



Aljan De Boer

Aljan de Boer es un ponente especializado en tendencias socioculturales que ayuda a un público ejecutivo a comprender cómo los cambios sociales afectan a los clientes, a los empleados y a la estrategia empresarial.

- Responsable de Inspiración en TrendsActive, una consultora de tendencias con sede en los Países Bajos.
- Se dedica a traducir la investigación sociocultural en implicaciones estratégicas para las organizaciones.
- Forma parte del equipo del Institute for Real Growth, donde dirige programas y presta apoyo a su comunidad de ejecutivos.
- Colabora con la comunidad global de directores de marketing (CMO) del IRG, que según el IRG cuenta con más de 400 miembros.
- Imparte conferencias magistrales centradas en el impacto de los cambios generacionales, económicos y geopolíticos en los negocios.

biografía de Aljan De Boer 2026

Temas principales de las ponencias

- Tendencias socioculturales y estrategia empresarial
- Cambios generacionales y la Generación Z
- Comportamiento del consumidor bajo presión económica
- Incertidumbre geopolítica e impacto en el mercado
- Cómo traducir la investigación en acciones organizativas
- Estrategia de marca y de clientes en sociedades en transformación

Ideal para

- Directores de marketing y equipos de dirección de marketing
- Comités ejecutivos y equipos de alta dirección
- Responsables de marca y estrategia
- Conferencias corporativas centradas en estrategias orientadas al futuro

Resultados para el público

- Comprensión clara de los principales cambios socioculturales que dan forma a los mercados
- Perspectiva sobre cómo el cambio generacional afecta a las marcas y al trabajo
- Métodos estructurados para interpretar los estudios de investigación con vistas a la toma de decisiones estratégicas
- Una perspectiva más amplia de las influencias económicas y geopolíticas sobre los clientes

DISPONIBLE PARA

- Conferencias

TEMAS DE CONVERSACIÓN DE ALJAN

- Economía del Comportamiento
- Estrategia y Crecimiento del Negocio
- Experiencia del cliente y marketing
- Futuro del trabajo
- Impacto geopolítico
- Implementación de ESG
- Planificación de escenarios y previsión estratégica

IDIOMAS: Inglés

Por qué las organizaciones trabajan con Aljan de Boer

- Vincula la investigación sociocultural directamente con cuestiones comerciales y estratégicas.
- Aporta experiencia trabajando con una comunidad global de directores de marketing.
- Ofrece una interpretación a nivel ejecutivo de las complejas tendencias sociales.
- Ayuda a las organizaciones a traducir los cambios emergentes en implicaciones prácticas para la estrategia de marca y de negocio.

Biografía

Aljan de Boer ayuda a los altos directivos a comprender las fuerzas socioculturales que están remodelando los mercados, las marcas y las organizaciones. Su trabajo se centra en traducir el cambio social en implicaciones estratégicas claras para los clientes, los empleados y la dirección empresarial a largo plazo.

Como director de Inspiración en TrendsActive, una consultora de tendencias con sede en los Países Bajos, trabaja en la intersección entre la investigación sociocultural y la estrategia. Contribuye al desarrollo y la aplicación de un modelo de tendencias estructurado que conecta los conocimientos académicos y el análisis social con la toma de decisiones organizativas prácticas.

Aljan también forma parte del equipo del Institute for Real Growth, donde dirige programas y apoya a su comunidad de ejecutivos. A través de su trabajo con la comunidad global de directores de marketing (CMO) del IRG, descrita por la organización como más de 400 miembros, colabora directamente con altos directivos de marketing que se enfrentan a la complejidad, la incertidumbre y las expectativas cambiantes de los consumidores.

Sus ponencias exploran el cambio generacional, la presión económica, la inestabilidad geopolítica y la transformación social en general. Proporciona a los ejecutivos una comprensión más clara de cómo estas fuerzas influyen en la estrategia de marca, el comportamiento de los clientes y las prioridades organizativas, convirtiendo la investigación en conocimientos relevantes desde el punto de vista comercial.

Aljan De Boer's 2026 charlas & temas

Triunfar en tiempos de incertidumbre

Esta presentación analiza cómo los consumidores hacen frente al aumento de los precios, la inestabilidad geopolítica y la incertidumbre social generalizada, y qué implica esto para las marcas que buscan un crecimiento sostenible e inclusivo. Basándose en investigaciones de las ciencias sociales, traduce los conocimientos psicológicos, sociológicos y antropológicos en estrategias empresariales claras. La sesión explora la «volvida hacia el interior», los cambios en las dinámicas de confianza y el surgimiento de una cultura de crisis para ayudar a las organizaciones a responder a las necesidades de los clientes tanto a

corto como a largo plazo.

Puntos clave:

- Comprensión de cómo los consumidores afrontan la incertidumbre y equilibran las prioridades a corto y largo plazo
- Perspectiva sobre los cambios psicológicos, sociológicos y culturales que dan forma al comportamiento
- Traducción clara de la investigación social en implicaciones prácticas para la marca y la estrategia

Cómo contribuir a la búsqueda de sentido de las personas

Esta presentación analiza las crecientes oportunidades y responsabilidades que tienen las organizaciones para contribuir a una vida más plena. Aborda el bienestar mental, la conexión social y la creación de experiencias trascendentales, y ofrece un contexto que explica por qué estos temas están cobrando cada vez más importancia. La sesión describe cómo las organizaciones pueden responder a las presiones sobre la salud mental y a las expectativas cambiantes en torno a los vínculos sociales.

Puntos clave:

- Contexto sobre los factores sociales que impulsan la búsqueda de sentido
- Perspectiva sobre el papel del bienestar mental y la conexión social en la vida de las personas
- Directrices sobre cómo las organizaciones pueden adquirir mayor sentido

Prepárate para el futuro: por qué y cómo mantener la relevancia para la Generación Z

Esta presentación explica qué motiva el comportamiento de la Generación Z y cómo las organizaciones pueden traducir estos conocimientos en estrategias y oportunidades. Va más allá de las tácticas superficiales para analizar cómo experiencias formativas como el cambio climático, la polarización política y la pandemia moldean la mentalidad, los valores y las expectativas de la Generación Z respecto a las marcas.

Puntos clave:

- Comprensión de las fuerzas globales que moldean la perspectiva de la Generación Z
- Perspectiva sobre cómo estas fuerzas influyen en los valores, las necesidades y las expectativas
- Orientación estratégica para seguir siendo relevante para la generación más joven

Aljan De Boer's 2026 speaking fees

Las tarifas específicas se sitúan dentro de los márgenes indicados. Se presentan a título orientativo y están sujetas a cambios sin previo aviso.

	EUR	GBP	USD
País de origen	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Asia Pacífico	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Europa	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Oriente Medio y África	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Sudamérica	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Reino Unido	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Costa Este de EE.UU	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Costa Oeste de EE.UU	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000
Virtual	Under €12000	Under £10,000	Under \$15000