



JAVIER SASTRE

Socio-Director en consultoría Sastre & Asociados

+ 15 años de experiencia como directivo en distintas empresas

Especialista en estrategia & innovación

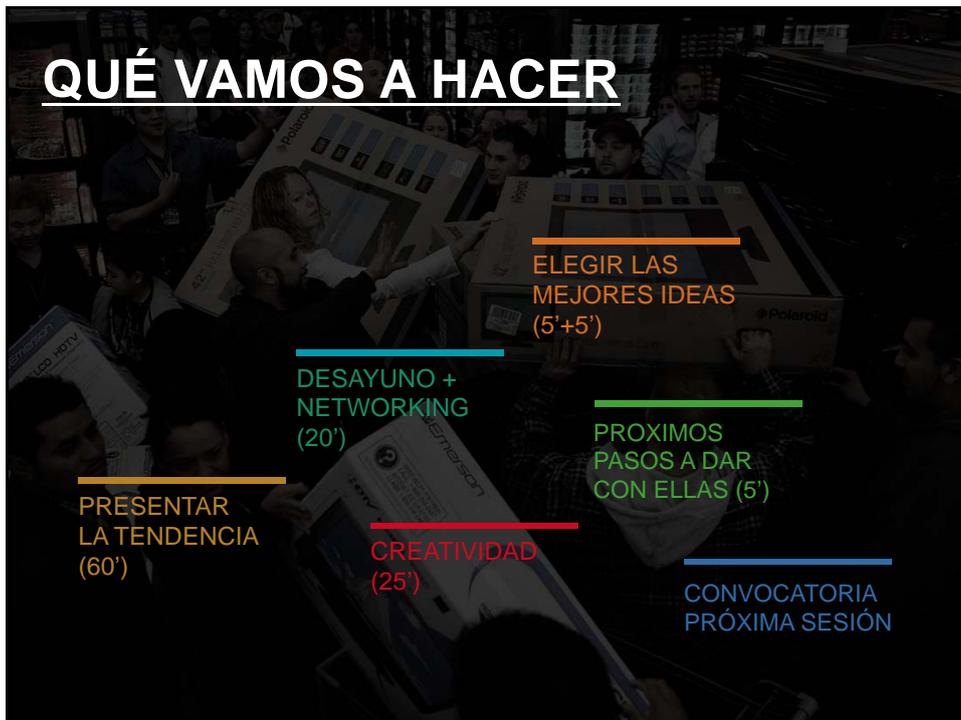
Trabajado con empresas de + 20 sectores industriales y servicios

Especialista en Innovación por IESE Business School

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

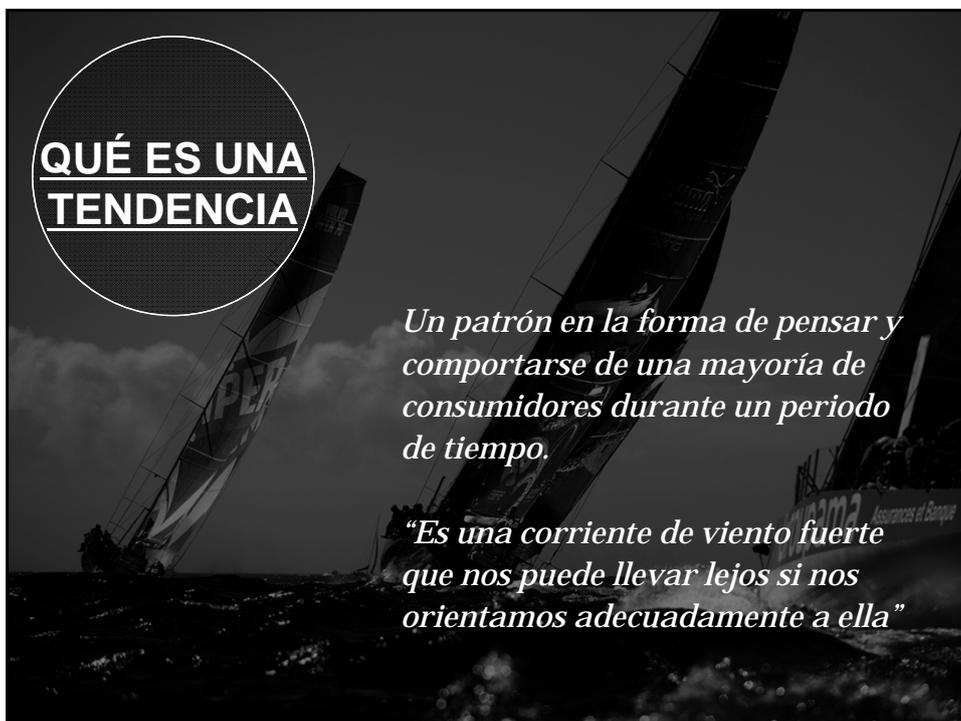
Licenciado en Ciencias Económicas por Universidad Autónoma de Madrid

Más en LinkedIn: Javier Sastre



QUÉ VAMOS A HACER

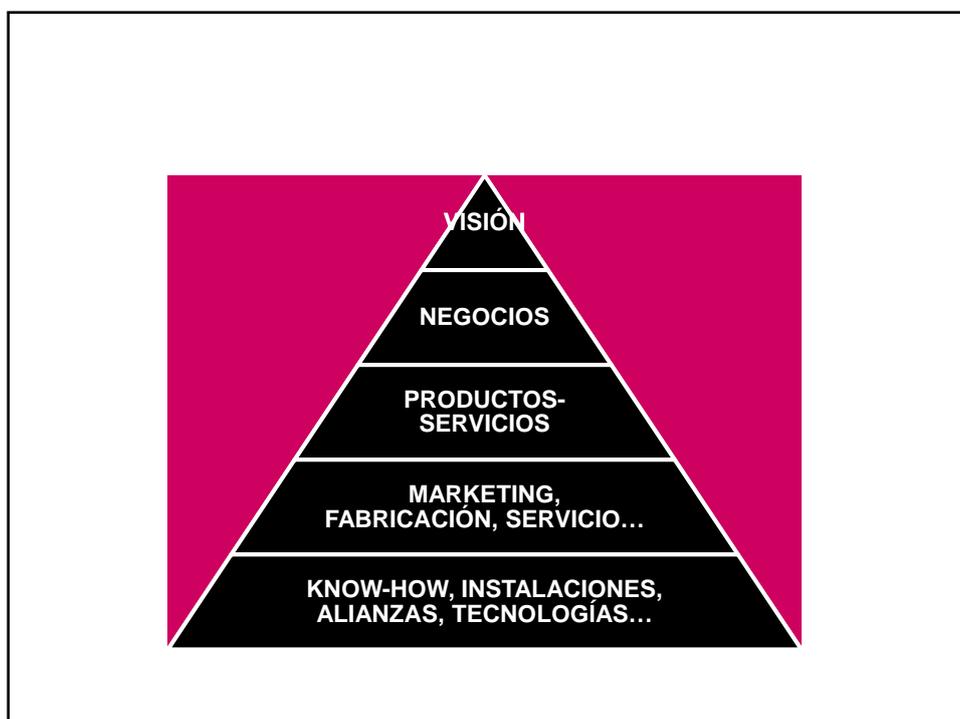
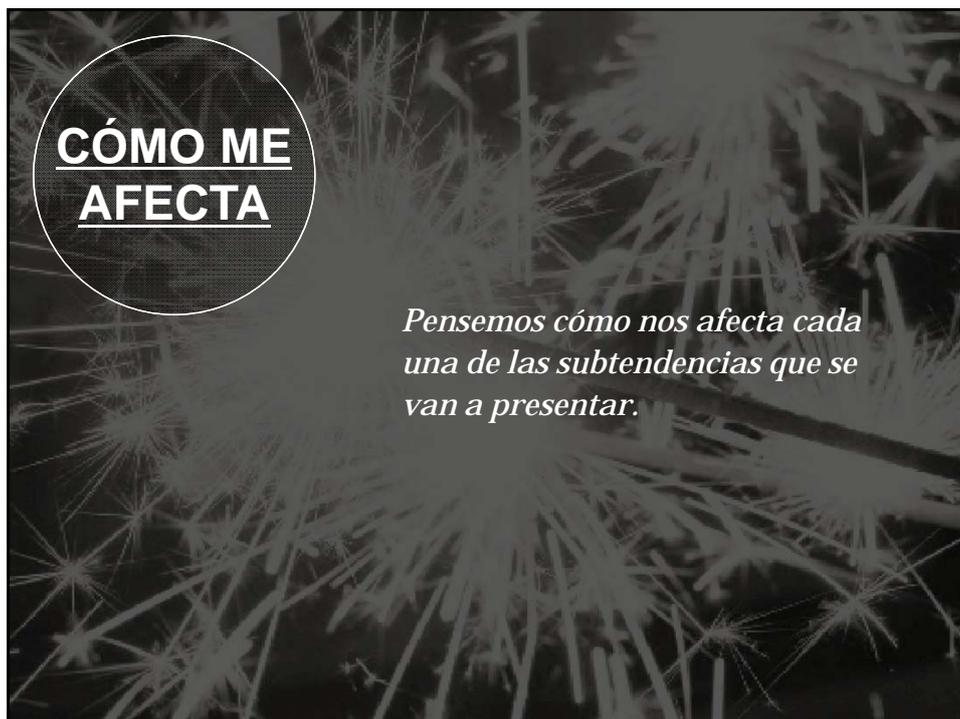
- PRESENTAR LA TENDENCIA (60')
- DESAYUNO + NETWORKING (20')
- CREATIVIDAD (25')
- ELEGIR LAS MEJORES IDEAS (5'+5')
- PROXIMOS PASOS A DAR CON ELLAS (5')
- CONVOCATORIA PRÓXIMA SESIÓN



QUÉ ES UNA TENDENCIA

Un patrón en la forma de pensar y comportarse de 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

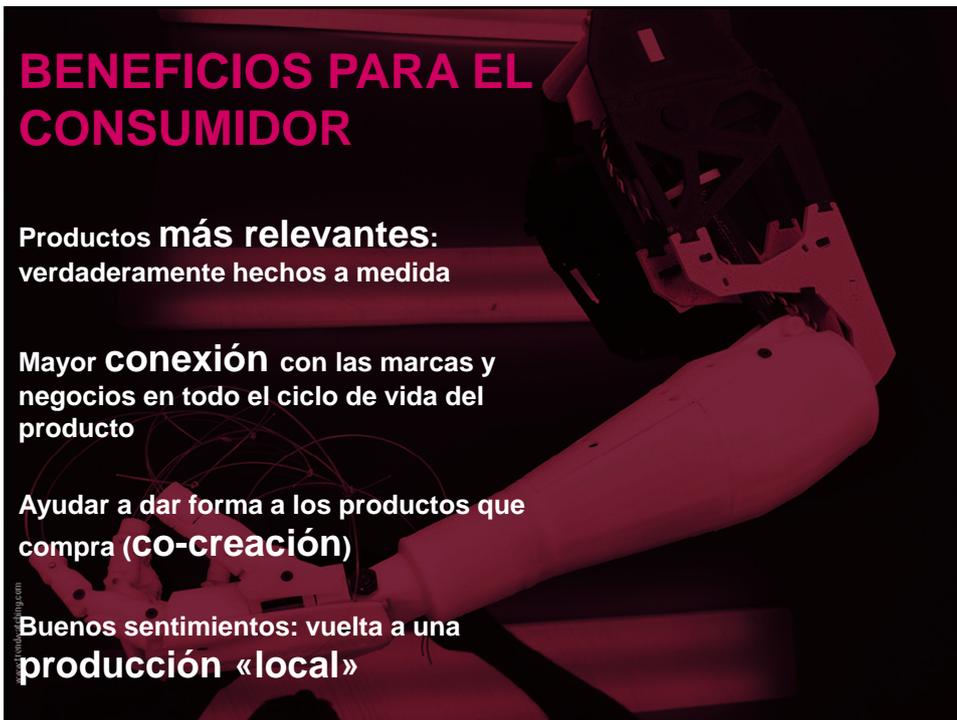
Pensemos cómo nos afecta cada una de las subtendencias que se van a presentar.

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

O aquellos ejemplos que nos parezcan más relevantes

PRESENTACIÓN TENDENCIA





BENEFICIOS PARA EL CONSUMIDOR

Productos más relevantes:
verdaderamente hechos a medida

Mayor **conexión** con las marcas y negocios en todo el ciclo de vida del producto

Ayudar a dar forma a los productos que compra (**CO-CREACIÓN**)

Buenos sentimientos: vuelta a una **producción «local»**

www.tremble.dehug.com



TECNOLOGÍAS BÁSICAS

Impresión 3D: [qué es, equipos](#)

Plataformas de crowdfunding: [qué son, plataformas](#)

www.tremble.dehug.com



PRESUMERS

¿En qué consiste?

Los consumidores se están implicando en los productos “antes” de ser lanzados: financiándolos y promoviéndolos (“empujándolos”)

Esto se empieza a convertir en un estándar...

POR QUÉ

La respuesta a la saturación de opciones es...la obsesión por **lo último**, lo más nuevo

Excitación de consumir cosas que **aún no existen**: ayudando a que existan

Participar en el pre-lanzamiento de un producto «guay» es una **buena historia** que contar (estatus)

Proliferación de plataformas crowdfunding: 100 en 2007, 452 en 2012
(2.800 mill \$ de financiación conseguidos el año pasado)



PRESUMERS

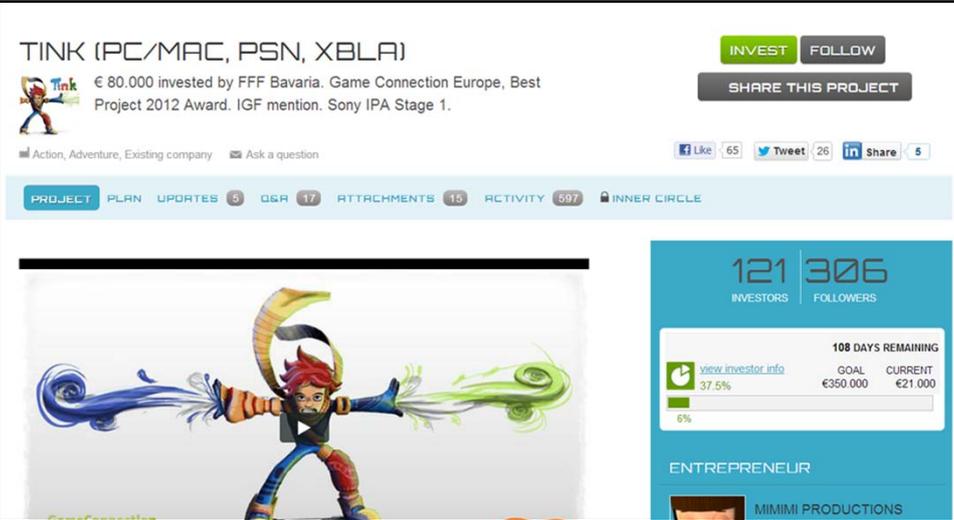
KICKSTARTER

16 proyectos han obtenido más de 1 millón \$ hasta Noviembre 2012



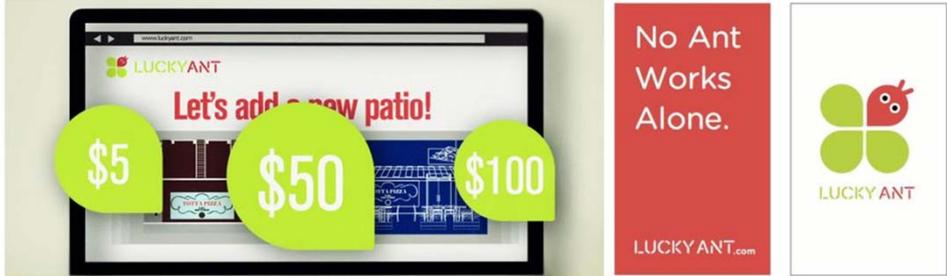
PRESUMERS | ZAOZAO

"Pre-vendedor" social para amantes de la moda y el diseño



PRESUMERS | GAMBITION

Conexión entre jugadores de video-juegos y desarrolladores



PRESUMERS | LUCKY ANT

Plataforma hiper-local para respaldar el crecimiento de negocios locales



PRESUMERS | WHO GIVES A CRAP

Marca de papel higiénico que dona el 50% de sus beneficios para construir inodoros en países en desarrollo

OPORTUNIDADES

- Facilita el dar a conocer al público proyectos personales y observar la reacción: **fomenta** actitudes y actividades emprendedoras
- Disminuir el riesgo de lanzamiento al permitir que los consumidores se impliquen en la fase de desarrollo
- Pre-venta** a un rango de precios atractivo (venta de viviendas sobre plano)
- Salir de los cauces habituales de financiación, actualmente «secos»

Crowdfunding

Contribuciones económicas de inversores online, sponsors o donaciones para financiar iniciativas o empresas con o sin ánimo de lucro

Participación ciudadana

Procesos en los que los ciudadanos participan con la intención de mejorar su entorno aportando ideas, informando sobre el estado de distintos elementos o denunciando determinadas situaciones

Crowdcativity

Uso del talento creativo de los individuos para el diseño y desarrollo de elementos artísticos, multimedia o contenido

Open innovation

Uso de recursos de fuera de la empresa, grupo o entidad para generar, desarrollar y/o implementar ideas

Co-creación

Participación de los clientes de una empresa en el desarrollo de los productos de la misma

Plataformas de Crowdsourcing en España

Fuente: Enrique Estellés Arolas CS Blog

Nota: 12 designer es una empresa 50% española, 50% alemana; nació en la incubadora Intercom (alemana) con financiación española. Tiene plataforma especializada en castellano.



CUSTOWNERS

¿En qué consiste?

Los consumidores convirtiéndose en propietarios.

Cambian su consumo por inversión, comprando acciones de las marcas que más les interesan.

Es una inversión tanto financiera como emocional.

POR QUÉ

Hace tiempo que los consumidores son «**propietarios**» virtuales de los mensajes sobre las marcas: ¿por qué no pueden ser propietarios financieros, reales, también?

Algunos consumidores que buscan un lado **más humano** del consumo, utilizan esta opción para apoyar negocios locales que benefician a la comunidad

Aquellos que hacen esto, en general, **persiguen**: estatus + retorno financiero + sentirse bien

En EE.UU se ha **modificado** la ley para que inversores no acreditados, puedan comprar micro-participaciones en start ups



CUSTOMNERS | **TRIBEWANTED**
Invertir en comunidades sostenibles



CUSTOMNERS | **FUNDABLE**
Plataforma de crowdfunding para financiación de start ups (vía capital)

*Las plataformas de
Crowdfunding en
todo el mundo se
prevé que obtengan
6.200 mill \$ en
2013.*

FUENTE:

(Gartner, 2012)

OPORTUNIDADES

Nuevas formas de **encontrar inversores**: participando en plataformas...
u ofreciendo microparticipaciones por grandes compras

Es una **nueva forma de relacionarse** con los clientes: si les pedimos inversiones
reales, querrán saber qué hacemos con su dinero (transparencia) y qué retorno tienen

Si no puedes o no quieres dar participaciones...siempre puedes ofrecerles
participaciones «virtuales», con privilegios y beneficios reales

(OTRA VEZ)
HECHO AQUÍ

¿En qué consiste?

¡Sorpresa!

*Está de vuelta la fabricación a los
países y mercados desarrollados*

POR QUÉ

Se demandan **plazos de entrega** cada vez más cortos

Se desean productos **continuamente mejorados**: ciclos de mejora instantáneos

Se demandan productos **personalizados**

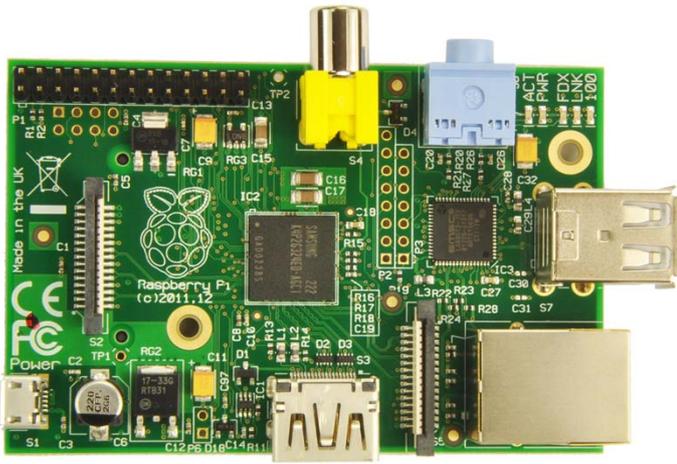
Desilusión por la economía global: pérdida de puestos de trabajo, problemas de sostenibilidad, bajas garantías de calidad...

Sentimientos de apego: **reconocimiento** de las buenas historias «locales»

Costes de transporte (fuel) **crecientes**

Cadenas de suministro **frágiles** en los mercados emergentes

Nuevas tecnologías que agilizan la fabricación de ciertos productos: 3D printing



**(OTRA VEZ)
HECHO AQUI**

RASPBERRY PI FOUNDATION
Raspberry Pi es "Made in UK"



**Our town is
making jeans
again.**

**(OTRA VEZ)
HECHO AQUI**

HIUT DENIM COMPANY
*Compañía textil inspirada en la herencia
única de la ciudad en saber hacer tela Denim*



**(OTRA VEZ)
HECHO AQUI**

DE KRAT

Entrega semanalmente cajas de alimentos locales, incluyendo: frutas, verduras, carne y pescado



**(OTRA VEZ)
HECHO AQUI**

TRUNKI

Fabricantes de maletas británicas de vuelta al Reino Unido



**(OTRA VEZ)
HECHO AQUI**

TESLA MOTORS

Fabrica coches eléctricos: su Modelo S está hecho en California

OPORTUNIDADES

Si eres una empresa con producción **externalizada**: piensa en qué podría ser diferente el producto hecho en casa. O qué innovaciones podríamos introducir en él

Para los demás: celebrar y airear todo lo que hacemos de **forma local**. Pensar en campañas de comunicación, generación de contenido, apps, eventos, etc

Demostrar cómo beneficiamos a los productores locales: artesanos, fabricantes, granjeros, ganaderos, comerciantes...

HECHO PARA UNO

¿En qué consiste?

Podemos, por fin, disfrutar de productos realmente únicos y personalizados.

Desde ropa hasta juguetes...

POR QUÉ

Impresión 3D masiva: nueva generación de **pequeños fabricantes independientes**. Pueden ofrecer productos que antes hacían los grandes, pero únicos

Long Tail para **objetos físicos** ha llegado: ya existía en consumo online (cada consumidor puede encontrar el contenido adecuado para él, independientemente del nicho)

...ahora también tendrá acceso a multitud de objetos físicos de **nicho**

Cuanto más personalizado un objeto, más **ligado emocionalmente** se siente el propietario

Se va a poder cumplir el sueño de muchos consumidores de la **CO-creación**: consumidores creando productos físicos como ellos los desean



**HECHO
PARA UNO**

EYE OF GYRE
El primer fotomatón del mundo que imprime en 3D



**HECHO
PARA UNO**

3D SYSTEMS + SCOTT SUMMIT
Guitarra acústica impresa en 3D

USD 1.300 mill 2012

USD 3.100 mill 2016

USD 5.200 mill 2020

MakerBot Replicator 2

*Tamaño del mercado para los productos impresos en 3D por año. (Wohler's Associates, Marzo 2012)

Bank Audi

your way!

0000 1234 5678 9010

STEP BY STEP

PHOTO GALLERY

DESIGN Your Card

HECHO PARA UNO

BANK AUDI

Permite que sus clientes diseñen sus tarjetas de crédito



The image shows two smartphones displaying the Zazzle Instant app interface. The left phone is on the 'Design' screen, showing a light blue t-shirt with a collage of photos. The right phone is on the 'Camera Roll' screen, showing a grid of various photos. The app's logo and tagline 'CREATE UNIQUE & AMAZING PRODUCTS' are at the top left. Text at the top right says 'Take a new photo with your phone's camera, or select an existing photo.' The bottom navigation bar includes 'Live', 'Create', and 'Favorites' icons.

HECHO PARA UNO

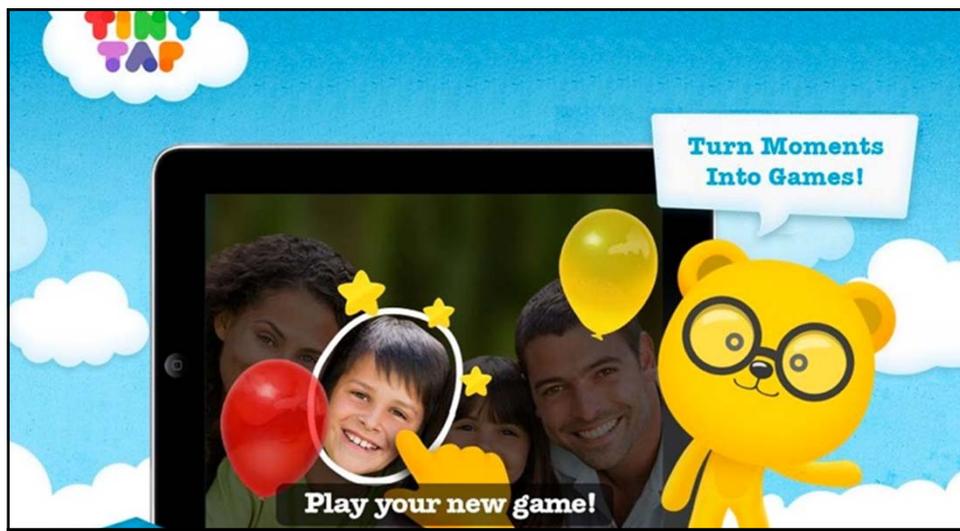
ZAZZLE INSTANT
Para crear diseños únicos e instantáneos en camisetas, almohadas, felicitaciones...desde el móvil



A white road bicycle with a red front wheel and a green rear wheel. The frame has the 'bikeid' logo. It is parked in front of a store window displaying shoes and clothing. The store sign in the background says 'GENAB'.

HECHO PARA UNO

BIKEID
Bicicletas personalizadas



TINI TAP

Turn Moments Into Games!

Play your new game!

HECHO PARA UNO

TYNI TAP

App gratuita para iPad para crear juegos educativos personalizados de forma intuitiva



HECHO PARA UNO

CHOC CREATOR

Impresora 3D de chocolates para creaciones completamente personalizadas



**HECHO
PARA UNO**

BURRITO BOT

*Impresora 3D para hacer burritos
completamente personalizados via una app
del móvil*

OPORTUNIDADES

Ofrecer **experiencias** de pequeños productores independientes puede ayudar a crear nuevos negocios: captando nuevos clientes (con nuevas necesidades)

Pensar **CÓMO** puedes ofrecer productos individualizados, con posibilidades de co-crear y un toque humano

Plantear **alianzas** con fabricantes 3D ya instalados

TRABAJO --- CREATIVIDAD

QUÉ APUNTA ESTA TENDENCIA

Nuevos pequeños productores: **impresión 3D**. Rapidez,
totalmente a medida, co-creación

Nuevas formas de financiarse (online): **crowdfunding**.
Donaciones, compras e inversiones

Nuevas formas de **vincularse** con las empresas: desde el diseño hasta la venta,
pasando por la propiedad

De vuelta a la **fabricación local**: innovar, celebrar, airear...

¿cómo afectan esas claves a mi empresa?



CREATIVIDAD. NORMAS BÁSICAS

Permanecemos **centrados** en el foco

Evitamos la **autocensura**: no nos reprimimos

Nos gustan las ideas **extravagantes**: cualquier idea bienvenida

Cantidad lleva a calidad

Prohibido **criticar**: ahora todas las ideas valen

No existen **jerarquías** en el taller

No habrá **interrupciones**: apagar móviles, olvidar agendas

Escribimos **corto y claro**

Construimos sobre las ideas de los demás

IDEAS CLAVE

Nuevos pequeños productores: **impresión 3D**. Rapidez, totalmente a medida, co-creación

Nuevas formas de financiarse (online): **crowdfunding**. Donaciones, compras e inversiones

Nuevas formas de **vincularse** con las empresas: desde el diseño hasta la venta, pasando por la propiedad

De vuelta a la **fabricación local**: innovar, celebrar, airear...

SELECCIONAMOS LAS MEJORES

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

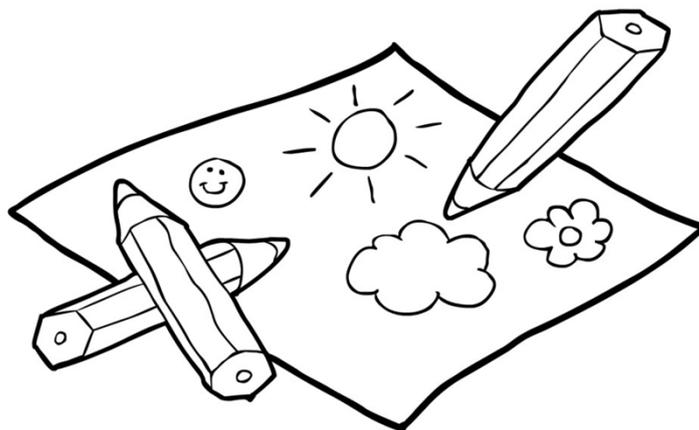
Impacto en mi cuenta de resultados:
Facturación, beneficios

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

Novedad en mi sector:
Si queremos ser realmente innovadores

NUESTRA MEJOR IDEA

¡Vamos a dibujarla!



Un producto: la imagen que tenemos en la cabeza
Un servicio: la secuencia de pasos que habría que dar (diagrama)

PRÓXIMOS PASOS

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

PASO 1.....

PASO 2.....

PASO 3.....

Comentaremos cómo ha ido en la próxima sesión

ENLACES

Qué es la impresión 3D: <http://www.youtube.com/watch?v=X0QPazYxnIU&feature=youtu.be>

Equipos impresión 3D: <http://www.engadget.com/2013/01/29/3d-printer-guide/>

Qué es el crowdfunding: vídeo invento fregona en <http://www.lanzanos.com/>

Plataformas nacionales e internacionales de crowdfunding:
<http://www.universocrowdfunding.com/principales-plataformas-crowdfunding/>

Impresora 3D Form1 en plataforma de crowdfunding Kickstarter:
<http://www.kickstarter.com/projects/formlabs/form-1-an-affordable-professional-3d-printer?ref=search>

Tienda ZaoZao: <https://www.shopzaozao.com/general/>

Plataforma Gambitious: http://gambitious.com/?currency_id=1#prettyPhoto

Tribewanted: <http://vimeo.com/58784347>

Plataforma Fundable: <http://www.fundable.com/about/how-fundable-works>

App Tiny Tap: <http://www.tinytap.it/>

**NOS VEMOS EN LA
PRÓXIMA TENDENCIA:**

**“FUTURO URBANO”
VIERNES 15/03/2013**

**sastre
asocia-
dos**
ORIENTAMOS

ASK ME!!

javiersastre@sastre-asociados.com

www.sastre-asociados.com