

The logo for BIK, featuring a white hexagonal icon with a smaller white hexagon inside, followed by the letters 'BIK' in a bold, white, sans-serif font. The background of the entire page is a blue and white geometric pattern of interlocking zig-zag lines.

**WEBINAR**

**CÓMO INNOVAR EN EL SECTOR ENERGÉTICO.  
CASO DE ÉXITO: IMPACTE**

**BIK  STARTUP**

 ONLINE

 14 DE DICIEMBRE

 9.15 H

FINANCIA:



**GENERALITAT  
VALENCIANA**

**IVACE**  
INSTITUT VALENCIÀ DE  
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

COORDINA:



**Centro Europeo de  
Empresas e Innovación  
de Valencia**

# CEEI VALENCIA

Cerca de las empresas valencianas



**Innovar. Crecer.  
Transformar.**

# Contenidos:

1. Tendencia, oportunidad y valor, definición y vínculo 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. Algunas tendencias y oportunidades de negocio asociadas.
6. Coolhunting: Herramientas de búsqueda.
7. Emprenemjunts, BIK IDEA, BIK STARTUP, BIK SCALE, BIK Exo.
8. Conclusiones.



# Oportunidad:

RAE

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*

# Valor...

(RAE)

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...

(RAE)

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...

(RAE)

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”

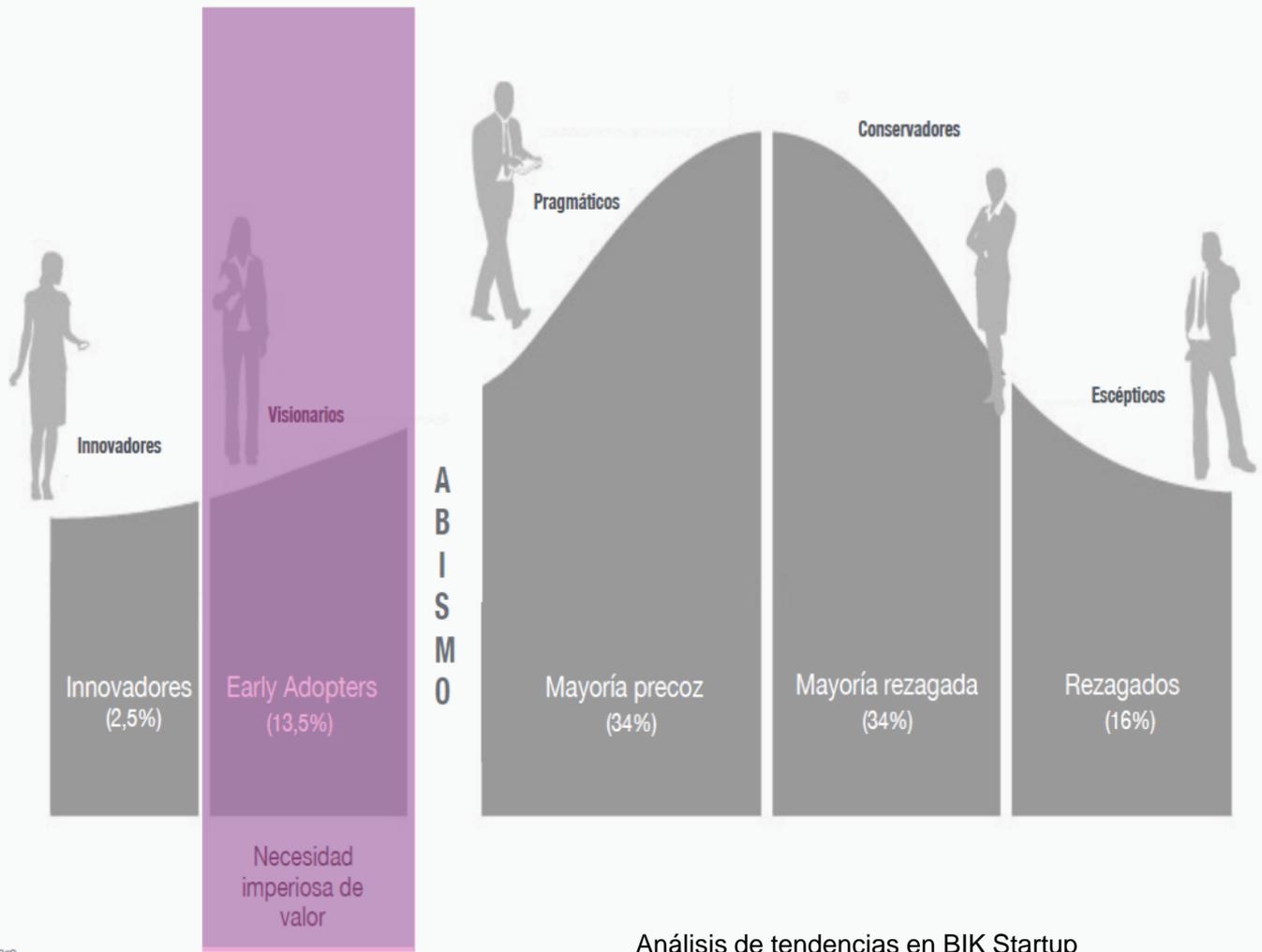
Depende de las tendencias...



# Innovar

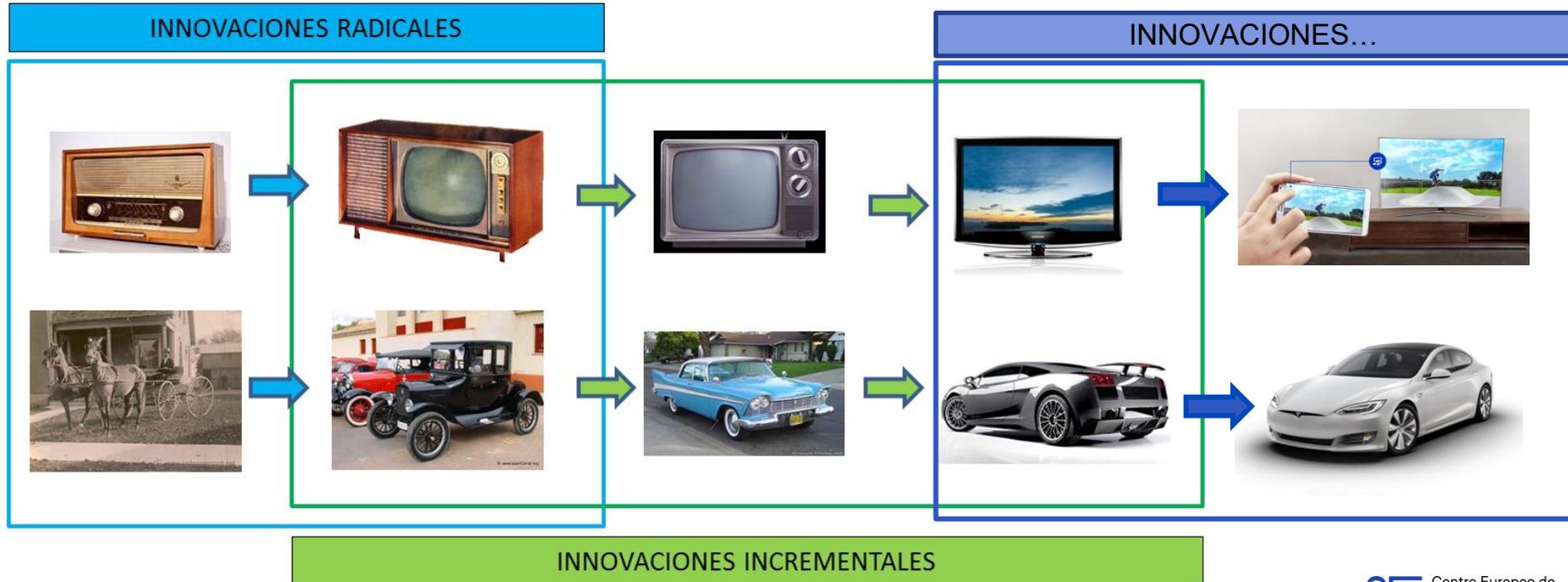
1. tr. Mudar o alterar algo, introduciendo novedades.

*(A favor de tendencia)*



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

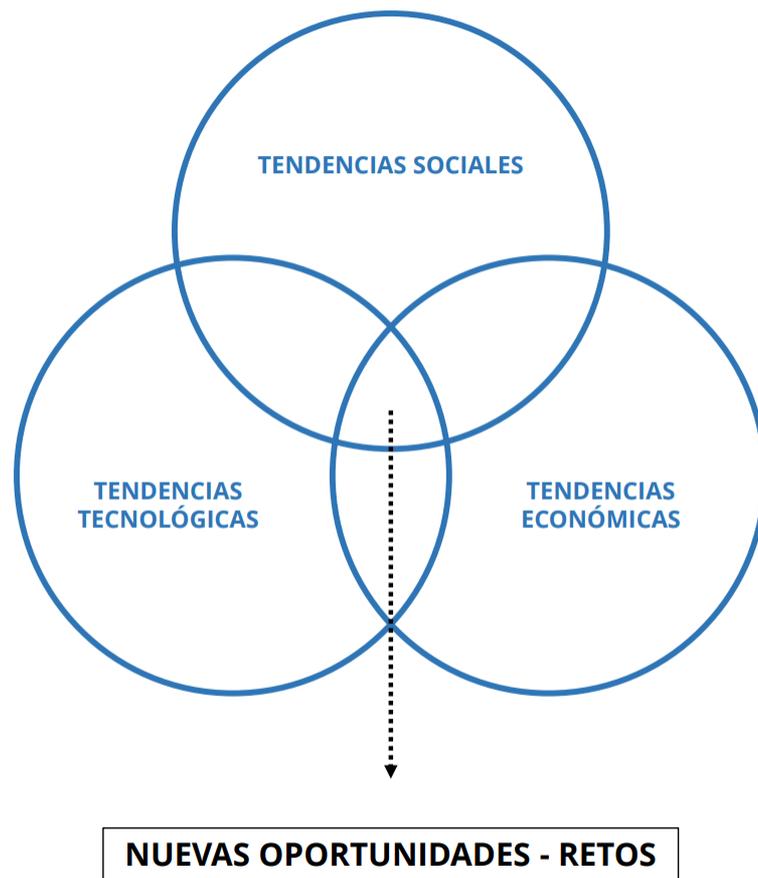
*(A favor de tendencia)*



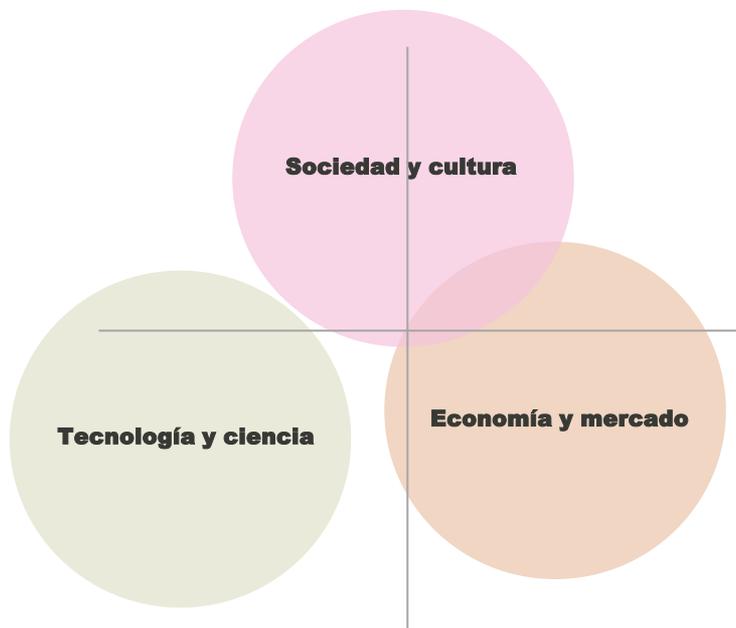
# Tendencias, oportunidades y Valor en el MdN...

## Modelo de Negocio Canvas





# 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**

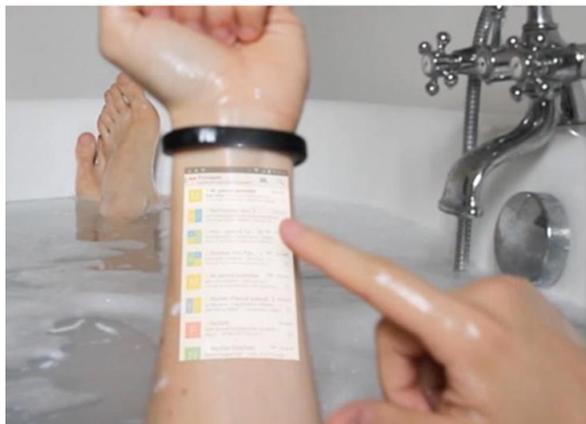


# Maslow y las necesidades



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

# 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**

# Coolhunting, búsqueda de tendencias



- Los *viajes* al extranjero.
  - Los *cambios sociales*.
  - *Mezcla de negocios*.
  - Las *nuevas formas de ocio*.
  - Las *nuevas tecnologías*.
- ¡Curiosidad!*



# Coolhunting: una metodología

Rohit Bhargava - "Haystack Method" – **Fases del coolhunting**

- 1- RECOPIACIÓN:** El proceso de 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 **se da si las relaciones establecidas acaban por configurarse en una tendencia 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.**

# Tendencias y oportunidades: Digitalización I

Categoría	Tendencia	Contenido	URL1	URL2	URL3
Digitalización	<b>Business &amp; Productivity (Digital)</b>	<b>Software</b> “inteligente de <b>gestión para pymes</b> ”	<a href="#">Kenjo</a>	<a href="#">Holded</a>	<a href="#">Nomo</a>
Digitalización	<b>Todo para el usuario desde el sofá del salón (Digital)</b>	Facilitar <b>trámites</b> y gestiones <b>evitando desplazamientos</b>	<a href="#">Tallerator</a>	<a href="#">Trioteca</a>	<a href="#">LaLOLA Urban Food</a>
Digitalización	<b>Ciberseguridad (Digital)</b>	Sistemas de <b>protección para</b> los <b>ciberataques</b>	<a href="#">Kaspersky Lab</a>	<a href="#">Buguroo</a>	
Digitalización	<b>Transformación digital. (Digital)</b>	Crear <b>una estrategia digital que puede implicar</b> un cambio de modelo de negocio. <b>Mecanización de procesos</b> , como la <b>robotización</b> de la logística o <b>interfaces de</b> contacto con <b>clientes</b>	<a href="#">Roca Salvatella</a>	<a href="#">Ayuda T Pymes</a>	<a href="#">Tickendy</a>
Digitalización	<b>Impresión 3D (mixto)</b>	<b>Imprimir</b> cualquier cosa <b>3D, con menor coste</b> (sobre todo <b>piezas únicas o series pequeñas</b> ), unido al gusto de los consumidores por hacerse ellos mismos los objetos	<a href="#">Natural Machines</a>		
Digitalización	<b>Ideas para pequeños negocios y empresas. (Digital)</b>	Sistemas sin cable que facilitan <b>la transmisión de datos</b> a larga distancia, con bajo consumo energético. <b>Complemento del IoT</b> <b>Instalador o</b> en un <b>importador de</b> esta <b>tecnología</b> , ya tienes una <b>oportunidad</b>			
Digitalización	<b>Tecnologías inmersivas (Digital)</b>	La realidad virtual ( <b>VR</b> ), la realidad aumentada ( <b>AR</b> ) y la realidad mixta ( <b>MR</b> )	<a href="#">AR Vision</a>		
Digitalización	<b>No Code (Digital para los no digitales)</b>	Facilitar <b>herramientas para crear productos digitales que no requieren de programación</b>	<a href="#">herramientas 'no code'</a>	<a href="#">SinOficina</a>	
Digitalización	<b>Smart cities. (Digital)</b>	<b>Sensorización de</b> las ciudades para <b>logística, gestión de residuos, alumbrado</b> , agua potable, <b>movilidad</b> , reducción de ruidos...	<a href="#">MIXMOVE</a>		
Digitalización	<b>Fintech / Insurtech (Digital)</b>	Tecnología aplicada al <b>sector financiero</b>	<a href="#">Arboribus</a>	<a href="#">Fintonic</a>	<a href="#">Kantox</a>
Digitalización	<b>Protección de la intimidad y tratamiento de datos (Digital – tecnológica)</b>	<b>Soluciones</b> tecnológicas que nos protejan de la misma tecnología - <b>Anti piratería</b>	<a href="#">Smart Protection</a>		
Digitalización	<b>Una nube más democrática y distribuida (Digital tecnológica)</b>	Extensión de <b>servicios en la nube a PYMES</b>	<a href="#">Jotelulu</a>		

# SERVICIOS



ASESORAMIENTO Y SOLUCIONES DE AR Y MR



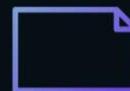
REALIZACIÓN DE PROYECTOS AD HOC DE AR Y MR



SISTEMAS DE GUIADO



APPS PERSONALIZADAS DE AR Y MR



MANTENIMIENTO INTERACTIVO COMO SOPORTE DE COMUNICACIÓN

# VÍDEOS



## 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.

**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

# Tendencias y oportunidades: Digitalización II

Categoría	Tendencia	URL1
IoT, IA, Robot, 5G	<b>Bots o el futuro de la atención al cliente (digital – tecnológico)</b>	La inteligencia artificial aplicada a la <b>atención al cliente , a través de bots</b> <a href="https://reply.ai">Reply.ai</a>
IoT, IA, Robot, 5G	<b>Identificación biométrica. (Digital)</b>	<b>Reconocimiento</b> de <b>iris, voz, cara, firma</b> manuscrita, etcétera <a href="https://idnow.com">IDnow</a>
IoT, IA, Robot, 5G	<b>Conectividad (Digital)</b>	<b>Implantación</b> de las comunicaciones <b>5G</b> <a href="https://fivecomm.com">Fivecomm</a>
IoT, IA, Robot, 5G	<b>Comunicar máquinas con máquinas (Digital tecnológico)</b>	<b>Conexiones entre mqs.</b> a las que antes nos referíamos <a href="https://mapit.me">mapit.me</a>
IoT, IA, Robot, 5G	<b>Robótica e Inteligencia artificial (Digital – tecnológico)</b>	<b>Robots</b> con inteligencia artificial, máquinas <b>capaces de aprender</b> por sí mismas <b>y tomar decisiones</b> <a href="https://wideeyes.com">Wide Eyes Technologies</a>
IoT, IA, Robot, 5G	<b>Internet de las Cosas, Internet del Comportamiento y Big Data (Digital)</b>	El Internet de las cosas ( <b>IoT</b> ) se amplificará con el 5G. <b>Todo</b> puede estar ya <b>conectado</b> a Internet

# SIMILAR RECOMMENDATION

Applying Personalization On Product Discovery

• DRIVE SALES BY SHOWING THE RIGHT PRODUCTS

## Provide Smart Suggestions Based On What Shoppers Like At Every Step

Users land on product pages from different paths from a category or on-site search, and even more often, off-site search like social media links, ads, etc. Yet, what they all have in common is that people choose to open this product page because the item they clicked on is very similar to what they want. By suggesting similar products to shoppers that they might also like, retailers offer a **visual way to discover fashion**, helping shoppers find what they're looking for seamlessly and **solving out-of-stock problems automatically**.



### VALUE OF SIMILAR RECOMMENDATIONS



HIGHER  
CONVERSION RATES



REDUCE  
BOUNCE RATE



GREATER VISIBILITY AND  
ROTATION OF PRODUCTS



INCREASE ENGAGEMENT  
AND LOYALTY

🔒 Compara, cambia y ahorra a lo grande con Kustomer. [Asegura tu oferta](#) 🔒



Producto ▾

Industrias ▾

Recursos ▾

Empresa ▾

Inicio de sesión

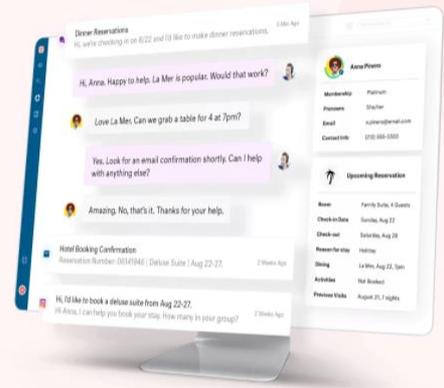
Solicitar demostración

🇪🇸 Español ▾

# Crezca con el CRM mejor valorado para el servicio de atención al cliente

Ofrezca experiencias de cliente más rápidas, ricas y disponibles donde los clientes quieren conectarse: correo electrónico, teléfono, chat, redes sociales y aplicaciones de mensajería.

Obtenga una demostración en vivo



**Kustomer**

Hi there!

Welcome to Kustomer. What brought you in today?

Request a demo

Get tips for modernizing CX

Learn more about our products

Facebook Acquisition News

I'm a customer!

Desarrollado por Kustomer



# Digitalización sector primario...



**Robotización:** Maquinaria 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.

# Tendencias y oportunidades: Nuevos productos y servicios

Categoría	Tendencia	Concepto	URL1	URL2	URL3	URL4
Nuevos productos/servicios	El mercado de 'los bichos' (físico)	<b>Aplicaciones</b> como para detectar la <b>presencia del Covid-19</b> en una persona, <b>polinización</b> , <b>insectos como alimentos</b>		<a href="#">Polifly</a>	<a href="#">BioFlyTech</a>	
Nuevos productos/servicios	Experiencia total (Mixto)	Combinación de la <b>experiencia de cliente</b> , de <b>empleado</b> y de <b>usuario para</b> lograr un <b>resultado comercial optimo</b>	<a href="#">Gaspay</a>	<a href="#">PayThunder</a>	<a href="#">Habitissimo</a>	<a href="#">Talentfy</a>
Nuevos productos/servicios	Biomedicina. (físico – tecnológico)	<b>Tejidos quirurgicos reutilizables</b>	<a href="#">Axioma Solucions</a>			
Nuevos productos/servicios	Seguridad y sostenibilidad alimentaria (digital – tecnológico – físico)	<b>Mejorar el rendimiento</b> de las explotaciones <b>agrícolas</b>	<a href="#">BrioAgro</a>	<a href="#">OSIGris</a>		
Nuevos productos/servicios	Salud y bienestar (físico – tecnológico)	Todo <b>lo relacionado con la salud y el bienestar</b> personal		De los sectores que más está creciendo		
Nuevos productos/servicios	Envejecimiento de la población. (digital-tecnológico)	Oportunidades en lo que tenga que ver con el <b>envejecimiento de la población y la soledad</b>	<a href="#">Food by robots</a>			
Nuevos productos/servicios	La salud bajo control. (digital-tecnológico)	Dispositivos para <b>monitorizar nuestras constantes vitales</b> y poder actuar	<a href="#">Idoven</a>	<a href="#">Kuvu</a>		

# Tendencias y oportunidades: Eco-sostenibilidad y RSC

Categoría	Tendencia	Concepto	URL1	URL2
Ecosostenibilidad	'Zero Waste' (Físico – Digital)	<b>Sostenibilidad</b> apostando por los <b>residuos cero</b>	<a href="#">Greenzla</a>	<a href="#">Too Good To Go</a>
Ecosostenibilidad	Ecoinnovación (físico)	<b>Alimentación sostenible</b> , centrada en procesos de producción, en <b>productos y en servicios</b>		
Imagen de Marca	<b>Nuevo contenido de marca. (mixto)</b>	El <b>marketing de contenidos mejor que</b> los <b>mensajes publicitarios</b> tradicionales		
Imagen de Marca	<b>Documentales de marca. (mixto)</b>	<b>Podcast y los documentales de marca</b> que ayudan a contar <b>historias sobre los valores</b> , a través de influencers o famosos		
Imagen de Marca	<b>Activismo de marca (físico)</b>	De los <b>productos de comercio justo</b> a <b>marcas</b> de moda <b>que destinan una parte de sus ingresos a mejorar</b> las <b>condiciones de algún colectivo</b>	<a href="#">Coticcio</a>	<a href="#">Closca</a>

- **Coolhunting, herramientas de búsqueda**

# 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

O 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.

# Signum

<https://signum.ai/>

Signum **analiza constantemente más de 300.000 blogs, foros, portales y cuentas** de redes sociales **para** realizar un seguimiento de **la aparición de nuevas tendencias** desde sus primeras etapas.

**Determina las tendencias actuales y futuras gracias a** herramientas de **análisis predictivo** complementadas por un equipo de analistas.

**Con cuenta Premium se puede recibir:**

- **5 tendencias actuales** de la categoría que elijas, información sobre las **causas del surgimiento** de estas tendencias, un **pronóstico sobre la duración** del crecimiento de esa tendencia,
- **5 tendencias emergentes** de la categoría que elijas **y las consecuencias del surgimiento** de estas tendencias.

The screenshot shows the Signum website interface. At the top, there is a navigation bar with the Signum logo, links for 'Leads', 'Influencers', and 'Reports', and user information 'En' and 'Juan'. A banner at the top right says 'Upgrade to a premium account to read new reports. Upgrade now'. The main content area displays a grid of six report cards, each representing a different date and topic. Each card has a 'Report is locked. You can buy it for just \$2.' message and a 'Pay now \$2' button. The reports are:

- January 19, 2022:** New year, same challenges. Immersive games and concerts, POPS, location analytics, synthetic data, robot arms for.
- November 16, 2021:** On-demand world. Proptech, neobanks, business schools, home repair services, zero-party data, earbuds, and.
- October 15, 2021:** No more outages, please. God bless the internet! TikTok on Smart TV, new Insta & Uber features, tools to ensure stable.
- September 16, 2021:** A world of control freaks. Wireless, smart, worry-free devices, omnichannel medicine, synthetic coffee, and stickers.
- August 16, 2021:** Make yourself comfortable. New episode of the series.
- July 15, 2021:** Don't hate, create!. Creator economy, synthetic speech, music-related startups, digital twins for cities, and much.

# Glimpse

<https://meetglimpse.com/>

Glimpse, **rastrea** diferentes temáticas en Internet **para descubrir compañías, productos e industrias emergentes**.

**Como premium, se tiene acceso a más tendencias, a pronósticos** sobre futuras tendencias (llamados **“before-it-happens alerts”**) así como a análisis de cada tendencia **para averiguar hasta qué punto pueden crecer** o por qué han crecido tan rápido.

Glimpse es **utilizado por trendsetters**, es decir, por **creadores de tendencias, para lanzar productos antes de que se popularicen** o buscar posibles inversiones.

Se puede probar gratuitamente para recibir 3 tendencias de crecimiento exponencial al mes.

The screenshot shows the Glimpse website interface. At the top, there is a navigation bar with the Glimpse logo, links for DATA, PRICING, ENTERPRISE, and a SIGN UP button. The main heading reads "Discover Trends Before They're Trending" with the subtext "We track every topic across the internet to identify growing trends". Below this, there are three tabs: Products, Companies, and Industries. A row of six trend cards is displayed, each with a line graph showing growth over time and a "Published" date:

- Hair Dryer Brush (Published 2.3 Years Ago)
- Air Fryer (Published 3.2 Years Ago)
- Massage Gun (Published 2.7 Years Ago)
- Oat Milk (Published 3.2 Years Ago)
- Acne Patch (Published 3.0 Years Ago)
- Mouth Tape (Published 2.2 Years Ago)

A prominent blue button labeled "GET THE LATEST TRENDS" is centered below the trend cards. At the bottom of the page, it states "Glimpse helps top companies see around the corner" and lists several client logos: Casper, LOWERCASE CAPITAL, Google, ANDREESSEN HOROWITZ, and Unilever.

# Angage

<https://angage.net/>

**Datos de miles de tiendas y productos de comercio electrónico.**

**Para descubrir productos interesantes antes de que se vuelvan virales.**

**Ayuda a los ecommerce a tomar decisiones sobre qué productos vender y dónde encontrarlos.**

**Se puede ver qué productos venden actualmente otras tiendas, sus estrategias de precios, quiénes son sus proveedores, de dónde proviene su tráfico, información de contacto y más.**

**Permite hacer una investigación para detectar nuevos productos interesantes para vender y consultar tendencias, estacionales o no.**

The screenshot shows the Angage website interface. At the top, there is a navigation menu with icons for CART, Pricing, Stores, Products, Ads, Reports, Resources, Log in, and Free sign-up. A search bar contains the text "e.g. leggings, backpack, shirt". Below the search bar are filters for "Search by", "Currency", and "Business model". A dropdown menu is open under "Product name", showing "Vendor".

The main content area displays a grid of product listings. Each listing includes a product image, a title, a price, merchant information, and vendor information. A "More info" button is present for each product.

Product Name	Price	Merchant	Vendor
Roses At My Doorstep Belt - Light Wash (hidden)..	US\$ 2	fashionnova.com	Fashion Nova
Ms. Jackson Belt - Grey (hidden)..	US\$ 5	fashionnova.com	Fashion Nova
I Know What You Like Belt - Black (hidden)..	US\$ 3	fashionnova.com	Fashion Nova
I Know What You Like Belt - Grey (hidden)..	US\$ 7	fashionnova.com	Fashion Nova
Crowd Control Choker - Gold..	US\$ 2	fashionnova.com	Fashion Nova
Tiki Torch Pants - Black/brown..	US\$ 7	fashionnova.com	Fashion Nova

In the top right corner, there is an orange box displaying "41.1M TOTAL PRODUCTS". A "Next page" button is located to the right of the product grid.

# Trend Hunter

<https://www.trendhunter.com/trends/2022-trend-report-research>

La **BdDD mundial de tendencias** más grande, con Big Data que **analiza el comportamiento de 150 millones de personas** y 3.000 millones de visitas.

**IA y procesamiento de lenguaje natural para mejorar la comprensión del comportamiento de consumidores.**

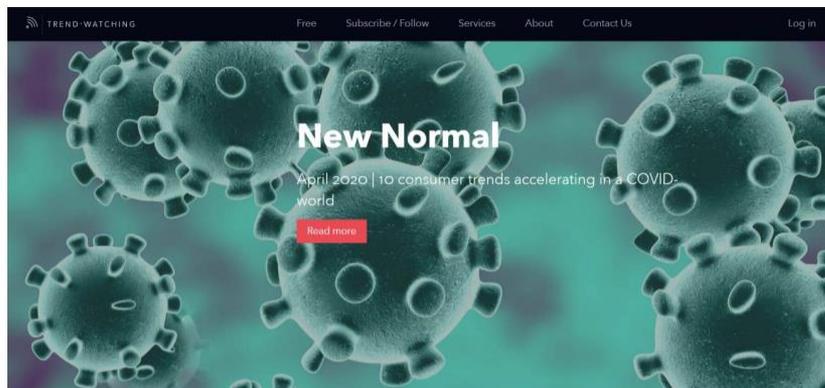
En la **web hay Top 20 de tendencias diarias, semanales o mensuales** para moda, tecnología, estilo de vida, cultura, diseño, marketing, negocios, lujo...

También dispone de la **herramienta "Dashboard"**, con la que se puede personalizar un cuadro de mandos **propio** seleccionando entre 350.000 innovaciones y 10.000 temas distintos.

Con una **licencia de uso cara**, está **enfocada a CEOs, CMOs, COOs o marcas**

The screenshot displays the Trend Hunter website interface. At the top, there's a navigation bar with 'TRENDHUNTER CREATE THE FUTURE' and a search icon. Below this, there are tabs for 'DASHBOARD', 'RESEARCH', 'KEYNOTES', and 'EVENTS'. A prominent banner at the top reads 'THE ROARING 20s COMING FROM THE BUBONIC PLAGUE. THE ROARING 20s EMERGED FROM THE SPANISH FLU. AND NOW, AS WE EMERGE FROM A NEW CRISIS, THE...MORE'. Below the banner, there are icons for 'Ideas', 'Lists', 'Videos', 'Photos', and 'PRO Insights'. The main content area features a grid of trend cards, each with an image and a title. The cards include: 'Flatbread Crust Pizza Menus' (The Hungry Howie's Flatbread Pizzas Come in Four Varieties), 'Crunchy QSR Frozen Treats' (The McDonald's Peanut Butter Crunch McFlurry is Texturally Satisfying), 'Superhero-Inspired Pizza Products' (The Little Caesars The Batman Calzony is Available Now), 'Consolidated E-Mail Applications' (Microsoft is Unifying Its Outlook and Calendar Services), 'News Hub Tech Giveaways' (The Verge is Giving Away an Alienware Backpack Full of Gadgets), 'Chlorophyll-Infused Acne Treatments' (The Chlorophyll & Salicylic Acid Spot Treatment is Fast-), 'Hi-Res eSports Stereo Headsets' (The Sharkoon Skiller SGH50 Has a Circumaural Design), and 'Oversized Carbon Fiber Timepieces' (The Zenith DEFY Extreme Carbon Has a 45mm Case). A 'Guardado en Unidad' notification is visible in the top right corner.

## Trend Watching



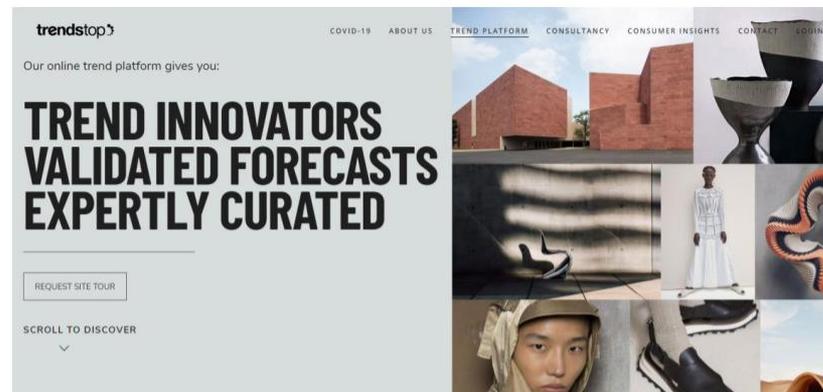
## WGSN



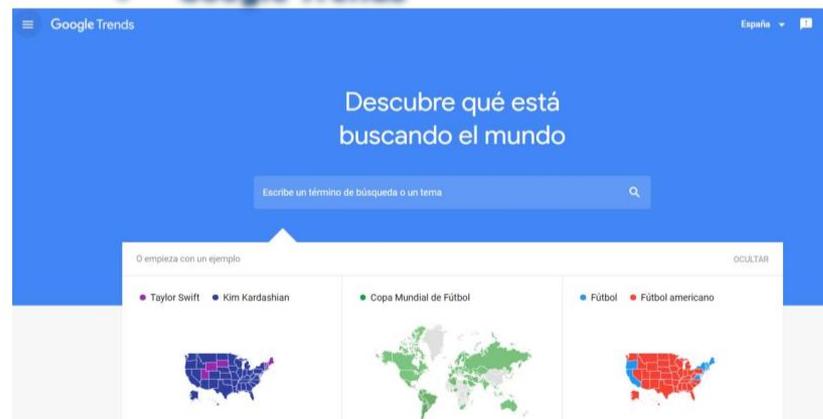
[Insight](#) [Fashion](#) [Beauty](#) [Lifestyle & Interiors](#) [Instock](#) [Barometer](#) [Advisory](#)

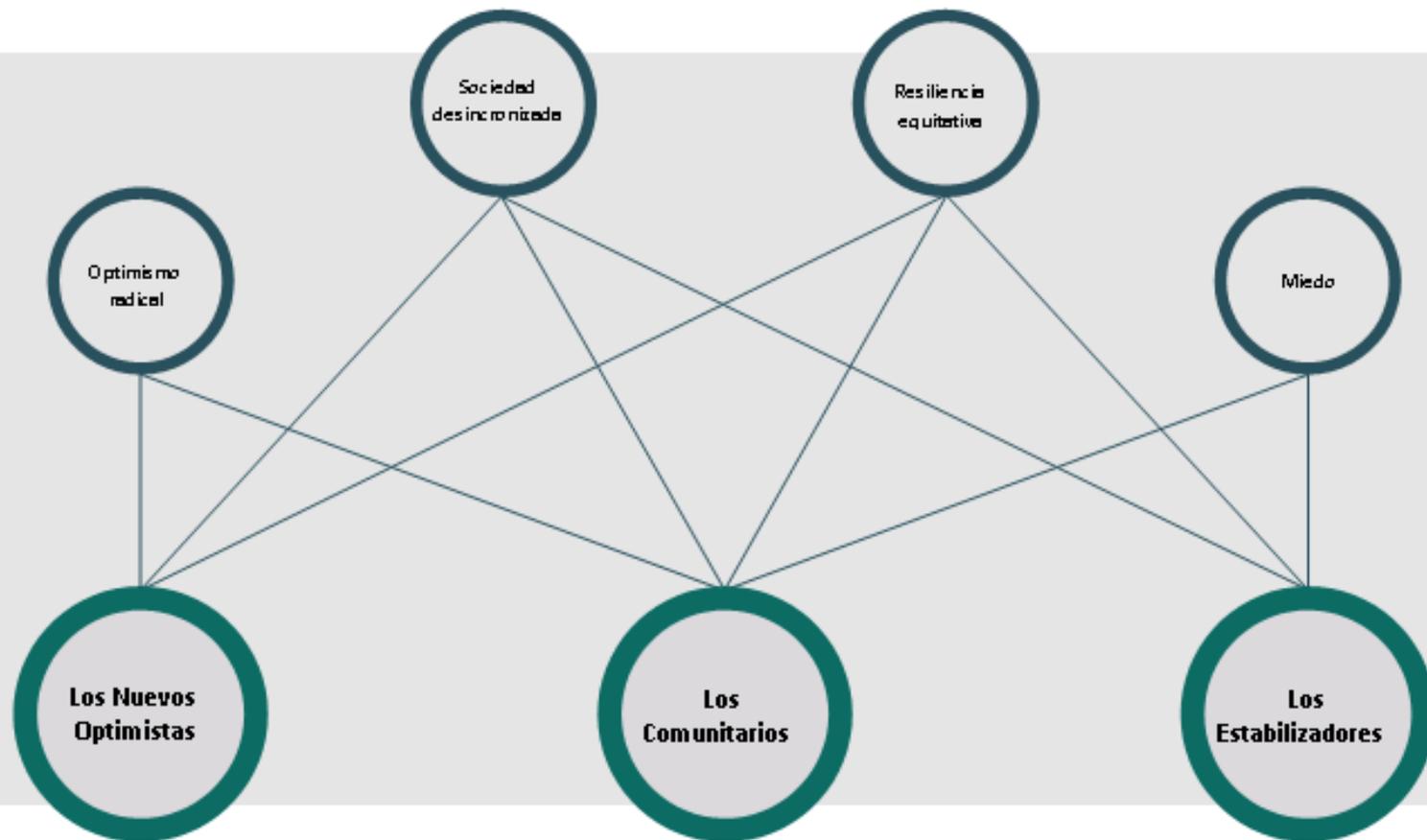
El líder mundial en pronósticos de

## Trendstop



## Google Trends





# 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**.
- **Poner las oportunidades en relación con Know How, competencias, habilidades, experiencia, recursos**. **Cualquier tendencia no** tiene por qué ser una **buena oportunidad**.
- **Atención** especial a la evolución de los **factores PESTEL**; evolución de los escenarios Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Eco-sostenibles 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**.



“Me gusta crear  
tendencias, no seguirlas.”

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

Emprenemjunts  
BIK Idea  
BIK startup  
BIK Scale  
BIK Exo

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

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



Centro Europeo de  
Empresas e Innovación  
de Valencia



Generación de ideas  
e identificación de  
usuario

COMENZAR



Validación de la idea y  
de la necesidad en el  
mercado

COMENZAR



Innovación aplicada al  
escalado del modelo de  
negocio

COMENZAR



Transformación  
continua  
en las organizaciones

COMENZAR

Tienes una idea nueva   Validar si la idea es viable   Escalar tu negocio   Transformar tu organización



¿Qué es Bik Start Up?

Ver más ta...   Compartir

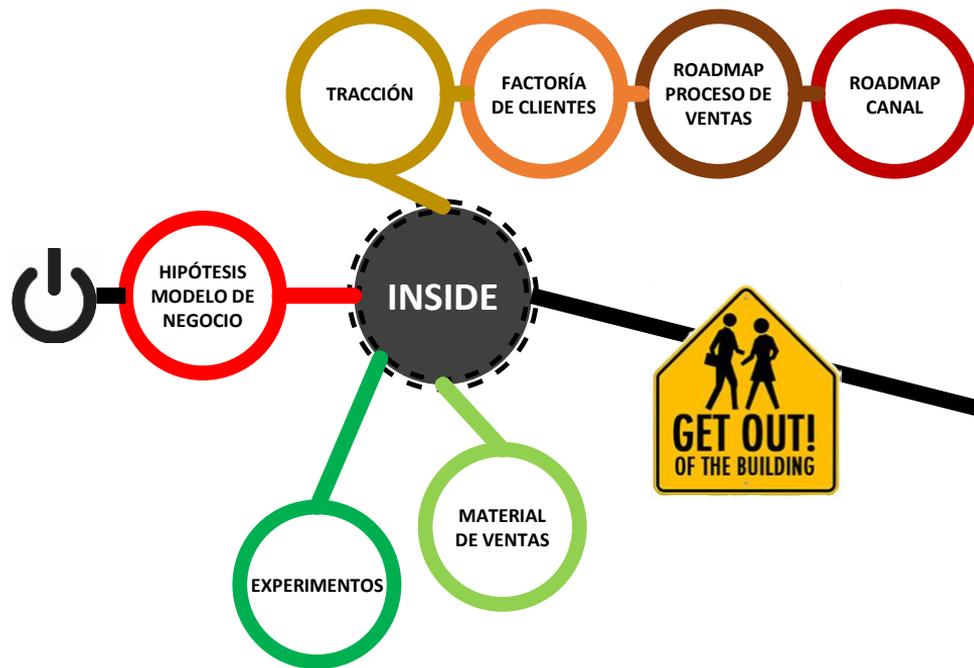
**¿Qué es**  
**BIK!**  
CEEI

start up

Ver en  YouTube

 **Material Extra** **Manuales** **Herramientas** **Caso Práctico** **Vídeos**

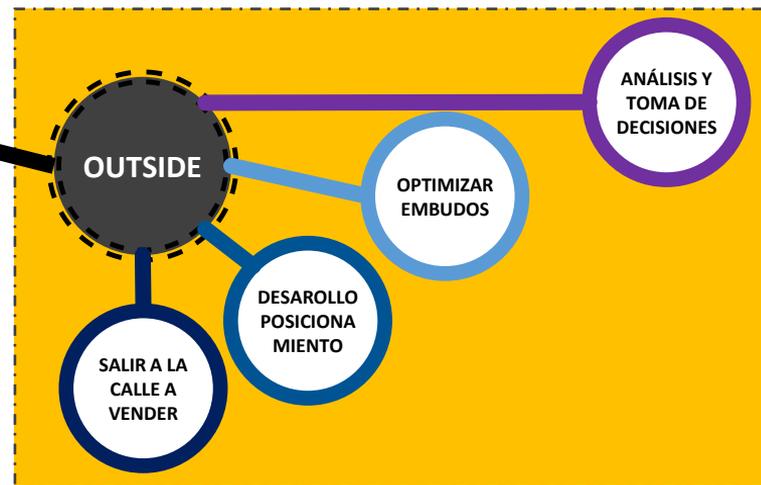
# C. Itinerario



## ¡ATENCIÓN!



El itinerario propuesto NO es lineal sino INCREMENTAL E ITERATIVO



GENERALITAT VALENCIANA

TOTS A UNA VEU



INSTRUMENTO REGIONAL DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL



Financia

UNIÓN EUROPEA  
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa



COMUNITAT VALENCIANA  
CENTROS EUROPEOS DE EMPRESAS INNOVADORAS





## 01. Hipótesis

Ficha de hipótesis

Mapa de priorización

## 02. Experimentos

Ficha de experimento

Tarjeta de experimentos

Tarjeta de aprendizaje

Tablero de validación (progress board)

## 03. Tracción

Cuestionario Tendencias Clave

Cuestionario Fuerzas del Mercado

Cuestionario Fuerzas de la Industria

Cuestionario Fuerzas del Entorno

Estimación tamaño de mercado

Limitaciones del proyecto

Nuestro motor de crecimiento

## 04. Factoría de clientes

Cuadro de métricas

La métrica que (realmente) importa (OMTM)

## 05. Roadmap proceso de ventas

Embudo de ventas (AIDA)

JTBD Timeline

## 06. Roadmap Canal

Caracterización de Canal

Cuadro general de Canales

## 07. Material de ventas

Ficha MVP HR

Cuadro general de MVPs HR

Ficha pitch propuesta de valor

Guión para email

Cuadro seguimiento email

Guión para llamada

Cuadro seguimiento llamadas telefónicas

Gestión objeciones de los clientes

Guión para conversación venta consultiva





## 08. Salir a la calle a vender

Roadmap Early adopters

## 09. Optimizar embudos

Cuadro de acciones de optimización

## 10 . Desarrollo de posicionamiento

Estructura auditoría externa posicionamiento (I)

Estructura auditoría externa posicionamiento (II)

Estructura auditoría interna posicionamiento (I)

Estructura auditoría interna posicionamiento (II)

Feedback pitch inicial

Verbatim testimonios

## 11. Análisis y toma de decisiones

Revisión de hipótesis clave modelo de negocio

Preguntas clave sobre modelo de negocio (I)

Preguntas clave sobre modelo de negocio (II)

Plan para pivotar



# MUCHAS GRACIAS POR VUESTRA ATENCIÓN



**Isidro Campo Bécades**

Especialista en Desarrollo de Negocio e Innovación



@iscampobe



[www.linkedin.com/in/iscampobe/](http://www.linkedin.com/in/iscampobe/)



isidro.campo@ceei.net



Centro Europeo de  
Empresas e Innovación  
de Valencia