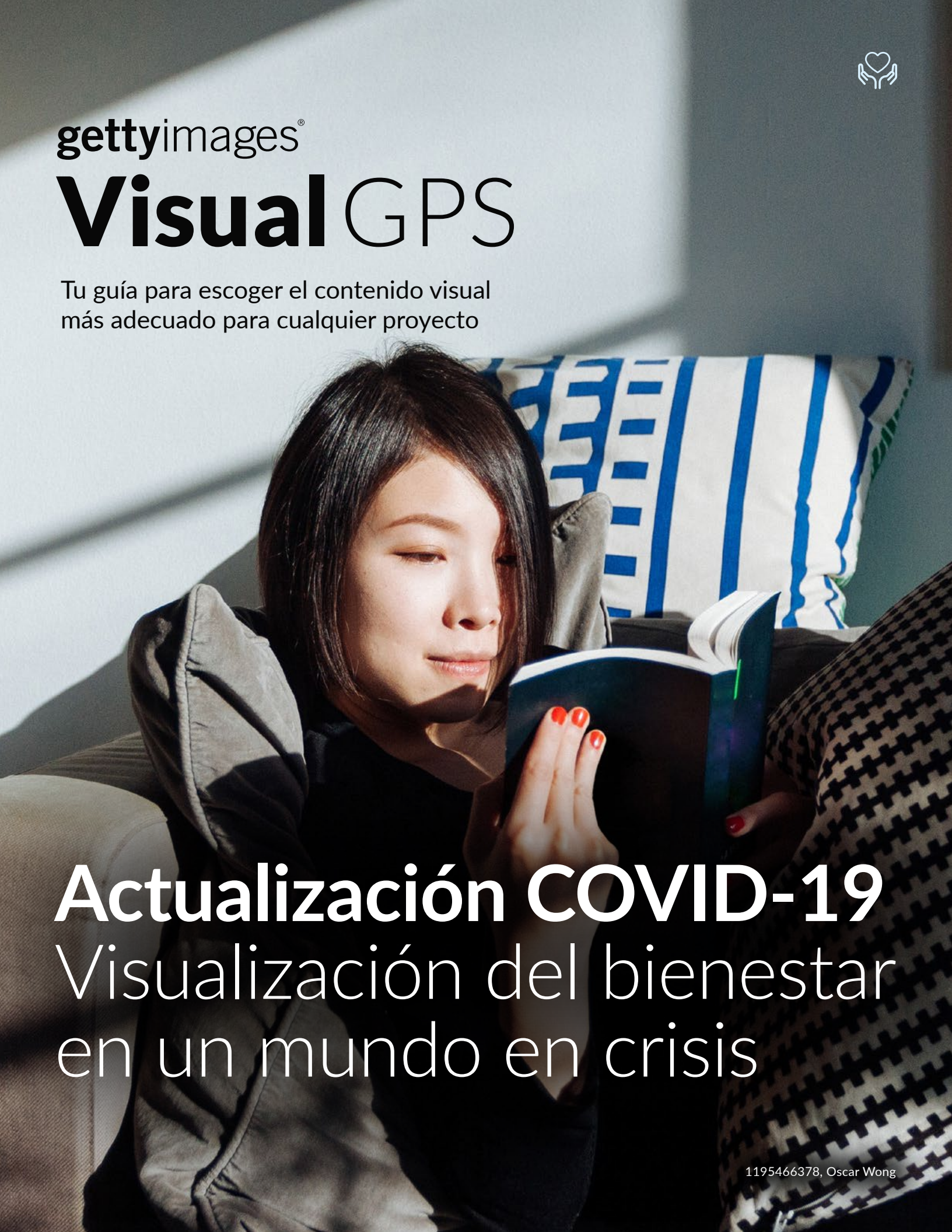
gettyimages®

Visual GPS

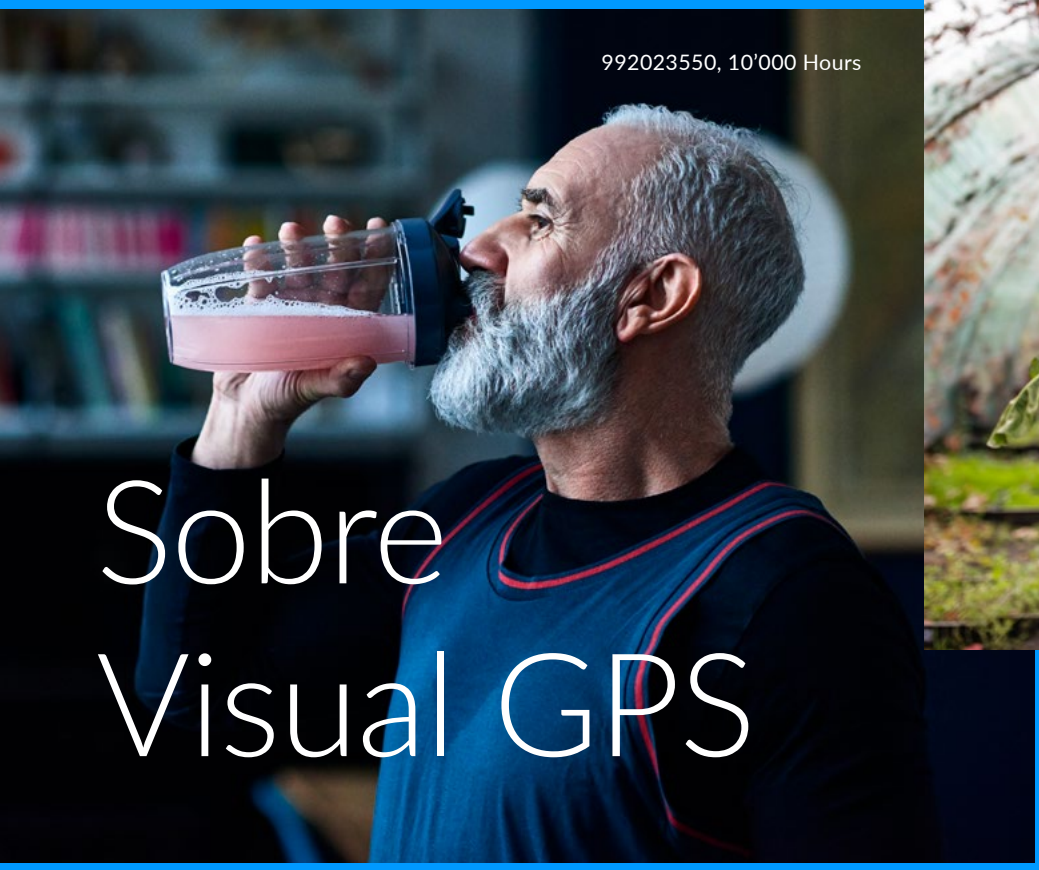
Tu guía para escoger el contenido visual más adecuado para cualquier proyecto



Actualización COVID-19

Visualización del bienestar en un mundo en crisis

1195466378, Oscar Wong


992023550, 10'000 Hours

Sobre Visual GPS

1185425518, Luis Alvarez

170123582, Zena Holloway

Te damos la bienvenida a una nueva manera de pensar en la narrativa visual.

El mundo está en constante cambio, de la misma forma que la prioridades de tus clientes. Visual GPS, avalado por los 25 años de experiencia de Getty Images en investigación e informes de tendencias, te ayuda a encontrar las imágenes y vídeos que conectarán con tu público. Nuestro enfoque multifacético aprovecha nuestros datos de búsqueda internos, los insights de nuestros expertos visuales y las últimas investigaciones de mercado; estas últimas, obtenidas en base a encuestas a miles de consumidores y profesionales en más de 13 idiomas y en más de 26 países. Todo ello nos sirve para identificar lo que les interesa e importa a tus clientes y poder ofrecerte información útil y las imágenes y vídeos que necesitas para llegar a ellos.

Explora Visual GPS

Nuestro equipo creativo

Artistas. Expertos de contenido. Documentalistas. Vanguardistas. Del concepto a la creación, nuestro galardonado equipo supervisa el desarrollo de imágenes increíbles e imprescindibles mediante detallados briefings y una experta dirección de arte que orienta e inspira a nuestra comunidad global de colaboradores. Respaldados por nuestros datos de búsqueda, una amplia experiencia profesional y los insights y análisis de los consumidores de Visual GPS, nuestros directores de arte y expertos visuales saben lo que es tendencia y por qué, lo que los coloca en una posición privilegiada para seleccionar y ofrecer las imágenes y vídeos perfectos a nuestros clientes.

Conoce al equipo

La salud y el bienestar son prioridades de los consumidores, todos los años, independientemente de las circunstancias

Antes de que la pandemia azotara al planeta el pasado año, los consumidores querían ver más imágenes que abordaran temas relacionados con la salud y el bienestar mental, y durante el COVID-19 esta tendencia no ha cambiado. En los últimos dos años, un promedio de un **62% de los consumidores clasificaron a la salud y al bienestar como prioridades máximas**, independientemente de su edad, región u orígenes.

> "Estoy cansado. Tú estás cansado. Tus clientes están cansados. Frente a este mantra, hay una afirmación, avalada por nuestros datos, con la que podemos estar todos de acuerdo: las imágenes que muestren representaciones reales y edificantes de la salud, el bienestar y la curación son ahora más útiles, comercializables e importantes que nunca".

—Rebecca Swift
Responsable global de Creative Insights en Getty Images

Los datos recientes de Visual GPS que verás a continuación, dejan claro que, en 2021 y más adelante, los consumidores están centrados en el bienestar y quieren que las marcas muestren su compromiso continuo con la salud integral a través de los vídeos y las imágenes que eligen.

Término de búsqueda tras la aparición del COVID*

Asistencia sanitaria y medicina	seguridad	vida doméstica
+51%	+91%	+95%

protección	higiene
+114%	+188%

* Comparando seis meses de descargas de marzo a septiembre de 2020 con el mismo periodo en 2019

En general, el 91% están de acuerdo en que es importante hablar sobre salud mental y tratan de cuidarse emocional y físicamente...

89% dicen que tratan de cuidarse a nivel **emocional**

87% dicen que tratan de cuidarse **físicamente**

85% dicen que **buscan maneras de celebrar** las cosas buenas de la vida para ayudar a su salud emocional y mental

... sin embargo, casi un 50% dicen que les resulta muy difícil seguir el ritmo del mundo actual

Conecta de manera auténtica con **representaciones sensibles de la salud mental**

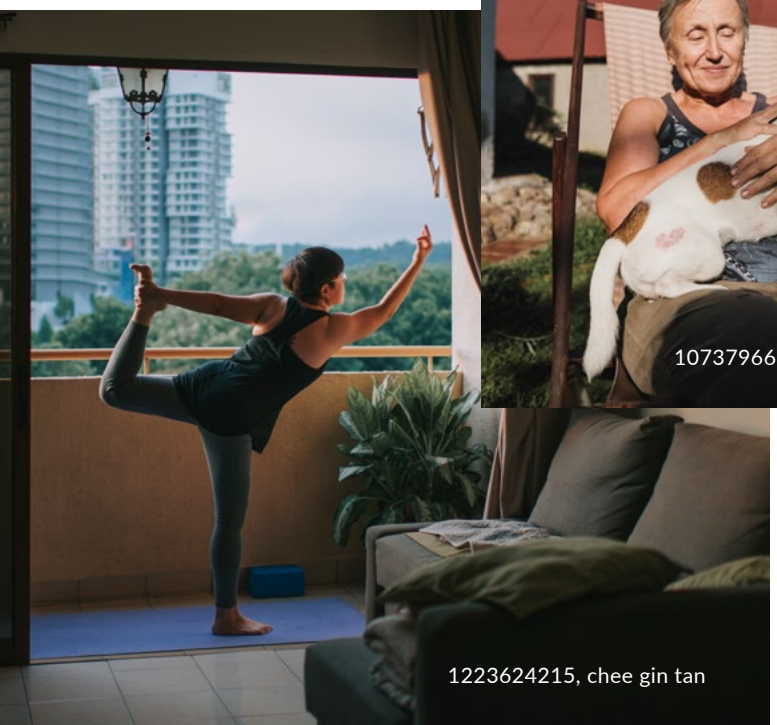
Insight visual. Tus clientes se preocupan profundamente por la salud mental y el bienestar emocional, y tú tienes que mostrar que también lo haces. Sorprendentemente, a pesar del estrés causado por la pandemia, nuestra encuesta no mostró un aumento notable en las técnicas tradicionales de gestión del estrés o meditación, sin embargo, esto no significa que no tengas que estar atento a nuevas imágenes. Para seguir siendo relevante a largo plazo, tu marca tiene que abordar el desafío de mostrar un apoyo consistente al bienestar mental, al tiempo que refleja nuestra nueva realidad en constante cambio.

Por ello, ya sea para ilustrar el cuidado de la familia y las mascotas, la conexión con la naturaleza o nuevas formas de hacer ejercicio en espacios más pequeños, estas imágenes auténticas y en tendencia son clave para crear campañas que sintonicen con tus clientes.

¿Buscas imágenes y vídeos? Encuéntralos aquí

¿Necesitas inspiración? Consulta este artículo:
Visualizando la salud mental

1073796694, Westend61



1223624215, chee gin tan

Esto es lo que dice la investigación

Promover la salud mental y el bienestar es esencial, independientemente de la generación, género o localización, como puedes ver en los porcentajes de los consumidores que estaban de acuerdo con la siguiente afirmación.

"Es importante que la gente hable sobre salud mental".

Generación Z	92%
Millennials	93%
Generación X	92%
Baby boomers	90%

Hombres	90%
Mujeres	94%

América del Norte	94%
Europa	89%
APAC	91%
Sudamérica	94%

Datos como que más del 50% de los norteamericanos prevén que la pandemia cause efectos negativos a largo plazo en las personas, entre ellos la depresión, ponen de relieve la importancia de articular una estrategia visual que sea sensible con todos los clientes.

Conecta con los consumidores con **imágenes que tengan en cuenta al COVID-19**

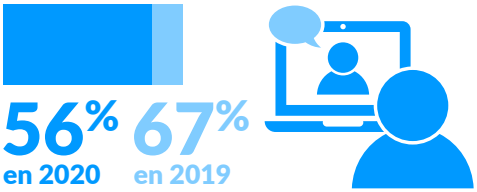
Insight visual. Lo creas o no, tus clientes no están buscando un escape total de las imágenes que muestran las realidades de vivir en un mundo trastocado por el COVID-19, solo quieren autenticidad y un contenido visual con el que puedan identificarse. Es obvio que el panorama ha cambiado —la gente trabaja en casa, estudia online y guarda una distancia social—, pero puedes mostrar estas conexiones humanas y llegar a tu audiencia de manera efectiva sin olvidar el impacto que el COVID-19 está teniendo en nuestra vida.

¿Buscas imágenes y vídeos? Encuéntralos aquí

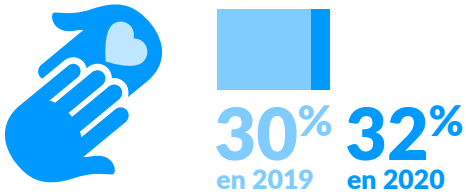
¿Necesitas inspiración? Consulta este artículo:
Visual GPS: Bienestar

Esto es lo que dice la investigación

Como se esperaba, los encuestados son menos propensos a reunirse con amigos y familia, incluso virtualmente...

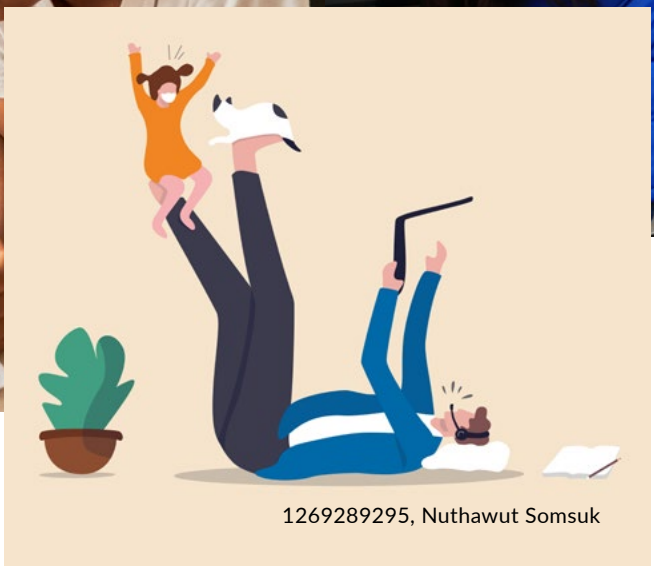


... pero el valor de conectar con otros se ha intensificado ligeramente



1211508058, Moyo Studio

1214701846, sarra22


1269289295, Nuthawut Somsuk

Amplía tu alcance con un contenido visual diverso y empático que muestre cuánto te interesas y preocupas

Insight visual. ¿Estás utilizando imágenes inclusivas en cuanto a la edad, cuerpo, origen étnico, identidad de género, discapacidad, entorno socioeconómico, religión y sexualidad? Esta larga lista, que destaca la importancia y necesidad de ser inclusivo con tus imágenes, debes tenerla en cuenta para que te ayude a mostrar de manera auténtica el lado accesible y humano de la atención sanitaria moderna, especialmente en lo que se refiere al bienestar.

A la hora de humanizar la atención médica para tus consumidores, es fundamental que tu contenido visual ponga a los pacientes en el centro de todo lo que haces. A la derecha, hemos enumerado algunos hallazgos importantes en torno al bienestar y la industria farmacéutica. Formes parte o no de este sector, tienes que conectar con los consumidores eligiendo imágenes y vídeos que muestren lo que puedes hacer por ellos, de una manera que se sienta real y honesta.

¿Buscas imágenes y vídeos? Encuéntralos aquí

¿Necesitas inspiración? Consulta este artículo:
El bienestar no tiene edad

Esto es lo que necesitas saber

1 de cada 2
consumidores quiere ver cómo las compañías sanitarias encajan en la vida de las personas en sus campañas publicitarias

1 de cada 5
consumidores de servicios médicos rechazaría a una marca que no celebre la diversidad

Casi 5 de cada 10
consumidores quieren ver a personas que sean como ellos y que reflejen sus vidas en los anuncios

Cerca de 4 de cada 10
consumidores quieren ver las recompensas emocionales que obtienen otros por el uso de los servicios médicos de una compañía

1182736650, MoMo Productions

1138623448, Andreea Campeanu

¿Quieres saber más sobre cómo puedes contar historias visuales atractivas con los insights más recientes de los consumidores?

Contacta con nuestros agentes de ventas o explora el informe completo en VisualGPS.com.

gettyimages®
Visual GPS