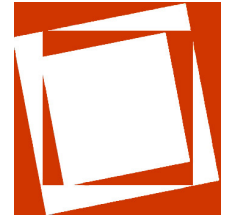


La importancia de la idea y
de los timings
de los socios
del target al que me quiero dirigir
del efecto pasajero
de la competencia

La importancia de ...



Conocer las tendencias:

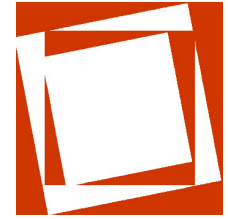
Qué son

Cómo estar al tanto

Qué nos viene

Qué páginas/ blogs puedo visitar

Y más que podemos hablar...



TENDENCIA:

Propensión o inclinación en los hombres y en las cosas hacia determinados fines.
Idea religiosa, económica, política, artística, etc., que se orienta en determinada dirección.

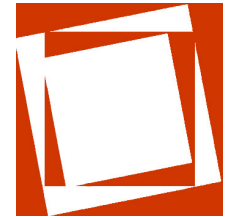
MODA:

Uso, modo o costumbre que está en boga durante algún tiempo, o en determinado país...

MOVIMIENTO SOCIAL:

Desarrollo y propagación de una tendencia religiosa, política, social, estética, etc., de carácter innovador.

[Las tendencias tienen un por qué](#)



Otras definiciones:

CREACIÓN

Es el comienzo

PROCESO

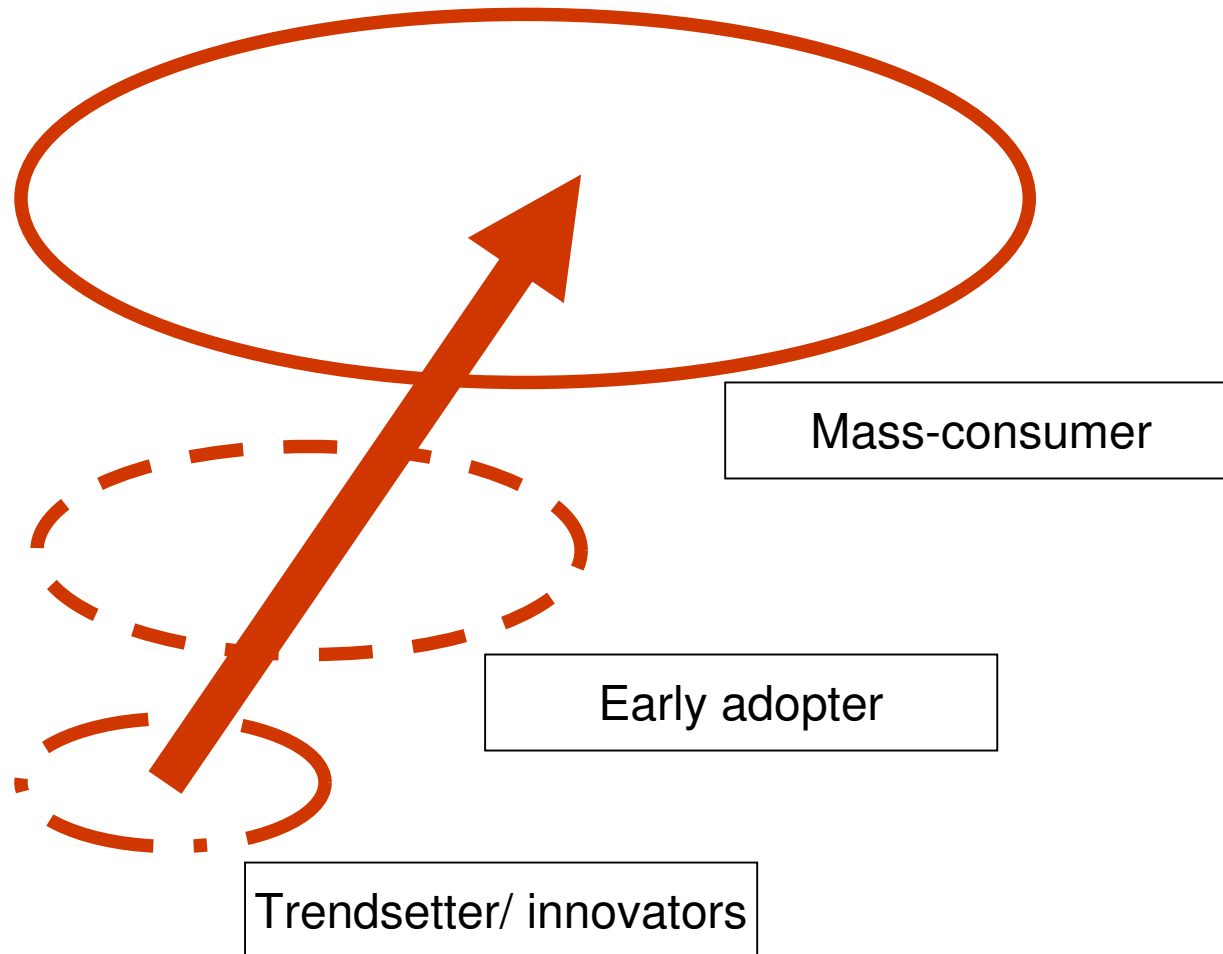
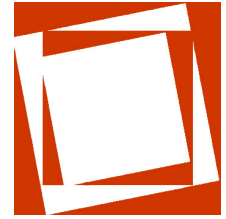
Movilización de los distintos perfiles

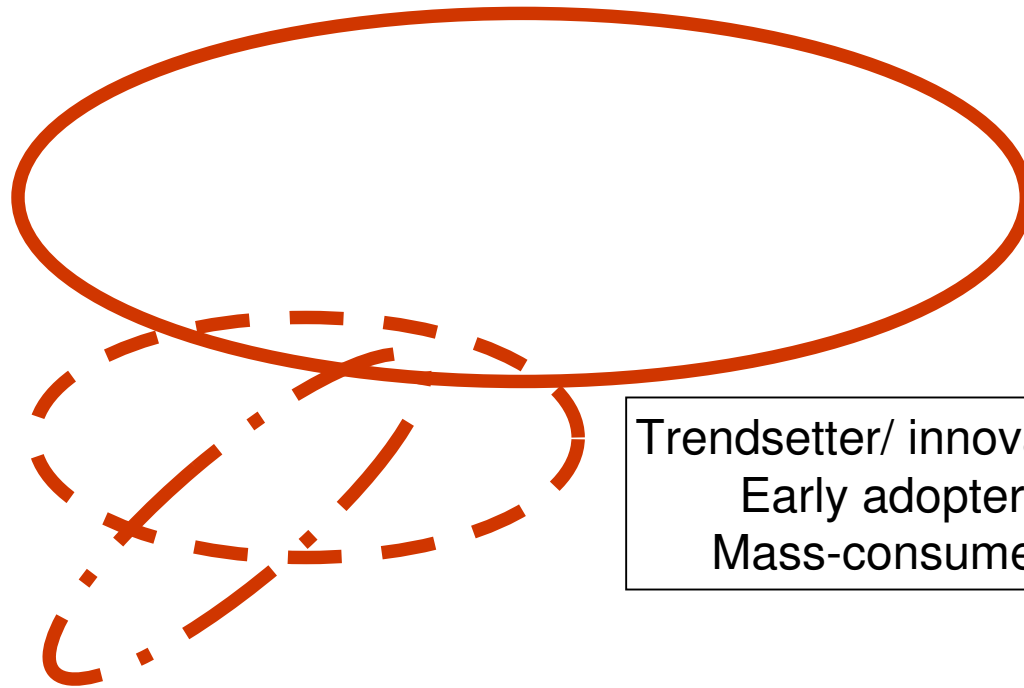
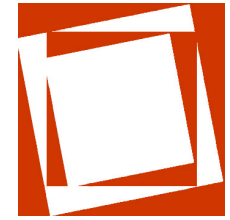
ÉXITO

Tipo de vínculo con el mercado masivo

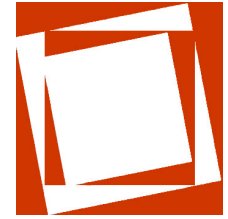
CAÍDA

Libre, Progresiva o No Caída





Trendsetter/ innovators
Early adopter
Mass-consumer



Si tomamos el caso concreto de la MODA ...

CAMBIANTE

CÍCLICA

EFÍMERA

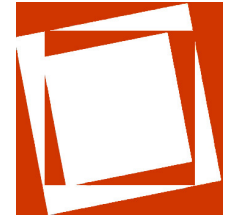
DESAFIANTE

REACTIVA

PARADOJICA

EXHIBICIONSTA

GLOBAL



Gestación. CICLO

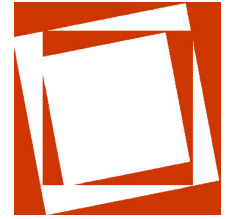
CREACIÓN

DESARROLLO

IMITACIÓN

DEMOCRATIZACIÓN

DECADENCIA



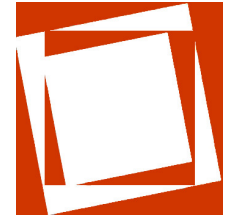
Gestación. PROPAGACIÓN

POR CLASE

MERCADO - COMPETENCIA

AMPLIACIÓN

DEMOCRATIZACIÓN



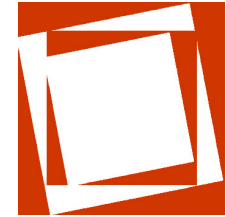
Gestación. IMPOSICIÓN

LAS REVISTAS

LA PUBLICIDAD

LOS FAMOSOS

LA INERCIA MODAL



Las tendencias. Construcción (1)



Early adopter

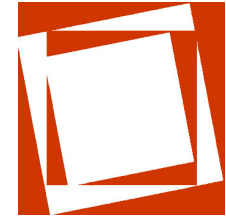
A partir de aquí el movimiento deja de ser emergente y pasa a ser masivo

Avalan a los anteriores y recogen lo marginal convirtiéndolo en algo tangible, pero ya no es tendencia, ahora es un movimiento social emergente.



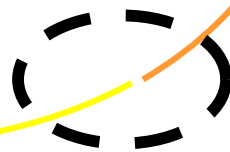
Innovators/trendsetter

Generan el movimiento desde algo que no existe, que es la tendencia. Se hacen un tatoo, se personalizan la ropa por primera vez, comienzan a comunicar de forma artesanal mediante stencils o stickers, etc.



Las tendencias. Construcción (2)

Early adopter

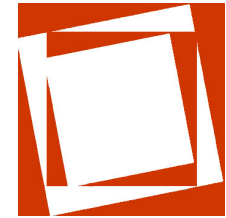


¿EL SECRETO?

No es ni la idea, ni el producto, ni lo que se consigue con ello, es conseguir un enganche adecuado entre los eslabones.

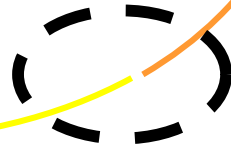
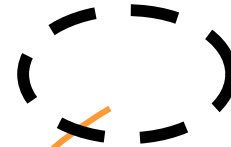


Innovators/ trendsetter



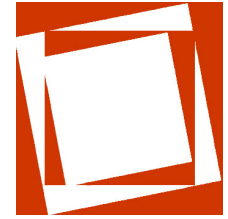
Las tendencias. Construcción (3)

Early adopter



Innovators/ trendsetter

¿Cómo se pasa de consumir comida árabe a CONSUMIR comida árabe.
Los enganches, los transmisores, las formas de comunicación, que en este caso no deben ser convencionales. ¿QUIÉNES SON LOS TRENDSETTERS, los propios árabes por necesidad, ¿QUIÉNES SON LOS EARLY ADOPTERS?, sus colegas/ amigos europeos que quieren probar cosas nuevas, diferentes. ¿QUIÉNES SOMOS LOS BORREGOS?, nosotros.



Drivers que definen las tendencias y ejecutan los movimientos sociales.

Económicos

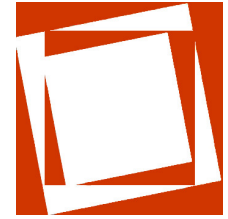
Sociales y Culturales

Políticos

Tecnológicos

Ecológicos

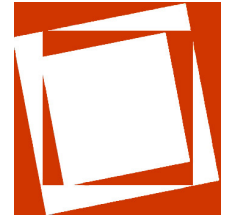
Personales



El carácter misceláneo



INTERRELACIONADOS



Económicos

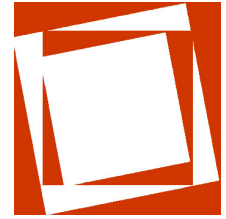
Macroeconomías

Microeconomías

Países en vías de desarrollo

Países en vías de subdesarrollo

Materias primas (petróleo, gas, etc)



Sociales y Culturales

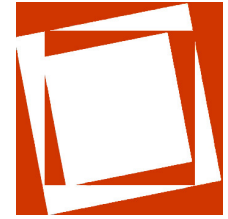
Movimientos migratorios

Generacionales (BB, X, Y, C)

Poblacionales

Edades

Evolución del Arte



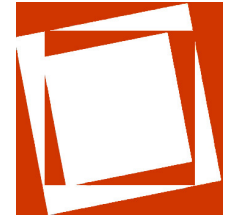
Políticos

Líderes

Movimientos Anti/ Para

Acciones puntuales (caso Extremadura)

Apoyo al emprendizaje



Tecnológicos

Necesidades generadas

Investigación y Desarrollo

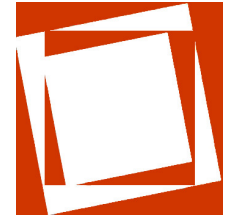
Comunicación/ Ubicuidad

Multifuncionalidad

Auto-Prototipaje

“Si estuviera hace 30 años haciendo esta exposición, les diría que el lenguaje está cambiando, del escrito y hablado al código binario. Treinta años después les digo que el lenguaje otra vez está cambiando, del código binario al genético. El desafío ahora es que estamos programando la vida”

Juan Enríquez:
Chairman & CEO de Biotechnomy y
ex director de la Harvard Business School Life Science Project



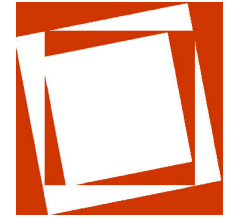
Ecológicos

Globales

Locales

Particulares

La naturalidad de lo sostenible



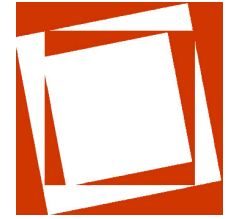
Ámbito Personal

Relaciones

Necesidades

Sexo/ Edades

...



Movimientos Sociales. Creatividad Empresarial

Las Ideas

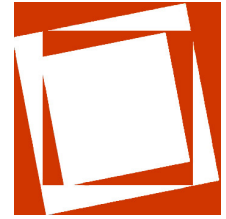
La gestión del Talento

El Intercambio de valores y conocimientos disciplinares

La Responsabilidad Social

Des-jerarquización

El bajo coste

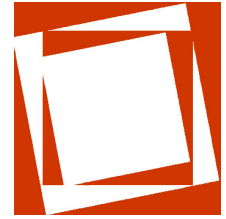


Movimientos Sociales. La Inmigración

Nueva Clase Media

Un Ocio diferente

Nuevos valores impuestos

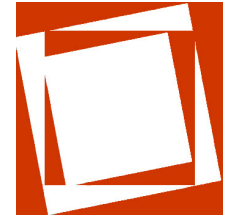


Movimientos Sociales. Regionalización/ Globalización

Él auge de las fronteras

El valor de lo cercano

Nuevas economías. América Latina y África



Movimientos Sociales. Nuevos valores

La Diferenciación vs. La Personalización

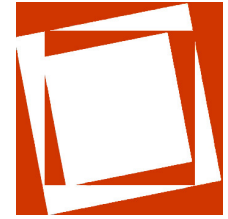
Las redes sociales

El acercamiento a los nuevos extremos

Redefinición del concepto de seguridad

El pequeño detalle

El nuevo lujo: El espacio



¿Cómo estoy al tanto?

Confío en mix ideas

Soy observador

Tengo un panel de informadores

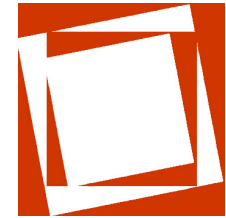
Asisto a conferencias/ mesas redondas/ etc.

Busco inspiración en otros negocios

Rastreo en la red

Intercambio Ideas/ Conceptos

...



Páginas de interés. Curiosidades de última hora

Viajes especiales combinando ejercicio físico y mental.

conocer ciudades mientras corres

volver a “lo hecho a mano”. Se ofrece mediante subasta

abuelas, hacen calcetines

envases para bebidas mejorar almacenaje, divertidas

intercambiar cosas

usb con perfume

lleva la fragancia de tu ADN

compañía de seguros; ofrece poner el poder en las manos del cliente y no en las de la compañía.

