

TENDENCIAS INMERSIVAS EN LA INDUSTRIA FUTURISTA

Revolucionando la Manufactura





El secreto del éxito en los negocios está en detectar hacia dónde va el mundo y llegar ahí primero”.

Bill Gates

Cofundador de la empresa de software Microsoft





CASOS REALES INNOVADORES EN MANUFACTURA

Robot de la empresa Honda
para tareas de hogar



Robot para ayudar a
astronautas en el espacio



Click en las
imágenes para
ver videos



Ford crea un app que te permite controlar tu auto a distancia e interactuar con él de manera más inmersiva e inteligente. Demuestra cómo usan la realidad virtual para la fabricación de sus vehículos.



TESLA

Tesla está desarrollando un robot al cual se le puede asignar cualquier tarea. También presenta su supercomputador Dojo para el aprendizaje automático de inteligencia artificial.



Click en las
imágenes para
ver videos



NIKE presenta una tienda interactiva con realidad aumentada. Junto con **RTFKT** muestra un concepto sobre el futuro del calzado.



SAMSUNG

Samsung busca desarrollar una interconexión con el automóvil para poder implementar AR e IA en ellos y fabricación de dispositivos con lo mejor en robótica.



Click en las imágenes para ver videos



RTFKT utiliza lo último en motores de juego, NFT, autenticación de blockchain y realidad aumentada, combinado con la experiencia en fabricación para crear zapatillas y artefactos digitales únicos.



ASUS[®]

ASUS ha desarrollado la primera laptop que se dobla y los primeros lentes de contacto para videojuegos.



Click en las imágenes para ver videos



Introduciendo la nueva impresora 3D para el sector industrial.



Click en las imágenes para ver videos



Entregas autónomas. Un único conductor que controla un convoy de camiones. Camiones que se conducen solos. Personal robótico. Drones para realizar entregas comerciales.



**¿CÓMO PODEMOS AYUDAR A
IDENTIFICAR OPORTUNIDADES Y
DIFERENCIADORES EN LA WEB
3.0 Y METAVERSO?**

PODEMOS APOYAR A COMPRENDER LAS TECNOLOGÍAS A TRAVÉS DE DIAGNÓSTICOS, ESTUDIOS DE POTENCIAL Y PRUEBAS PILOTO CON EXPERTOS SENIORS INTERNACIONALES

GLOBAL DIGITAL WEEK 2022

+ de 110 expertos

[Ver expertos internacionales](#)

Día 1. Smart Cities
Día 2. Public Policy
Día 3. e-Commerce
Día 4. Disruptive Business
Día 5. Wellness Technologies
Día 6. Social Impact Technologies

GLOBAL METAVERSE FORUM 2022

+ de 60 expertos

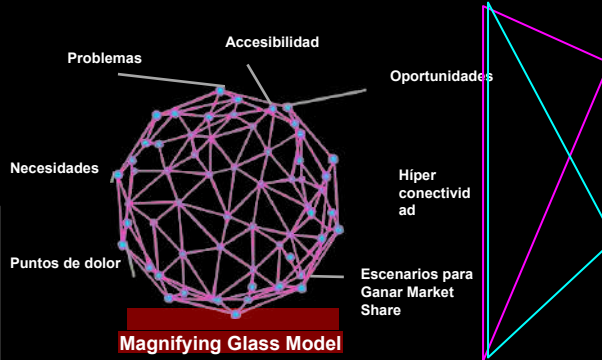
[Ver expertos internacionales](#)

Bloque 1. Tecnologías Inmersivas
Bloque 2. Omnicanalidad
Bloque 3. NFTs & Blockchain
Bloque 4. 3D y Web 3.0
Bloque 5. Experiencias inmersivas
Bloque 6. Mundos virtuales

UN DIAGNÓSTICO DE EXPLORACIÓN EN 3 SENCILLOS PASOS QUE SE CENTRE, EN CONOCER LAS POSIBILIDADES DE LAS TECNOLOGÍAS INMERSIVAS Y APLICATIVOS PRE HECHOS

OPORTUNIDADES

| | |
|---|---|
| POSICIONAMIENTO Y PRESENCIA DE MARCA EN LOS METAVERSOS | |
| | ESTEFANÍA YAGUEZ, HEAD DE CONSUMER INTELLIGENCE DE LÓREAL |
| | FERNANDO CANO, MANAGINF DIRECTOR DE HAVAS METAVERSE |
| COMERCIO OMNICANAL | |
| | – JOHANTAN MASMELA, CEO DE LA COLONIA |
| | VENTAS EN METAVERSOS – THORSTEN WHALTER, CEO DE INSPIFY |
| METAVERSOS MASIVOS | |
| | DANIELLE MACCONNELL, CMO DE VIRTWAY |
| | SORAYA CALDAZO, CEO DE UTTOPION |



EJEMPLOS ILUSTRATIVOS

Market fit. Corto plazo

- Incorporar aplicativos tecnológicos
- Priorización en cuanto al impacto en ventas

Market fit. Mediano plazo

- Ser los primeros en incorporar tecnologías
- Priorización en cuanto al impacto en ventas

Current Portfolio
Tenis
Ropa
Accesorios

Portfolio Adaptado (a mediano plazo)
NIKELAND
Ropa con aplicativos tecnológicos.
Accesorios monitoreo.

Ejemplo NIKE de Unidades de negocio no exhaustivo.

Nota: Dar click en los links para visualizar las conferencias de estos líderes internacionales.

SE INICIA CON UNA JUNTA DE ARRANQUE QUE BRINDE ALTA VISIBILIDAD PARA LOGRAR ENFOCAR EN LOS PUNTOS ESTRATÉGICOS Y QUE AL MISMO TIEMPO PERMITA UNA MAYOR COMPRESIÓN DE COMO PUEDE BENEFICIAR EL METAVERSO AL NEGOCIO

0

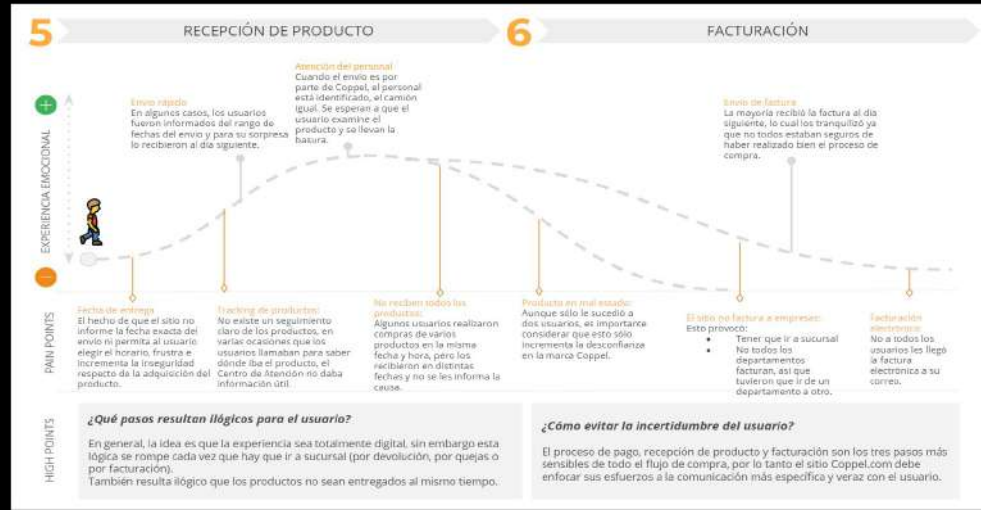
Kick off

Junta de arranque:

- Actividades y roles del equipo.
- Ajuste de calendario

Entrevistas al Senior management

- Para comprender la dinámica del negocio.
- Conversaciones sobre la dinámica competitiva.



EL ACERCAMIENTO A LOS CLIENTES ACTUALES Y POTENCIALES LO PROPONEMOS EN DOS MOMENTOS, EL PRIMERO PARA ENTENDER SUS **NECESIDADES, PAIN & GAINS Y EL SEGUNDO PARA VALIDAR CON **DIRECTION CHECKS** ESTAS TECNOLOGÍAS**

1

OPORTUNIDADES Y DIFERENCIADORES

Crear un modelo de decisión con las variables analizadas.
 Realizar un análisis comparativo los aspectos que más podrían generar valor a los clientes
 Facilitadores para la labor de ventas

NECESIDADES Y DOLORES DE LOS CLIENTES

Entrevistas a clientes y no clientes

EJEMPLOS
ILUSTRATIVOS

| PORTAFOLIO | Crecimiento | CARG | Competidores | Prioridad |
|------------|-------------|------|--------------|-----------|
| TENIS | | | | 1 |
| ROPA | | | | 4 |
| RELOJES | | | | 5 |
| PULSERAS | | | | 2 |
| MOCHILAS | | | | 6 |
| BALONES | | | | 3 |

POSTERIORMENTE ANALIZAR DESDE EL ÁNGULO DE LA OFERTA QUE SE ESTÁ OFRECIENDO EN EL MERCADO Y CÓMO SE PUEDE GENERAR DIFERENCIACIÓN CON APLICACIONES TECNOLÓGICAS

2 TECH BUSINESS FIT

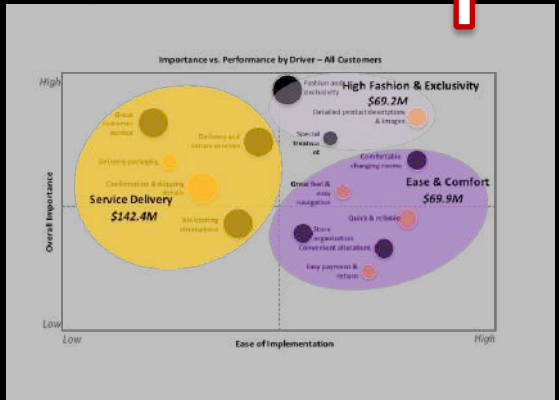
POSICIONAMIENTO Y PRESENCIA DE MARCA EN LOS METAVERSOS
 - ESTEFANÍA YAGUEZ, HEAD
 DE CONSUMER INTELLIGENCE DE L'ORÉAL
 - FERNANDO CANO, MANAGER
 DIRECTOR DE HAVAS METAVERSE

COMERCIO OMNICANAL
 - JOHANTAN MASMELA, CEO DE
 LA COLONIA
 - THORSTEN WALTHER, CEO DE INSPIFY

**DONDE LE CUMPLEN
 DONDE NO LE CUMPLEN AL CLIENTE**

**CLARIDAD DE LOS ESPACIOS EN
 DONDE GENERAR MÁS VALOR**

**LEAP FROG - APROVECHAMIENTO
 TECNOLÓGICO QUE NO TIENE QUE
 PAGAR LA MARCA SINO SOLO
 IMPLEMENTARLO**



EJEMPLOS ILUSTRATIVOS

Y CON ELLO DETERMINAR QUÉ ACCIONES Y TECNOLOGÍAS CONTRIBUIRÍAN A GENERAR MAYORES INGRESOS, MÁS VALOR EN EL COSTUMER JOURNEY Y EN GENERAL A LA MARCA

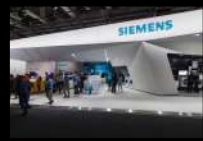
3



Ayudar para facilitar la labor de venta

Accion 1. Incorporar Plugs o conectar a plataformas para vender el conjunto de una oficina pero con un paquete de Smart Office

Accion 2. Arrendar el espacio junto incluida la tienda virtual



Ayudar para generar diferenciadores de sus unidades de negocio



Ej. MOBY MART Supermercados Móviles



Ej. FARFETCH Tiendas Inteligentes



Ej. Lenonovo Oficinas Inteligentes

Accion 1. Asistentes virtuales para ganar la satisfacción de los clientes.



EJEMPLOS ILUSTRATIVOS

NOTA: Dar click a las imagen para visualizar videos de casos.

Accion 2. Cushman & Wakefield puede crear su propio Metaverso para mantener actualizados y dar tips de las tendencias, testimoniales.





Acerca del
GIDCOMP.

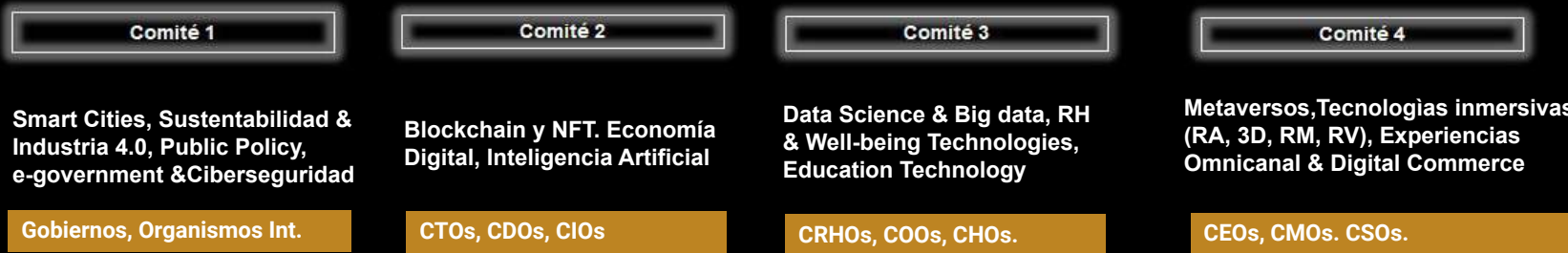
Un Centro de investigación internacional con un solo objetivo, **Generar valor con tecnología.**

A través de 5 diferentes tácticas específicas:

- 1 **Difundir y promover el uso de tecnologías** para aumentar la eficiencia de las organizaciones sin importar su ubicación geográfica.
- 2 **Conectar a las organizaciones y ejecutivos para generar más valor**, vender más en un mundo **omnicanal** y geopolíticamente fragmentado.
- 3 Trabajar en conjunto con las **autoridades e instituciones** para **quitar las barreras a las tecnologías y al comercio**.
- 4 **Acercar expertos, conocimientos y casos** a comunidades o regiones con poco acceso al conocimiento tecnológico y digitalización para hacer inclusivas las oportunidades.
- 5 **Establecer Comités por tipo de tecnología** para compartir usos, aplicaciones, así como grupos que quieran interactuar, colaborar y probar nuevas aplicaciones en el campo práctico.



Acompañados de líderes internacionales seniors que dirigen los comités



Los afiliados vivirán una experiencia internacional Figital

Las reuniones se llevan a cabo cada semana de la siguiente manera: Ej. Comité de Metaversos

| Canal | Horas | Asistentes | Ciudad | Anfitriona físico |
|-----------|-----------|------------|--------|-------------------|
| Metaverso | 1.5 horas | 10 | | |
| Físico | 30 mins | 4 | CDMX | Sura |
| | | 2 | Bogotá | Coats |
| | | 4 | Madrid | Let me Park |

OBJETIVOS ANUALES DE LOS COMITÉS:

- ❖ Publicar tendencias por tecnología.
- ❖ Colaboraciones con medios.
- ❖ Working papers.
- ❖ Video Casos y documentales.
- ❖ Networking internacional.
- ❖ Coordinación de Roadshows.
- ❖ Apoyo a asociaciones, organismos internacionales, gobiernos, cámaras, universidades con el banco de conocimiento digital y red de expertos global
- ❖ Reconocimiento a ejecutivos y exposición de marcas que colaboran en la integración de conocimiento.

Calendario GIDCOMP 2023

| ACTIVIDADES | 2023 | | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|---|---------|----------------------------|------------------------------|------|--------------------|------------------------|--------------------|------------|-------------------------------------|------------------------------|-----------|
| | Q1 | | | Q2 | | | Q3 | | | Q4 | | |
| | Enero | Febrero | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre |
| 1 GIDCOMP FEST | | | Global Digital Week 2023 | | | | | | | | Global Metaverse Week 2023 | |
| 2 GIDCOMP ACADEMY CERTIFICATES | Digital transformation | | | E-commerce certification | | | AI Certification | | | Web3 & Metaversos Certification | | |
| 3 GIDCOMP ACADEMY ON DEMAND | Academy on Demand – Digital Transformation | | | Academy on Demand e-commerce | | | Academy on Demand – AI | | | Academy on Demand web3 & Metaverses | | |
| 4 GIDCOMP R&D | | | Global Digital Report 2023 | | | Digital Poles 2023 | | Meta-Commer e 2023 | | | Global Metaverse Report 2023 | |
| | Consultoría - Diagnósticos de Oportunidades, diferenciadores y monetización en la Web 3.0 | | | | | | | | | | | |

Actividades de responsabilidad social de acceso al público, vía streaming y plataformas tecnológicas con marcas co-organizadoras.

Admisiones: Tel. / Whatsapp

El GIDCOMP con su propósito de contribuir a reducir la brecha digital global realiza diversos festivales internacionales invitando a líderes Senior a compartir e inspirar a que las personas creen valor y generen experiencias en el Web 3.0 con las nuevas tecnologías



1

GIDCOMP Immersive Festivals

2

Digital Knowledge Bank

www.gidcomp.online

+200 Replays:

Mantén al día de las tendencias tecnológicas a los líderes de tu marca.

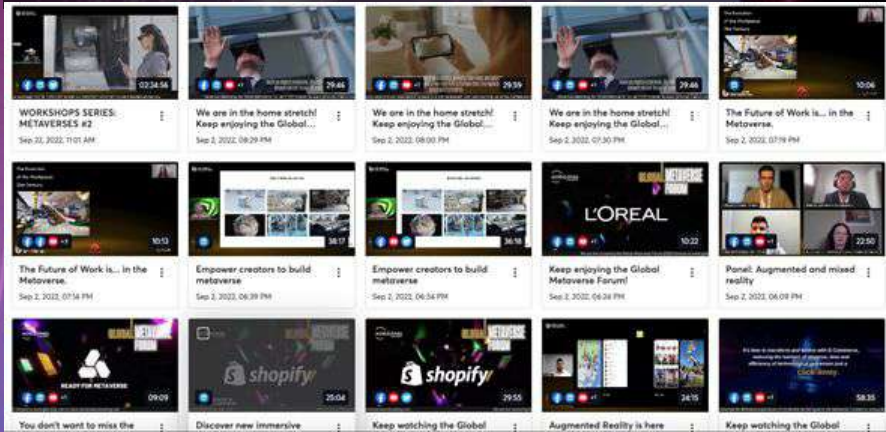
Repeticiones Global Digital Week 2022-2023

Repeticiones Global Metaverse Week 2022-2023

Marketplace de proveedores de tecnología.

No pierdas la oportunidad de estar en contacto con los líderes de grandes empresas y organizaciones. ¡Contacta con las marcas líderes!

Los comités vía las marcas integrantes de los mismos emitirán de manera continua los avances y tendencias de cara a seguir mostrando las nuevas aplicaciones al público en general y al mismo tiempo robusteciendo el banco de conocimiento digital para los afiliados, que actualmente cuenta con más de 200 conferencias, Mini MBA on demand, MásterClases, MooCs, con más de 200 horas continuas de contenido.





La División de Academy busca acercar a los expertos internacionales en práctica para que compartan su óptica pragmática y de ejecución táctica en las empresas líderes globales.

La misión principal es que los ejecutivos desarrollen los skills en práctica de cara a aumentar la eficiencia y ventas de las marcas.

3 GIDCOMP ACADEMY

CERTIFICACIÓN EN IA

APLICADA AL MARKETING Y NEGOCIOS

La certificación en IA para áreas de marketing y ventas busca ayudar a los tomadores de decisiones a maximizar los resultados, optimizar los presupuestos, predecir el comportamiento del cliente, estudiar, definir y segmentar a los usuarios, predecir audiencias y mejorar la eficiencia operativa.

Opciones de certificación

A. Certificación vía proyecto aplicado.

Mentores líderes en el tema del proyecto

B. Certificación inmersiva en Dubái.

Incluye visitas a empresas de la ciudad, desarrollando una propuesta aplicada a tu empresa.

PRÓXIMAS FECHAS DE INICIO

Summer
2023

Inicio: 01 de Julio
Cierre de Admisiones
15 de Mayo

"Impulsa tu carrera en Marketing y Ventas con nuestra certificación en IA y aprende de marcas globales"

16 CURSOS PARA CONVERTIRTE EN UN EXPERTO:

12 CURSOS CORE

- Análisis de datos con IA
- Estrategia de Producto
- Investigación con IA
- Personalización con IA
- Optimización del journey
- Comportamiento del Consumidor con IA
- Content marketing IA
- Servicio al cliente

4 CURSOS ELECTIVE

- Digital shift
- People Analytics
- Innovation culture
- Tecnología sensorial
- Tiendas virtuales
- Implementación de proyectos con IA
- Innovación abierta

- Optimización de motores de búsqueda (SEO)
- Potenciando tu CRM
- Conversiones de funnels de venta con IA
- Creación de leads con IA
- Customer success
- Automatizar el proceso de ventas
- Trade marketing IA



4

GIDCOMP R&D

Investigación, prototipos, pruebas, reportes y Laboratorio Digital

Global Metaverse Report 2022
Release para Noviembre de 2022

Global Digital Report 2023
Release para Febrero de 2023

Meta Commerce 2023
Release para Junio de 2023

Polos digitales 2023
Release para noviembre de 2023

POSICIONAMIENTO Y PRESENCIA DE MARCA EN LOS METAVERSOS

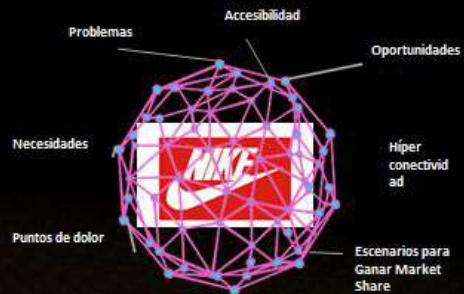
1. [CONEXIÓN CON CONSUMIDORES](#), - ESTEFANÍA YAGÜEZ, HEAD DE CONSUMER INTELLIGENCE DE L'ORÉAL
1. [MARKETING Y BRANDING](#) - FERNANDO CANO, MANAGING DIRECTOR DE HAVAS METAVERSE

COMERCIO OMNISCANAL

1. [TIENDAS VIRTUALES](#) - JONATHAN MÁSMELA, CEO DE LA COLONIA
1. [VENTAS EN METAVERSOS](#) - THORSTEN WALTHER, CEO DE INSPIEY

METAVERSOS MASIVOS

1. [GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES](#), DANIELLE MCCONNELL, CMO DE VIRTWAY
2. [METAVERSOS ESPECIALIZADOS](#), SORAYA CADALSO, CEO DE UTOPION



Current Portfolio

1. Tenis
2. Ropa
3. Accesorios

Portfolio Adaptado (a mediano plazo)

1. NIKELAND
2. Ropa con aplicativos tecnológicos.
3. Accesorios monitoreo.

Ejemplo: NIKE de Unidades de negocio no exhaustivo.

EJEMPLOS ILUSTRATIVOS

Market fit. Corto plazo

- Incorporar aplicativos tecnológicos
- Priorización en cuanto al impacto en ventas

Market fit. Mediano plazo

- Ser los primeros en incorporar tecnologías
- Priorización en cuanto al impacto en ventas

Diagnósticos de adopción tecnológica

Razones para afiliarse al **GIDCOMP**:

- 1 Para recibir **información de Business Intelligence y tendencias de Tecnología**
- 2 Para **aprovechar la tecnología** ya existente (leap Frog)
- 3 Para generar **networking / comunidad**
- 4 Para tener **visibilidad** de las aplicaciones en el **uso de tecnologías**
- 5 Para informarme y estar al tanto de las **últimas noticias**
- 6 Para recibir **apoyo o consultoría**
- 7 Para **capacitar** a mi equipo ante los nuevos retos del mercado
- 8 Para generar **relación con Autoridades**
- 9 Acceso a **+400 Expertos de más de 62 países** y presentaciones de sus modelos en la Global Digital Week & Global Metaverse Week.





GLOBAL INSTITUTE FOR
DIGITAL COMPETITIVENESS



[gidcomp.spanish](https://www.facebook.com/gidcomp.spanish)

[company/gidcomp/](https://www.linkedin.com/company/gidcomp/)

[gidcomp.spanish](https://www.instagram.com/gidcomp.spanish)

[gidcomp.spanish](https://twitter.com/gidcomp.spanish)

[gidcomp.spanish](https://www.youtube.com/gidcomp.spanish)

www.gidcomp.org
be.digital@gidcomp.org

¿Cómo ser miembro?

Mándanos un mail a be.digital@gidcomp.org o un WhatsApp al : +52 56 1463 3902

El GIDCOMP busca agremiar y relacionar a organizaciones ligadas al ecosistema tecnológico internacional para impulsar y desarrollar las capacidades digitales en cualquier localidad del mundo.

La membresía empieza con la fecha de acreditación de pago en la cuenta bancaria.

Vigente 12 meses a partir de la fecha de pago.

Las renovaciones empiezan a correr a partir de la fecha de vencimiento de la membresía vigente.

