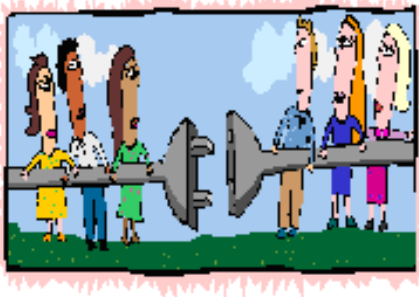

ConceptLab

Oportunidades de negocio
basadas en conocimiento e innovación



Aunque tendemos a empequeñecerlo querer es poder. Si queremos algo, debemos saber el precio que vamos a pagar, y este precio es

- El abandono de ciertos hábitos
- La lucha con las dificultades
- Tener decepciones

Pero el precio más alto es **NO HACER NADA.**

Ángel L. Arbonies

PROGRAMA

- Quinta generación en la innovación de productos
- Límites de conocimiento de la organización
 - Estrategia actual
 - Mercados
 - Tecnologías
 - Competencias esenciales
 - Modelo de gestión
- Nuevos conceptos de producto
- Incertidumbre
- Ideas para desarrollo

Innovación basada en conocimiento

Bases del proceso



- El ejercicio se basa en la ruptura de límites de conocimiento: Ruptura de límites auto - impuestos para generar conceptos de productos que generan valor
- Nos concentramos en el concepto de incertidumbre: Centrarse en las incertidumbres para seleccionar los conceptos de producto que pasan a desarrollo.
- Escalado de adopción: Establecer un escalado (aprendizaje expansivo) para que la organización, acepte y haga suyo el nuevo producto.
- Innovar en los límites es un proceso mental nuevo: Un proceso que triangule las ideas entre los límites

Nueva generación de Innovación

- Si la ingeniería concurrente tiene como objetivo coordinar actividades, en este método se propone sobre todo generar un campo de juego común. En este sentido y siguiendo la teoría del Intercambio y Creación de Conocimiento, el contenido (la idea) es muy importante, pero sobre todo lo es la significación (contexto) para cada parte de la organización.
- La perspectiva social es que cuando innovamos, básicamente estamos envueltos en un proceso de crear el terreno de juego común.

Operativa



- Estamos hablando de una intervención de un día de duración en la empresa donde el proceso de innovación nace de una experiencia práctica facilitada por Angel Arbonies intentando superar los límites de conocimiento de la organización
- Se crea un grupo de trabajo con dos misiones :
 - Generar tres ideas de innovación plausible y aceptadas
 - Generar un proceso homologable de innovación para incardinarlo en la organización
- Se pretende que las ideas vayan teniendo sentido compartido primero para los miembros del equipo y progresivamente para toda la organización.

| FASE | TEMA |
|--------|--|
| FASE 1 | Estrategia actual de la empresa límites y posibilidades de innovación |
| FASE 2 | Mercados – posibilidades de innovación |
| FASE 3 | Dominios tecnológicos – posibilidades de innovación |
| FASE 4 | Competencias esenciales – posibilidades de innovación |
| FASE 5 | Modelo de Gestión – Posibilidades de innovación |
| FASE 6 | Nuevos conceptos de producto como compendio de los diálogos establecidos en torno a los límites |
| FASE 7 | Medición de incertidumbre |
| FASE 8 | Selección de tres Conceptos de Producto |

De una forma sistémica se trabajan los límites de la organización y mientras tanto como una forma natural de respuesta se van viendo como pueden sobreponerse. Lo que alcanzamos a ver podemos manejarlo desde las capacidades de la empresa y tratar de lograr nuevos productos por extensión de estas capacidades.