

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

# TENDENCIAS INNOVADORAS

PAULA RIVEROS

DIRECTORA

**360** trendlab



# INNOVACIÓN

## ¿Y ESO CON QUÉ SE COME?



Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

# ¿QUÉ ES INNOVACIÓN?

“Una persona es creativa cuando descubre nuevas maneras de desarrollar una idea, resolver un problema o enfocar una situación.

La innovación se produce cuando, a través de un nuevo enfoque producido por la creatividad, conseguimos resultados originales, satisfactorios y aplicables”






FRANC PONTI

# POR QUÉ ES IMPORTANTE INNOVAR?

Innovar permite adaptarse  
a los **cambios**

# LA INNOVACIÓN GENERA FLEXIBILIDAD

La innovación diferencia  
a las empresas y las  
vuelve **competitivas**



# TIPOS DE INNOVACIÓN

**NUEVOS PRODUCTOS**

**NUEVOS SERVICIOS**

**NUEVAS EXPERIENCIAS**

**NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO**

**NUEVOS SEGMENTOS**

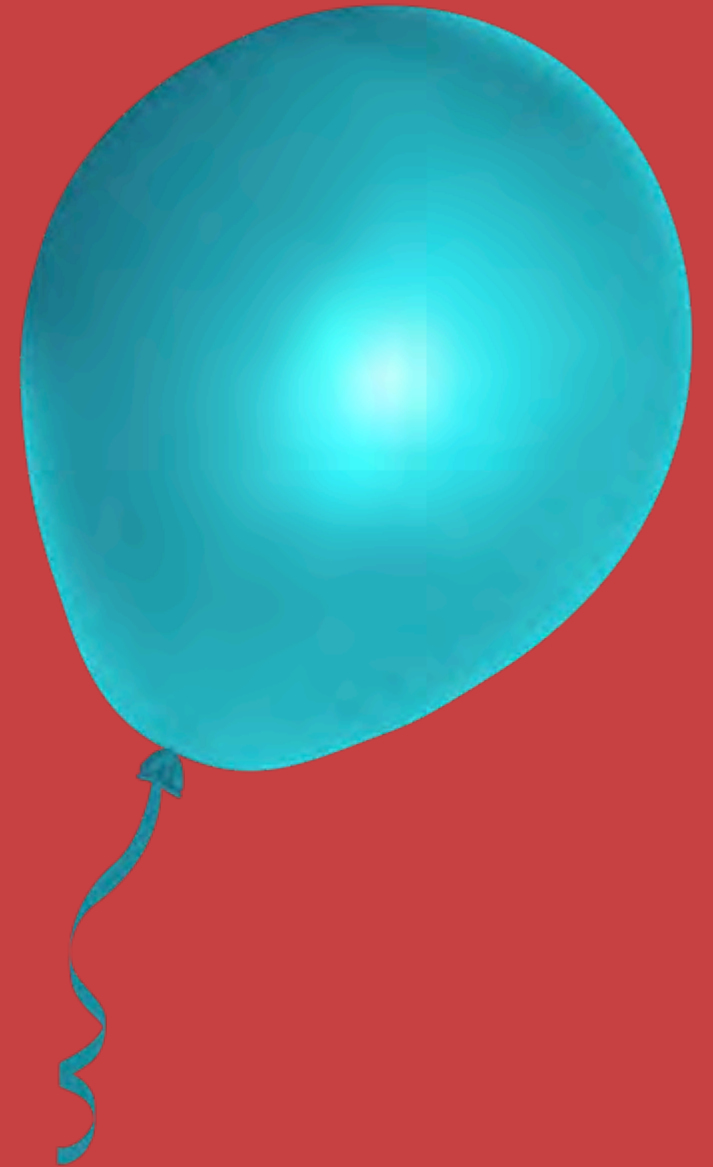
**INNOVACIONES LOGÍSTICAS**

**NUEVAS OCASIONES DE CONSUMO**

**NUEVOS PROCESOS INTERNOS**

# INNOVACIÓN ES :

- Mejorar
- Diferenciación
- Creatividad
- Futuro



# INNOVACIÓN ES :



Probar cómo hacer  
innovación a partir  
de tendencias

**INNOVACIÓN ES:**

**PROCESO**



# INNOVACIÓN ES:

# PROCESO =



# INNOVACIÓN ES:

# PROCESO



+



=

# INNOVACIÓN ES:

# PROCESO



+



=



Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

# INNOVACIÓN ES: PROCESO



=



# INNOVACIÓN ES:

# PROCESO



=



=



INGREDIENTES EN EL PROCESO =

TENDENCIAS!



INGREDIENTES BÁSICOS +  
ALGO MÁS!

**INGREDIENTES EN EL PROCESO =**

**TENDENCIAS!**



INGREDIENTES EN EL PROCESO =



TENDENCIAS!





INGREDIENTES EN EL PROCESO =

TENDENCIAS!



INGREDIENTES EN EL PROCESO =

**TENDENCIAS!**



# TENDENCIAS!

= Ingredientes en el proceso de innovación para mejorar, diferenciarse, crear y proyectarse a futuro.



**INNOVACIÓN ES:**

**PROCESO = EN MI NEGOCIO?**



**INNOVACIÓN ES:**

**PROCESO = EN MI NEGOCIO?**

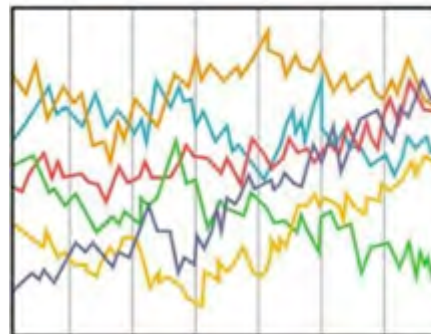


**A. TÉCNICAS Y  
SABERES**

# INNOVACIÓN ES:

## PROCESO = EN MI NEGOCIO?

**B. LO QUE PASA  
(Y PASÓ) EN MI  
NEGOCIO**



**INNOVACIÓN ES:**

**PROCESO = EN MI NEGOCIO?**



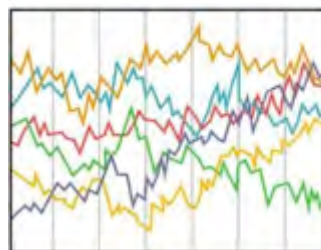
**C. LO QUE PASA  
EN EL ENTORNO  
DEL NEGOCIO**

# INNOVACIÓN ES:

## PROCESO



A. TÉCNICAS Y SABERES



B. LO QUE PASA (Y PASÓ) EN MI NEGOCIO



C. LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO





LO QUE PASA EN  
EL ENTORNO DEL  
NEGOCIO

= **TENDENCIAS!**



**TENDENCIAS! =**  
**LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO**

**¿CUÁL ES ESE ENTORNO?**

# TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO

¿CUÁL ES ESE ENTORNO?



## 1. MERCADO



# TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO

¿CUÁL ES ESE ENTORNO?

## 1. MERCADO



## 2. PERSONAS



# TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO

¿CUÁL ES ESE ENTORNO?

## 1. MERCADO



## 2. PERSONAS



## 3. MUNDO



Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
¿DE QUÉ SE TRATA CADA UNA?  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

# TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO

¿CUÁL ES ESE ENTORNO?

## 1. MERCADO



# TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO

¿CUÁL ES ESE ENTORNO?

## 1. MERCADO



\* LA COMPETENCIA

\* OTROS NEGOCIOS QUE AFECTAN POSITIVA O NEGATIVAMENTE EL MÍO

\* QUIÉN LLEVA LA DELANTERA EN MI NEGOCIO? = FUTURO, VANGUARDIA

# TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO

¿CUÁL ES ESE ENTORNO?

## 1. MERCADO



\* LA COMPETENCIA

\* OTROS NEGOCIOS QUE AFECTAN POSITIVA O NEGATIVAMENTE EL MÍO

\* QUIÉN LLEVA LA DELANTERA EN MI NEGOCIO? = FUTURO, VANGUARDIA



# TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO

¿CUÁL ES ESE ENTORNO?

## 1. MERCADO



\* LA COMPETENCIA

\* OTROS NEGOCIOS QUE AFECTAN POSITIVA O NEGATIVAMENTE EL MÍO

\* QUIÉN LLEVA LA DELANTERA EN MI NEGOCIO? = FUTURO, VANGUARDIA

# TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO

## MINI-EJERCICIO:

### 1. MERCADO



## OPCIONES PARA INNOVAR: PREGUNTARSE MENTALMENTE:

- ¿Qué me faltaría para llevarle la delantera a mi competencia?
- ¿Qué podría mejorar para que otros negocios no afecten el mío?
- ¿Qué alianzas puedo generar para crecer?
- ¿Cómo veo mi negocio de aquí a 10 años?

# TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO

¿CUÁL ES ESE ENTORNO?

## 2. PERSONAS



**TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO**

¿CUÁL ES ESE ENTORNO?

**2. PERSONAS** → **\* CONSUMIDOR DIRECTO**



# TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO

¿CUÁL ES ESE ENTORNO?

## 2. PERSONAS

### \* CONSUMIDOR DIRECTO



### \* OTROS:

- Proveedor / distribuidor
- Empleados / colaboradores
- Vendedores
- \* cliente empresarial

- \* Cliente interno
- \* Ciudadano
- \* Beneficiario
- \* Vocero
- \* Aliados
- \* Inversionista

# TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO

¿CUÁL ES ESE ENTORNO?



## 2. PERSONAS



CONSUMIDOR DIRECTO / OTROS  
SE PUEDE DEFINIR:



Demográficamente

Edad: 25 años

Género: masculino

Estrato: 4

Geografía: Bogotá



# TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO

¿CUÁL ES ESE ENTORNO?

CONSUMIDOR DIRECTO / OTROS

SE PUEDE DEFINIR:

## 2. PERSONAS



Edad: 25 años

Género: masculino

Estrato: 4

Geografía: Bogotá

Estilo de Vida



# TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO

¿CUÁL ES ESE ENTORNO?

CONSUMIDOR DIRECTO / OTROS

SE PUEDE DEFINIR:

## 2. PERSONAS



Estilo de Vida



**Edad:** 25 años

**Género:** masculino

**Estrato:** 4

**Geografía:** Bogotá

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO



# TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO

¿CUÁL ES ESE ENTORNO?

CONSUMIDOR DIRECTO / OTROS

SE PUEDE DEFINIR:

## 2. PERSONAS



Edad: 25 años  
Género: masculino  
Estrato: 4  
Geografía: Bogotá



Estilo de Vida

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

**TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO**

**MINI-EJERCICIO:**

**2. PERSONAS**



**OPCIONES PARA INNOVAR:**  
**PREGUNTARSE MENTALMENTE:**

¿A qué necesidades de estas personas podría responder y no lo estoy haciendo?

¿Qué cambios se han presentado en estas personas? ¿cómo reaccionó mi negocio?

¿Con qué grupo de personas nunca he trabajado? ¿cómo podría trabajar con ellos?

**TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO**

**¿CUÁL ES ESE ENTORNO?**

**3. MUNDO**



**TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO**

**¿CUÁL ES ESE ENTORNO?**

### **3. MUNDO**

**\* NOTICIAS, GEOPOLITICA - ECONOMÍA**



**TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO**

**¿CUÁL ES ESE ENTORNO?**

### **3. MUNDO**

- \* **NOTICIAS, GEOPOLITICA - ECONOMÍA**
- \* **AVANCES CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS**



[www.bostondynamics.com/](http://www.bostondynamics.com/)



# TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO

## ¿CUÁL ES ESE ENTORNO?

### 3. MUNDO

- \* NOTICIAS, GEOPOLITICA - ECONOMÍA
- \* AVANCES CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS
- \* CAMBIOS CULTURALES



BTS & KPop



# TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO

¿CUÁL ES ESE ENTORNO?

## 3. MUNDO

- \* NOTICIAS, GEOPOLITICA - ECONOMÍA
- \* AVANCES CIENTÍFICOS Y TECNOLÓGICOS
- \* CAMBIOS CULTURALES
- \* EXPRESIONES SOCIALES



**TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO**

**MINI-EJERCICIO:**

**3. MUNDO**



**OPCIONES PARA INNOVAR:**  
**PREGUNTARSE MENTALMENTE:**

¿Qué noticia política o económica podría influir en mi negocio?

¿qué avance científico podría influir en mi negocio?

¿qué cambio cultural podría influir en mi negocio?



**TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO**

**MINI-QUIZ:**

**¿Cuáles son las 3 campos para estudiar tendencias?**

**TENDENCIAS! = LO QUE PASA EN EL ENTORNO DEL NEGOCIO**

## 1. MERCADO



## 2. PERSONAS



## 3. MUNDO





**¡MANOS A LA MASA!**

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

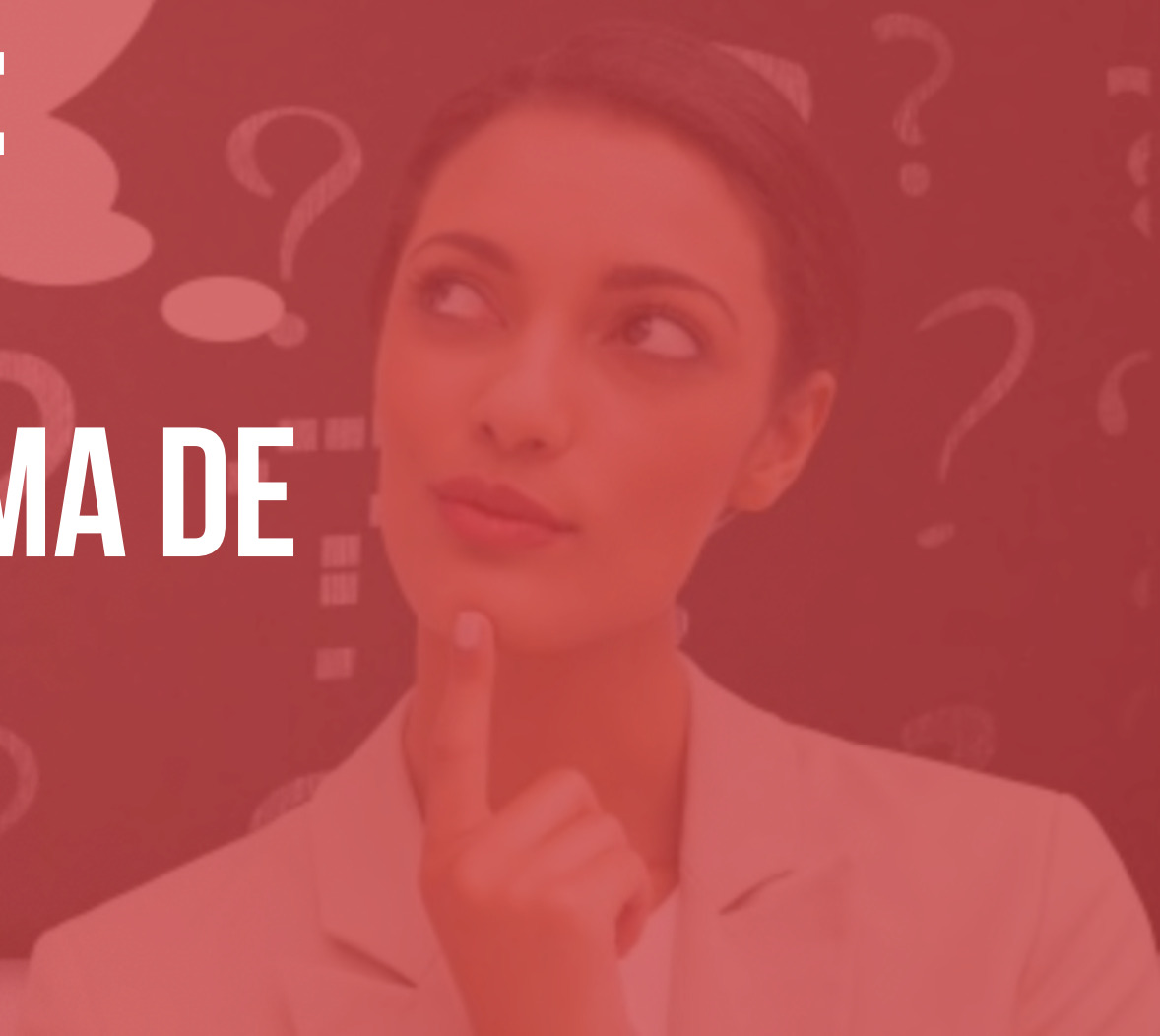
# SIGUE LOS 6 PASOS DE LAS PARA LA INNOVACIÓN



 MANOS A LA MASA 

**PASO A PASO  
PARA APLICAR  
TENDENCIAS**

**PASO 1:  
DEFINIR  
PROBLEMA DE  
NEGOCIO**



# TENDENCIAS:

## PASO 1:

# DEFINIR PROBLEMA DE NEGOCIO

Recuerda que cuándo hagas este ejercicio de definición de problema de negocio por tu cuenta, puedes hacerte la siguientes preguntas:

¿Qué me faltaría para llevarle la delantera a mi competencia?

¿A qué necesidades podría responder y no lo estoy haciendo?

¿Cómo reaccionó mi negocio?

¿Qué alianzas puedo generar para crecer?

¿Qué cambios se han presentado en estas personas?

¿Qué avance científico podría influir en mi negocio?

¿Cómo veo mi negocio de aquí a 10 años?

¿Qué noticia en política o economía podría influir en mi negocio?

¿Qué cambio cultural podría influir en mi negocio?

**¡DEFINIR EL PROBLEMA DE NEGOCIO SERÁ LA CLAVE PARA ENCONTRAR OPORTUNIDADES DE INNOVACIÓN!**

# TENDENCIAS:

PASO 1:

DEFINIR PROBLEMA DE NEGOCIO

INSTRUCCIÓN

**ARMAR GRUPOS DE 4 PERSONAS**  
**ESCOGER UN PAPELITO POR GRUPO**

*3 minutos*

# TENDENCIAS:

## PASO 1:

### DEFINIR PROBLEMA DE NEGOCIO

#### ¿ CÓMO USAR LAS TENDENCIAS?

1. Definición de problema de negocio



# TENDENCIAS:

PASO 1:


## DEFINIR PROBLEMA DE NEGOCIO

¿CÓMO USAR LAS TENDENCIAS?

1. Definición de problema de negocio

## EJEMPLOS PARA TRABAJAR EN ESTA SESIÓN:

### CASO 1:

 Don José tiene una ferretería desde hace 40 años en Chapinero. Desde hace unos años su clientela ha disminuído porque los vecinos ahora son más jóvenes y prefieren ir a Home Center. ¿Cómo podría innovar?

# TENDENCIAS:

## PASO 1:


### DEFINIR PROBLEMA DE NEGOCIO

#### ¿ CÓMO USAR LAS TENDENCIAS?

1. Definición de problema de negocio

#### EJEMPLOS PARA TRABAJAR EN ESTA SESIÓN:

##### CASO 2:

 Ana María de 28 años, vende objetos para decorar la casa que ella misma hace, desde su página de Facebook. Se da cuenta que finalmente todas las ventas se hacen entre sus amigas y quisiera ampliar su gestión comercial, pero sabe que no podría dar abasto con más pedidos. ¿Cómo podría innovar?

# TENDENCIAS:

PASO 1:

## DEFINIR PROBLEMA DE NEGOCIO

¿ CÓMO USAR LAS TENDENCIAS?

1. Definición de problema de negocio

### EJEMPLOS PARA TRABAJAR EN ESTA SESIÓN:

#### CASO 3:

Jhon Jairo de 45 años, vende servicios profesionales jurídicos. Se da cuenta que existen muchas personas que necesitan asesoría de un abogado pero que por un lado no entienden nada del tema jurídico o que no tienen dinero suficiente para contratarlo. ¿Cómo puede innovar?

# TENDENCIAS:

PASO 1:

## DEFINIR PROBLEMA DE NEGOCIO

¿CÓMO USAR LAS TENDENCIAS?

1. Definición de problema de negocio

### EJEMPLOS PARA TRABAJAR EN ESTA SESIÓN:

#### CASO 4:

María Consuelo tiene un restaurante desde hace 30 años, con comida casera y una clientela fija en zona de oficinas. Se da cuenta que las recetas han cambiado, la gente prefiere ir a un lugar más moderno, mucha gente pide domicilios y tiene muchos desperdicios en la preparación de alimentos y en el empaque de domicilios. ¿Cómo podría innovar?

# TENDENCIAS:

PASO 1:

## DEFINIR PROBLEMA DE NEGOCIO

¿ CÓMO USAR LAS TENDENCIAS?

1. Definición de problema de negocio

### EJEMPLOS PARA TRABAJAR EN ESTA SESIÓN:

#### CASO 5:

El doctor Ramirez lleva atendiendo 28 años en su consultorio como dermatólogo. Su hija Ana Milena se acaba de graduar de Dermatología y le propone renovar todo el servicio, implementar tecnologías, atraer nuevos pacientes y ayudar a los más necesitados. Él papá se pregunta para qué. ¿Como podría innovar?

# TENDENCIAS:

PASO 1:

## DEFINIR PROBLEMA DE NEGOCIO

¿ CÓMO USAR LAS TENDENCIAS?

1. Definición de problema de negocio

### EJEMPLOS PARA TRABAJAR EN ESTA SESIÓN:

#### CASO 6: (ejemplo)

María tiene una empresa para atender turismo de negocios que viene de distintos países de Asia a Bogotá. Se da cuenta que podría expandir su servicio a otros sectores, no sólo el de negocios; y que podría complementar todo su portafolio de servicios, buscar nuevos clientes. ¿Cómo innovar?



# TENDENCIAS:

PASO 1:

## DEFINIR PROBLEMA DE NEGOCIO

¿ CÓMO USAR LAS TENDENCIAS?

1. Definición de problema de negocio

### Instrucción 1:

Escribir en el formato el caso que les salió en el papelito.  
Imaginarsen en su grupo la situación del personaje de su caso.

**3 minutos.**

**PASO A PASO  
PARA APLICAR  
TENDENCIAS**



**PASO 2:  
DEFINIR  
UN OBJETIVO DE  
INNOVACIÓN**



# TENDENCIAS:

PASO 2:

## DEFINIR OBJETIVO DE INNOVACIÓN

**El objetivo de innovación** es la clave para decidir qué tendencias son clave al dar solución a mi problema de negocio.



# TENDENCIAS:

PASO 2:

DEFINIR OBJETIVO DE INNOVACIÓN

## ¿ CÓMO USAR LAS TENDENCIAS?

1. Definición de problema de negocio

### Ejemplo:

**María tiene un negocio para atender turismo de negocios que viene de distintos países de Asia a Colombia. Se da cuenta que podría expandir su negocio a otros sectores, no sólo el de negocios; y que podría complementar todo su portafolio de servicios, buscar nuevos clientes.**

# TENDENCIAS:

PASO 2:

## DEFINIR OBJETIVO DE INNOVACIÓN

### Instrucción 2.1

Sacar palabras clave del problema de negocio y otras asociadas:

2.1 Palabra clave:

**Turismo  
Asia - Bogotá**

### 2. OBJETIVO DE INNOVACIÓN

**Sector ocio,  
Sectores de negocios  
especializados**

**Buscar clientes  
(estrategia comercial, difusión)**

**5 minutos**

# TENDENCIAS:

PASO 2:

## DEFINIR OBJETIVO DE INNOVACIÓN

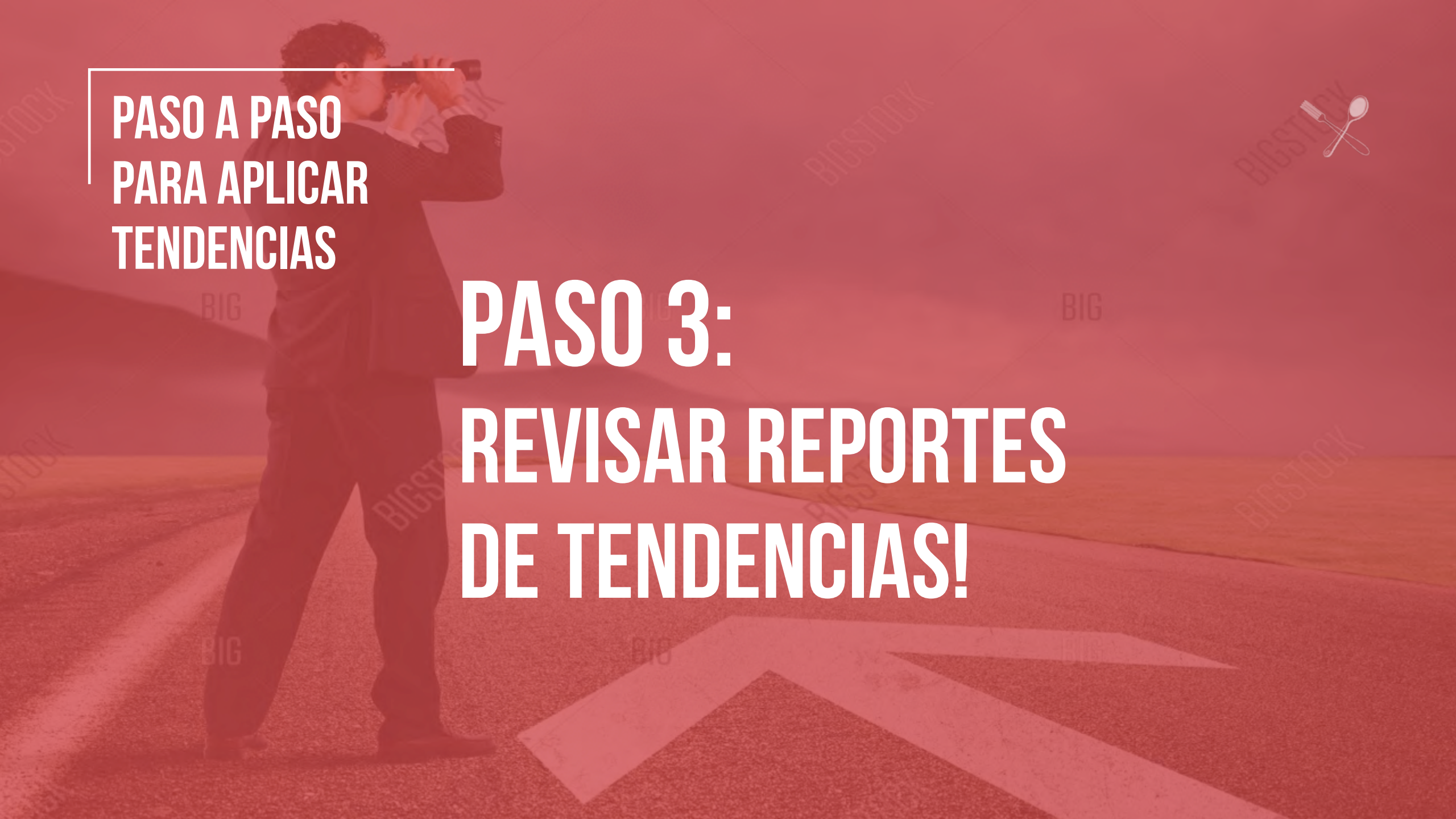
### Instrucción 2.2

En el campo 2.2 escribe en una sola frase en qué quisieras innovar, teniendo en cuenta las palabras clave.

2.2 Quisiera Innovar en:

Trabajar con nuevos sectores del turismo entre Asia y Colombia y en la estrategia de buscar nuevos clientes.

5 minutos

A man in a dark suit is standing on a road, looking through binoculars. The road has several large white arrows pointing forward. The background is a hazy, open landscape. The entire image has a reddish-orange tint. There are faint watermarks of 'BIGSTOCK' and 'BIG' scattered across the image, and a small icon of a fork and spoon in the top right corner.

**PASO A PASO  
PARA APLICAR  
TENDENCIAS**

**PASO 3:  
REVISAR REPORTE  
DE TENDENCIAS!**

# REPORTE DE TENDENCIAS 2018



Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

# REPORTE DE TENDENCIAS 2018:

PASO 3:

REVISAR REPORTES DE TENDENCIAS

## 3. OPORTUNIDADES DE INNOVACIÓN:

### Instrucción 3:

Completar casilla 3 tomando nota de las oportunidades de innovación que se explican en el reporte.

## REPORTE DE TENDENCIAS 2018:

PASO 3:

### REVISAR REPORTES DE TENDENCIAS

3. OPORTUNIDADES DE INNOVACIÓN:

#### Instrucción 3:

Completar casilla 3 tomando nota de las oportunidades de innovación que se explican en el reporte.

2.2 Quisiera Innovar en:

Trabajar con nuevos sectores del turismo entre Asia y Colombia y en la estrategia de buscar nuevos clientes.

**¡IMPORTANTE!**

Filtrar ideas a partir del objetivo de innovación



# REPORTE DE TENDENCIAS 2018

## TENDENCIA 1.

# OMNIPRESENCIA

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

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

# TENDENCIA 1: OMNIPRESENCIA

## CASO: PLATZI

 <p><b>La economía de un programador</b> 17:13</p>	 <p><b>¿Qué es Machine Learning?</b> 14:48</p>	 <p><b>Hackers que acabaron en la cárcel</b> 22:45</p>
<p>Cuánto es el sueldo de un programador en</p> <p>74 K visualizaciones • Hace 1 mes</p>	<p>Todos podemos aprender Machine learning</p> <p>27 K visualizaciones • Hace 1 mes</p>	<p>Delitos de "hackers" que sí te llevan a la cárcel</p> <p>51 K visualizaciones • Hace 2 meses</p>

<https://platzi.com>

1. Mensajes y contenidos que se complementan en las distintas redes digitales.



**Platzi** @platzi · 2h  
¿Cuál es el mejor regalo del mundo para ti?

En Platzi creemos que la educación online efectiva puede cambiar tu vida:  
[platzi.com/navidad/](https://platzi.com/navidad/)

Translate from Spanish

**Platzi**

Regálate un 2018 de nuevos retos

3 7



Liked Following Share

**Platzi**  
5 hrs ·

El presidente de Venezuela anunció que tendrá una criptomoneda oficial llamada Petro "respaldada en reservas de oro, petróleo, gas y diamante".

Venezuela es el país donde se fabrican botellas defectuosas, refinadoras e hidroeléctricas que no funcionan por falta de talento y donde hay una crisis de profesores y de alimentos. Esta idea quizás nunca despegará.

Hoy te contamos más de "Petro":... See more



**Petro, la criptomoneda de Venezuela, es quizás una estafa**

Nicolas Maduro anunció que Venezuela tendrá una criptomoneda oficial llamada Petro "respaldada en reservas de oro, petróleo, gas y diamante". Ven

PLATZI.COM

Like Comment Share

61 Top comments

# TENDENCIA 1: OMNIPRESENCIA

## CASO: EVIAN



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

**2. Acciones on-line y off-line, articulando los Momentos y vivencias de los usuarios.**

# TENDENCIA 1: OMNIPRESENCIA

## CASO: MY BEAUTY MATCHES



Beauty Shopping Made Personal

FIND THE RIGHT BEAUTY PRODUCTS WHICH CATER TO YOUR CONCERNS IN 3 SIMPLE STEPS!

START QUIZ >

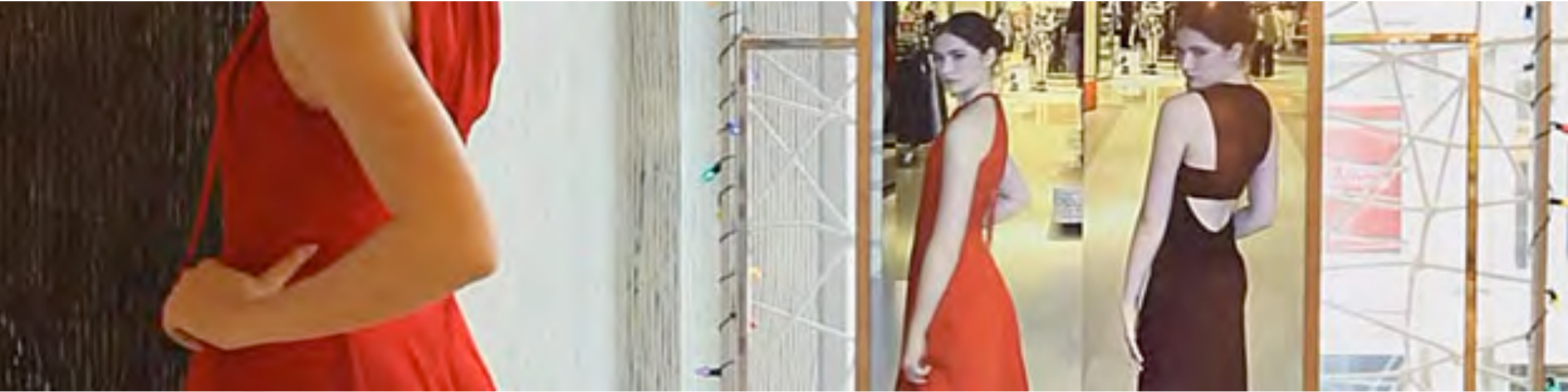
The advertisement features a woman's face on the right side, looking directly at the camera. On the left side, there are several small containers of makeup products, including a brush. The background is a light gray color.

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

**3. Se usa inteligencia artificial para afinar soluciones y respuestas.**

# TENDENCIA 1: OMNIPRESENCIA

## CASO: NEIMAN MARCUS



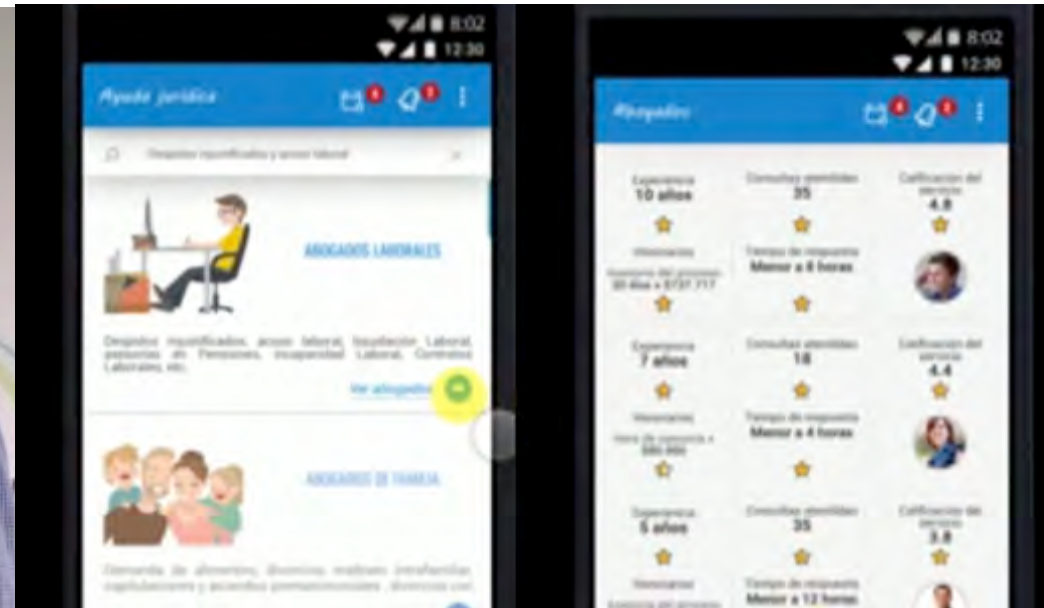
[www.neimanmarcus.com/](http://www.neimanmarcus.com/)

**4. Implementación de tecnología de punta para innovar en retail y atraer un usuario más digital.**



# TENDENCIA 1: OMNIPRESENCIA

## CASO: LEGIS



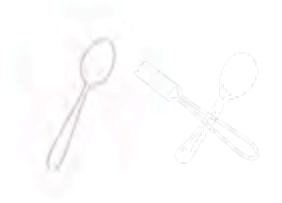
**5. Plataformas virtuales que complementan servicios presenciales.  
Hacer seguimiento de procesos, digitalmente.**



# PROTOTIPO: LEGIS



# 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 (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.

### Instrucción paso 3:

Tienen 5 minutos para reflexionar sobre las oportunidades que se relacionan con su objetivo de innovación.



# 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/>



**comproagro**



Registra tus datos como  
productor o comprador



Agrega o busca  
productos agrícolas



Contacta directamente a  
los productores

1. Nuevos modelos de negocio entre personas  
Con afinidades evitando intermediarios.

# TENDENCIA 2: ECOSISTEMAS DE HOY

## CASO: WAITLIST

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



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.



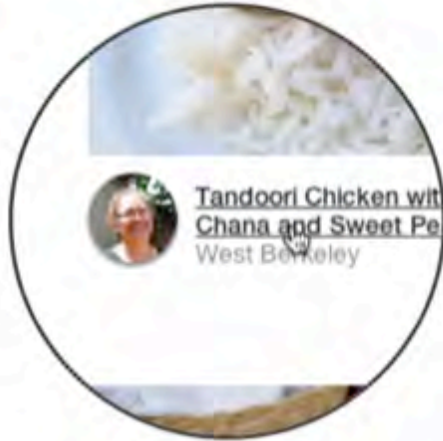
Matching users are guided to an airport café where they can meet in person.

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

# TENDENCIA 2: ECOSISTEMAS DE HOY

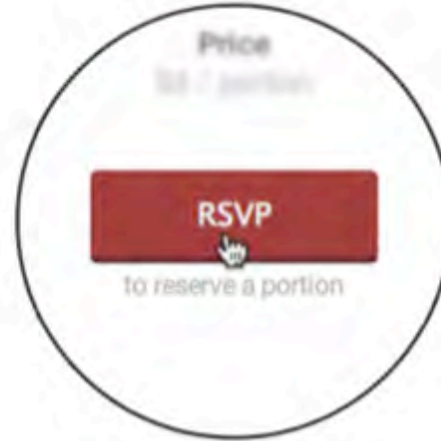
## CASO: JOSEPHINE

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



### Browse neighborhood meals

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



### Order in a few clicks

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



### Pick up from around the corner

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

**3. Negocios más flexibles y versátiles gracias a las conexiones entre personas que permite la tecnología.**

[www.gransori.com](http://www.gransori.com)

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

**Kom·in**  
CO - WORKING & MAKER SPACE

## TENDENCIA 2: ECOSISTEMAS DE HOY

### CASO: KOMIN



**4. Nuevos modelos de negocio para optimizar recursos ya existentes.**

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

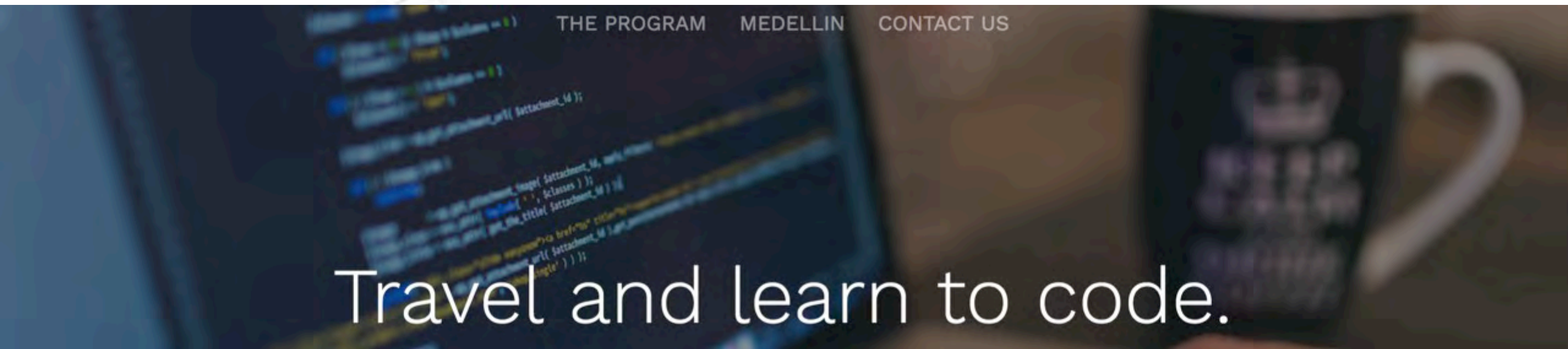
# TENDENCIA 2: ECOSISTEMAS DE HOY

## CASO: TRAVEL & CODE



<http://cymetria.com>

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



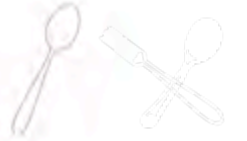
Travel and learn to code.

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

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

# 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.

### Instrucción paso 3:

Tienen 5 minutos para reflexionar sobre las oportunidades que se relacionan con su objetivo de innovación.

# 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



MINDFUL EATING AND DRINKING IS A LIFESTYLE INTEGRAL TO THE BONE BROTH MISSION.

Each day we have the opportunity to reset, to wake up and begin refreshed with new intentions and goals, and reinforce our commitment to keeping our bodies healthy and nourished. It is not an easy practice by any means, but small steps taken daily, like the simple act of heating and sipping a nourishing cup of bone broth, can make all the difference.



CREATED WITH ALL ORGANIC VEGETABLES AND ROOTS

1. Balance y conciencia que integran el cuerpo, la mente y las emociones.

# TENDENCIA 3: BIENESTAR INTEGRAL

## CASO: BOMBA ESTEREO

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



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

# TENDENCIA 3: BIENESTAR INTEGRAL

## CASO: MONTE TEEPEE

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

GUASCA \* CUNDINAMARCA

COLOMBIA

(+57) 3112319412



3. Valorar el contacto personal y tener tiempo para disfrutar lo sencillo y auténtico. Hacer de lo autóctono, algo contemporáneo y emocionante.

# TENDENCIA 3: BIENESTAR INTEGRAL

## CASO: STIVR



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

# TENDENCIA 3: BIENESTAR INTEGRAL

## CASO: CUIDARTE TU SALUD

<https://cuidartetusalud.com/>



días cuidando y sirviendo

5. Hacer del servicio y el cuidado un arte. Complementar apoyo técnico con emocional, mental, espiritual.

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

# 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.

### Instrucción paso 3:

Tienen 5 minutos para reflexionar sobre las oportunidades que se relacionan con su objetivo de innovación.

# 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/>



1. Crear conexiones entre saberes y talentos interdisciplinarios para la originalidad.

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO



# TENDENCIA 4: INGREDIENTE DE ORIGINALIDAD

## CASO: GATOS Y BLUES CAFE



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

# TENDENCIA 4: INGREDIENTE DE ORIGINALIDAD

## CASO: ROSS

<http://www.rossintelligence.com>



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

# TENDENCIA 4: INGREDIENTE DE ORIGINALIDAD

## CASO: VR HEALTH GROUP



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



# TENDENCIA 4: INGREDIENTE DE ORIGINALIDAD

## CASO: VECOL



5. Generar propuestas “de lujo” o “Premium” a partir de detalles especiales.  
Trabajar en equipo multidisciplinario.

# 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

### Instrucción paso 3:

Tienen 5 minutos para reflexionar sobre las oportunidades que se relacionan con su objetivo de innovación.

# 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



Stella McCartney supports circular textiles economy with Ellen MacArthur Foundation

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

# TENDENCIA 5: SOSTENIBILIDAD COMPLETA

## CASO: LA CANASTA

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



### *Ejes de Trabajo*



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



# TENDENCIA 5: SOSTENIBILIDAD COMPLETA

## CASO: AWANA TALLER

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



### Haz parte de esta iniciativa:

Si estás interesado en conocer más de Awana Taller y estar al tanto de nuestras novedades déjanos tus datos, pronto estaremos en contacto contigo.

Eres artesano  Quieres comprar artesanías

ENVIAR

**3. Ayudar a los usuarios a hacer parte del cambio positivo a través de la propuesta de negocio.**

# 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/>



**4. Tecnología para empoderar a los usuarios a hacer acciones más sostenibles.**



# TENDENCIA 5: SOSTENIBILIDAD COMPLETA

## CASO: MGM



**5. Soluciones ecológicas sumadas a soluciones financieras y servicios al cliente**

# 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.

### Instrucción paso 3:

Tienen 5 minutos para reflexionar sobre las oportunidades que se relacionan con su objetivo de innovación.

# REPORTE DE TENDENCIAS 2018:

PASO 3:

REVISAR REPORTES DE TENDENCIAS

## 3. OPORTUNIDADES DE INNOVACIÓN:

- Usar inteligencia artificial para sugerir planes.
- 
- Buscar intercambios y valor compartido.
- Ofrecer bienestar mental, espiritual, intelectual, social o ecológico.
- Glocal: Lo universal y lo local para volver contemporáneo lo autóctono.
- Proponer valores “de lujo” en pequeños detalles.
- Story-living, experiencias significativas.
- Creatividad al servicio de la sostenibilidad, dando respuestas inusuales o divertidas.

## 2.2 Quisiera Innovar en:

Trabajar con nuevos sectores del turismo entre Asia y Colombia y en la estrategia de buscar nuevos clientes.

**PASO A PASO  
PARA APLICAR  
TENDENCIAS**



**PASO 4:  
PRODUCIR IDEAS!**



# PRODUCIR IDEAS A PARTIR DE TENDENCIAS: CASO MAC COSMETICS

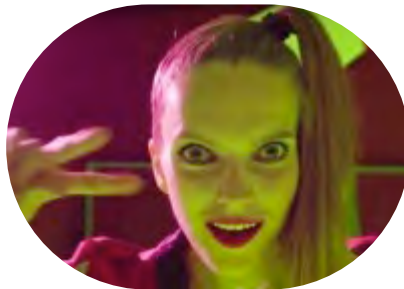
**INNOVACIÓN = ¡TODO!**  
**NO SOLO PRODUCTO**



Producto



Comunicación / Campaña / Colecciones



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



Make-up Art Cosmetics (concepto)



Servicios

Need help?  
CHAT LIVE WITH AN ARTIST



Punto de venta / experiencia

Culture of W.A.C  
**MORE THAN 1**  
A look at the bold new film about six transgender individuals, produced by the M.A.C. AIDS Fund, with Transparent director Silas Howard



Acciones / Statements



Alianzas / Voceros



Contenidos / estrategia digital

Degustación de **INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

# PRODUCIR IDEAS A PARTIR DE TENDENCIAS: CASO BANCALIMENTOS

<http://bancalimentos.com/>

<https://www.youtube.com/watch?v=-IQB6U4PyJo>

**INNOVACIÓN = ¡TODO!**  
**NO SOLO PRODUCTO**



Modelo de negocio / Innovación social

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO



## PRODUCIR IDEAS A PARTIR DE TENDENCIAS:

## CAMPOS PARA APLICAR LA INNOVACIÓN:

1	Producto
2	Servicio
3	Segmentos / Geografías
4	Ocasiones / Experiencias
5	Organizacional
6	Procesos

7	Punto de venta / Distribución
8	Equipos / Materias Primas
9	Modelo de Negocio
10	Alianzas
11	Comunicación
12	Estrategia Digital

# PRODUCIR IDEAS A PARTIR DE TENDENCIAS:

## PASO 4: PRODUCIR IDEAS

### 4. IDEACIÓN

#### 4.1 APLICABILIDAD EN:

REVISAR EL RADAR DE CAMPOS DE INNOVACIÓN

#### Instrucción 4.1:

Relacionar las oportunidades de innovación anotadas en el punto 3, revisando los posibles campos de innovación del cuadro anterior.

1	Producto
2	Servicio
3	Segmentos
4	Ocasiones / Experiencias
5	Organizacional
6	Procesos

7	Punto de venta / Distribución
8	Equipos / Materias Primas
9	Modelo de Negocio
10	Allanzas
11	Comunicación
12	Estrategía Digital

10 minutos

## PRODUCIR IDEAS A PARTIR DE **TENDENCIAS:**

### 3. OPORTUNIDADES DE INNOVACIÓN:

- Usar inteligencia artificial para sugerir planes.
- Ofrecer bienestar mental, espiritual, intelectual, social o ecológico.
- Glocal: Lo universal y lo local para volver contemporáneo lo autóctono.
- Story-living, experiencias significativas.

### 4.1 APLICABILIDAD EN:

REVISAR EL RADAR DE CAMPOS DE INNOVACIÓN

- Servicio
- Segmentos
- Experiencias
- Alianzas

**PASO 4:**

**PRODUCIR IDEAS**

**¿QUÉ PASARÍA SI YO INNOVARA EN...?**

# PRODUCIR IDEAS A PARTIR DE TENDENCIAS:



## CAMPOS PARA APLICAR LA INNOVACIÓN:

1	Producto
2	Servicio
3	Segmentos / Geografías
4	Ocasiones / Experiencias
5	Organizacional
6	Procesos

7	Punto de venta / Distribución
8	Equipos / Materias Primas
9	Modelo de Negocio
10	Alianzas
11	Comunicación
12	Estrategia Digital



**PASO A PASO  
PARA APLICAR  
TENDENCIAS**

**PASO 4:  
PRODUCIR IDEAS!**

**IMAGINACIÓN =  
¿QUÉ PASARÍA SI YO INNOVARA EN...?**

# PRODUCIR IDEAS A PARTIR DE TENDENCIAS:

## 3. OPORTUNIDADES DE INNOVACIÓN:

- Usar inteligencia artificial para sugerir planes.
- Buscar intercambios y valor compartido.
- Ofrecer bienestar mental, espiritual, intelectual, social o ecológico.
- Glocal: Lo universal y lo local para volver contemporáneo lo autóctono.
- Proponer valores “de lujo” en pequeños detalles.
- Story-living, experiencias significativas.
- Creatividad al servicio de la sostenibilidad, dando respuestas inusuales o divertidas.

## 4.1 APLICABILIDAD EN:

REVISAR EL RADAR DE CAMPOS DE INNOVACIÓN

- Servicio
- Modelo de negocio
- Plataforma
- Logística
- Segmentos
- Alianzas
- Geografías
- Canales
- Experiencias
- Redes

## 4.2 IDEAS DE INSPIRACIÓN

HACER UNA LISTA CON POSIBLES IDEAS PARA CONCRETAR LA INNOVACIÓN RESPONDIENDO AL OBJETIVO

- Plataforma y Servicio: crear una plataforma de inteligencia artificial para sugerir planes a la medida de empresas y personas. Esta se puede complementar con un chat bilingüe para resolver dudas.
- Segmentos: Planes para ejecutivos que combinen negocios con relajación y contacto social, llevándolos a hablar y hacer actividades autóctonas. De esto se podrá crear trabajo para artesanos y campesinos.
- Geografías: Ofrecer el mismo portafolio para colombianos que quieren ir a oriente. Buscar aliados y redes de colaboración allá.
- Experiencias: Hacer micro-experiencias virtuales para vender los paquetes.

¿QUÉ PASARÍA SI YO INNOVARA EN...?

¿QUÉ PASARÍA SI YO INNOVARA EN...?

25 minutos

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

**PASO A PASO  
PARA APLICAR  
TENDENCIAS**

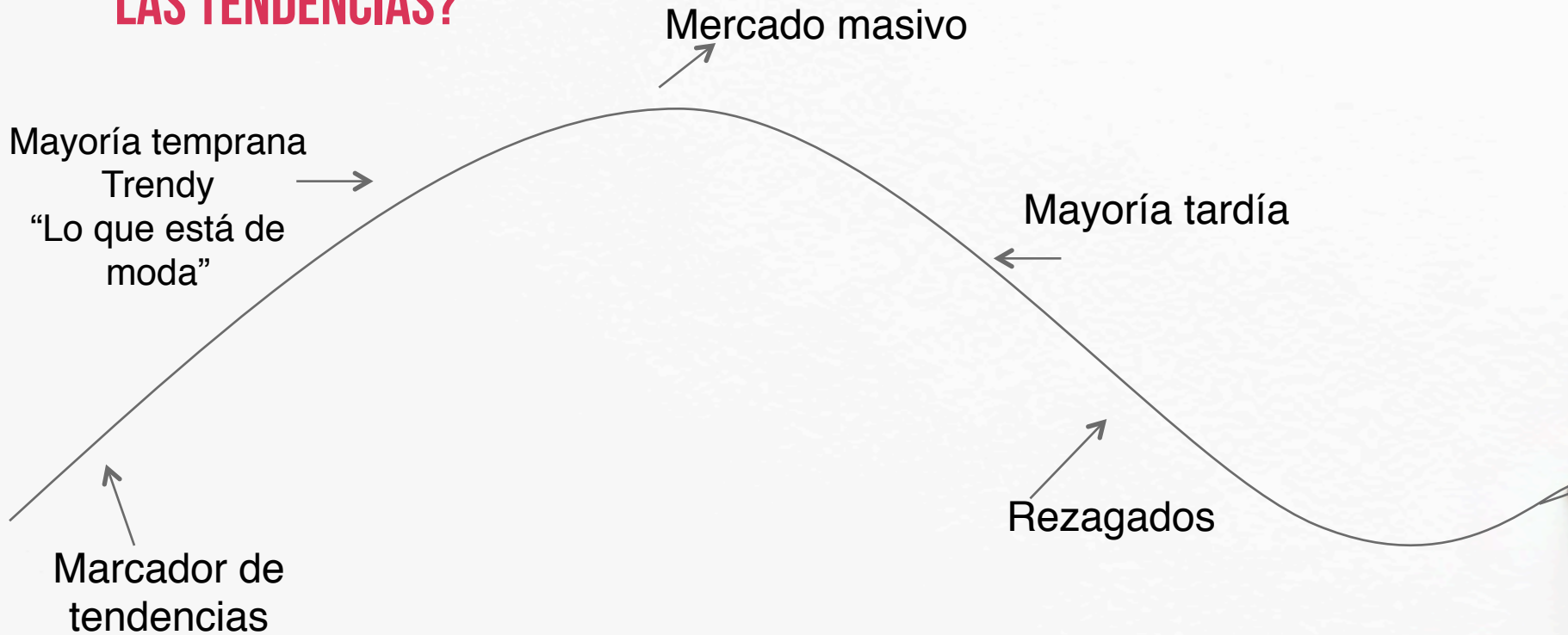
**PASO 5:  
PONER LOS PIES SOBRE  
LA TIERRA**



**TENDENCIAS Y NEGOCIO:  
¿CÓMO SE COMPORTAN  
LAS TENDENCIAS?**

**PASO 5:**

**PONIENDO LOS PIES EN LA TIERRA**



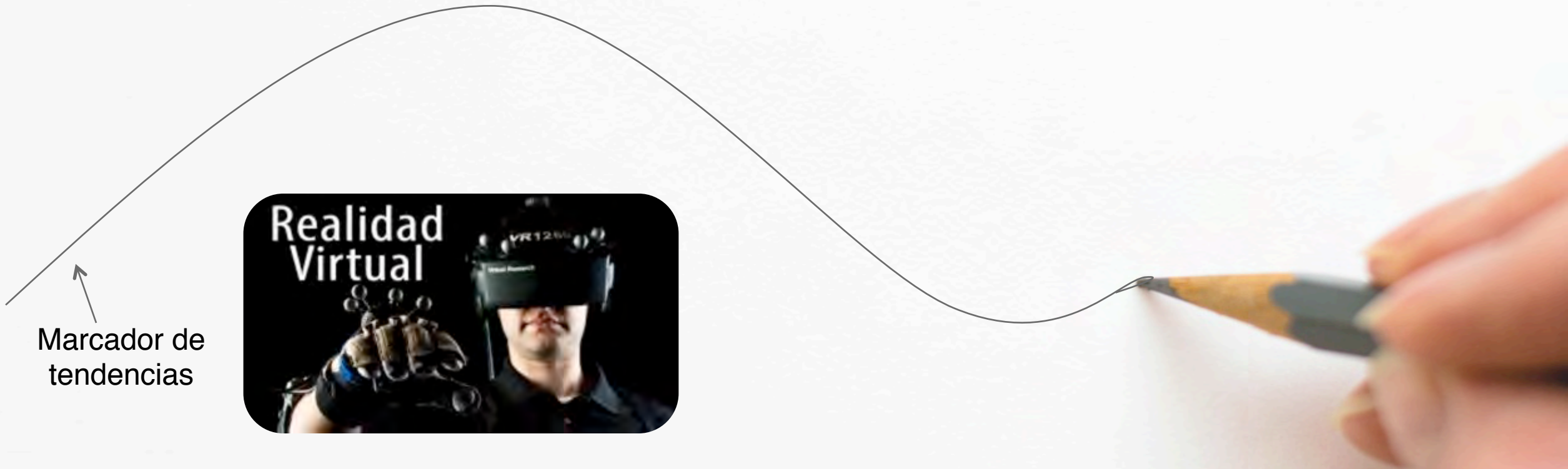
**¿DÓNDE SE UBICAN MIS IDEAS DE INNOVACIÓN?**



**TENDENCIAS Y NEGOCIO:  
¿CÓMO SE COMPORTAN  
LAS TENDENCIAS?**

**PASO 5:**

**PONIENDO LOS PIES EN LA TIERRA**



**¿DÓNDE SE UBICAN MIS IDEAS DE INNOVACIÓN?**

**TENDENCIAS Y NEGOCIO:  
¿CÓMO SE COMPORTAN  
LAS TENDENCIAS?**

**PASO 5:**

**PONIENDO LOS PIES EN LA TIERRA**

Punto de  
inflexión →



**¿DÓNDE SE UBICAN MIS IDEAS DE INNOVACIÓN?**

**TENDENCIAS Y NEGOCIO:  
¿CÓMO SE COMPORTAN  
LAS TENDENCIAS?**

**PASO 5:**

**PONIENDO LOS PIES EN LA TIERRA**

Mercado masivo



**¿DÓNDE SE UBICAN MIS IDEAS DE INNOVACIÓN?**

**TENDENCIAS Y NEGOCIO:  
¿CÓMO SE COMPORTAN  
LAS TENDENCIAS?**

**PASO 5:**

**PONIENDO LOS PIES EN LA TIERRA**



**¿DÓNDE SE UBICAN MIS IDEAS DE INNOVACIÓN?**

**TENDENCIAS Y NEGOCIO:  
¿CÓMO SE COMPORTAN  
LAS TENDENCIAS?**

**PASO 5:**

**PONIENDO LOS PIES EN LA TIERRA**



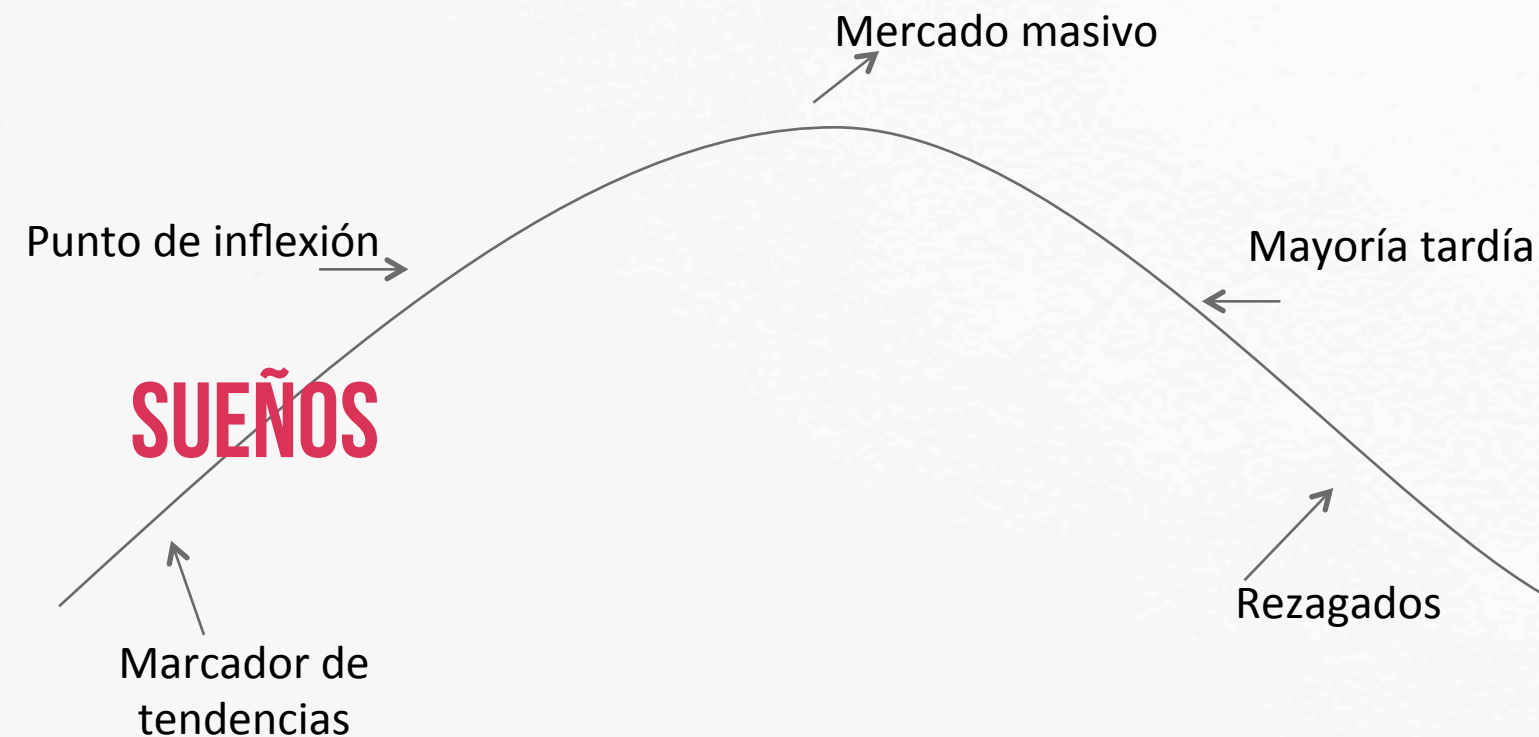
Rezagados

**¿DÓNDE SE UBICAN MIS IDEAS DE INNOVACIÓN?**

## TENDENCIAS Y NEGOCIO:

PASO 5:

## PONIENDO LOS PIES EN LA TIERRA

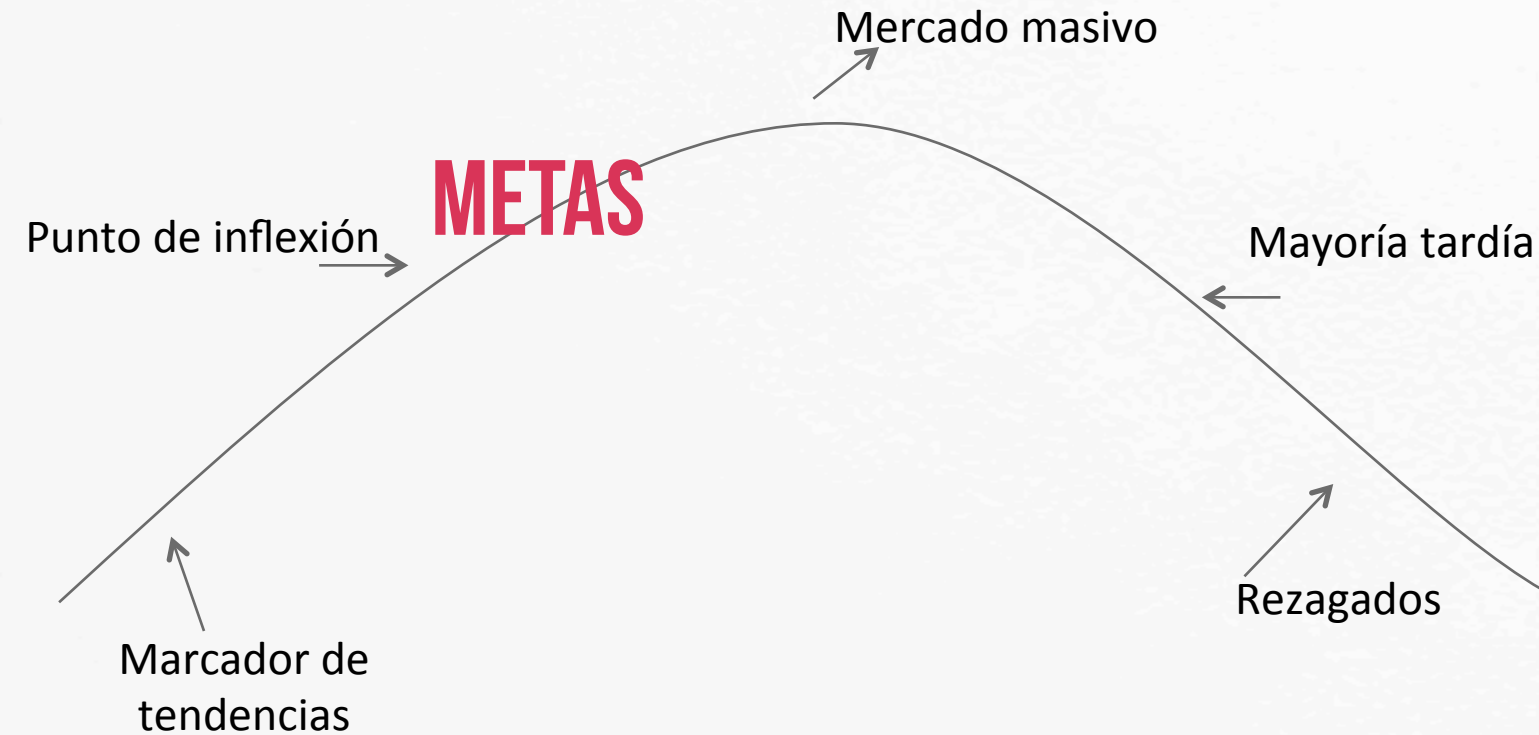


Según dónde se ubiquen mis ideas, identifico si son propósitos a corto, largo o mediano plazo

## TENDENCIAS Y NEGOCIO:

PASO 5:

## PONIENDO LOS PIES EN LA TIERRA



Según dónde se ubiquen mis ideas, identifico si son propósitos a corto, largo o mediano plazo

## TENDENCIAS Y NEGOCIO:

PASO 5:

## PONIENDO LOS PIES EN LA TIERRA



Según dónde se ubiquen mis ideas, identifico si son propósitos a corto, largo o mediano plazo



## ¿QUÉ PASARÍA SI YO INNOVARA EN...?

### Instrucción 5:

Ubicar cada una de las ideas escritas en el paso anterior, revisando si se trata de Urgencias (propósitos a corto plazo), Metas (propósitos a mediano plazo) o Sueños (propósitos a largo plazo).

#### 5. PROPUESTA DE SOLUCIONES INNOVADORAS:

UBICAR LAS IDEAS EN LA OLA DE ANÁLISIS DE TENDENCIAS PARA JERARQUIZARLAS.

URGENCIAS

METAS

SUEÑOS

20 minutos

### 4.2 IDEAS DE INSPIRACIÓN

#### HACER UNA LISTA CON POSIBLES IDEAS PARA CONCRETAR LA INNOVACIÓN RESPONDIENDO AL OBJETIVO

- Plataforma y Servicio: crear una plataforma de inteligencia artificial para sugerir planes a la medida de empresas y personas. Esta se puede complementar con un chat bilingüe para resolver dudas.
- Segmentos: Planes para ejecutivos que combinen negocios con relajación y contacto social, llevándolos a hablar y hacer actividades autóctonas. De esto se podrá crear trabajo para artesanos y campesinos.
- Geografías: Ofrecer el mismo portafolio para colombianos que quieren ir a oriente. Buscar aliados y redes de colaboración allá.
- Experiencias: Hacer micro-experiencias virtuales para vender los paquetes.

## 5. PROPUESTA DE SOLUCIONES INNOVADORAS:

UBICAR LAS IDEAS EN LA OLA DE ANÁLISIS DE TENDENCIAS PARA JERARQUIZARLAS.

### URGENCIAS

Plataforma y Servicio: crear una plataforma de inteligencia artificial para sugerir planes a la medida de empresas y personas. Esta se puede complementar con un chat bilingüe para resolver dudas.

### METAS

Geografías: Ofrecer el mismo portafolio para colombianos que quieren ir a oriente. Buscar aliados y redes de colaboración allá.  
Segmentos: Planes para ejecutivos que combinen negocios con relajación y contacto social, llevándolos a hablar y hacer actividades autóctonas. De esto se podrá crear trabajo para artesanos y campesinos.

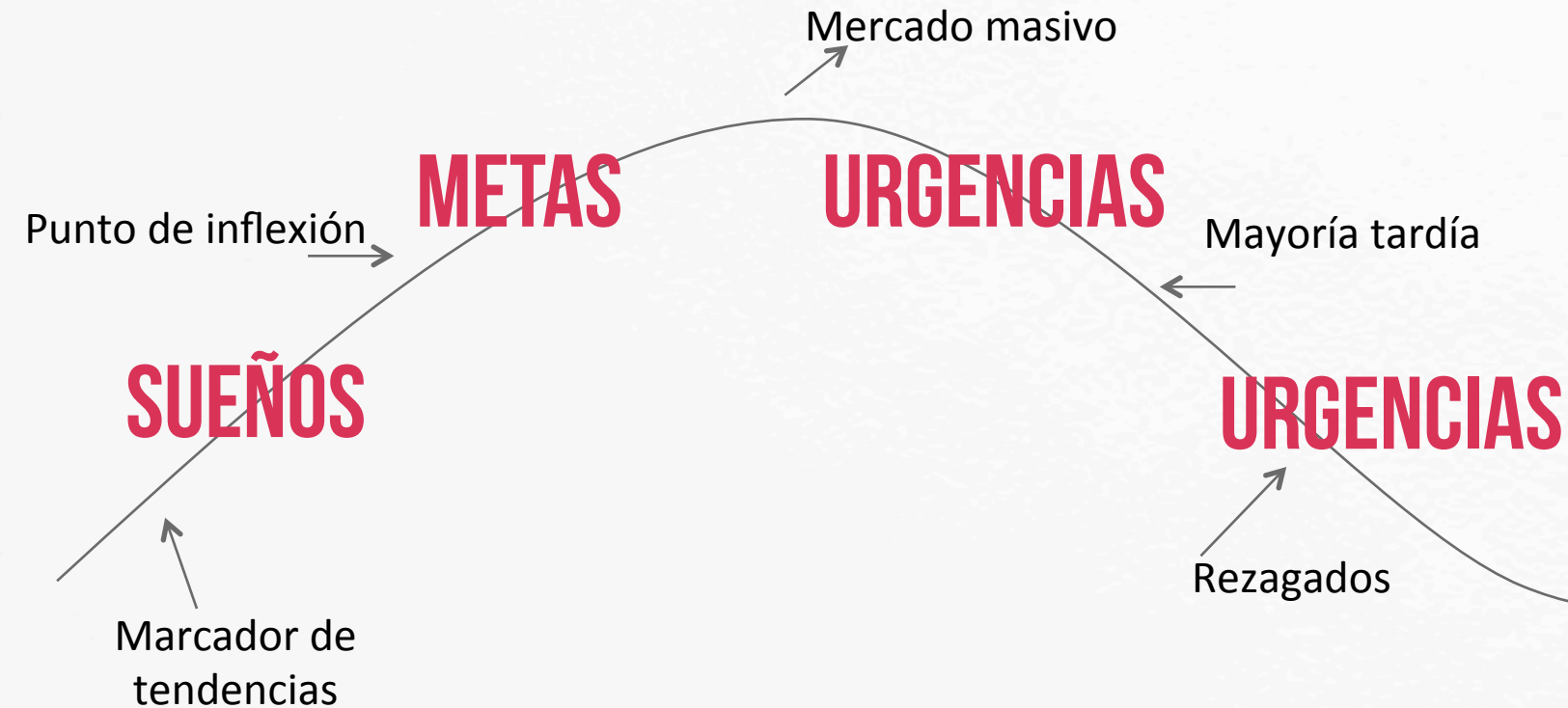
### SUEÑOS

Experiencias: Hacer micro-experiencias virtuales para vender los paquetes.

## TENDENCIAS Y NEGOCIO:

PASO 5:

## PONIENDO LOS PIES EN LA TIERRA



**20 minutos**

Según dónde se ubiquen mis ideas, identifico si son propósitos a corto, largo o mediano plazo

TENDENCIAS Y NEGOCIO:

PASO 5:

PONIENDO LOS PIES EN LA TIERRA

# ¡Compartir resultados!



15 minutos

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

**PASO A PASO  
PARA APLICAR  
TENDENCIAS**



**PASO 6:  
HACER DE ESTO UN  
HÁBITO!**



**TENDENCIAS PARA LA  
INNOVACIÓN:**

**PASO 6:**

**HACER DE ESTO UN HÁBITO**



**TENDENCIAS = CULTURA DE INNOVACIÓN**

TENDENCIAS PARA LA INNOVACIÓN:

PASO 6:

HACER DE ESTO UN HÁBITO

CULTURA DE INNOVACIÓN

=

Tener las antenas puestas como hábito 7/7.  
Buscar retroalimentación



Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

## TENDENCIAS PARA LA INNOVACIÓN:

PASO 6:

## HACER DE ESTO UN HÁBITO

¿CÓMO?

¡Observa!

En la calle, en ferias y eventos o punto de venta!





# TENDENCIAS PARA LA INNOVACIÓN:

## PASO 6:

# HACER DE ESTO UN HÁBITO

¿CÓMO?

¡Escucha!

A las personas, a los expertos.  
Digital y presencialmente.



### Queremos saber qué opinás!

Decinos lo que pensás! Decinos las cosas como son ;)

\* Required

Usuario \*

¿Qué opinás de las historias que te contamos recién? \*

¿Qué te dicen estas ideas de la marca Sprite? \*



## TENDENCIAS PARA LA INNOVACIÓN:

PASO 6:

## HACER DE ESTO UN HÁBITO

[www.trendwatching.com](http://www.trendwatching.com)  
<https://www.wgsn.com/es/>  
[www.hbr.es](http://www.hbr.es)  
[www.technologyreview.es](http://www.technologyreview.es)  
<http://www.consumer-truth.com.pe/>  
[www.juanisaza.com](http://www.juanisaza.com)

¿CÓMO?

¡Lee!

Noticias, informes de eventos, artículos de opinión. Reportes de tendencias, informes de ferias y eventos, redes sociales

**WGSN**  
CREATE TOMORROW

**Harvard Business Review**

En español

**Consumer truth**  
Insights + planning

Insights que inspiran, marcas que conectan

**TREND WATCHING**

**MIT Technology Review**

**TENDENCIAS 2017**

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

## TENDENCIAS PARA LA INNOVACIÓN:

### PASO 6:

## HACER DE ESTO UN HÁBITO

¿CÓMO?

¡Participa!

Actividades creativas, reuniones de innovación, encuentros para co-crear. Involucra a tu usuario activamente.



## TENDENCIAS PARA LA INNOVACIÓN:

### PASO 6:

## HACER DE ESTO UN HÁBITO

¿CÓMO?

¡Analiza!

Buscar patrones (lo que se repite) y excepciones interesantes. Llevar registro (foto, video, etc). No tomar reportes de forma literal. Comparar y revisar fuentes.

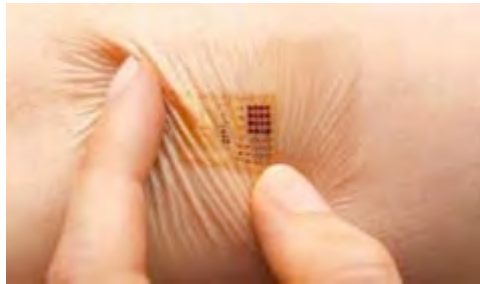


# TENDENCIAS: CORREN PARALELAMENTE

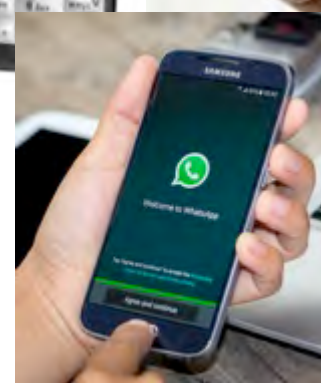


# TENDENCIAS:

EL ÉXITO ESTÁ EN CRUZAR TENDENCIAS LOCALES CON TENDENCIAS GLOBALES PARA OBTENER UNA INNOVACIÓN AJUSTADA AL MARCO DEL NEGOCIO.



## VRS.



Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

# TENDENCIAS:

EL ÉXITO ESTÁ EN CRUZAR TENDENCIAS LOCALES CON TENDENCIAS GLOBALES PARA OBTENER UNA INNOVACIÓN AJUSTADA AL MARCO DEL NEGOCIO.

¿Qué es el bienestar?



Es un estado de satisfacción personal que genera tranquilidad, paz, confort, plenitud

VRS.



Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

# TENDENCIAS:

EL ÉXITO ESTÁ EN CRUZAR TENDENCIAS LOCALES CON TENDENCIAS GLOBALES PARA OBTENER UNA INNOVACIÓN AJUSTADA AL MARCO DEL NEGOCIO.





# TENDENCIAS PARA LA INNOVACIÓN: EMPEZAR YA!



Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

# TENDENCIAS PARA LA INNOVACIÓN: EMPEZAR YA!



# SIGUE LOS 6 PASOS DE LAS PARA LA INNOVACIÓN



 MANOS A LA MASA 

## ¿CÓMO USAR LAS TENDENCIAS?

1. Definición de problema de negocio:



2. Objetivo de innovación:

2.1 Palabras clave:

2.2 ¿ Quisiera innovar en .....



3. Oportunidades de innovación:

4. PRODUCIR IDEAS

4.1 Aplicabilidad en:

Revisar los campos de aplicación de innovación

4.2 Ideas de inspiración:

Hacer una lista con posible ideas para concretar la innovación respondiendo al objetivo



¿ Qué pasaría si yo innovara en...?



5. Propuesta de soluciones innovadoras: Ubicar las ideas en la ola de análisis de tendencias para ordenar tu estrategia.

Urgencias

Metas

Sueños

360 herramientas



# PRÓXIMAS DEGUSTACIONES

NO DEJES QUE TE LO CUENTEN, ¡PARTICIPA!



Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO

# AGENDA DEGUSTACIONES

NO	FECHA	TEMA
2	VIERNES 16 FEBRERO 2018	METODOLOGÍA PARA INNOVAR CON ÉXITO: JOBS TO BE DONE
3	JUEVES 26 ABRIL 2018	DESCUBRIR OPORTUNIDADES PARA INNOVAR EN SU EMPRESA (ACTIVOS OCULTOS)
4	VIERNES 1 JUNIO 2018	INNOVAR: ESTRATEGIA OBLIGATORIA PARA SOBREVIVIR EN EL MERCADO
5	JUEVES 5 JULIO 2018	LA ESTRATEGIA DEL OCÉANO AZUL PARA SER UNA EMPRESA INNOVADORA
6	VIERNES 10 AGOSTO 2018	INNOVACIÓN DISRUPTIVA: DIFERÉNCIATE SIGNIFICATIVAMENTE EN EL MERCADO
7	MIÉRCOLES 20 SEPTIEMBRE 2018	CÓMO INCREMENTAR SUS VENTAS CON HERRAMIENTAS DE INNOVACIÓN
8	JUEVES 8 NOVIEMBRE 2018	EL PROTOTIPADO COMO HERRAMIENTA DE INNOVACIÓN PARA PROBAR PRODUCTOS Y SERVICIOS ANTES DE SALIR AL MERCADO

**PROGRAMACIÓN SUJETA A CAMBIOS**

PAULA RIVEROS

— EXPERTA TENDENCIAS —

WWW.360TRENDLAB.COM

# DEGUSTACIONINNOVACION

Degustación de  
**INNOVACIÓN**  
HERRAMIENTAS PARA PENSAR DISTINTO



COLCIENCIAS  
Ciencia, Tecnología e Innovación



GOBIERNO DE COLOMBIA



Cámara  
de Comercio  
de Bogotá