

IKUSMER TREND FILES

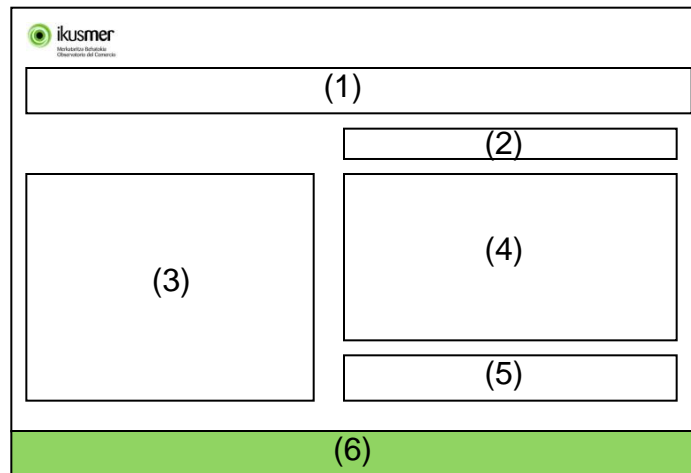
Fusión

¿Por que debemos estar al tanto de las nuevas tendencias?

A través de las diversas fichas del presente documento vamos a tratar de mostrar las nuevas tendencias que están surgiendo a nivel mundial y que diferencian a sus implementadores del resto. Buscamos tendencias que hagan a los comercios innovadores y por ello únicos y atractivos.

La **innovación**, según el diccionario de la Real Academia Española, es la creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado, pero veremos que en muchas ocasiones otras acciones mas sencillas como el packaging, la fusión, el rediseño, el cambio de usos o de clientes objetivo, pueden aportar innovación a ciertos productos y/o comercios en fase madura haciéndolos de nuevo atractivos para el consumidor.

Las fichas tienen una estructura común formada por (1) un titular relativo al contenido general de la ficha, (2) un subtítulo en ingles referente al origen de la noticia o matizador del contenido, (3) una fotografía alusiva al tema tratado, (4) desarrollo del contenido de la ficha, (5) información adicional, artículos relacionados, videos explicativos, etc y (6) una clasificación taxonómica de la ficha.



LA INNOVACION A TRAVES DE LA FUSION

Imagik, Books & Cookies, La Pizzateca.



La innovación no solo es tecnología, muchas veces saber combinar elementos, ya existentes, de la forma adecuada nos va a generar un nuevo producto con un atractivo superior a la suma de sus partes.

Algunos ejemplos interesantes pueden ser Imagik, producto ideado por Profiltek, compañía líder en el diseño y fabricación de mamparas de baño a medida que ha ideado una técnica pionera de impresión digital que revoluciona el mundo de la decoración sobre el vidrio templado.

Pero él secreto también puede estar en fusionar dos productos en un mismo espacio como el caso de [Books & Cookies](#) que fusiona el negocio de Librería Infantil con el de Tienda de Galletas, [La Pizzateca](#) que fusiona la librería con la pizzería mediante su “menú de las letras” (1 porción de pizza + 1 libro por 5€) o The carton restaurant establecimiento creado por un fabricante taiwanés de papel donde absolutamente todo (muebles, decoración, menaje) es de cartón..

Otra tendencia en auge en este ámbito es la del co-branding, dos marcas que se juntan para el lanzamiento de un producto puntual como puede ser el caso de Seat y Mango con el lanzamiento del [Mii by Mango](#)

Más información:

[Artículo Artículo2](#)

[Video](#)

LA INNOVACION A TRAVES DE LA FUSION II

Ikea + TCL = Uppleva project

Este es otro innovador ejemplo que viene dado por la fusión de dos sectores, muebles y electro para crear un nuevo producto que tiene visos de alcanzar una gran demanda.

El mayor fabricante de muebles de Suecia, Ikea se dispone a entrar en el mercado de la electrónica de consumo con productos desarrollados en cooperación con la compañía china TCL Multimedia, su idea consiste en lanzar una línea de muebles con televisión integrada y sistemas de sonido en cinco ciudades europeas en junio de 2012, en otros siete países europeos en otoño y en el resto de mercados en el verano de 2013. Los televisores, sistemas inalámbricos de sonido incorporado y los CD/DVD/Blu-Ray de esta nueva línea de muebles han sido diseñados específicamente para Ikea.

El proyecto surgió tras escuchar a sus clientes y percatarse de la demanda existente para poder comprar e integrar la electrónica para el hogar en los muebles de una manera sencilla y “sin cables”.

Esta iniciativa es un claro ejemplo de las tendencias a seguir por el sector de mueble cara a mantener su competitividad.

Más información:

[Artículo1](#) [Artículo3](#)

[Artículo2](#) [Video](#)

