

**trendcity** 

UNA COMPAÑÍA DE INVESTIGACIÓN E  
INNOVACIÓN ESTRATÉGICA



Nuestro ADN

trendcity®

UN MODELO DE COMPRESIÓN DE LOS FENÓMENOS SOCIO  
CULTURALES EN LOS QUE LAS PERSONAS ESTÁN INMERSAS

En tiempos de grandes cambios y movimientos, comprender las grandes fuerzas culturales que mueven a la sociedad es clave para la anticipación y construcción de negocios.



Nuestro ADN

trendcity 

## UN ENFOQUE Y UNA MIRADA EMPÁTICA SOBRE NUESTRO MUNDO

Buceamos en todas las dimensiones humanas para encontrar sus verdades y tensiones o estados de conflicto con respecto a valores, deseos, anhelos y conductas.

# Nuestros VALORES

**PASIÓN** por lo que hacemos.

**ESCUCHA Y MIRADA** aguda y enfocada.

**CONCIENCIA DE RESPONSABILIDAD**  
sobre nuestro rol en la sociedad y el planeta.

**CREATIVIDAD** en el diseño de abordajes y metodologías.

**TECNOLOGÍA** integrada a las soluciones.

**TRANSPARENCIA Y ÉTICA** en nuestro actuar y modo de trabajar.

**ORIENTACIÓN AL NEGOCIO**





## ¿QUÉ HACEMOS?

Ayudar a las marcas a generar vínculos sostenibles con sus consumidores, y a convertirse en actores sociales con impacto positivo en la sociedad y planeta.

## ¿CÓMO LO HACEMOS?

Con una mirada única, articulada y profunda de los fenómenos humanos, sociales y culturales, y una clara visión de negocios.

# COORDENADAS HACIA EL FUTURO

## (MÁS)HIBRIDEZ

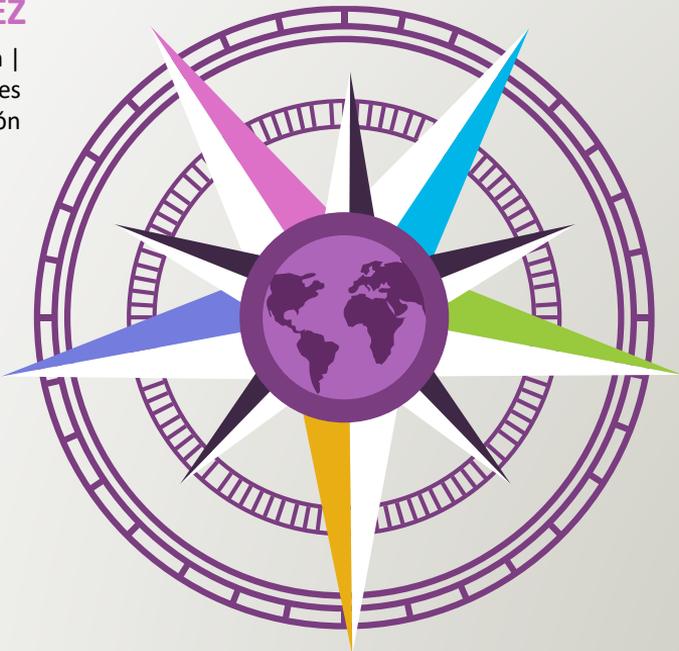
Creatividad | Agilidad | Reconversión |  
Transformación | Des categorización | Des  
intermediación

## (MÁS)DIGITAL

Automatización | Inteligencia artificial  
Robótica | Big Data | Internet de las cosas |  
Telemedicina | Teledocencia  
Edición de genes | Streaming | Podcast  
Gaming | E Sports | Tokenización  
Metaverso | Brecha digital como desafío

## (MÁS)ANCLAJE

Seguridad, Refugios | Expresión de lo propio |  
Nutrición cultural | Raíces y revalorización del  
pasado



## (MÁS)RESPONSABILIDAD

Sustentabilidad | Trazabilidad | Ética |  
Equidad | Propósito | Protagonismo y  
colaboración | Importancia de las causas y  
valores | Veganismo y activismos

## (MÁS)BIEN ESTAR

Armonía y disfrute | Detox mental y lucidez |  
Inmunidad | Vitalidad | Sensorialidad |  
Experiencias | inclusión del arte

# Nuestras HERRAMIENTAS para la creación de valor

1

## INSIGHTS

Investigación  
multimetodológica

OBSERVACIÓN, ESCUCHA,  
ANÁLISIS E  
INTERPRETACIÓN

2

## DISEÑO DE FUTUROS

Human truths &  
sociocultural trends

3

## PROYECCIÓN

Innovación estratégica

SOLUCIONES  
ACCIONABLES Y ALINEADAS  
A UNA ESTRATEGIA

4

## CONSTRUIR DE NARRATIVAS

Planning y comunicación



# 1

## INSIGHTS

Investigación multimetodológica



# 1 INSIGHTS

## Investigación multimetodológica

### Herramientas cualitativas

para explorar las lógicas y emociones que sostienen el consumo.

### Abordajes antropológicos y

**etnográficos** compartiendo los entornos naturales de vida de las personas.

### Shopping y Retail Experiences,

para mejorar las ejecuciones de las marcas.

### Estudios cuantitativos

con métodos de recolección modernos y bajo normas ESOMAR, para la comprensión de las percepciones y salud de las marcas, hábitos y usos, pulso del consumo, evaluación de conceptos, productos, comunicación, etc.

**Análisis semióticos** por categoría y mappings de oportunidad.



# 2

## DISEÑO DE FUTUROS

Human truths & sociocultural Trends

**Observatorio de Tendencias:** analizamos tendencias a nivel global, regional y local. Elaboramos informes especiales según categorías y targets.

**Observatorio Gendersity:** específico para cuestiones de género.

**Observatorio de Sustentabilidad, Triple Impacto y Regeneración.**

**Estudio Expectativas:** medimos el pulso de la sociedad y de las personas en distintos momentos y ante cambios en el contexto.

**Investigación cualitativa y cuantitativa** multiplataformas para la identificación e interpretación de valores socio-culturales emergentes.

**Big data, Social listening** para articular fuentes de datos y obtener insights ágiles.

**Análisis semiológico y de discursos** para comprender discursos dominantes y emergentes.





**PROYECCIÓN**  
Innovación estratégica

# 3 PROYECTARSE CON VALOR SOSTENIBLE

## Innovación estratégica

**Workshops de inspiración:** metodologías disruptivas, con abordajes ágiles y dinámicos, y adaptados a distintos tipos de compañías, equipos, categorías, etc.

**Planes de inmersión:** experiencias sensibilizadoras en diferentes temáticas y targets para inspirar e innovar.

**Laboratorios de co-creación** con consumidores, que pueden incluir pre- validaciones de las ideas.

**Herramientas de Customer journey / UX experience** para trabajar, mejorar y transformar la experiencia del cliente.

**Capacidades de planning estratégico** para colaborar en la construcción de una estrategia o del pipeline de innovación.





# CONSTRUIR VALOR Y NARRATIVAS RELEVANTES

Planning estratégico de Marcas y Comunicación

# 4 CONSTRUIR VALOR Y NARRATIVAS RELEVANTES

## Planning estratégico de Marcas y Comunicación

**Sesiones de trabajo** para el desarrollo de estrategias de posicionamiento e identidad de marca, arquitectura de portfolios, dinámica y roles de producto.

**Acompañamiento en la definición de propósitos de marca** y soluciones regenerativas o de Triple impacto positivo.

**Desarrollo de conceptos** de productos, product namings, upgrading de promesas, claims, etc.

**Identificación de territorios estratégicos de comunicación** a partir del relevamiento, articulación y análisis de las tendencias y valores.



**POTENCIAR EL POTENCIAL.**  
Consultoría, capacitación y desarrollo



**Diseño e implementación** de la estrategia organizacional.

**Cursos de formación** a medida para llevar los conceptos a la acción.

**Clínicas de transformación**

**Espacios temáticos** reducidos para conversar, reflexionar, innovar y accionar.

**Coaching para la innovación**

**Espacios de coaching personal y grupal** para ayudar a las personas y equipos a trabajar de manera más eficiente y colaborativa.



trendcity 

¿QUIÉNES SOMOS?



**infobae**

**Ciudades inteligentes: seis cambios en la forma de trabajar, viajar, consumir y convivir para la post-pandemia**

Un estudio de Trendcity muestra las tendencias con las que se construirá el escenario urbano. "Se priorizará la tecnología a favor del bienestar", señaló Mariela Mociulsky, CEO de la consultora



Conformamos **un equipo multidisciplinario** de sociólogos, semiólogos, antropólogos, psicólogos, analistas cuantitativos, coolhunters, planners y referentes clave, **con más de 20 años de trayectoria** combinada en investigación de mercado, marketing, detección de tendencias, capacitación y consultoría.



# MARCAS QUE CONFÍAN EN NOSOTROS

Trabajamos en toda la región con oficinas en Argentina, México, Chile y Brasil.



*¡gracias!*

trendcity®