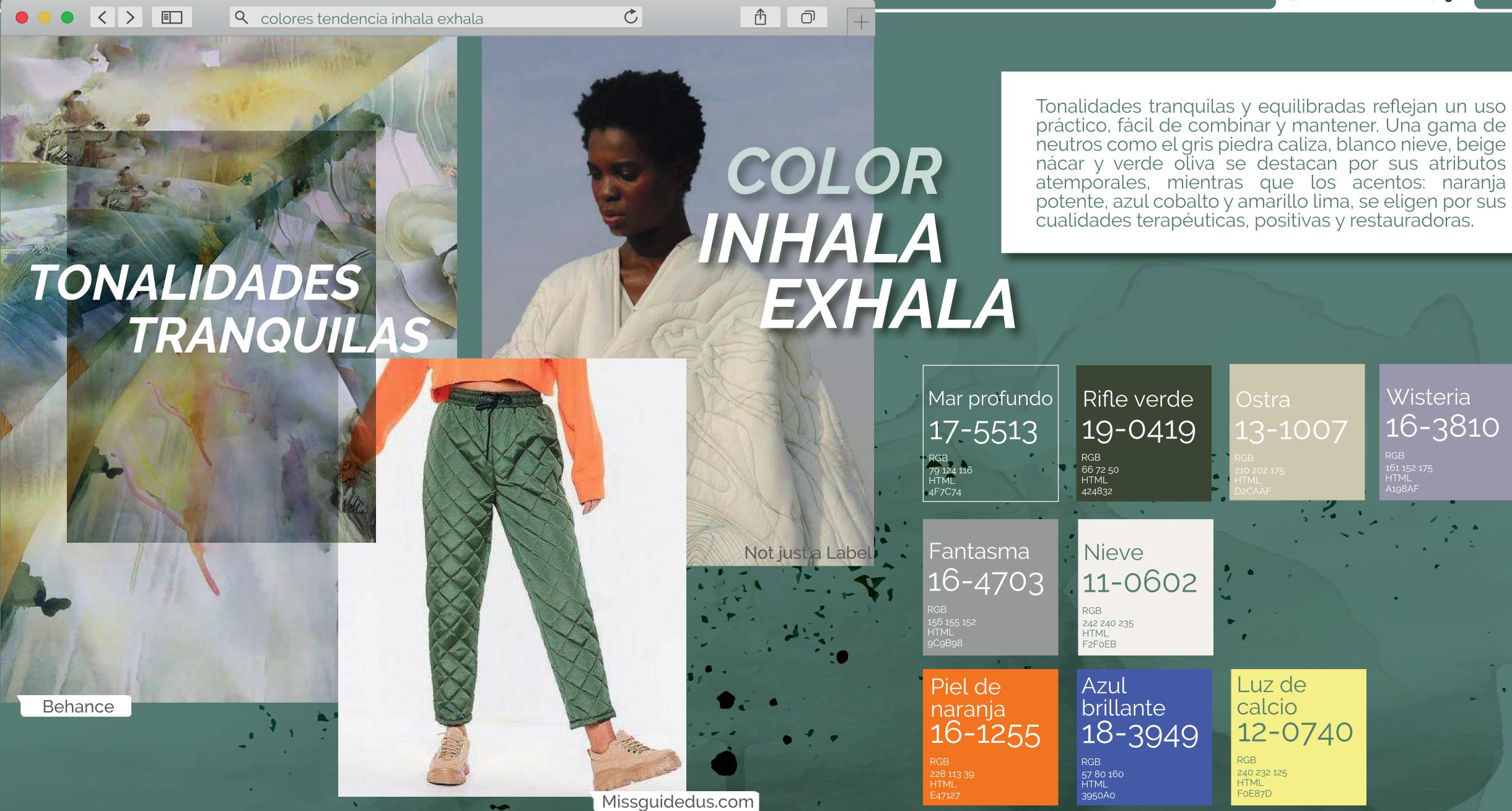
← Reacción del consumidor: |

Es la necesidad de encontrar el equilibrio entre la vida personal y profesional, entre lo externo y lo interno, lo que desarrollará una economía de la higiene, preocupada por el autocuidado y entendiéndola de manera más amplia: como un hábito que puede aplicarse tanto a lo físico como a lo mental, depurando objetos, información, hábitos, entre otros.

Estaremos dispuestos a apartar la mirada del exterior y mirar hacia el interior con el objetivo de encontrar respuestas, reinventar rutinas y crear hábitos de cuidado adaptados a intereses particulares y propios. Nuestra cotidianidad, que ya no está definida por espacios, como "casa", "colegio" u "oficina", será un reto para la creación de productos o servicios que ayuden a las personas a crear límites entre una actividad y otra. Gestionaremos el silencio a través del diseño de espacios y tecnología de aislamiento acústico.

Los espacios naturales, con menos densidad de población, atraerán a los migrantes de las grandes ciudades, apalancados en la aceleración tecnológica que nos trajo el 2020 y el acceso a internet en zonas remotas. Esto nos permitirá reconectar y reconstruir nuestra relación con la naturaleza, buscando productos y servicios que entreguen una sensación de seguridad y protección.



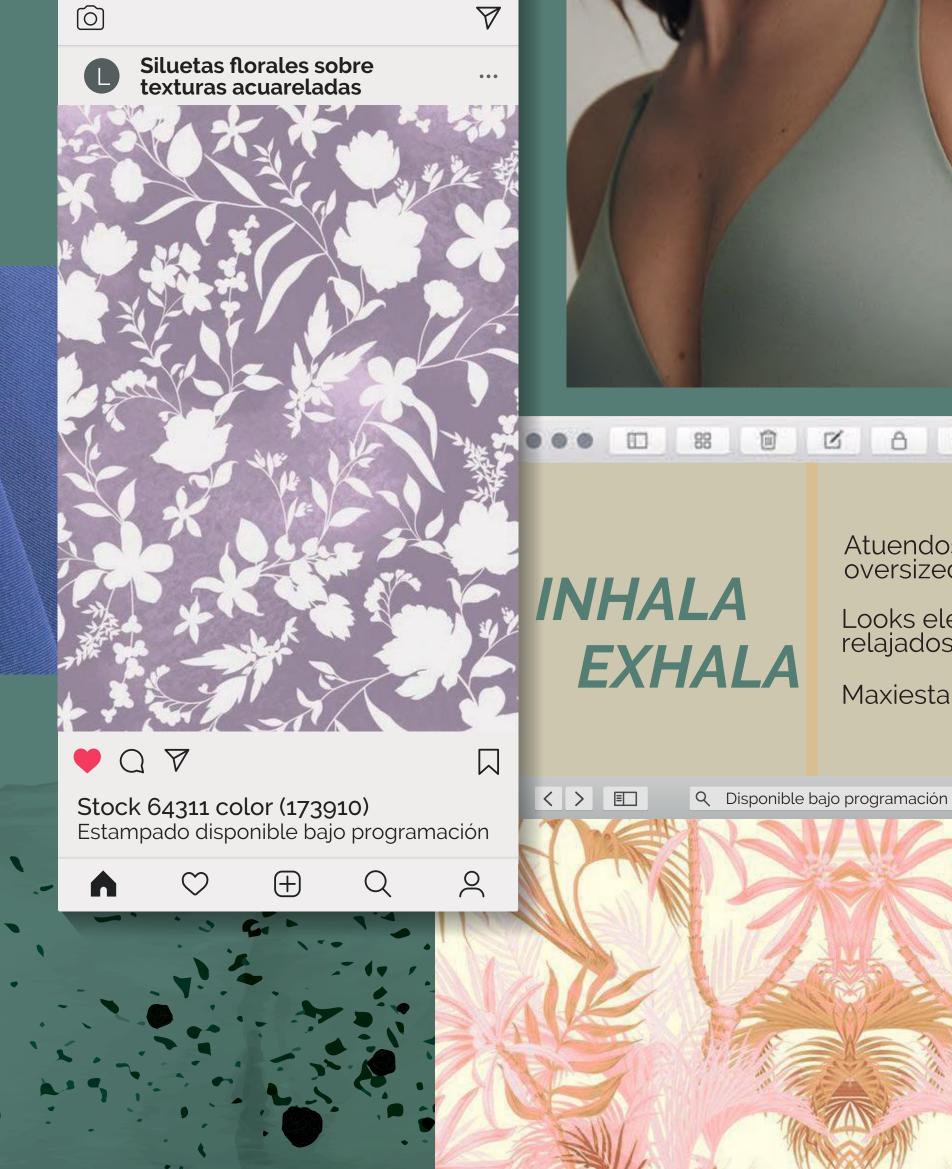








BAHIA STOCK: 30430 19-4245



UNDER PLUS STOCK: 77556 16-1320

OYSHO

C



Atuendos con exteriores oversized.

Looks elegantes pero relajados.

Maxiestampados



Voitment

METRO LC STOCK: 26544 16-1149

Stock: 56628 color: 111306

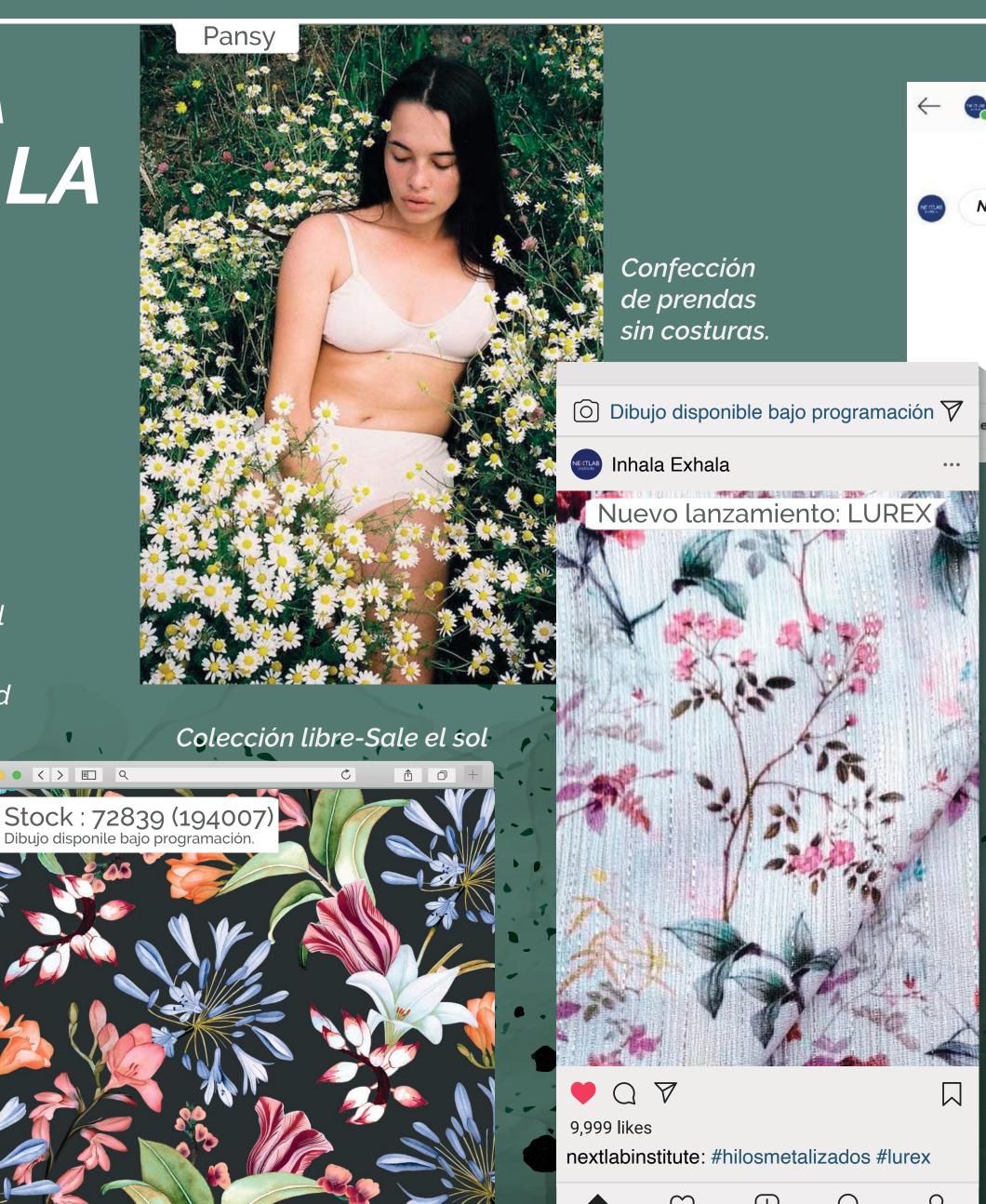


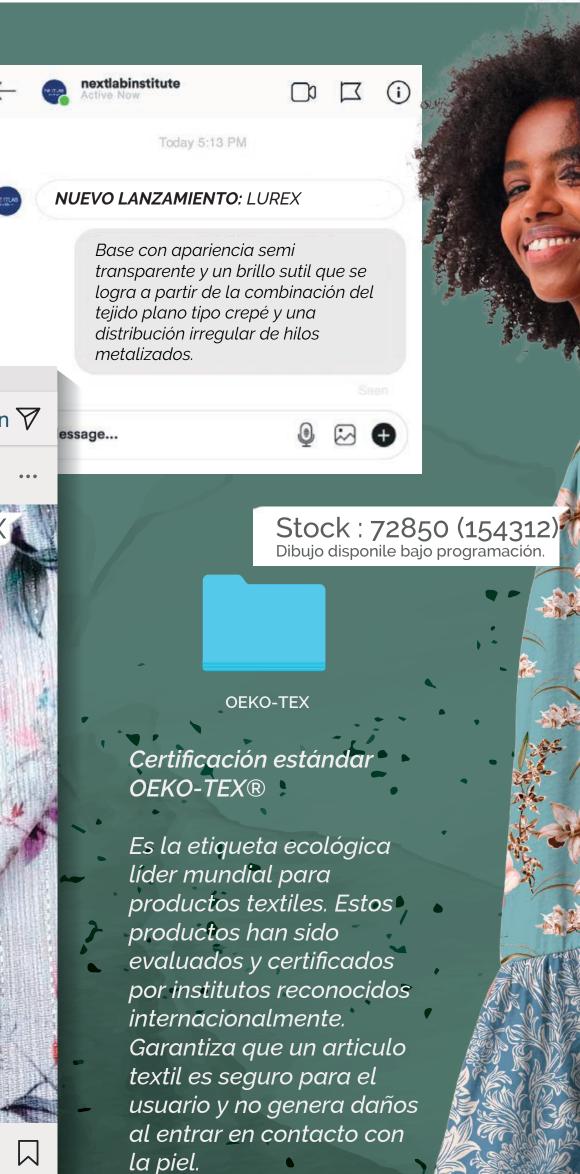
Stock: 72832 (173923) Dibujo disponile bajo programación.

Lafayette INHALA EXHALA

+ Actualización



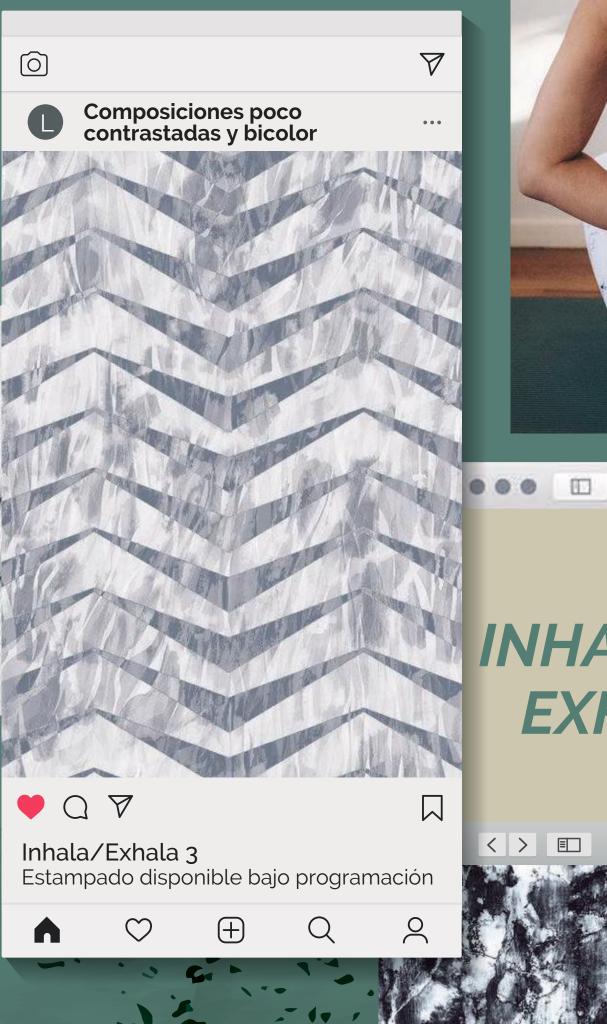






TEXTILES

STEPWAY STOCK: 27778 11-0601



STAMINA 19-3907 @carbon38

Q Disponible bajo programación

STOCK: 32201



88

Deportivo meditativo.

Actividades deportivas outdoor

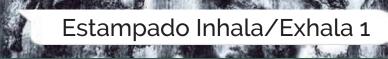
Migración a espacios rurales

NIKE

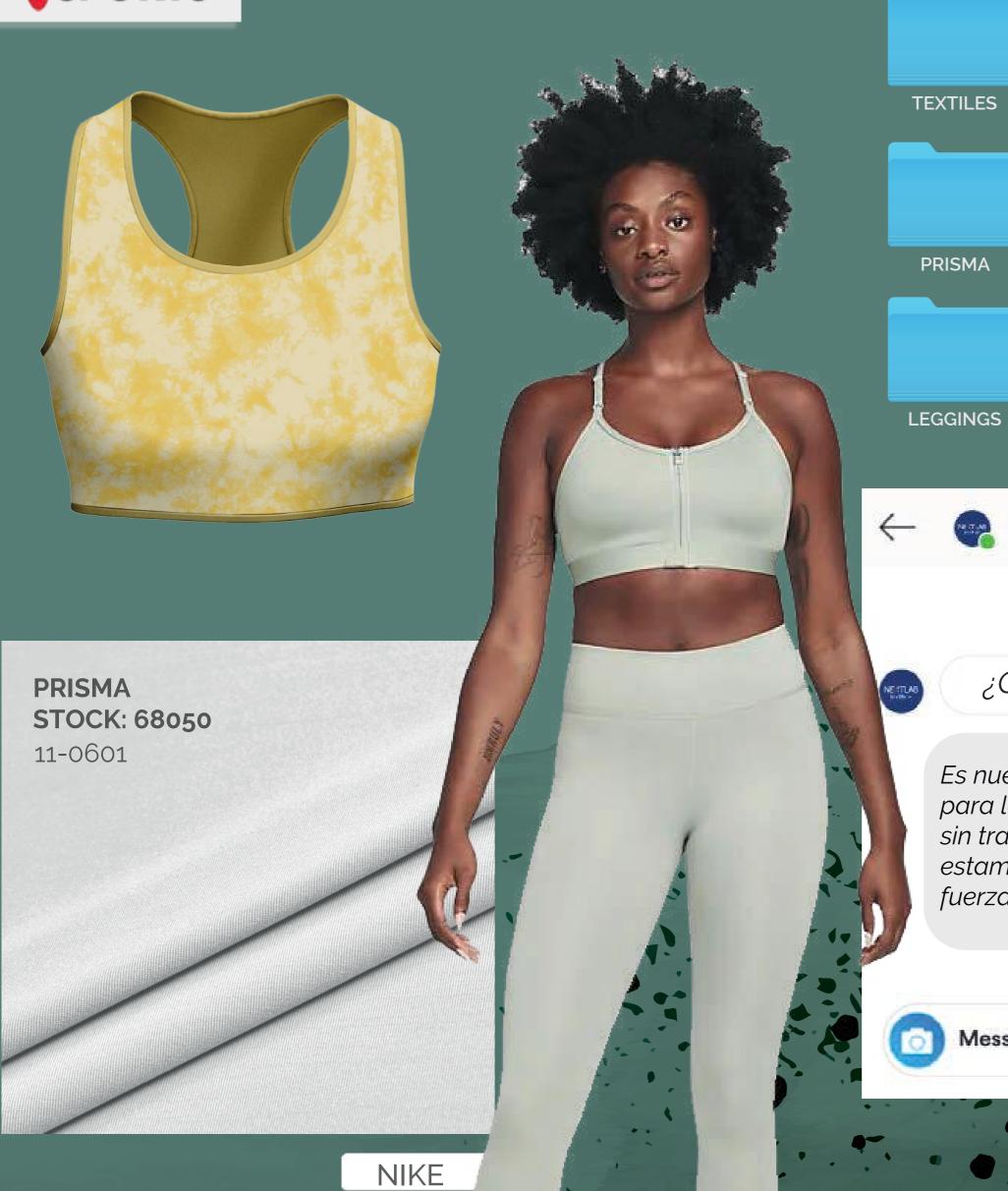
Stronger

MICROTEC STOCK: 22593 12-0703

WGSN







INHALA EXHALA + Actualización

i i

B B ©

Actividades deportivas outdoor

PRISMA, textil ideal para deportes al aire libre.

ELECTRIC AND ROSE



Today 5:13 PM

¿Qué es Prisma?

nextlabinstitute Active Now

Es nuestro nuevo lanzamiento textil especial para leggings y tops con mayor cubrimiento sin transparencias. Con él conseguirás estampados más vibrantes gracias a la fuerza del color de la estampación digital.

Message...





口

(i)





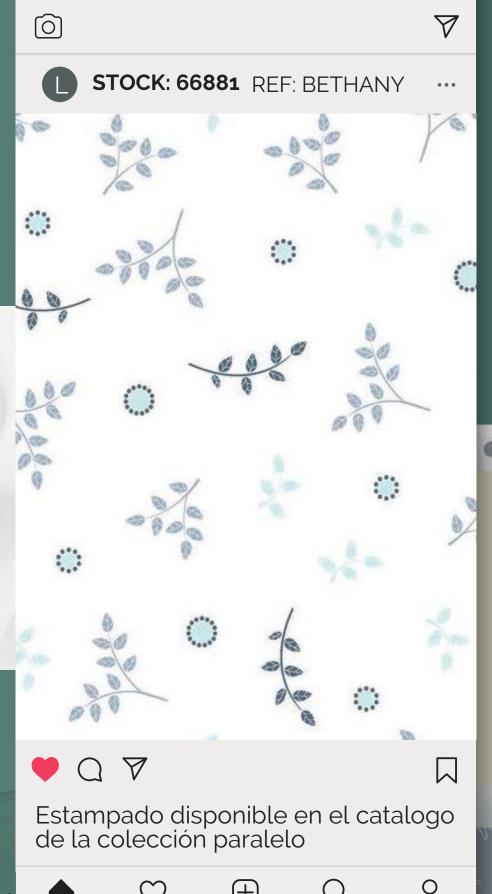


LULULEMON

Lafayette uni for me



UNIVERSAL V-SAFE STOCK: 65275 11-0601



STAMINA STOCK: 32201 19-3907

DIOR

INHALA EXHALA Sastrería suave.

M A @

Ropa diseñada para el trabajo.

Detalles de informalidad en prendas elegantes.

C

OYSHO

MICROTEC STOCK: 22593 17-6212

fotki



Stock: 66926 ref: murat davos

< > =

Lafayette uni for me

MICROTEC STOCK: 22280 17-6112

INHALA

EXHALA

+ Actualización



NOGAL



BATARI LYCRA

STOCK: 32498

画

U

Colores orgánicos y botánicos inspirados en la naturaleza como referente fundamental.

0

Acentos cosméticos como madera de cedro , complementados con tonos neutros como el grafito, resaltados por la pureza del sol de desierto con sus tonos mostaza.

Azul coral Madera de cedro Color: 194626 Color: 171525

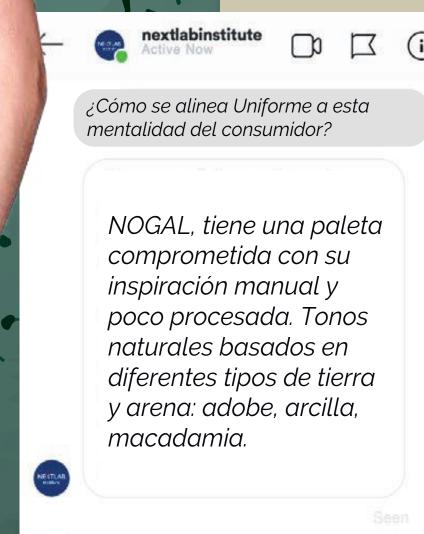
BOGAZ LYCRA STOCK: 31949 Grafito Color: 184005

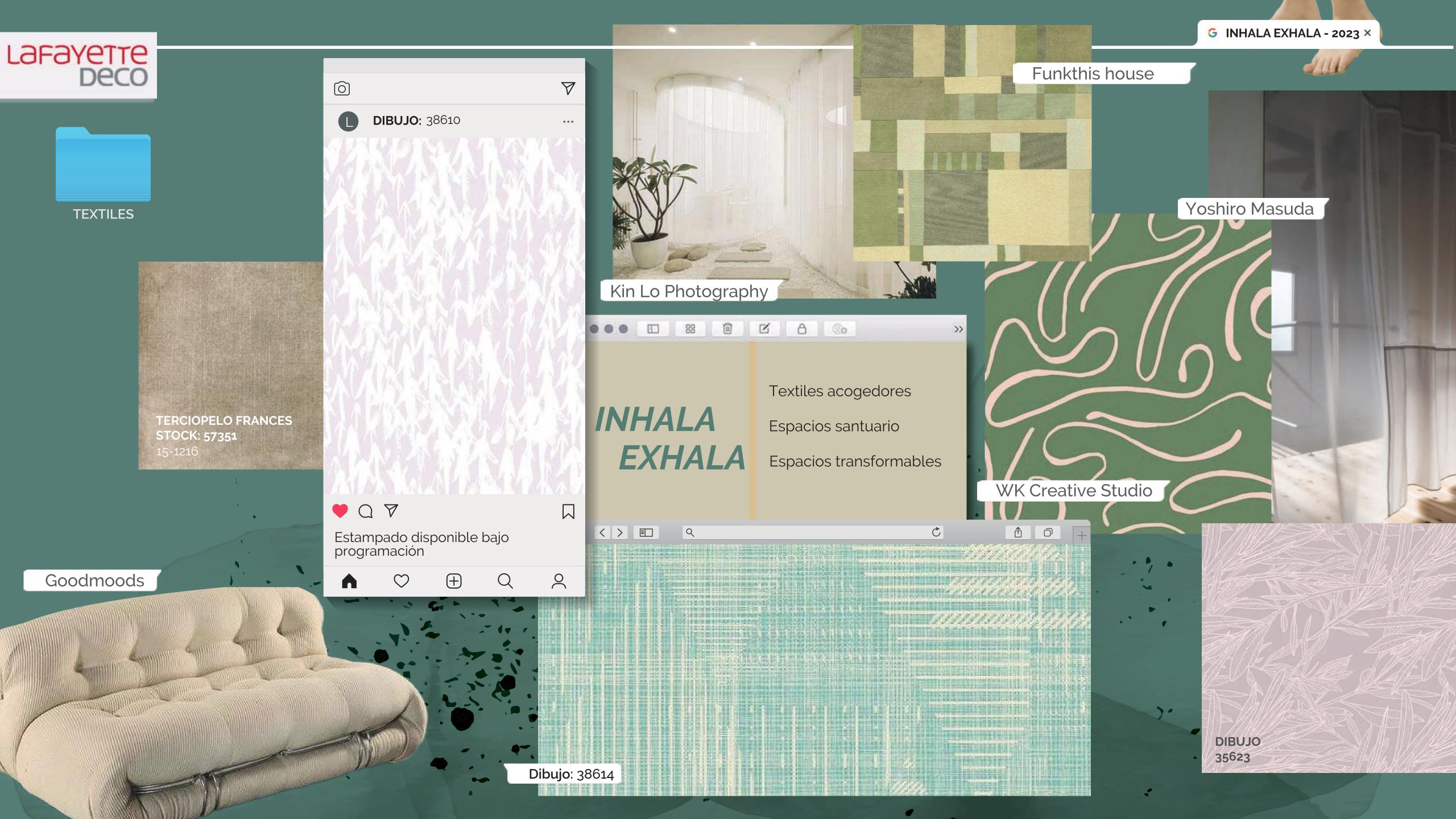
• • • < > **E**

BATARI LYCRA STOCK: 32498 Arroz integral Color: 131105

ALVIERO STRETCH STOCK: 27597





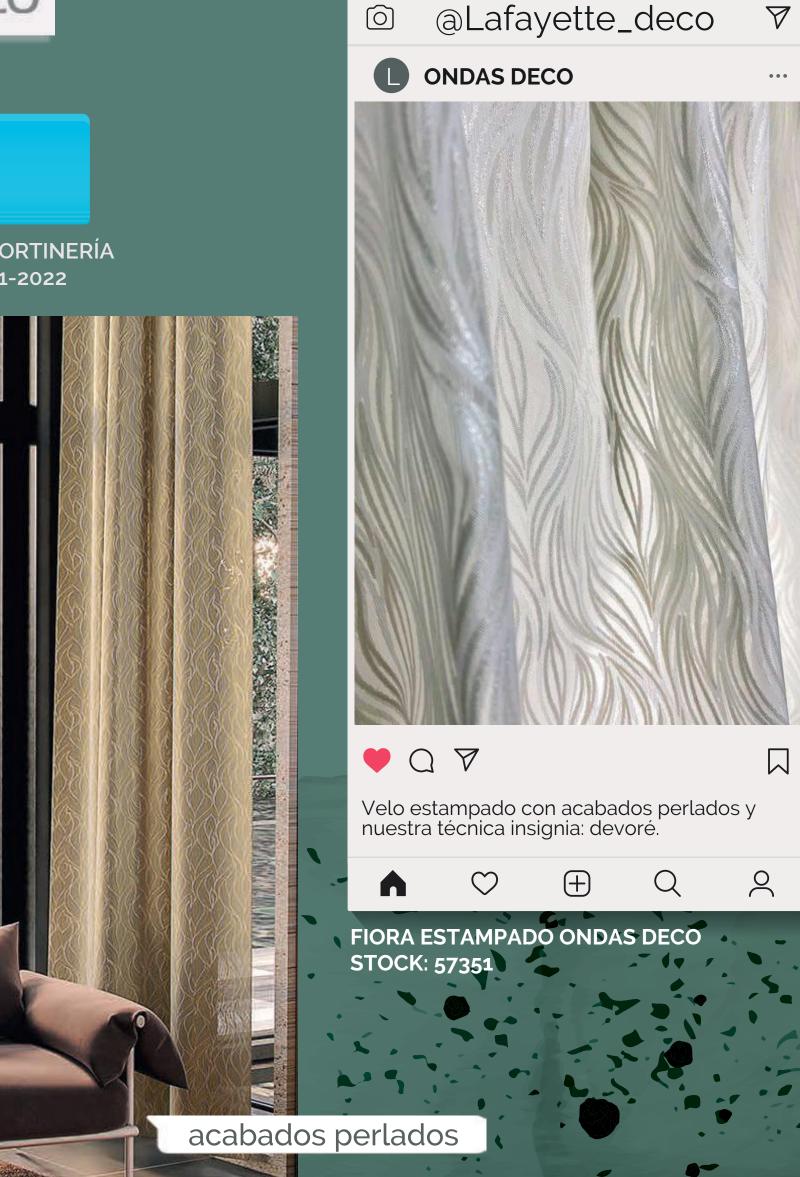


LUXOR FR





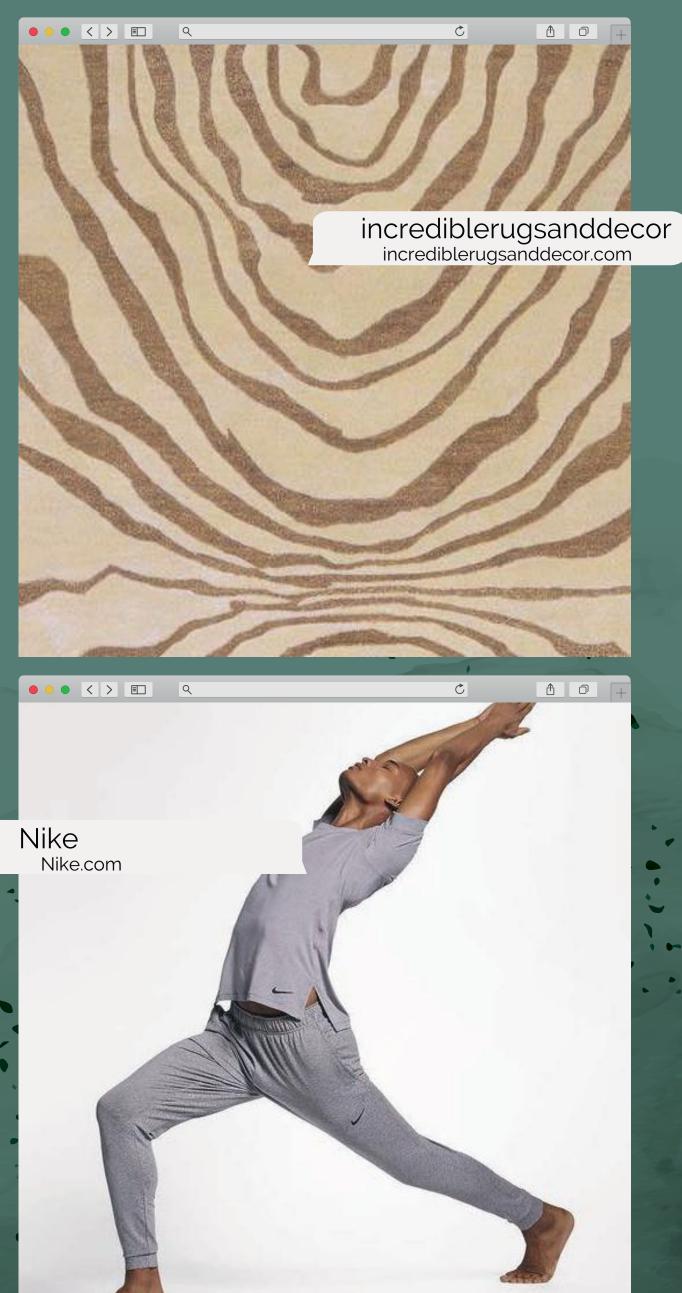


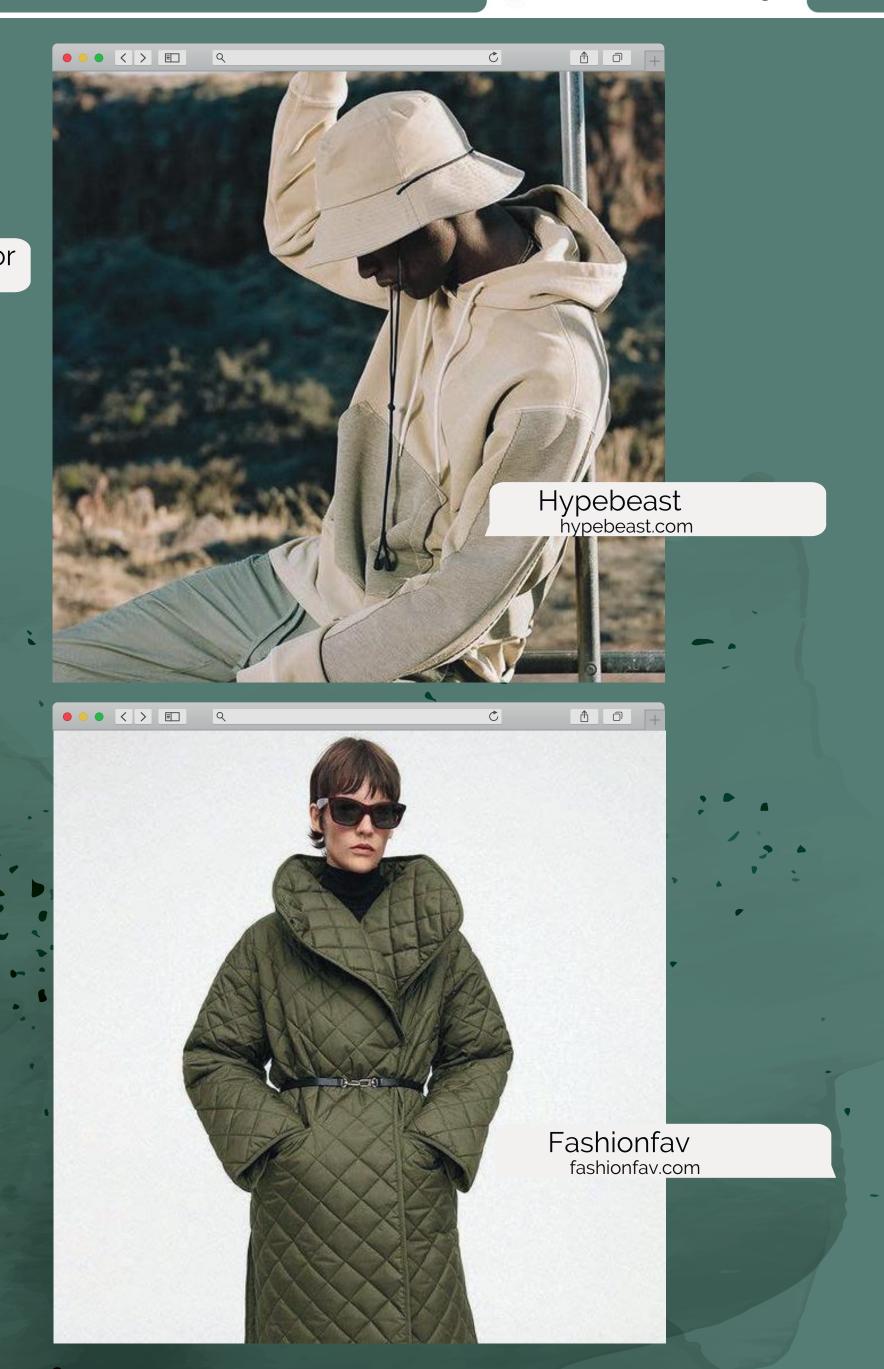






• • • < > **=** Q



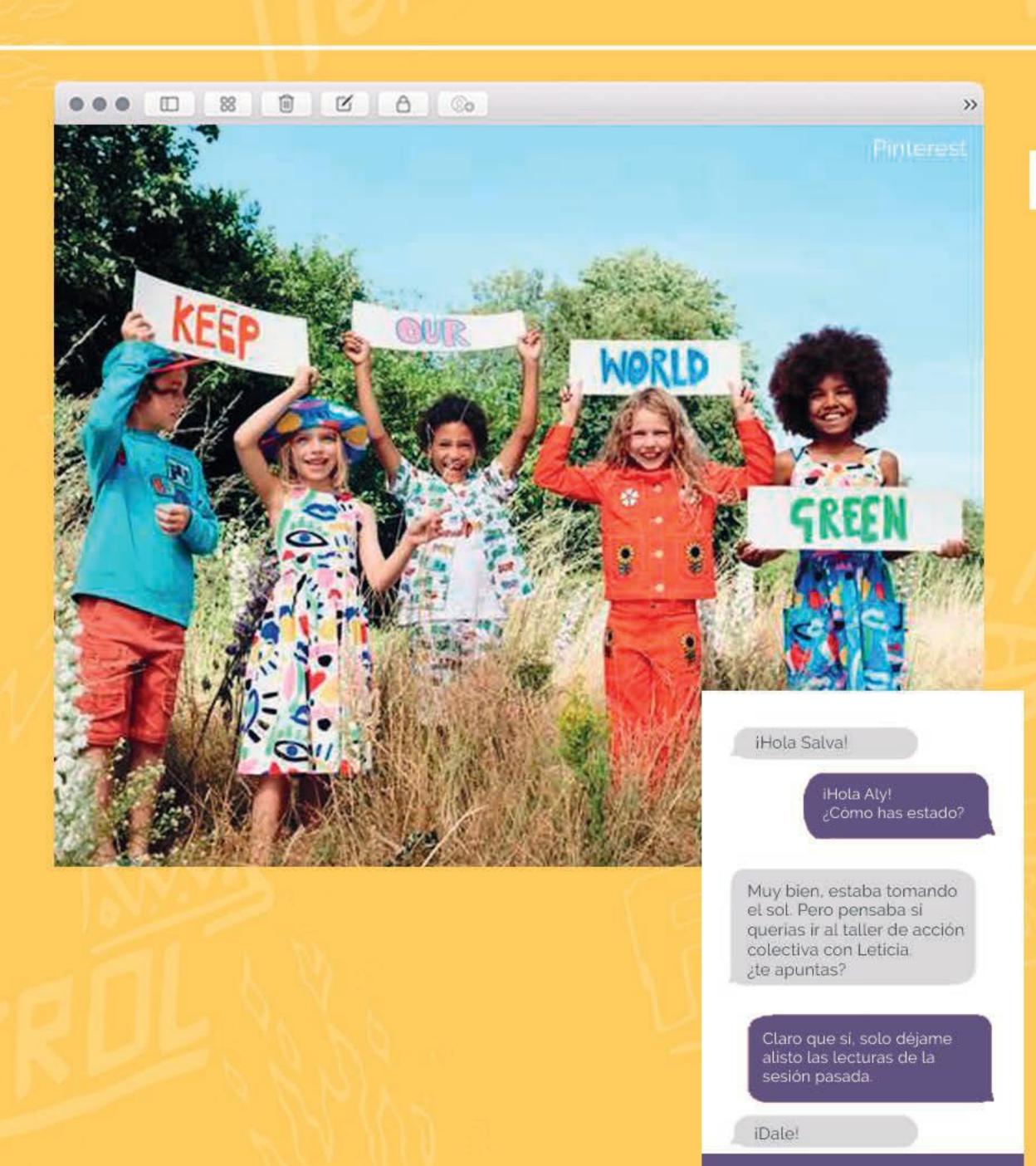




Contexto:

Desde que nuestra actividad diaria se ha limitado a menos espacios físicos, cada día nos sentimos más aislados y más en conflicto con nuestras emociones. Ahora es fácil encontramos en un estado permanente de multi-crisis, que se nutre de nuestra ventana más accesible al mundo: el internet, un caudal de información que nos genera infinidad de sentimientos simultáneos, difíciles de gestionar. Sentimos alegría, tristeza, dolor, impotencia, todo a la vez, llevándonos a experimentar el fenómeno llamado pluralidad emocional.

Nuestros estados de ánimo, cada vez más frágiles, nos obligan a generar una apatía selectiva, a elegir qué contenido apoyar y cuál ignorar. Nos invitan a entender que no es posible apoyar todas las luchas, adelantarnos en todas las series, ser activos en todos los temas, y que, por el contrario, concentrándonos en cambiar una sola cosa, poco a poco, podemos generar cambios importantes en nuestro entorno y encontrar paz mental. Elegiremos nuestras batallas, acercándonos a comunidades afines a nuestras inquietudes, creando lazos humanos que nos soporten y contengan en nuestra búsqueda por un mundo mejor.



Reacción del consumidor:

Esta atención selectiva y disposición de energía hacia ciertos temas nos permitirá reconectarnos con otros y crear lazos a través de las causas que queremos apoyar, entendiendo que solo unidos podremos generar diferencias importantes en el mundo. Tomaremos acción y elevaremos la conciencia de nuestras emociones en un sentimiento global de cambio.

Se crearán comunidades para entender diversidad de emociones, para sanar y salir adelante juntos. Buscaremos crear conexiones post-aislamiento, despojándonos del individualismo para acercarnos a la comunidad y así mismo, a logros colectivos. Las marcas, las empresas y las personas se comprometerán con la esperanza y se apalancarán en la tecnología como herramienta para visibilizar sentimientos comunes.

Viviremos una cultura colaborativa que busca el bienestar social, la inclusión y visibilizar poblaciones históricamente segregadas. Se celebrarán las colaboraciones en todos los sectores hechas desde una postura de igualdad de condiciones y se velará por proteger la equidad entre comunidades. La tecnología y el diseño serán aplicadas en función de las micro comunidades, creando para ellas nuevos canales comerciales, derribando murallas geográficas y evitando intermediarios.





CHIAOZZA

Tonalidades positivas y alegres, luminosas pero naturales como el fresa helado, melón, azul atmósfera, morado imperial, amarillo sauco, rojo clásico y verde enebro. Una paleta que celebra la diversidad humana con tonalidades de color en saturaciones medias.

Amarillo sauco

12-0758

RGB 252 202 89 HTML

Azul pasarela

19-4111 34 4 65 HTML 222C41

Verde enebro

18-6330 RGB o 120 68 HTML oo7844

RGB 218 143 146 HTML da8fg2

Morado

imperial 18-3615

93 79 119 HTML 5d4f77

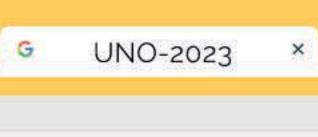
Azulatmósfera Fresa helado

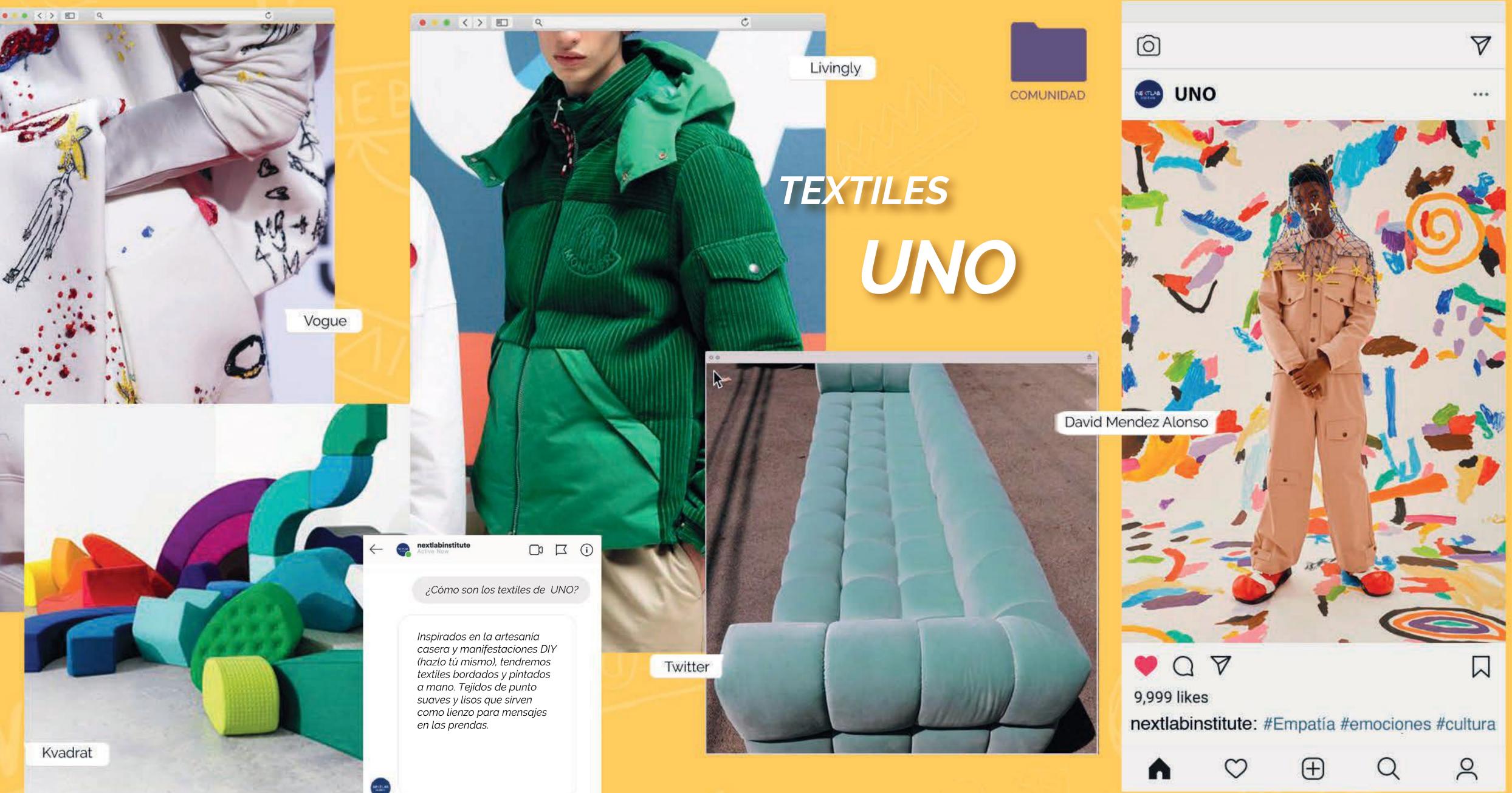
16-1720 16-1720

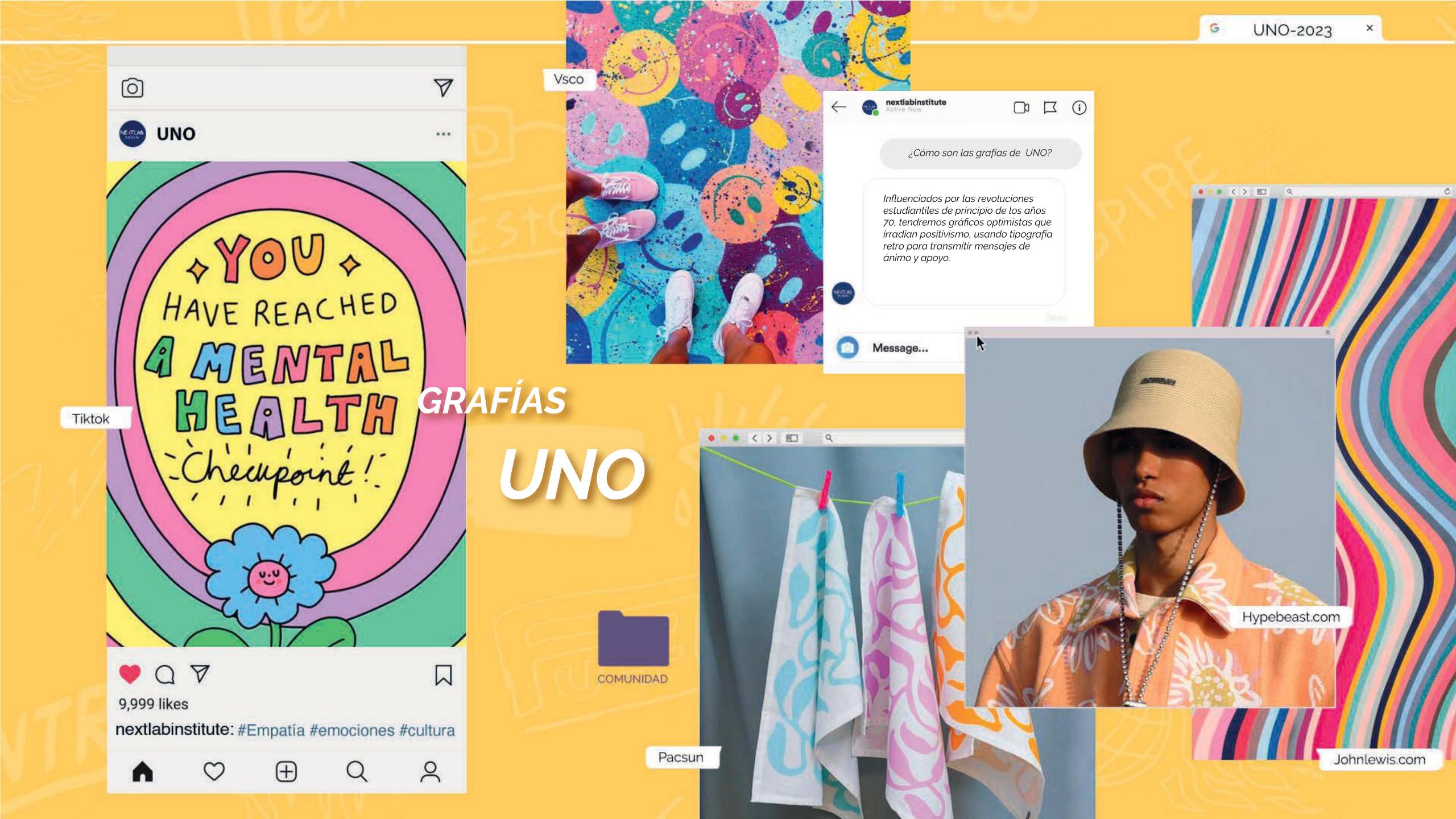
RGB 121 132 153 HTML 798499

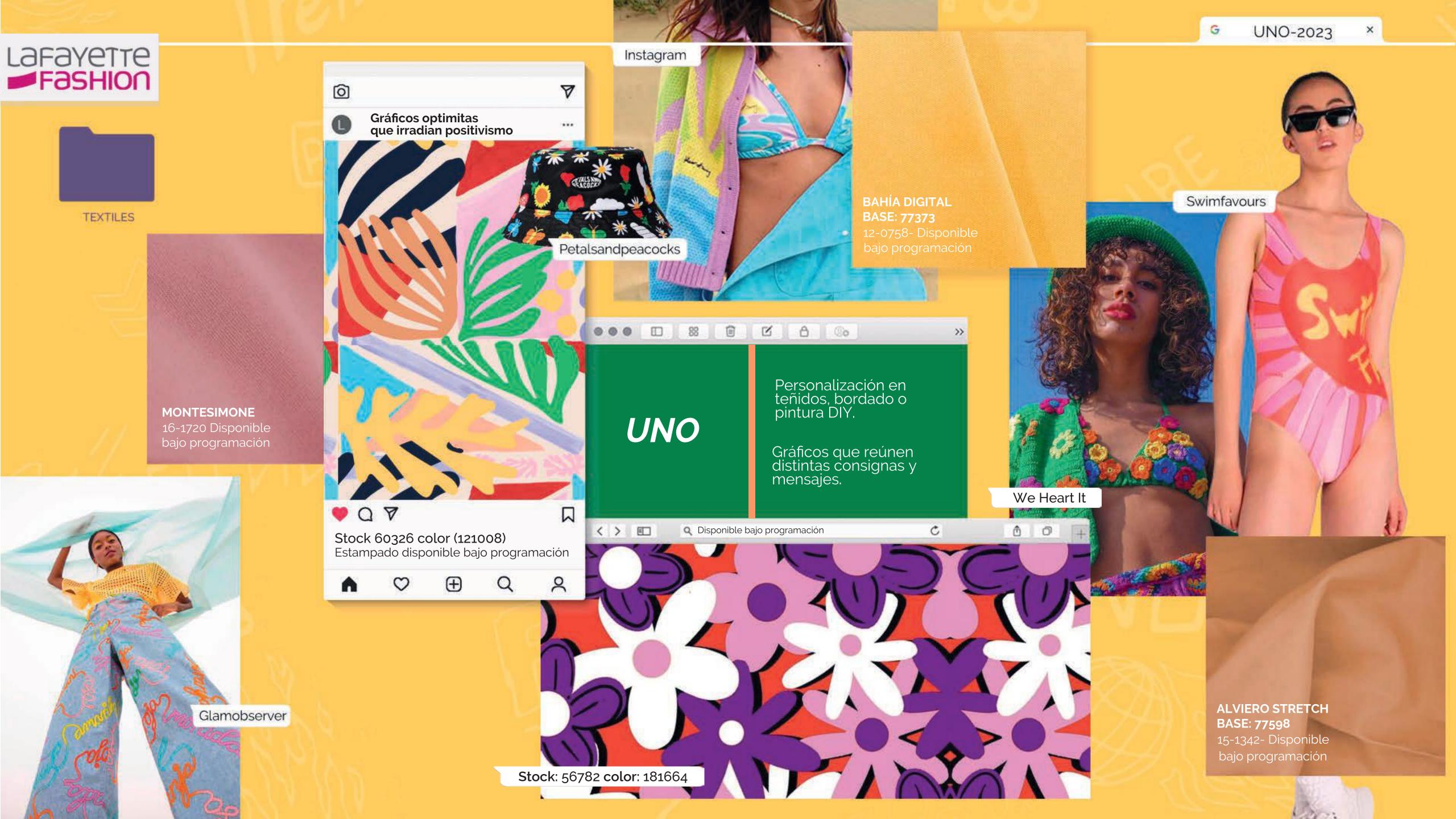
12-1008

DIGITALES









×



UNO + Actualización



¿Cómo se alinea Lafayette Fashion a esta mentalidad de consumidor?

BAHÍA COLORS

Bahía es una base textil con elastano en tejido de punto de excelente tacto, elongación y recuperación, ideal para la confección de vestidos de baño.

En la carta de color tonos vívidos y llenos de luz que comunican optimismo. Combos de color que reflejan con alegría la diversidad.

Azul atmósfera Color: 134031

Lino Color: 130002 Amarillo sauco Color: 150955

Rojo clásico Color: 181656

Melón Color: 151456 Azul pasarela Color: 193921

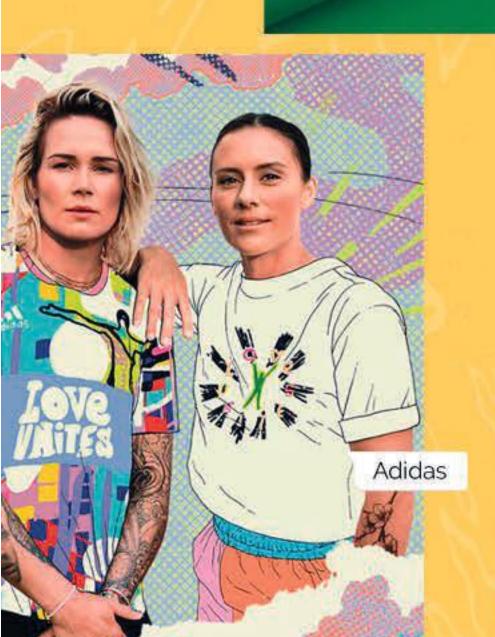


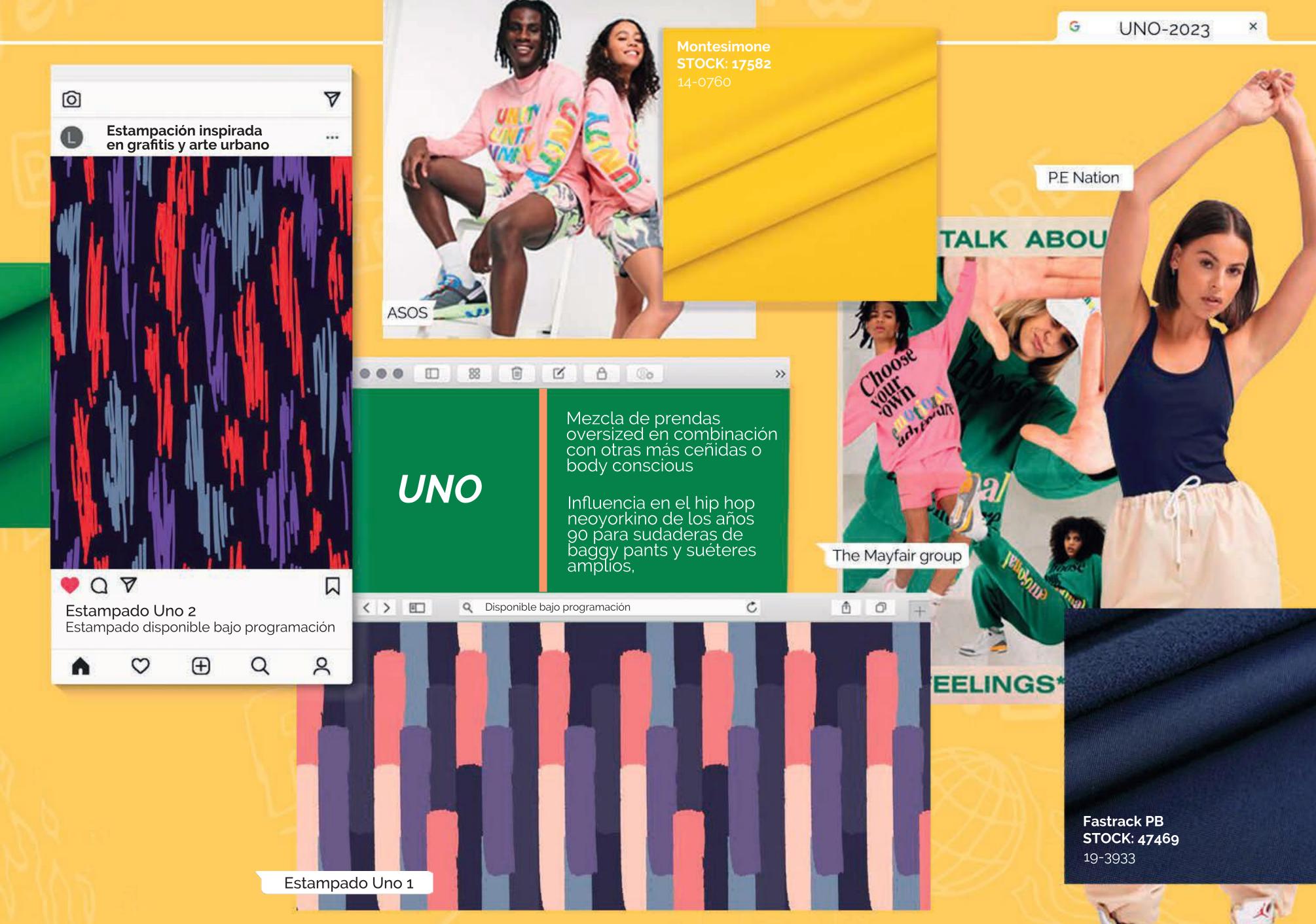




TEXTILES

Orión STOCK: 27769 18-4834









Davos brillantes para iluminar tus colecciones.

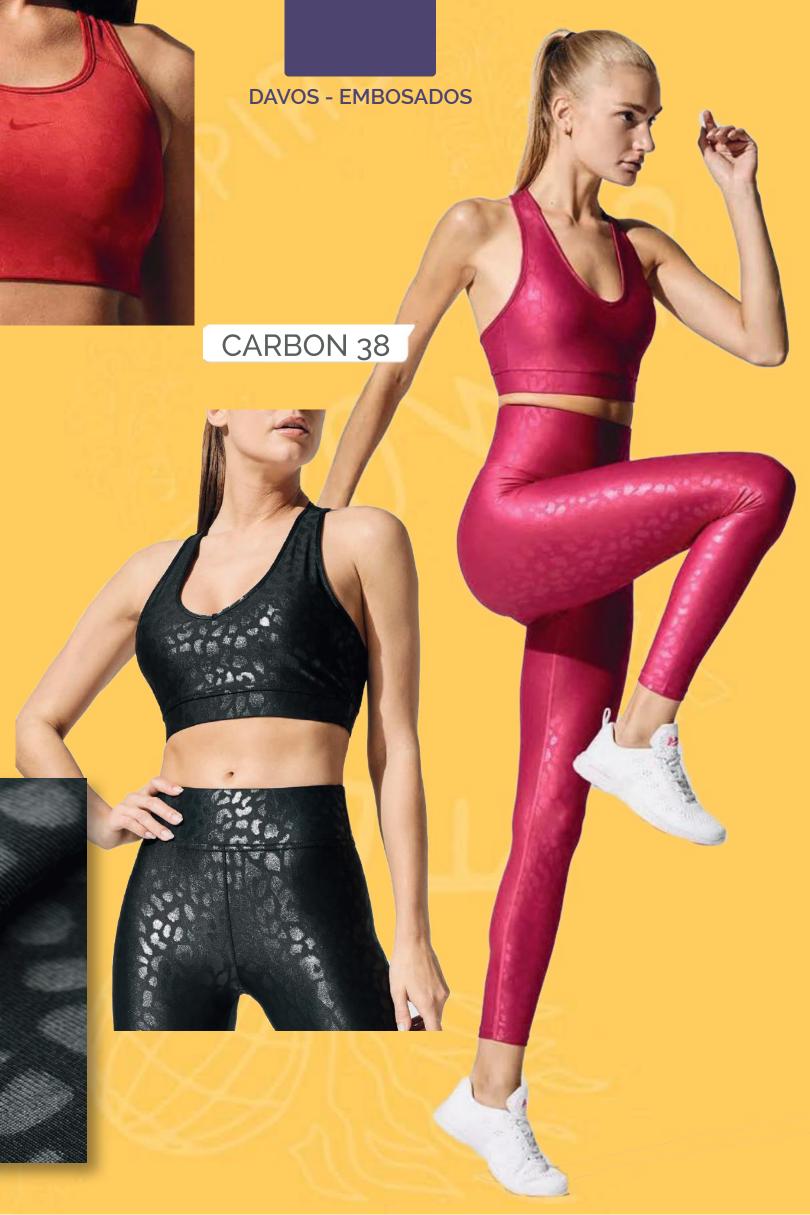
Disponible para todos los usos.

NIKE

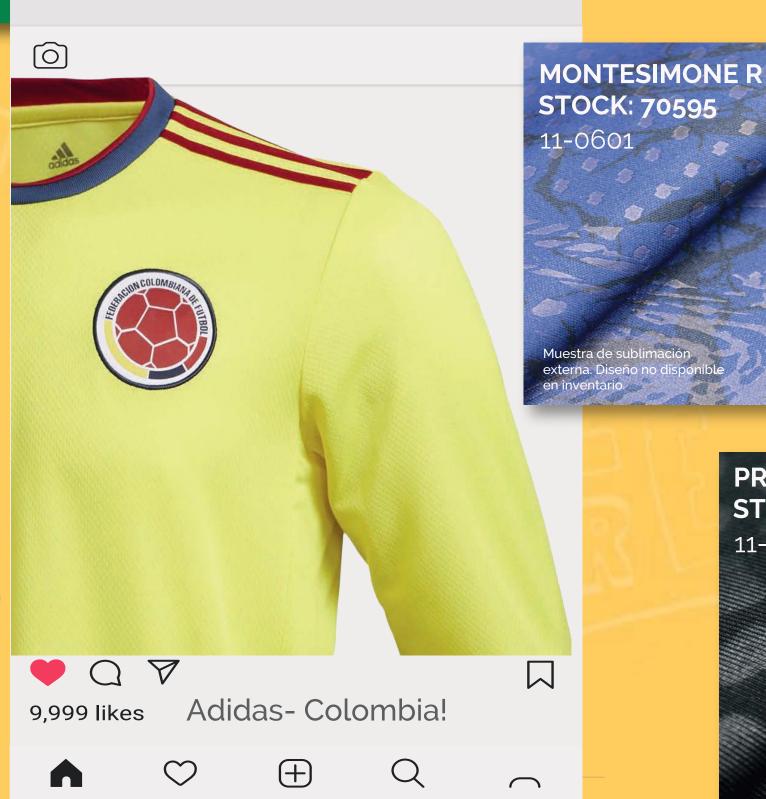
PRISMA

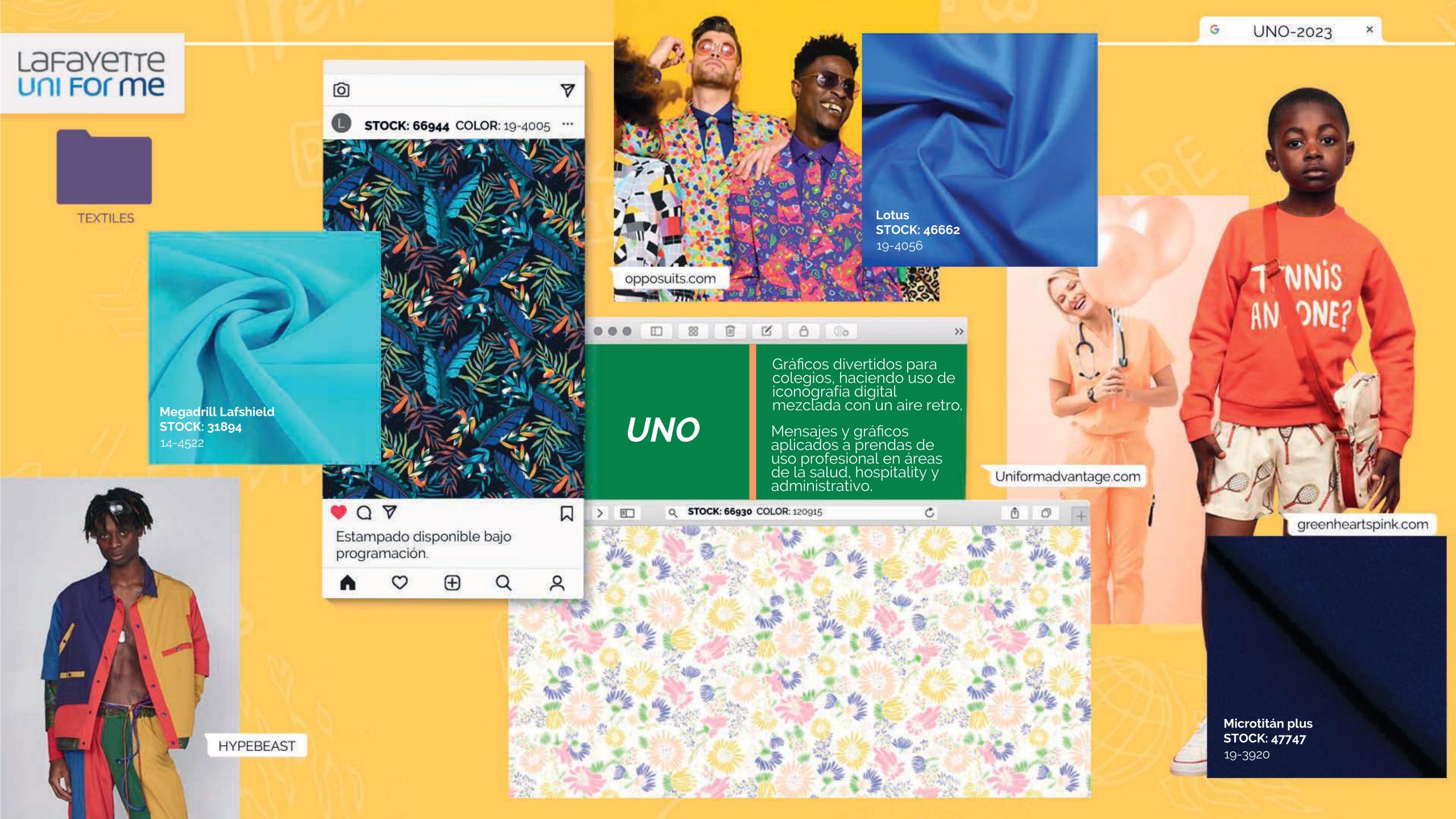
11-0601

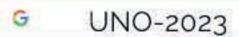
STOCK: 71272

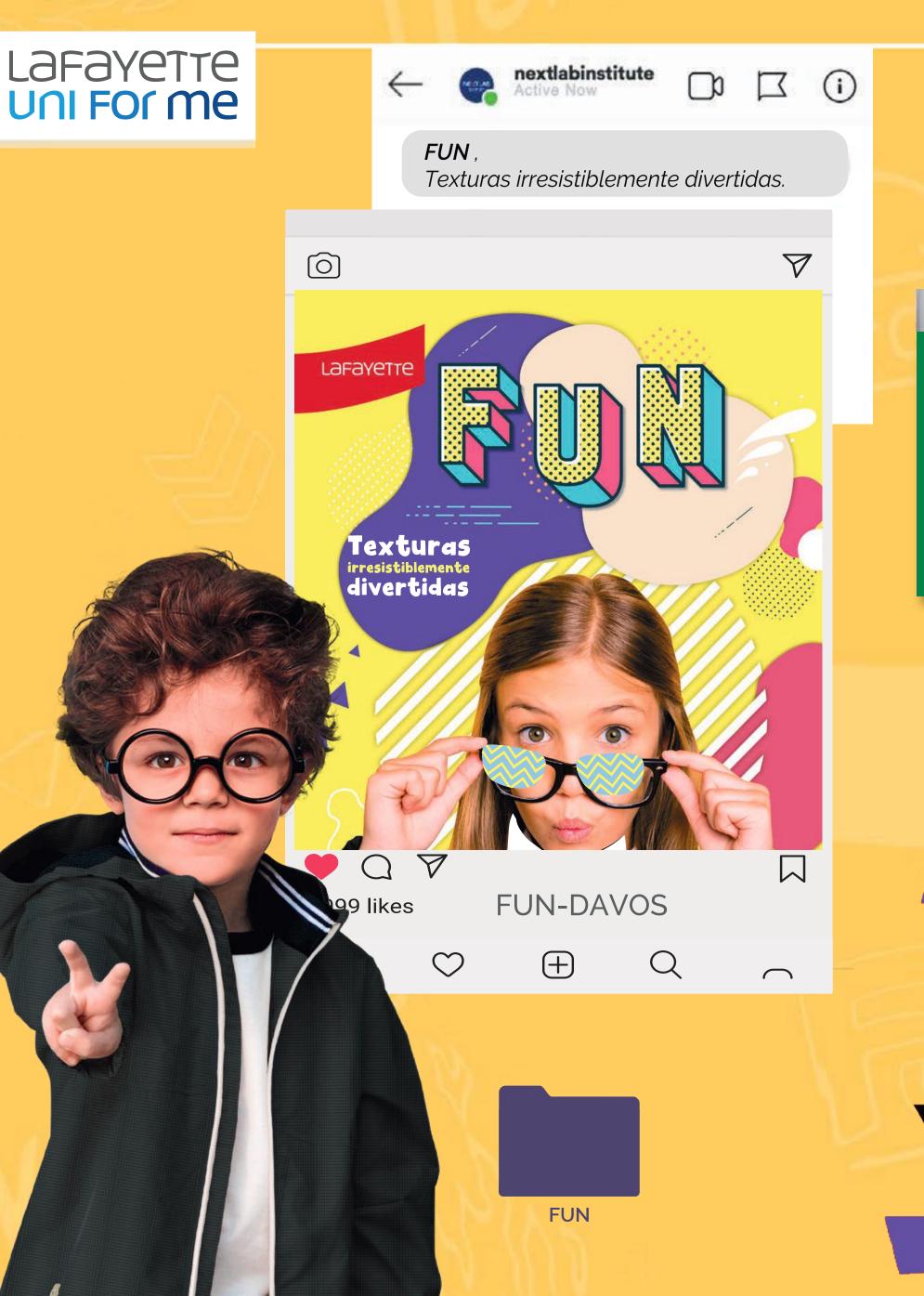














SAITE DAVOS



DAVOS VARITA MÁGICA STOCK: 63228





Lafayette

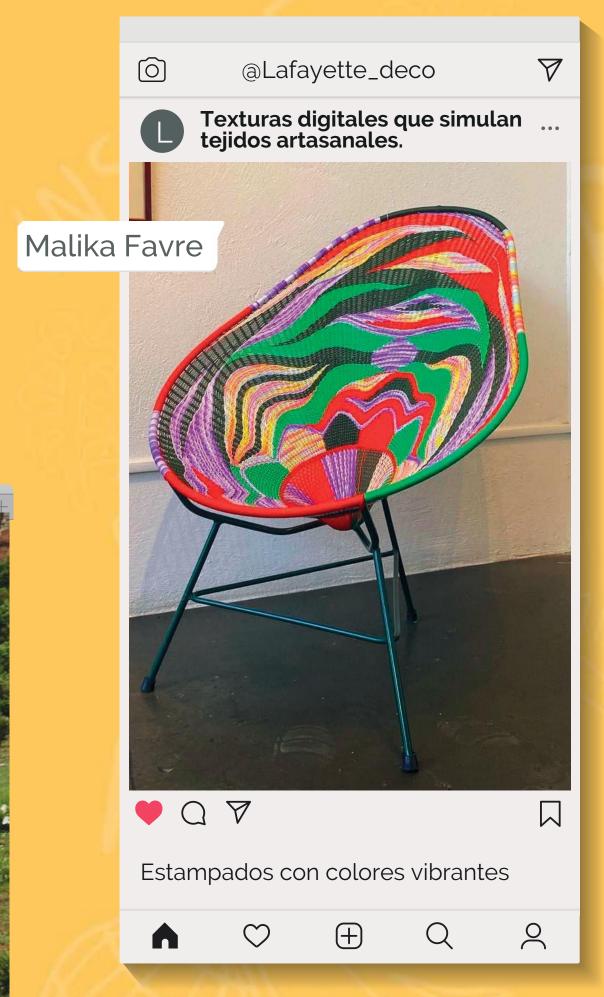


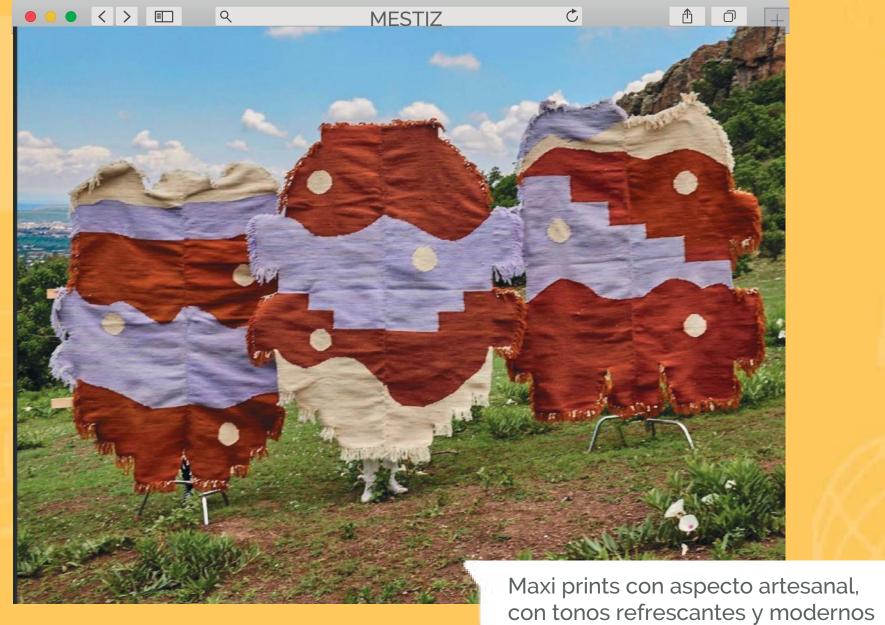
GRAFÍAS DECO 2022

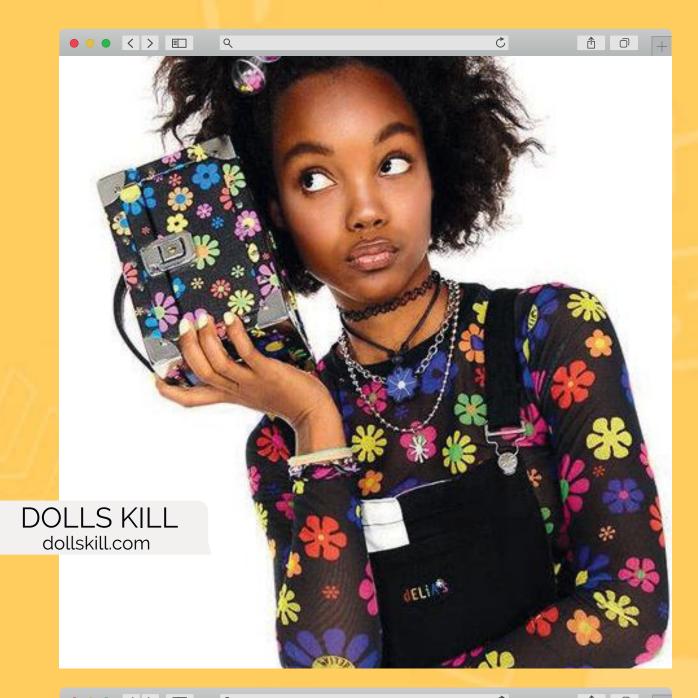






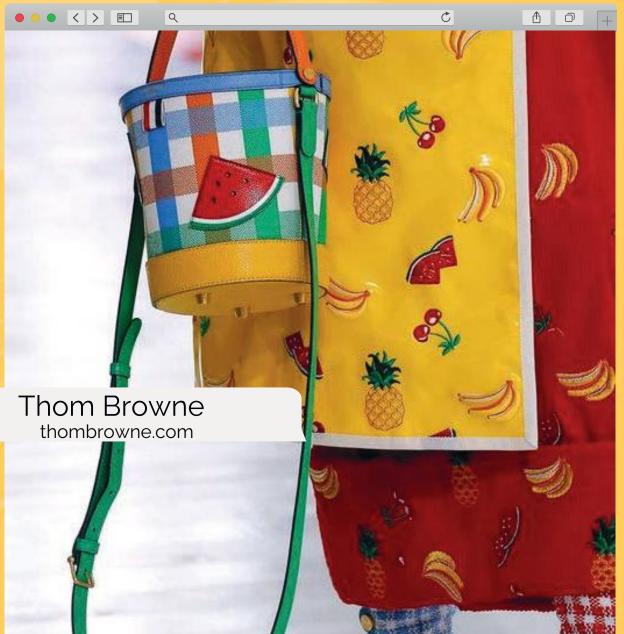


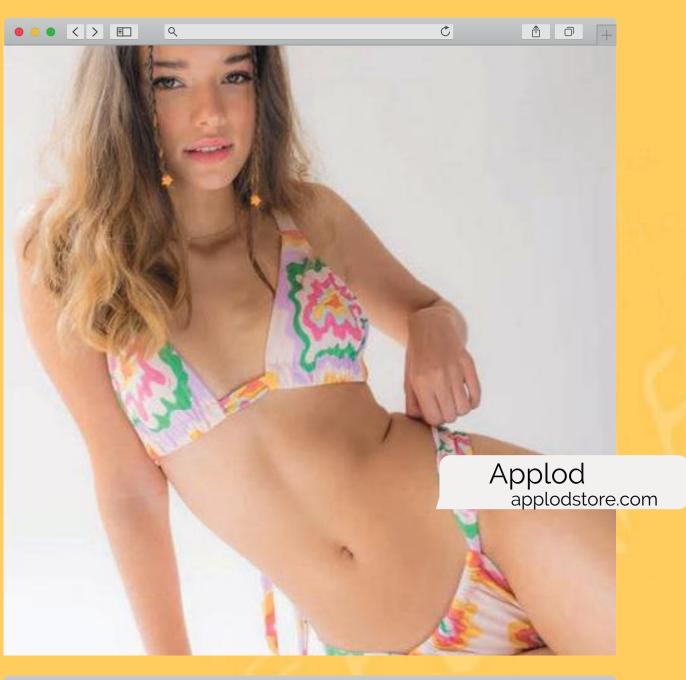






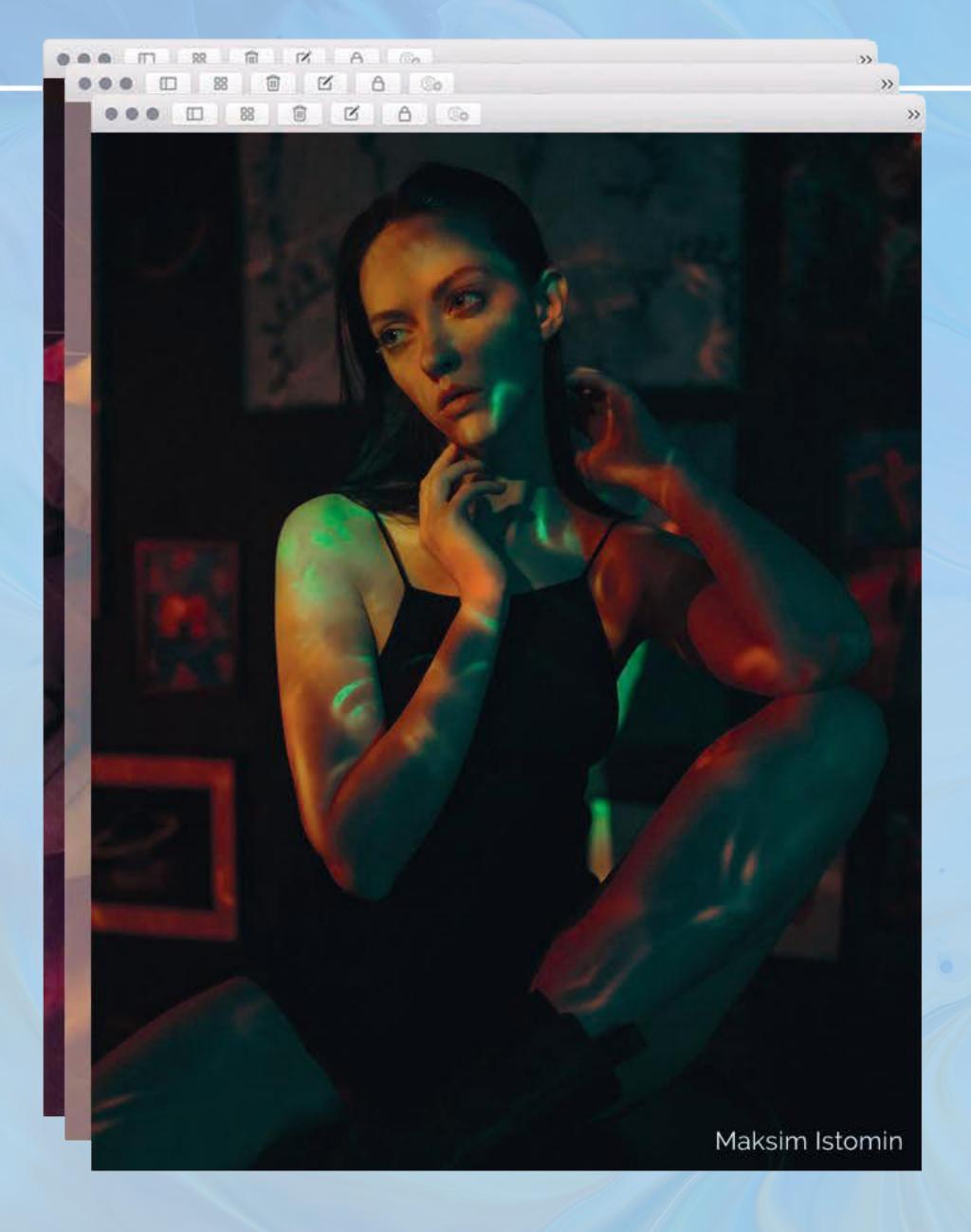








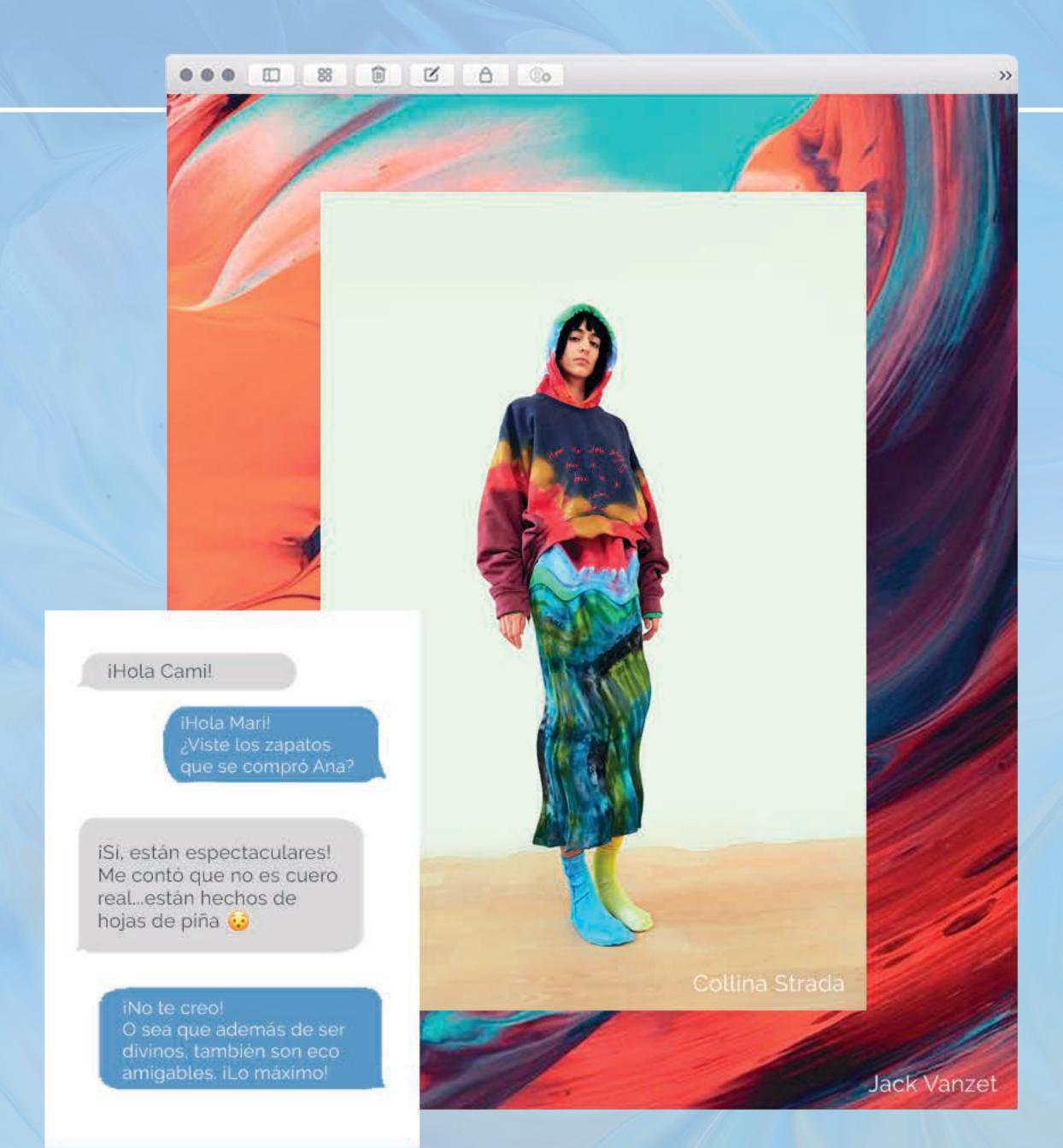




← Contexto:

La crisis económica, ambiental y social que vive el mundo evidencia cada vez más el impacto del consumo, forzando al mercado a sufrir un reajuste ético. El desabastecimiento de materias primas tradicionales, la extinción de especies, el fin de los recursos no renovables, la desnutrición de los suelos, entre muchos otros modelos que llegarán a su capacidad máxima, traerán nuevos retos para las industrias tradicionales que, para enfrentar el futuro, deberán repensar la forma en la que hacen las cosas: desde sustituir las materias primas que usan, hasta repensar los procesos industriales, diseñar mejores ciclos de vida y funcionalidades en los productos.

Nos abordará un reflejo instintivo de supervivencia a través del cual buscaremos opciones para reconfigurar la forma en la que diseñamos, producimos y consumimos. Desde esta mirada optimista y consciente, la empatía con la comunidad con la que compartimos la tierra que habitamos, y el aprecio absoluto por lo local, permitirán dibujar una nueva ruta para el futuro económico mundial.



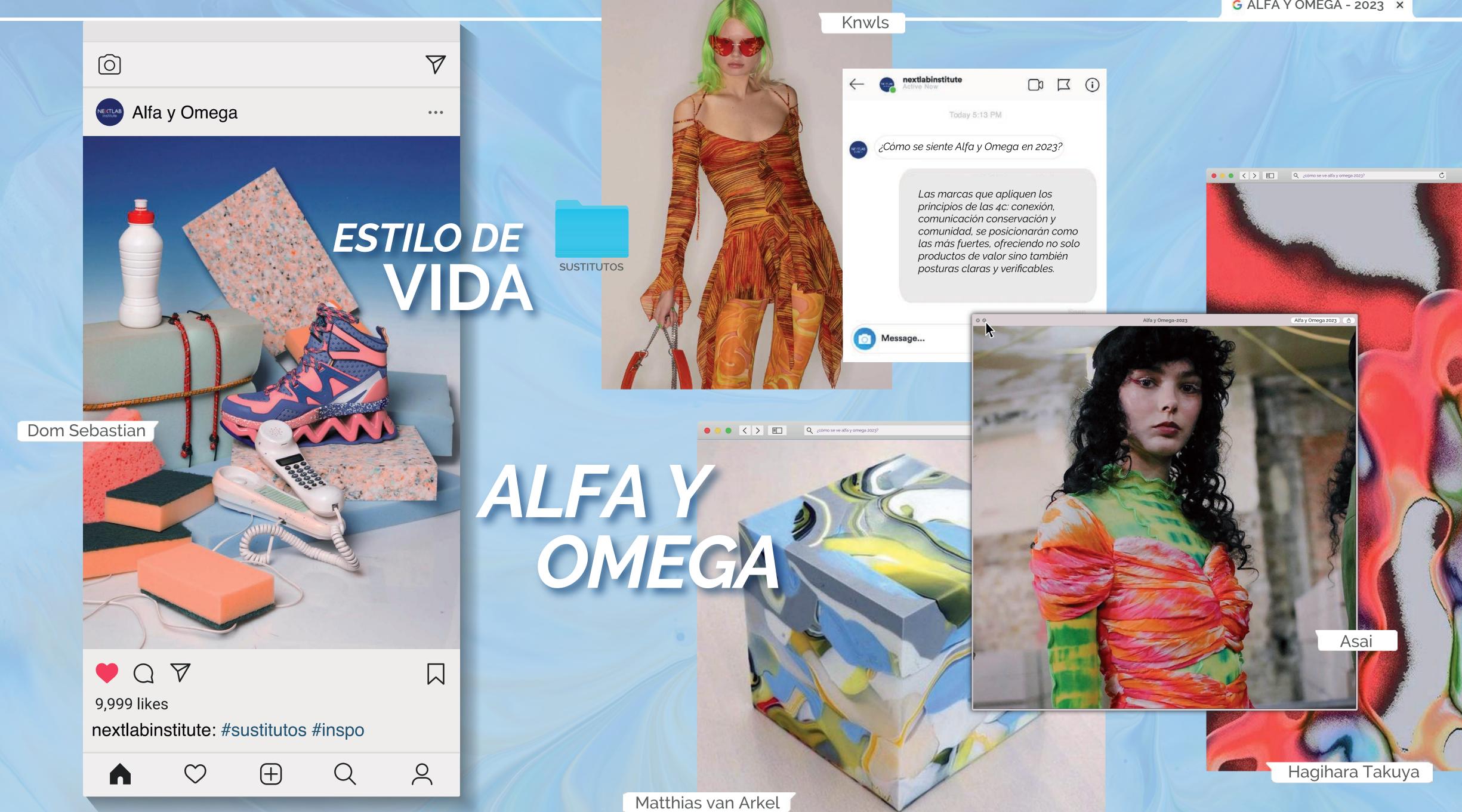
Reacción del consumidor:

A raíz de esto veremos el florecimiento de una nueva era de sustitutos: nuevas materias primas llegarán para reemplazar aquellas que actualmente utilizamos y cuyas propiedades resultan altamente nocivas para el medio ambiente. Veremos cómo nacen nuevas industrias que generan fibras a partir de material orgánico como piña, teñidos a partir de cultivos bacterianos, algas marinas, así como también desarrollo de materiales a partir de desechos.

Se reevaluarán los modelos lineales de producción, abogando por opciones circulares en donde las marcas se harán responsables de la disposición final de sus productos. El proceso de manufactura de un producto será un argumento potente de venta, en donde los consumidores querrán participar y entender cada vez más cómo se hacen las cosas y qué impactos generan.

"Lo nuevo" ya no será sinónimo de "mejor", por eso aquellos productos que se diseñen para ser longevos y para entregar valor en diferentes partes de su ciclo se destacarán. La obsolescencia programada y el consumo rápido serán considerados crímenes contra el cambio que necesita el mundo, por eso, tendremos marcas invitando a los consumidores a restaurar sus productos, a generar espacios de reparación y transformación y a consumir bajo pedido para prevenir los desperdicios.

Las marcas que apliquen los principios de las 4c: conexión, comunicación conservación y comunidad, se posicionarán como las más fuertes, ofreciendo no solo productos de valor sino también posturas claras, definidas, honestas y verificables. Este es un futuro en donde se aboga por la transparencia, la trazabilidad y la verdad, y donde el proceso es más importante que el resultado, el principio y el fin de un producto: su alfa y omega.



Albaricoque

15-1153

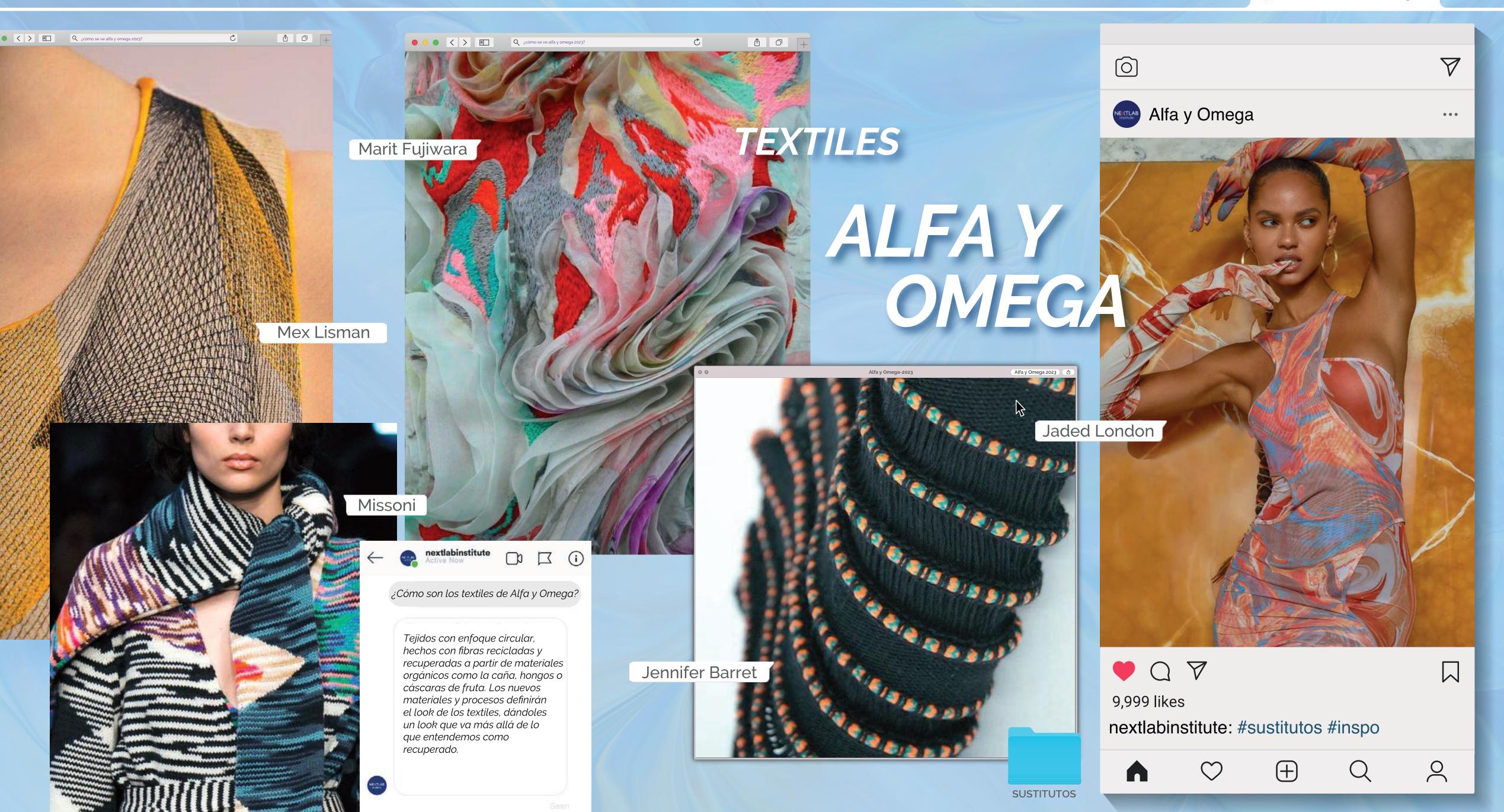
241 144 53 HTML F19035



Tonalidades con valores sostenibles como el azul alaska que nos recuerdan al aire y al agua, recursos vitales que queremos preservar. Colores derivados de pigmentos naturales que proporcionan soluciones sostenibles de bajo impacto para el proceso de teñido, como los naranjas melocotón y firecracker. Tonos que prolongan la vida de los objetos al ser atemporales, fáciles de mantener y combinar como el gris micro chip y negro.

RGB 223 239 135 HTML DFEF87

RGB 243 105 68 HTML F36944





TEXTILES



ALFA Y OMEGA

Stock 65138 color (120741)

Nasty gal

Q Disponible bajo programación

Plisados micro sobre estampados de manchas de proceso, auras de color y mapas de calor.

Maxiestampados

Básicos deconstruidos o rip-off



FIDENZA

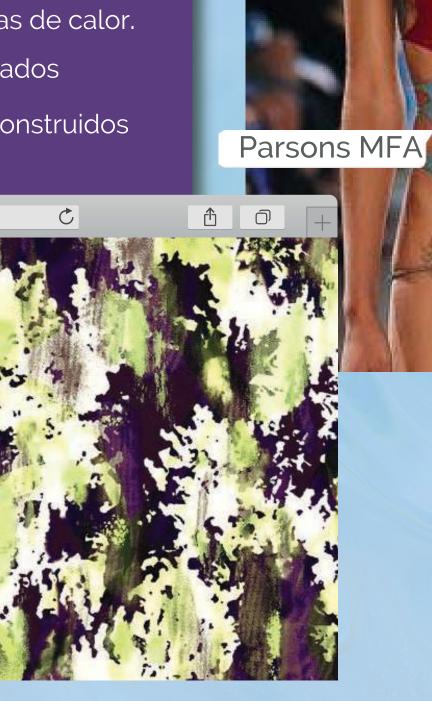
BASE: 77436

16-1452- Disponible

bajo programación

♡ <u>+</u> Q

Solid & Striped



CALIFORNIA RECICLADA

BASE: 77186







Stock 72877- Color-110601 Estampado disponible bajo programación.

Stock 72873 color (153817) Estampado disponible bajo programación



programación.



Stock 72877-Color-120738 Estampado disponible bajo

> SALE EL SOL Colección libre

ALFA Y OMEGA + Actualización



esta mentalidad de consumidor?

A @

PLATAFORMA DE PRODUCTOS RECICLADOS

Z

Nuestras bases recicladas, creadas para vestuario y accesorios, son resistentes y maleables. Son lienzos perfectos para contar historias de moda y personalizables a través de la estampación digital.

● ● ● E 88

Sin embargo, lo más relevante de ellas es que respaldan a las marcas en sus esfuerzos por mejorar las condiciones sociales y ambientales del mundo.

BENEFICIOS:



Certificado de origen



Poliéster obtenido de botellas pet recicladas

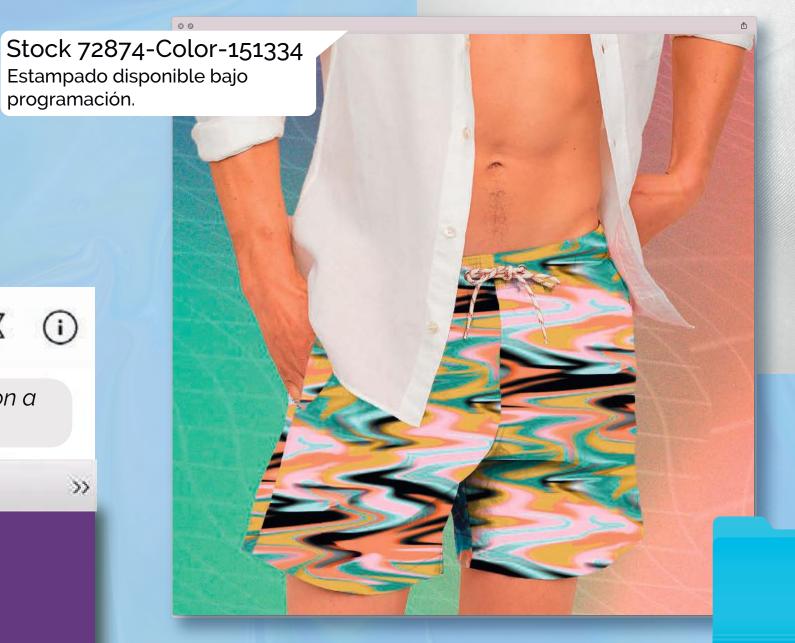


OEKOTEX



Chip de poliester: certificado por el Global Recycled Standard 4.0

CALIFORNIA RECICLADA BASE: 66442 110601





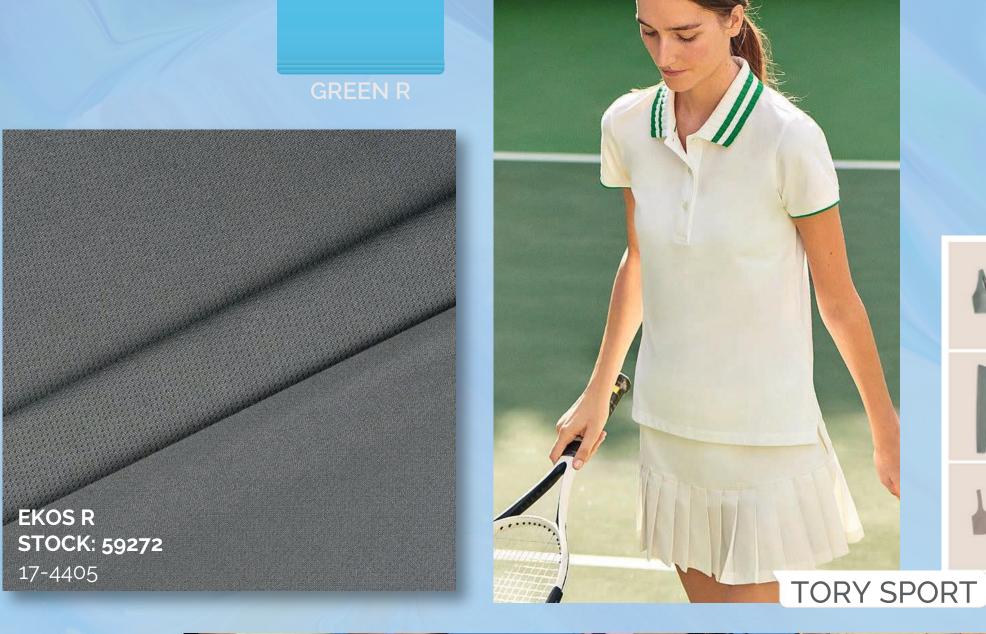
Buena resistencia a la tensión y al rasgado

19-4007

BAHÍA RECICLADA BASE: 60021

151456- Disponible bajo programación





ALFAY OMEGA + Actualización









Textiles sostenibles, cons cientes y ecológicos reciclados de botellas PET.

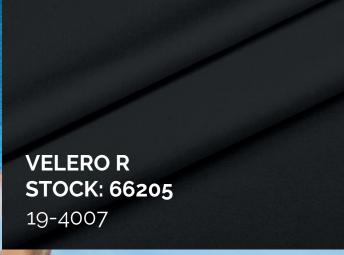
>>



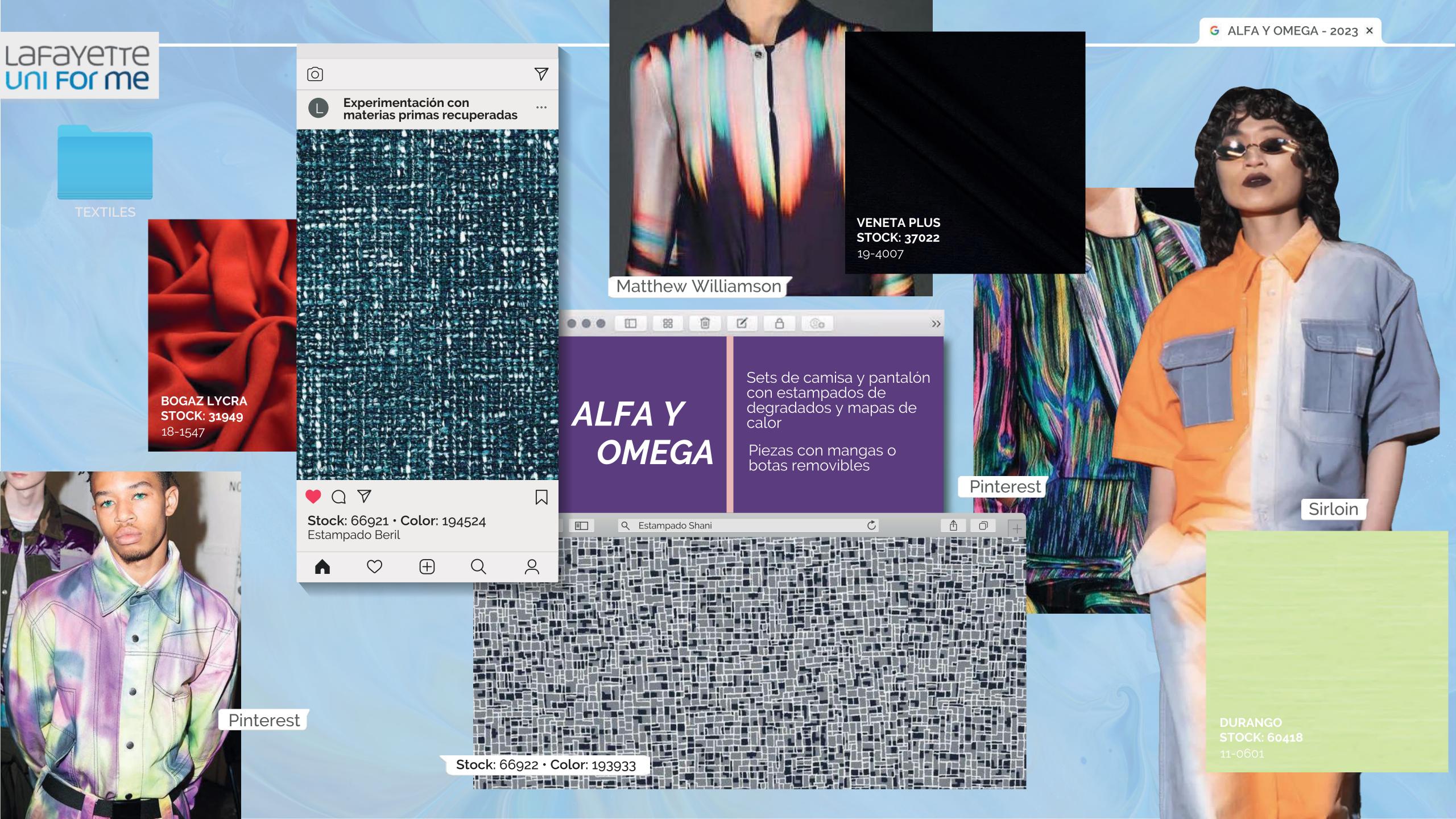
Ecoalf

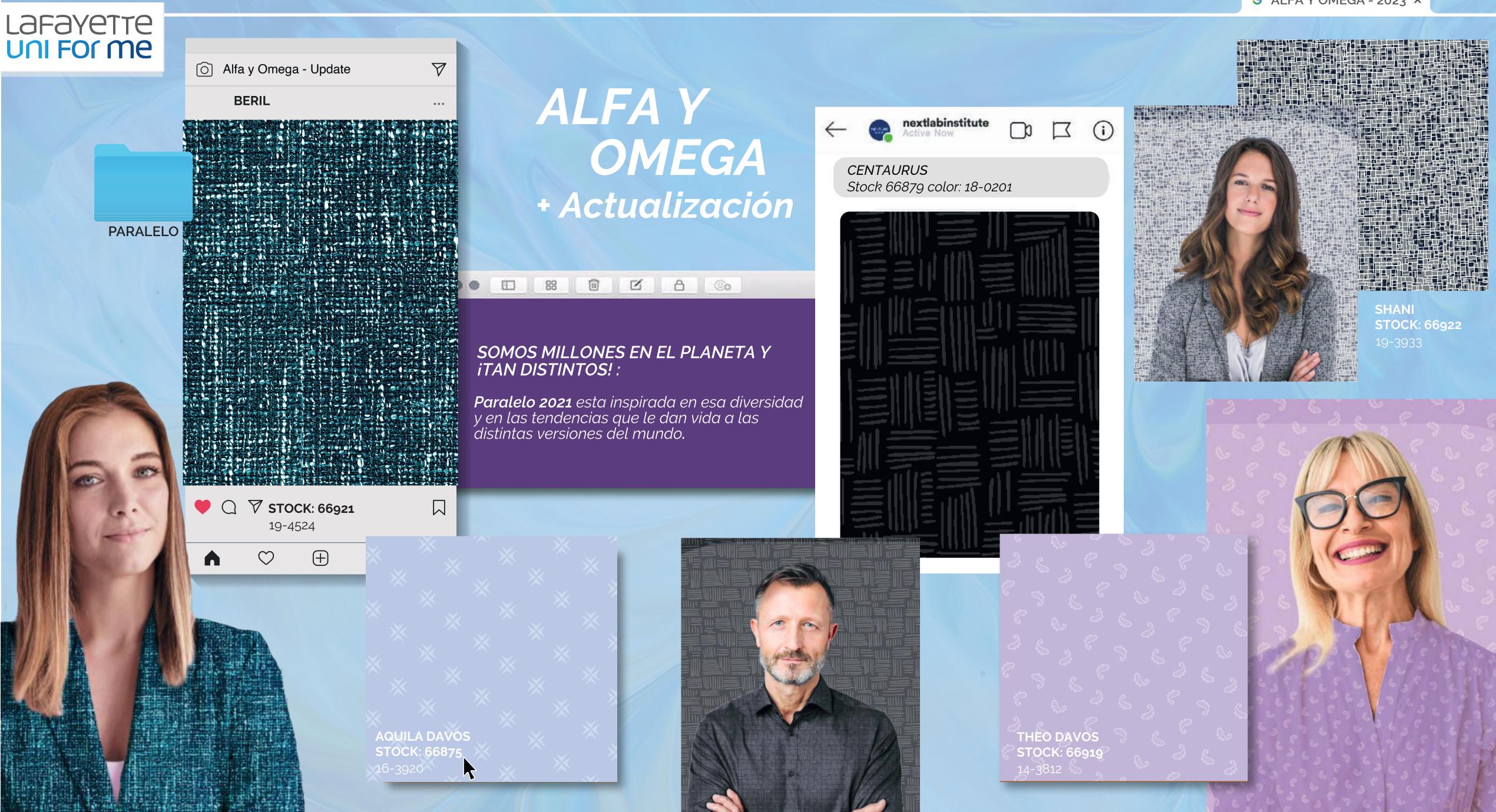






PACSUN





Pinterest

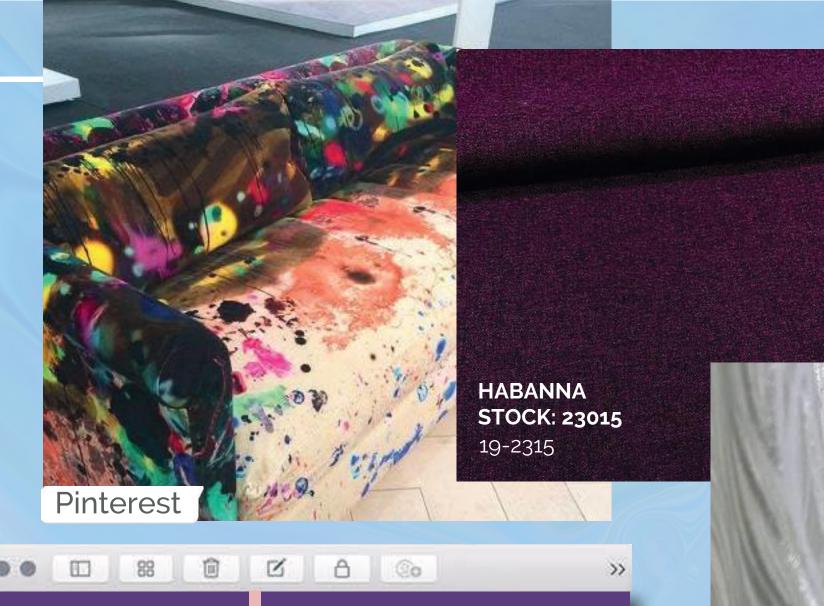


VERSALLES STOCK: 33542

19-1762

Fred Rigby Studio





ALFA Y OMEGA

Q Estampado disponible bajo programación

Jacquards abstractos, inspirados en esta nueva geología de los materiales

Devorés y brillos aplicados a cojinería y cortinería

> VELO F Stock:

VELO FIORA Stock: 22633 13-1012

> HABANNA STOCK: 23015 19-1557



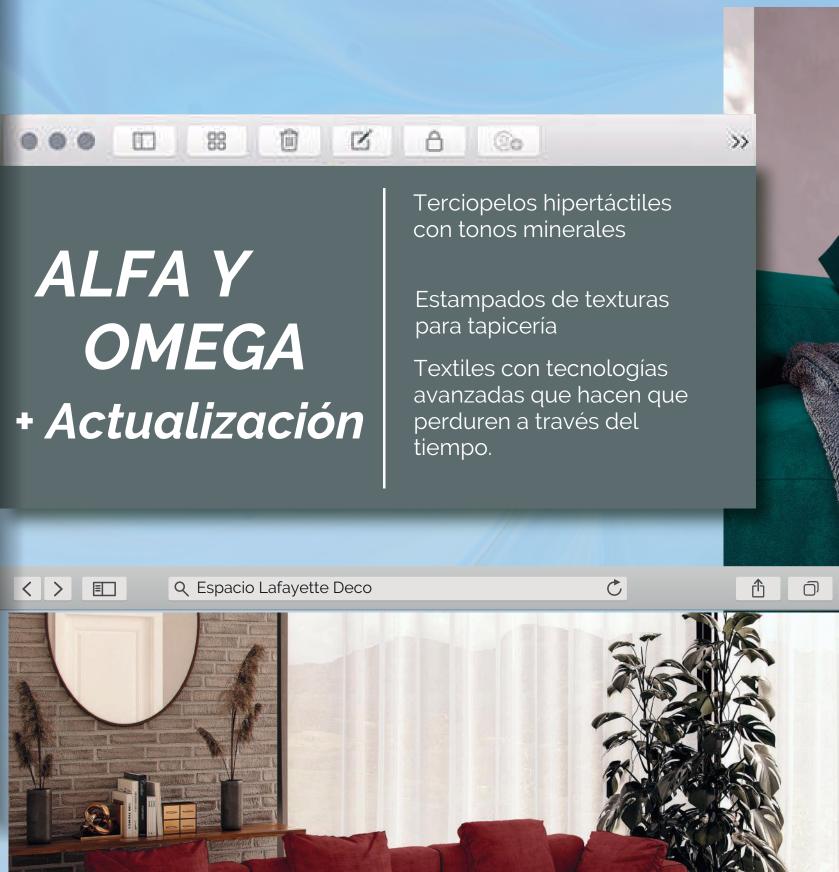


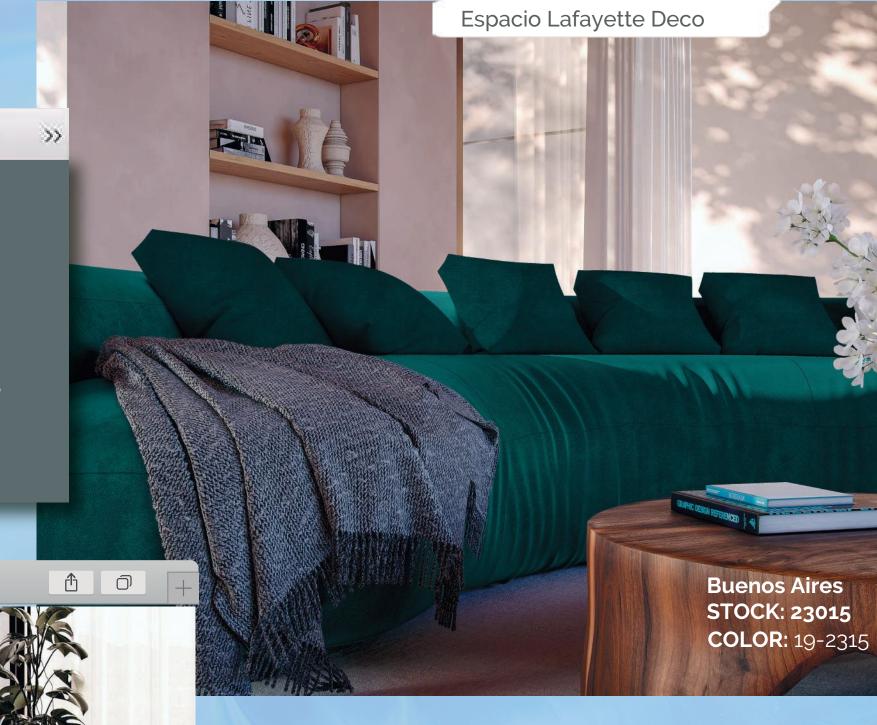
2021-2022





Q





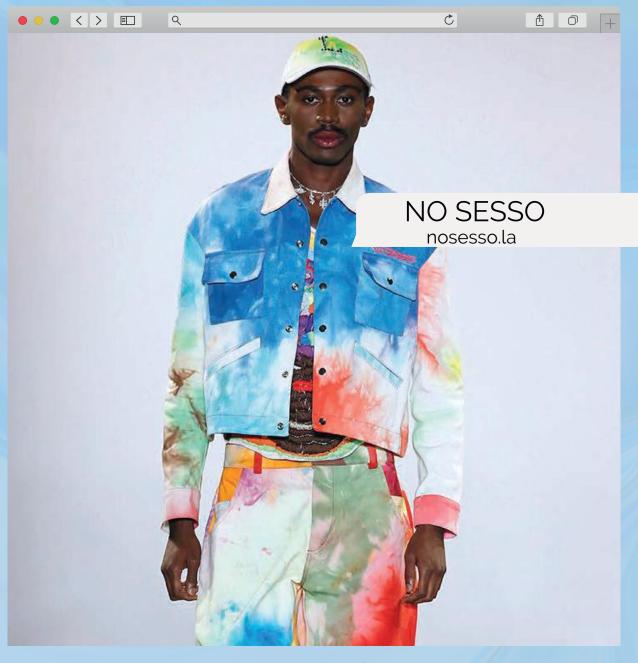


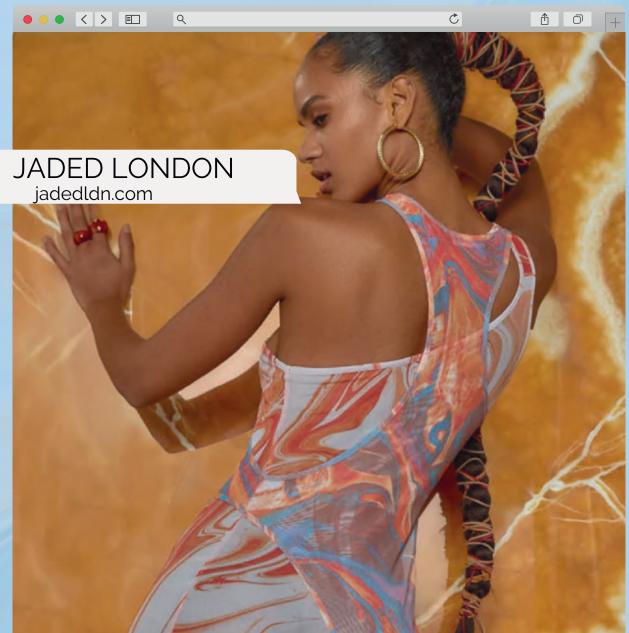
Versalles

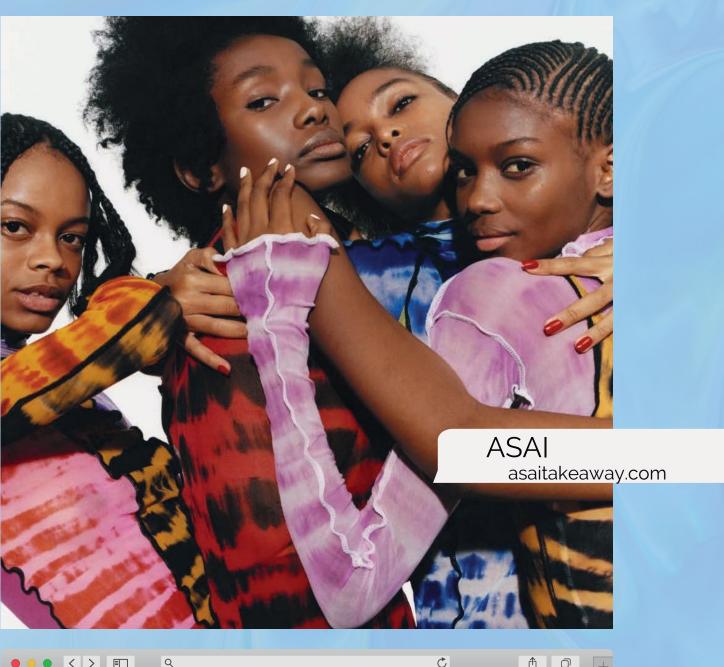
RUNA STOCK: 23015 **COLOR**: 19-1557

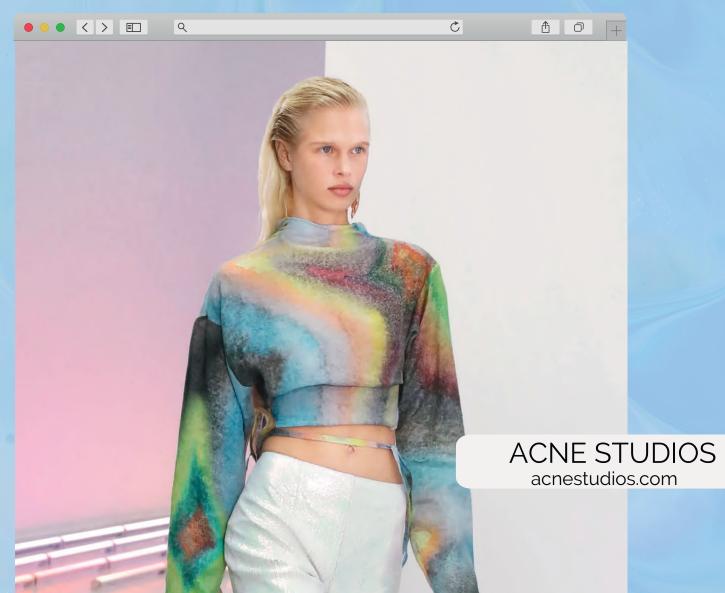




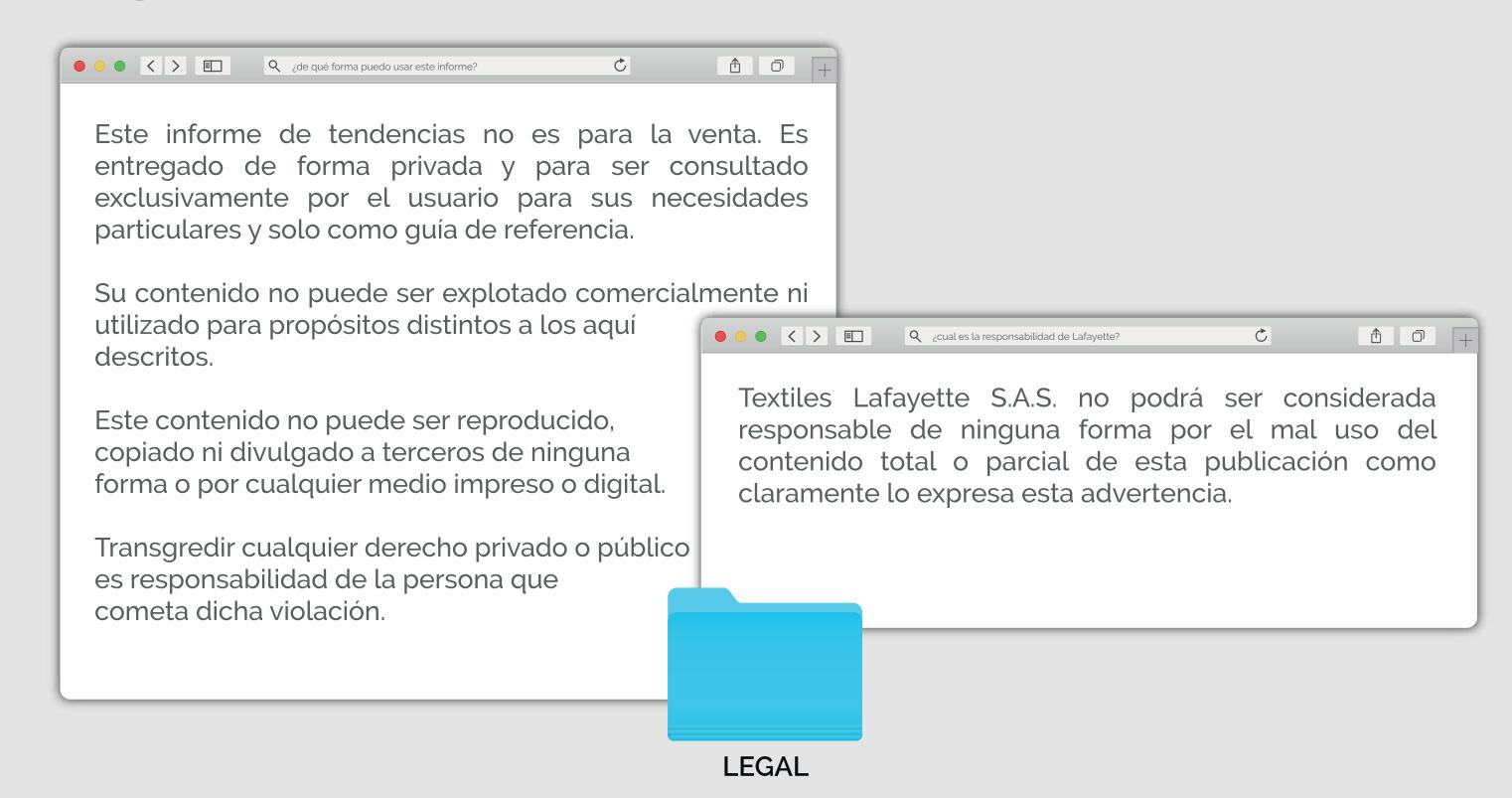








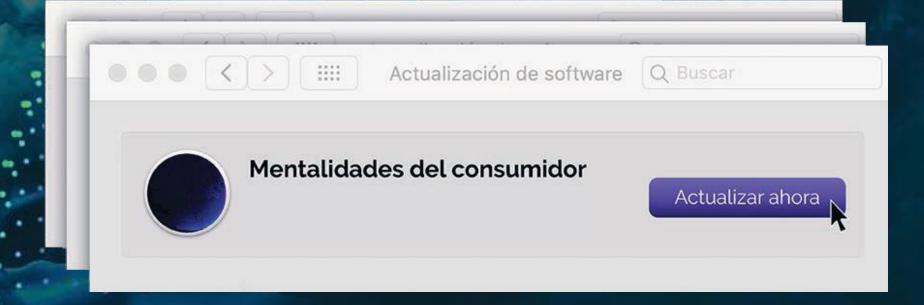
MATERIAL EXCLUSIVO PARA USO INTERNO



Lafayette

NEXTLAB institute

¿TE ATREVES A DAR EL PASO HACIA EL FUTURO?



nextlab.lafayette.com

Telas Lafayette











lafayette.com

Estados Unidos - México - Guatemala - Costa Rica - Ecuador - Perú - Panamá - República Dominicana **Colombia**