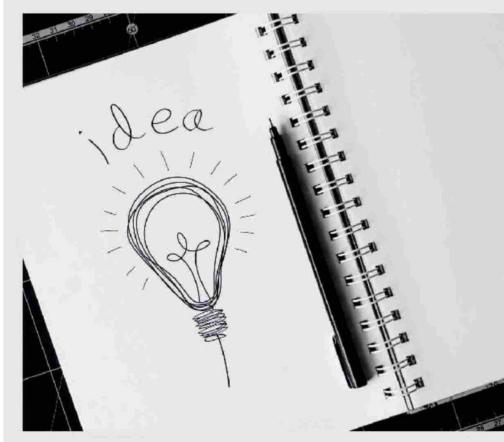


Fecha: 17-01-2026
Medio: La Tercera
Supl.: La Tercera - Edición Especial
Tipo: Noticia general
Título: Las tendencias de consumo que se esperan para este año

Pág. : 6
Cm2: 231,4

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: No Definida



Las tendencias de consumo

que se esperan para este año

Philippe Gelder, asegura que este "Menos ruidos y más pruebas", un año en que la IA dejará de ser una novedad para convertirse en un pilar de la innovación. **Por: Patricio Lazcano**

Como en todas las esferas, la inteligencia artificial también irrumpen en el mundo del consumo. "La IA está pasando de la 'novedad' a la infraestructura, influyendo en cómo se descubren los productos y cómo se desarrolla y comunica la innovación", dice Philippe Gelder, en alusión a las tendencias de consumo que se esperan para este año que recién debuta.

También dice que este año habrá "menos ruido y más pruebas", en alusión a que los consumidores esperan que las marcas demuestren valor y coherencia. "El propósito sin pruebas ya no funciona".

Otra de las tendencias es lo que llama "comodidad + ingeniería de valor", donde las innovaciones que simplifican la vida, reducen la fricción y justifican el precio, especialmente en categorías

cotidianas, son las que escalan más rápido. "Desde la perspectiva de POY Chile, eso suele traducirse en innovaciones en el envase, formatos, simplicidad de uso, propuestas más saludables y soluciones ligadas a nuevas realidades domésticas (más solteros, consumidores mayores, mascotas).

"En 2026, la innovación es menos sobre 'más' y más sobre 'mejor y más sencillo'".

