Xavier M

- Innovar es ir medio paso por delante
- Para sofisticar (hacer complejo), sirve cualquiera, lo difícil es simplificar
- Que la gente toque cliente: cuando nos alejamos del cliente empiezan los problemas
- A todos nos han dado oportunidades; demos oportunidades a los demás

Núria M

- Cambio generacional también en la economía mundial: clases medias en China e India
- El problema es doble: combinación de arancel + incertidumbre
- La aplicación será caótica: hay espacio para las oportunidades

Oriol V

- La creatividad multiplica la productividad
- Quieras o no quieras, estás haciendo marca
- Marcas y causas sociales: mejor el *storydoing* que el *storytelling*

Ashley K

- Ingeniería de emociones: (1) en el uso, y (2) en el cliente
- Contrapunto a nuestro estudio: todo cambio masivo genera bolsillos de resistencia
- La fuerza del humor, el juego, lo ligero. *Funtility*.

Mesa redonda

- Ignacio: hacer del momento pequeño un momento especial
- Eva: (Alain Afflelou no es un actor) conectar la persona al mundo a través de los sentidos
- David: volver a la autenticidad, compromiso con el deporte, experiencia con el momento del surf
- Ignacio: escucha activa, hacia dentro (empleados) y hacia fuera (el consumidor en la mesa)
- Eva: *doing good doing well*
- David: poner la marca en tus manos,... que esto rijan todos tus años aquí

César M

- IA = agilidad
- ¿Qué información ya recojo y me puede ayudar a tomar decisiones si lo digitalizo y lo proceso?
- Saber preguntar: *The Mom Test*