



**JAVIER SASTRE**

**Socio-Director en consultoría Sastre & Asociados**

**+ 15 años de experiencia como directivo en distintas empresas**

**Especialista en estrategia & innovación**

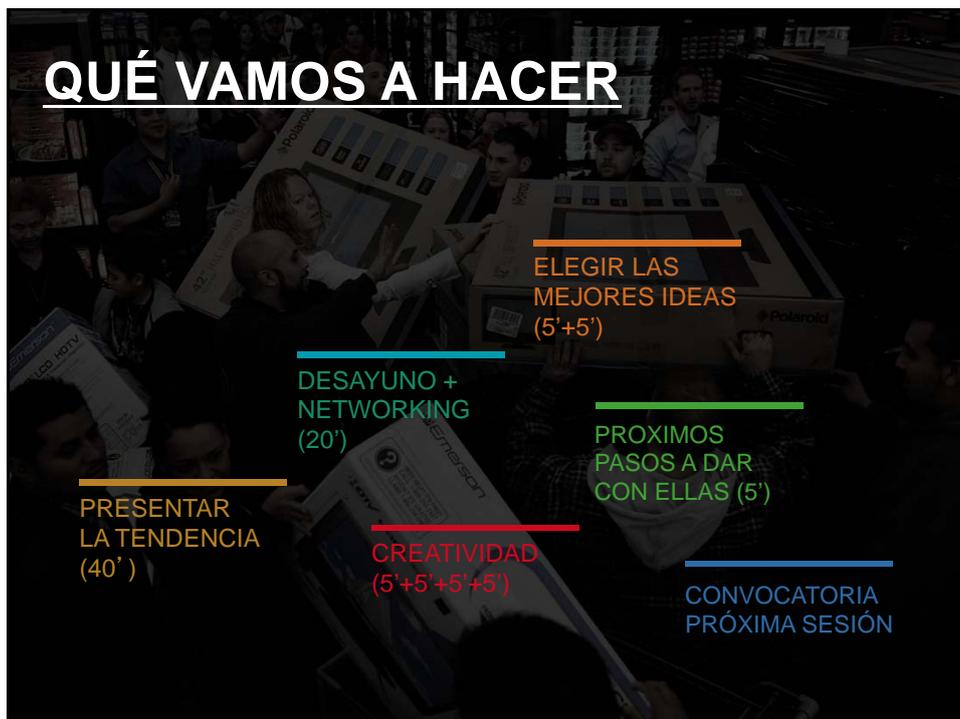
**Trabajado con empresas de + 20 sectores industriales y servicios**

**Especialista en Innovación por IESE Business School**

**Máster en Alta Dirección de empresas internacionales (PMD) por ESADE Business School**

**Licenciado en Ciencias Económicas por Universidad Autónoma de Madrid**

**Más en LinkedIn: Javier Sastre**



## QUÉ VAMOS A HACER

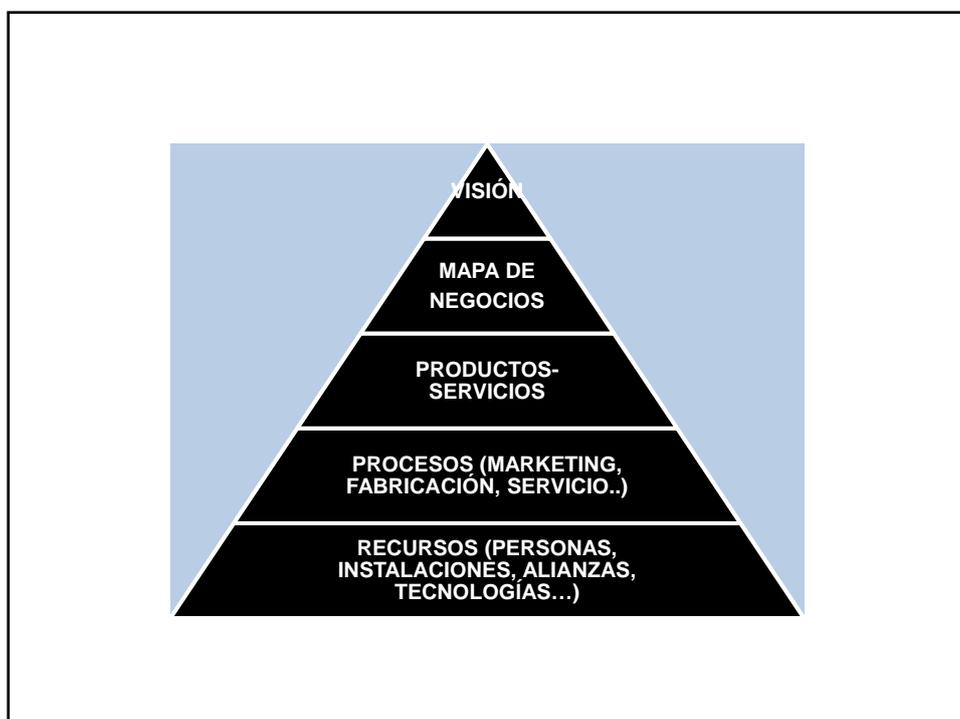
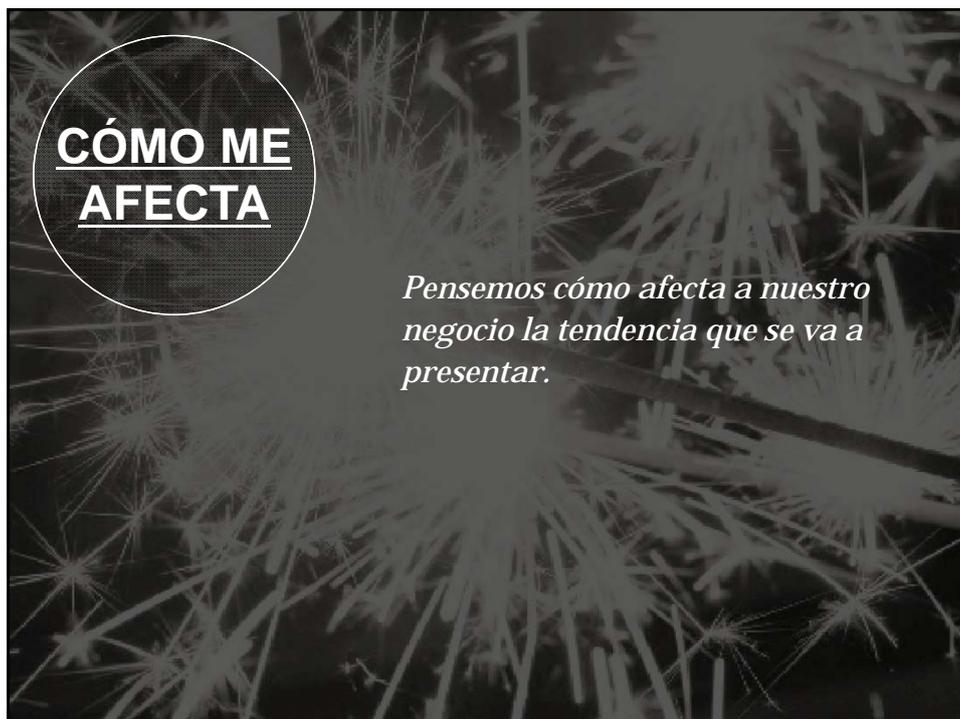
- PRESENTAR LA TENDENCIA (40')
- DESAYUNO + NETWORKING (20')
- ELEGIR LAS MEJORES IDEAS (5'+5')
- PROXIMOS PASOS A DAR CON ELLAS (5')
- CREATIVIDAD (5'+5'+5'+5')
- CONVOCATORIA PRÓXIMA SESIÓN



## QUÉ ES UNA TENDENCIA

*Tendencia: Patrón común en la forma de pensar y comportarse una mayoría de consumidores durante un periodo de tiempo.*

*“Es una corriente de viento fuerte que nos puede llevar lejos si nos orientamos adecuadamente a ella”*



## CÓMO ME AFECTA

*Pensemos cómo afecta a nuestro negocio la tendencia que se va a presentar.*

*Y anotemos las ideas u oportunidades que se nos ocurran durante la presentación.*

*...o simplemente aquellos ejemplos que más nos llamen la atención*

# PRESENTACIÓN TENDENCIA



## VIDA SUB- CONTRATADA

*Los consumidores están adoptando objetos que conectan sus casas, sus lugares de trabajo y vehículos.*

*Pueden “subcontratarlos”, (utilizarlos como asistentes) para aquellas partes de su vida que menos les interesan.*

*...así podrán maximizar las que más les interesan.*

## POR QUÉ

**LADO DEMANDA:** La «Internet de las Cosas» (red de objetos cotidianos conectados entre sí) está impulsada por un consumidor que se pregunta por qué su cafetera no está sincronizada con su despertador...

**LADO OFERTA:** la oferta de más objetos inteligentes y el desarrollo y mejora de diferentes tecnologías de sensores, están haciendo surgir verdaderos entornos conectados

***En 2016, los gigabytes equivalentes a todas las películas que se han rodado, cruzarán las redes globales cada 3 minutos***

FUENTE:

(Cisco)



**VIDA SUB-  
CONTRATADA**

**SENSOR DE PLANTAS Koubachi**

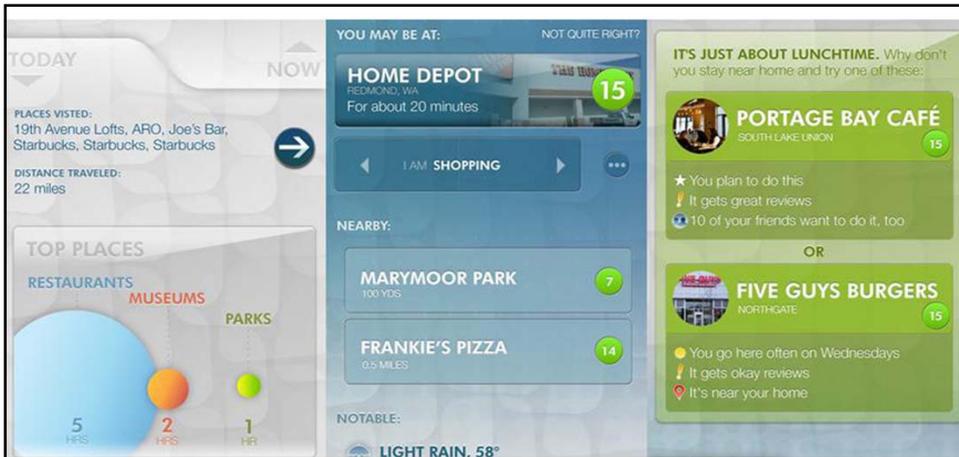
*Control remoto de las condiciones del suelo, la luz y el aire*



**VIDA  
SUBCONTRATADA**

**THE MILKMAID**

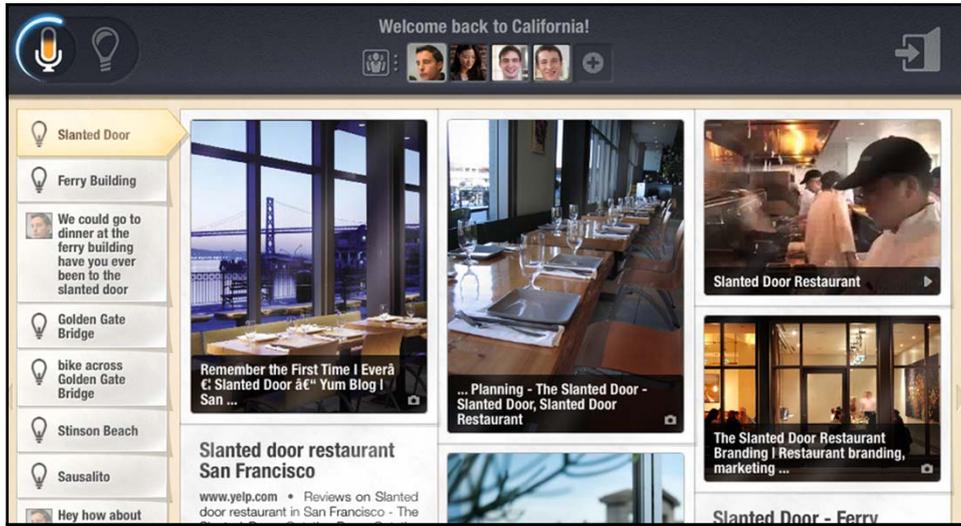
*Jarra de leche que envía SMS cuando esta acabándose o está pasada*



**VIDA  
SUBCONTRATADA**

**SAGA**

*App móvil que monitoriza los movimientos del usuario y automáticamente le sugiere nuevos sitios*



Welcome back to California!

Slanted Door

Ferry Building

We could go to dinner at the ferry building have you ever been to the slanted door

Golden Gate Bridge

bike across Golden Gate Bridge

Stinson Beach

Sausalito

Hey how about

Remember the First Time I Ever... Slanted Door at Yum Blog | San ...

... Planning - The Slanted Door - Slanted Door, Slanted Door Restaurant

Slanted Door Restaurant

The Slanted Door Restaurant Branding | Restaurant branding, marketing ...

Slanted Door - Ferry

**VIDA SUBCONTRATADA**

**MINDMELD**

*App que genera información útil en tiempo real basada en las conversaciones que mantiene el usuario*



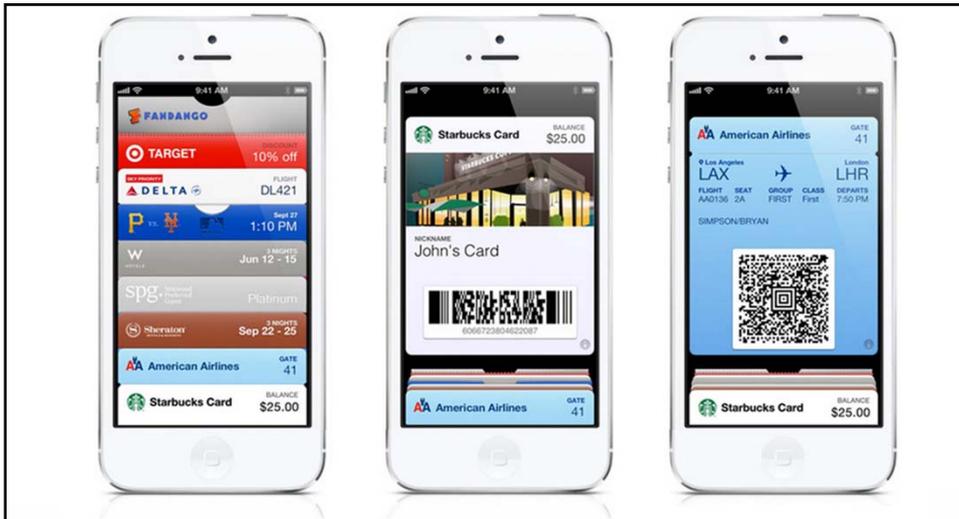
35 CLAYTON  
FRONT DOOR

GUESTBOOK

**VIDA SUBCONTRATADA**

**AUGUST SMART LOCK**

*Sistema de entrada y bloqueo, sin llaves, manejado desde el smartphone*



**VIDA SUBCONTRATADA**

**APPLE PASSBOOK**

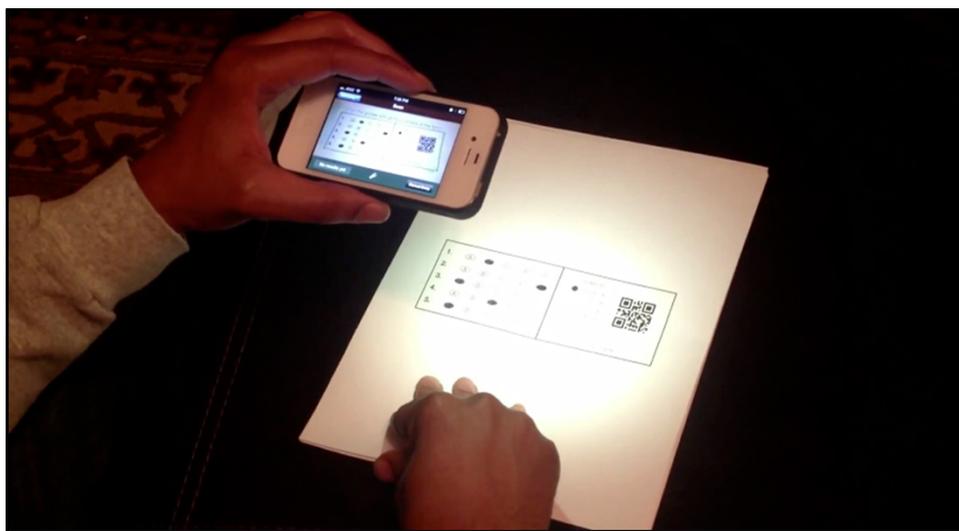
*Billetera virtual que incorpora: tarjetas fidelización, tickets conciertos, cupones descuento, tarjetas embarque...*



**VIDA SUBCONTRATADA**

**Macy's**

*GPS indoor que permite a los clientes encontrar fácilmente los productos que buscan*



**VIDA SUBCONTRATADA**

**QUICK KEY**

*App móvil que escanea y puntúa los exámenes de los estudiantes, saca promedios...*



**VIDA SUBCONTRATADA**

**ADHERE TECH**

*Frasco de pastillas inteligente que avisa a los pacientes de cuándo tomar una medicación*



**VIDA SUBCONTRATADA** | **EMBRACELED**  
*Braceletes con luz LED inteligentes que permiten localizar a gente con intereses similares*



**VIDA SUBCONTRATADA** | **VIVO PLAY**  
*Reloj-comunicador que ayuda a los padres a estar conectados a sus hijos*

**VIDA SUBCONTRATADA**

**SOLD**

*App móvil que hace fácil la venta de productos que no necesitamos*

## OPORTUNIDADES

¿Qué puede hacer para integrar tus productos físicos con el mundo digital – o al revés?

¿Qué ventajas les puedes aportar a los usuarios de tus productos o servicios, potenciando esa integración?

La más simple integración de información del mundo-real con un servicio digital puede facilitar una vida «subcontratada» (ver el sensor de riego de plantas)

¿Puedes conectar unos objetos con otros, para aumentar la utilidad o la comodidad de los usuarios?

...pero recordar que: no es la tecnología por la tecnología, sino la tecnología para mejorar, maximizar un estilo de vida...

# **CREATIVITY BREAK**



## DATOS DE UN VISTAZO

*El uso creativo de la visualización de datos ha despertado a los consumidores al poder de los datos convertidos en imágenes*

*¿Qué hacer?*

*Visualizaciones de datos para el consumidor, que combinan la elegancia y la aportación de información procesable.*

## POR QUÉ

Hay  **saturación de información (datos)**: cada interacción que realizamos genera datos.

Los consumidores lo saben: quieren que uses esos datos para **ayudarle** a ahorrar tiempo y dinero, y a entenderse mejor ellos mismos o el mundo que les rodea

Nos falta tiempo: pero los consumidores **NO se quieren perder** en un mar de datos, aunque estos estén disponibles y sean valiosos para ellos

Los consumidores **necesitan** mensajes cortos, comprensibles y procesables inmediatamente, en el instante

**DATOS DE UN VISTAZO**

**BIDGELY**  
*Web y app móvil que permite a los consumidores monitorizar su consumo energético doméstico en tiempo real*

**DATOS DE UN VISTAZO**

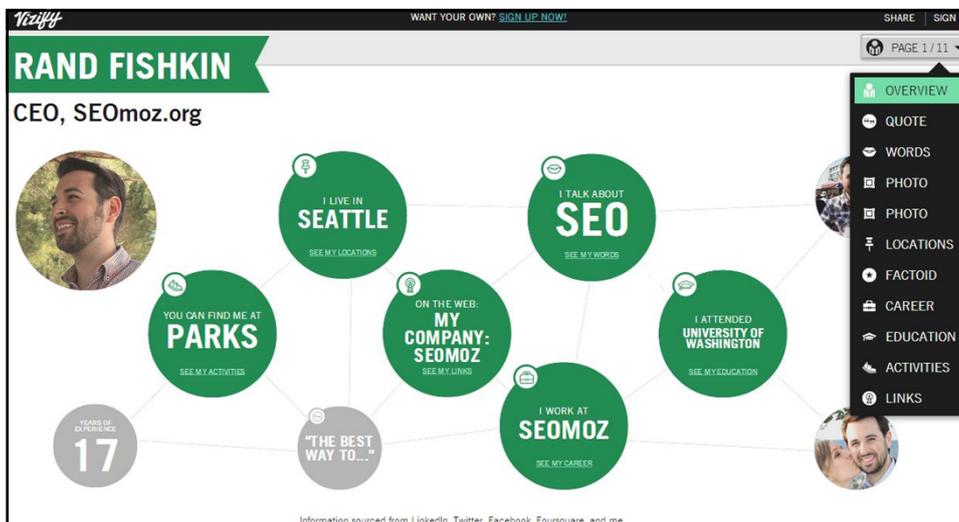
**OPOWER**  
*App social crea una competición de uso de energía*



**DATOS DE UN VISTAZO**

**HOME FINDER**

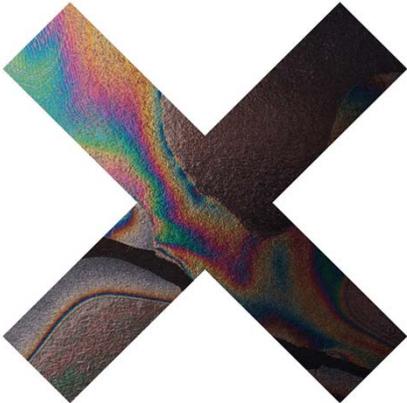
*App inmobiliaria que despliega información de casas próximas vía RA*



**DATOS DE UN VISTAZO**

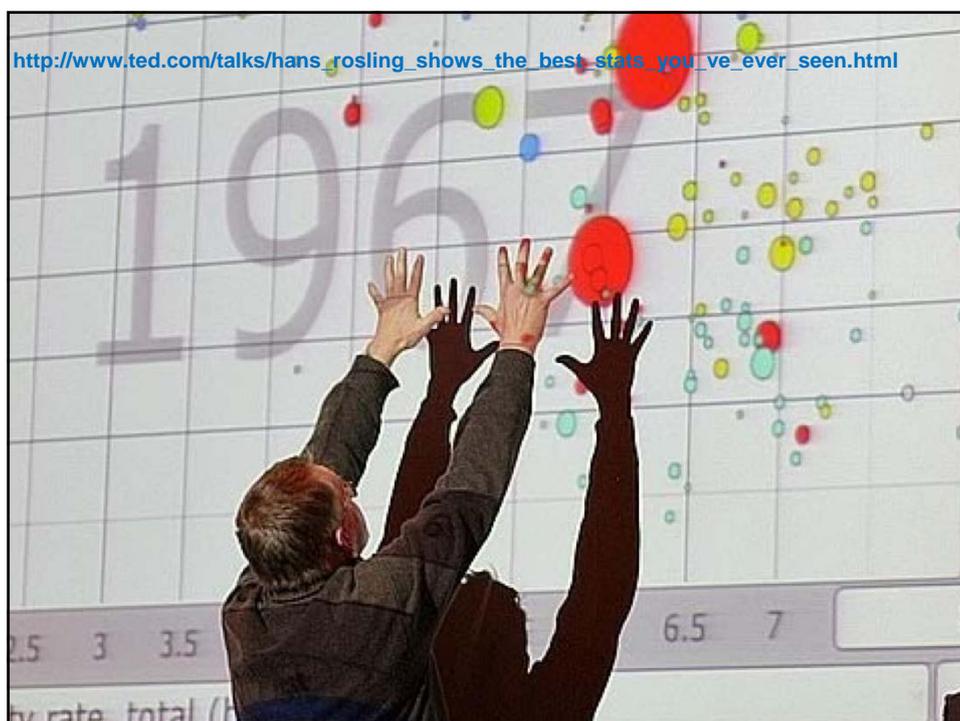
**VIZIFY**

*App gratuita que transforma los datos de tus redes sociales en un perfil visual que se puede compartir*



**DATOS DE UN VISTAZO** | THE XX

*Grupo de música lanza su segundo album a un solo seguidor...y monitoriza su difusión viral por medio de un mapa animado*





## OPORTUNIDADES

**MÍNIMO:** presentar información visual útil en las facturas y otras comunicaciones rutinarias que envías a tus clientes (aprovechar)

**AGREGACIÓN:** ¿puedes agregar todos los datos que genera un cliente en un área determinada y proporcionarle una información útil? (visión global)

**COMPARACIÓN:** añade un elemento social a la plataforma de visualización de datos, para que se puedan comparar unos usuarios con otros (hacer social)

# **CREATIVITY BREAK**



## EXPERIENCIAS DE VENTA

*Los entornos de venta al por menor van a desarrollar una gama completa de experiencias:*

*...desde la ultra-conveniencia (virtual) o grabar-y-marchar, a experiencias premium multi-sensoriales*

## POR QUÉ

En el retail hay una **verdadera convergencia**: el mundo online se encuentra con el offline cada vez de manera más natural

**Smartphones** encuentran los **códigos QR** generando una mentalidad de «compra cualquier cosa en cualquier lugar»

Consumidores que utilizan transporte público, se encuentran con opciones de compra en **escaparates virtuales**, con entregas a domicilio

El consumidor preparado digitalmente, acostumbrado a la información instantánea y relevante, encuentra **pobre** el espacio físico de retail tradicional



**EXPERIENCIAS DE VENTA**

**SUPERAMA**  
Códigos QR en quioscos de supermercados



**EXPERIENCIAS DE VENTA**

**PEAPOD**  
100 tiendas virtuales con código QR en grandes intercambiadores de viajeros (estaciones con transbordos)



**EXPERIENCIAS DE VENTA**

**CASINO**  
*Supermercado que utiliza tecnología NFC*



**EXPERIENCIAS DE VENTA**

**VIRALICA BEE**  
*Cientes haciendo publicidad de comercios en sus redes sociales: a cambio de descuentos y promociones*



SHOP LIKE IT'S THE FUTURE

NEO

**EXPERIENCIAS DE VENTA**

**ADIDAS**

*Escaparate táctil para compra interactiva*

The image shows a modern retail window display for Adidas. The window is illuminated with a blue and white color scheme. On the right side, there are several jackets hanging on a rack. A man is leaning into the window, touching one of the jackets. On the left side, two women are looking at a smartphone. The text "SHOP LIKE IT'S THE FUTURE" is displayed at the top right, and "NEO" is visible in the center. The overall atmosphere is futuristic and interactive.



**EXPERIENCIAS DE VENTA**

**MADE.COM**

*Vendedor online de mobiliario lanza un showroom físico con códigos QR*

The image shows a modern furniture showroom. The room is filled with white and light-colored furniture, including sofas, chairs, and tables. A person is visible in the foreground, looking at a smartphone. The background features a large screen displaying a hexagonal pattern. The overall atmosphere is clean and modern.

**EXPERIENCIAS DE VENTA** | **YIHAODIAN**  
*Vendedor online abre tiendas de RA a lo largo de China*

**EXPERIENCIAS DE VENTA** | **BURBERRY**  
*Runway Made to Order es un servicio que permite comprar directamente de la pasarela con personalizaciones con contenido digital*

**EXPERIENCIAS DE VENTA**

**PLAN UK**

*Female-focused charity advertisement can only be viewed by women*

## OPORTUNIDADES

**Códigos QR:** ¿cómo puedes utilizarlos para proporcionar información relevante a tus clientes? Se impone en el retail desde las famosas tiendas virtuales de Tesco en Corea

**NFC** es el mundo post-QR: ¿cómo puedes...?

**Entornos inmersivos:** pantallas táctiles, realidad aumentada,...  
¿puedes «inventar» algo parecido para tu negocio?

Si eres capaz de pensarlo, alguien será capaz de hacerlo

# **CREATIVITY BREAK**



## LUJURIA TECNOLÓGICA

*Ya sea para mantenernos más seguros, ahorrarnos tiempo, o integrar aspectos diversos de nuestro estilo de vida, los dispositivos – actuales y los que vengan-, son puerta a la maximización de nuestro estilo de vida*

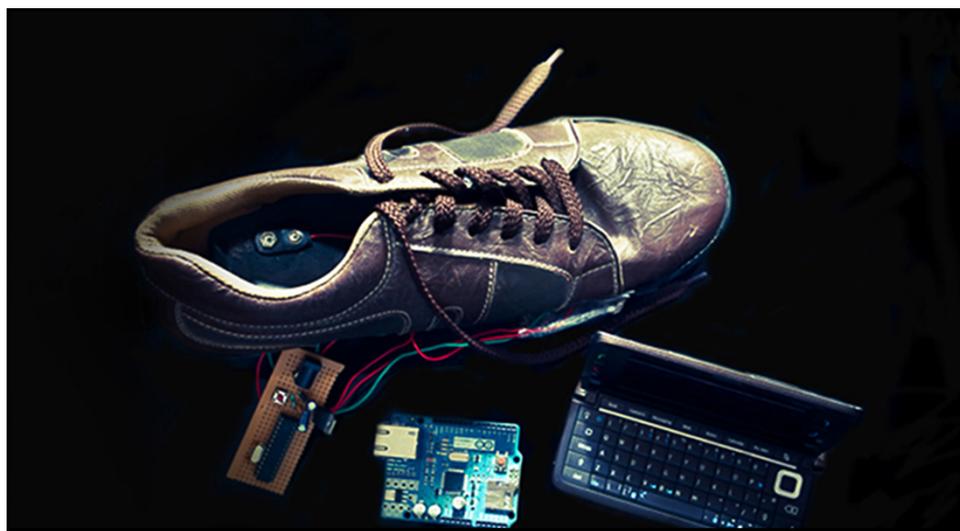
*Dispositivos que nos dan superpoderes...*

## POR QUÉ

Vivimos una época de **REVOLUCION TECNOLÓGICA** y esto significa

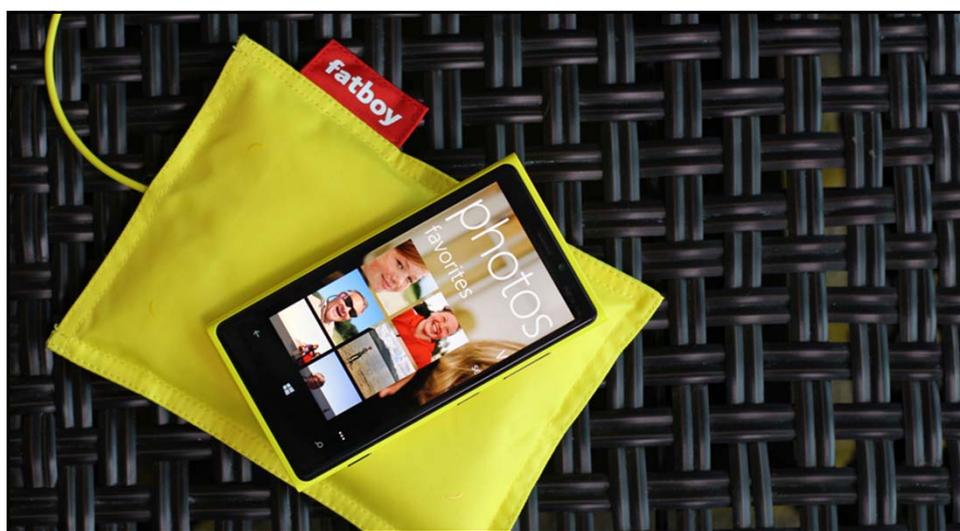
**INVENTOS,  
CREATIVIDAD,  
INNOVACIÓN**

desbordadas



**LUJURIA  
TECNOLÓGICA**

**ZAPATO HÁPTICO**  
*Zapato que proporcion feedback táctil para los impedidos visuales*

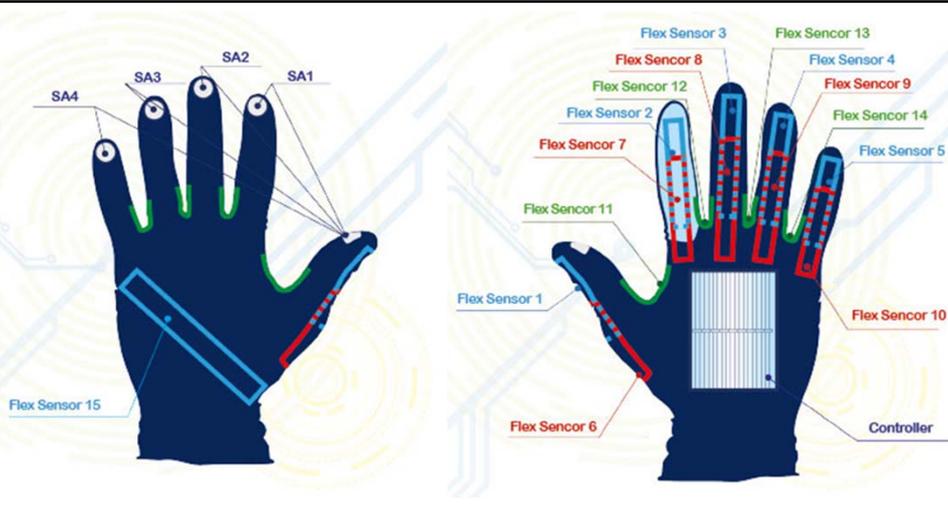


**LUJURIA  
TECNOLÓGICA**

**NOKIA FATBOY**  
*Cargador sin cables para Lumia 920: vía inducción magnética*



**LUJURIA TECNOLÓGICA** | **PROYECTO GLASS**  
*Google revela el prototipo de gafas inteligentes*

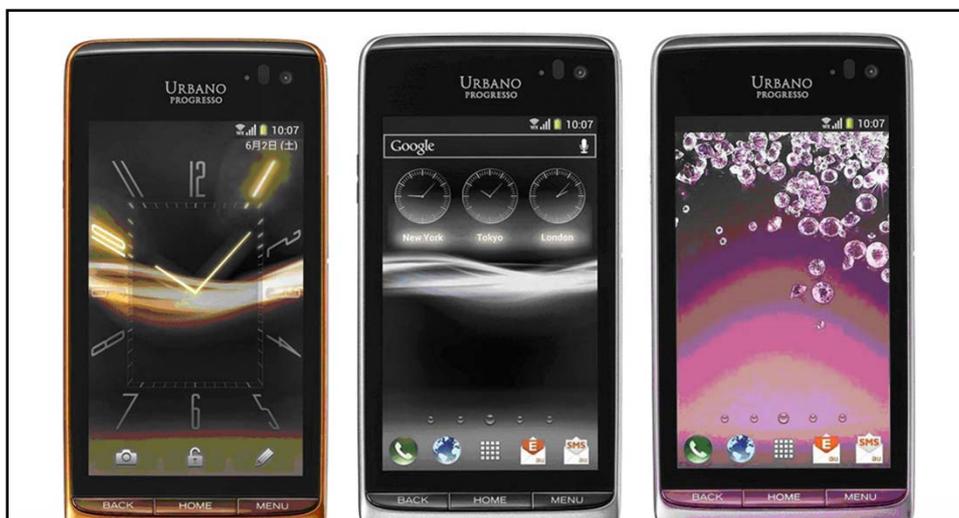


**LUJURIA TECNOLÓGICA** | **ENABLE TALK**  
*Guantes que "traducen" el lenguaje de signos a lenguaje hablado*



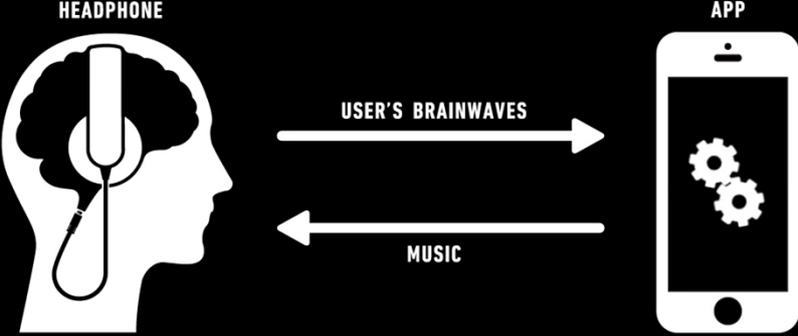
**LUJURIA  
TECNOLÓGICA**

**CYNAPS**  
*Gorra de visera que integra unos auriculares por conducción ósea*



**LUJURIA  
TECNOLÓGICA**

**KYOCERA**  
*Móvil que emplea la tecnología de conducción de tejidos para el audio: no tiene altavoz, las ondas de sonido van directamente al tímpano*



**HEADPHONE**

**APP**

**USER'S BRAINWAVES**

**MUSIC**

**LUJURIA TECNOLÓGICA**

**MICO**

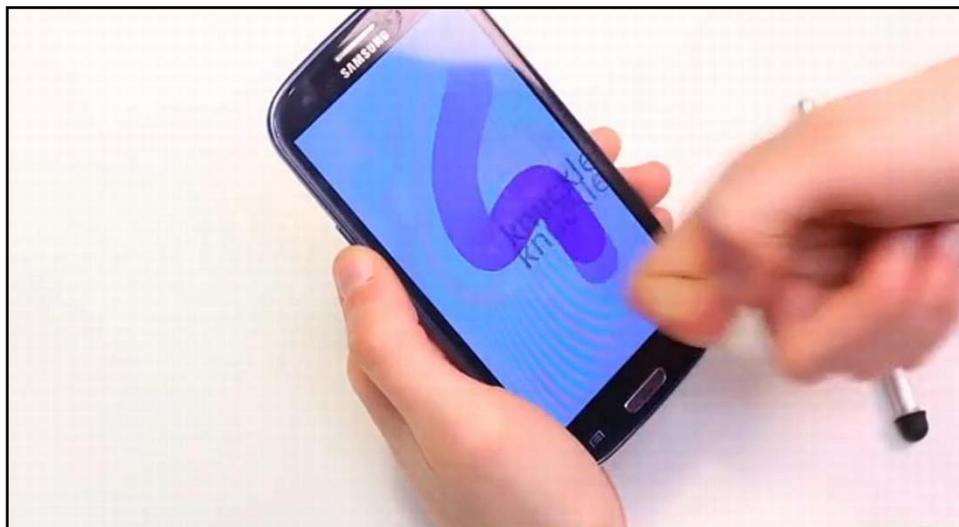
*Cascos que monitorizan las ondas cerebrales y seleccionan canciones acordes con el estado de ánimo*



**LUJURIA TECNOLÓGICA**

**NTT DOCOMO**

*Prototipo de tablet es controlada por la mirada*



**LUJURIA  
TECNOLÓGICA**

**QEEXO**

*Nueva tecnología táctil que facilita nuevos gestos con el smartphone*



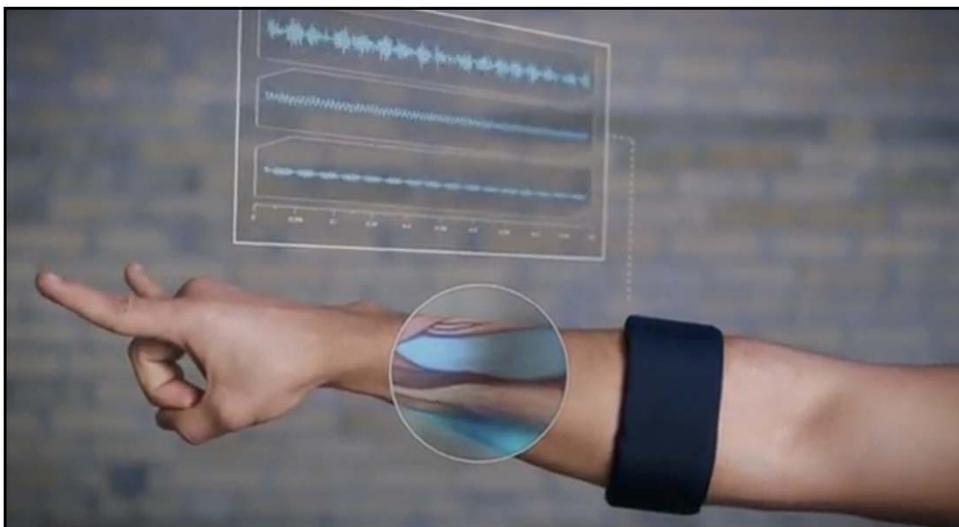
**LUJURIA  
TECNOLÓGICA**

**ROMO**

*Robot basado en smartphone incorpora tecnología de reconocimiento facial*



**LUJURIA  
TECNOLÓGICA** | **POPCORN INDIANA**  
*Video-parodia que se hace viral*



**LUJURIA  
TECNOLÓGICA** | **MYO ARMBAND**  
*Banda que permite controlar dispositivos  
digitals mediante gestos*

# OPORTUNIDADES

**¡TODAS!**

¿qué podríais hacer en vuestros negocios con cualquiera de estas cosas?

**CREATIVITY**  

---

**BREAK**



# SELECCIONAR IDEAS

## SELECCIONAMOS LAS MEJORES

**Alineado** con nuestra estrategia:  
con las necesidades que solucionamos y lo que queremos ser de mayores

**Impacto** en mi cuenta de resultados:  
facturación, beneficios

**Viabilidad** puesta en marcha:  
financiera, comercial, productiva...

**Novedad** en mi sector:  
si queremos ser realmente innovadores

**NUESTRA**  

---

**MEJOR IDEA**



## PRÓXIMOS PASOS

Describimos rápidamente los próximos 3 pasos para poner nuestra mejor idea en marcha:

PASO 1.....

PASO 2.....

PASO 3.....



**ASK ME!!**

[javiersastre@sastre-asociados.com](mailto:javiersastre@sastre-asociados.com)  
[www.sastre-asociados.com](http://www.sastre-asociados.com)