



REPORTE DE TENDENCIAS PARA LA INNOVACIÓN 2018



COLCIENCIAS
Ciencia, Tecnología e Innovación



**Cámara
de Comercio
de Bogotá**

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

CONTENIDOS

Las tendencias 2018: ¿para qué?

Introducción

Tendencia 1

Omnipresencia

Tendencia 2

Ecosistemas de hoy

Tendencia 3

Bienestar Integral

Tendencia 4

Ingrediente de Originalidad

Tendencia 5

Sostenibilidad Completa

TENDENCIAS 2018: ¿PARA QUÉ?

La Innovación es un PROCESO en el que se articulan conocimiento, experiencias pasadas, mapeo del entorno, inspiración e imaginación.

Las TENDENCIAS son el alimento para la creatividad y el insumo para una innovación acertada, realista y de largo alcance y se pueden aplicar no sólo a la creación de producto o de estrategias de comunicación sino a operatividad y procesos desde el origen, modelo de negocio, canales, punto de venta, experiencias, organizacional, alianzas, estrategia digital, el ADN del negocio, acciones sin ánimo de lucro, soluciones públicas, cadena productiva, entre otros.

REPORTE DE TENDENCIAS 2018

TENDENCIA 1.

OMNIPRESENCIA

Estrategias digitales con contenidos que se complementan. Acciones on line y off-line y que pueden utilizar Inteligencia Artificial.

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

TENDENCIA 1: OMNIPRESENCIA

CASO: PLATZI

<https://platzi.com>

Idea de Innovación No. 1:
Mensajes y contenidos que se complementan en las distintas redes digitales.

La plataforma de educación en línea Platzi tiene una estrategia digital de omnipresencia: en todas las redes sociales como Facebook, Twitter, Snapchat, Youtube. En cada una propone un contenido diferente y entretenido que se adapta al tipo de momento y de usuario de cada red social y que complementa la experiencia de marca que se vive en su sitio web y plataforma centrales. La repetición de contenidos es muy escasa, por el contrario en cada medio difunde videos, entrevistas, opinión, imágenes y frases que resultan interesantes y nunca repetitivas.



TENDENCIA 1: OMNIPRESENCIA

CASO: EVIAN

<https://www.youtube.com/watch?v=4EscVUOoFTw>

Idea de Innovación No. 2:
Acciones on-line y off-line, articulando los momentos y vivencias de los usuarios.

La marca Evian realizó una campaña en Nueva York durante el verano del 2014 que integraba las acciones en línea de sus consumidores, con acciones presenciales. Consistía en que las personas debían escribir desde su cuenta de Twitter su deseo de tomar agua Evian con el Hashtag #evianbottleservice. Automáticamente un domiciliario en bicicleta cercano, ubicado por geo-localización, llevaría a las personas una botella cumpliendo su deseo bajo el calor. La campaña era registrada por otros usuarios con sus celulares y así se lograba mayor visibilidad y viralización de la estrategia.



TENDENCIA 1: OMNIPRESENCIA

CASO: MY BEAUTY MATCHES

<https://www.mybeautymatches.com/>

Idea de innovación No. 3:

Se usa inteligencia artificial para afinar soluciones y respuestas.

La marca de cosméticos My Beauty Matches creó una plataforma en línea para comercializar sus productos en la que las personas comienzan la experiencia respondiendo un breve quiz de preguntas. El propósito es que a través de esas preguntas de consumo, estilo de vida y auto-conocimiento, con algoritmos de Inteligencia Artificial, la misma plataforma pueda sugerir la mejor opción de compra para la persona, ajustándose a sus necesidades específicas.



TENDENCIA 1: OMNIPRESENCIA

CASO: NEIMAN MARCUS

www.neimanmarcus.com/

Idea de Innovación No. 4:
Implementación de tecnología de punta para innovar en retail y atraer un usuario más digital.

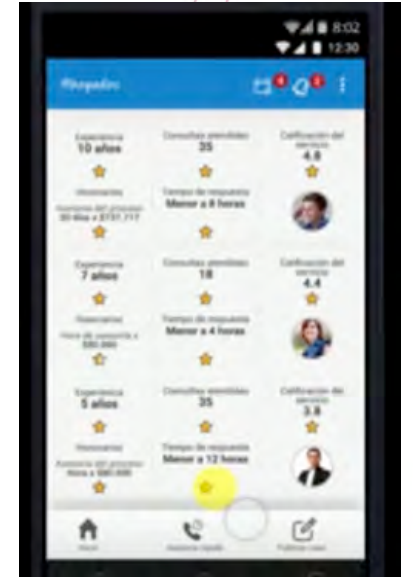
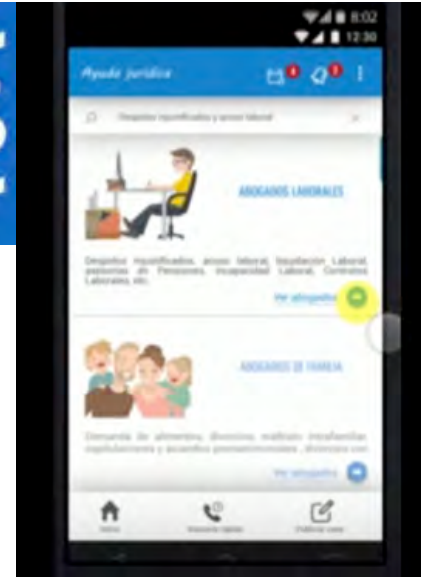
La lujosa marca de retail Neiman Marcus, ganó este año el 2017 Retailer Innovation Award in Customer Engagement. Su objetivo fue desdibujar las barreras existentes entre el cliente y la marca por medio de sus puntos de contacto digitales y reales. Por ejemplo el “Memory Mirror” permite a sus clientes tener un registro 360° de ellos mismos con una prenda para después compararlo con otro, y tomar la decisión de compra o para guardarlo en sus teléfonos. También el “Snap. Find. Shop” que permite a usuarios registrar con fotos las prendas que les gustan, para que así la aplicación pueda buscar prendas similares en las tiendas Neiman Marcus y recomendarlas.



TENDENCIA 1: OMNIPRESENCIA

CASO: LEGIS

www.legis.com.co



Idea de Innovación No. 5: Plataformas virtuales que complementan servicios presenciales. Hacer seguimiento de procesos, digitalmente.



Entendiendo la necesidad latente de las personas de contar con asesoría jurídica para consultas o casos, y como complemento a sus otros servicios, se propuso una aplicación digital para acceder a abogados de distintas ramas del derecho que prestan sus servicios. La aplicación cuenta con un promedio de costos de distintos tipos de consultas para que los usuarios tengan un mejor conocimiento de los costos y con un sistema de calificaciones de profesionales para asegurar un excelente servicio y fomentar la confianza.

www.legis.com.co



OPORTUNIDADES DE INNOVACIÓN

TENDENCIA 1: OMNIPRESENCIA

- Crear estrategias en los distintos medios digitales que proponen actividades o contenidos interesantes y que no se parecen a publicidad.
- Hacer una dinámica divertida entre las acciones on-line y off-line de mercadeo u organizacionales.
- Seguimiento y control de procesos de manufactura, compra o acciones sociales y medioambientales desde las plataformas digitales.
- Canales de compra digitales que se complementan con canales presenciales y viceversa.
- Sugerencias a partir de la información digital de las personas.

REPORTE DE TENDENCIAS 2018

TENDENCIA 2.

ECOSISTEMAS DE HOY

Nuevos procesos, modelos de negocio y estrategias de mercadeo que juegan con variedad de personas que pueden beneficiarse.

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

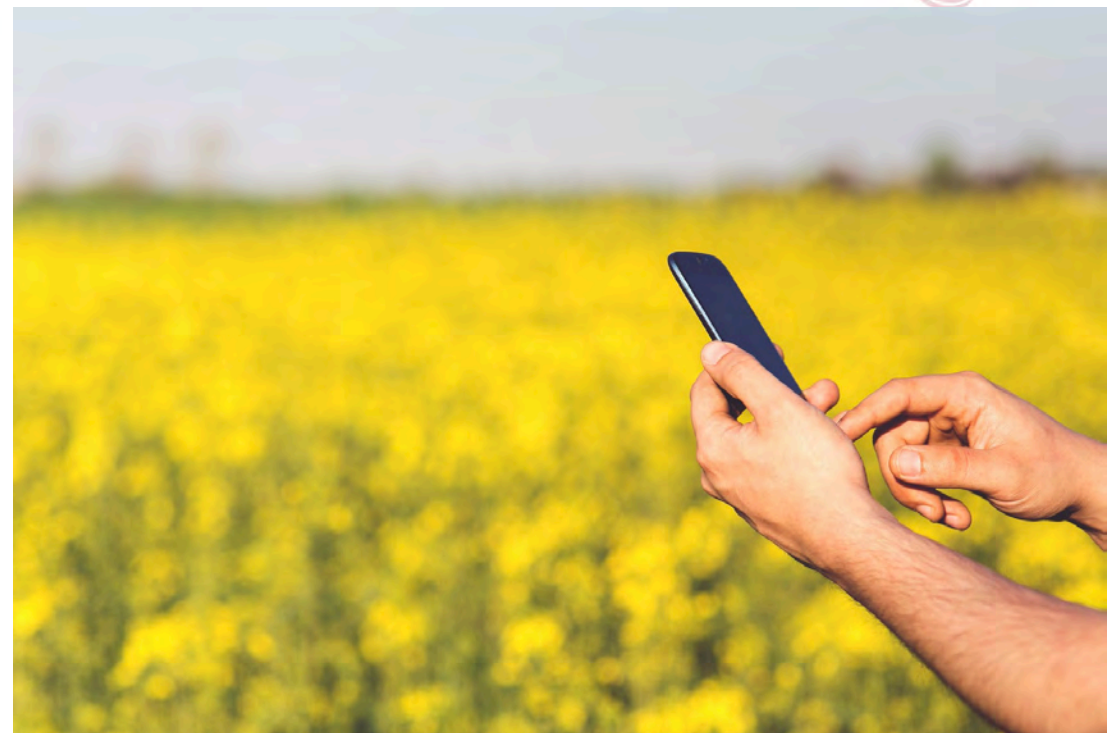
TENDENCIA 2: ECOSISTEMAS DE HOY

CASO: COMPROAGRO

<http://www.comproagro.com/>

Idea de innovación No. 1:
Nuevos modelos de negocio entre personas con afinidades evitando intermediarios.

ComproAgro es una plataforma digital que permite a campesinos alrededor de Colombia la posibilidad de vender los alimentos que producen a personas naturales, sin intermediarios. Esto ha sido una excelente idea no solo para los campesinos pues aumentan sus ingresos sino también para personas interesadas en comprar más barato e inclusive en comer más saludable pues conocen quienes y bajo que condiciones cultivan los alimentos que van a consumir.



TENDENCIA 2: ECOSISTEMAS DE HOY

CASO: WAITLIST

<http://www.waitlist.tech/>

Idea de Innovación No. 2:

Contar con todos los actores implicados en un negocio, o explorar nuevos segmentos de población.

Waitlist es una aplicación diseñada para fomentar la interacción entre personas que están esperando la salida de su vuelo en un aeropuerto. El tiempo promedio de espera de una persona en una sala de espera en un aeropuerto es de 1 hora. Para aprovechar este tiempo existe Waitlist. El pasajero sube a la aplicación su tarjeta de presentación y los demás usuarios pueden ver quienes están disponibles para así contactarlos y entablar una conversación. Esta aplicación fue pensada con el fin de dar la oportunidad a viajeros y usuarios de la aplicación de hacer nuevos contactos personales pero sobre todo laborales que puedan brindarles nuevas oportunidades de negocio.



With the WaitList app, users can see who else is waiting at the airport and has time for spontaneous interaction.



The app reveals skills and current interests of fellow travelers so that users can easily identify valuable conversation partners.



Matching users are guided to an airport café where they can meet in person.

TENDENCIA 2: ECOSISTEMAS DE HOY

CASO: JOSEPHINE

<https://www.josephine.com/>

Idea de innovación No. 3:
Negocios más flexibles y versátiles gracias a las conexiones entre personas que permite la tecnología.

Josephine es un sistema en línea que funciona como intermediario para ayudar a que personas que cocinan en casa puedan vender lo que preparan. Josephine no solo funciona como una herramienta logística, también se encarga de verificar que las personas que quieren hacer parte del negocio, cumplan – ellos y sus cocinas – los requerimientos sanitarios necesarios para poner sus recetas a la venta y lógico, que la comida que preparan sea deliciosa. El valor agregado de esta red es brindar a los cocineros la oportunidad de tener un ingreso económico y a los comensales de disfrutar de una comida casera, agradable y en familia.



Order in a few clicks

Order and pay online and we'll send you the pickup location.



Browse neighborhood meals

Find meals that fit your tastes, location, and schedule from a verified cook.



Pick up from around the corner

Grab your food from the cook's house and share with your family!

TENDENCIA 2: ECOSISTEMAS DE HOY

CASO: KOMIN

www.gransori.com

<https://www.komin.com.co/>

Idea de Innovación No. 4:
Nuevos modelos de negocio para optimizar recursos ya existentes.

La empresa de 30 años de experiencia en formas en espuma crearon un sistema transversal de innovación en su empresa. Utilizando maquinarias que estaban el 80% del año sin uso, crearon Komin, un espacio de co-working y de servicios abierto al público general, en donde además realizan talleres y encuentros. Expandiendo la oportunidad también proponen servicios de prototipado para empresas. La innovación consiste en comprender necesidades de distintos tipos de usuario en el ecosistema.

Kom·in
CO - WORKING & MAKER SPACE



TENDENCIA 2: ECOSISTEMAS DE HOY

CASO: TRAVEL & CODE

<http://cymetria.com>

<http://www.travelandcode.co/>

Idea de Innovación No. 5:

Abrir mercados en conexión con tendencias de estilo de vida (en este caso Millennial).

La empresa Cymetria <http://cymetria.com>

como parte de su innovación creó Travel And Code, un servicio para que extranjeros vengan a Medellín a hacer capacitaciones cortas en tecnología, teniendo una experiencia que mezcla estudio con placer y turismo. Los estudiantes viven y trabajan juntos, expandiendo sus habilidades en tecnología y experimentando una cultura de creatividad. La innovación consistió en atraer estudiantes de Estados Unidos, con cursos avalados por fabricantes tecnológicos, entendiendo el estilo de vida Millennial que prefiere consumir experiencias significativas y no sólo materiales.



OPORTUNIDADES DE INNOVACIÓN

TENDENCIA 2: ECOSISTEMAS DE HOY

- Innovar provocando interacciones entre pares unidos por una afinidad o necesidades complementarias adoptando algoritmos y plataformas digitales. Usar datos masivos para hacer diagnósticos y prever acciones.
- Buscar intercambios de beneficios entre distintas persona generando valor compartido (gana –gana). El beneficio que se intercambia puede que no ser únicamente monetario. Evitar intermediarios.
- Integración de lo público, privado, independiente, masivo, academia e informal.

REPORTE DE TENDENCIAS 2018

TENDENCIA 3.

EL BIENESTAR INTEGRAL

Buscar el balance entre salud mental y emocional, evitar los estereotipos, y dar valor a los beneficios agregados de cada propuesta.

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

TENDENCIA 3: BIENESTAR INTEGRAL

CASO: BRU BROTH

<https://www.brubroth.com/>

Idea de Innovación No. 1:
Balance y conciencia que integran el cuerpo, la mente y las emociones.

Los productos funcionales han tenido un nuevo ciclo de innovación: los beneficios no son sólo saludables o dietéticos. Debido a los estilos de vida de hoy, en donde la preocupación por el equilibrio y la felicidad son muy importantes, los productos funcionales deben además dar beneficios para la mente, el espíritu, las emociones. También existe un componente racional: el consumidor tiene la expectativa de que los productos que consume le brinden la tranquilidad de adquirir productos que son orgánicos, ecológicos o socialmente responsables. Este es el caso de BRU, que siendo una marca de caldos, un alimento tradicional y casero, se integra a los estilos de vida de bienestar cumpliendo con todas las anteriores expectativas mencionadas.



TENDENCIA 3: BIENESTAR INTEGRAL

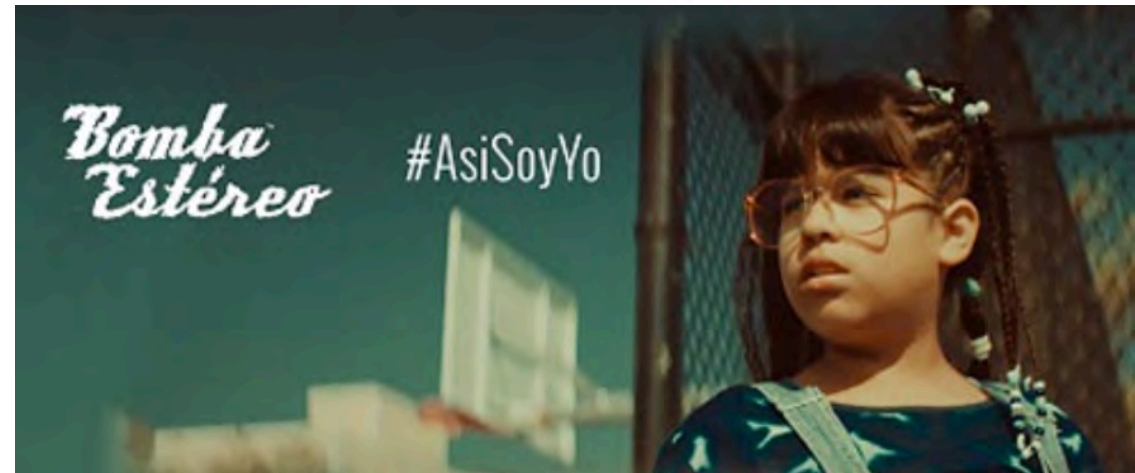
CASO: BOMBA ESTEREO

<https://www.youtube.com/watch?v=bxWxXncl53U>

Idea de Innovación No. 2:

Evitar modelos estandarizados o estereotipados, dando importancia a los valores humanos.

Los nuevos estilos de vida rechazan el *bullying* o matoneo en todas sus formas. La expectativa de cumplir con estereotipos de belleza o riqueza que ha marcado la publicidad tradicional está en caída, y optar por modelos de belleza o de valor más reales y diversos está en auge. Igualmente la conexión emocional con personas del común es mayor que con modelos o actrices. Este es el caso del video de Bomba Estéreo "Soy yo" en donde se muestra una niña orgullosa de su personalidad, talento y belleza sin preocuparse de cumplir con los estándares establecidos. Este video provocó la identificación de usuarios que compartieron y dieron sus opiniones en redes sociales y medios escritos.



TENDENCIA 3: BIENESTAR INTEGRAL

CASO: MONTE TEEPEE

<http://www.elmonteteepeehostel.com/welcome/>

Idea de Innovación No. 3:
Valorar el contacto personal y tener tiempo para disfrutar lo sencillo y auténtico. Hacer de lo autóctono, algo contemporáneo y emocionante.

El servicio de hospedaje en Guasca – Cundinamarca en Colombia adoptó la tendencia llamada *Glamping*: la mezcla perfecta entre glamour y camping. En una relectura del tradicional Teepee indígena, hicieron varias carpas tradicionales con todo el confort adentro para tener una experiencia única. Este servicio está acompañado con restaurante de comida autóctona y un excelente servicio al cliente.



TENDENCIA 3: BIENESTAR INTEGRAL

CASO: STIVR

<https://strivr.com/>

Idea de innovación No. 4:

Utilizar la tecnología al servicio de lo humano, la paz mental y las mejores relaciones personales.

Stivr es una plataforma que utiliza realidad virtual inmersiva para ayudar a que personas en empresas aprendan su labor más rápido y efectivamente optimizando el tiempo y recursos. En Walmart por ejemplo, utilizan este sistema para preparar a los empleados para situaciones de mucho estrés como Black Friday, simulando esta dinámica en la tienda. Stivr busca ser un método utilizado por grandes compañías para capacitar a empleados con el fin de lograr su excelencia y mayor efectividad en este proceso.



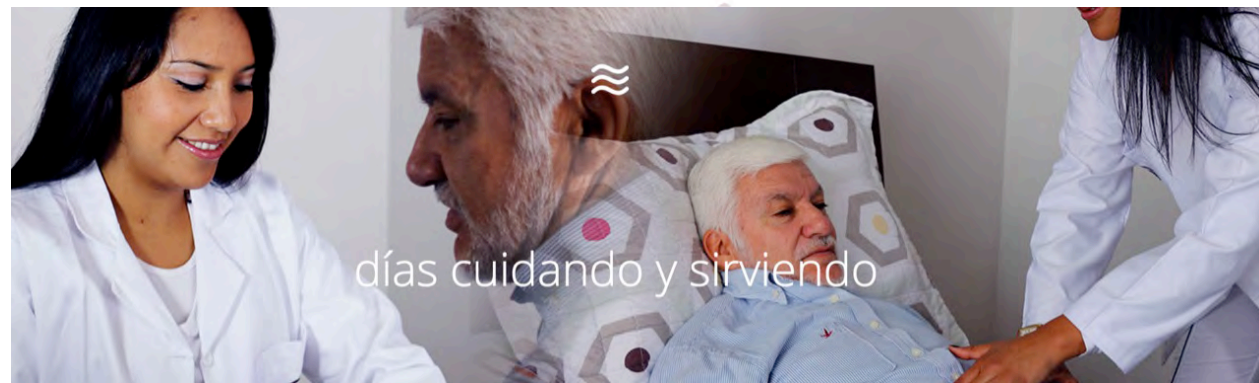
TENDENCIA 3: BIENESTAR INTEGRAL

CASO: CUIDARTE TU SALUD

<https://cuidartetusalud.com/>

Idea de innovación No. 5:
Hacer del servicio y el cuidado un arte.
Complementar apoyo técnico con emocional, mental, espiritual.

Es una empresa de servicios de salud que hace del cuidado y servicio del paciente, un arte. Su innovación consiste en acompañar integralmente a los pacientes en fase terminal creando un entorno amigable y de confort, que además de garantizar la parte técnica de la enfermedad, brinda el apoyo, psicológico, emocional y espiritual para el paciente, cuidadores y familia. Este servicio se presta a domicilio y próximamente en unidades de atención ambulatoria. Incorporan tecnología para el manejo de dolor crónico.



OPORTUNIDADES DE INNOVACIÓN

TENDENCIA 3: BIENESTAR INTEGRAL

- * Proponer negocios que conectan con beneficios de tipo mental, espiritual, intelectual, social o ecológico.
- Glocal: Lo universal y lo local se fusionan para volver contemporáneo lo autóctono y para valorar la naturaleza, el origen y lo sencillo.
- Cultivar en los negocios el valor de lo humano, sensible, la empatía y habilidades blandas.

REPORTE DE TENDENCIAS 2018

TENDENCIA 4.

INGREDIENTE DE ORIGINALIDAD

Incluir detalles que vienen del Arte, la Ciencia, el Diseño, los Video Juegos u otras disciplinas, para hacer especial una propuesta y dar soluciones más amenas.

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

TENDENCIA 4: INGREDIENTE DE ORIGINALIDAD

CASO: VR FASHION WEEK

<http://vrfashionweek.com/>

Idea de Innovación NO. 1:

Crear conexiones entre saberes y talentos interdisciplinarios para la originalidad.

VR Fashion Week es una semana en la cual los usuarios de las marcas pueden interactuar por medio de realidad virtual. El servicio, les permite, por ejemplo, estar en las pruebas de vestuario de las marcas, en el detrás de cámaras y estar al tanto de las nuevas colecciones y desfiles. Por ejemplo, Vogue y Apple se unieron para utilizar la realidad aumentada. El iPhone X recibirá una nueva función el 1 de diciembre que permitirá a los usuarios usar filtros desde iMessage de la misma forma multidimensional que Snapchat e Instagram. Estos filtros se basarán en las tendencias de la moda de primavera y verano de 2018. Un ejemplo que Vogue ha publicado es que podrán agregar un *glamour disco* a sus fotografías de perfil. La publicación de estos filtros es solo los primeros pasos de la realidad aumentada que Apple ha planificado junto con Vogue.



TENDENCIA 4: INGREDIENTE DE ORIGINALIDAD

CASO: GATOS Y BLUES CAFE

<https://gatosyblues.com/>

Idea de innovación No. 2:

Valorar lo inusual, lo sorprendente, lo experimental o lo que se sale de la norma.

En Bogotá, el Café Gatos y blues, adoptó esta tendencia que ya se ha visto en Tokio o San Francisco. Se trata de hacer un café para los amantes de los gatos en donde pueden ir con sus mascotas para que ellos también se diviertan, o pueden ir a acariciar y pasar un rato con animalitos que ya están ahí. Este espacio cuenta con todas las normas de sanidad, ya que el parque de juegos de los gatos se encuentra separado de la parte de alimentación humana, pero desde todo el café se puede observar el parque de animales. Esta propuesta se complementa con buena música. Una experiencia sin duda original y memorable.



TENDENCIA 4: INGREDIENTE DE ORIGINALIDAD

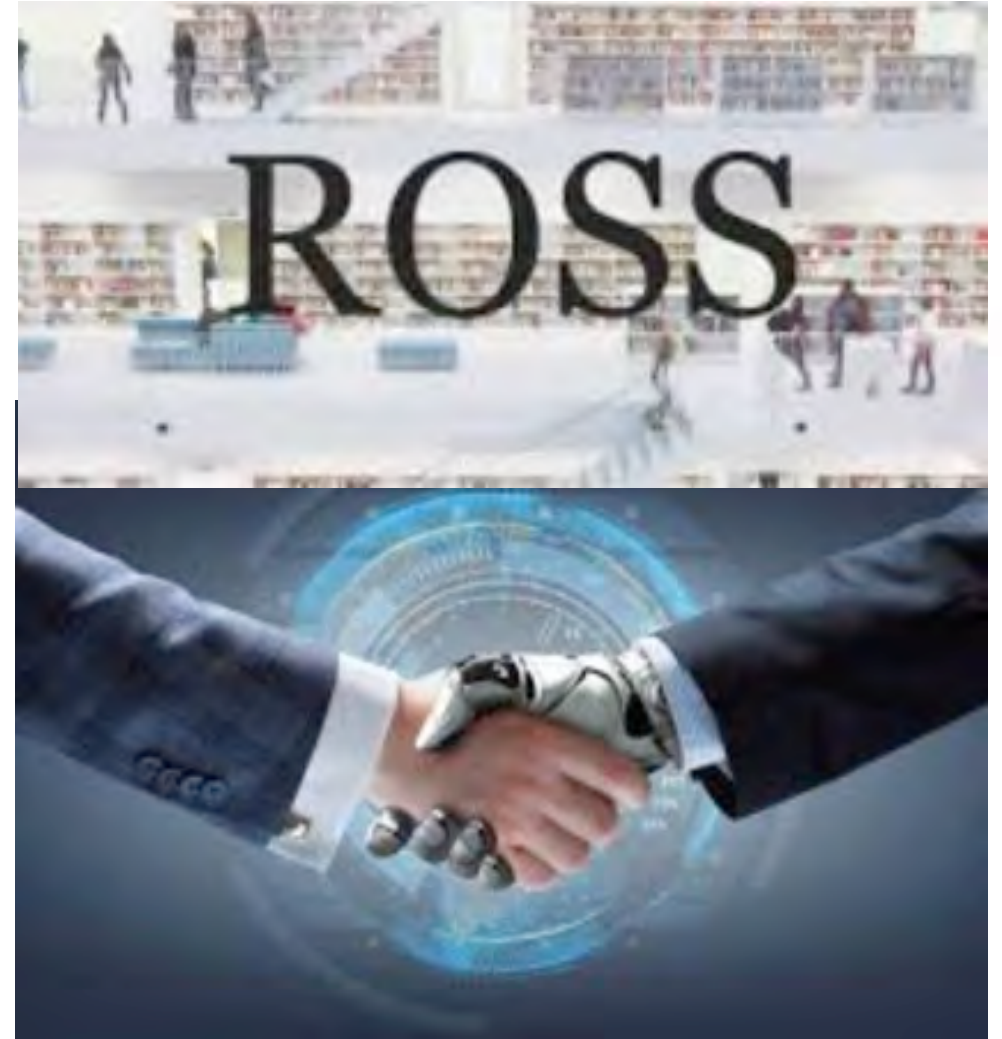
CASO: ROSS

<http://www.rossintelligence.com>

Idea de innovación No. 3:

Por medio de creatividad hacer fácil , ameno y divertido lo que normalmente es complicado o difícil.

Ross es una empresa que ofrece sus servicios a firmas de abogados y abogados independientes. Ross consiste en un buscador especializado en temas legales. Esta herramienta está basada en inteligencia artificial y funciona como un chat bot que resuelve dudas ayudando a optimizar el tiempo de los usuarios lo cual les permite invertir más tiempo en sus clientes. La biblioteca en la que se basa tiene un enorme volumen de contenidos que gracias a la tecnología se simplifica su análisis y reduce costos.



TENDENCIA 4: INGREDIENTE DE ORIGINALIDAD

CASO: VR HEALTH GROUP

<https://www.vrhealthgroup.com/>

Idea de innovación No. 4:

Crear experiencias más amenas y memorables a través de la creatividad y la tecnología.

Esta empresa de desarrollo en contenidos en realidad virtual se ha enfocado en dar soluciones a distintos aspectos médicos. VRPhysio™ es un software de rehabilitación física que provee una experiencia cautivante y amena diseñado para guiarlos por una terapia de ejercicios en acorde con su tratamiento médico, dando el seguimiento de sus progresos a través de una app. Dentro de otros softwares diseñados están aquellos para acompañar terapias psicológicas y los que se proponen aliviar el dolor.



TENDENCIA 4: INGREDIENTE DE ORIGINALIDAD

CASO: VECOL

<https://www.vecol.com.co/>

Idea de innovación No. 5:
Generar propuestas “de lujo” o “Premium” a partir de detalles especiales. Trabajar en equipo multidisciplinario.

La tradicional marca farmacéutica veterinaria VECOL dentro de sus proyectos de innovación creó una línea de cuidado para mascotas, consistentes en productos cosméticos para la belleza y el cuidado de perros y gatos con ingredientes premium. La idea surgió al revisar tendencias de estilo de vida, y darse cuenta que para las nuevas generaciones la mascota es un nuevo miembro de la familia, y que los dueños desean para ellos cuidados especiales, como si fueran para ellos mismos. Esta innovación llevó a la empresa a trabajar en equipos multidisciplinarios y a salir de la zona e confort. El proyecto de innovación continua a branding, canales, etc



OPORTUNIDADES DE INNOVACIÓN

TENDENCIA 4: INGREDIENTE DE ORIGINALIDAD

- Integrar elementos del arte, la ciencia, la música, el diseño, la tecnología u otras disciplinas especializadas para dar mejores soluciones en el negocio.
- Valorar la experimentación, lo sorprendente, lo que se sale de la norma, la co-creación.
- Proponer valores “de lujo” en pequeños detalles de creatividad o que son únicos.
- Ofrecer soluciones en campos que resultan difíciles para las personas utilizando la tecnología o la creatividad, el ocio, el juego o lo que resulta más placentero para hacer fácil y ameno lo que usualmente es complicado y difícil

REPORTE DE TENDENCIAS 2018

TENDENCIA 5.

SOSTENIBILIDAD COMPLETA

La sostenibilidad es un asunto transversal en el negocio que se compone de lo social, económico y medio-ambiental. En el hoy, ser sostenible es creativo, emotivo, divertido.

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

TENDENCIA 5: SOSTENIBILIDAD COMPLETA

CASO: STELLA MCCARTNEY / ELLEN MACARTHUR FOUNDATION

Idea de innovación No. 1:

Saber que la sostenibilidad es social, medio-ambiental y económica. Hacer marcas con sentido y propósito.

La diseñadora de modas Stella McCartney se ha unido con la Fundación Ellen McArthur para comenzar a trabajar en innovar en procesos en el sistema de moda, comenzando no sólo por su compañía sino también de la mano de otros actores importantes en el ecosistema de la moda. Esta iniciativa se apoya en estudios que demuestran el alto impacto medioambiental y social de la industria de la moda y cómo se podrían comenzar a solucionar de fondo. Este propósito va acompañado de campañas que hagan una pedagogía del consumidor para generar conciencia colectiva sobre el tema.



TENDENCIA 5: SOSTENIBILIDAD COMPLETA

CASO: LA CANASTA

<http://la-canasta.org/>

Idea de innovación No 2:

Valorar la transparencia y la honestidad como pieza clave en el mercado y los negocios.

La Canasta son un emprendimiento colombiano que desde el 2012 viene combinando siembra y mercado responsable y sostenible con estilos de vida contemporáneos. Mediante una red de agricultores de la región recuperan alimentos de cosecha, crean mercados aptos para distintos perfiles y estilos de vida que se pueden comprar por Internet y que son llevados a domicilio. En coherencia con sus principios, el comercio con agricultores y consumidor final es justo, el modelo de empaque es ecológico (invitación permanente a reutilizar), se entrega regularmente comunicación sobre el origen de los alimentos y recetas, se generan mecanismos de consumo que lleven al compromiso con los valores que promulgan y se incentiva el consumo responsable por comunicación digital, impresa y eventos.



TENDENCIA 5: SOSTENIBILIDAD COMPLETA

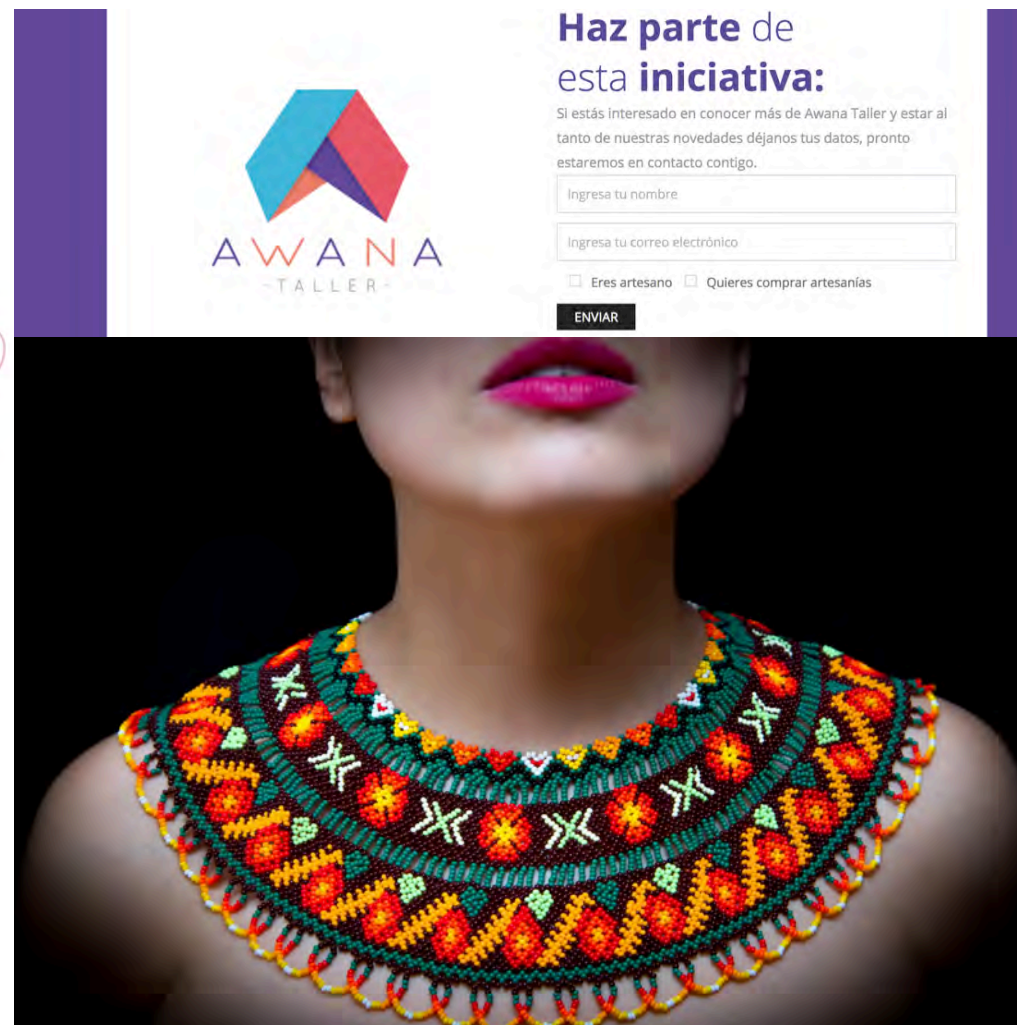
CASO: AWANA TALLER

<http://www.awanataller.com/>

Idea de innovación No. 3:
Ayudar a los usuarios a hacer parte del cambio positivo a través de la propuesta de negocio.

Awana Taller es una empresa que se encarga de crear lazos para el reconocimiento de las tradiciones artesanales en Colombia a través de una red de trabajo que se basa en prácticas comerciales justas, creando oportunidades para que las comunidades artesanas asociadas mejoren sus condiciones sociales y económicas.

En Awana Taller trabajan con dos comunidades artesanas: Jaipono, organización indígena Embera Chamí y Jeketu Kay, organización indígena Wayúu.



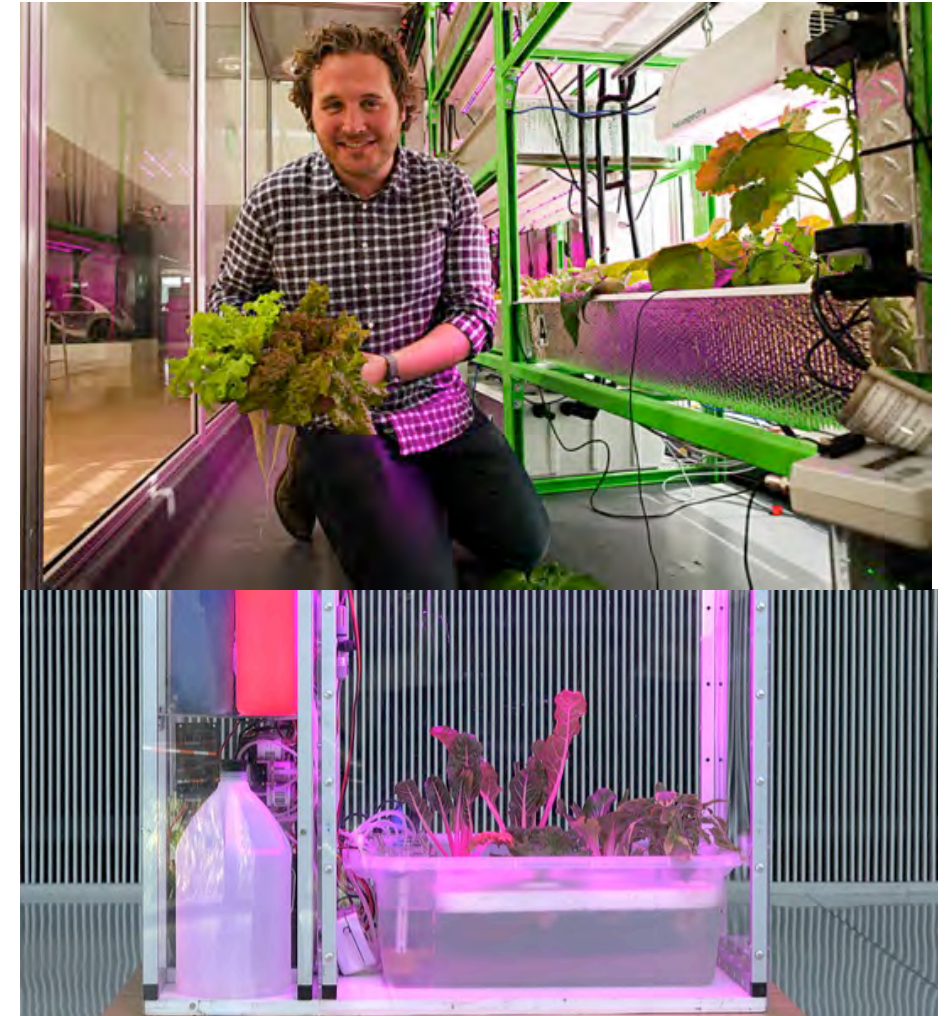
TENDENCIA 5: SOSTENIBILIDAD COMPLETA

CASO: OPEN AGRICULTURE DE MIT

<https://www.media.mit.edu/groups/open-agriculture-openag/overview/>
<https://www.kelp4less.com/food-computers/>

Idea de Innovación No. 4:
Tecnología para empoderar a los usuarios a hacer acciones más sostenibles.

Este laboratorio de MIT propone aprender *Food Computing*, o cómo realizar una plataforma de software y hardware de código abierto para agricultura. En esencia, la computadora de alimentos es un invernadero de alta tecnología. Cuenta con sistemas de control de clima computarizados, como luces de crecimiento y humidificadores, y sensores para monitorear los niveles de oxígeno, la temperatura y otras variables climáticas. El propósito de incorporar ambientes controlados para cultivar alimentos es que cada individuo sea autosuficiente y en un futuro, pueda autoabastecerse de alimentos, previendo igualmente la adversidad para la agricultura con el cambio climático.



TENDENCIA 5: SOSTENIBILIDAD COMPLETA

CASO: MGM

<http://www.mgmingeneriayproyectos.com/>

Idea de innovación No. 5:
Soluciones ecológicas sumadas a soluciones financieras y servicios al cliente.

Es una empresa de Ingeniería eléctrica y telecomunicaciones. Para diversificar su portafolio de servicios e innovar comprendieron 3 tendencias: la preocupación creciente por el cuidado del medio ambiente, el cambio climático y la imperante búsqueda de eficiencia en costos y gastos. Así se interesaron por La energía renovable, comenzando a trabajar con energía fotovoltaica, que es convertir energía solar en energía eléctrica. La innovación ecológica estuvo ligada al modelo de negocio, ya que prestan una asesoría integral a sus clientes para la viabilidad y sostenibilidad financiera de los proyectos de energía renovable.



OPORTUNIDADES DE INNOVACIÓN

TENDENCIA 5: SOSTENIBILIDAD COMPLETA

- Aplicar la sostenibilidad en lo social, económico, cultural y medioambiental (economía circular) en procesos, productos, canales, acciones, etc.
- Beneficiar la versatilidad en procesos y acciones para disminuir la producción de desechos, o utilizar los desechos como materia prima. Pensar en ciclos.
- Contemplar el comercio justo, integrando y beneficiando los actores de la cadena productiva, o terceros.
- Poner la creatividad al servicio de la sostenibilidad, dando formas de que el usuario ponga su granito de arena de forma amena y divertida.

REPORTE REALIZADO CON EL APOYO DE WWW.360TRENDLAB.COM



Créditos de imágenes:



Las imágenes utilizadas en el presente reporte fueron tomadas de <https://www.pexels.com> y cuentan con licencia creative commons 0. Todas las imágenes de las páginas web citadas corresponden a capturas de pantallas obtenidas de cada uno de los links.

DEGUSTACIONINNOVACION

Degustación de
INNOVACIÓN
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO



COLCIENCIAS
Ciencia, Tecnología e Innovación



GOBIERNO DE COLOMBIA

