



JAVIER SASTRE

Socio-Director en consultoría Sastre & Asociados

+ 15 años de experiencia como directivo en distintas empresas

Especialista en estrategia & innovación

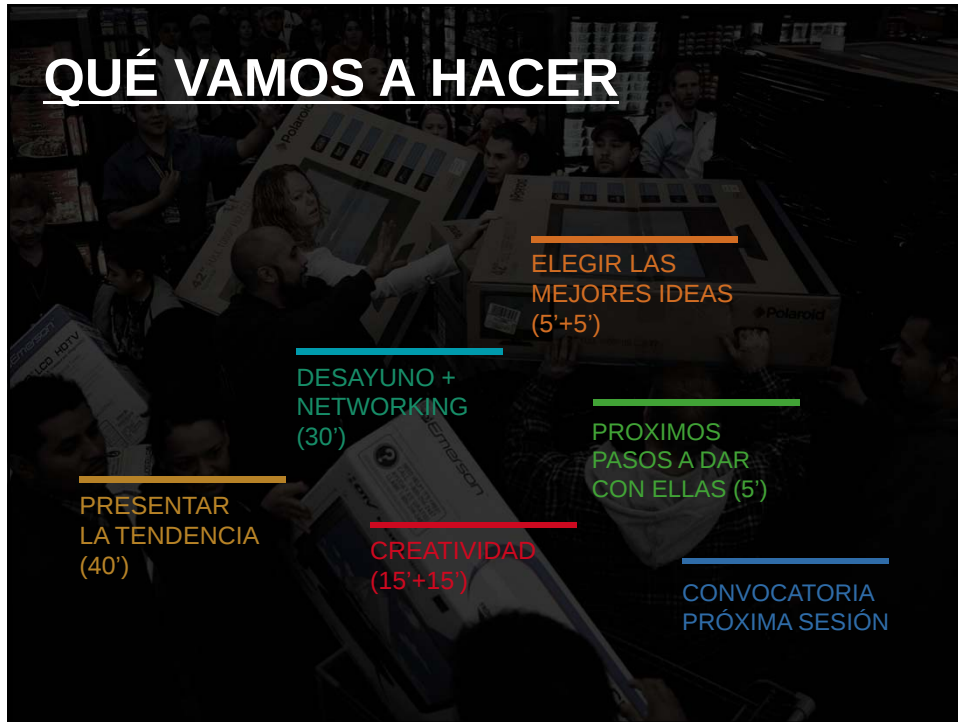
Trabajado con empresas de + 20 sectores industriales y servicios

Especialista en Innovación por IESE Business School

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

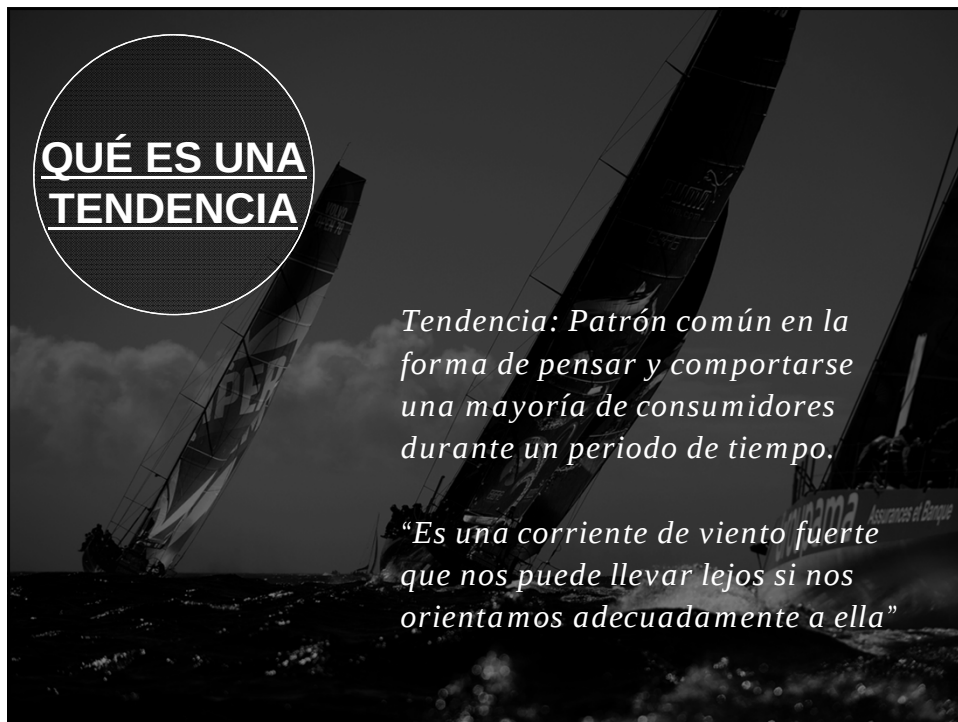
Licenciado en Ciencias Económicas por Universidad Autónoma de Madrid

Más en LinkedIn: Javier Sastre



QUÉ VAMOS A HACER

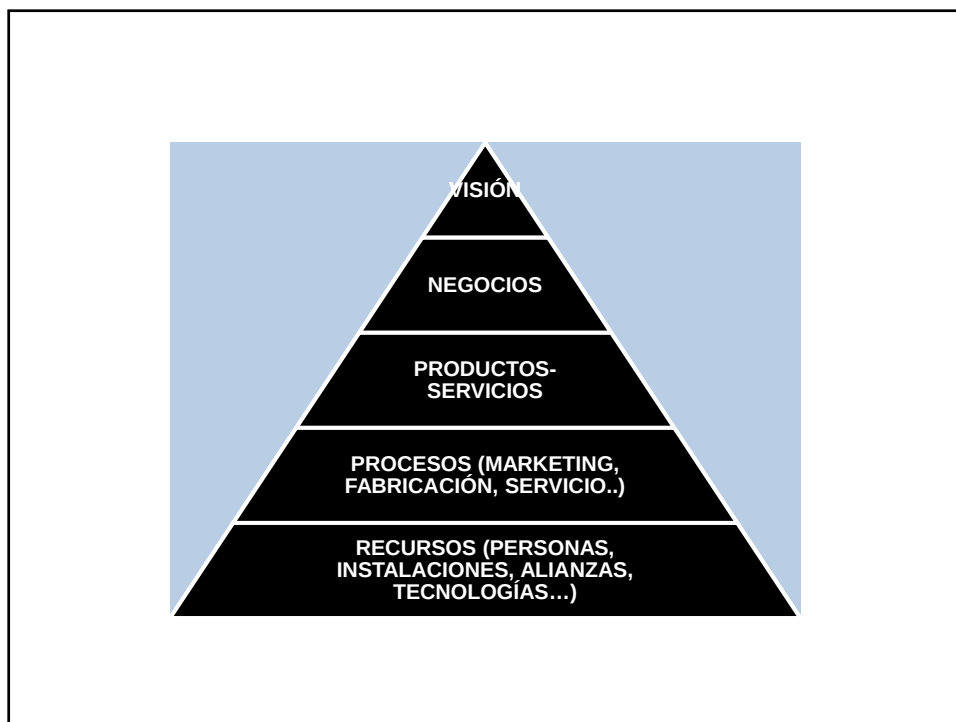
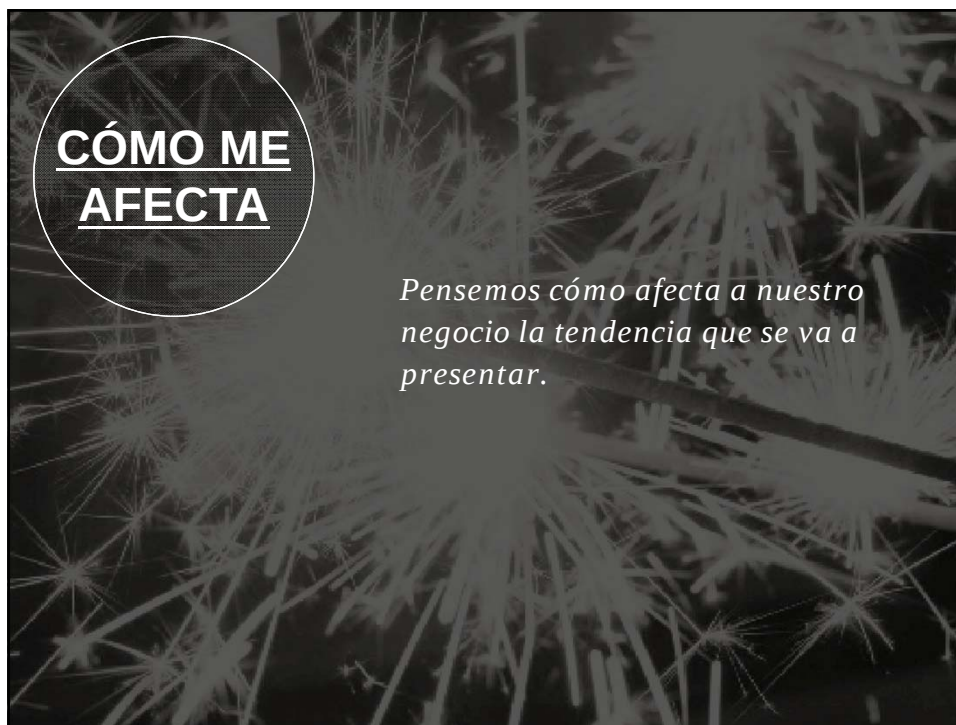
- PRESENTAR LA TENDENCIA (40')
- DESAYUNO + NETWORKING (30')
- CREATIVIDAD (15'+15')
- ELEGIR LAS MEJORES IDEAS (5'+5')
- PROXIMOS PASOS A DAR CON ELLAS (5')
- CONVOCATORIA PRÓXIMA SESIÓN

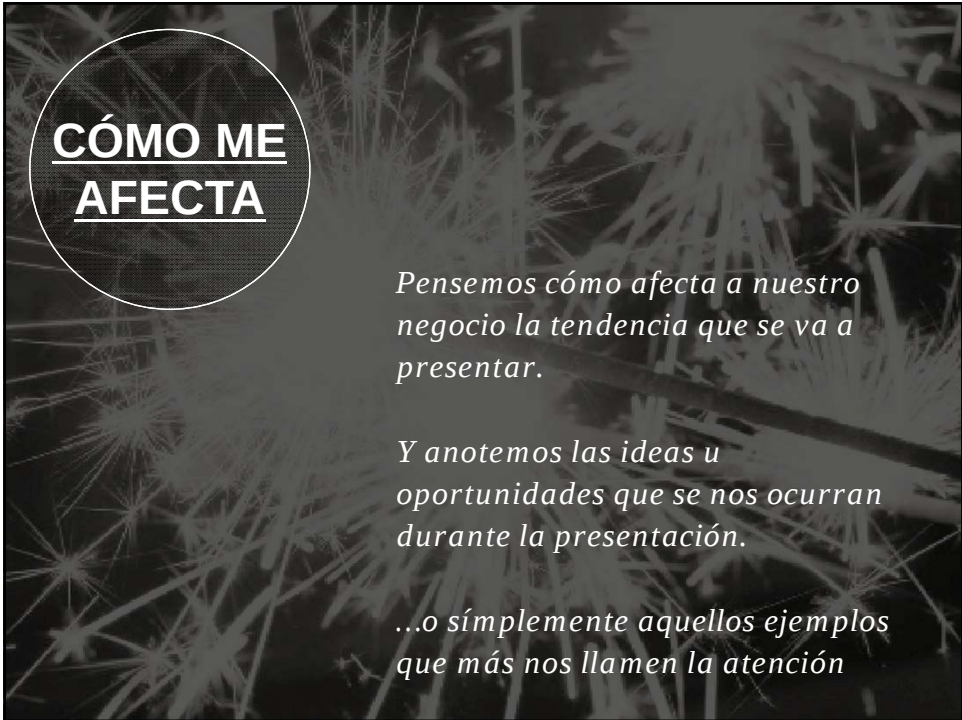


QUÉ ES UNA TENDENCIA

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

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





CÓMO ME AFECTA

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

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

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

PRESENTACIÓN TENDENCIA





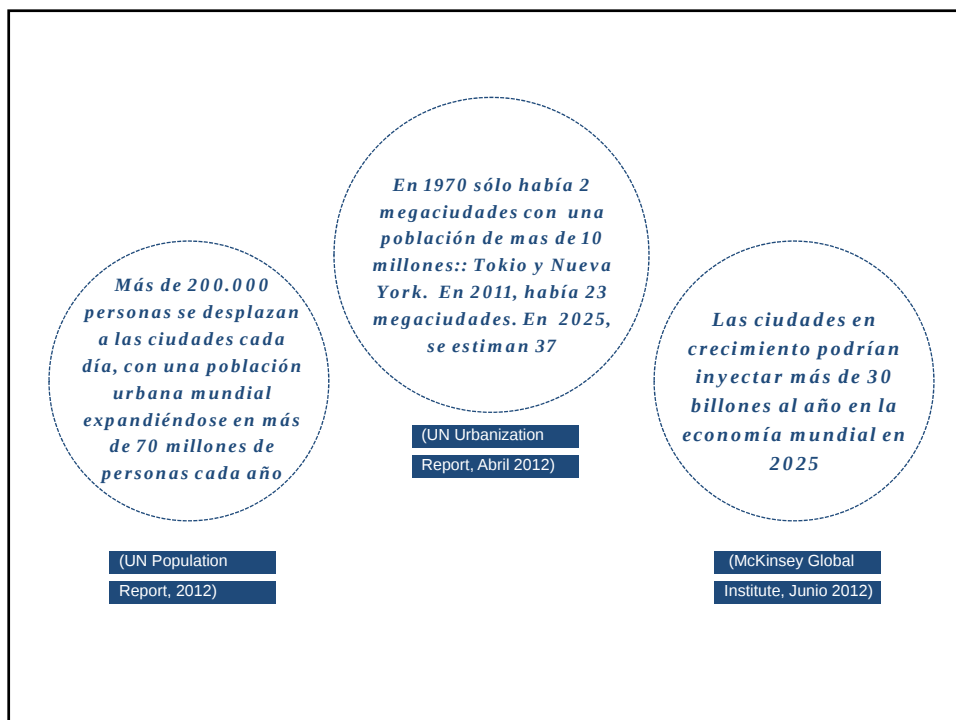
CLAVES

Desplazamiento de las personas a las ciudades

Número creciente de **megaciudades** (> 10 mill hab)

Las ciudades van a ser las principales responsables del **crecimiento económico**

www.trendwatching.com



OPORTUNIDADES

Resolver los problemas **individuales** de los urbanitas

Resolver los problemas **genéricos** que plantean las ciudades

Aprovechar los «**nuevos tesoros**» que se están desenterrando





COMO SON LOS URBANITAS

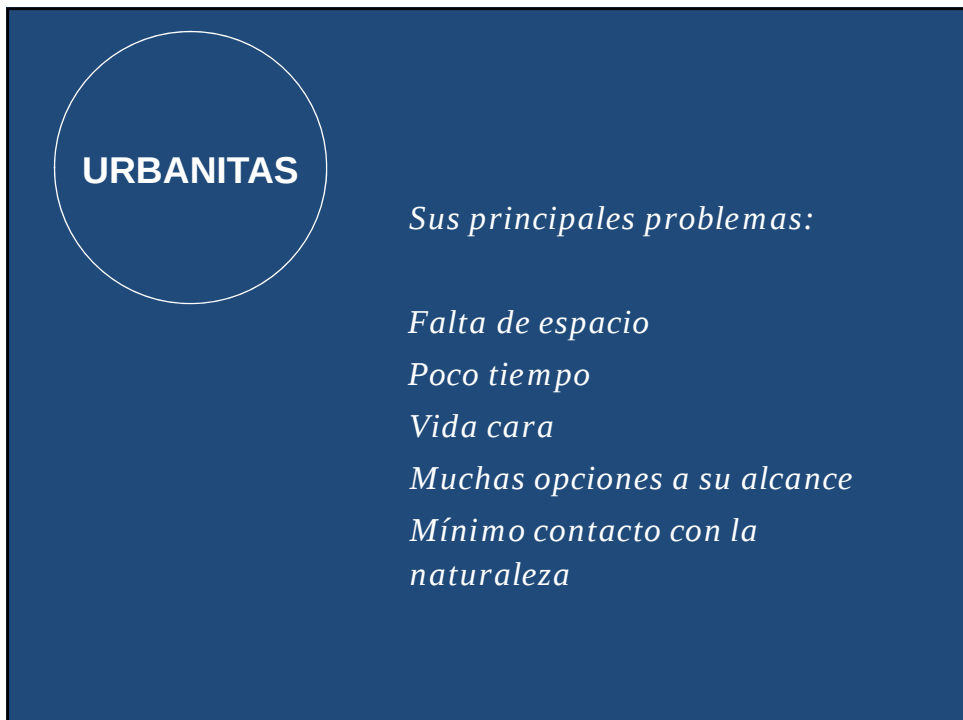
Consumidores **maduros**, informados y sofisticados

Quieren vivir **experiencias**, más allá de consumir productos o servicios

Usuarios **hiperactivos** de internet y las redes sociales

Están **concienciados** y preocupados por la sostenibilidad

www.trendwatching.com



URBANITAS

Sus principales problemas:

- Falta de espacio*
- Poco tiempo*
- Vida cara*
- Muchas opciones a su alcance*
- Mínimo contacto con la naturaleza*



URBANITAS | **DAEWOO**

*La primera lavadora de pared: - 80% agua,
- 86% energía*



URBANITAS | **IKEA**

*Invernaderos en miniatura para jardineros
con problemas de espacio*



URBANITAS | **HOPPER**

Mototaxi eléctrica en Amsterdam: 2.50 € por viaje



URBANITAS | **MOTOTAX1 LOW COST**

Mototaxis en Madrid: 1,50 € bajada bandera + 0,70 € km (mín 3 €)



The advertisement features a futuristic cityscape with a large, tilted concrete structure on the left and a road leading towards a city skyline. A Wi-Fi logo and a Bluetooth logo are prominently displayed in the upper right corner. The text 'URBANITAS' is in large, bold, blue letters, and 'IPAVEMENT' is in smaller, white letters. Below 'IPAVEMENT', there is a description in Spanish: 'Pavimento urbano que ofrece conectividad wifi y bluetooth: cobertura hasta 580 m2'.

URBANITAS | IPAVEMENT

Pavimento urbano que ofrece conectividad wifi y bluetooth: cobertura hasta 580 m2



The advertisement shows a modern, compact apartment interior with a white bed, a large circular mirror, and a red and black chair in the foreground. The text 'URBANITAS' is in large, bold, blue letters, and 'YO! HOME' is in smaller, white letters. Below 'YO! HOME', there is a description in Spanish: 'Apartamento compacto que toma prestadas ideas del teatro: 80 m2'.

URBANITAS | YO! HOME

Apartamento compacto que toma prestadas ideas del teatro: 80 m2



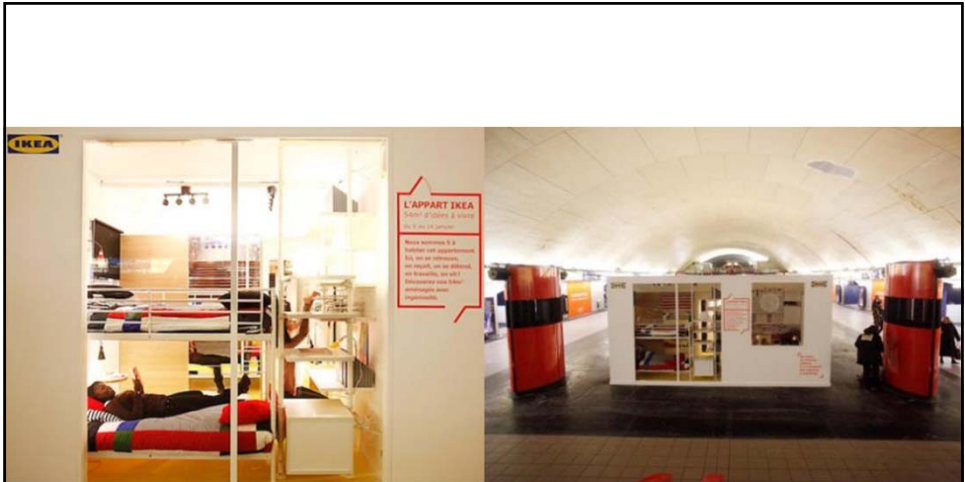
URBANITAS | HAMILTON PARKS

Residencias de lujo en Singapur con parking "dentro" del apartamento



URBANITAS | SK LEADERS VIEW

Edificio de apartamentos en Seul (Corea) con una cafetería para residentes: los gastos en el alquiler mensual



URBANITAS

THE APARTMENT BY IKEA
Instalación de 52 m2 en el metro de París en la que vivieron durante 5 días, 6 personas



URBANITAS

CAVIAR
Entrega comidas de restaurantes de alta valoración en Yelp (solamente): cobra 9,99 € por el servicio



URBANITAS

MC DONALD'S TOKIO

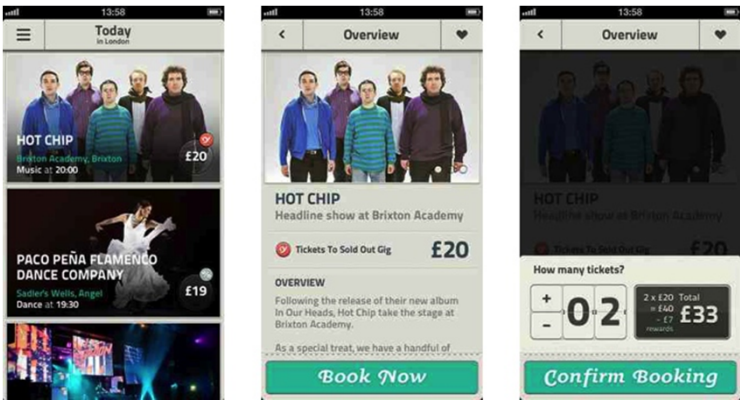
En 250 restaurantes de Tokio: el servicio tiene un coste de 3,4 \$ para órdenes de más de 18 \$



URBANITAS

BIBARDAKMEYVE

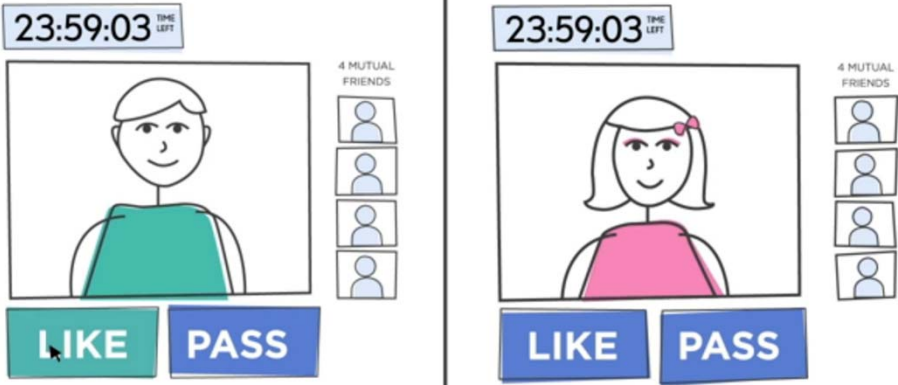
Empresa turca que lleva a la oficina fruta fresca combinada con yogurt, queso feta o granola: para oficinistas estresados



URBANITAS

YPLAN

App gratuita para acceder a una lista de 10 recomendaciones diarias (teatro, conciertos, etc) que se pueden reservar con el móvil



URBANITAS

COFFEE MEETS BAGEL

App gratuita online que ofrece una cita diaria, seis días a la semana: tienes 1 día para decir SI o NO



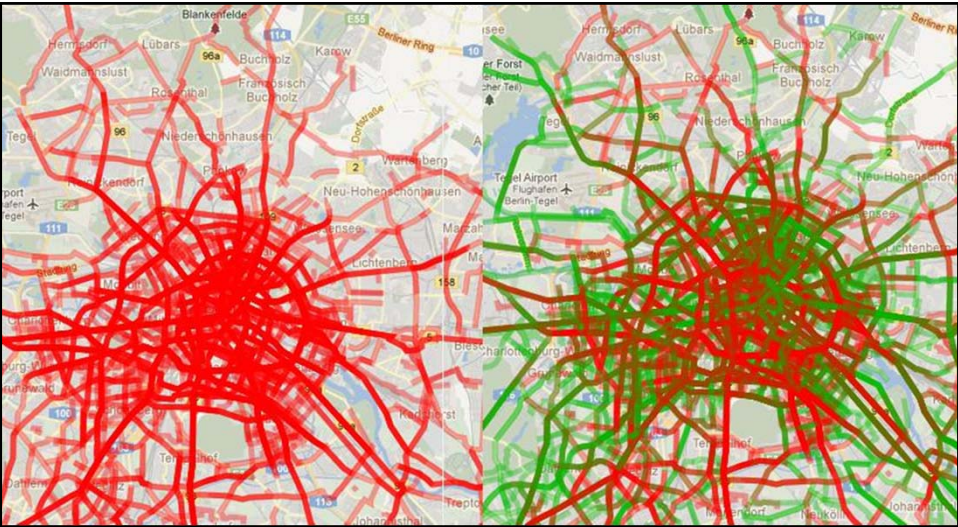
CIUDADES

No hay bienestar individual sin crear bienestar colectivo.

Se necesitan ciudades: sostenibles, eficientes, “disfrutables”

Los grandes retos: dar alojamiento, comida y transporte





SOLUCIONES URBANAS

DYNAMIC CONNECTIONS

App gratuita interactiva con un mapa de Berlin para ciclistas: ven qué calles son “amigables” y cuáles no



SOLUCIONES URBANAS

BADBOOT

Piscina de 120 ms construida en una barcaza fuera de uso en Antwerp (Bélgica): purifica aguas residuales



SOLUCIONES URBANAS

DELANCEY UNDERGROUND (NYC)

Parque subterráneo en una antigua terminal de tranvías; financiado en Kickstarter con 150.000 \$



SOLUCIONES URBANAS

SKY GREENS

Una granja comercial vertical abre en Singapur; necesita menos tierra y agua





SOLUCIONES URBANAS

SANERGY

Soluciones sanitarias sostenibles para zonas urbanas marginadas: residuos transformados en energía y fertilizantes



SOLUCIONES URBANAS

BMW C EVOLUTION

Scooter eléctrico: 120 kph, 100 kms autonomía, 70% carga en 30 mins

FREE APP

FREE APP TAKES PICTURES OF
WRONGLY PARKED CARS,
RECOGNIZES NUMBER PLATES,
THE MODEL AND COLOR.

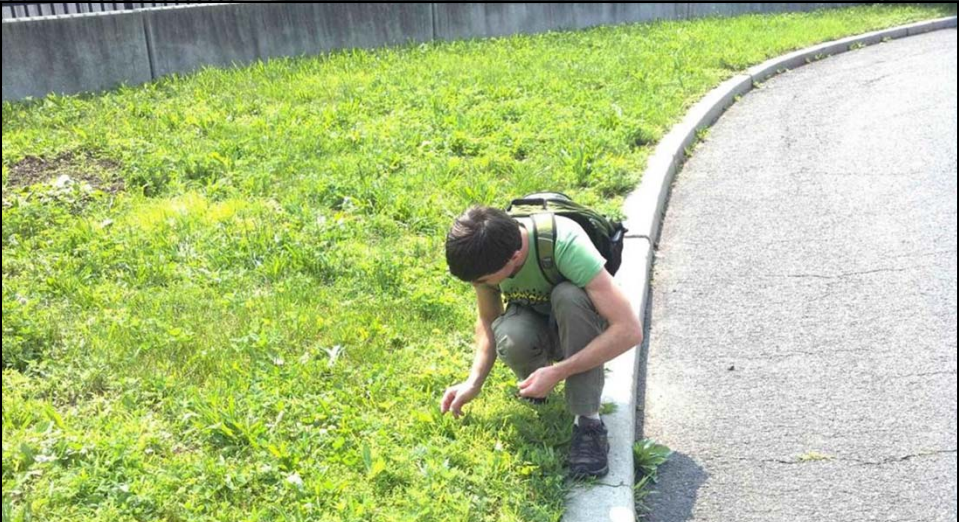





SOLUCIONES URBANAS

PARKING DOUCHE

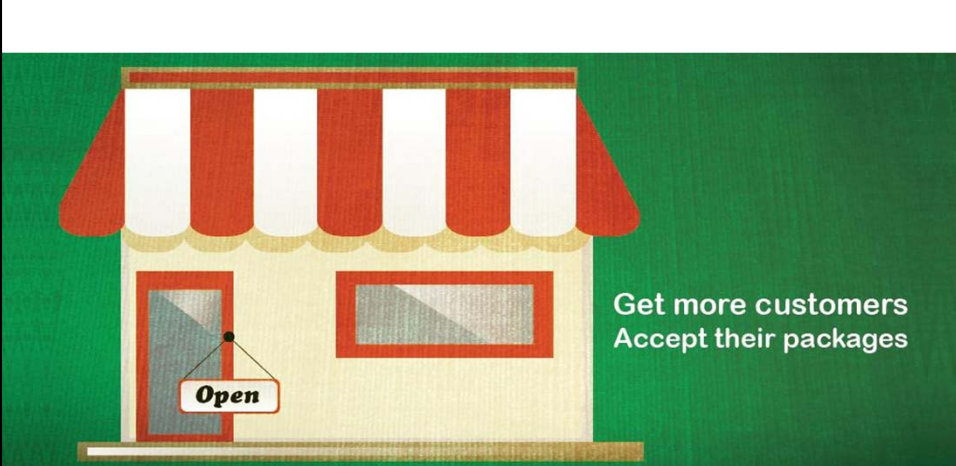
App del periódico online ruso The Village: usuarios toman fotos de coches mal aparcados y las suben...



SOLUCIONES URBANAS

EAT YOUR SIDEWALK!

Libro de recetas financiado en Kickstarter: explica cómo "forrajear" y cocinar alimentos recogidos en aceras urbanas



Get more customers
Accept their packages

**SOLUCIONES
URBANAS**

MISSNEV

*Capta negocios locales para aceptar paquetes
comprados online por los vecinos*



TESOROS NIVEL II

Tras décadas de globalización, se extiende la cultura de consumo más allá de las grandes urbes hacia miles de ciudades menores.

Donde viven consumidores bien informados y con € disponibles.

Hay un reto logístico: e-commerce, partners locales, tienda propia



OTROS TESOROS

RIOMAR

Primer centro comercial de lujo en la ciudad de Recife (Brasil)

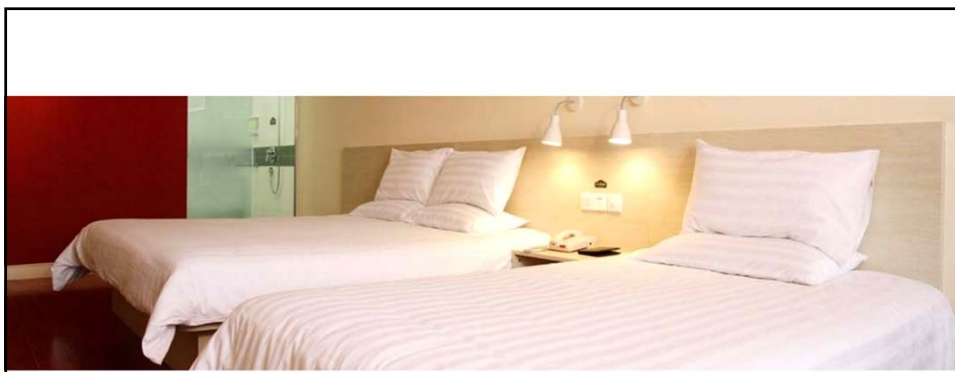




**OTROS
TESOROS**

CHENGDU

Hoteles 5 estrellas más llenos que en Shanghai o Beijing



**OTROS
TESOROS**

HANTING HOTELS

Abre un nuevo hotel cada dos días en China: habitaciones "sin adornos" desde 15 \$/noche

TRABAJO CREATIVIDAD

QUÉ APUNTA ESTA TENDENCIA

Podemos ofrecer **soluciones** valiosas a los urbanitas

Podemos aportar **soluciones** a los grandes problemas
de las ciudades

Podemos descubrir cómo aprovechar el **potencial** que
brindan las ciudades intermedias

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



Icebreaker: Unir los puntos con 4 rectas solamente,
sin levantar el bolígrafo del papel (1'30")

X	X	X
X	X	X
X	X	X

IDEAS CLAVE

ahorro de espacio, ahorro de tiempo, ahorro de dinero,
mayor conveniencia y flexibilidad, conexión permanente,
sostenibilidad, mayor contacto con la naturaleza

necesidades de alojamiento, alimentación, transporte...
reciclado, limpieza, energía

explotar el potencial de las ciudades intermedias

¿cómo afectan esas claves a mi empresa?



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

Daewoo: <http://www.youtube.com/watch?v=1zCXdBpXTK8>

Hopper: http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=x1bzEFv5g4

YO! Home: <http://www.youtube.com/watch?v=PyLnRR25wFs>

The Apartment by IKEA: <http://www.youtube.com/watch?v=oME19vzWdug>

Coffee meets Bagel: <http://www.youtube.com/watch?v=kuA1By4BcA0>

Smart Citizen: <http://www.smartcitizen.me/es/>

Badboot (Antwerp): <http://www.youtube.com/watch?v=yFnoRVkW0Q8>

Casa Etgar Keret: <http://www.youtube.com/watch?v=gSu4hWciht4>

Ciudad satélite en Chengu Tianfu: www.whatsinchengdu.com/news-4905-chengdu-tianfu-district-great-city-the-car-free-city-being-built-outside-chengdu.html

Sanergy: http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=unTc-rID9LI

Parking Douche: <http://www.youtube.com/watch?v=BH58XAO5uRw>

Eat your sidewalk!: <http://www.kickstarter.com/projects/nurseseat-your-sidewalk-the-cookbook>

Missnev: <http://www.youtube.com/watch?v=IO65LLrKFcc>

**NOS VEMOS EN LA
PRÓXIMA TENDENCIA:**

**“REVALORIZADO”
VIERNES 19/04/2013**

**sastre
asocia-
dos**
ORIENTAMOS

ASK ME!!

javiersastre@sastre-asociados.com

www.sastre-asociados.com