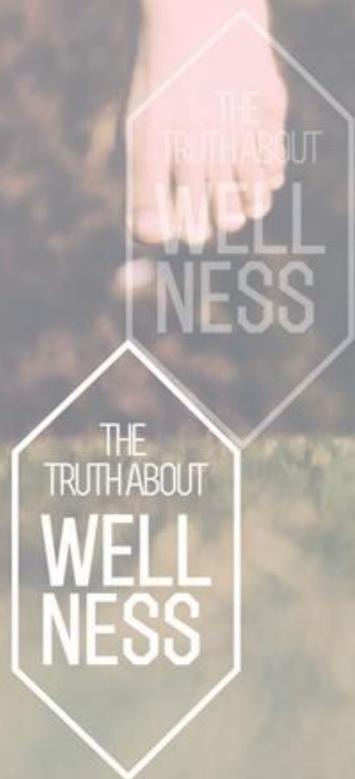




THE TRUTH ABOUT **WELL NESS**



#truthaboutwellness

McCANN
TRUTH CENTRAL

Metodología

Cuantitativa: EE.UU., U.K., Japón, China, Turquía, Sudáfrica, Brasil, México, Perú, Chile, Colombia, Argentina.

Cualitativa: EE.UU., U.K., Japón, Brasil, Perú, India, México, Tailandia, Sudáfrica y Chile.

**Sobre 7.000 encuestados
globalmente, base total Chile 1000
encuestados, mayores de 18 años,
hombres y mujeres, de los grupos
socioeconómicos ABC1, C2, C3, D
y E.**



THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

The Truth About Wellness



*“Era el peor de los tiempos, era
el mejor de los tiempos...”*

Charles Dickens,
Historia de dos ciudades, 1859

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

El peor de los tiempos...



La amenaza #1 para el futuro del wellness es la obesidad.



En Chile, sólo 4 de cada 10 personas piensan que estarán más sanos en 2020.



La barrera #1 del wellness es la economía.

...El mejor de los tiempos

88%

Cree que tiene el PODER DE CAMBIAR su propio nivel de bienestar.

62%

Tiene un sentimiento POSITIVO en relación a su salud a nivel general.

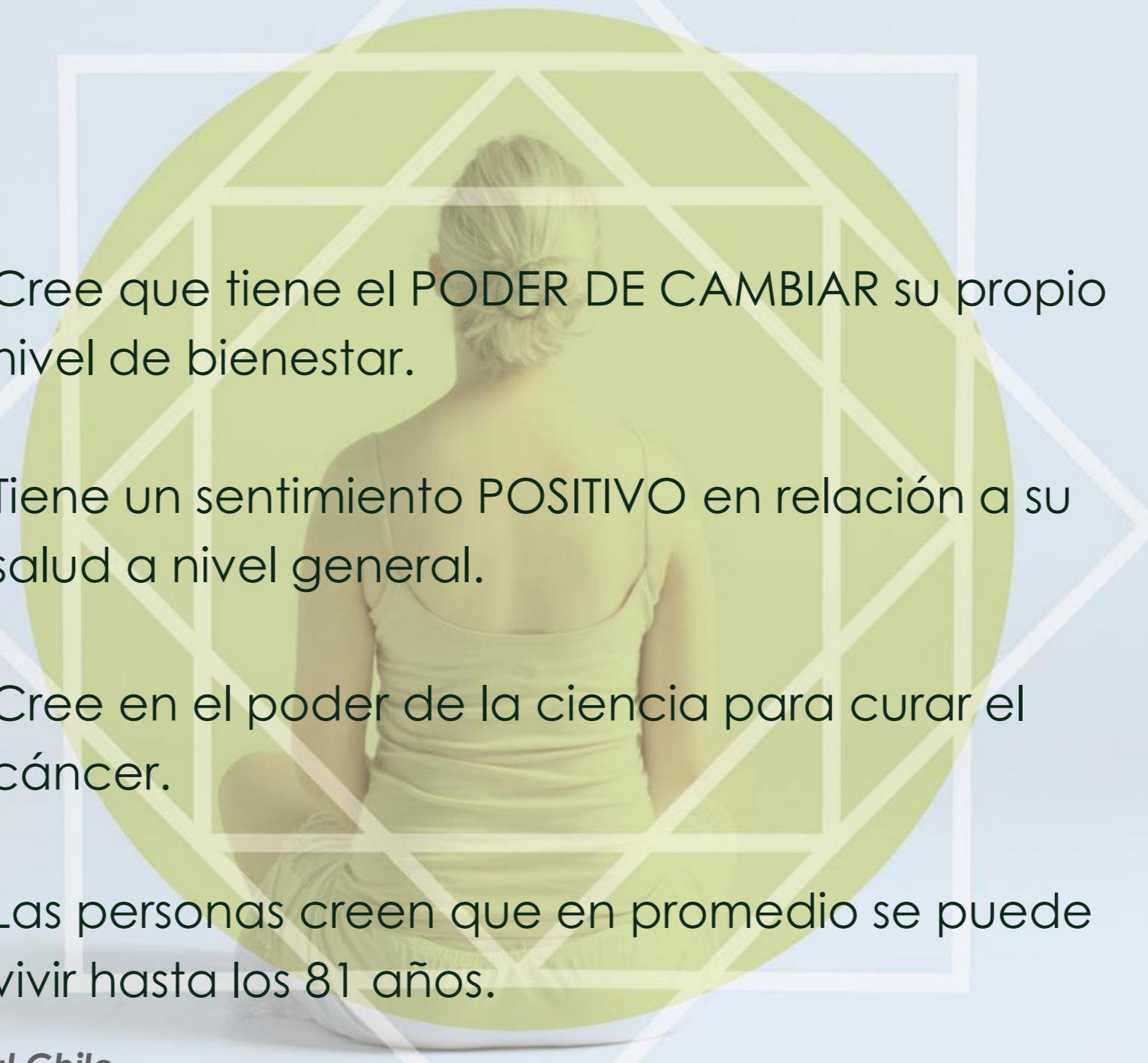
51%

Cree en el poder de la ciencia para curar el cáncer.

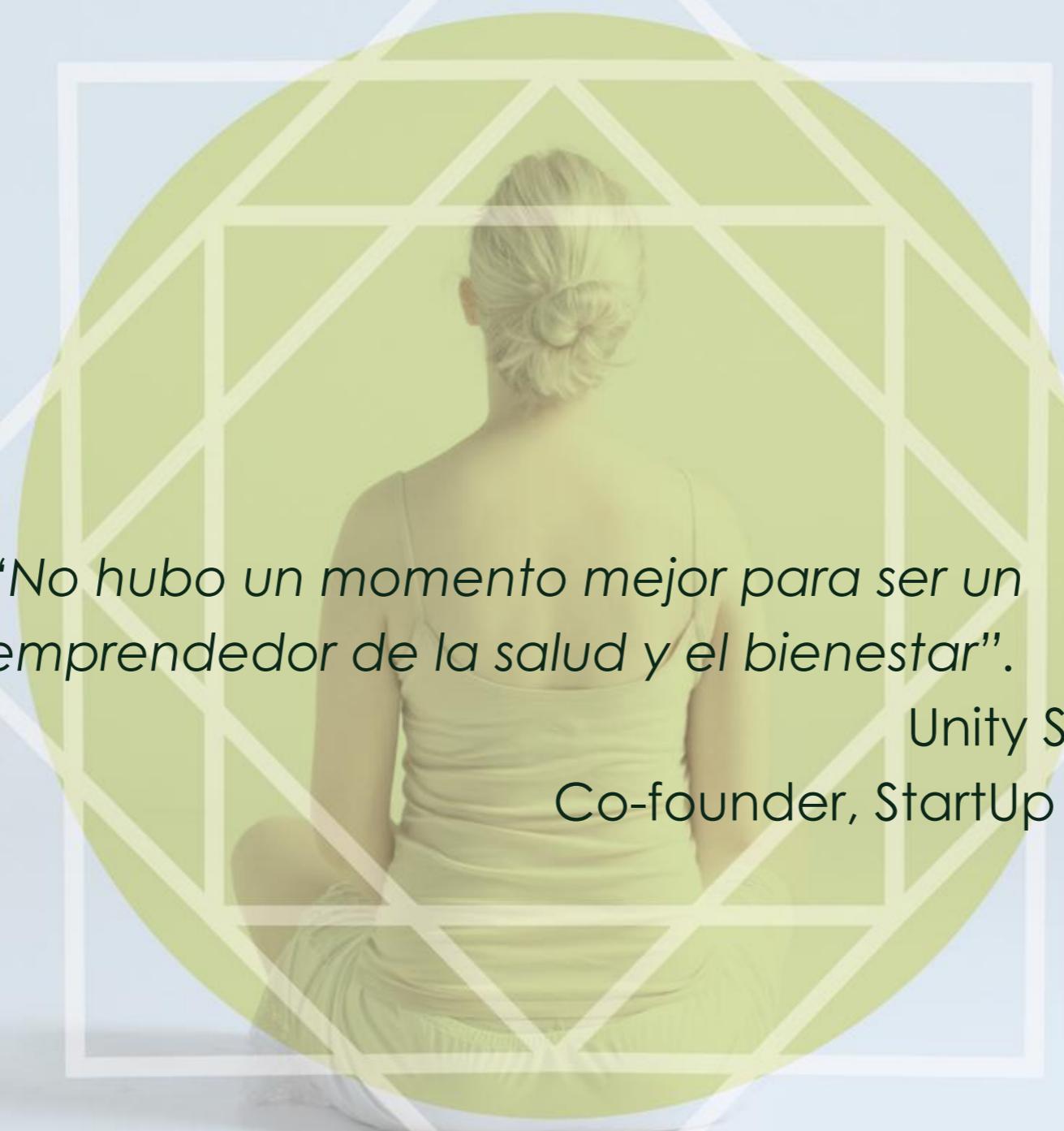
81

Las personas creen que en promedio se puede vivir hasta los 81 años.

Base total Chile



La crisis impulsa una nueva cultura de emprendedores



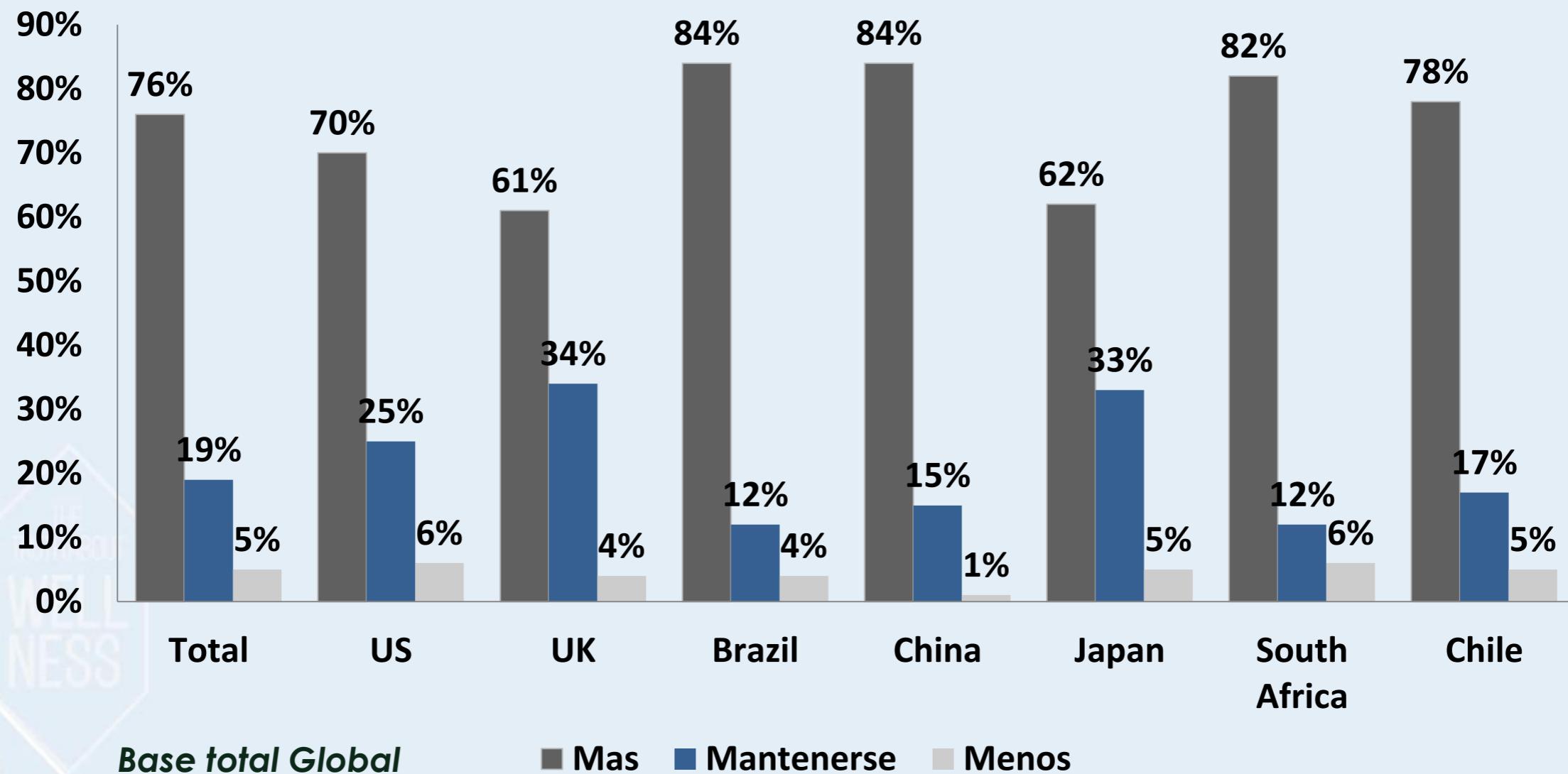
“No hubo un momento mejor para ser un emprendedor de la salud y el bienestar”.

Unity Stoakes,
Co-founder, StartUp Health.

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

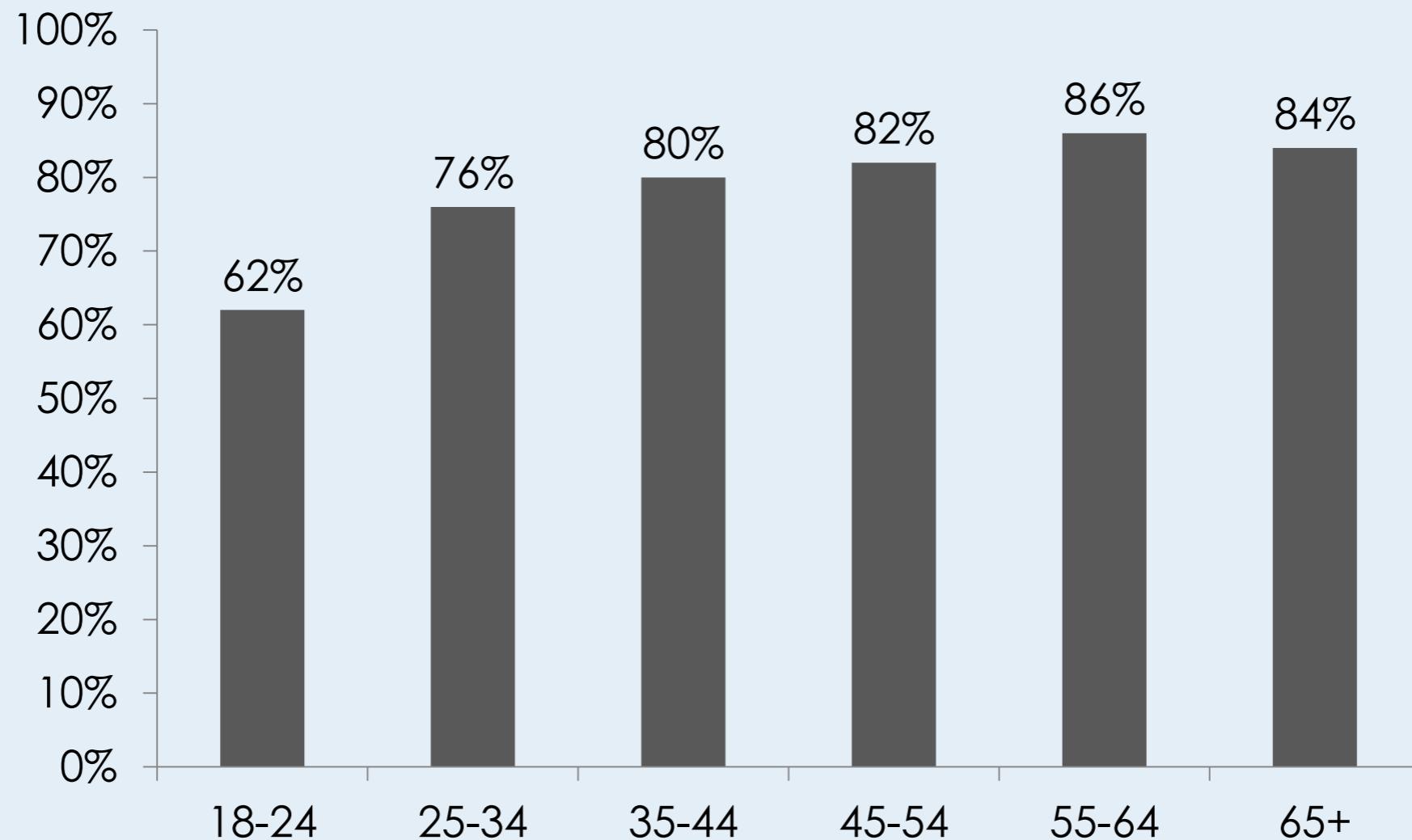
THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

Y es la naturaleza global de este movimiento
lo que la hace tan potente



¿Piensas que el interés por el Bienestar va a ser más o
menos importante para la gente en el futuro?

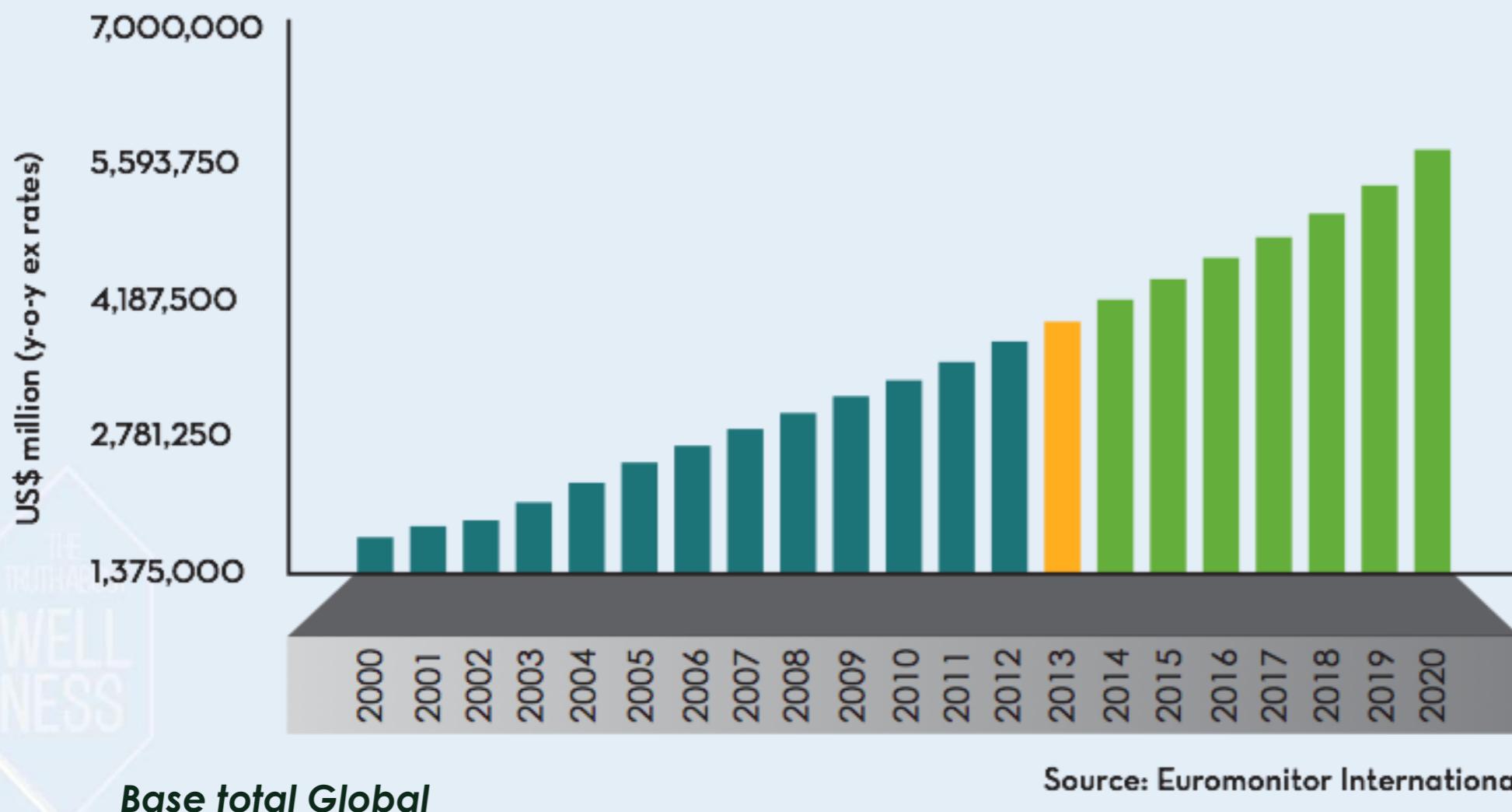
En Chile a mayor edad aumenta la importancia del tema



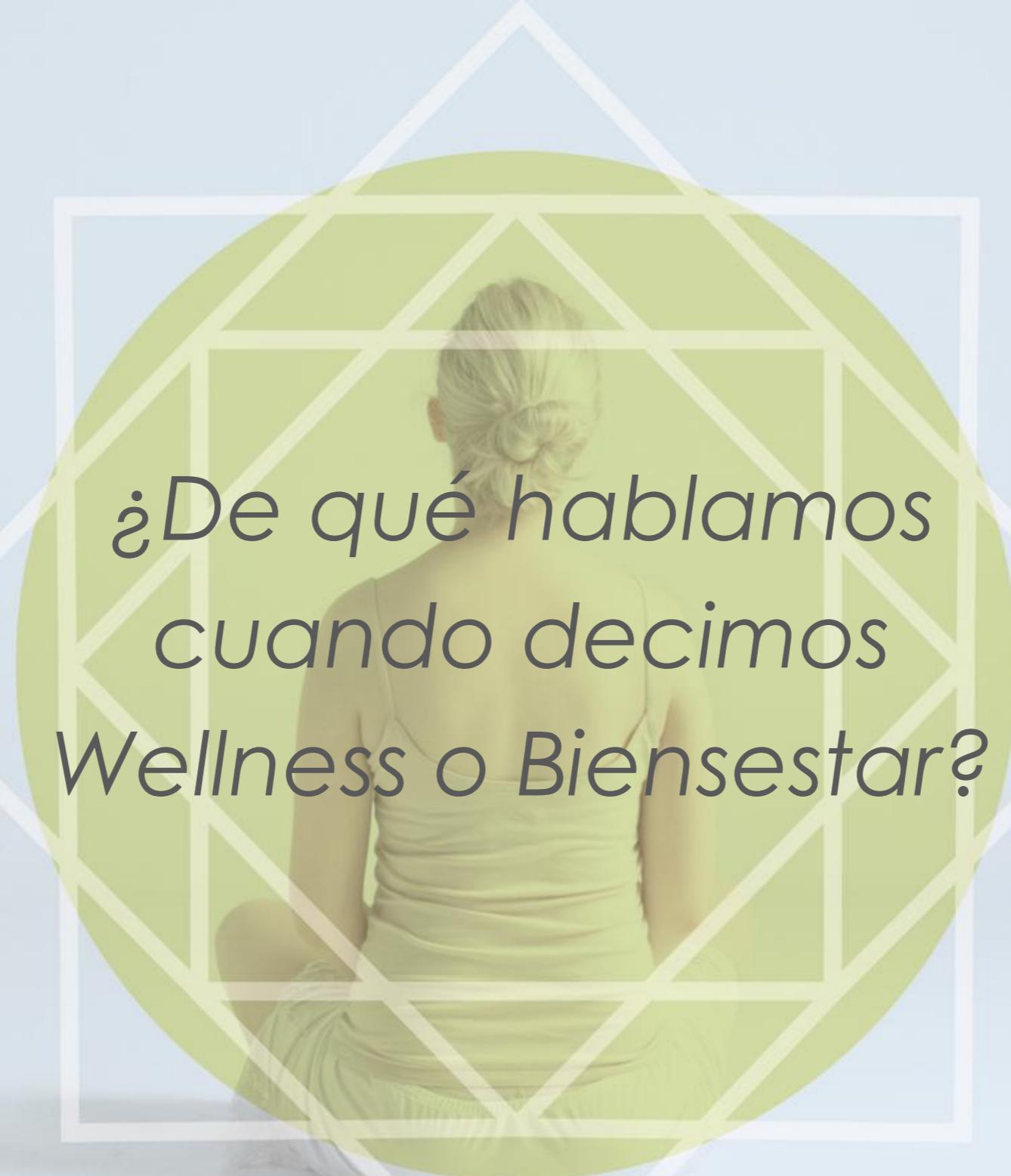
Base total Chile

Total de personas que respondieron que piensan que el bienestar será más importante en el futuro.

Nace la era del Bienestar



El gasto mundial en wellness se ha duplicado en la última década , y continuará creciendo. La era del Bienestar está entre nosotros y es ahora el momento de las marcas para capitalizar esta tendencia.

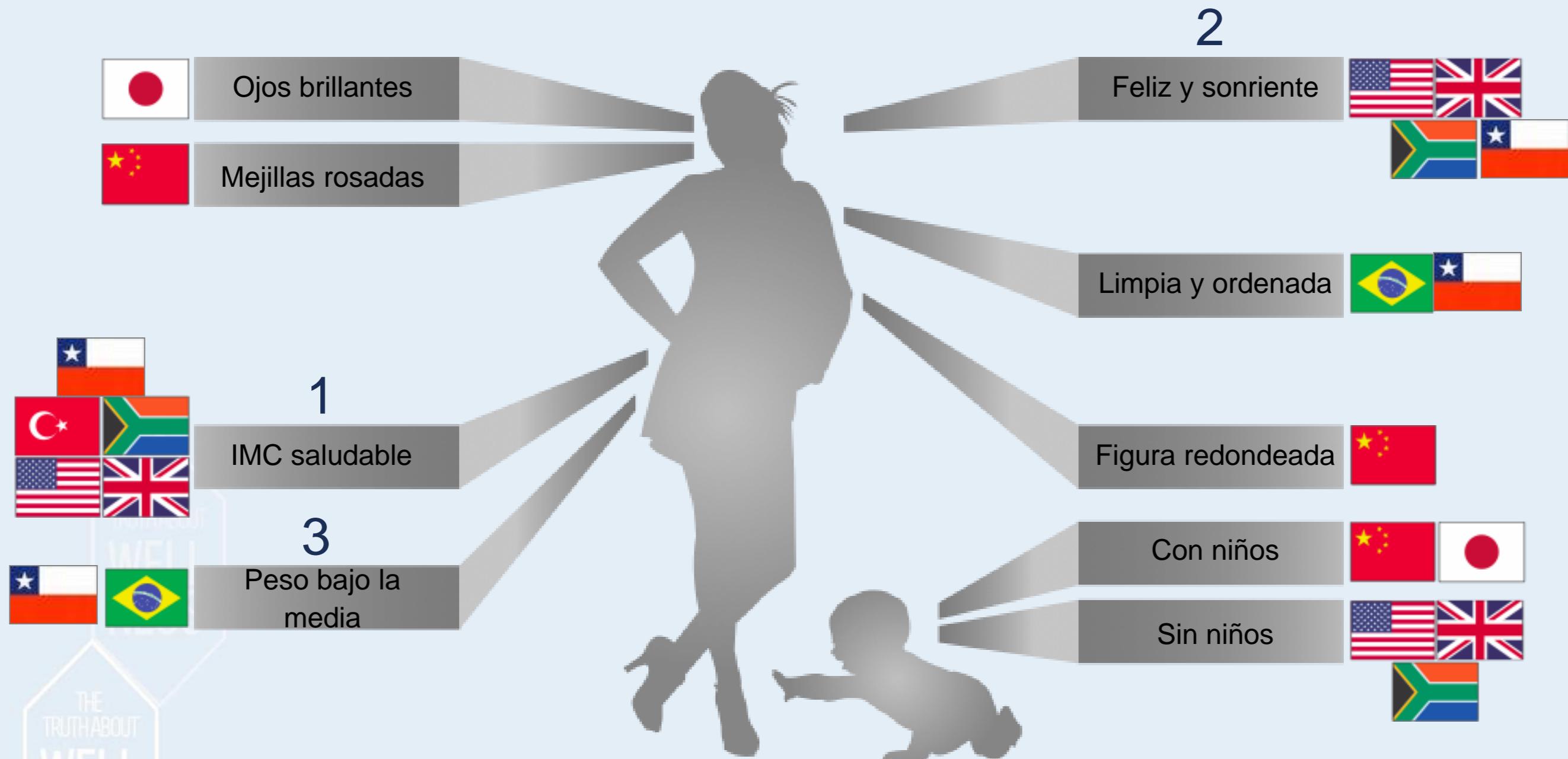


¿De qué hablamos
cuando decimos
Wellness o Bienestar?

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

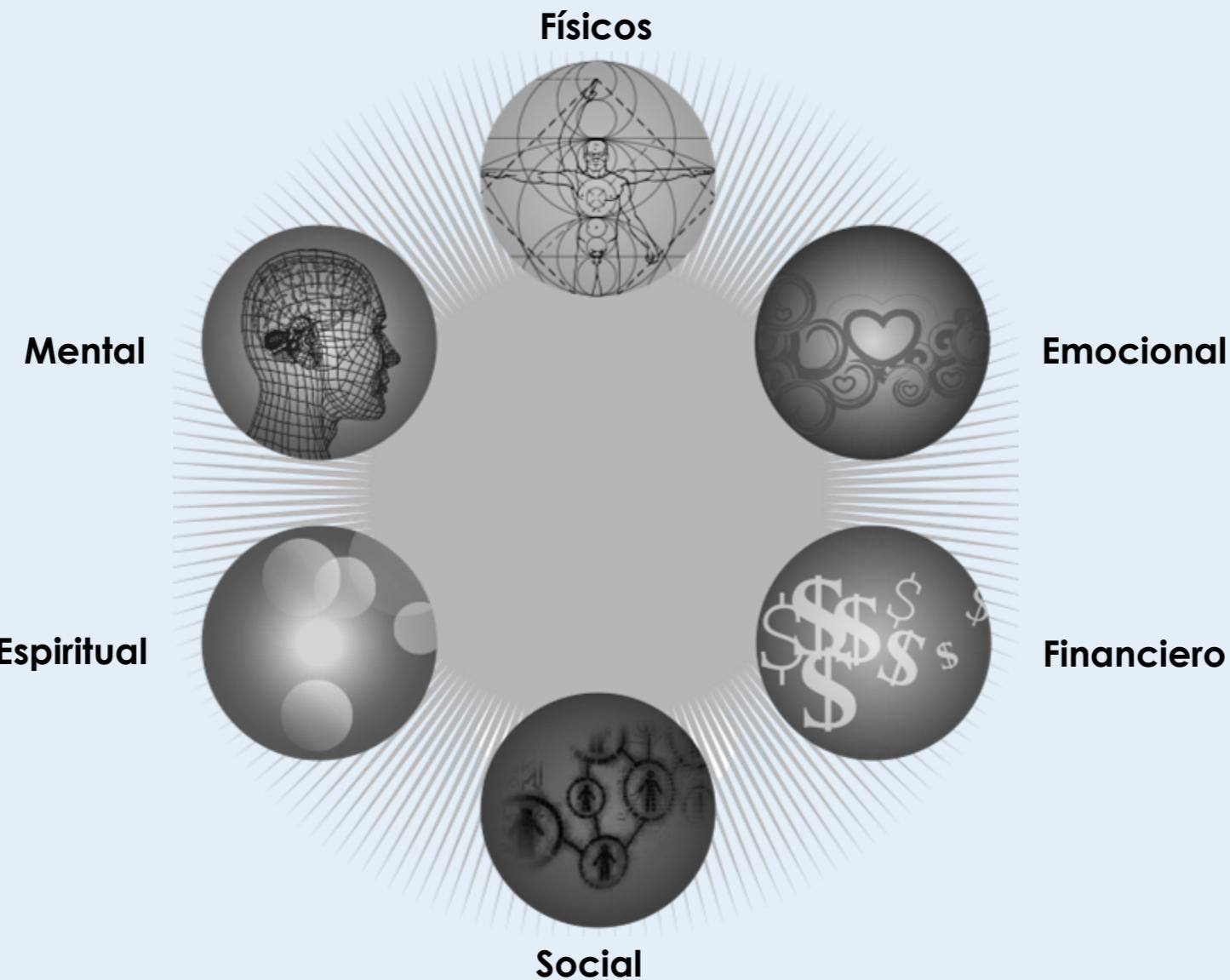
¿Cómo reconocemos el Bienestar en otros?



*El prototipo mundial de Bienestar está asociado a:
una Mujer de 34 años*

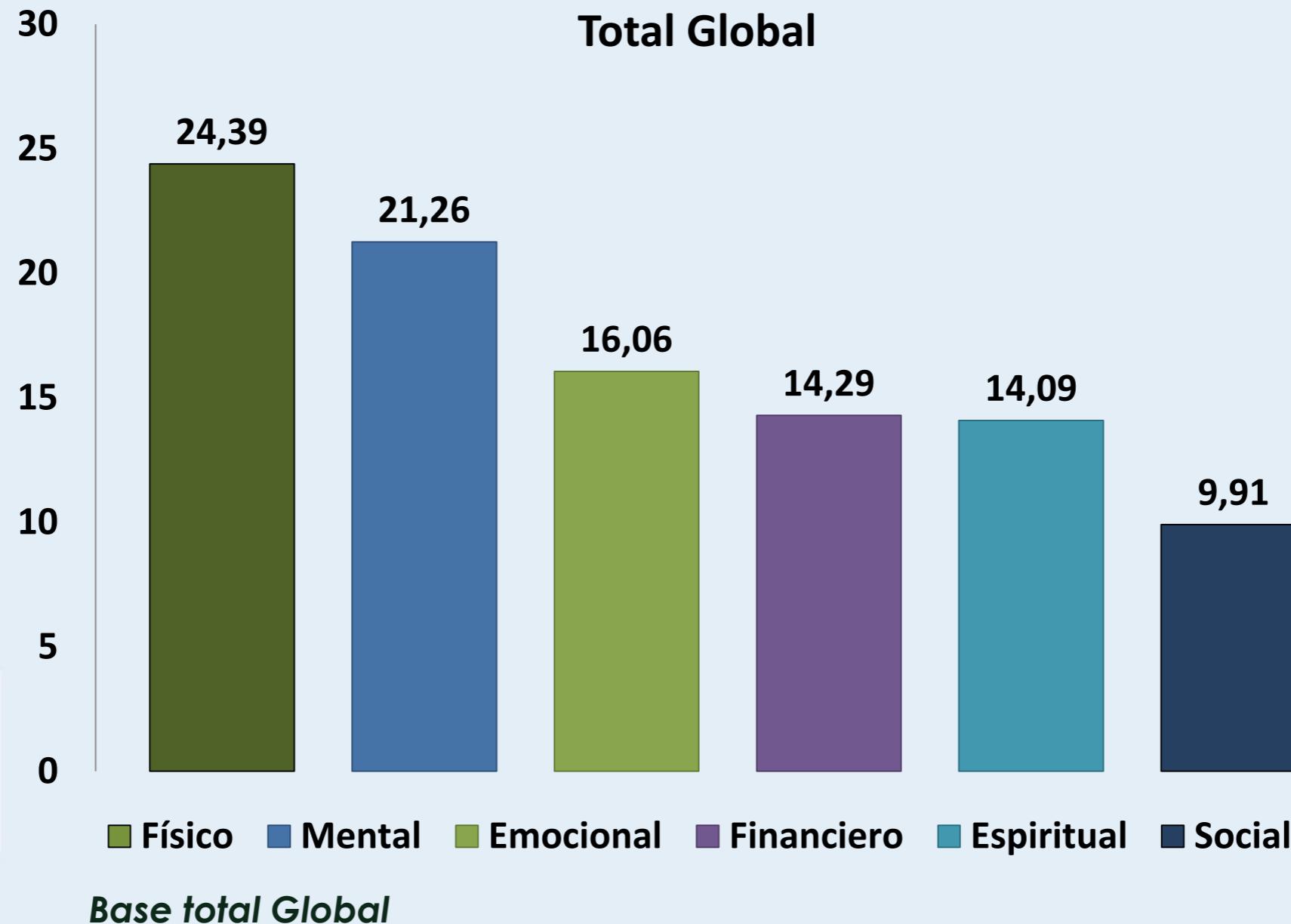
Mayoritariamente Japonesa, China, Americana y Escandinava

Importante: el wellness es mucho más que atributos físicos



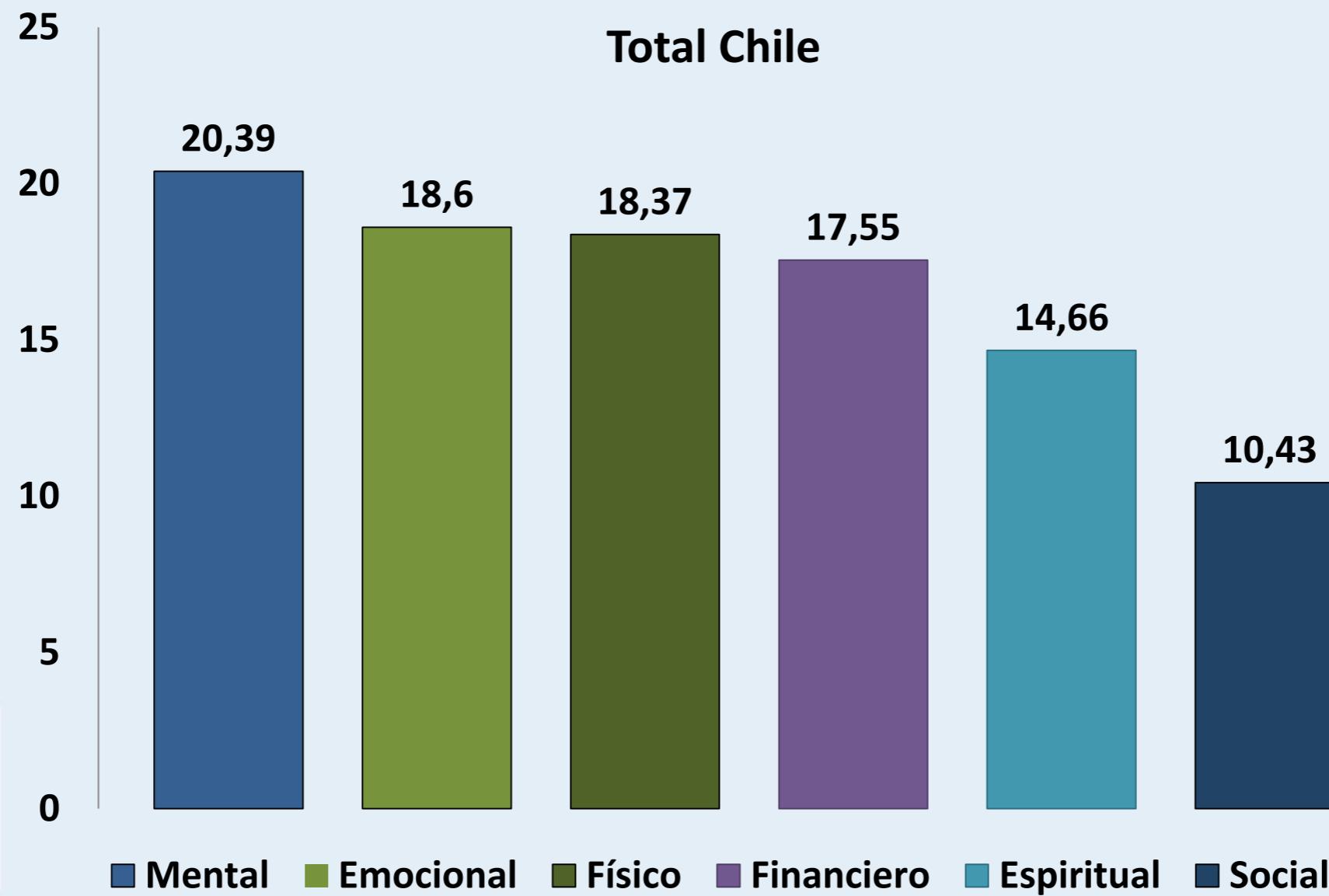
El bienestar se traduce en un buen estado de salud que engloba su parte física, mental, emocional y espiritual, así como su rol en la sociedad y expectativas familiares, sociales y laborales.

Las personas están de acuerdo...



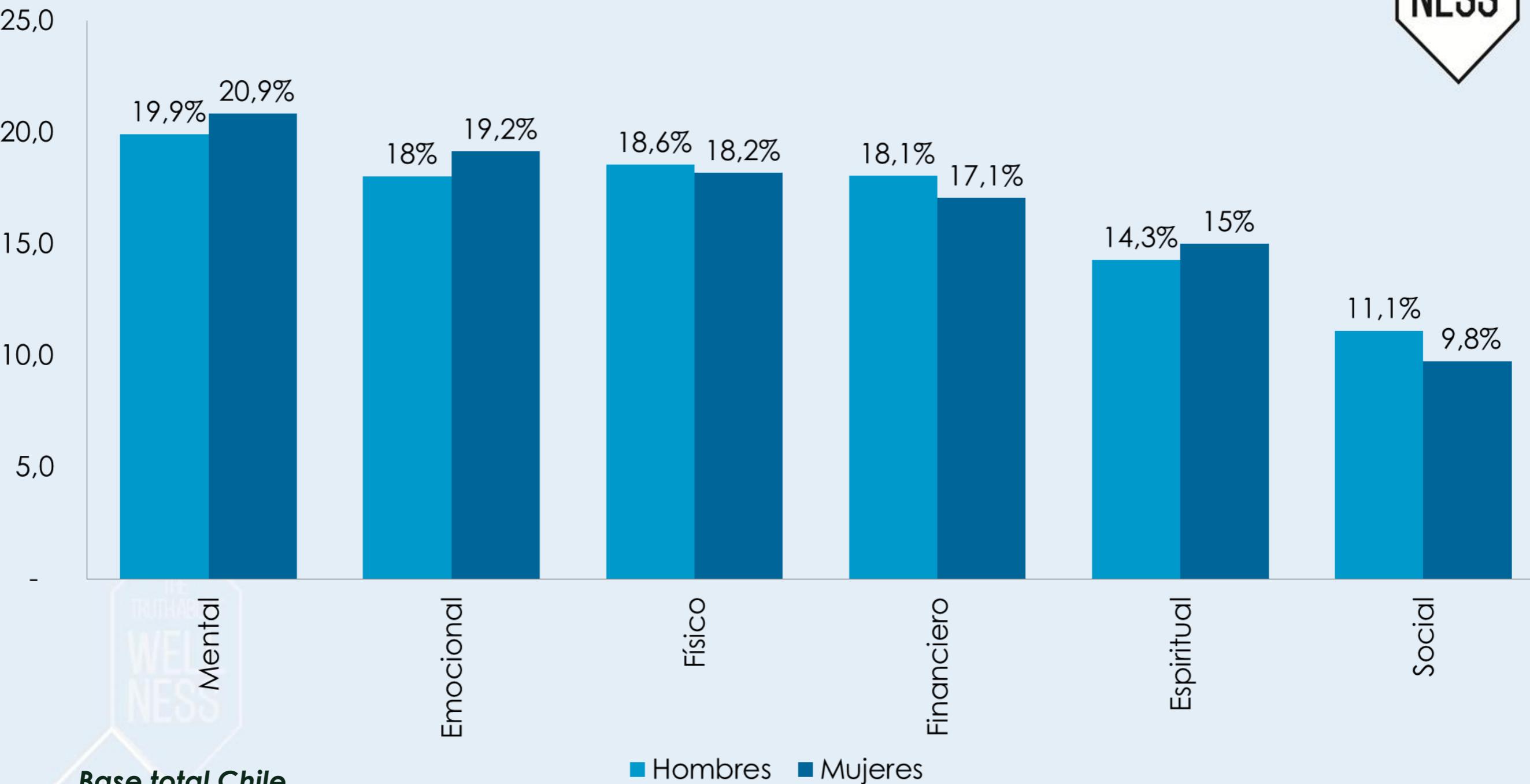
¿Qué dirías que es para ti lo más importante cuando pensamos en bienestar?

En Chile, el bienestar mental y emocional es nuestra prioridad



¿Qué dirías que es para ti lo más importante cuando pensamos en bienestar?

Hombres y mujeres están de acuerdo

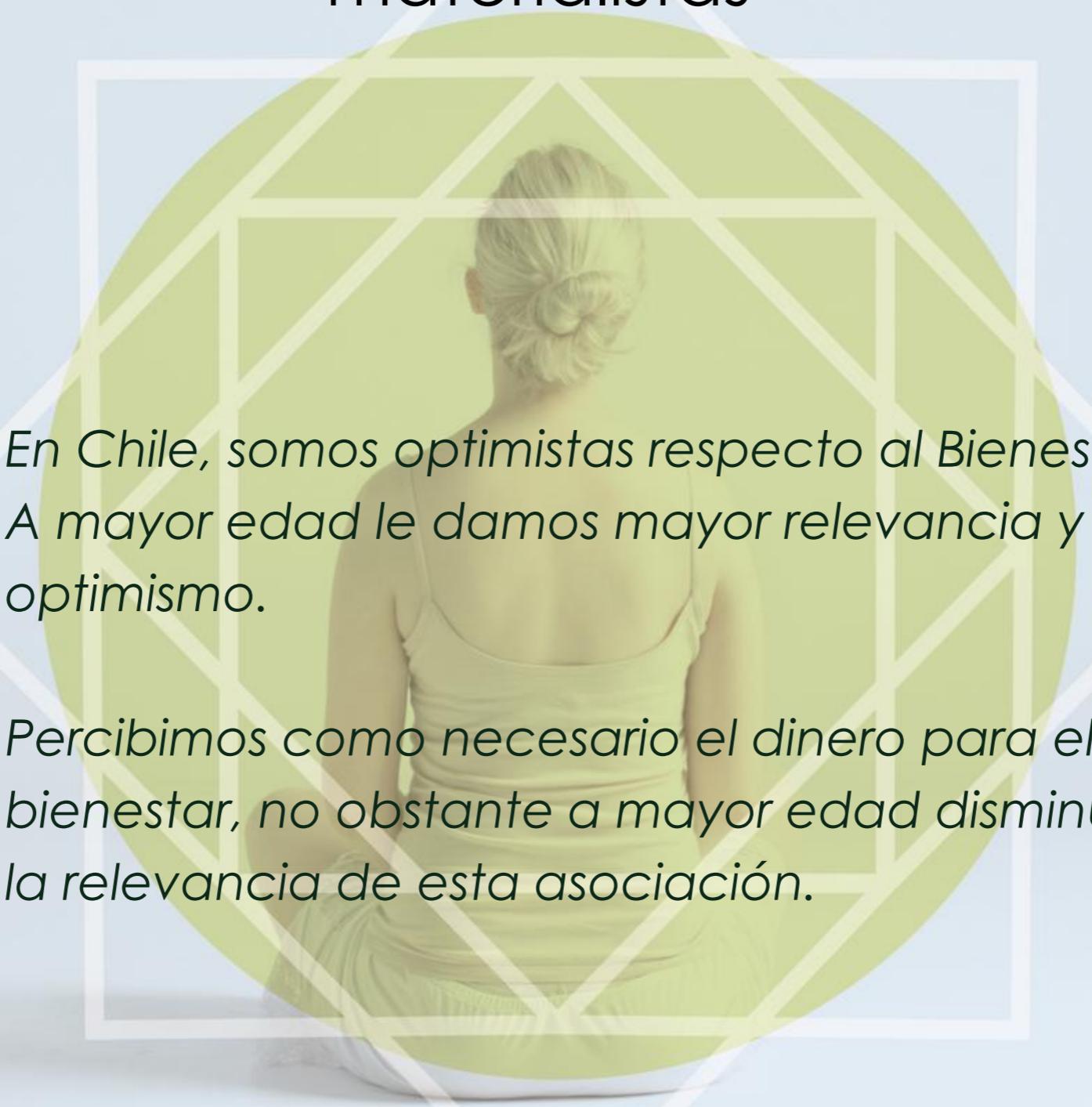


Base total Chile

TRUTHABOUT
**WELL
NESS**

¿Qué dirías que es para ti lo más importante cuando pensamos en bienestar?

Al envejecer nos volvemos más equilibrados y menos materialistas



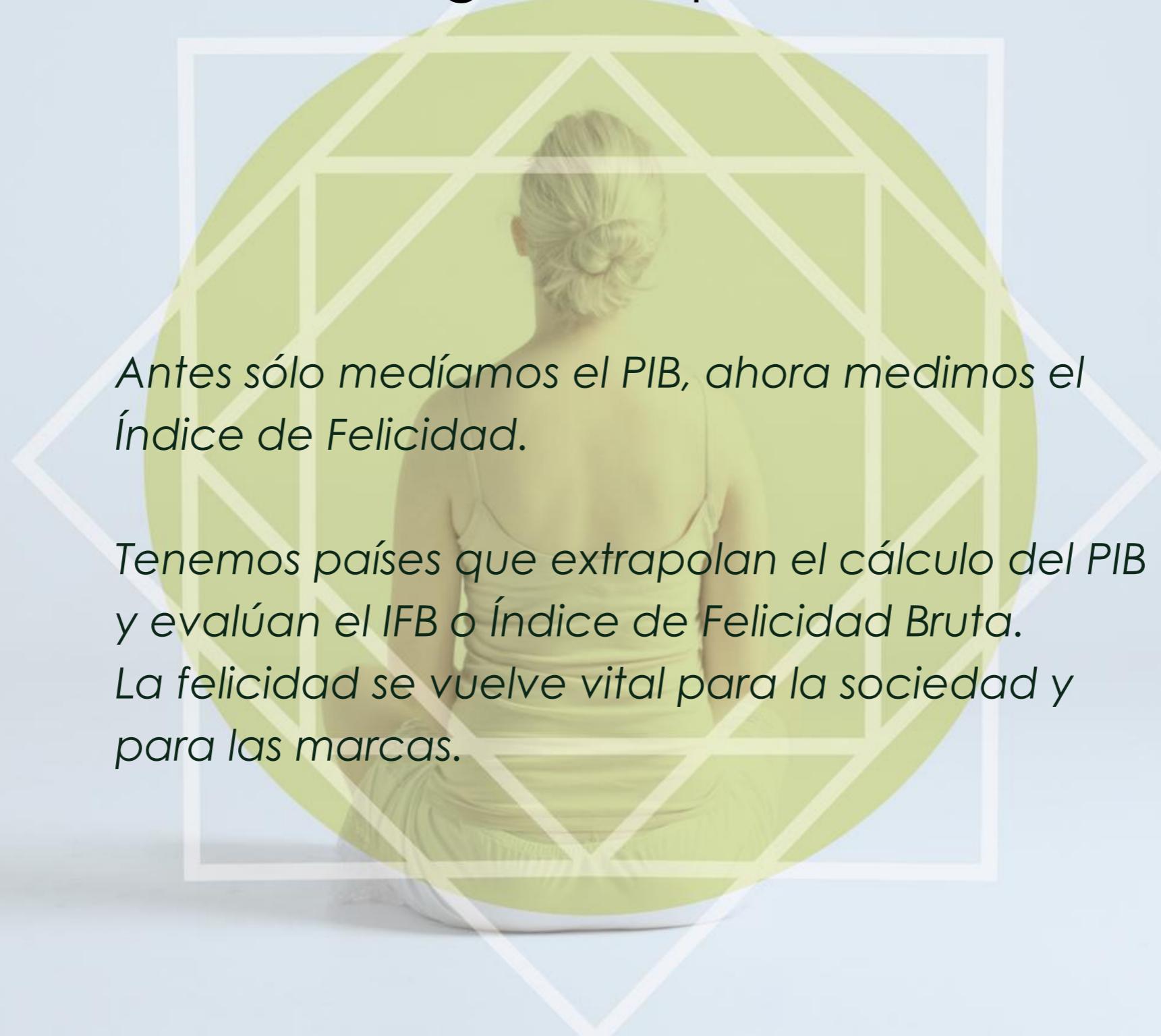
En Chile, somos optimistas respecto al Bienestar. A mayor edad le damos mayor relevancia y optimismo.

Percibimos como necesario el dinero para el bienestar, no obstante a mayor edad disminuye la relevancia de esta asociación.

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

Globalmente, la felicidad como componente del bienestar gana importancia.



Antes sólo medíamos el PIB, ahora medimos el Índice de Felicidad.

Tenemos países que extrapolan el cálculo del PIB y evalúan el IFB o Índice de Felicidad Bruta. La felicidad se vuelve vital para la sociedad y para las marcas.

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

Igualmente, cada persona tiene sus propias preferencias e interpretaciones del Bienestar



Serás tan bueno como mereces

Come menos y muévete más

Estamos juntos en esto!

Ohmmm.

No es mi problema...

ACTIVO ← → PASIVO

Entendiendo el bienestar...

1. ANALIZANDO EL PRESENTE

- *Enemigos del bienestar*
- *Héroes del bienestar*

2. IMAGINANDO EL FUTURO

- *Ecosistema del bienestar*
- *Tecnología del bienestar*

3. HACIÉNDODO REALIDAD

- *Bienestar integrado*
- *Well Brands*



1. ANALIZANDO EL PRESENTE

Enemigos del bienestar

Los 3 enemigos del Bienestar



Cuando hablamos de enemigos, la gente piensa principalmente en los factores externos...

1/3 de los chilenos dice que el bienestar de su familia fue afectado a partir de la crisis financiera global.

45% de los chilenos dice que es importante invertir en tu salud aún cuando la economía esté flaueando.

La contaminación se aprecia como la mayor amenaza para el futuro del bienestar de las personas en China y Turquía.

El CAMBIO CLIMÁTICO visto como la mayor amenaza para la supervivencia de la humanidad.

ENTORNO ADVERSO

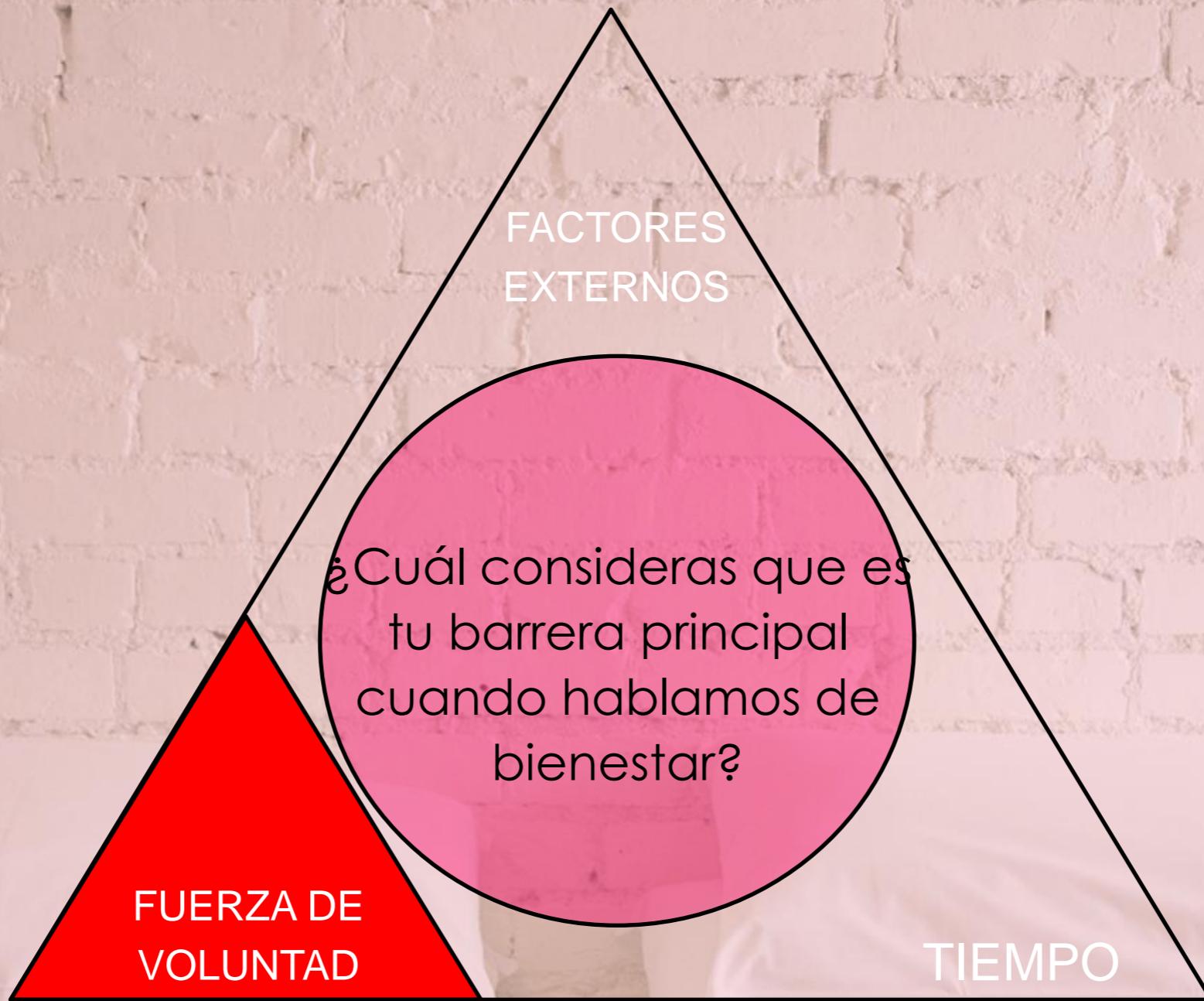
“Tienes que luchar por tu salud” (entrevistado U.S.A.)



PERO LOS OTROS
ENEMIGOS ESTÁN
MÁS CERCA...

FUERZA DE
VOLUNTAD

TIEMPO



La mayoría piensa que el problema parte desde ellos mismos...

Enemigos internos:

Deseo

Tentación

Indisciplina

Las personas tienden a ser muy duras consigo mismas.

“La disciplina es esencial para el bienestar” Brasil

“El mayor enemigo para mi bienestar soy YO” (entrevistado U.S.A.)

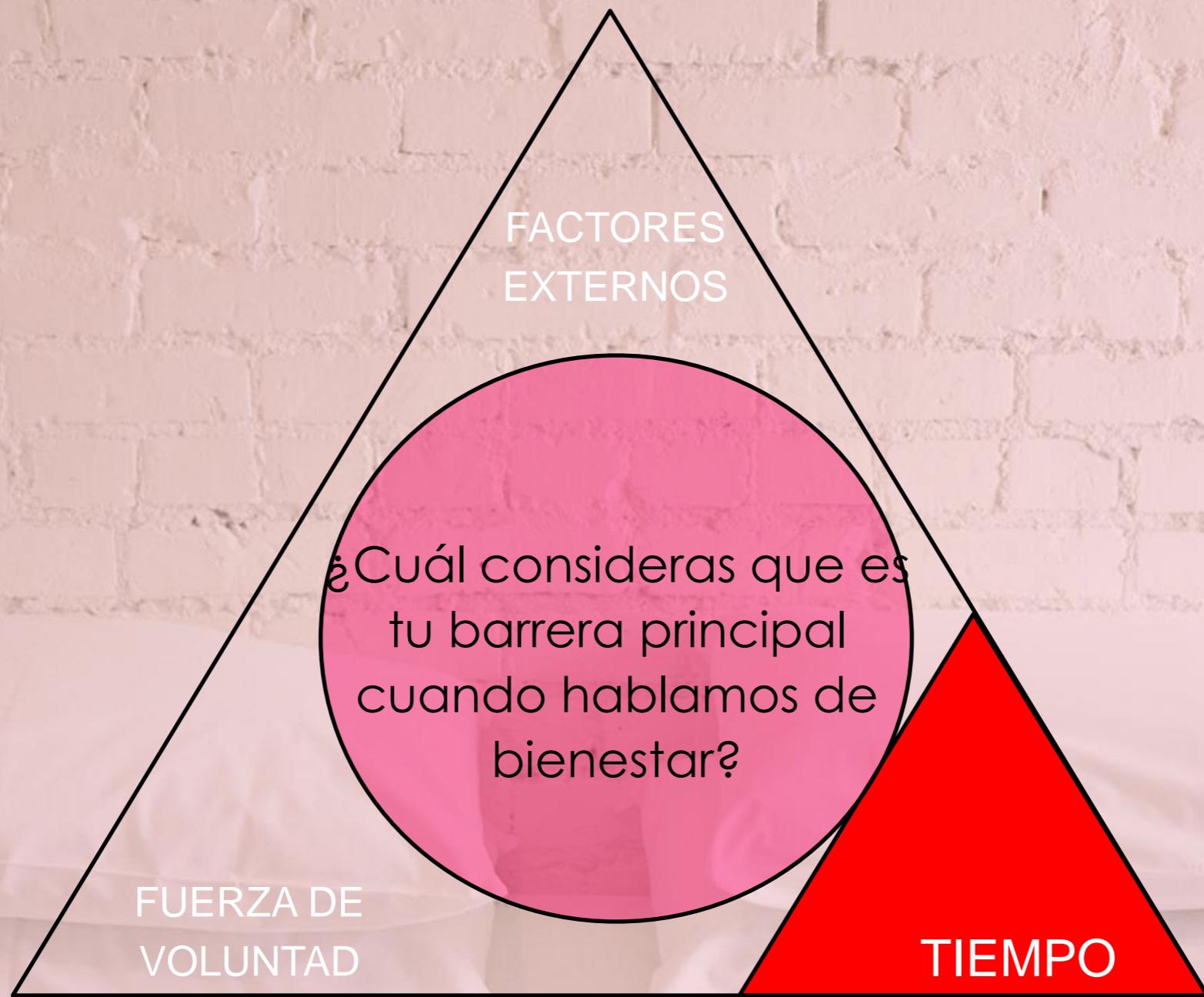
Cómo ejercitar la fuerza de voluntad

“Tienes que empezar a hacer pequeñas cosas cada vez más saludables de forma automática, sin pensarlas... La fuerza de voluntad está totalmente sobreestimada...y a veces no funciona”.

David Kirchhoff, CEO Weight Watchers.

Un estudio reciente sugiere que adoptar UN hábito saludable (vs ponerte mil metas a la vez) puede tener un efecto mucho mayor en diferentes áreas de tu vida.

Nuestra fuerza de voluntad va de la mano con la falta de tiempo que la mayoría declara vivir



Nuestro peor enemigo: el reloj



La gente siente que ha perdido el control de su tiempo:

En un mundo de obligaciones y roles múltiples, sentimos que el tiempo se nos escapa de las manos.

La falta de tiempo es la primera razón por la que la gente dice que no hace ejercicio.

La mitad del segmento de 18- 34 años se aburren si sólo hacen una cosa a la vez.

Base total Global

La falta de equilibrio entre el tiempo de trabajo y el tiempo personal en Chile es considerada uno de los mayores obstáculos al bienestar.



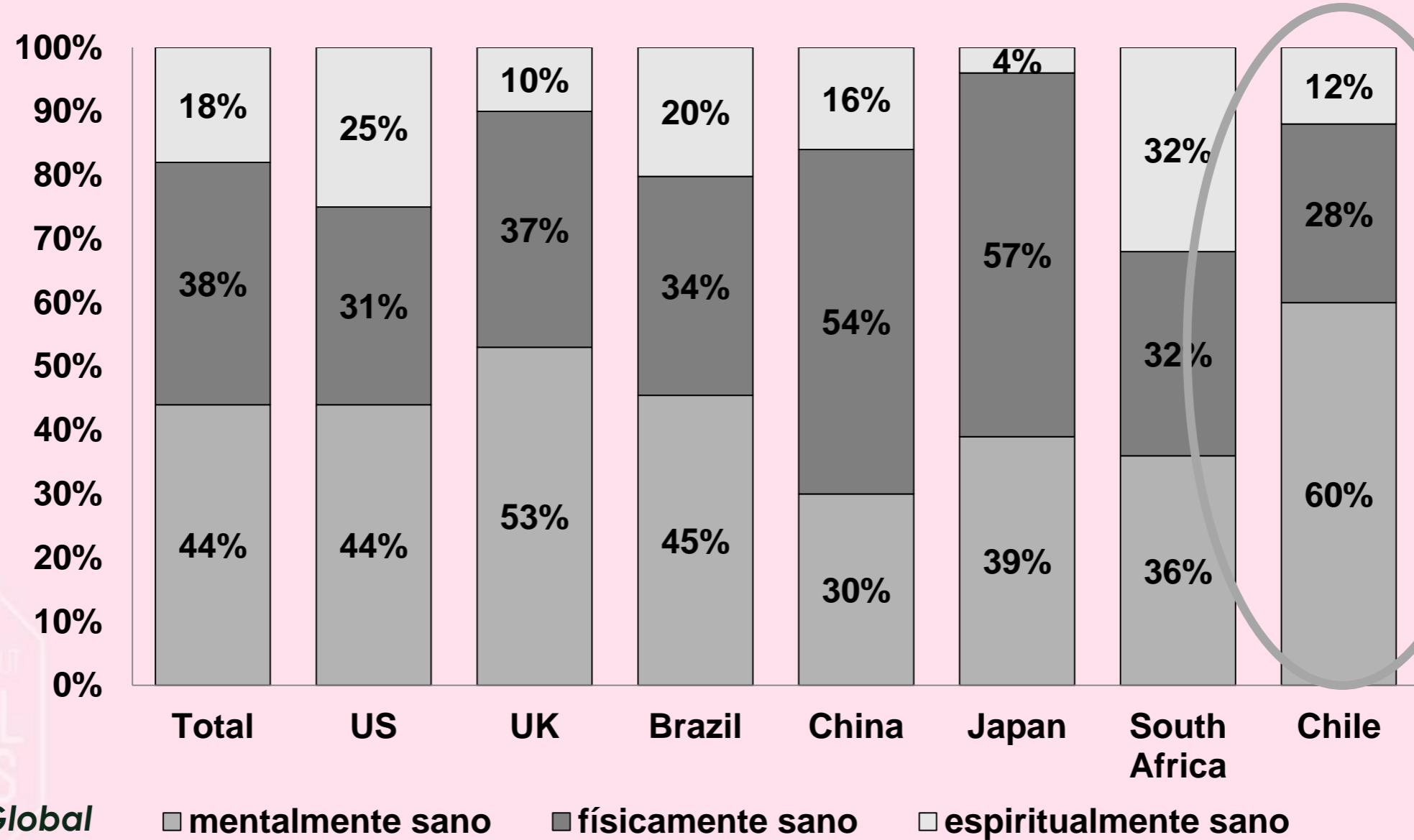
En algunas culturas el estrés es visto como un símbolo de status.

Sin embargo, sentimos que 'estar constantemente estresado' es el factor que nos hace mas propensos a enfermarnos en el futuro.



LAS BARRERAS ESTÁN FUERTEMENTE
INSTALADAS EN NUESTRA VIDA
COTIDIANA, Y POSIBLEMENTE
EXPLICAN PORQUÉ LA SALUD
MENTAL ES TAN IMPORTANTE
COMO LA SALUD FÍSICA.

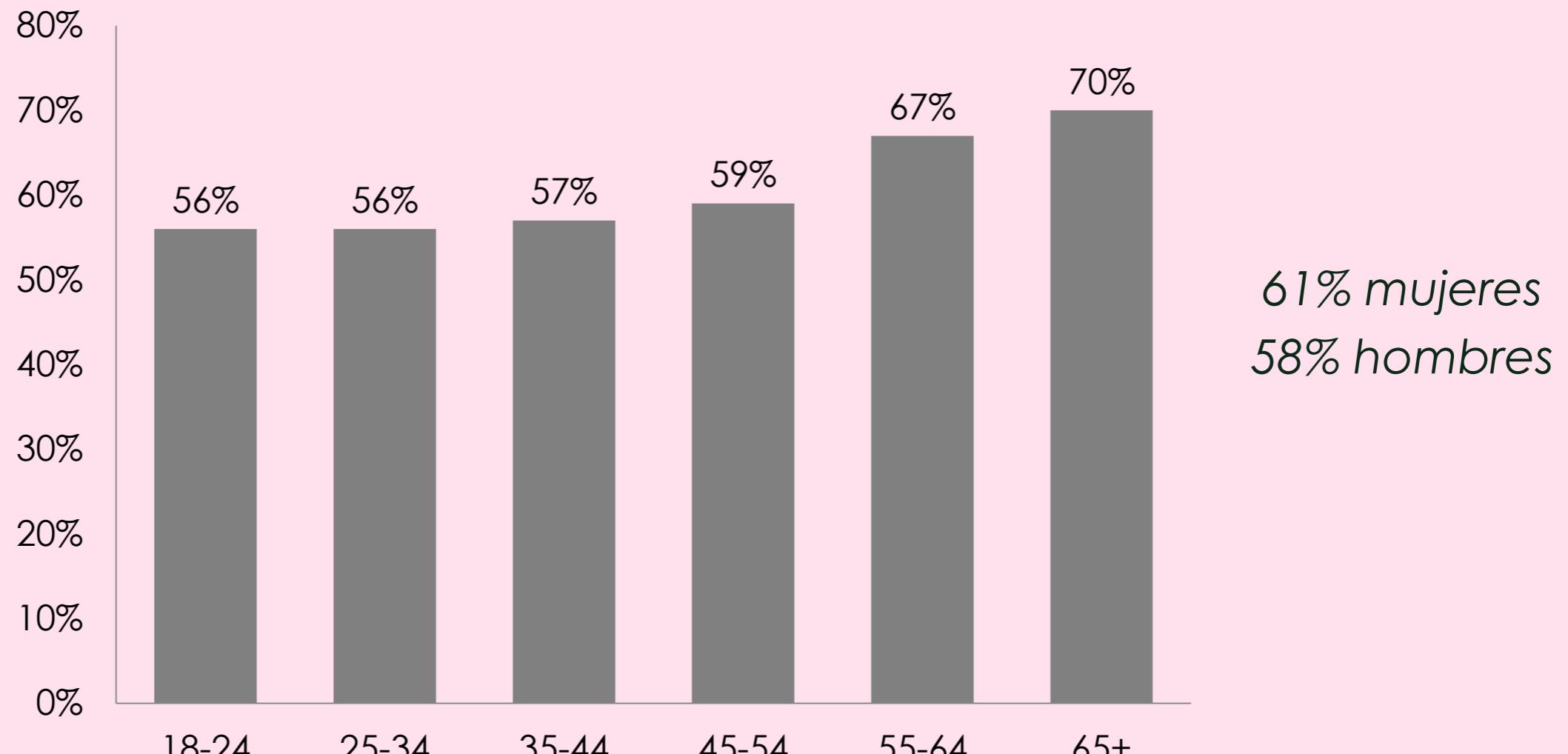
En Chile se valora más la salud mental que la física



Si sólo pudieras mantener uno de estos aspectos cuando envejezcas, ¿Cuál sería?

Hay una creciente conciencia de los problemas de salud mental.

A mayor edad, más se valora mantenerse mentalmente sano.



Base total Chile

Si sólo pudieras mantener uno de estos aspectos cuando envejezcas, ¿Cuál sería?

Trivia del bienestar

¿Qué país valora más dormir como una oportunidad para la mejora del bienestar?

- BRASIL
- INGLATERRA
- SUDAFRICA
- TURQUÍA
- JAPÓN
- CHILE



Respuesta

¿Qué país valora más dormir como una oportunidad para la mejora del bienestar?

BRASIL

INGLATERRA

SUDAFRICA

TURQUÍA

JAPÓN

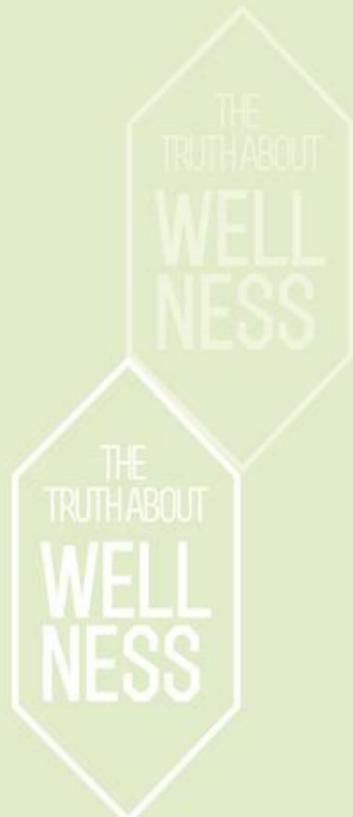
CHILE

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

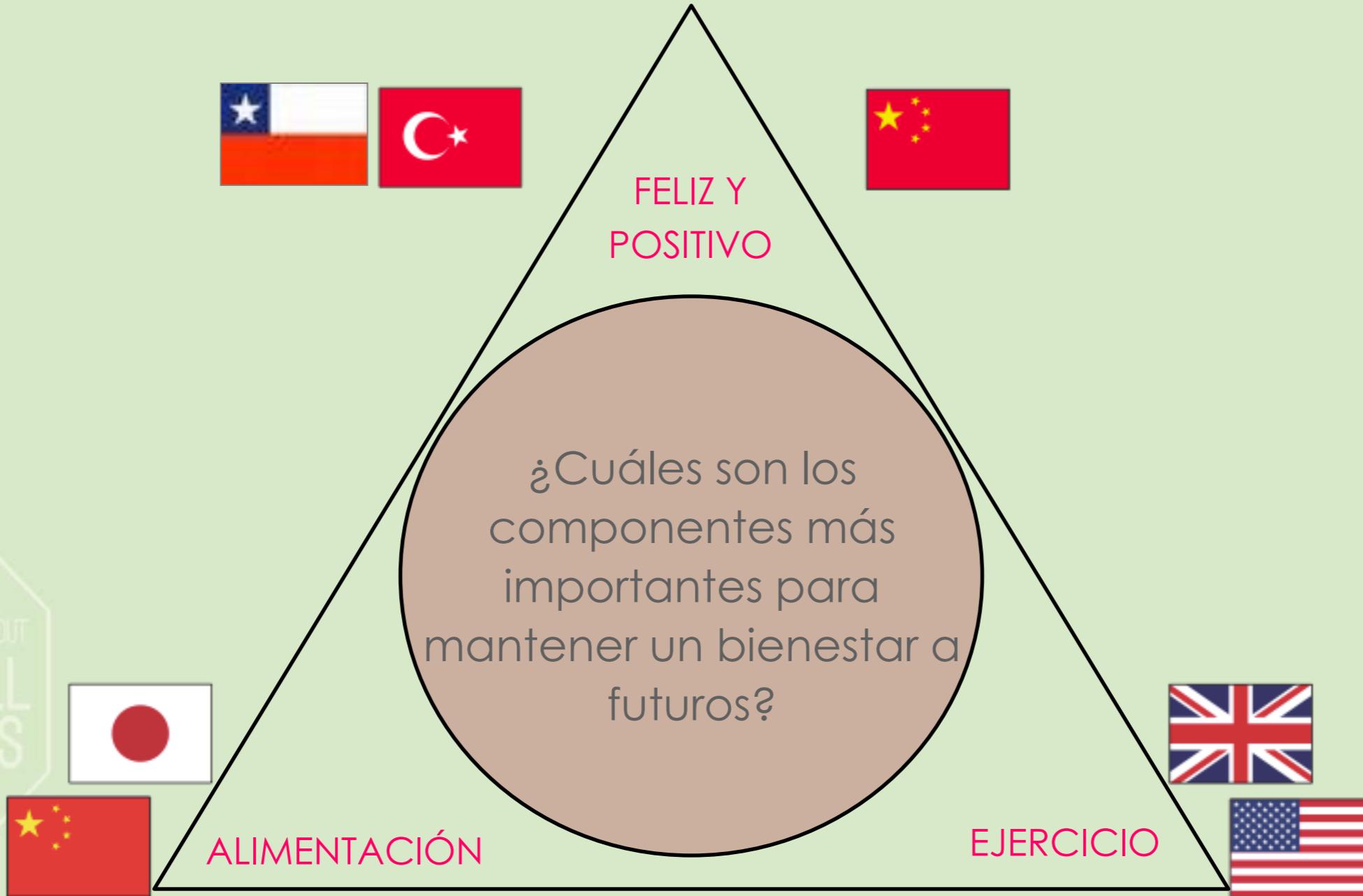
THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

1. ANALIZANDO EL PRESENTE

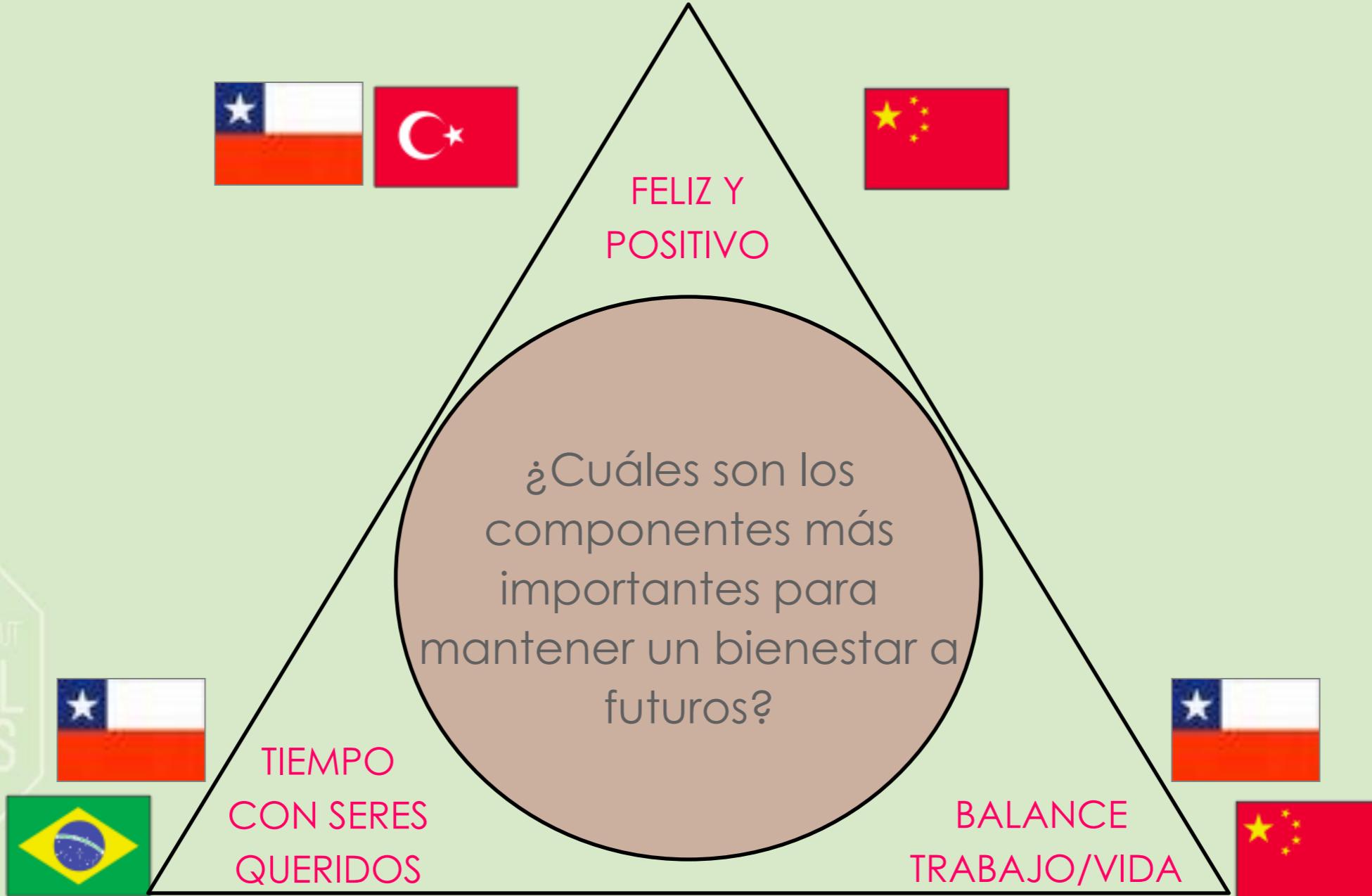
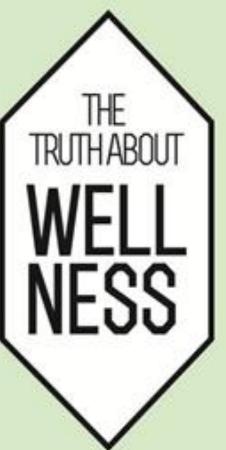
Héroes del bienestar

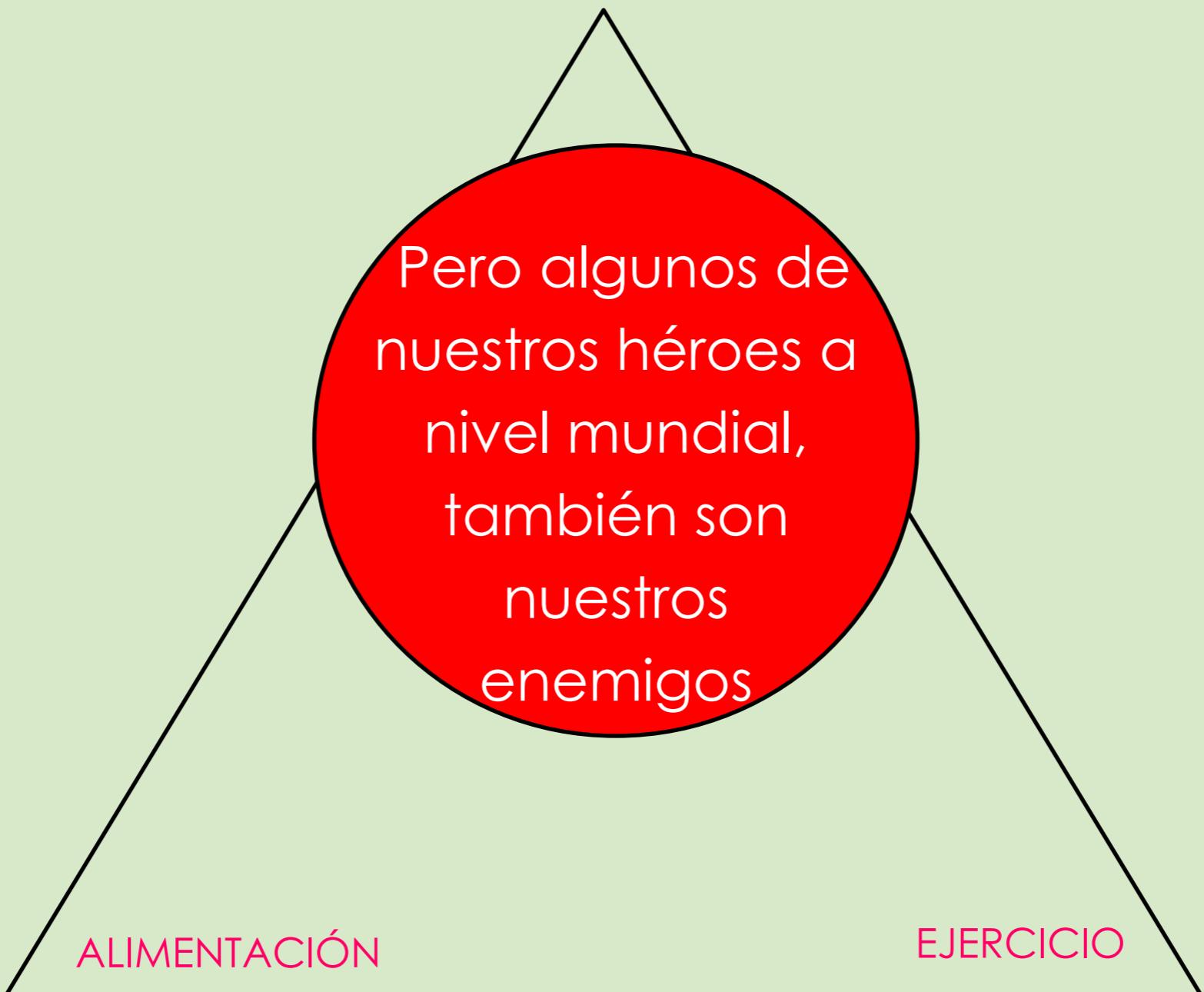
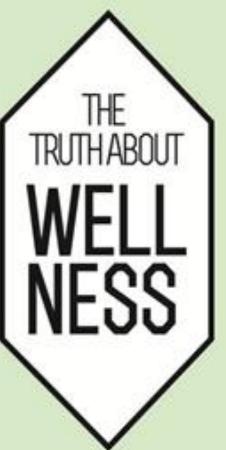


Los 3 colaboradores del bienestar

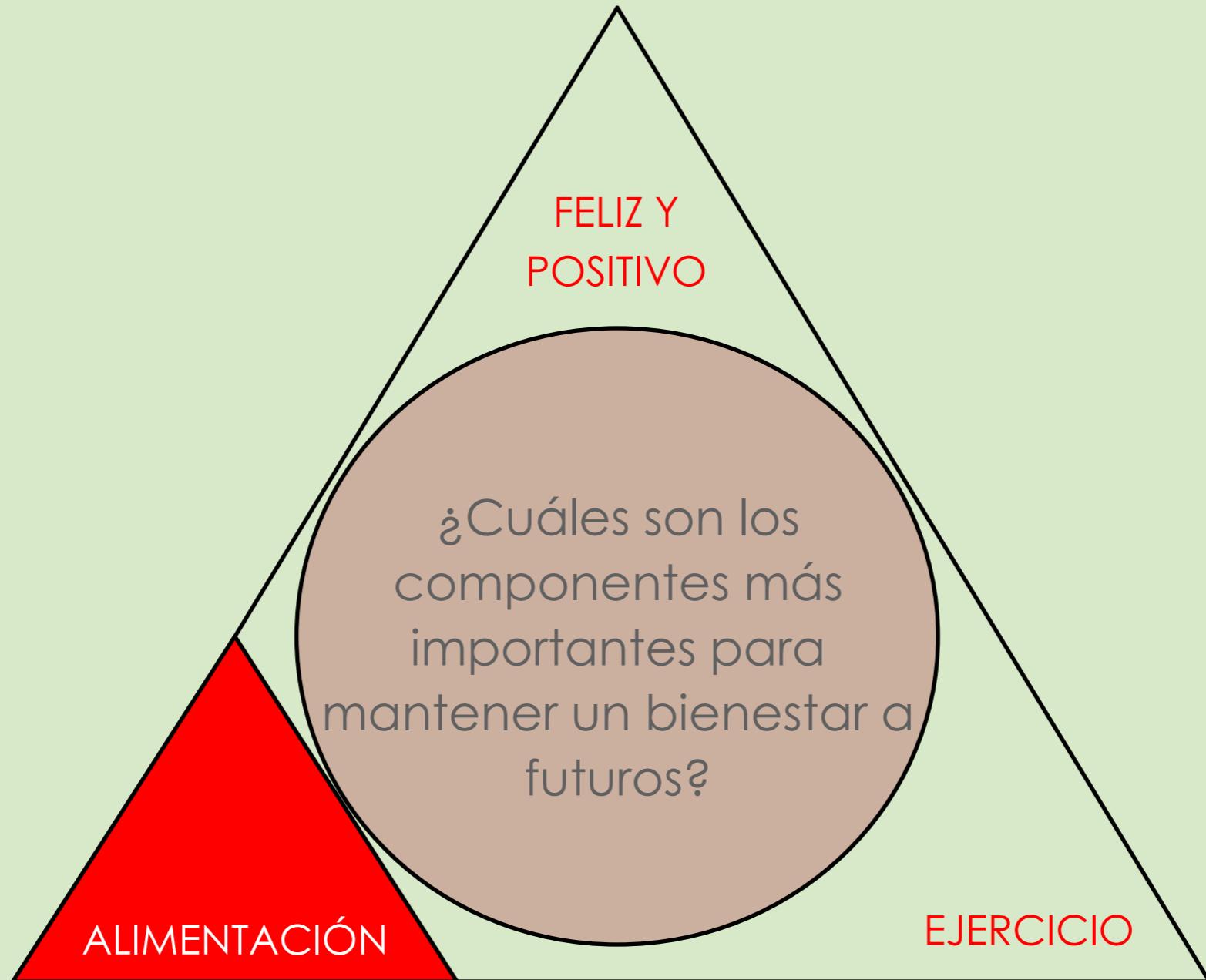
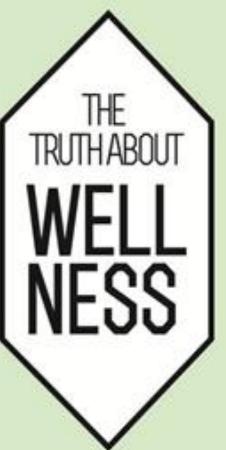


En Chile está fuertemente relacionado a calidad de vida...

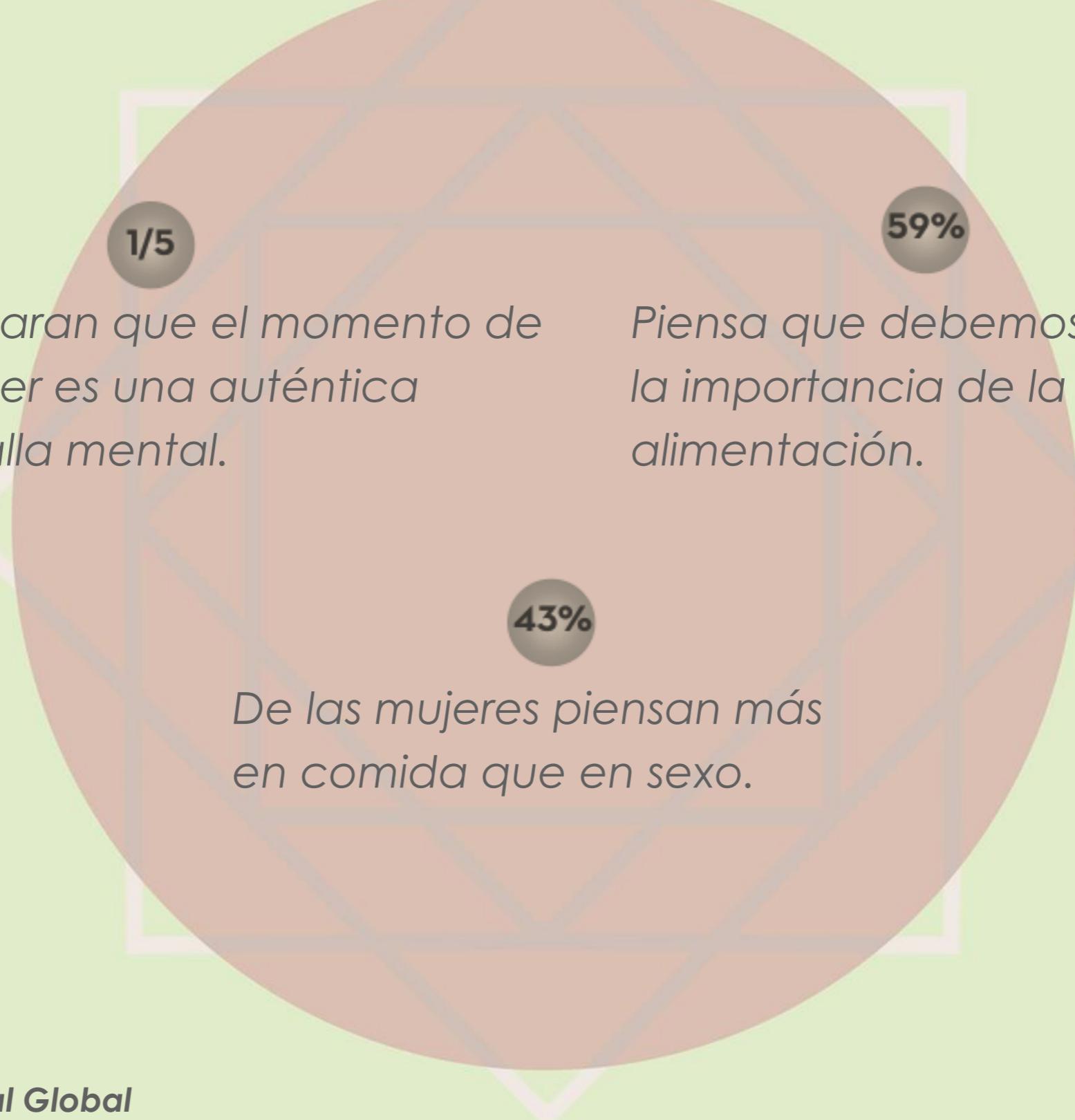




La alimentación es un componente básico en nuestro bienestar



Los 3 colaboradores del bienestar

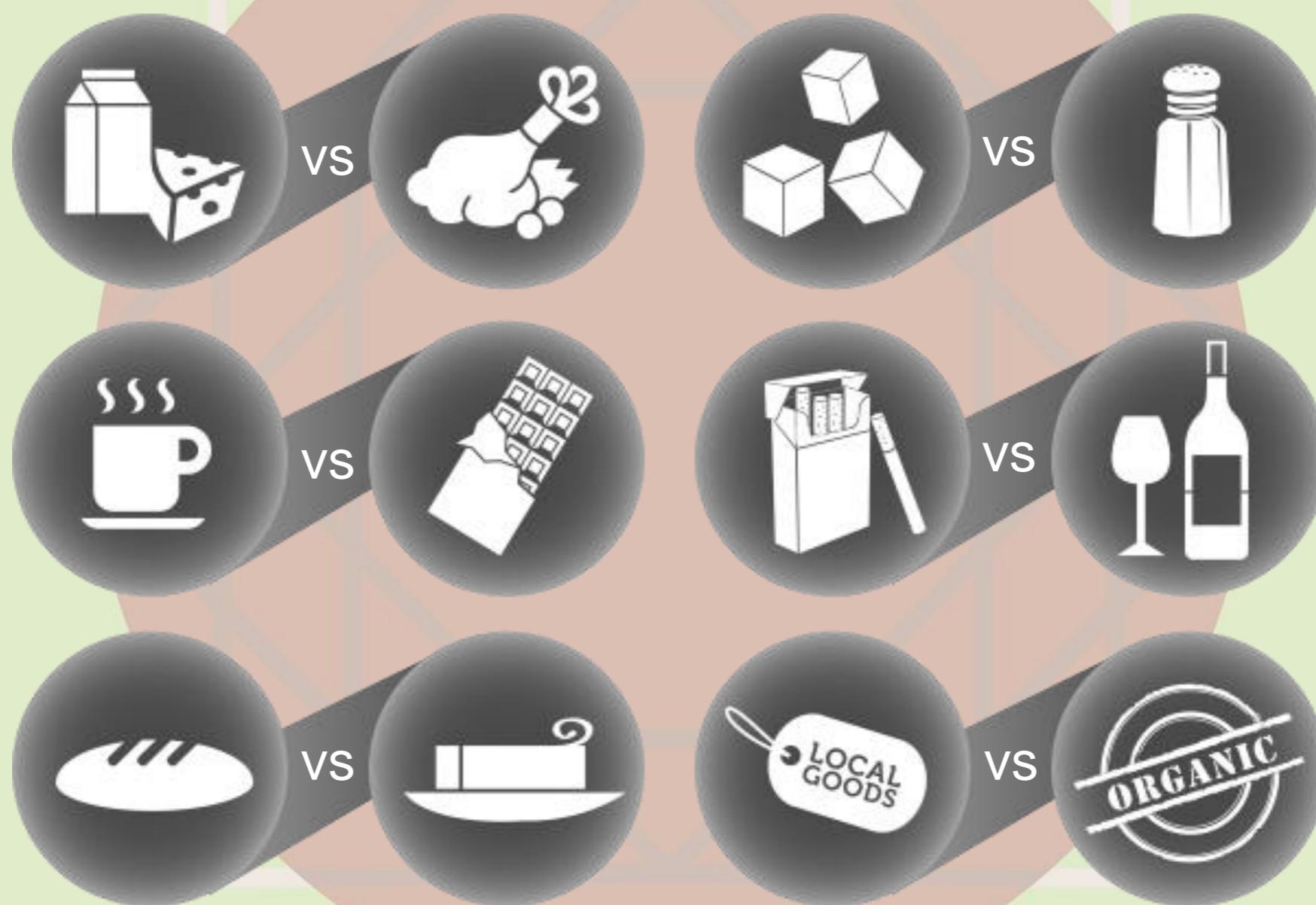


Pero en Chile, comparativamente somos más optimistas



Confusión: generalizada

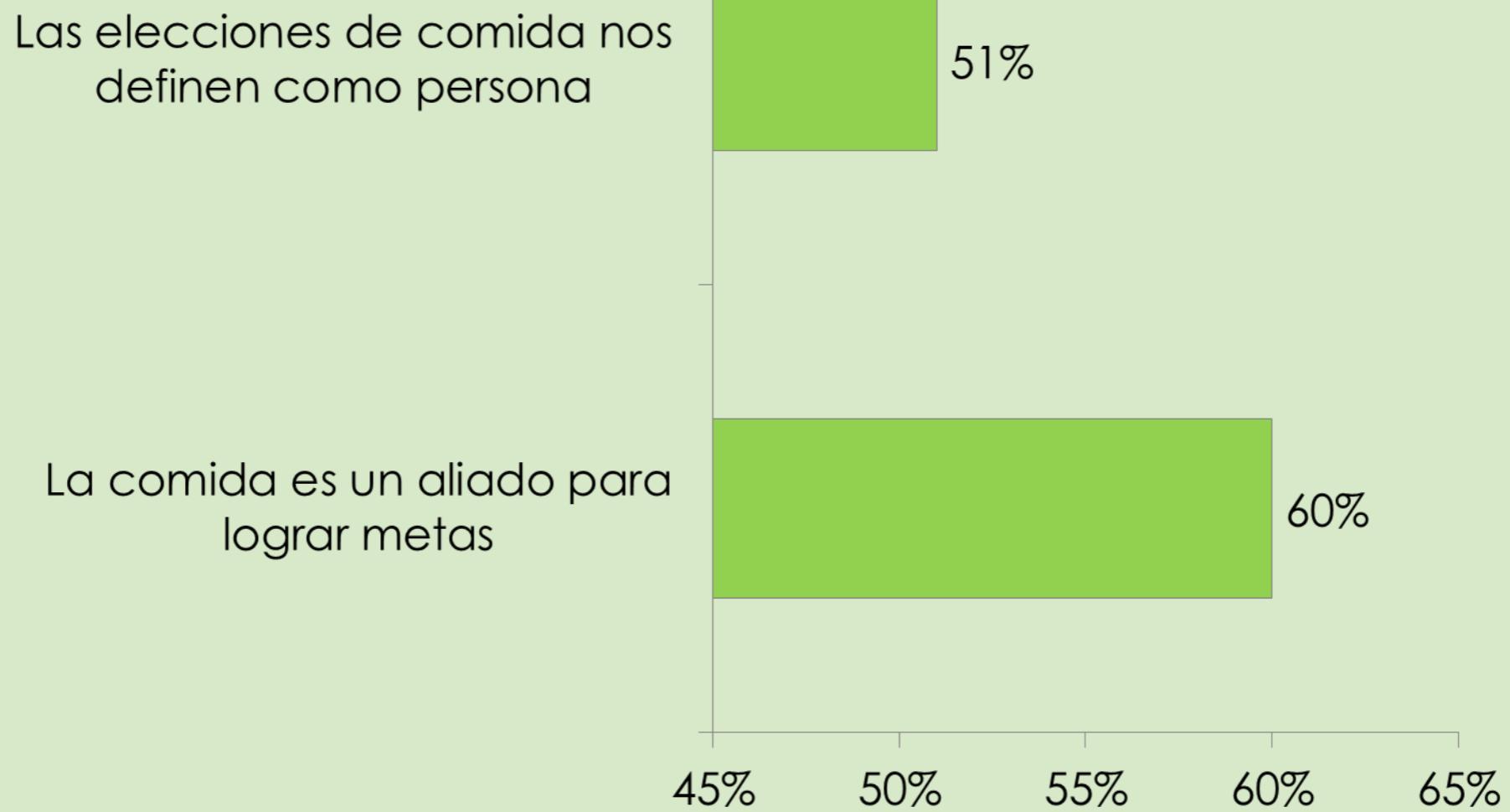
A nivel mundial, los consumidores todavía no están de acuerdo sobre lo que es bueno para ellos y lo que no.



THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

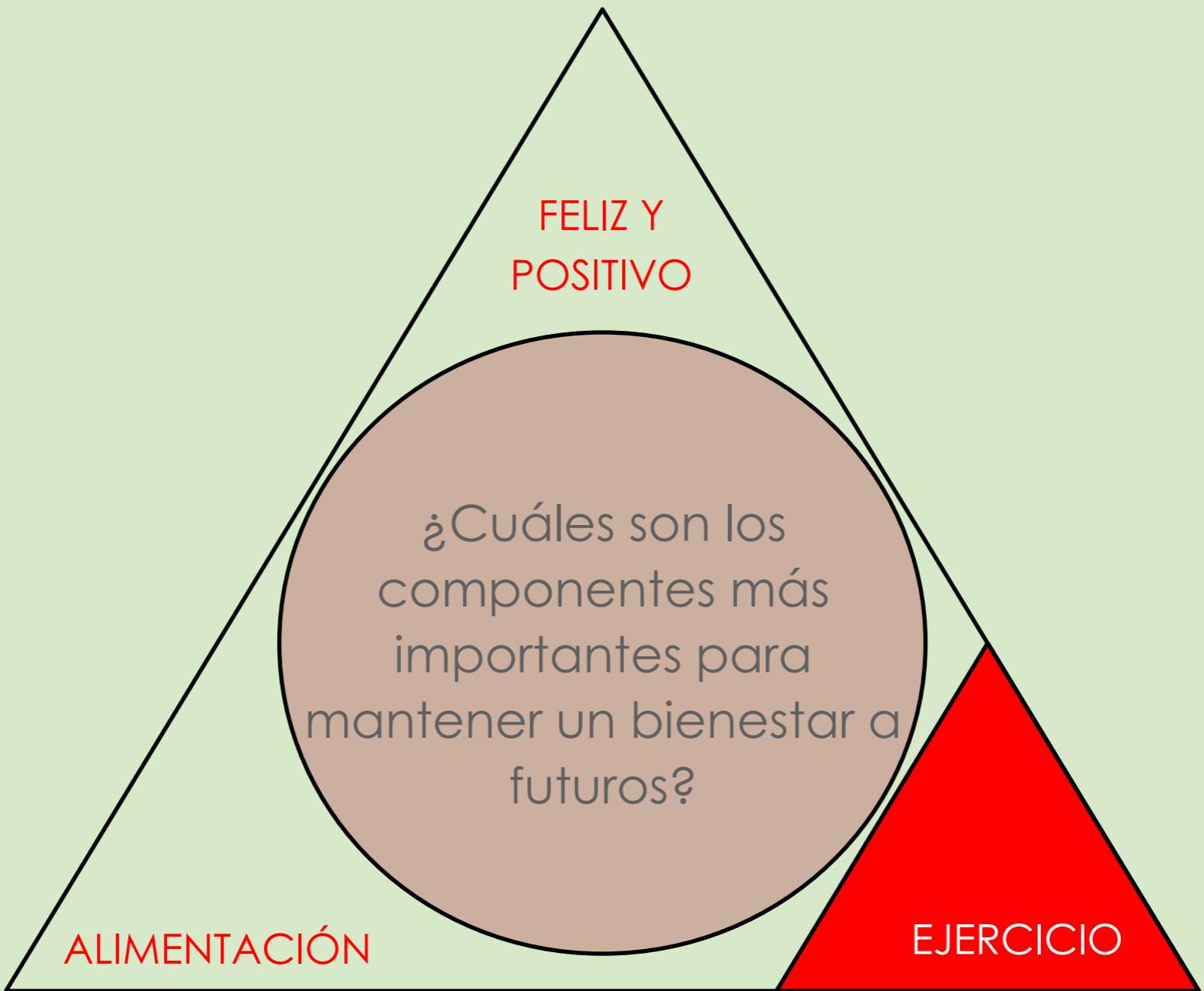
Las elecciones de alimentación son relevantes para nuestra vida.



Base total Chile, completamente de acuerdo / de acuerdo.

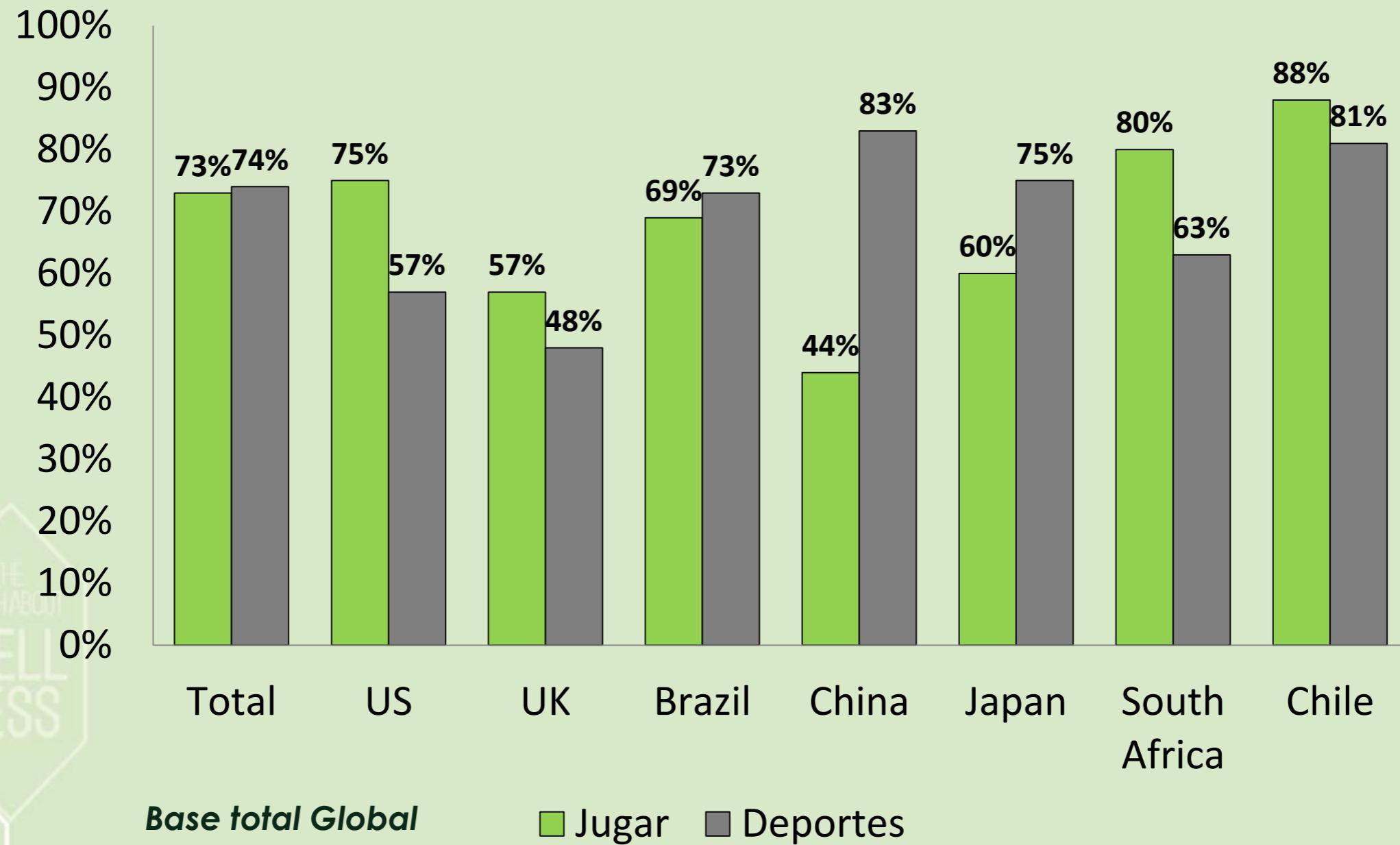
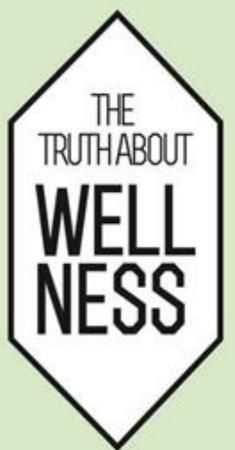


También vemos muchas contradicciones en cuanto a la actitud frente al ejercicio



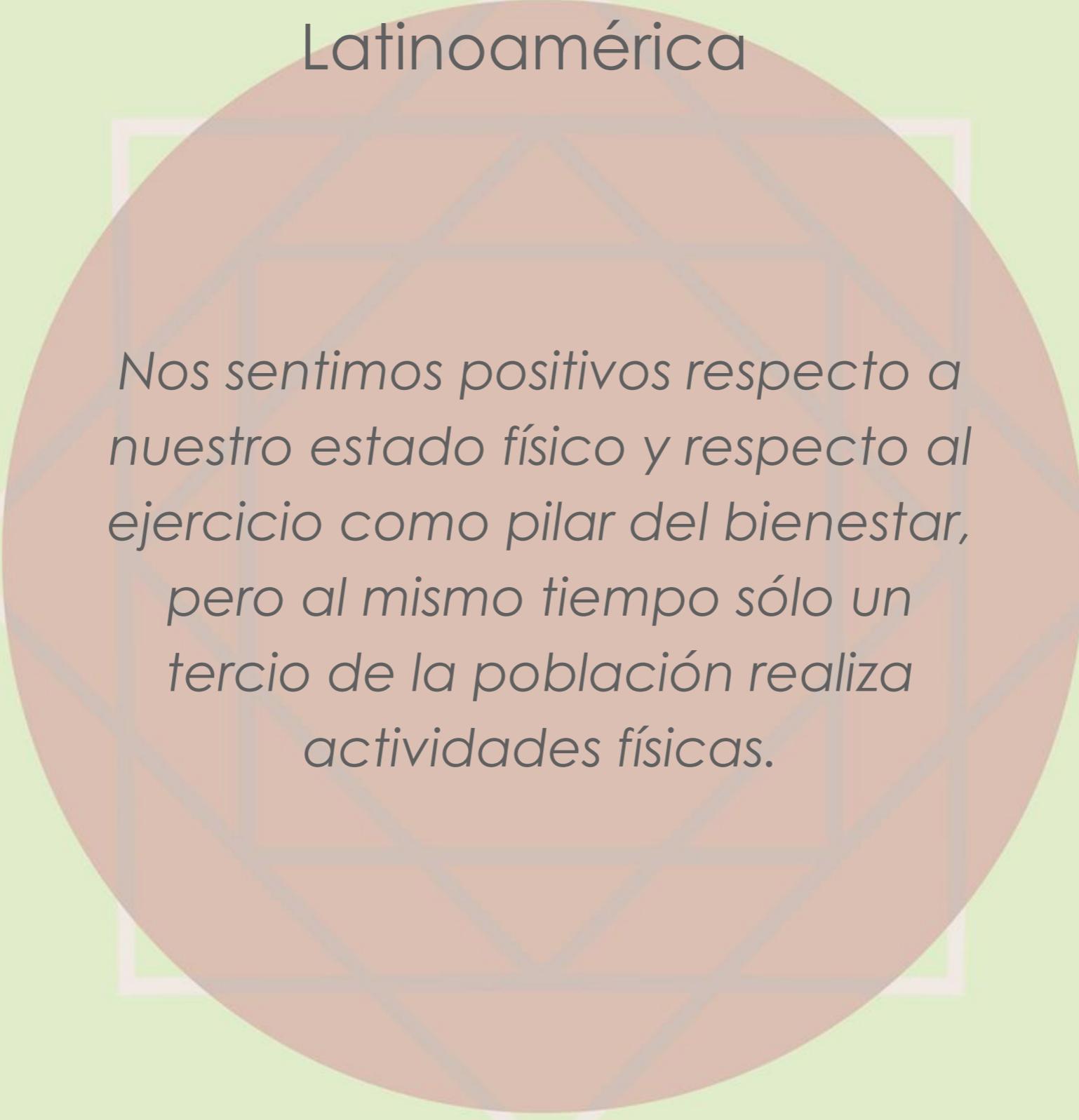
Globalmente 72% se describe a sí mismo como activos (en Chile sólo 59%), pero la mayoría prefiere ordenar el cajón de calcetines que hacer 30 minutos de ejercicio.

Hay muchas diferencias culturales que influyen en la forma de hacer ejercicio



Las actividades físicas que la gente valora de forma más positiva a nivel global son CAMINAR y NADAR.

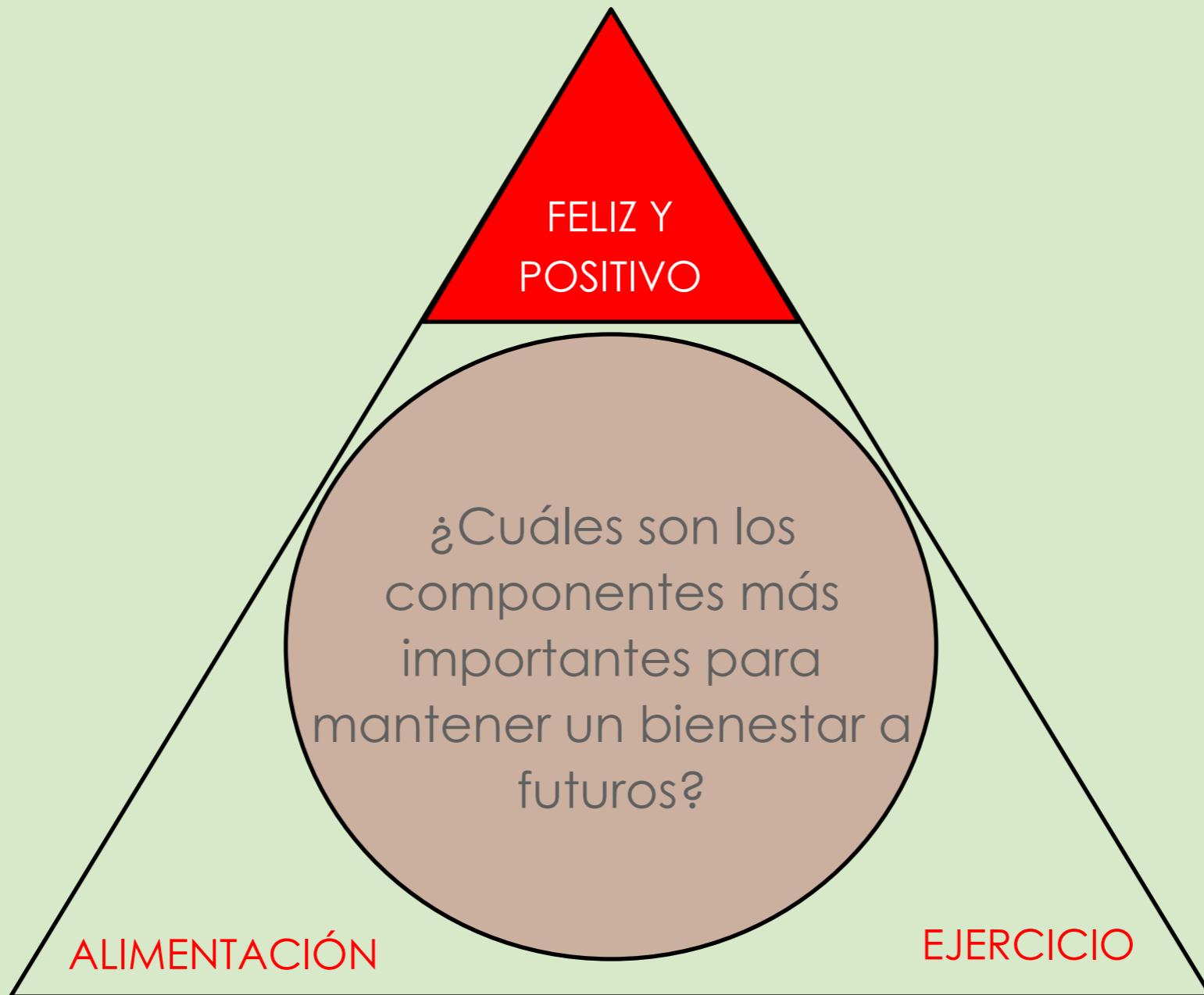
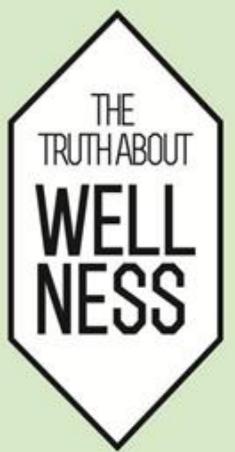
El ejercicio físico: una gran contradicción en Latinoamérica



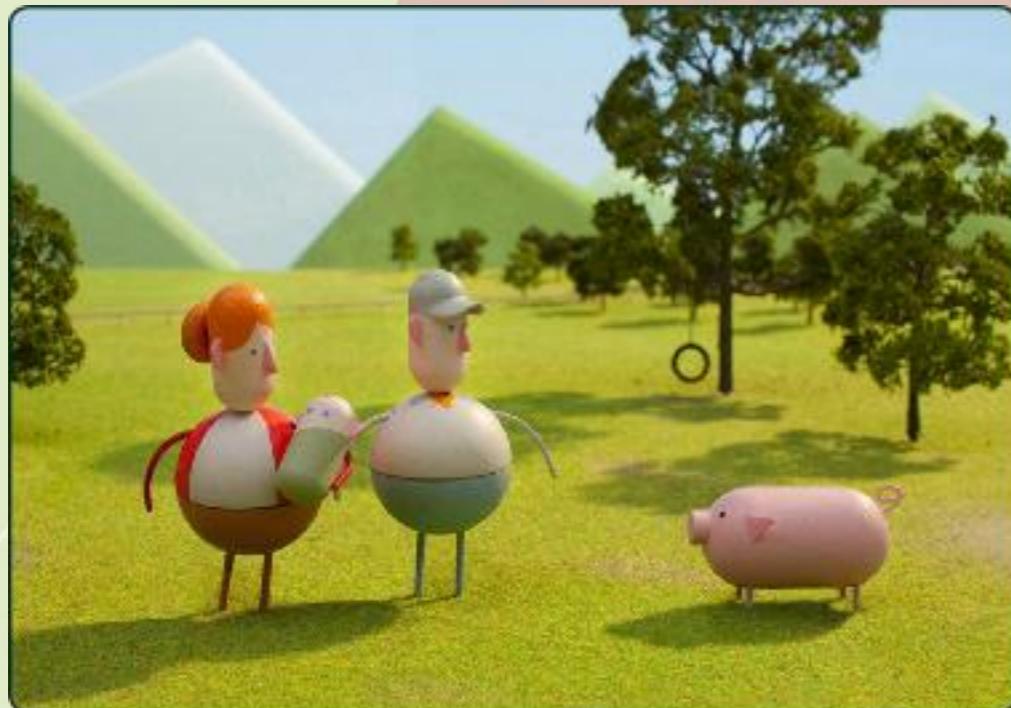
Nos sentimos positivos respecto a nuestro estado físico y respecto al ejercicio como pilar del bienestar, pero al mismo tiempo sólo un tercio de la población realiza actividades físicas.



"Permanecer positivo y feliz" es el más importante componente en la mantención de nuestra salud general y el bienestar.



Well Brands: Simplificar la relación con tus héroes



Chipotle se centró en cómo la cadena alimenticia se había hecho innecesariamente industrializada y compleja.

Su compromiso fundamental se centra en el regreso a lo básico: a la calidad natural de los alimentos y a su producción sostenible.

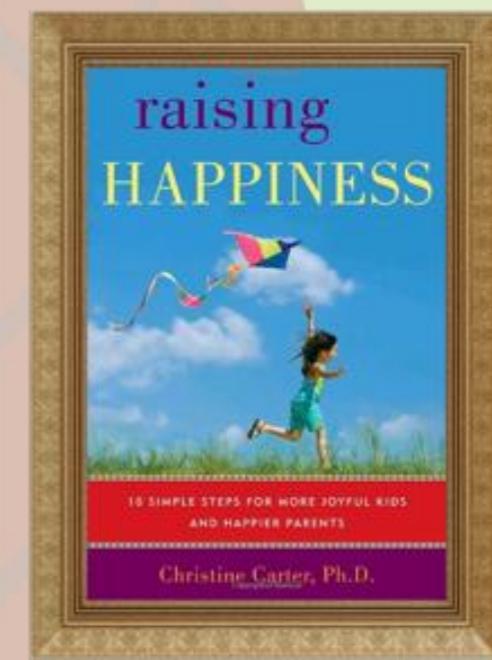
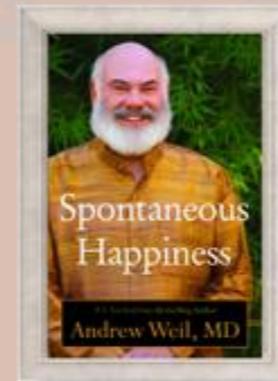
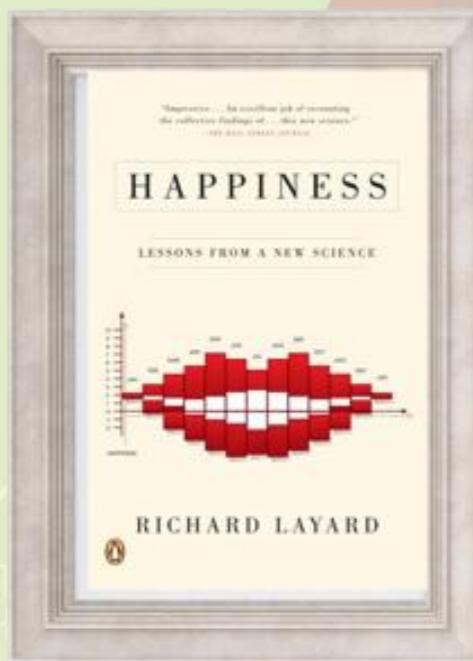


Well Brands: Simplificar la relación con tus héroes



Coca – Cola materializa la felicidad en las experiencias, por ejemplo reuniendo a los inmigrantes filipinos que no podían viajar a casa, con sus familias en Navidad.

Se trata de un concepto que se ha vuelto básico y relevante en la cultura popular en los últimos años...



THE
TRUTH
ABOUT
WELL
NESS

THE
TRUTH ABOUT
WELL
NESS

Por lo tanto, es un elemento que preocupa en la búsqueda del bienestar.

Trivia del Bienestar

¿Qué país cree que Facebook engorda?

INGLATERRA

BRASIL

USA

CHINA

TURQUÍA

CHILE



Respuesta

¿Qué país cree que Facebook engorda?

INGLATERRA

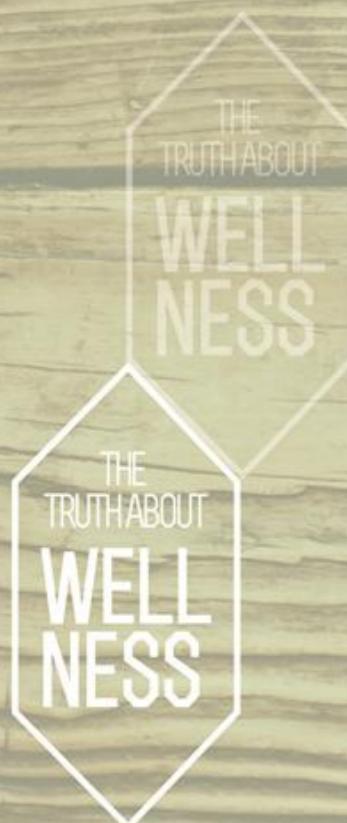
BRASIL

USA

CHINA

TURQUÍA

CHILE



Entendiendo el bienestar...

1. ANALIZANDO EL PRESENTE

- *Enemigos del bienestar*
- *Héroes del bienestar*

2. IMAGINANDO EL FUTURO

- *Ecosistema del bienestar*
- *Tecnología del bienestar*

3. HACIÉNDODO REALIDAD

- *Bienestar integrado*
- *Well Brands*





2. IMAGINANDO EL FUTURO

Ecosistema del bienestar

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

Si le preguntas a la gente de quién es la responsabilidad de cambiar el bienestar de cada uno...



...la respuesta es...
YO MISMO!

“Mucha gente me reconoció que lo más importante que he hecho por ellos ha sido decirles que pueden estar mejor” Andrew Weil, M.D



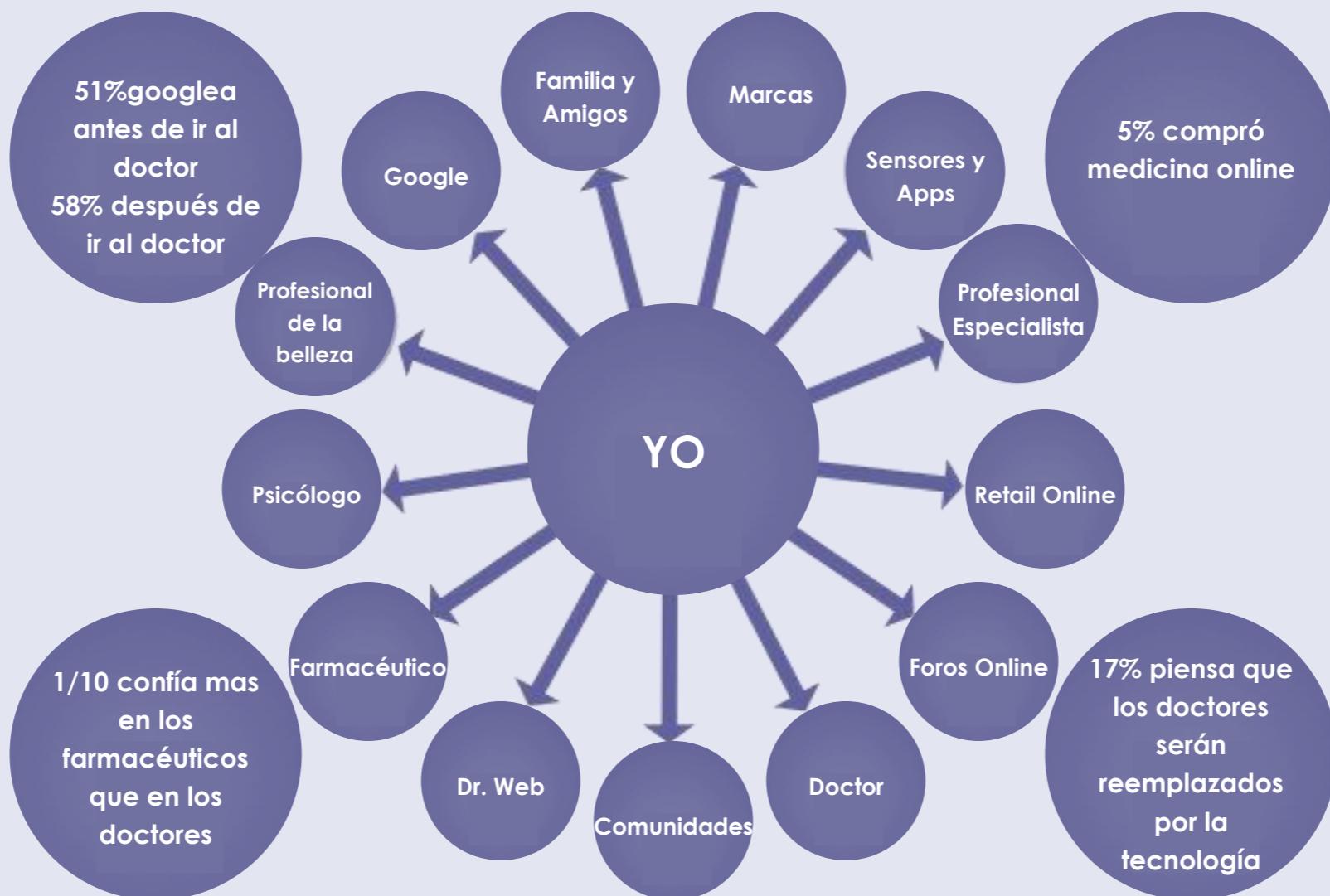
EL ECOSISTEMA DEL BIENESTAR ANTES



En el pasado, si te sentías enfermo ibas directamente al doctor y él era el centro de todo.

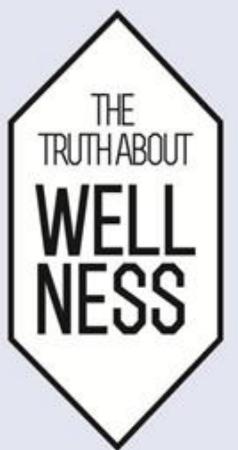


EL ECOSISTEMA DEL BIENESTAR HOY



Base total Chile

En la actualidad, el paciente está en el centro de su propio ecosistema y el doctor es un influenciador, entre muchos.



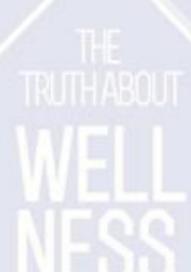
Las personas y los doctores se vuelven socios

69% en Chile piensa que los doctores deberían centrarse más en prevenir enfermedades que en curarlas.

“No pensamos en nuestra salud como una experiencia pasiva, ir al doctor, tendernos, que nos pinchen, e irnos a esperar el diagnóstico [...] Nos involucramos cada vez más en los procesos médicos”.

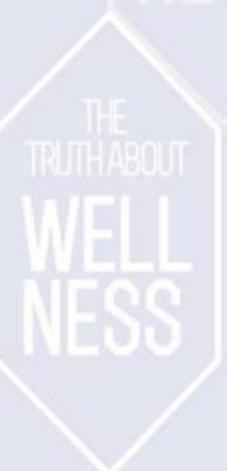
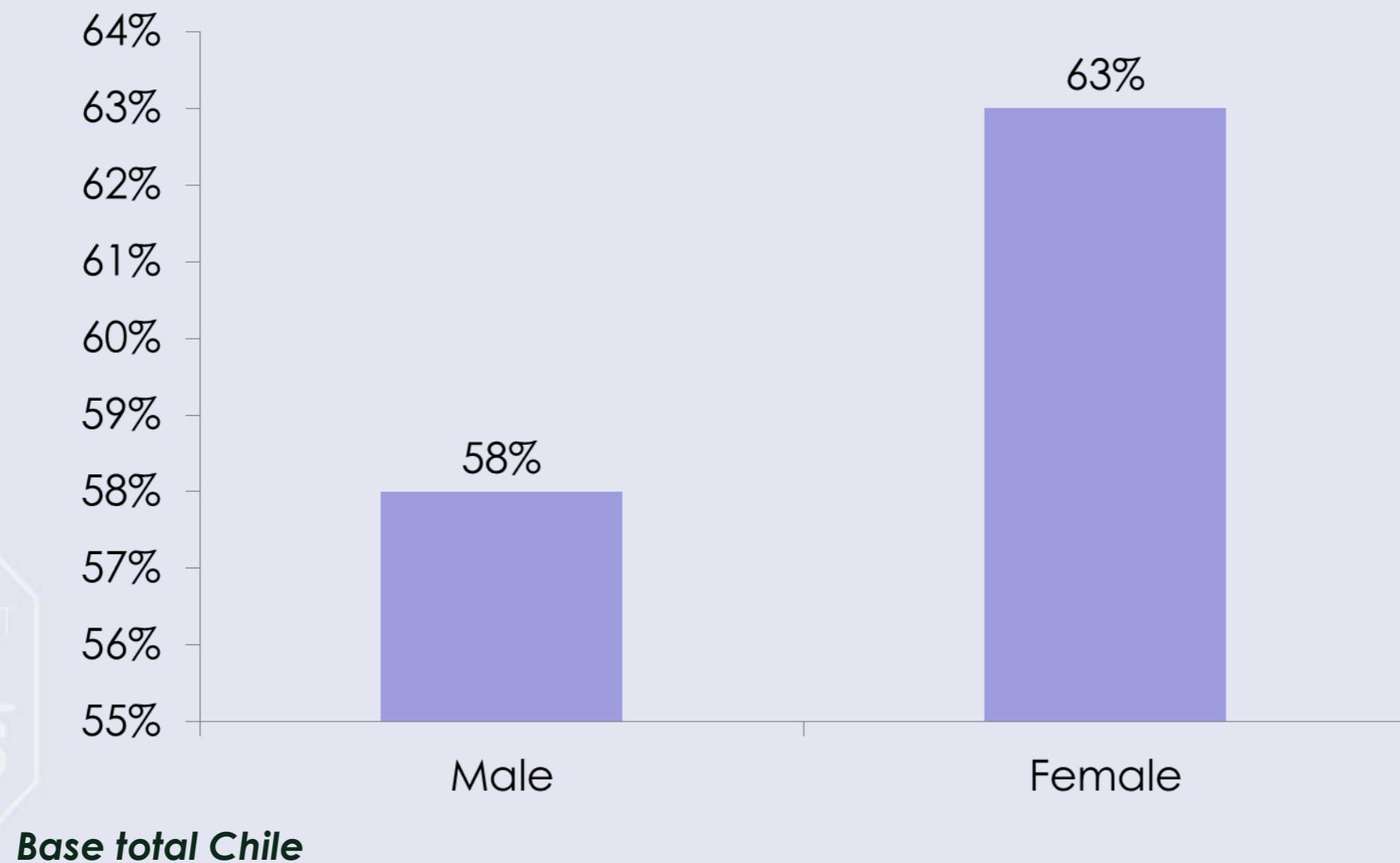
Arianna Huffington

Jefe de Redacción, Huffington Post Media Group



Una relación sin muchas emociones.

En promedio el 60% de los chilenos cree que los médicos se preocupan más de los síntomas y no de las emociones de los pacientes.



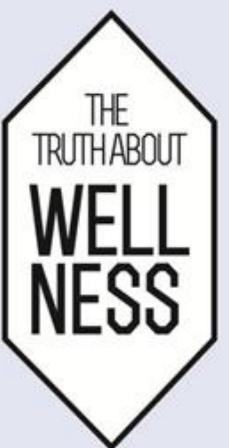


ESTE NUEVO ECOSISTEMA
EXPANDIDO ANUNCIA UNA NUEVA
ERA EN EL BIENESTAR SOCIAL

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

Siguen apareciendo por todo el mundo iniciativas comunitarias de bienestar



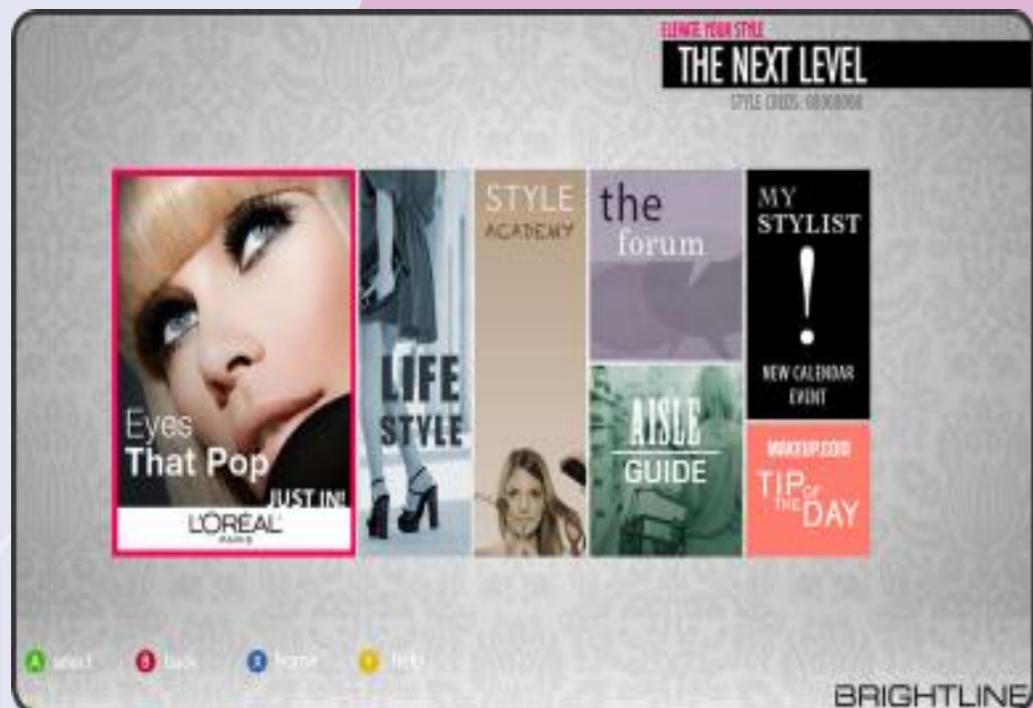
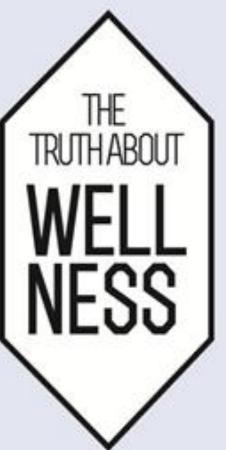
El programa Games Maker, que buscaba voluntarios para los Juegos Olímpicos 2012 de Londres, recibió casi 250.000 postulaciones. En Chile se desarrolla el programa "Elige Vivir Sano."

Lo que da lugar a una gran oportunidad para las marcas a la hora de explorar y desarrollar nuevas plataformas

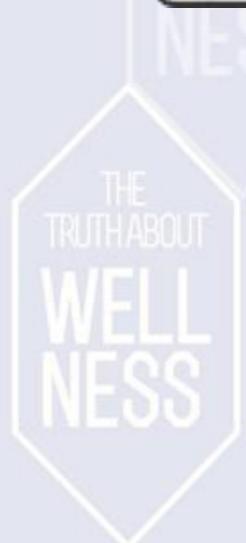


En el nuevo ecosistema de bienestar hay muchas oportunidades para acercar el bienestar a nivel comunitario y más allá. Las marcas pueden actuar como conductos en esta arena, ayudando a enriquecer la experiencia del consumidor.

Well Brands: Buscar una forma innovadora de entrar en las conversaciones de bienestar



Cuando L'Oréal lanzó una aplicación para la Xbox 360 desafió el pensamiento tradicional de las plataformas típicas de belleza. Trajeron nuevas formas para personalizar las experiencias de los consumidores y facilitar la recomendación.



Trivia del bienestar

A nivel Global, si estas innovaciones fueran posibles, ¿Cuál crees que la gente preferiría?

- Mantenerse siempre de la misma edad
 - Borrar malos recuerdos
 - Eliminar la necesidad de dormir
- Reemplazar un órgano o parte del cuerpo con máquinas
- Insertarse un microchip en el cuerpo que haga evaluaciones de la salud

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

Respuesta

A nivel Global, si estas innovaciones fueran posibles, ¿Cuál crees que la gente preferiría?

- Mantenerse siempre de la misma edad
 - Borrar malos recuerdos
 - Eliminar la necesidad de dormir
- Reemplazar un órgano o parte del cuerpo con máquinas
- Insertarse un microchip en el cuerpo que haga evaluaciones de la salud

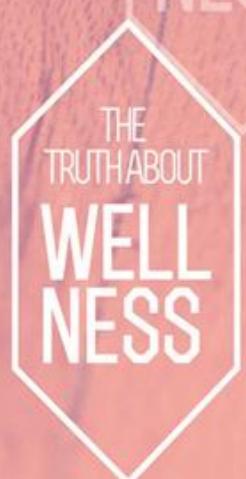
THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**



2. IMAGINANDO EL FUTURO

La tecnología del bienestar



La relación salud – tecnología aporta muchos beneficios:



40%

71%

43%

A nivel global, sienten
un mayor control sobre
su salud

(Chile 37%)

De brasileños confían
más en la tecnología
que en sus instintos

(Chile 27%)

De chinos piensan que la
tecnología hace que la
salud sea más
entretenida

(Chile 11%)

Los beneficios más valorados en la relación
tecnología – salud:

1

Ahorro de tiempo

2

Servicio de mayor calidad

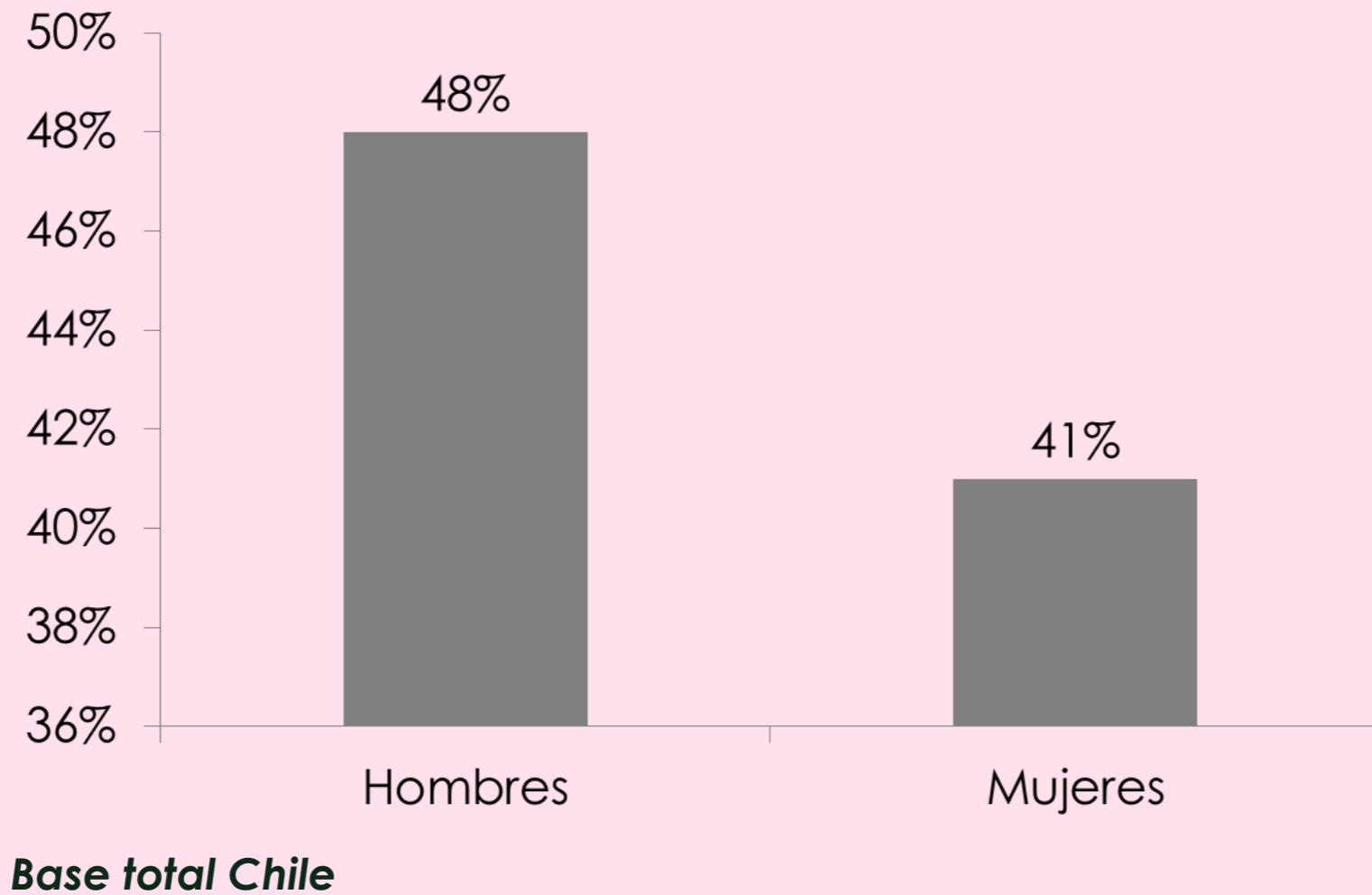
3

Accesibilidad

Ven en la tecnología un aliado con el que se sienten cómodos para buscar una mejor salud y calidad de vida.

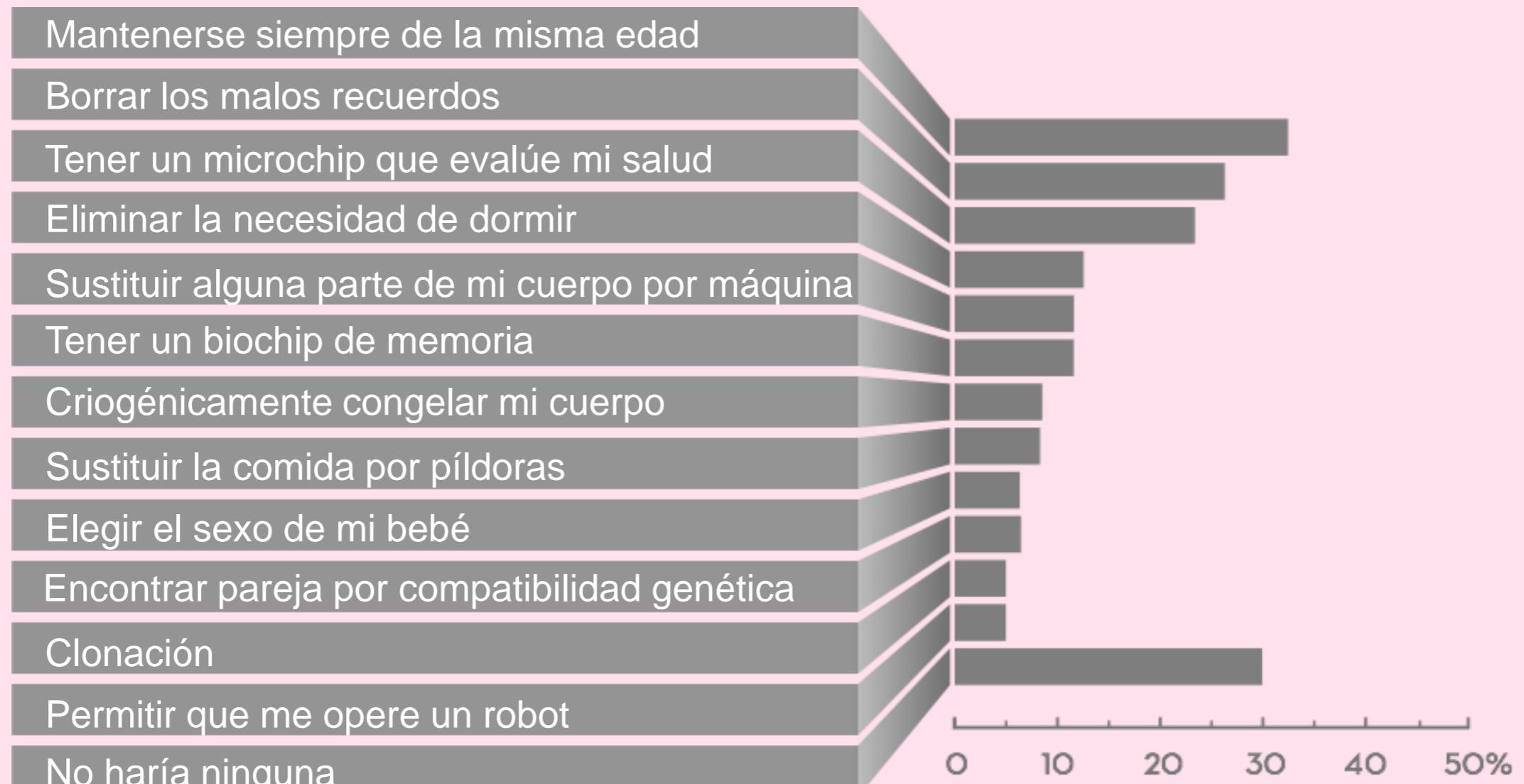


La tecnología nos ayuda a educarnos y entender el concepto Wellness



La tecnología es el factor más importante cuando se trata de educar a la gente sobre el bienestar.

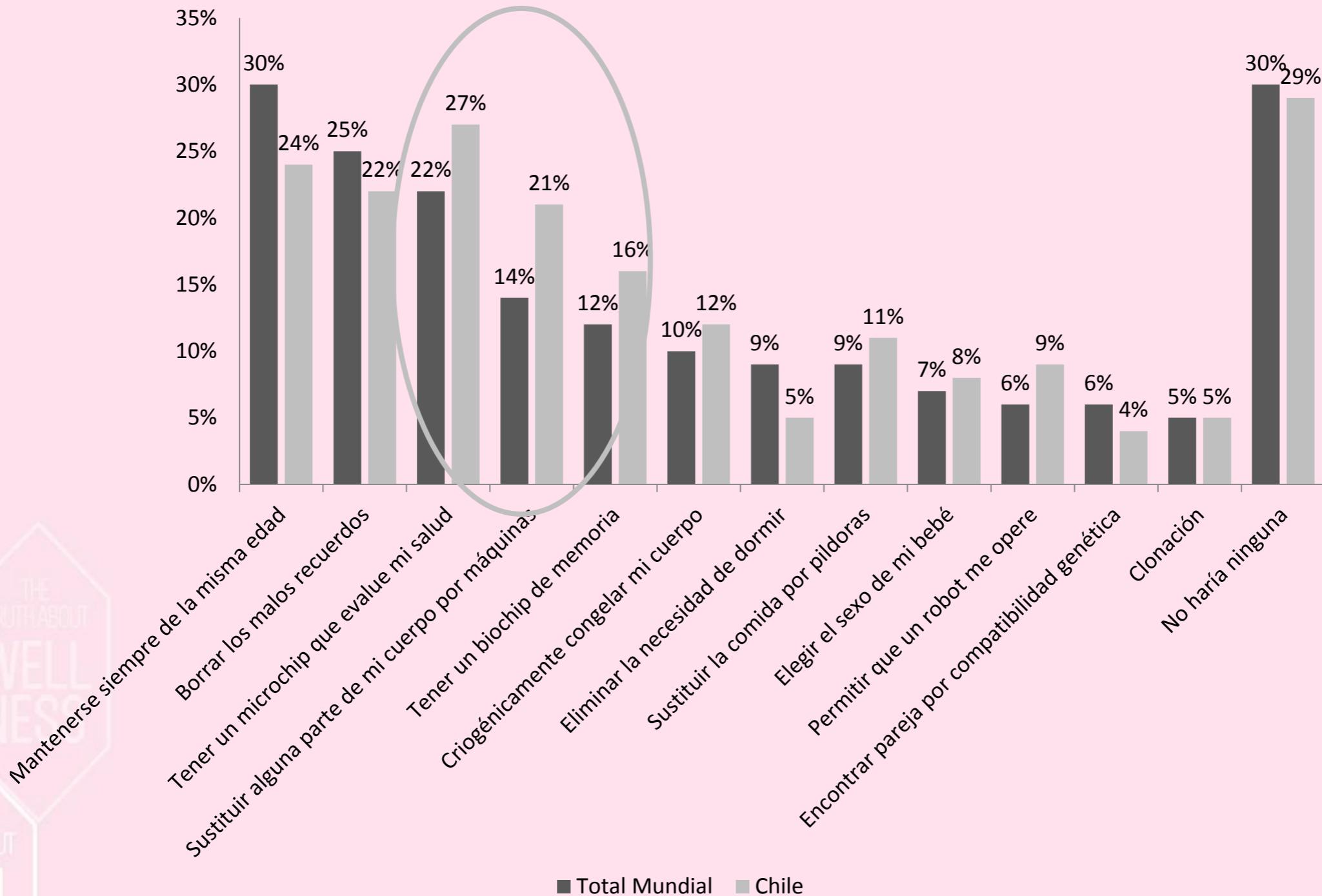
Muchos consumidores ya imaginan el futuro de la salud casi a un nivel de ciencia ficción



Base total Global

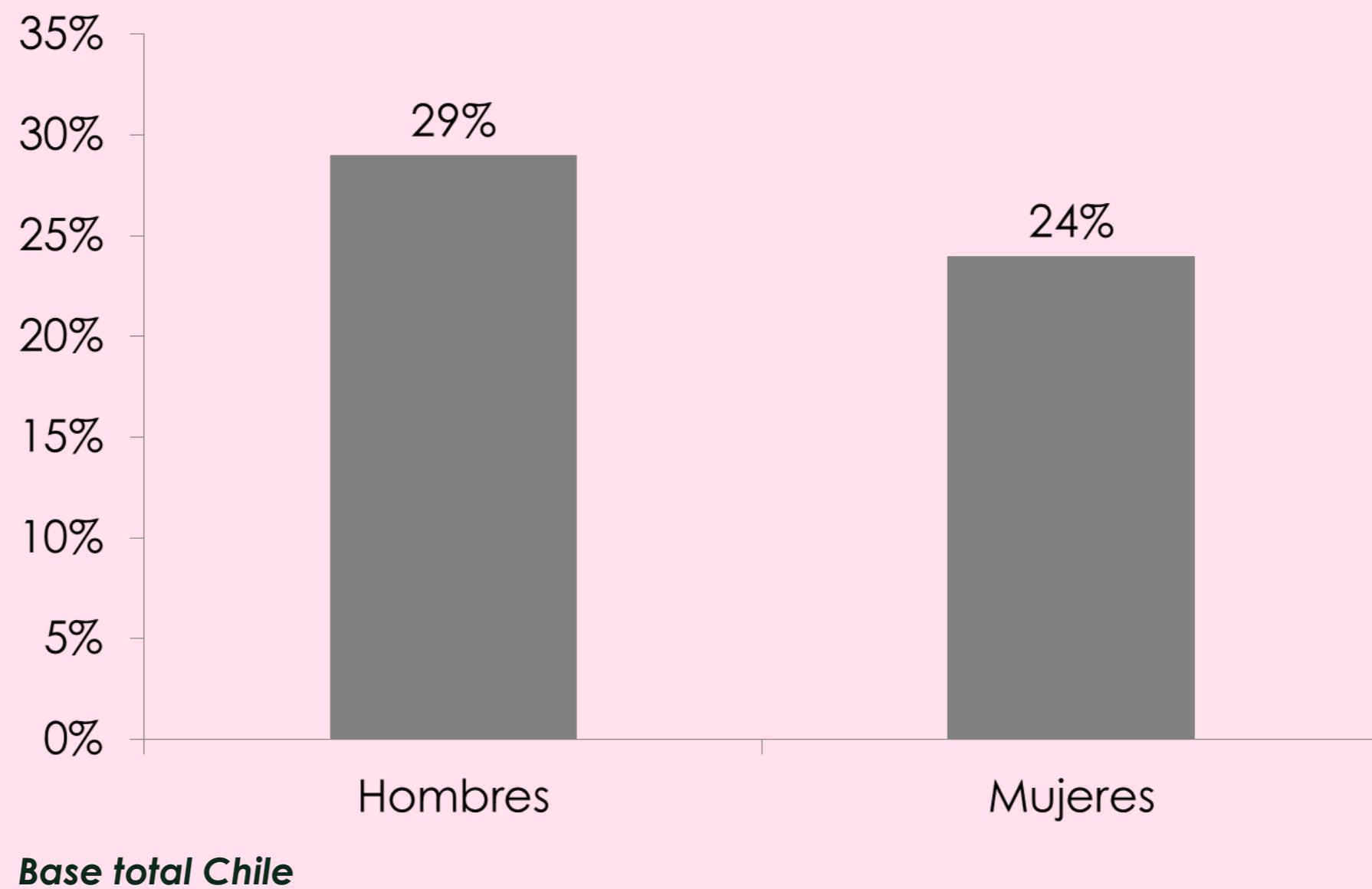
Hay muchas innovaciones científicas en el mundo que algún día podrían hacerse.
Si no costaran dinero, ¿Cuál de estas considerarías?

En Chile, vemos que nuestra prioridad es evaluar nuestra salud y mejorarla a través de la tecnología

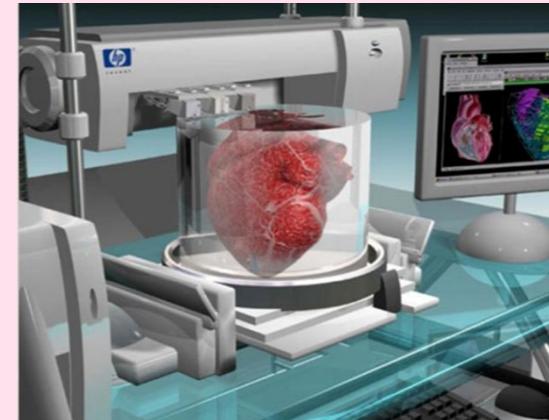


Hay muchas innovaciones científicas en el mundo que algún día podrían hacerse.
Si no costaran dinero, ¿Cuál de estas considerarías?

Del 27% que se pondrían un michrochip para medir su salud, los hombres están más dispuestos.



Las innovaciones que nos acercan a la ficción



Impresión 3D: vamos a imprimir órganos.

Cardiio puede leer su pulso basado en reflejos de luz de su cara.

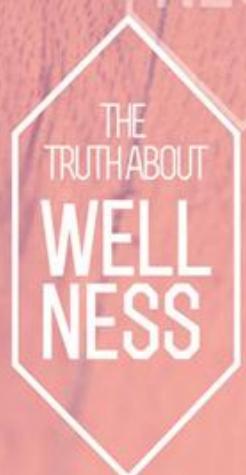


Sensordrone:

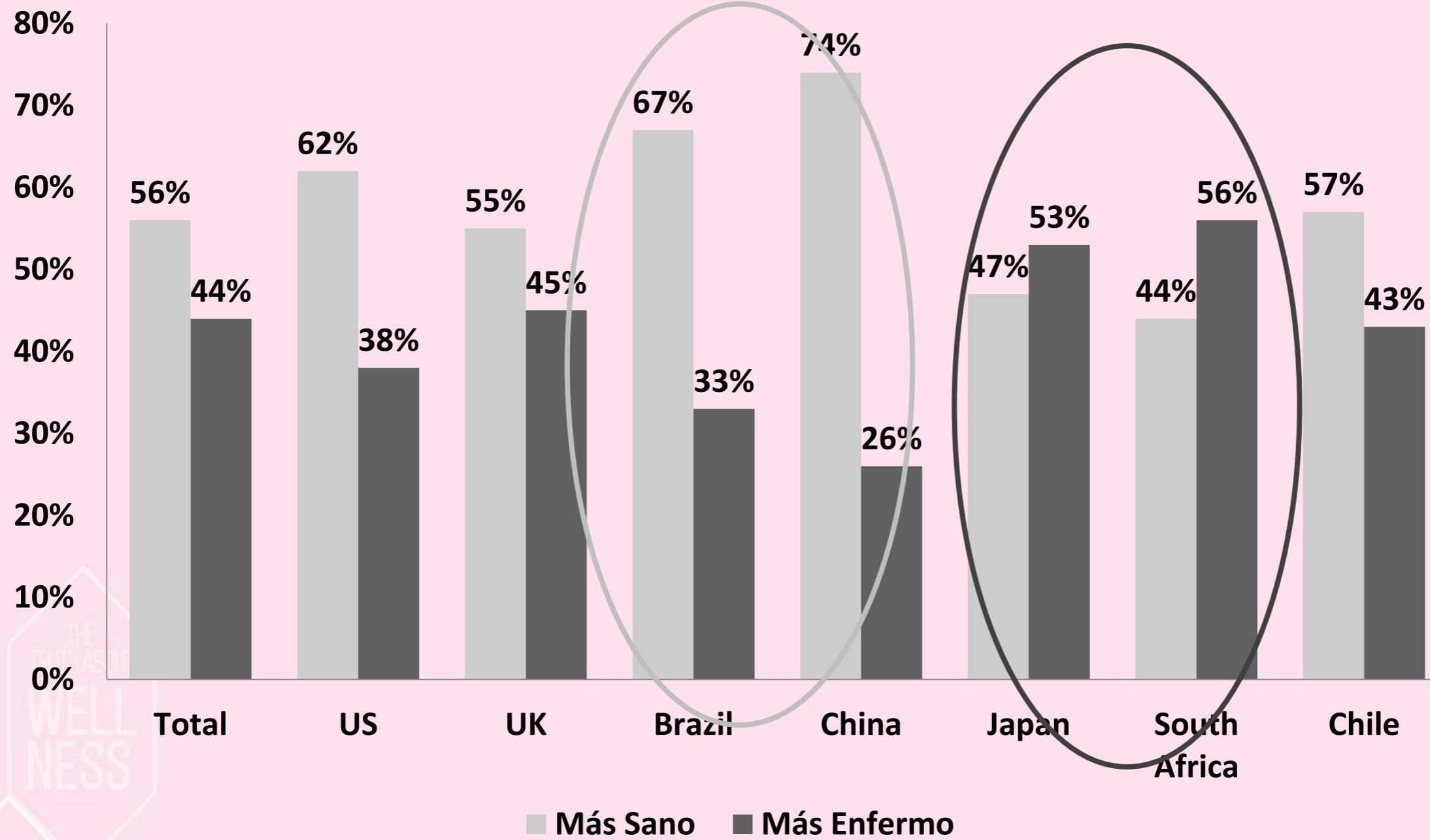
El dispositivo portátil puede cambiar de un alcoholímetro a un lector de monóxido de carbono.



PERO EN GENERAL...¿LA
TECNOLOGÍA NOS ESTÁ HACIENDO
BIEN O NOS ESTÁ ENFERMANDO
MÁS?

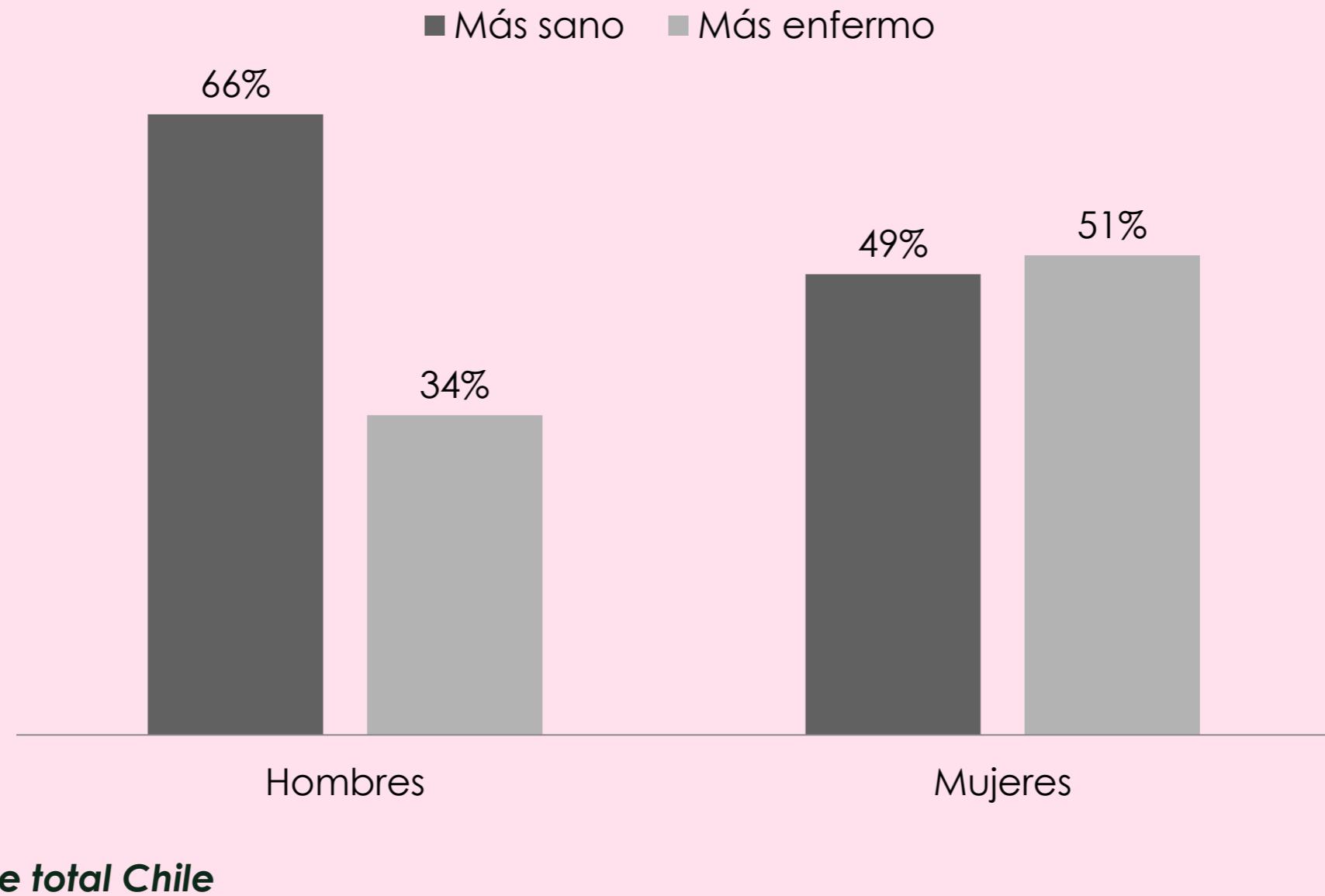


Opiniones distintas según los mercados:



Pero en general... ¿La tecnología nos está haciendo bien o nos está enfermando más?

Las mujeres se muestran divididas frente a este escenario.



En general... ¿La tecnología nos está haciendo bien o nos está enfermando más?

Los mayores miedos derivados de la tecnología en el ámbito de la salud:

1/3

17%

1/5

Piensa que Internet los está volviendo más obsesivos con respecto a su salud
(Chile 23%)

De los chilenos piensan que Facebook los está haciendo engordar

De los chinos y brasileños confían más en las redes sociales que en sus doctores
(Chile 8%)

El top 3 de las enfermedades con las que se identifica el cybercondriaco es:

1
Depresión

2
Migraña

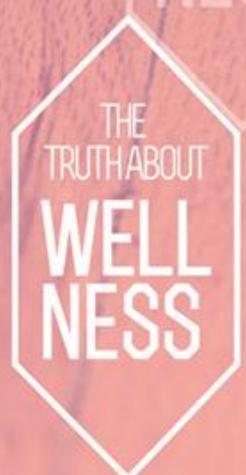
3
Enfermedades relacionadas con la obesidad

Base total Global

Las personas son muy conscientes de los inconvenientes que asociamos con la tecnología.



EL MAYOR MIEDO ES QUE LA
SOFISTICACIÓN DE LA
TECNOLOGÍA PUEDA AFECTAR
NUESTRA NATURALEZA HUMANA



Y que tendremos que “fabricar” los elementos humanos

La casa de abrazos, en Penfield

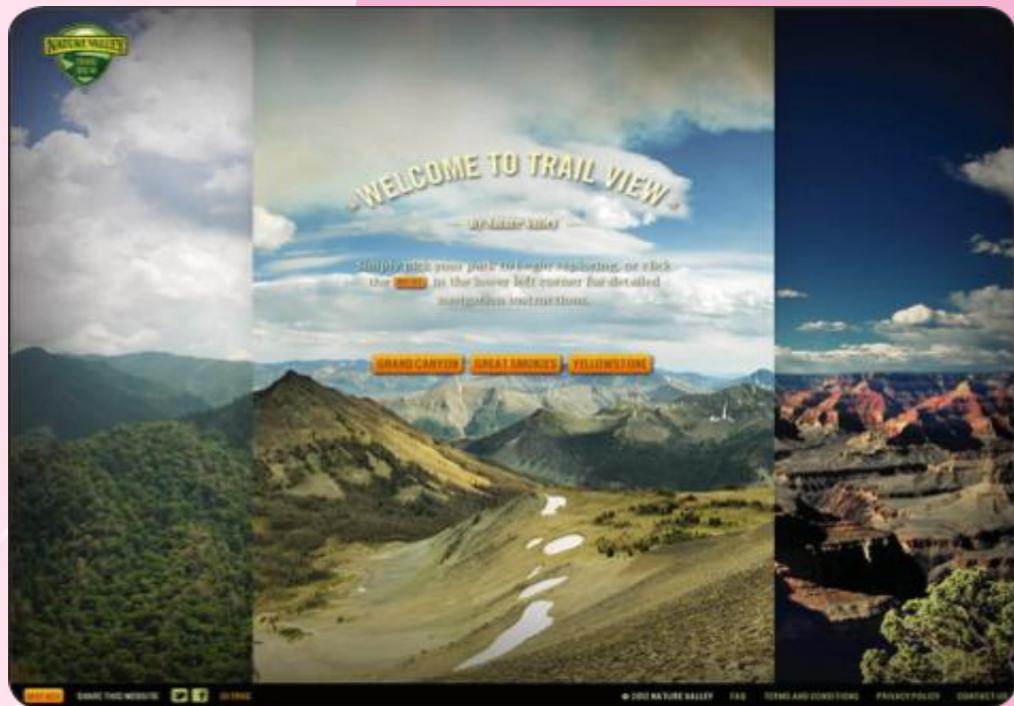
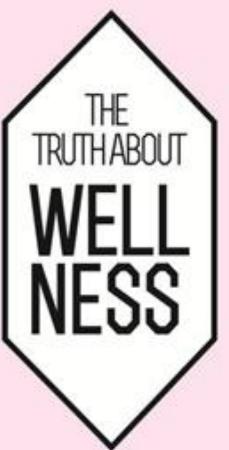


“No subestimen el poder del tacto y la sensibilidad en el mundo digital...”

Sarah Miller,
Former Editor of Condé Nast Traveler

Las marcas deben trabajar duro para crear una forma sin fricción y humana para utilizar los claros beneficios que trae la tecnología.

Well Brands: (Re)imaginando la tecnología del bienestar en un contexto humano



General Mills Nature Valley creó una idea mucho más allá del valor nutricional de la barra. Dramatizó su estrategia de acercar la naturaleza al individuo de una manera única y humana: Las personas pueden experimentar una visión personal de distintos parques en su notebook o iPad.



Entendiendo el bienestar...

1. ANALIZANDO EL PRESENTE

- *Enemigos del bienestar*
- *Héroes del bienestar*

2. IMAGINANDO EL FUTURO

- *Ecosistema del bienestar*
- *Tecnología del bienestar*

3. HACIÉNDolo REALIDAD

- *Bienestar integrado*
- *Well Brands*



3. HACIÉNDOLO REALIDAD

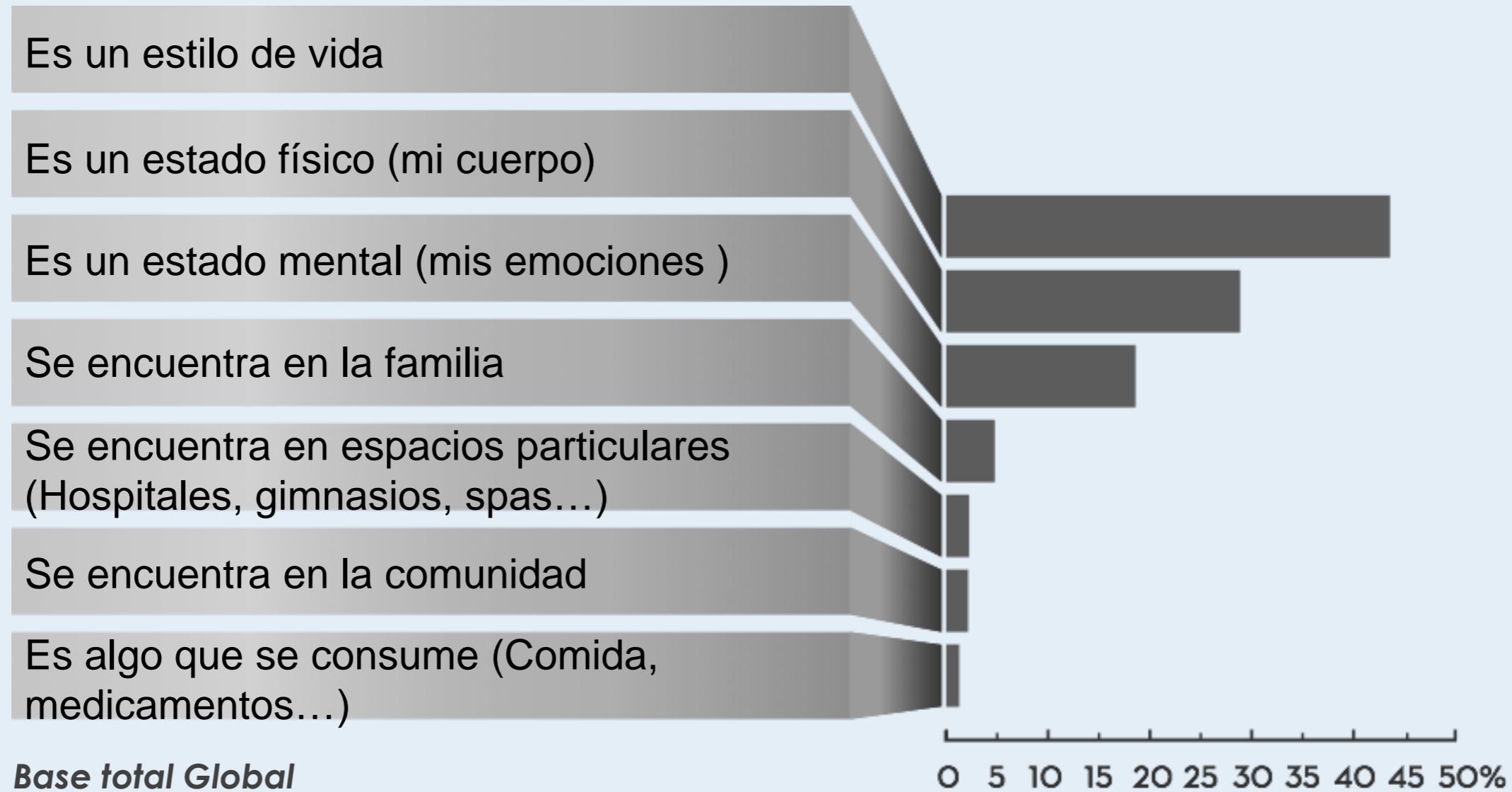
Bienestar integrado



No deberíamos pensar que el bienestar es algo idealizado que existe ajeno a nuestro día a día

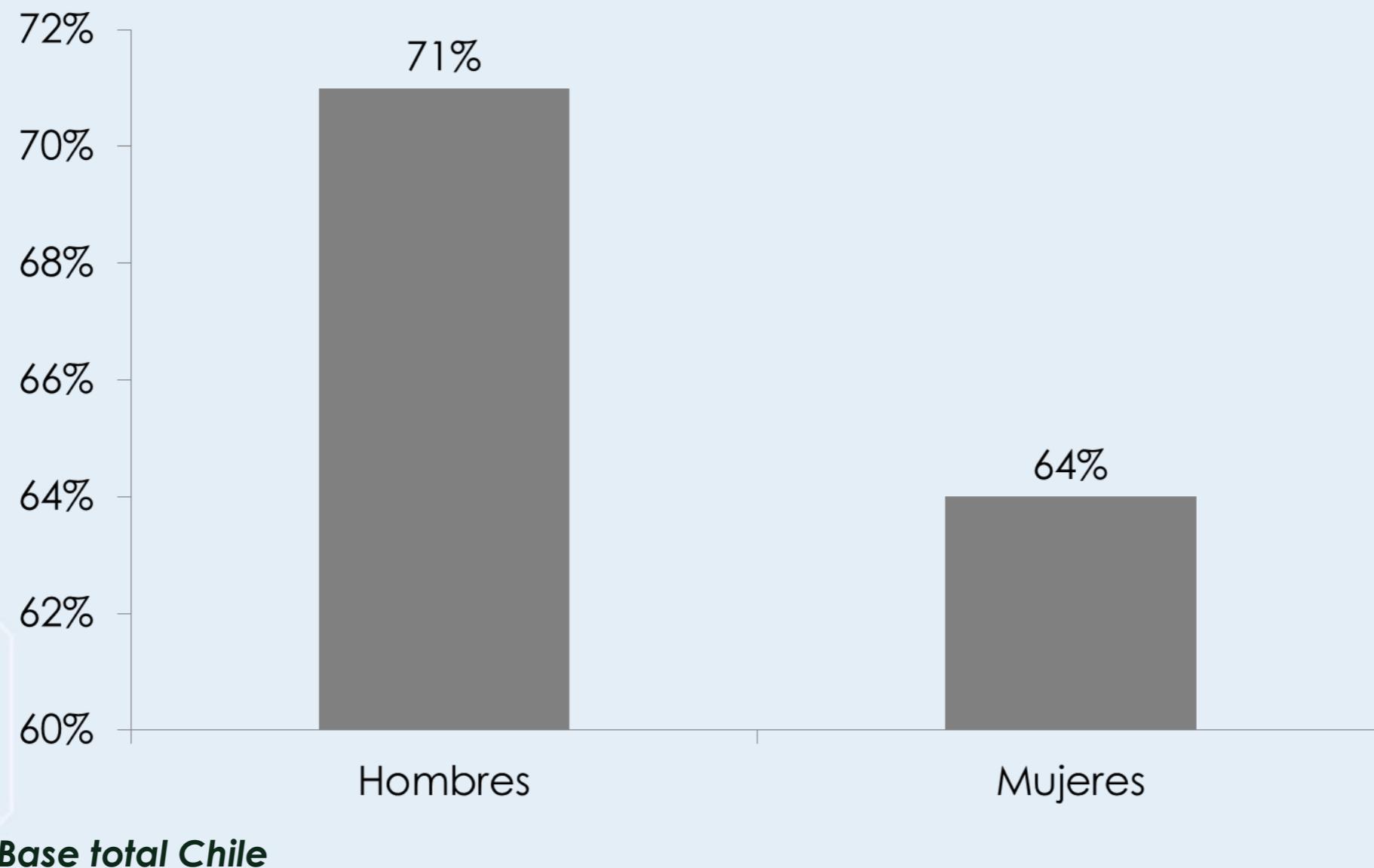


El Santo Grial... El bienestar se convierte en algo integrado... por ejemplo: 'Un estilo de vida'



¿Cuál de los anteriores describe mejor lo que entiendes por bienestar?

Se piensa que un estilo de vida saludable es más fácil de alcanzar para los hombres.



¿Para qué género piensas que es más fácil alcanzar el bienestar?

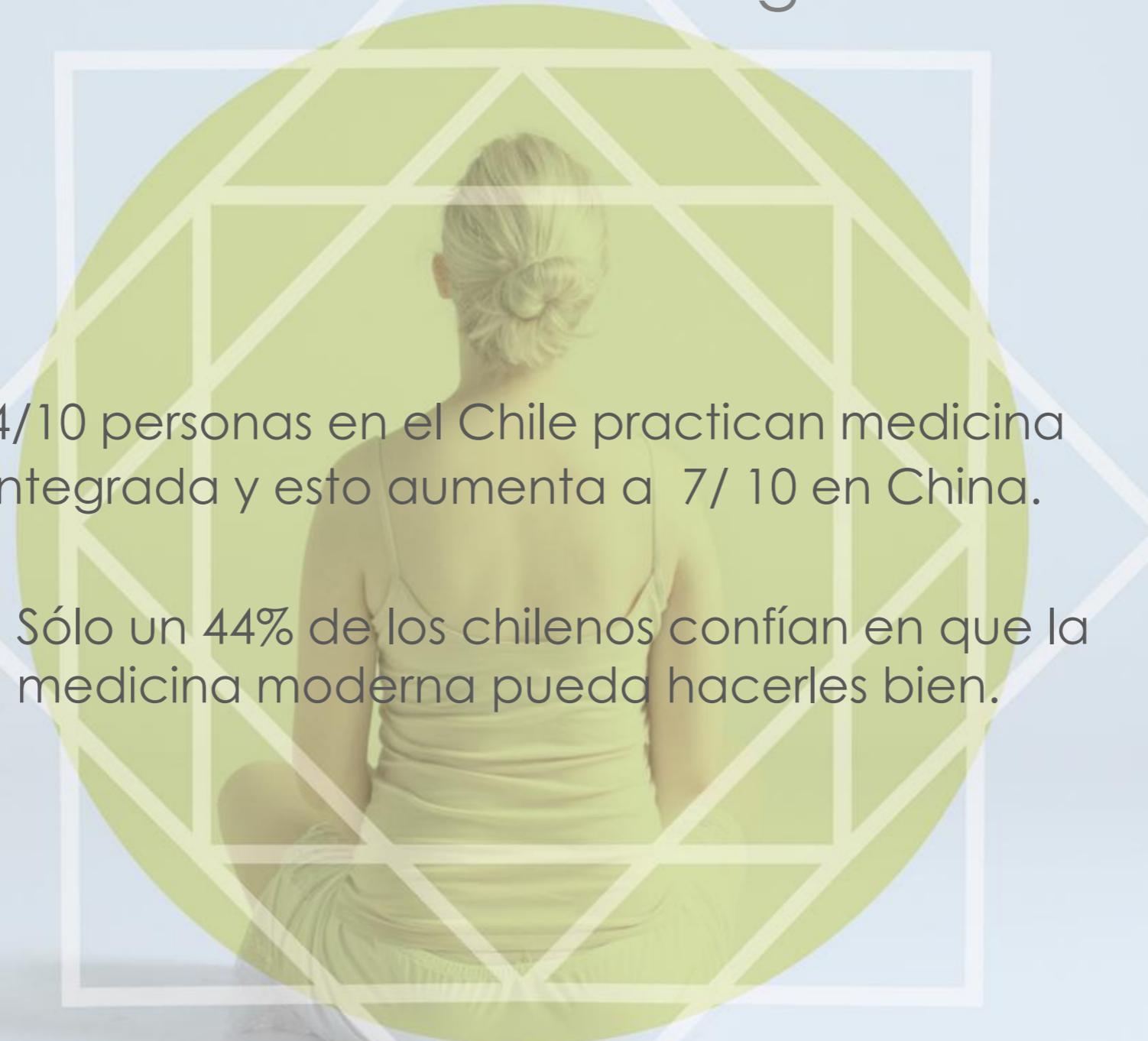
La gente está empezando a entender su salud de una forma mucho más integrada



4/10 personas en el Chile practican medicina integrada y esto aumenta a 7/ 10 en China.



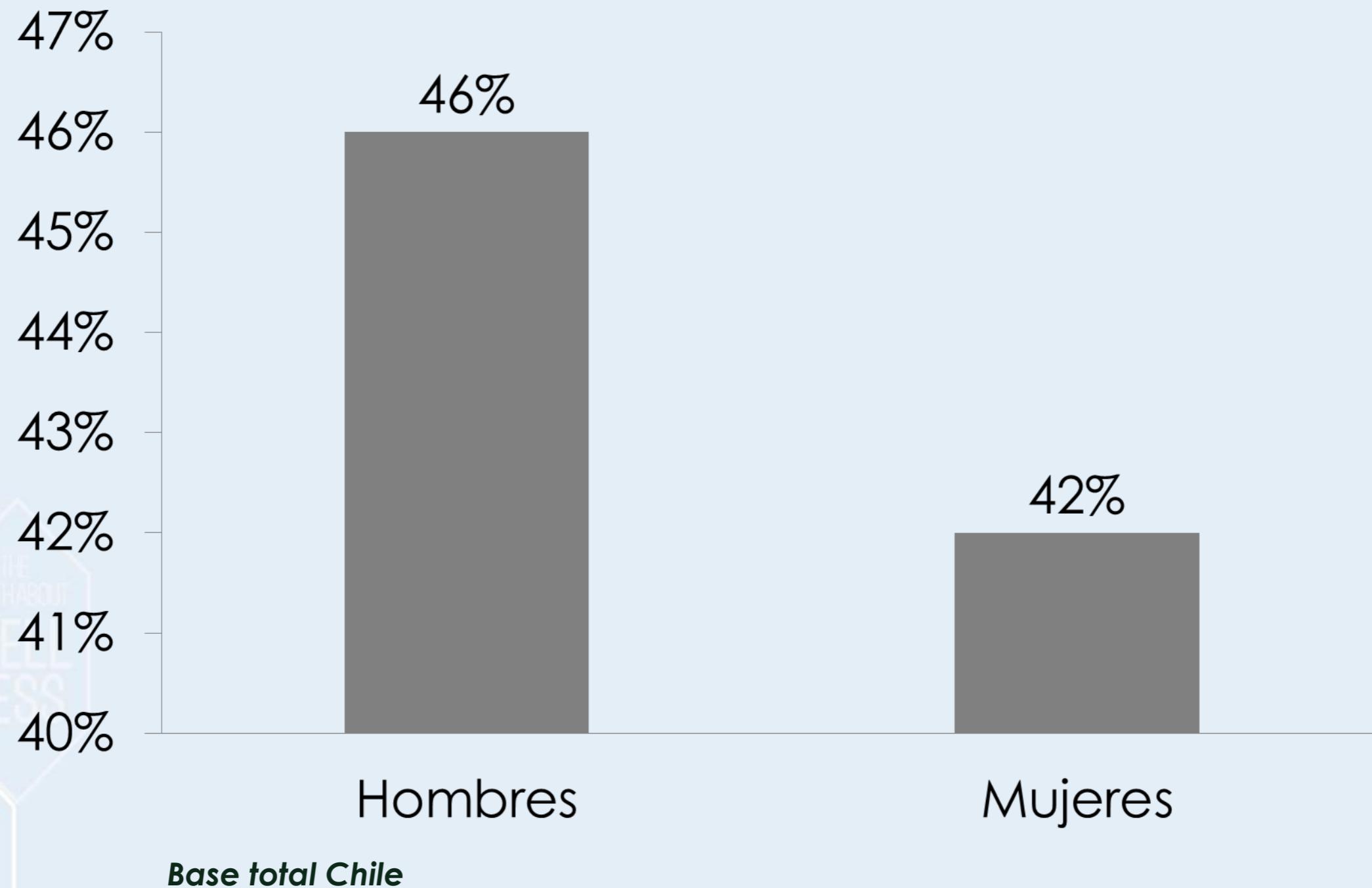
Sólo un 44% de los chilenos confían en que la medicina moderna pueda hacerles bien.



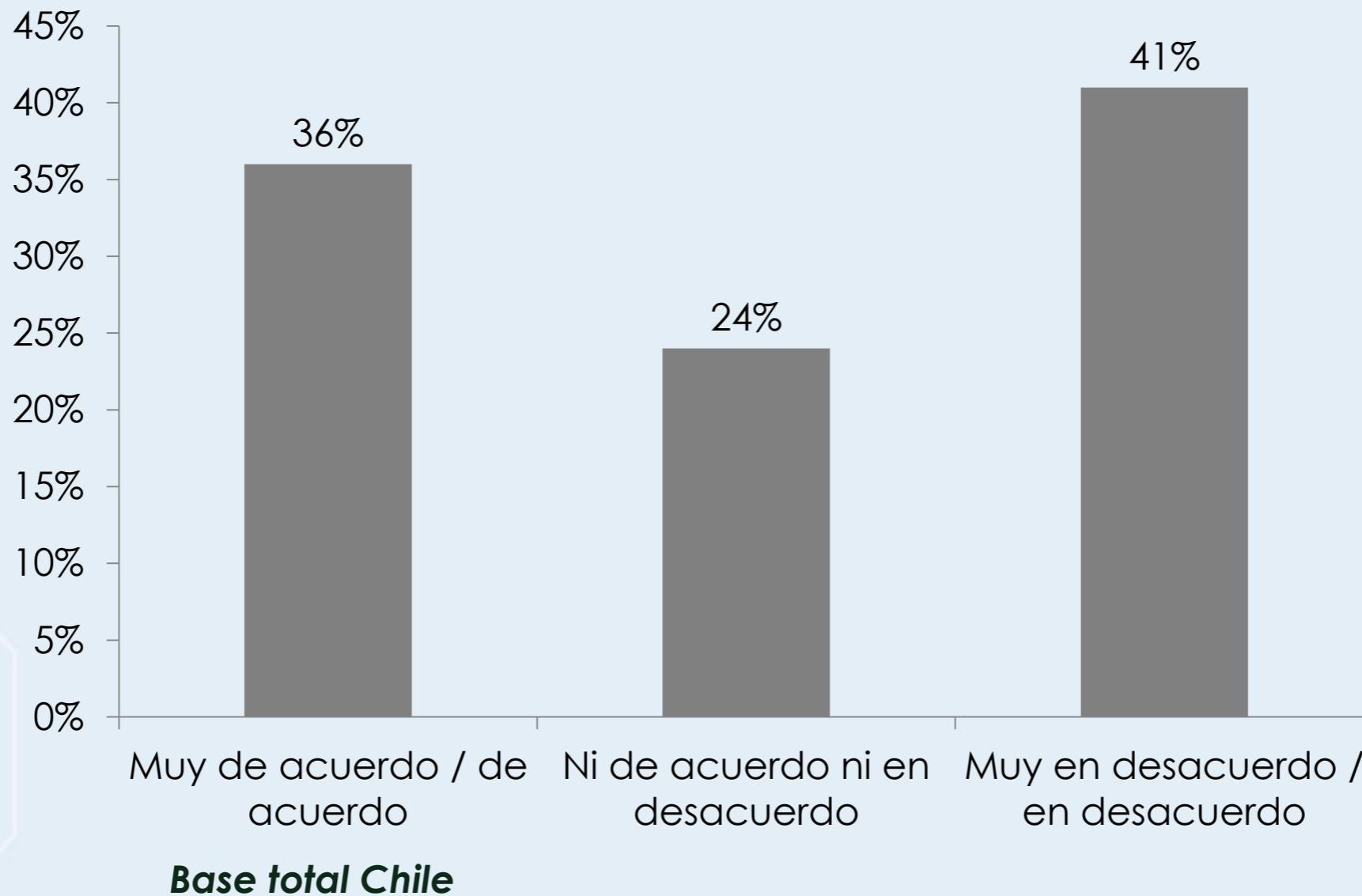
THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

Existe un mayor porcentaje de hombres que confían que la medicina moderna pueda hacerles bien

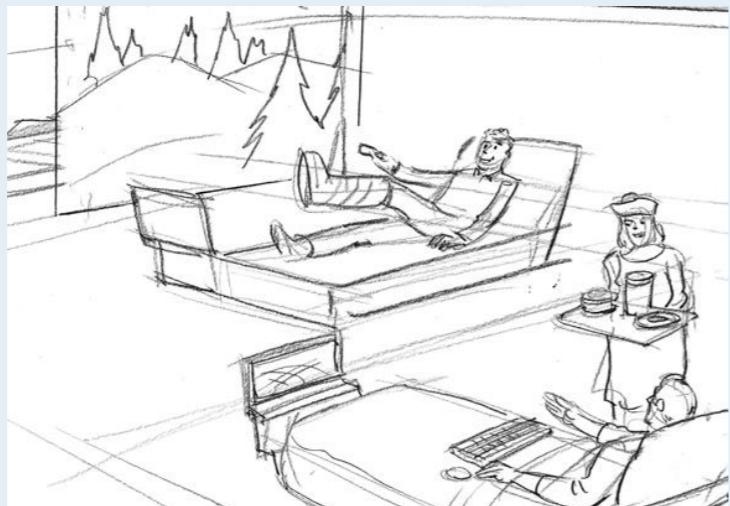


Los chilenos están de acuerdo con usar una combinación de remedios alternativos y los medicamentos farmacéuticos



Cuan de acuerdo está con: uso una combinación de remedios alternativos y medicamentos farmacéuticos.

Y además, buscan mejorar la integración desde el propio entorno



Consumidores buscan entornos cada vez más **interactivos y democráticos**, las oficinas fueron completamente reimaginadas con jardines, cápsulas de siesta , fuentes y fruta gratis.

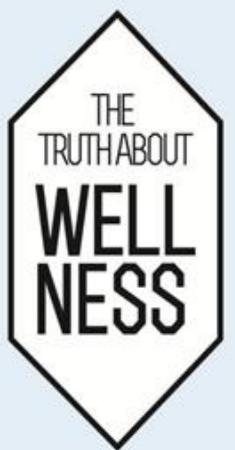


EL BIENESTAR NO EXISTE SÓLO EN
UN DETERMINADO LUGAR Y EN UN
DETERMINADO MOMENTO

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

Well Brands: Posicionando el “bienestar” en lo cotidiano



Molico (Nestle) en Brasil, hicieron una propuesta totalmente opuesta a la de su principal competidor.



Ellos mostraron a varias mujeres como “atletas del día a día” y mostraron sus actividades diarias como un deporte.

Esto posicionó a la marca en la vida cotidiana y demostró que el bienestar era algo que podía lograrse fuera un mundo perfecto.



3. HACIÉNDOLO REALIDAD

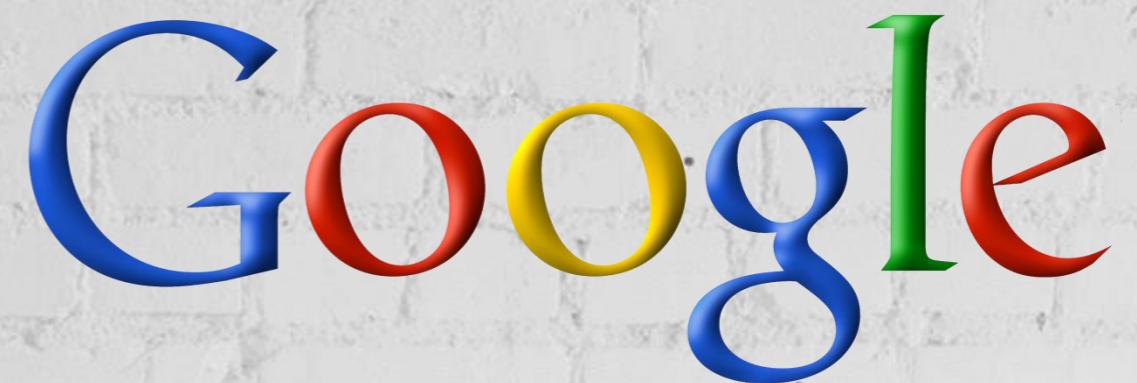
Well brands



THE
TRUTH ABOUT
WELL
NESS

THE
TRUTH ABOUT
WELL
NESS

Las marcas asociadas al Bienestar provienen de una gran variedad de categorías



94% de las personas están de acuerdo con que las marcas tienen un rol en relación a su bienestar personal



61% de las personas desearían tener más apoyo de un tercero para mantener una vida saludable.



Esto es especialmente marcado en mercados Latinoamericanos (67% en Chile, 71% México y 73% in Brazil).



En Chile, 79% esperan apoyo de las compañías y 77% de las marcas.

Latinoamericanos y chilenos tienden a tercerizar la responsabilidad sobre su propio bienestar.

Well Brands

Las marcas tienen la oportunidad de hacerse cargo de esta necesidad, convirtiéndose en una guía para el bienestar, tomando un rol de facilitadoras de la búsqueda de información a través de la tecnología.



Well Brands

Ser fuente de bienestar es una camino atractivo, pero se deben evitar las sobre promesas o recetas mágicas. La comunicación debe estar de acuerdo a lo que la marca puede entregar y ser creíble. De no ser así, puede ser vista más como parte del problema que de la solución.

Well Brand Manifesto

Las marcas pueden tomar un camino positivo, adoptando algunos mantras sencillos y co-creando un manifiesto de Well Brands para actuar en este tiempo de complejidad.



Well Brand Manifesto

- 1.) Enemigos del bienestar: Fomentar UN solo hábito positivo.
- 2.) Héroes del bienestar: Celebrar y simplificar la relación con tus héroes.
- 3.) Ecosistema del bienestar: Buscar una forma innovadora de entrar en las conversaciones de bienestar.
- 4.) Tecnología del bienestar: (Re)imaginando la tecnología del bienestar en un contexto humano.
- 5.) Bienestar integrado: Posicionando el bienestar en el día a día.

¡Gracias!



THE
TRUTH ABOUT
**WELL
NESS**

McCANN
TRUTH CENTRAL

#truthaboutwellness