

# Programa Online de Capacitación Agentes

## Herramientas para detectar tendencias y oportunidades

Juan Simó

**7 de junio 2022**

FINANCIA:



GENERALITAT  
VALENCIANA

TOTS  
A UNA  
veu

**ivACE**  
INSTITUT VALENCIÀ DE  
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

ORGANIZA:

**CEEI**  
COMUNIDAD  
VALENCIANA





## Contenidos:

1. Tendencia, oportunidad y valor, definición y vinculo entre conceptos
2. Innovación y esferas de tendencia: como transformar las tendencias en oportunidades
3. Las tendencias y las oportunidades en un entorno de Aceleración del Cambio
4. Coolhunting: qué es. El método Haystack.
5. Caso: ALWAYS y #LikeAGirl
6. Tendencias, arquetipos de clientes y oportunidades asociadas
7. Otras tendencias y oportunidades de negocio asociadas
8. Coolhunting: Herramientas de búsqueda.
9. Conclusiones

**Tendencias,  
oportunidades  
y valor...**

**Definición y  
relaciones**

**Necesitamos una bola de cristal**



## Tendencia, oportunidad, valor



“Es fácil entender las posibilidades de **beneficio económico** que se pueden derivar de encontrar un **filón** en forma de **servicio**, **producto**, tecnología o idea que se establezcan **alineados con** una **tendencia**, corriente o preferencia”



## Tendencia:

Dirección o **secuencia de acontecimientos que adquiere cada vez más fuerza** y que presenta cierta duración

[www.semana.com/](http://www.semana.com/)

**Dirección** particular **en la que se mueve un mercado** en un intervalo de tiempo dado.

[www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)

Dirección, impulsada por una **secuencia de eventos que transforma una** determinada **realidad**

*Philip Kotler – Economista MKT*

## Coolhunting:

Neologismo acuñado a principios de la década de 1990 que hace referencia a un nuevo tipo de **profesión de MKT que analiza y hace predicciones sobre los cambios de modas, usos sociales, hábitos personales y corrientes culturales** nuevas o existentes

[www.roiting.es](http://www.roiting.es)

**Observar, detectar y analizar tendencias de futuro para asesorar a las empresas** del mundo de la moda y el diseño, pero también de otros sectores como la automoción, la tecnología o los servicios

[www.lavanguardia.es](http://www.lavanguardia.es)



# Oportunidad:

RAE

Del lat. *opportunitas*, -ātis.

1. f. **Momento o circunstancia** oportunos o **convenientes para algo**.

Oportunidad hace referencia a lo conveniente de un contexto y a la **confluencia de un espacio y un periodo temporal apropiada para obtener un provecho** o cumplir un objetivo. Las oportunidades, por lo tanto, son los instantes o plazos que resultan propicios para realizar una acción.

<https://definicion.de/oportunidad/>

# Oportunidad de Mercado:

«**Necesidad** o interés **que tiene un cliente y que una empresa puede aprovechar** para satisfacerla **de una manera rentable**»

“**Zona de necesidad** e interés **del comprador en la cual hay una alta probabilidad de que una empresa pueda actuar rentablemente** satisfaciendo esa necesidad”

«Una oportunidad de mercado, **se da cuando se identifica un grupo de tamaño suficiente cuyas necesidades no están siendo satisfechas**»

*Philip Kotler – Economista MKT*



## Perseguir el VALOR...



“La clave de la generación de la riqueza está en servir al prójimo.”

*Ludwig von Mises*



# Valor..

VALOR (RAE)

*Del lat. Valor, -oris.*

1. m. **Grado de utilidad** o aptitud de las cosas **para satisfacer necesidades** o proporcionar bienestar o deleite

“**Percepción subjetiva** que un cliente tiene **de los beneficios de un producto, para resolver un problema** o una necesidad”

Depende de las circunstancias personales...





# El valor cambia...

VALOR *(RAE)*

*Del lat. Valor, -oris.*

1. m. **Grado de utilidad** o aptitud de las cosas **para satisfacer necesidades** o proporcionar bienestar o deleite

“**Percepción subjetiva** que un cliente tiene **de los beneficios de un producto, para resolver un problema** o una necesidad”

Depende del entorno y del momento...





# El valor cambia con las tendencias...

VALOR *(RAE)*

*Del lat. Valor, -oris.*

1. m. **Grado de utilidad** o aptitud de las cosas **para satisfacer necesidades** o proporcionar bienestar o deleite

“**Percepción subjetiva** que un cliente tiene **de los beneficios de un producto, para resolver un problema** o una necesidad”

Depende de las tendencias...





# Valor e Intercambio...



# El valor y la ventaja competitiva...

¡Tiene que ver con **SUBSISTIR,**  
**VENDER MÁS**  
 y con **MÁS MARGEN!**

- a. Es el **VALOR DIFERENCIAL** de nuestro producto o servicio, **que decide la compra del cliente**
  - b. Hay que **mantenerla o aumentarla**, -por salud del proyecto de negocio-
  - c. **Es una carrera contrarelog (*Tendencias*)**
  - d. **Requiere invertir** recursos, económicos, materiales, de tiempo
    - i. **A corto plazo:** **Mantenimiento del negocio** → **Operaciones**
    - ii. **A medio y largo plazo:** Definición y el **despliegue** de una **estrategia** →
- Búsqueda de **TENDENCIAS** → **INNOVAR**



**Innovación y esferas de tendencia:  
Como transformar las tendencias en oportunidades**



# Innovar

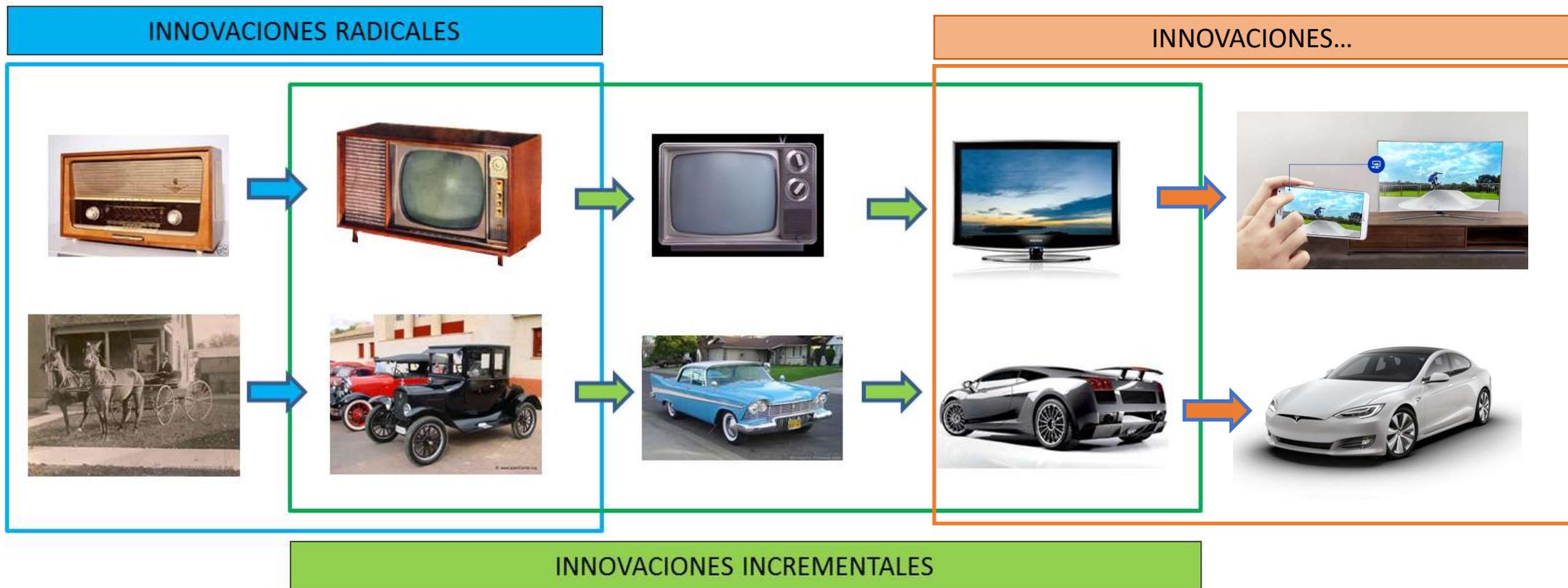
1. tr. Mudar o alterar algo, introduciendo novedades.

*(A favor de tendencia)*



# 1. tr. Mudar o alterar algo, introduciendo novedades.

*(A favor de tendencia)*



# Generación de Valor

Dos conceptos caracterizan la trayectoria que sigue la evolución de un emprendedor o emprendedora; como se adapta y genera ingresos:

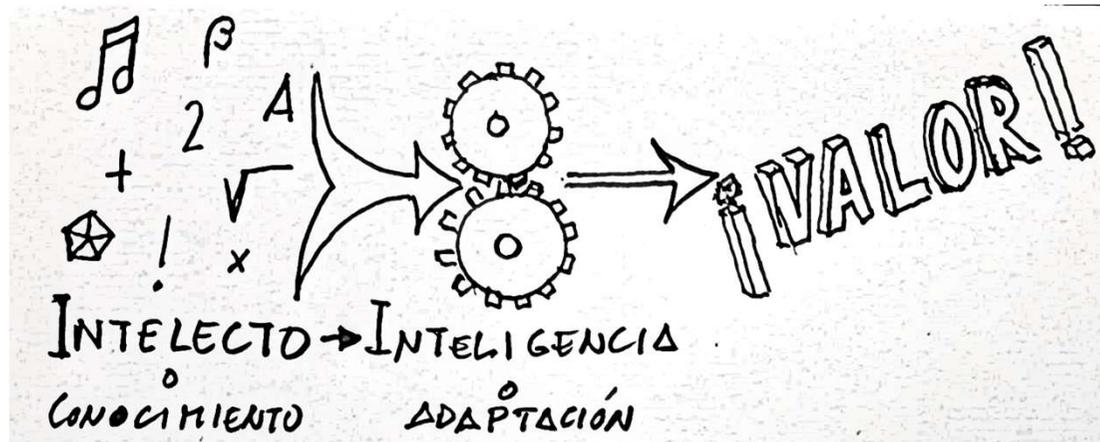
1. Conocimiento (intelecto)
2. y Adaptación (inteligencia).

El Conocimiento o intelecto es lo que el emprendedor o emprendedora sabe hacer, su oficio: fabricar un producto, ofrecer un servicio determinado, etc.

La Adaptación o inteligencia es la capacidad de transformar ese conocimiento en valor, como respuesta que damos a la dinámica de nuestro entorno... A las **Tendencias**

De aplicar nuestro conocimiento para satisfacer necesidades concretas de los usuarios en un momento específico, dando y recibiendo beneficios en ello- depende la...

## GENERACIÓN DE VALOR



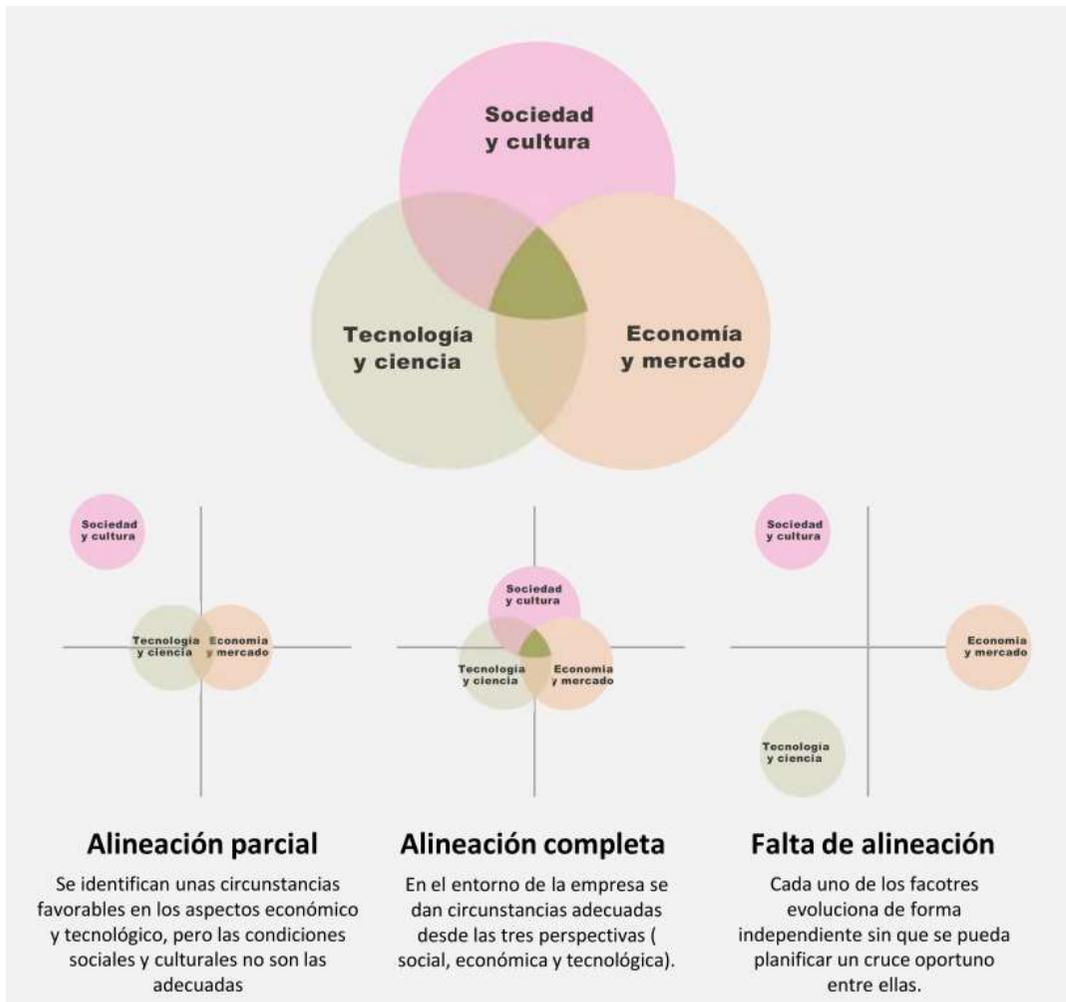


# Tendencias, oportunidades y Valor en el MdN...

Modelo de Negocio Canvas



# Esferas de tendencia...



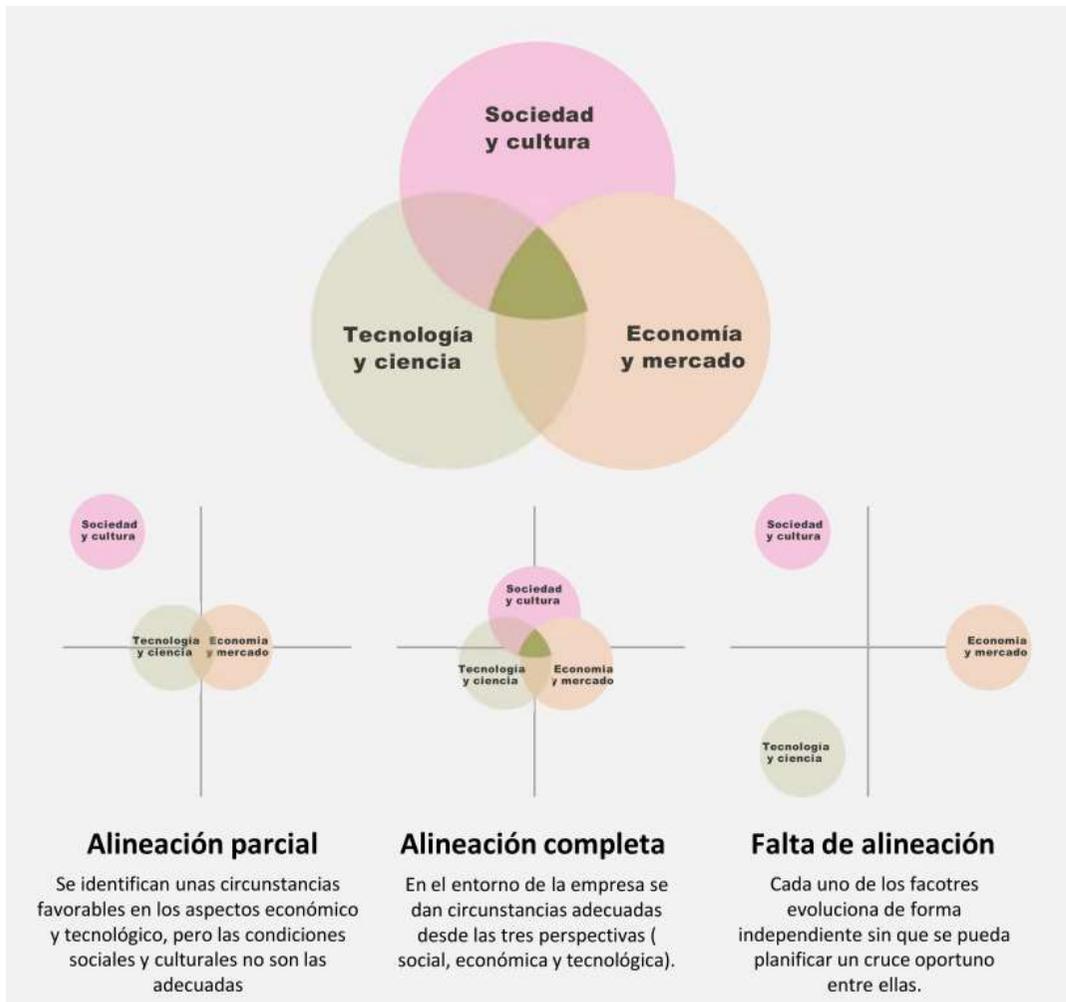
Las tendencias se pueden encuadrar en 3 esferas o categorías:

- **Economía / mercado:** modelos de negocio o intercambio de valor
- **Tecnología / ciencia:** ámbitos científico, tecnológico, estados del arte
- **Sociedad / cultura:** comportamiento, hábitos, usos, percepciones y emociones de personas o grupos.

Las oportunidades aparecen como cruces o interacciones de tendencias. (*Trends Crossing*)

<https://bikceei.emprenemjunts.es/?op=130&id=513>

# Esferas de tendencia...



Hay dos órdenes de magnitud temporal de una tendencia:

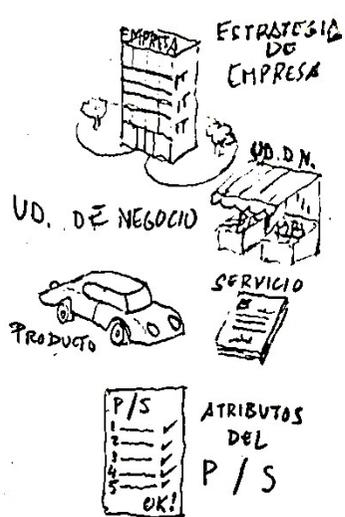
- **Macrotendencias:** de largo recorrido, y **afectan más a la estrategia** y/o unidades de negocio de la empresa
- **Microtendencias** de corto recorrido y afectan más a los conceptos y **atributos de producto/servicio**.

La observación de tendencias sirve para entender y adaptarnos al entorno e **identificar oportunidades de negocio**.

La adaptación será el **resultado** de una correcta interpretación de una **tendencia** y su magnitud (**macro o micro**)

<https://bikceei.emprenemjunts.es/?op=130&id=513>

# Macro y microtendencias, efecto en la innovación



Innovar no siempre implica una transformación de la estrategia empresarial o de la apariencia del producto.

Se debe innovar a distintos niveles, desde cambios en los atributos de producto, hasta la creación de una startup...

Con implicaciones en un nuevo concepto de empresa

La **innovación** se da a diferentes estratos de una organización, con diferente trascendencia a cada nivel.

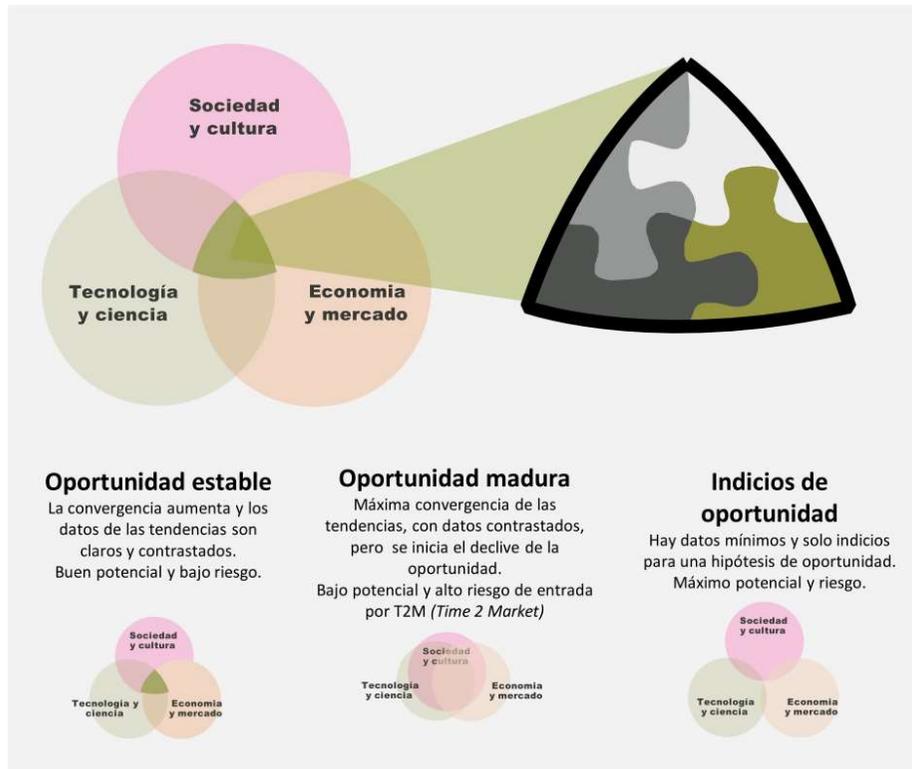
Desde el **más estratégico**, al **más táctico**, podemos distinguir los siguientes niveles de cambio:

- **Estrategia de empresa:** Supone un cambio **profundo, estructural y de larga duración** que puede implicar variación en la **Definición del negocio**.

Un ciclo estratégico → varios ciclos de unidades de negocio.

- **Unidades de negocio:** Son **cambios de ciclos más cortos** que los de nivel de estrategia, a **nivel organizativo inferior**.
- **Conceptos de producto/servicio:** Cambio en el concepto de **un producto/ servicio**. Con ciclos de vida más cortos.
- **Atributos de producto/servicio:** Son **cambios en las características** del producto/servicio. De ciclos de vida breves o alta frecuencia.

# Aprovechar la oportunidad...



La **confluencia de tendencias** de las tres categorías genera **escenarios de nuevas oportunidades** de negocio. **Es fácil lanzar muchas y buenas ideas** de futuro para las compañías, pero **la dificultad reside en identificar el momento oportuno de “cuándo” implementarlas** (Invertir) en ese mercado.

<https://bikceei.emprenemjunts.es/?op=130&id=513>

**Oportunidad de negocio = Escenario de oportunidad = Intersección de tendencias en espacio y tiempo:**

- de un modelo o **recursos tecnológicos**,
- en un **momento social de uso**
- por medio de un **modelo de negocio (economía/mercado)**.

La **ausencia o desfase** de uno de esos factores **disminuye la probabilidad** de tener realmente una **oportunidad**.

Se genera un **eje atractor en torno al cual se forma el potencial de generar empresas, unidades de negocio, productos/servicios y atributos/prestaciones** de estos.

Oportunidad **implica** caducidad en el tiempo, lo que significa que:

- se forma **una ventana temporal de entrada** a la oportunidad
- **y otra de salida**, y su correcta identificación nos ofrece el máximo rendimiento de la oportunidad.

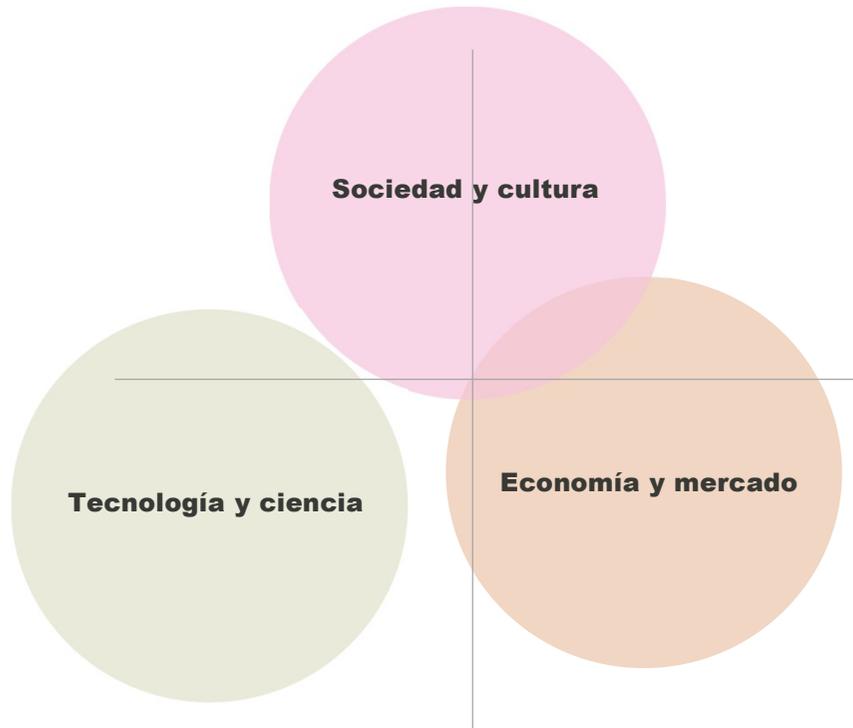
Lo ideal es **entrar en el inicio del fenómeno y salir después del punto de equilibrio** de la oportunidad.

**Subirse tarde a una tendencia de ciclo corto o moda, es poco recomendable** y con resultados negativos.





# Alineación parcial: El coche eléctrico...



## Alineación parcial

Se identifican unas circunstancias favorables en los aspectos Sociales y culturales, y de Economía y mercado, pero las condiciones de tecnología y ciencia no son las más adecuadas

**Intersección** clara **entre** dos esferas (**Sociedad y Cultura + Economía y Mercado**)

A nivel de **Tecnología y ciencia**, **dificultades**:

- **Autonomía**
- **Infraestructura**
- **Costes de producción → Precio de venta**

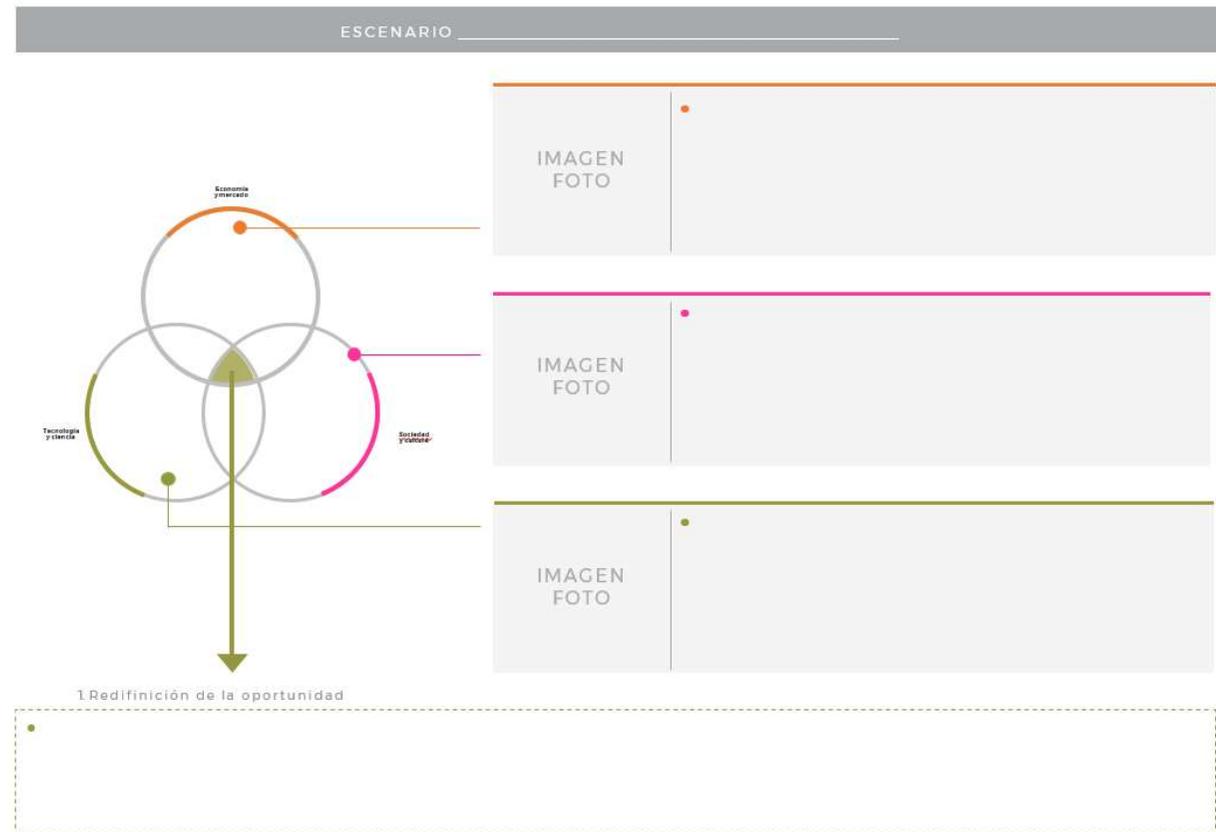


<https://bikceei.emprenemjunts.es/?op=130&id=513>

# Identificar escenarios de oportunidad..

## MODO DE USO

01. En función de nuestra área de interés, identificar las **tendencias** relevantes:
  - a. Tendencias **tecnológicas** del área.
  - b. Tendencias **de economía y modelo de negocio** del área.
  - c. Tendencias **de sociedad y cultura** de los usuarios en el área.
02. La **interacción de las tres tendencias establece la oportunidad** potencial.
03. En función de la oportunidad potencial **definir un titular del escenario que nos oriente sobre** donde está **la oportunidad**... Y posibles aplicaciones





# Escenarios de oportunidad...

[https://bikceei.emprenemjunts.es/descargando/14590\\_descarga.pdf](https://bikceei.emprenemjunts.es/descargando/14590_descarga.pdf)

Escenario asociado a las tendencias, en un ámbito concreto

1. Definición de la oportunidad

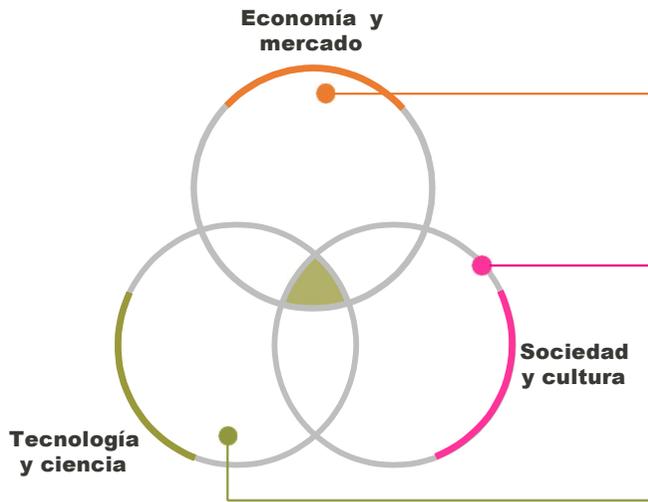


IMAGEN FOTO	• X	• X
IMAGEN FOTO	• X	
IMAGEN FOTO	• X	

# Aprovechar la oportunidad...



La oportunidad, resultado de la interacción de tendencias, se acota a través de los factores constantes del puzzle, los cuales deben encajar correctamente: los actores en ella implicados, sus necesidades y el contexto de uso en el que se desenvuelven. En un mix de interacciones que definen la solución, la cual es en sí el resultado y además una variable más del modelo.

La oportunidad se representa como un puzzle en el que la **solución**, es:

1. el correcto encaje de los **actores** en ella implicados,
2. sus **necesidades** resueltas
3. y el **contexto de uso** en el que se materializan.

Para proyectar una innovación, hay que identificarlos de manera correlacionada, en función de las tendencias detectadas del entorno.

- Los **actores** implicados en la oportunidad adquieren mayor o menor **relevancia según su rol**, dentro del ámbito del negocio
- Las **necesidades** de los actores pueden ser:
  - **prácticas** (funcionales y básicas)
  - **simbólicas** (autorrealización y emocionales)
- El **contexto de uso**, es el **espacio-tiempo** concreto en el que se satisface la necesidad de los actores. En Innovación Aplicada una necesidad o expectativa sin un contexto de uso es ambigua y sin concreción.
- La **solución** de producto/servicio, es la **tiene en cuenta los tres elementos** :
  - **Actores,**
  - **Necesidades,**
  - **Contexto de uso**

...definiendo las interrelaciones de estos y su grado de solución con la innovación de la empresa.

**Para proyectar una innovación, es imprescindible especificar esos cuatro elementos bien correlacionados con las tendencias detectadas en el entorno**

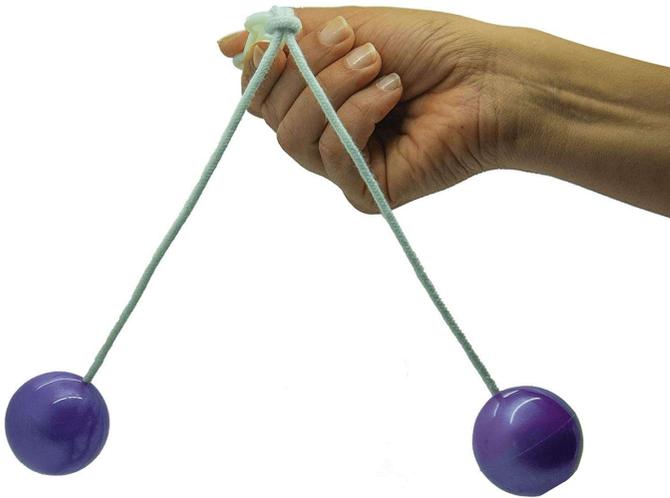
<https://bikceei.emprenemjunts.es/?op=130&id=513>

# Maslow y las necesidades



Jerarquía de necesidades de Maslow, A Theory of Human Motivation, 1943

# Oportunidad... inducida



bolas click clack

<https://youtu.be/FtqGbaO49ME>



Tamagotchi



Patineta de 2 ruedas

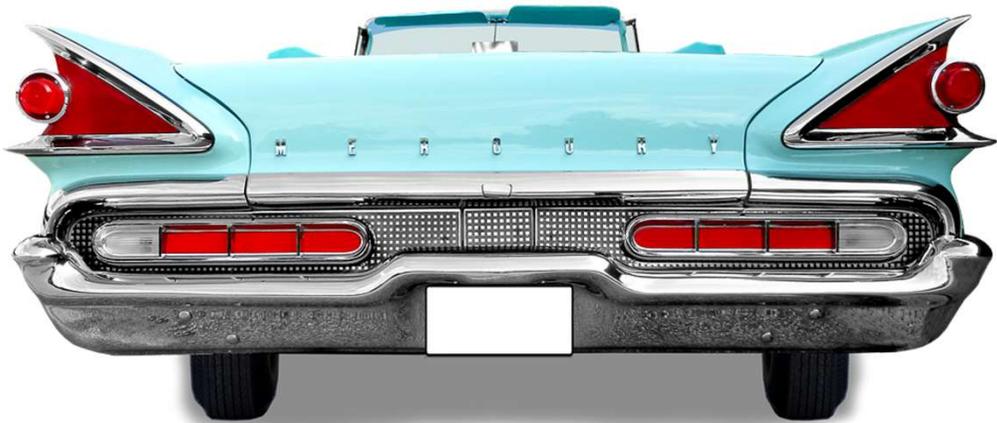
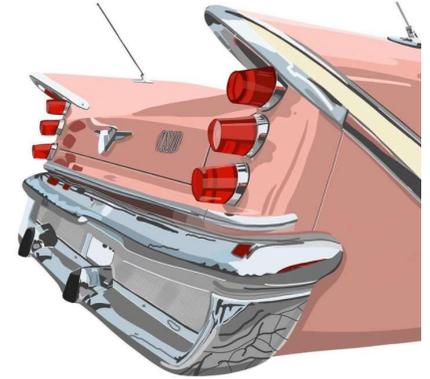
# Oportunidad... sobrevenida



Biscúter



# Tendencia... Y oportunidad





# Tendencia... Y oportunidad



La **contra-tendencia**,  
puede suponer una **oportunidad**...





# Valorar una oportunidad



Debemos tener en cuenta SI:

- Se proporciona **Valor Añadido**
- Hay suficientes **Cientes interesados**
- El **Segmento del Mercado** tiene un **"Tamaño mínimo"**

## Masa Crítica

- Es el **momento adecuado**
- La **necesidad va a durar un cierto tiempo**

## Ventana de oportunidad

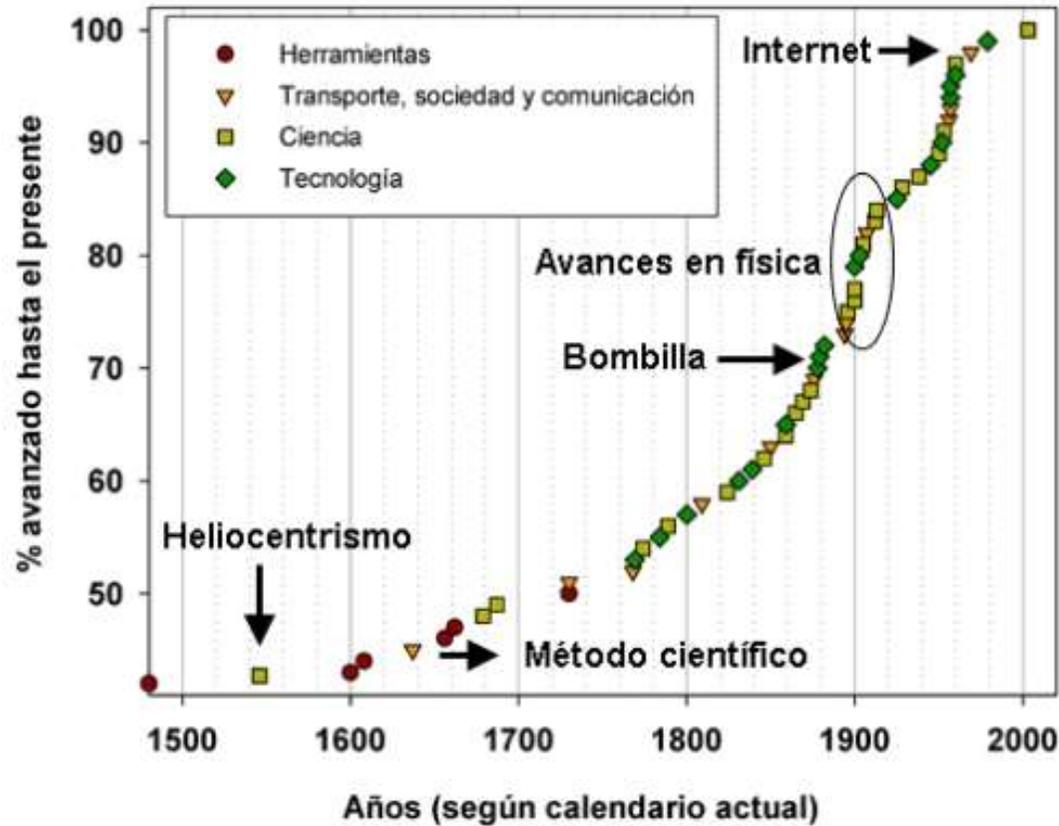
- Nivel de **Competencia actual y potencial**
  - Tenemos **Competencia actual**
  - La oportunidad generará **Competencia potencial**
- Tenemos o somos capaces de desarrollar suficiente **Capacidad técnica y de producción**
- Somos capaces de **producir rentablemente**



## **Tendencias y Oportunidades en un entorno de Aceleración del Cambio**

# La aceleración del cambio...

Avance exponencial del conocimiento...

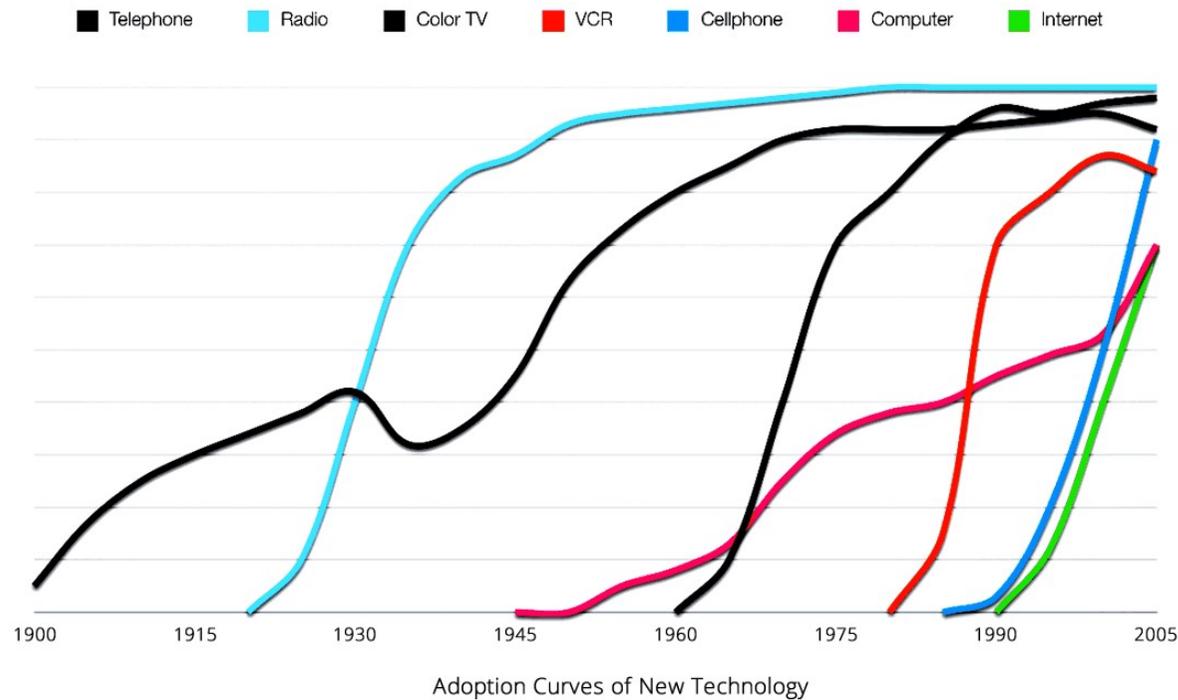


<http://jesusgonzalezfonseca.blogspot.com/2010/07/el-avance-exponencial-del-conocimiento.html>



# La aceleración del cambio...

Evolución de la adopción de nuevas tecnologías...

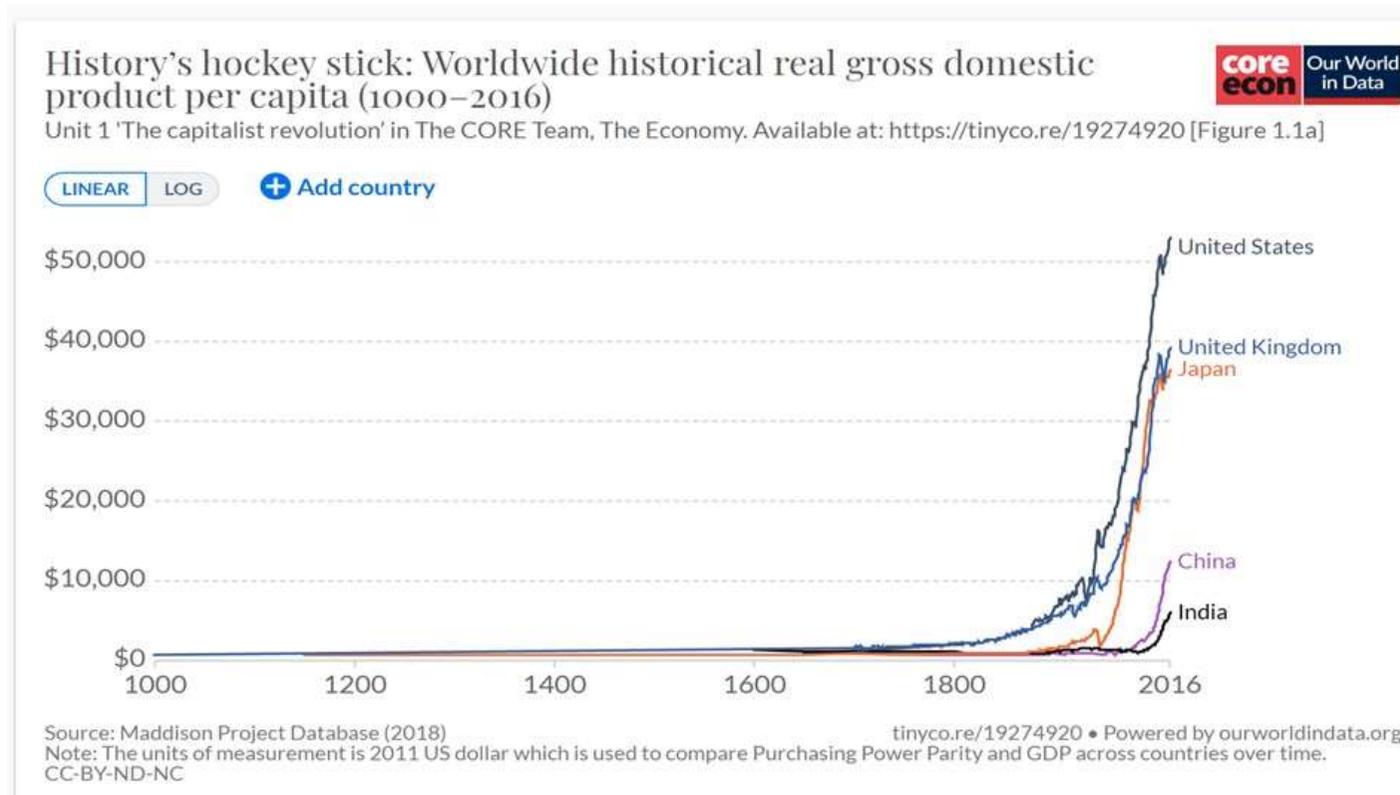


<https://javiermegias.com/blog/2012/12/early-adopters-clave-nuevo-modelo-de-negocio-curva-adopcion-tecnologia/>



# La aceleración del cambio...

Evolución renta per cápita





# La aceleración del cambio...

Consecuencias:

- **Ciclo de vida de productos** y servicios más **corto**
- **Tendencias** con una **vigencia** más **limitada**
- **Menos tiempo para detectar** los cambios y **tendencias**
  
- Con más cambios, **es más fácil** la aparición de **nuevos mercados y la entrada en ellos** de los competidores
- **Se requiere más** agilidad y **rapidez de adaptación a las tendencias** que se generan

# Coolhunting: qué es. El método Haystack





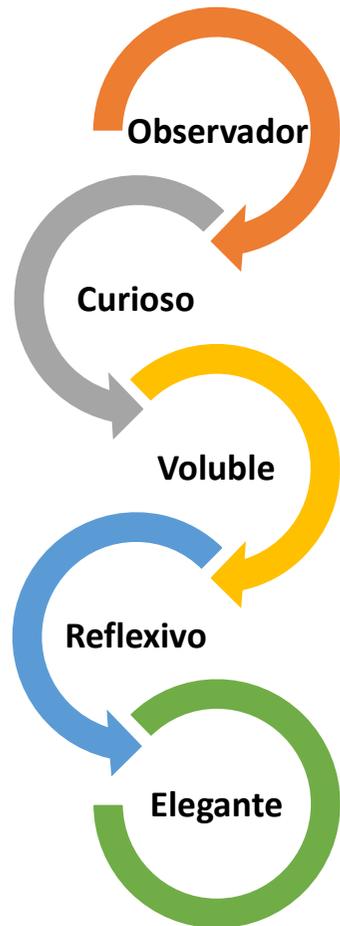
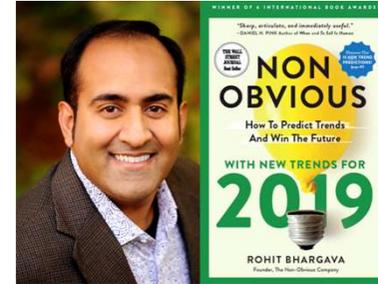
# Coolhunting, búsqueda de tendencias

Habitualmente, *surgen de la observación de la realidad* en que nos movemos...  
*Y con ellas, las ideas de negocio, de nuevos productos*



# Coolhunting: una metodología

Rohit Bhargava - "Haystack Method" – **Mentalidades del coolhunter**



- La **observación es la base** del descubrimiento. No hay que hacer razonamientos lógicos
- Debemos de **observar sin prejuicios ni convencionalismos, como lo haría un niño**
- La **curiosidad abre la puerta** al pensamiento creativo, **al pensamiento de lo no obvio**
- **Cuestiona lo que ves**, las relaciones, los efectos, las interacciones...
- Estar **abierto a cambiar de opinión** y reservarse el juicio sobre el significado o la dirección que podrían tomar las ideas.
- Dejar **que las ideas y los pensamientos** se maceren con el tiempo y veamos cómo **pueden cambiar con un nuevo contexto**
- Ser reflexivo está relacionado con **no tomar decisiones tempranas** acerca de cual es la tendencia, cual puede ser la solución.
- Debemos **reparar en los detalles que los demás no ven...**
- La **elegancia entendida como sencillez, simplicidad y proporcionalidad.**
- La **utilización de pocas palabras** y utilizadas **con propiedad, es indicador de que se ha entendido** una tendencia

# Coolhunting: una metodología

Rohit Bhargava - “Haystack Method” – **Fases del coolhunting**



- 1- RECOPIACIÓN:** El coolhunting se inicia con la **observación** y recopilación **de ideas, signos, reacciones, hábitos, usos, corrientes de opinión** en el mundo físico y en el digital
- 2.- AGREGACIÓN:** **Los** diferentes **signos** o indicios **detectados se interpretan, asocian, vinculan entre si, hasta el punto en el que se puedan establecer relaciones** claras (de causa-efecto), o vinculaciones entre fenómenos **que impliquen la existencia de una tendencia**
- 3.- ELEVACIÓN:** La elevación **a tendencia se da si las relaciones establecidas acaban por configurarse con patrones claros**, y todos sus componentes: evolución de los comportamientos, utilización de determinadas soluciones, incremento de ventas de artículos concretos, etc...
- 4.- NOMINACIÓN:** **Identificados los elementos** y sus relaciones **que configuran una** posible **tendencia**, cabe **hacer una definición** de cual es la tendencia que parece haber sido detectada **y denominarla**, para que sea recordada y difundida
- 5.- PRUEBA:** A través de procesos de comunicación a las personas de nuestro entorno, mediante **experimentos** de **MVP**, con **entrevistas**, etc... **Constataremos que la tendencia es tal.**



## **Caso: ALWAYS y #LikeAGirl**

Cuando una tendencia social y cultural se convierte en oportunidad para una marca: Alineamiento de valores con los/las clientes

#LikeAGirl Always Comercial (subtitulado)

*P&G – Always commercial*

Pulsa Esc para salir del modo de pantalla completa



# WHAT DOES IT MEAN TO DO SOMETHING “LIKE A GIRL”?

¿Que quiere decir hacer algo "Como una niña"?

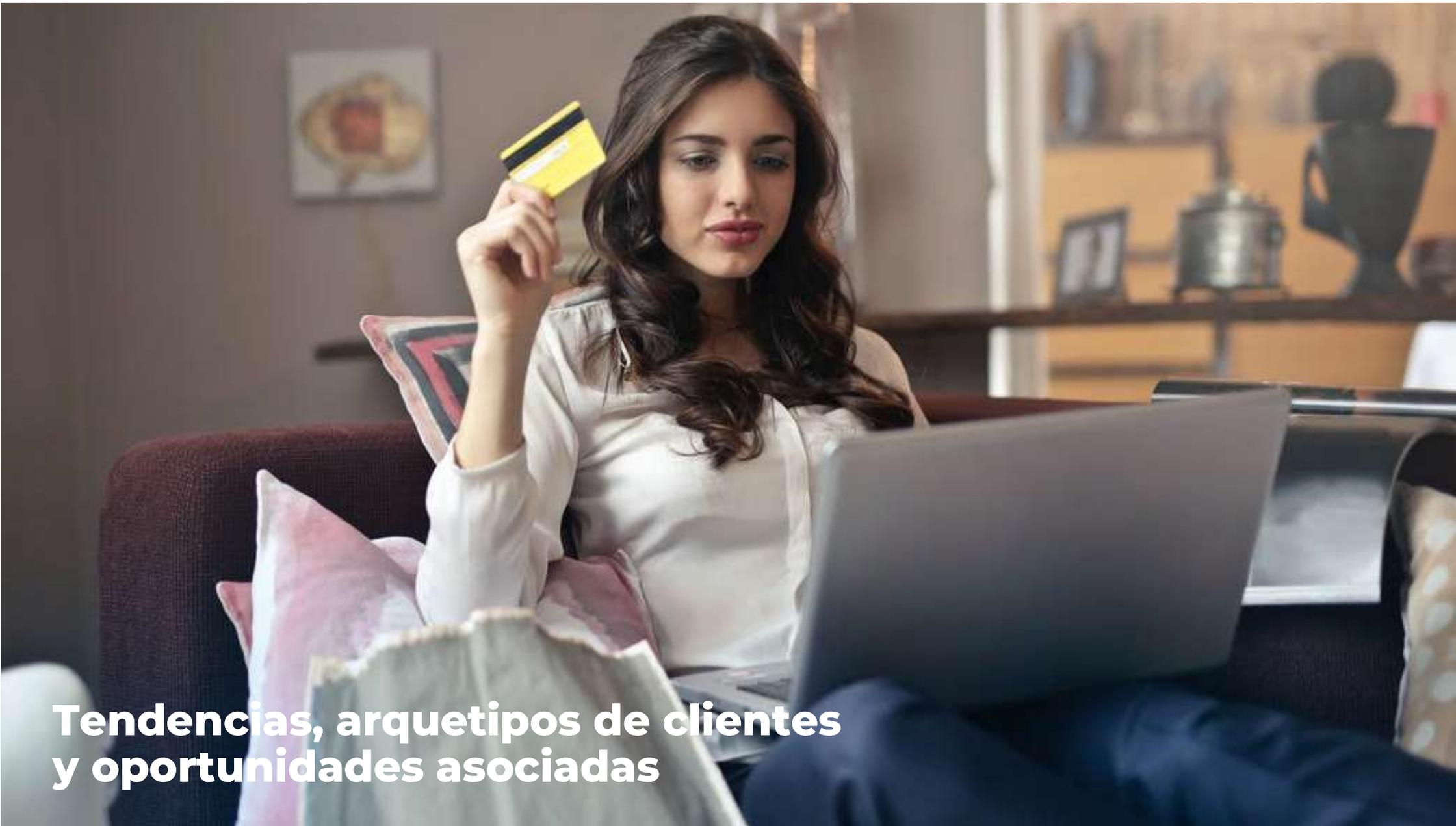
<https://www.youtube.com/watch?v=xH-9nWaqpws&t=1s>

SUSCRÍBETE

▶ ▶| 🔊 0:05 / 3:18

Desliza hacia abajo para ver más detalles





**Tendencias, arquetipos de clientes  
y oportunidades asociadas**



## Tendencias, arquetipos de clientes y oportunidades

En ocasiones **las tendencias marcan patrones de comportamiento** que acaban siendo **comunes a un grupo de personas** con unas características compartidas y que se convierten en un...

**Arquetipo de clientes y usuarios**

Que en si mismos, son una...

**Oportunidad de negocio**



# Millennials – (Y Generation)



- **Digitales, appdictos y sociales**
- **No perdonan una mala experiencia** de compra
- Adoran la **personalización**
- **Alta formación académica**
- Valores: **transparencia, sostenibilidad** y compromiso
- Clientes **LOW COST**



**PRUEBA McFIT**  
GRATIS Y SIN COMPROMISO

MÁS INFORMACIÓN

CONTRATO STANDARD

**19,90 €**  
MES

**CONTRATO STANDARD**

- ✓ Duración mínima del contrato: 12 meses
- ✓ Cuota única de activación del carné 20 €
- ✓ Más de 240 gimnasios en Europa

MÁS INFORMACIÓN



# Adultescentes





**2.300** MILLONES DE GAMERS EN EL MUNDO

**91%** DEL MERCADO GLOBAL SON GANANCIAS DIGITALES

**25.000** MILLONES DE € EN GASTOS ASOCIADOS

**17** MILLONES DE PUBLICO OBJETIVO EN ESPAÑA



**23 AÑOS**

MEDIA DE EDAD EN ESPAÑA

30 AÑOS EN EUROPA

**44%**  
MUJERES

**56%**  
HOMBRES



**137.900** MILLONES GENERADOS POR INDUSTRIA EN 2018

**151.900** MILLONES DE \$ ESPERADOS EN 2019



**180.100** MILLONES DE \$ ESPERADOS EN 2021

**1.900** MILLONES DE EUROS FACTURADOS EN ESPAÑA

**ESPORTS**

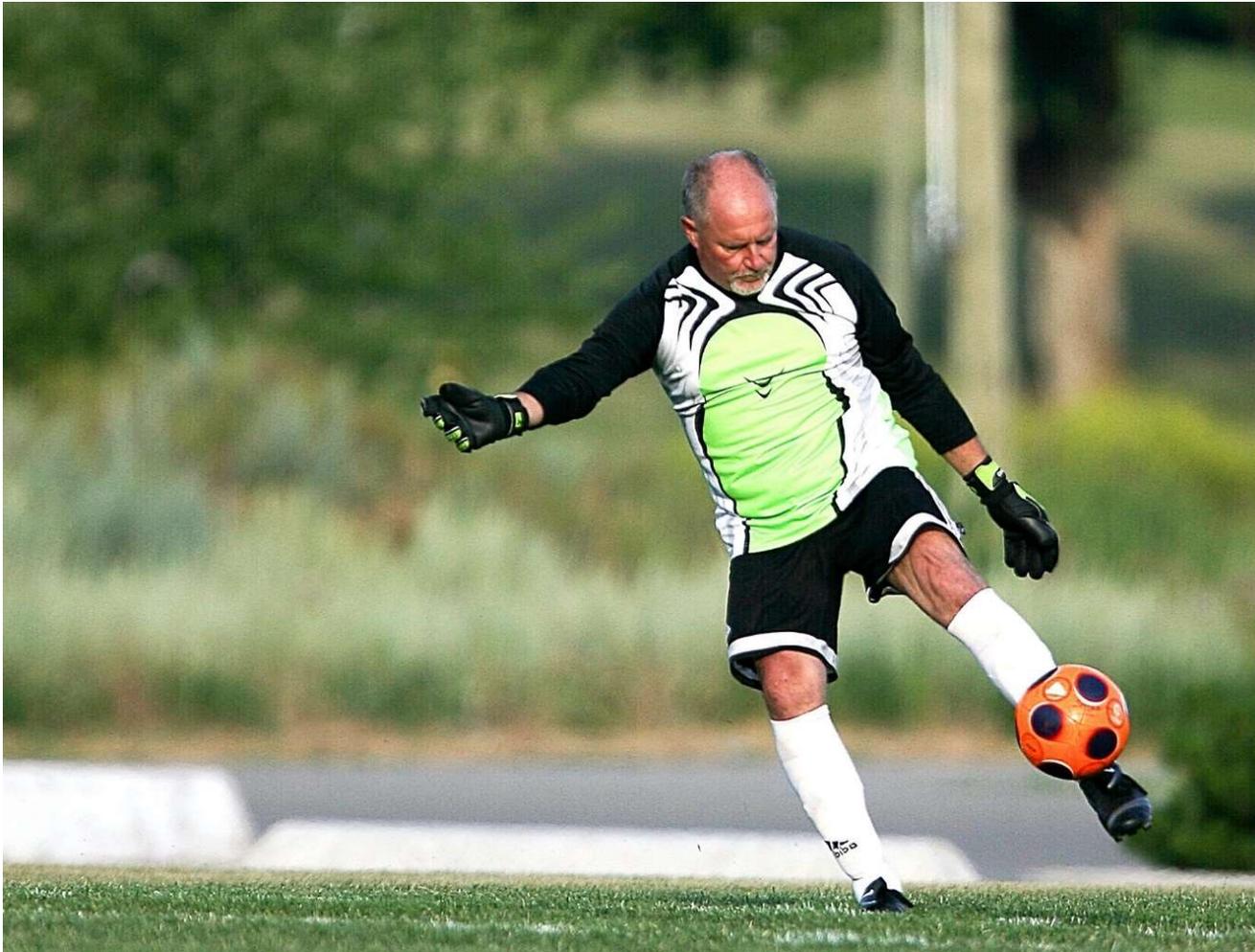
**906** MILLONES DE \$ GENERADOS EN 2018

**+380** MILLONES DE ESPECTADORES EN 2018

**1.400** MILLONES DE \$ ESPERADOS EN 2020

**+590** MILLONES DE ESPECTADORES ESPERADOS EN 2020

# Madurescentes – “Silver economy”





INICIO EDITORIAL VIAJES DIARIO DE UNA MADURESCENTE ESTILO DE VIDA ACTUALIDAD MÚSICA LOLÍN COCINILLAS OPINIÓN  
RELATOS EVENTOS



## Teletrabajo y confinamiento

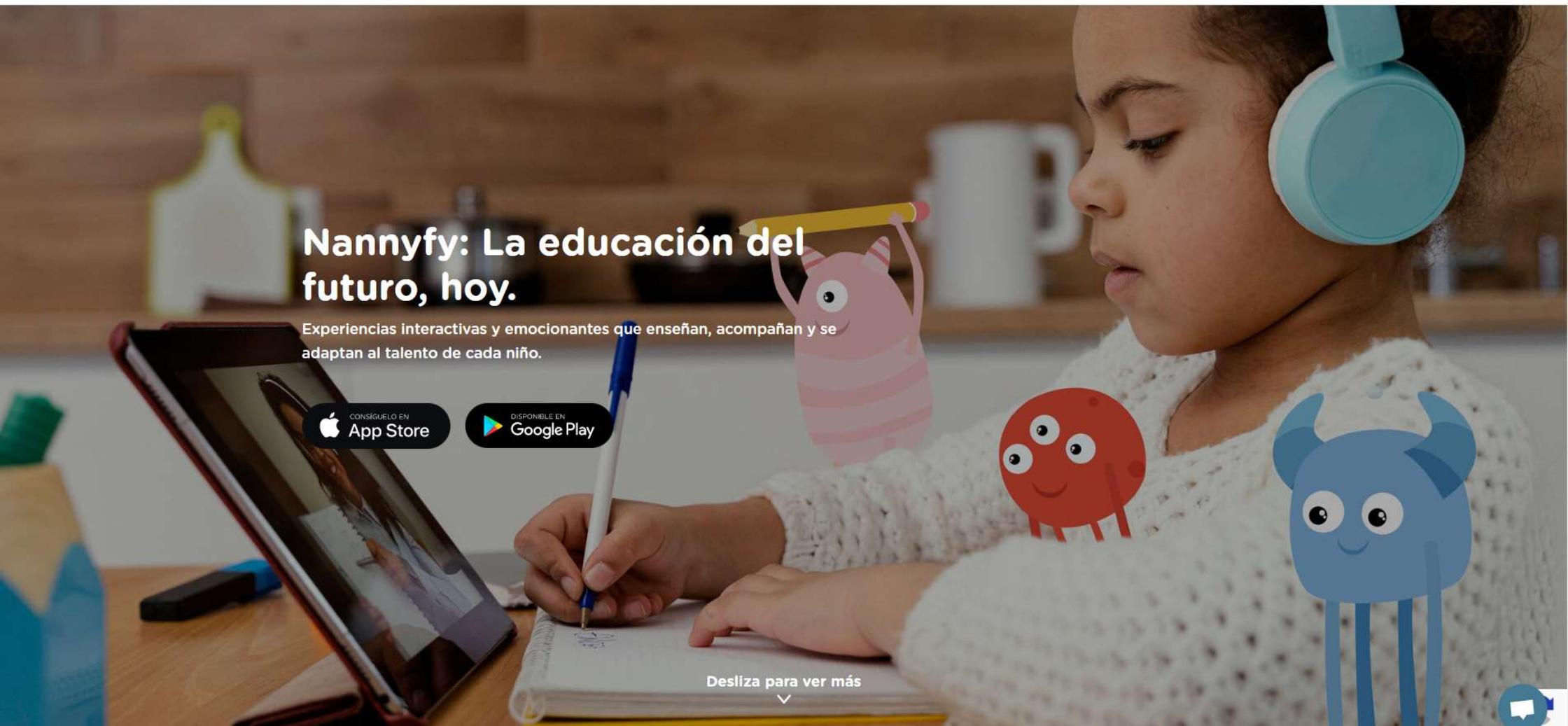


# Nannyfy: La educación del futuro, hoy.

Experiencias interactivas y emocionantes que enseñan, acompañan y se adaptan al talento de cada niño.



Desliza para ver más  
▼



# Otras tendencias y oportunidades de negocio asociadas



## Digitalización sector industrial...

**IoT para la industria:** sistemas interconectados con nuevas posibilidades.

**Robótica colaborativa: Cobots.** Aumentar la productividad, reducir los riesgos y repetitividad.

**Gemelos digitales:** Réplica virtual de componentes y máquinas físicas para simular procesos y estudiar funcionamiento y comportamiento reales.

Automati  
machin



**5G y redes WiFi:** interconectividad para IoT, cobots y comunicaciones sin cable.

**Soluciones de visión inteligente:** Gafas inteligentes y tecnologías de RA y RV para mejorar las operaciones de diseño, fabricación y mantenimiento.

# Digitalización sector primario...



**Robotización:** Mquina. Autónoma. Riego automático

**Drones:** Control de plagas, siembra, control de cosechas

**Satélite:** seguimiento de cosechas, gestión parcelas, plagas, inventarios, conteo, producción

**Blockchain:** Trazabilidad de producción



# Coolhunting: Herramientas de búsqueda



*Marina del Castell*

# Google Trends

<https://trends.google.es/trends/?geo=ES>

Muestra los **términos más buscados recientemente**.

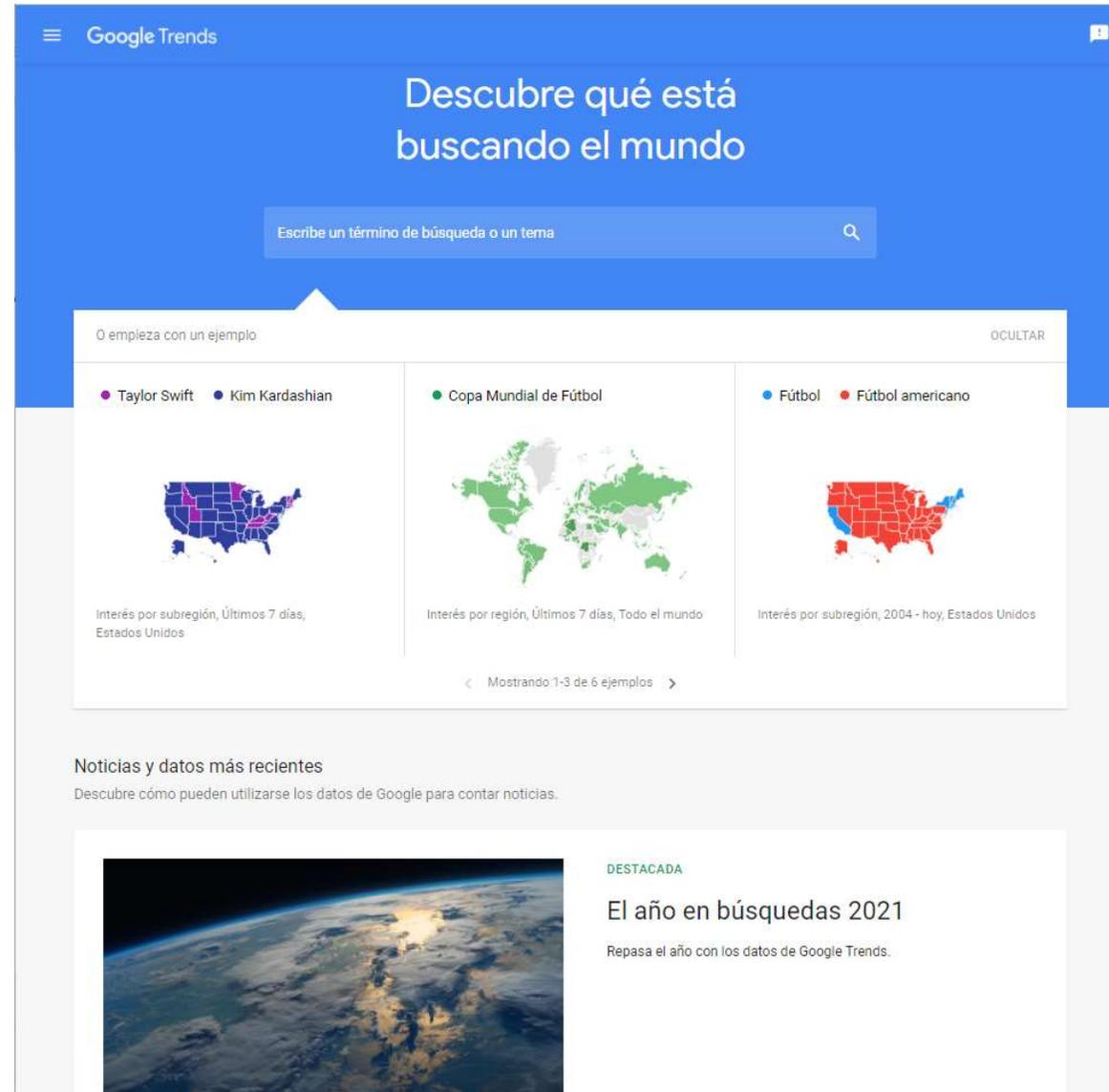
**Las gráficas representan** con cuánta **frecuencia** se realiza una **búsqueda** de un término particular en varias regiones del mundo y en varios idiomas.

**El eje horizontal** de la gráfica **representa el tiempo** (desde 2004), **y el eje vertical** representa **la frecuencia con la que se ha buscado** el término globalmente.

**Permite** al usuario

- **comparar el volumen de búsquedas entre** dos o más **términos**.
- **mostrar noticias relacionadas con el término** de búsqueda encima de la gráfica, **mostrando** cómo **afectan** los eventos **a la popularidad**.

Algunos términos de búsqueda bastante estacionales, como [regalos](#), coinciden claramente con la llegada de la Navidad.



Google Trends

Descubre qué está buscando el mundo

Escribe un término de búsqueda o un tema

0 empieza con un ejemplo OCULTAR

● Taylor Swift ● Kim Kardashian ● Copa Mundial de Fútbol ● Fútbol ● Fútbol americano

Interés por subregión, Últimos 7 días, Estados Unidos

Interés por región, Últimos 7 días, Todo el mundo

Interés por subregión, 2004 - hoy, Estados Unidos

Mostrando 1-3 de 6 ejemplos

Noticias y datos más recientes

Descubre cómo pueden utilizarse los datos de Google para contar noticias.

DESTACADA

El año en búsquedas 2021

Repasa el año con los datos de Google Trends.

# Google Trends

<https://trends.google.es/trends/?geo=ES>

Muestra los **términos más buscados recientemente**.

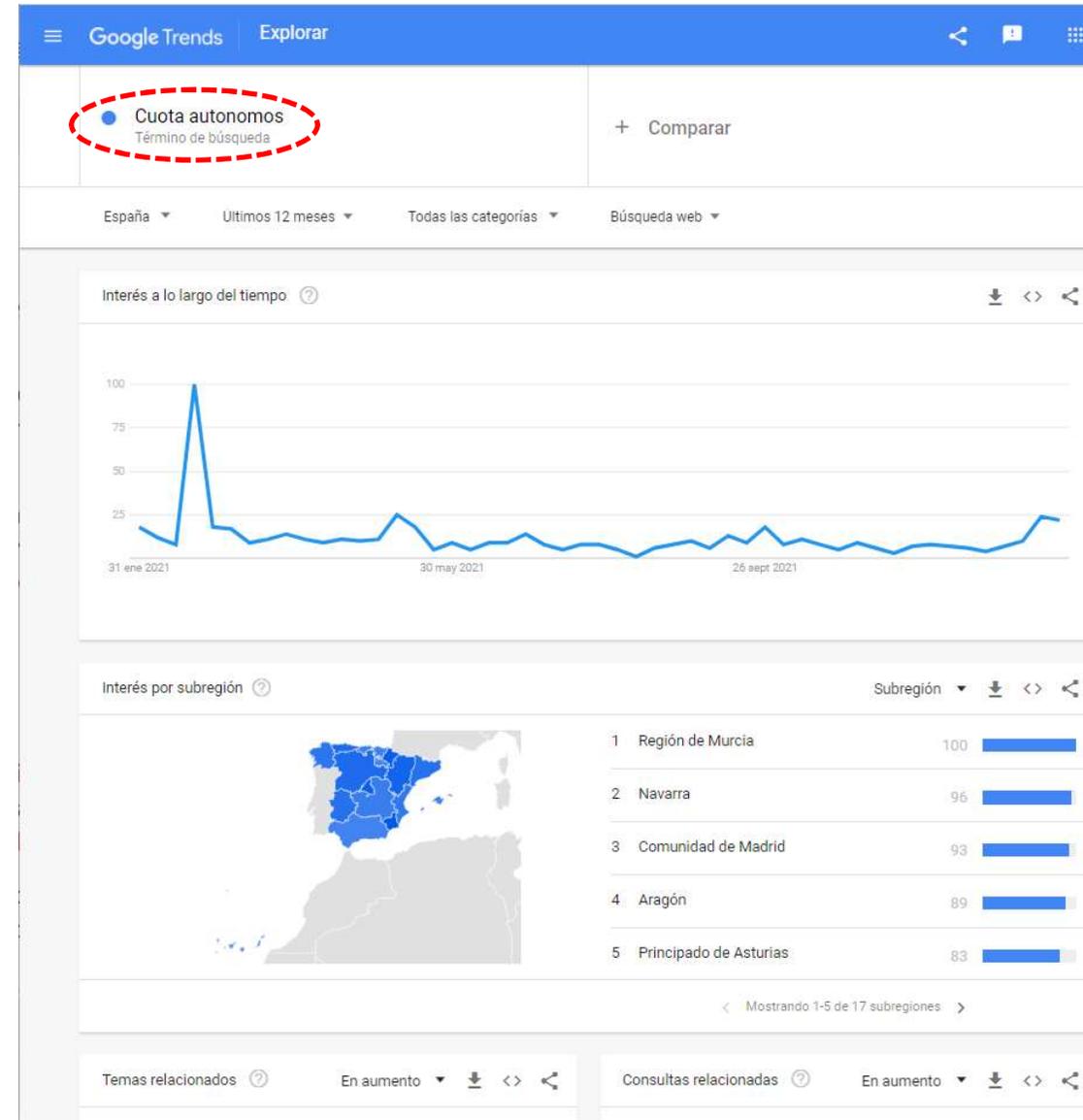
**Las gráficas representan** con cuánta **frecuencia** se realiza una **búsqueda** de un término particular en varias regiones del mundo y en varios idiomas.

**El eje horizontal** de la gráfica **representa el tiempo** (desde 2004), **y el eje vertical** representa **la frecuencia con la que se ha buscado** el término globalmente.

**Permite** al usuario

- **comparar el volumen de búsquedas entre** dos o más **términos**.
- **mostrar noticias relacionadas con el término** de búsqueda encima de la gráfica, **mostrando** cómo **afectan** los eventos **a la popularidad**.

Algunos términos de búsqueda bastante estacionales, como [regalos](#), coinciden claramente con la llegada de la Navidad.



# Google Trends

<https://trends.google.es/trends/?geo=ES>

Muestra los **términos más buscados recientemente**.

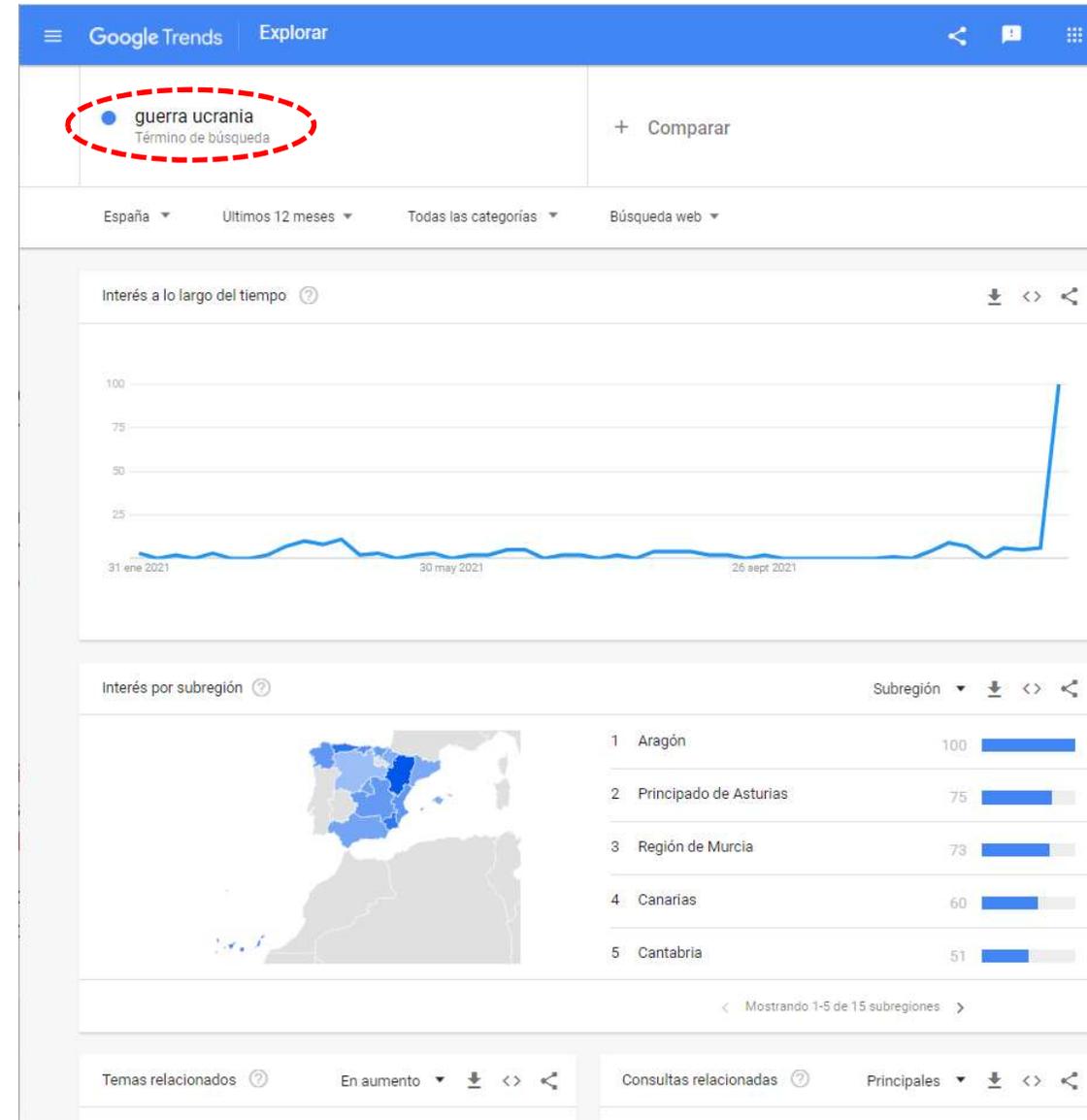
**Las gráficas representan** con cuánta **frecuencia** se realiza una **búsqueda** de un término particular en varias regiones del mundo y en varios idiomas.

**El eje horizontal** de la gráfica **representa el tiempo** (desde 2004), **y el eje vertical** representa **la frecuencia con la que se ha buscado** el término globalmente.

**Permite** al usuario

- **comparar el volumen de búsquedas entre** dos o más **términos**.
- **mostrar noticias relacionadas con el término** de búsqueda encima de la gráfica, **mostrando** cómo **afectan** los eventos **a la popularidad**.

Algunos términos de búsqueda bastante estacionales, como [regalos](#), coinciden claramente con la llegada de la Navidad.



# Otros recursos de búsqueda...

<https://tendencias21.levante-emv.com/c/tecnologia>

The screenshot shows the website **TENDENCIAS** with the sub-page **Tecnología e innovación**. The navigation bar includes **Ciencia**, **Tecnología e innovación**, and **Breves**. The main content area features several articles:

- Primera percepción de un «fantasma cuántico», la función...** (Categoría: CIENCIA)
- Un robot con «cerebro humano» logra salir solo de un laberinto** (Categoría: TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN). Descripción: Un cerebro similar al humano ayuda a un robot a salir de un laberinto en forma autónoma: la innovación confirma que los robots neuromórficos orgánicos no solo pueden aprender, sino que también son...
- Alboroto en la ciencia por la posibilidad de un viaje espacial más rápido...** (Categoría: CIENCIA)
- Una «cápsula del tiempo» dejará testimonio del apocalipsis** (Categoría: TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN). Descripción: Una instalación de acero gigante, situada en Tasmania, se llenará de discos duros alimentados por paneles solares para registrar el apocalipsis o fin del mundo tal
- El sonido puede viajar por el espacio igual que la luz** (Categoría: TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN)

On the left side, there is a **Sanitas** logo with the text **Parte de Bupa** and a promotional offer: **1 Mes GRATIS durante toda tu vida**. On the right side, there is a large advertisement for **Tu seguro dental** from Sanitas, also featuring the **1 Mes GRATIS durante toda tu vida** offer and a price of **desde solo 9,50 €/mes**. The ad includes the text **Solo en Marzo** and **60 CEEI VALENCIA**.

# Otros recursos de búsqueda...

<https://www.marketwatch.com/?showsm scrim=true>

The screenshot displays the MarketWatch website interface. At the top, there's a navigation bar with the MarketWatch logo and various menu items like 'Latest', 'Watchlist', 'Markets', etc. Below the navigation bar, there are two green bulletin banners. The main content area is divided into several sections:

- Market Data:** A table showing indices for US, Europe, Asia, FX, Rates, Futures, and Crypto. A line chart for the S&P 500 is also visible.
- S&P 500 Movers:** A table listing top gainers and losers, including EPAM, NLOK, MRNA, and LVS.
- Latest News:** A list of recent news items, such as 'Bank of England hikes rates for third time since December' and 'Irish Taoiseach Micheál Martin tests positive for COVID'.
- Advertisement:** A large advertisement for Tramed promoting travel from Valencia to the Balearic Islands.
- LATEST NEWS:** A horizontal menu with categories like 'Market Snapshot', 'Need to Know', 'Coronavirus Update', etc.
- Main Article:** A large headline: 'Gold at \$10,000? Death of the 40-year bull market in bonds? What's next for the global financial system after Russia's central bank gets canceled.' Below it is a sub-headline: 'The Fed got inflation badly wrong — and now it admits there's no quick fix'.
- Trending Tickers:** A section at the bottom showing various stock tickers and their performance, including PREMARKET, ZN, IMPP, KC, AGST, and FLOW.



# Otros recursos de búsqueda...



<https://thinkersco.com/comunidad/herramientas/explorar/>

ThinkersCo

SERVICIOS ▾ LIBROS ▾ ENTORNOS ▾ CONTACTO COMUNIDAD

🏠 > COMUNIDAD > HERRAMIENTAS > EXPLORAR

## Explorar

El diseño se caracteriza por el uso de herramientas de **investigación cualitativa** en el que se busca la comprensión y la **delimitación del problema** a resolver a través de la comprensión del contexto y de los individuos implicados en el mismo.

En la mayoría de los casos buscamos generar empatía con la persona que está en el foco del problema, así como disponer de información preliminar. Tras un trabajo de campo y recopilación extensiva de información, hacemos uso de la aplicación del **Visual Thinking** para la síntesis de información. Se trata de interpretar lo encontrado, **identificando el desafío** concreto al que nos estamos enfrentando.

MATRIZ DE NECESIDADES	MATRIZ DE TENDENCIAS	DESAFÍO DE DISEÑO
METÁFORA PROBLEMA	VISITA DE CAMPO	KEY FACTS

Buscar 🔍

CEEI VALENCIA



# BÚSQUEDA EN MEDIOS. EXPLORAR/INVESTIGACIÓN

PROYECTO  FECHA   
DISEÑADO POR  VERSIÓN

Insertar fuentes e ideas principales.

**BLOGS**

**MAGAZINES**

**CONCLUSIONES**

**PERIODICOS**

**PUBLICIDAD/TV**

**WEBS**

**ARTÍCULOS**



# MATRIZ DE TENDENCIAS. EXPLORAR/SÍNTESIS

PROYECTO  FECHA   
DISEÑADO POR  VERSIÓN

OBJETO DE ESTUDIO	Lo anterior	Lo actual	Lo emergente
PERSONAS			
TECNOLOGÍA			
MERCADO			
CULTURA			
NEGOCIO			

Diseñado por: Thinkers Co. ©  
We are your Design LAB

| Copyright © 2020 Pensadores de Ideas S.L. y/o sus afiliados. Todos los derechos reservados |

ThinkersC®  
www.thinkersco.com



Escenario asociado a las tendencias...

IMAGEN FOTO	
IMAGEN FOTO	
IMAGEN FOTO	

1. Definición de la oportunidad



## SHADOWING. EXPLORAR/INVESTIGACIÓN

PROYECTO  FECHA   
DISEÑADO POR  VERSIÓN

### ¿A QUIÉN OBSERVAS?

- 1) Nombre/edad/profesión
- 2) Nivel cultural.
- 3) ¿cuál es su relación con el tema a tratar?

### LA ESCENA/SITUACIÓN

¿dónde ocurre la acción?

### OBJETIVO

¿qué quieres comprender? ¿qué quieres aprender?

## OBSERVACIONES

¿qué has descubierto que no supieras?

¿qué crees que te faltó por descubrir?

¿qué te ha impactado?

Después del Shadowing, ¿dónde te gustaría profundizar? ¿qué dudas te han quedado?



## CLIENTE MISTERIOSO. EXPLORAR/INVESTIGACIÓN

PROYECTO  FECHA   
DISEÑADO POR  VERSIÓN

### TU PERSONAJE

¿quién eres? ¿define tu personaje?

¿qué esperabas que pasara y no ha pasado?

### LA ESCENA/SITUACIÓN

¿dónde ocurre la acción?

¿qué has descubierto que no sabías?

### OBJETIVO

¿qué quieres comprender? ¿qué quieres aprender?

¿cómo te has sentido? ¿por qué?

Diseñado por: Thinkers Co. ©

"Democratizando la Innovación para sacar todo tu potencial"  
| Copyright © 2018 Pensadores de Ideas S.L. y/o sus afiliados. Todos los derechos reservados |

**DESIGNPEDIA™** ThinkersCo®  
WWW.DESIGNPEDIA.INFO WWW.THINKERSCO.COM

# Conclusiones...



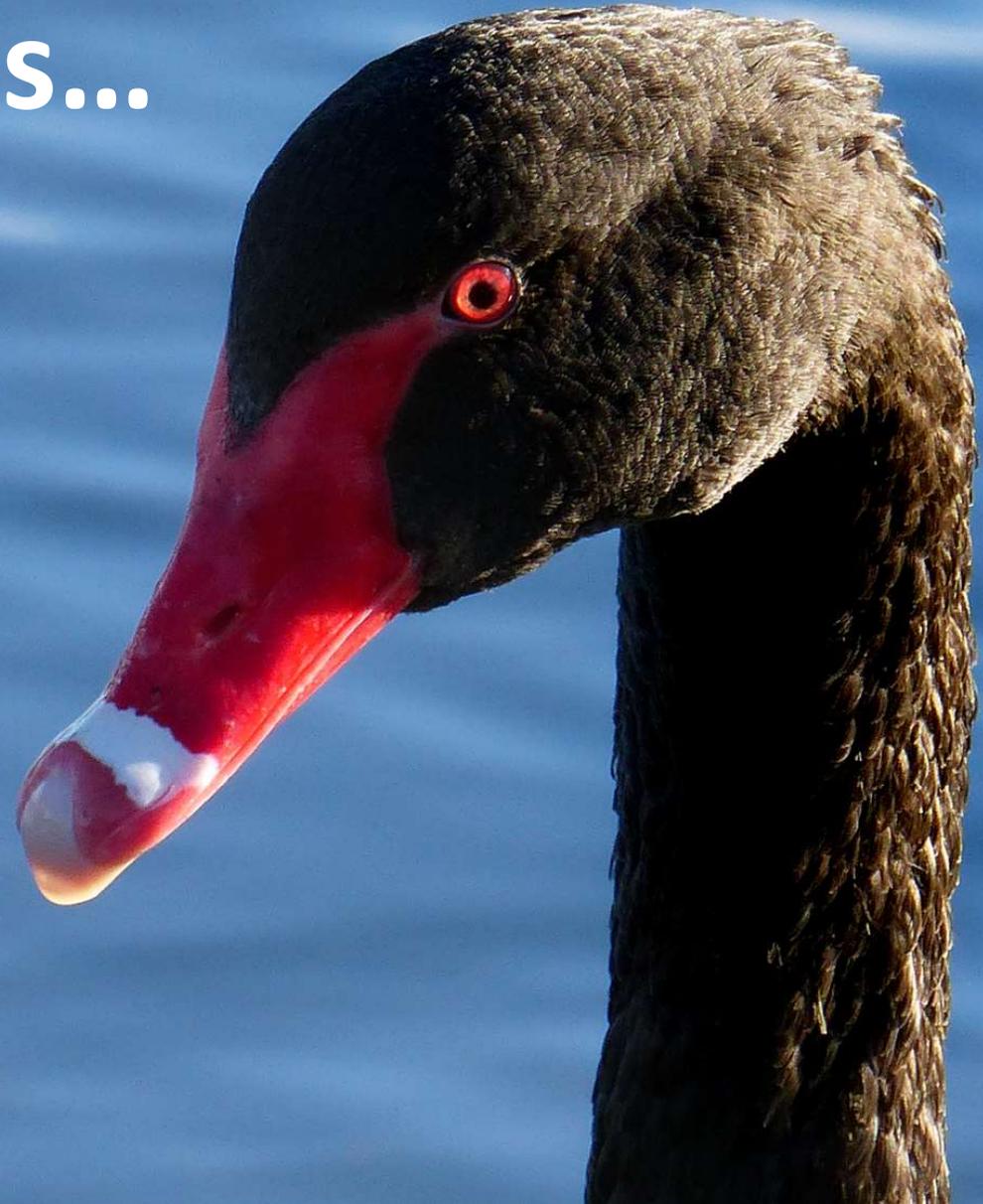


# Conclusiones...

- Estar atento con **mente abierta y curiosidad a cambios, indicios**, signos, **nuevos patrones de comportamiento**.
- **Contrastar datos**, fuentes de datos, **pautas de correlación**. **Identificar la tendencia y testarla**
- **Todas las tendencias no suponen** una buena **oportunidad de negocio**
- **Poner las oportunidades en relación con Know How, competencias, habilidades, experiencia, recursos**. **Cualquier tendencia no** tiene porque ser una **buena oportunidad**
- **Atención** especial a la evolución de los **factores PESTEL**; evolución de los escenarios Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecosostenibles y Legales.
  - **Son reflejo** de tendencias.
  - **Son resultado de tendencias**
- **Una tendencia consolidada implica** una potencial oportunidad con **menos “hueco” en el mercado**, en tanto que ya es seguida por competidores
- **Una tendencia incipiente puede implicar:**
  - Oportunidades que requieran de **innovaciones** en producto, servicio, proceso o modelo de negocio
  - **Océanos azules**.

# Los cisnes negros... también existen

[Nassim Taleb](#)





“Me gusta crear tendencias,  
no seguirlas.”

Shigeru Miyamoto  
Diseñador y productor de videojuegos – Super Mario Bros.

# Programa Online de Capacitación Agentes

## Herramientas para detectar tendencias y oportunidades

Juan Simó

**7 de junio 2022**

FINANCIA:



ORGANIZA:

