



SPIN OFFS EMPRESARIALES

Por qué investigar tendencias

Introducción a la plataforma

Tech Fab Lab x CEII
Sesión 1



¡Bienvenidos!
¡Bienvenidas!



Livia Fioretti

Directora de Insights

Agenda del programa

Sesión 1:

Por qué investigar tendencias
+ plataforma

04/02 – 10am

Introducción a la investigación
de tendencias y su valor para los
negocios

Presentación de la plataforma de
TrendWatching

Presentación // 60min

Sesión 2:

Tendencias
de consumo

09/02 – 10am

Como investigar tendencias de
consumo

Presentación de las tendencias
y tecnologías que están
transformando la sociedad

Presentación // 60min

Sesión 3:

Aplicación estratégica de tendencias
para la innovación

11/02 – 10am (Scale up Growth)
13/02 – 10am (Future Labs Growth)

Ejercicio de definición de estrategia a
partir de tendencias

Creación de un concepto de innovación
basado en tendencias (producto, servicio
o experiencia)

Taller Online // 3,5 horas

Sesión 1



Presentación del programa

Introducción a la investigación de tendencias

Presentación de la plataforma TrendWatching

Preguntas



TREND·WATCHING





600+ Clientes



8,000 Usuarios



250,000 Seguidores

S BE
TING

How do the customer
and that industry the trend
in the industry?

So how do these three
of activities you
remember the
a step from
ly evaluate
will you be

How
and

And as we've seen, it will ensure
you have a clear picture of the
innovation opportunities that a
trend offers. And that will guide
your thinking when you come to
select and prioritize the trends
that are most important to you—
a process that is the subject of the
next chapter.

FIGURE

WHENEVER YOU SPOT A
TREND, KEEP IN MIND
THE THREE AXES OF
ADAPTATION: MATURITY,
LOCALITY, INDUSTRY.





Uber



MARS
WRIGLEY

Deloitte.

GREENPEACE

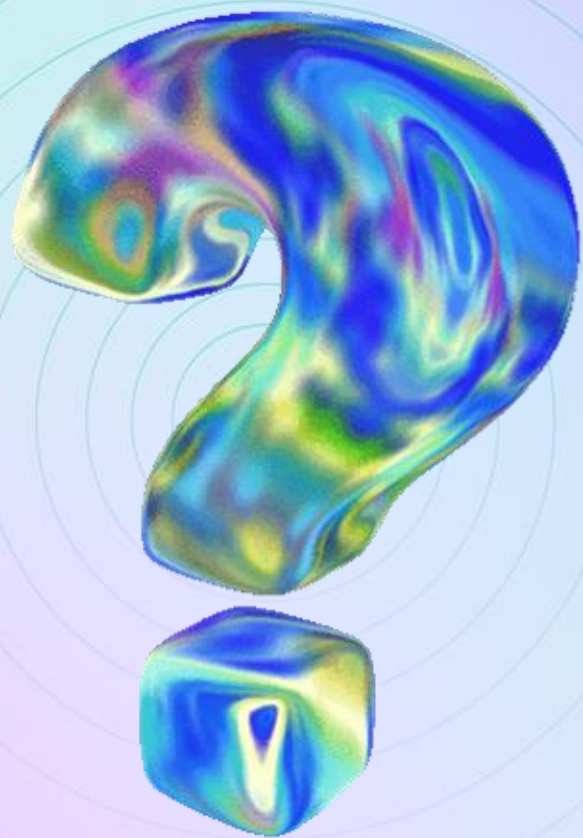


Nestlé

Google

IAVAS





¿Qué es una tendencia?

Menti.com | 89048685

Las tendencias de consumo son patrones que reflejan nuevas expectativas de los consumidores.

Investigar tendencias nos permite...



Entender cómo evolucionan las expectativas, los valores y los comportamientos de los consumidores

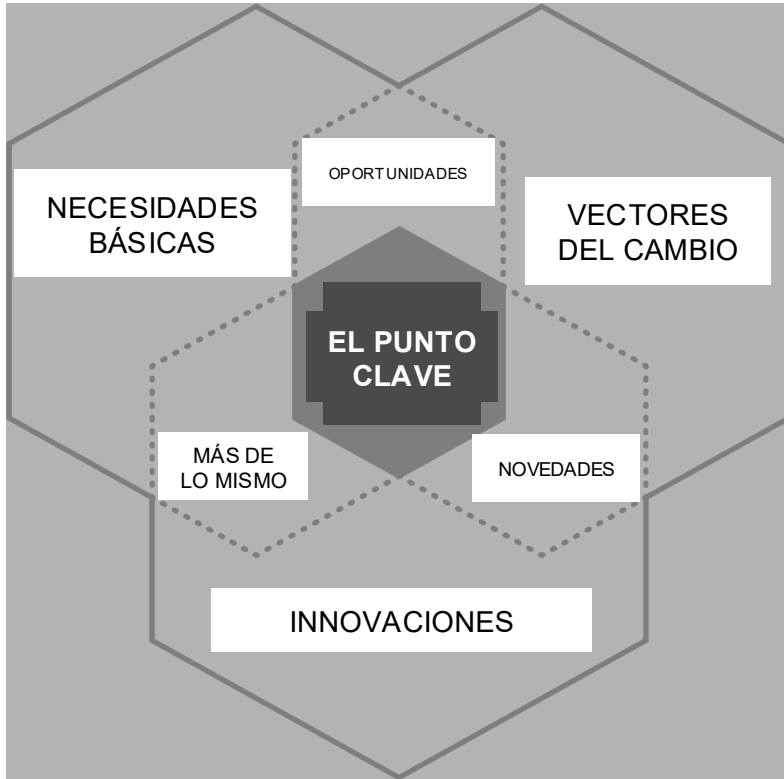


Anticiparse a los cambios antes que la competencia



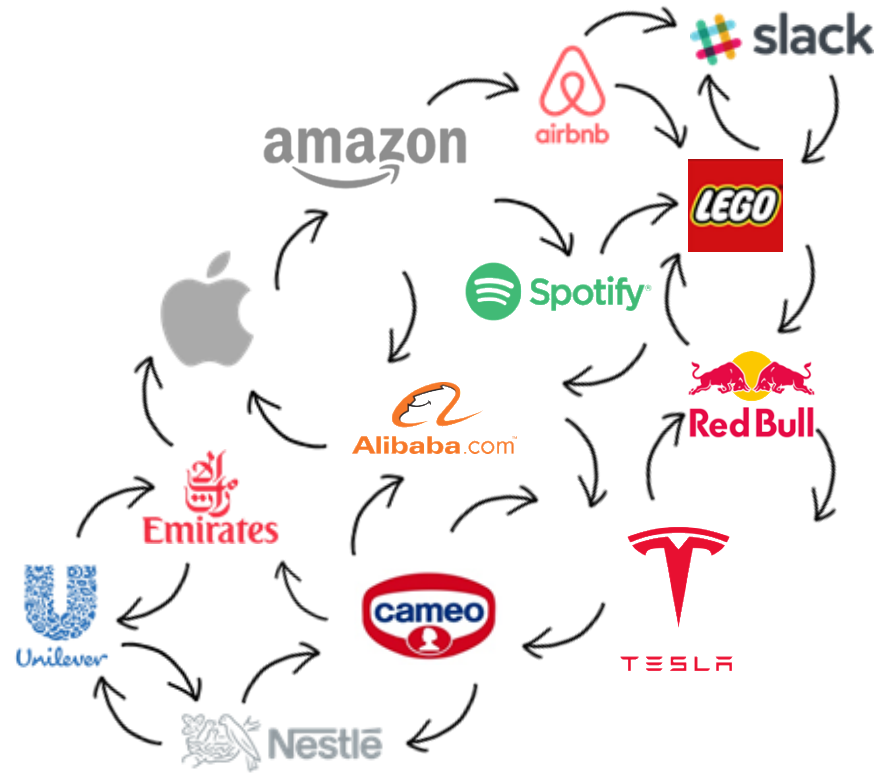
Tomar decisiones más informadas, reduciendo el riesgo de invertir en ideas que ya nacen obsoletas





Los tres elementos de nuestra metodología

La economía de las expectativas





Visión general



Máximo nivel de detalle



29 Macro-Tendencias

Fuerzas externas que moldean la sociedad



15 Mega-Tendencias

Ideales para la planificación estratégica a largo plazo



240 Sub-Tendencias

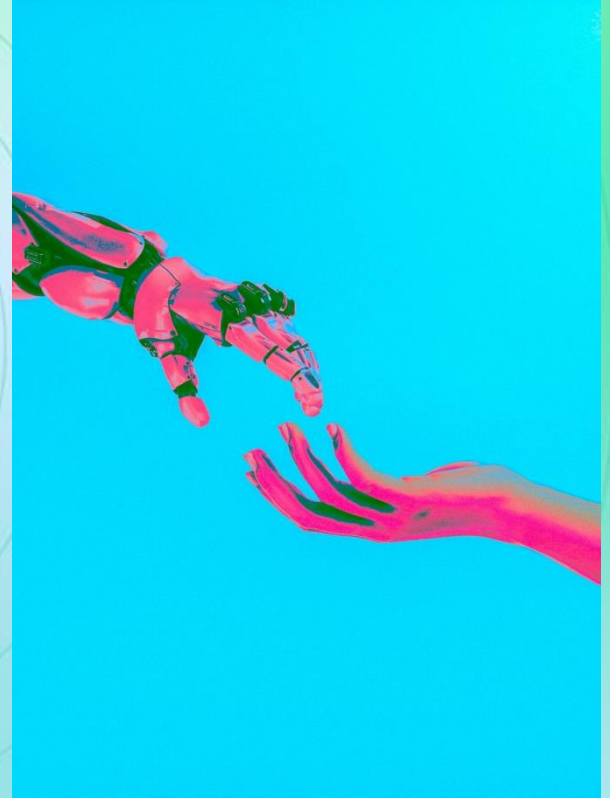
Oportunidades relevantes



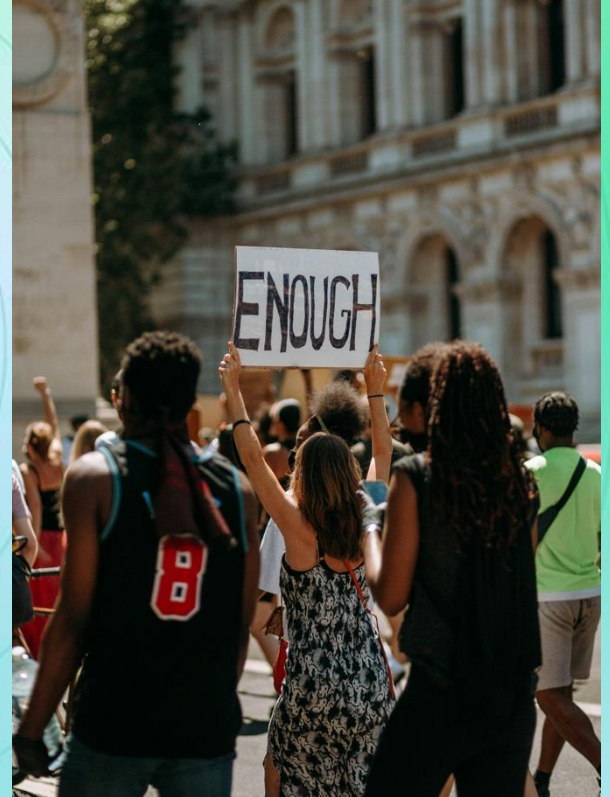
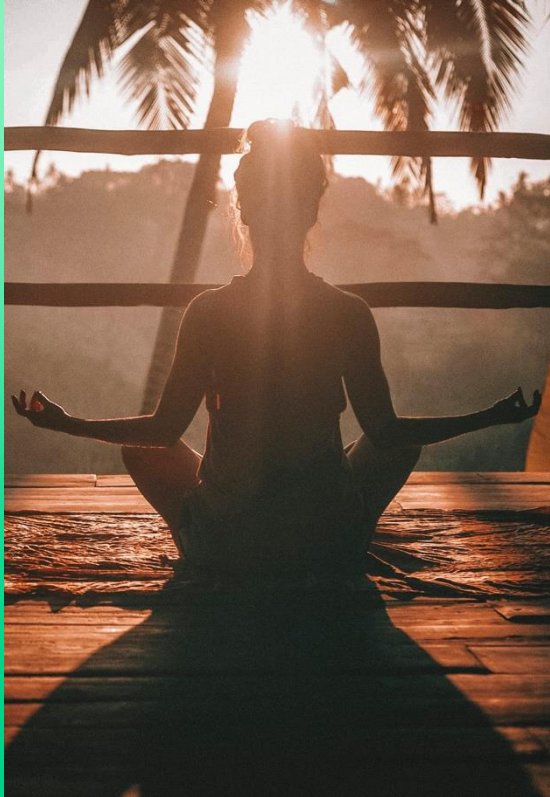
Innovaciones

Ejemplos de las sub-tendencias en acción

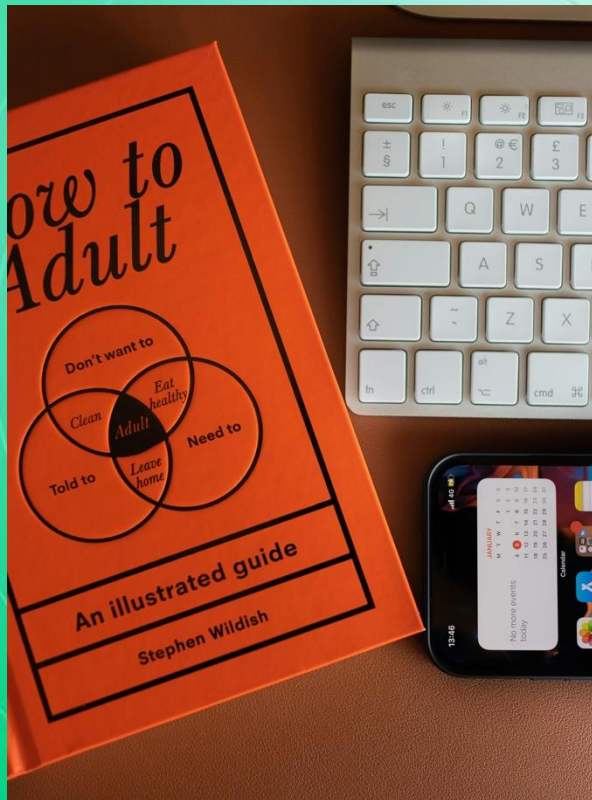
Macro-Tendencias



Mega-Tendencias



Sub-Tendencias



Innovaciones

MoneyTime

Una app móvil
recompensa a gamers
con dinero real



MoneyTime

The illustration shows a stack of gold coins, a single gold coin with a dollar sign, and two green banknotes. A blue and red alarm clock is positioned to the right of the coins. The background is a light yellow circle with dashed lines, suggesting a clock face. The text 'MoneyTime' is written in a bold, yellow, bubbly font with a drop shadow and small stars around it.

TREND·WATCHING

Innovaciones

Vueling

Aerolínea mejora la comunicación de pasajeros con dificultades auditivas o verbales



TREND-WATCHING

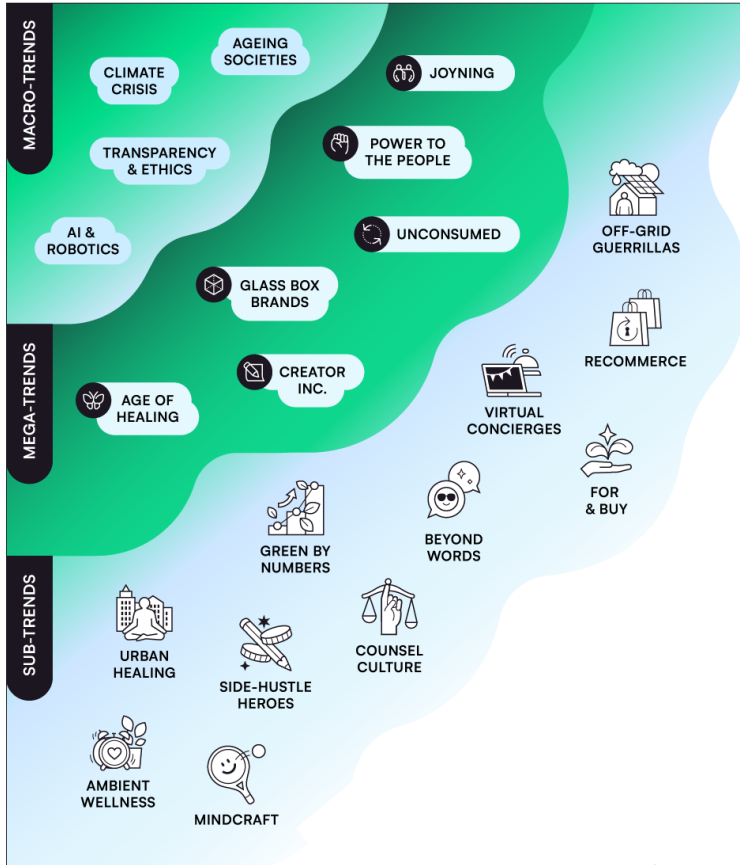
Innovaciones

LABASAD

**Escuela de diseño
española integra la IA
en todos sus másteres
creativos**



TREND-WATCHING





Base de datos //
innovaciones globales



Marco de tendencias



Informes



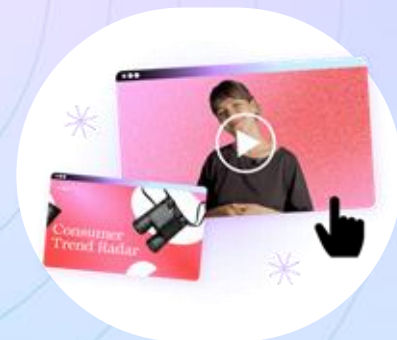
Estadísticas



Feed diario



Caja de herramientas



Formación online



Convierte las tendencias
en acción



Informes
por sector



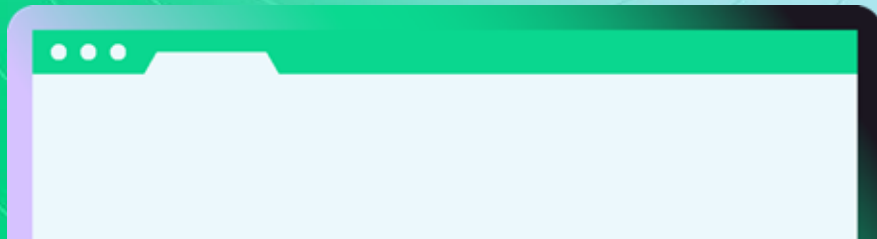
Informes
regionales



Inspiración
para innovar



Contenido para
presentaciones



Formación online



24 Videos



15 Ejercicios PDFs



3 Idiomas







¿Preguntas?

¡Nos vemos
el lunes! 🖐️

liv@trendwatching.com



TREND·WATCHING



SPIN OFFS EMPRESARIALES

¿POR QUÉ INVESTIGAR TENDENCIAS?

Introducción a la Plataforma Trendwatching

Livia Fioretti

Directora de insights
TRENDWATCHING