

ANÁLISIS DE TENDENCIAS, CLAVE PARA LA ESTRATEGIA EMPRESARIAL

- *La Cámara de Comercio de Bogotá, el Centro de Investigación para la Industria de la Moda, Future Concept Lab y Arturo Tejada realizarán un piloto para desarrollar proyectos que impliquen nuevos procesos, productos y servicios basados en el análisis de tendencias.*
- *Cerca de 400 emprendedores y empresarios de las ocho iniciativas de cluster que impulsa la Cámara de Comercio de Bogotá fueron sensibilizados frente a la importancia de interpretar las tendencias globales y locales para el desarrollo de la estrategia empresarial.*

Bogotá, 1 de abril de 2014. La interpretación de las tendencias globales y locales, y su implementación en la estrategia de las compañías se ha convertido en uno de los más importantes desafíos empresariales.

Interpretar las tendencias permite un mayor entendimiento del cliente, un desarrollo de productos, servicios y procesos acordes a éstas y con ello aumento en ventas, rentabilidad y mejores resultados del negocio. Así lo anunció la Cámara de Comercio de Bogotá durante el evento realizado junto al Centro de Investigación para la Industria de la Moda, Future Concept Lab (Centro de innovación en la sociología de la comercialización de Milán), Sutex, y la Escuela Arturo Tejada Cano.

María Isabel Agudelo, vicepresidenta de fortalecimiento empresarial de la CCB, aseguró que la Entidad, con el objetivo de mejorar la capacidad de los emprendedores y empresarios en análisis de mercados y consumo para los próximos años, comenzó la implementación de un nuevo portafolio de servicios que incluye información, capacitación y asesoría basado en las últimas investigaciones del Future Concept Lab y el Observatorio de Tendencias.

Explicó que “en la actualidad la facilidad de acceso a la información y su rapidez de difusión han generado un cambio en los consumidores haciéndolos cada vez más activos, más claros en la definición de sus preferencias y más sofisticados al momento de elegir entre un bien o un servicio”.

De acuerdo con Francesco Moracce, integrante del Future Concept Lab de Milán, uno de los aspectos fundamentales para avanzar en la

innovación y la sostenibilidad empresarial es lo que llaman el “radical change” y es el cambio de creencia de que las tendencias se basan en el mercadeo, cuando en realidad la base son la estrategia y el modelo de negocio.

Piloto

Con el fin de promover el análisis de tendencias la CCB y sus aliados realizarán un plan piloto con 30 empresas y 15 emprendedores durante dos meses en los cuales trabajarán en tres frentes: capacitación en tendencias macro, que son aquellas que están en el mundo entero y que cambian cada 10 años; tendencias micro, que son aquellas que están relacionadas con el estilo de vida y que varían cada 5 años, y consumos locales.

El segundo frente es realizar un trabajo de campo para establecer tendencias locales, y por último desarrollar un proyecto que implique nuevos procesos, productos o servicios, basados en el análisis de la información.

Los seleccionados son parte de los 10.500 empresarios y emprendedores que han realizado el diagnóstico en la CCB porque tienen un sueño empresarial.

Mayor información

Adriana Alba/Jefe de Prensa

Tel 5941000 ext. 1608

Celular 3203290074

prensa@ccb.org.co

Clara Marín/Prensa

Tel 5941000 ext. 2672

Celular 3165787575

analistaprensa@ccb.org.co

Visítenos en: www.ccb.org.co

Síguenos en:     

Cámara de Comercio de Bogotá