

CONFERENCIAS

FutureReady

Antifragilidad •

Creación no disruptiva: repensar la innovación y el crecimiento

Reimaginando la estrategia • Rutas de Futuro

El modelo de negocio debe tener el propósito de ser circular

La teoría de la destrucción creativa • **Innovar con propósito**

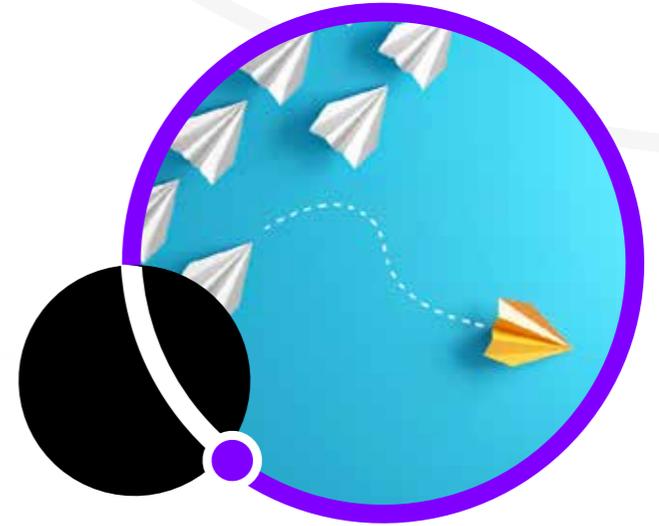


CONFERENCIA

Antifragilidad

La transformación de las empresas y la asociación de tecnología para diseñar productos y modelos de negocio es una convergencia de elementos que funcionan como un sistema de recursos y fuerzas. La velocidad de adopción y transformación determinan un grado de complejidad por la capacidad de reinterpretar los recursos para crear un valor diferenciable.

Se deben de enfrentar eventos inesperados e impredecibles. Los conceptos de resiliencia y antifragilidad están ganando importancia; reducir los procesos, reusar los recursos desde nuevas perspectivas, repensar lo que se conoce y desde quiénes lo aplican, reparar las estructuras para que la comunicación sea ágil y eficiente. El reto es diseñar un ecosistema de recursos desde las posibilidades de lo que la tecnología y el conocimiento para emplearla de forma original permitan.



CONFERENCIA

Reimaginando la estrategia

Se está produciendo un cambio fundamental en la economía, un cambio que se trata menos de una nueva tecnología específica que del hecho de que un nuevo comportamiento esté alcanzando a redefinir la estructura con las que los negocios se relacionan con los consumidores. El conocimiento, los medios de producción, el financiamiento y la estructura de organizar el trabajo; todo está abierto utilizando estándares abiertos universales. La revolución de la información.

Si bien se ha generado una lenta y paulatina adopción de herramientas y plataformas, los procesos con los que las propuestas de valor se definen y las soluciones tecnológicas y de modelo de negocio se establecen parten más de la premisa de resolver una intermediación que de cerrar una brecha de acceso, de crear una respuesta que elimina un problema real y apremiante. Lo que tenemos como ejemplos de empresas que alcanzan el grado de financiamiento, en su gran mayoría, se ha centrado en adaptar procesos operativos a las nuevas tecnologías de la información. Pero, lentamente, la biotecnología y la tecnología de la información estarán convergiendo para desarrollar materiales, sistemas de alimentación de energía, dispositivos y proceso de salud, mejorando el rendimiento de los suelos y mejorando la capacidad de alimentar a los 10 billones o más que seremos.

Los creadores de empresas se verán obligados a repensar los fundamentos estratégicos de sus propuestas. Esta nueva forma de diseñar productos y servicios, y los mecanismos para establecer sus transacciones, tendrá repercusiones que precipitarán cambios en la estructura de industrias enteras y en las formas en que compiten las empresas.

CONFERENCIA

Creación no disruptiva: repensar la innovación y el crecimiento

La disrupción se ha convertido en verbo y moda. No es sorprendente que se le ha llegado a ver como sinónimo de innovación. A los líderes corporativos se les advierte continuamente que ésta acecha en cada esquina y que la única forma de sobrevivir, tener éxito y crecer es que las industrias se orienten hacia ella, que las empresas se encaminen en lograrla.

Pero, ¿es la disrupción la única forma de innovar y crecer? ¿Es, incluso, la mejor manera? La respuesta es 'No', pero construir hacia ella permite reformar procesos, descubrir capacidades, construir plataformas de entre ecosistemas.

Hay una creación que no es disruptiva, que conforma una nueva forma de pensar sobre lo que es posible. La mayoría de las empresas crecen pero no cambian, las que cambian desarrollan pero no innovan, las que se transforman están en la senda de un cambio que huele y suena como si fuese disrupción.





WORKSHOP

Rutas de Futuro

El reto de corto plazo al que se enfrentan las organizaciones es alinear sus recursos y capacidades al reimaginar cómo responder a un consumidor que está mejor comunicado, que trabaja en redes y consume de forma global desde lo local.

Por ello, creamos escenarios, historias que desde el presente dan una idea de cómo pueden entenderse las consecuencias de las fuerzas sobre las tendencias y, desde ahí, los múltiples efectos posibles a desencadenarse. Un ejemplo sería tomar la energía como un recurso. Tuvieron que pasar muchos años para que dejáramos de usar cera y utilizáramos carbón o aceite en lámparas, y de ahí transcurrieron siglos para que existieran y se utilizaran los focos tal y como hoy los conocemos.

El éxito de estas estrategias está basado en los conocimientos sobre el entorno desde distintas industrias y sus formas de abordar problemas específicos. Los creadores de soluciones se verán obligados a re-evaluar la relevancia de sus acciones hacia reimaginar la forma de diseñar servicios, no solo productos.

CONFERENCIA

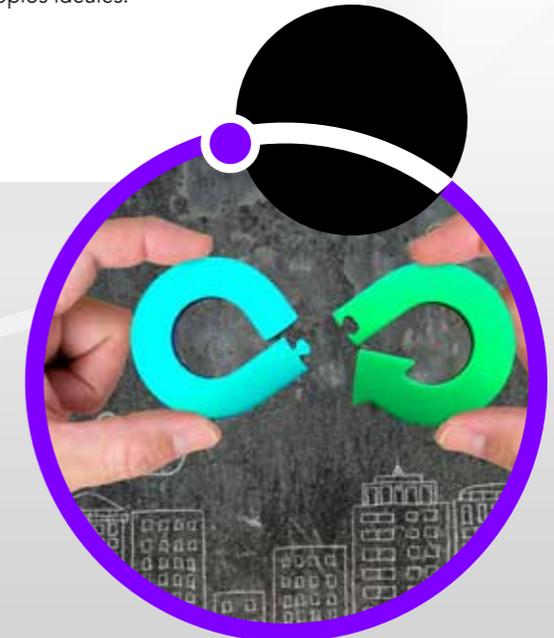
El modelo de negocio debe tener el propósito de ser circular

Para abordar los desafíos futuros, los productos, procesos y servicios deben ser diseñados considerando el efecto de largo plazo, que no es solo el caso de la sostenibilidad de la empresa, si no la sustentabilidad de la solución centrada en el cliente.

Las empresas circulares recuperan conocimiento y recursos para reintegrarlos en su propia cadena de valor o las de terceros desde la mayor cantidad de ciclos posibles.

El modelo mental al que se obliga es pensar en la máxima eficiencia en el aprovechamiento de todos los recursos y cómo estos se transforman y se integran creando nuevos valores a explotar. No es una conversación solo de materiales, si no de la energía y recursos que obligan esos materiales, y cómo estos tienen un ciclo de aprovechamiento en el postconsumo que los usuarios no conocen y puede llevarlos a: crear valores incrementales, explotar nuevas aplicaciones, integrarse como desarrolladores de otra escalas de soluciones. La simplicidad es el eje de este proceso de diseño.

El éxito o el fracaso de la circularidad dependerá del compromiso compartido entre el diseñador de la solución, los aliados en la activación del modelo de negocio y su ecosistema; pero, sobre todo, de la efectiva comunicación y alianza con los consumidores que ven reflejado en el propósito sus propios ideales.



CONFERENCIA

La teoría de la destrucción creativa

Para elaborar este tipo de ideas y darles forma, además de astucia y creatividad, se necesita explorar de forma amplia, incluso desde fuera, las fronteras naturales de las circunstancias que obligaron a plantear la oportunidad.

¿Cómo identificar el potencial? Al analizar la combinación entre esa idea y lo que la tecnología puede hacer viable y escalable. ¿Cuál es el algoritmo o fórmula de negocio que lo convierte en algo rentable y susceptible de ser escalado? Los emprendedores serán la piedra angular del desarrollo económico. Los grandes cambios y oportunidades vendrán desde las propuestas de quienes formarán empresas en las que el elemento central fuese la formulación de una innovación.

Estos conceptos ilustran lo que estamos viviendo: una etapa en la que se están creando empresas porque la digitalización, la automatización y los avances en biotecnología lo hacen viable a una escala en la que es posible pensar en deslocalizar sus recursos, coleccionar capital desde usuarios y fanáticos del problema, así como crear las alianzas hasta formar un ecosistema que permita que el producto se convierta en una plataforma para múltiples servicios. Las innovaciones tecnológicas han comenzado a alterar la forma en la que entendemos que puede ser un negocio y hasta dónde los productos son elementos transformadores para la sociedad.



CONFERENCIA

Innovar con propósito

¿Cómo se pueden conectar las necesidades con las ideas, sumar el conocimiento acumulado y hacer algo útil para la sociedad?

Las propuestas, no únicamente las más originales, sino las más efectivas, provienen de aquellos que se aproximan al problema sin el filtro de la experiencia, pero sí con la audacia de repensar las variables y conectarlas de forma tal que los límites del problema se convierten en nuevas oportunidades a explorar.

La innovación necesita de una conversación entre industrias a través del tiempo. Leer entre líneas, conectar una a una las capas de los problemas, pues estas son las áreas más productivas. Necesitamos que quien tenga este texto en las manos asuma que deberá convertirse en un futurista, tecnólogo, innovador y emprendedor humanitario. Pasar de una mentalidad de consumir a una de solucionar.

¿Esperaremos hasta que las tecnologías sean inventadas y las tendencias se vuelvan actualidad?

Estos próximos diez años deben ser los de la innovación tecnológica que crea progreso y desarrollo sostenible regenerativo. Necesitamos millones de innovadores con propósito. Cada persona puede empezar a verse como una idea potencial a convertirse en la siguiente start-up que se enfoca en los retos de hoy para evitar las fricciones de los problemas del pasado mañana.

CONFERENCIAS

FutureReady

Para más información:
victor@ilab.net

010010011011
011101010010

 **ilab** innovar para crecer