

CICLO FORO EMPRENDIMIENTO CON TALENTO

LOS USOS DE BLOCKCHAIN QUE NADIE TE HA CONTADO

31/05
16:15 h.

FINANCIA:



GENERALITAT
VALENCIANA

TOTS
A UNA
veu

ivACE
INSTITUT VALENCIÀ DE
COMPETITIVITAT EMPRESARIAL

ORGANIZA:

CEEI
VALENCIA

FOCUS

PYME Y EMPRENDIMIENTO
Comunitat Valenciana

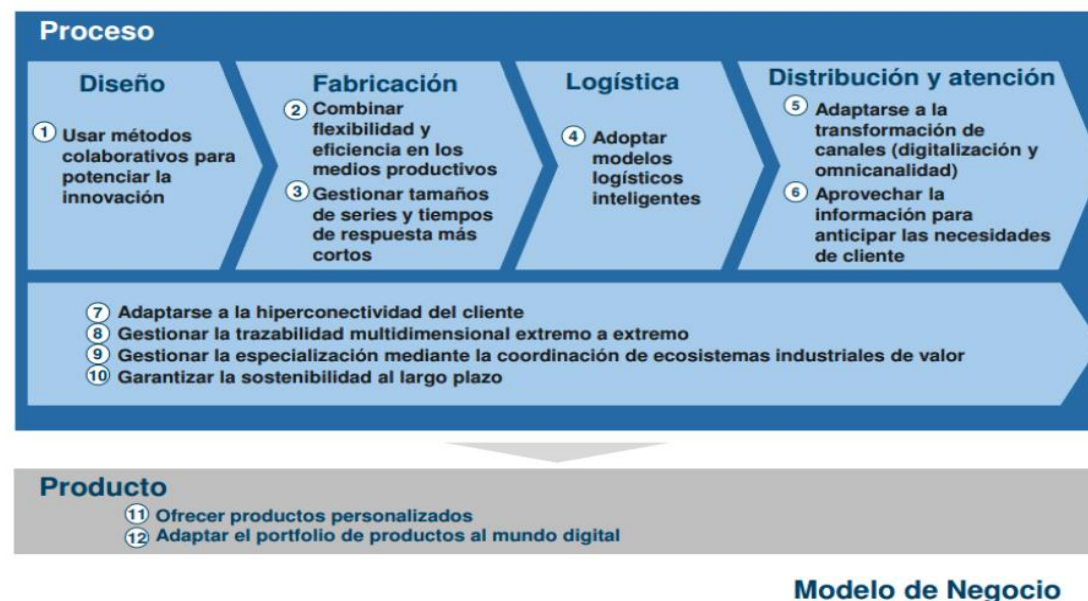


fundeun

FUNDACIÓN
EMPRESA UNIVERSIDAD
DE ALICANTE

Hablamos de “Industria 4.0” y “Administración 4.0”

Sistemas Ciber-físicos
 Industria y productos inteligentes
 Internet of Things and Services
 Hiperconectividad
 Big data



Pero ¿por donde empezamos?

Necesitamos tecnologías digitales accesibles a todos que permitan la hibridación entre el mundo físico y el digital, que permitan la comunicación y tratamiento de datos y que facilitan aplicaciones de gestión intra-empresa o inter-empresas/instituciones públicas.

DIAGNÓSTICOS INDUSTRIA 4.0



MUESTRA:

Detección 10 empresas con buenas prácticas ubicadas en la Comunidad Valenciana pertenecientes a los diferentes sectores económicos.



METODOLOGÍA:

Se ha realizado una comparación y una medición mediante el método benchmarking a través de la búsqueda de las mejores prácticas industriales para que las empresas puedan mejorar su nivel de desempeño. Para ello, se ha llevado a cabo una metodología cuantitativa y cualitativa. La metodología cuantitativa se ha realizado mediante la técnica de la encuesta y la metodología cualitativa a través de entrevista personales a los responsables de las diferentes áreas.

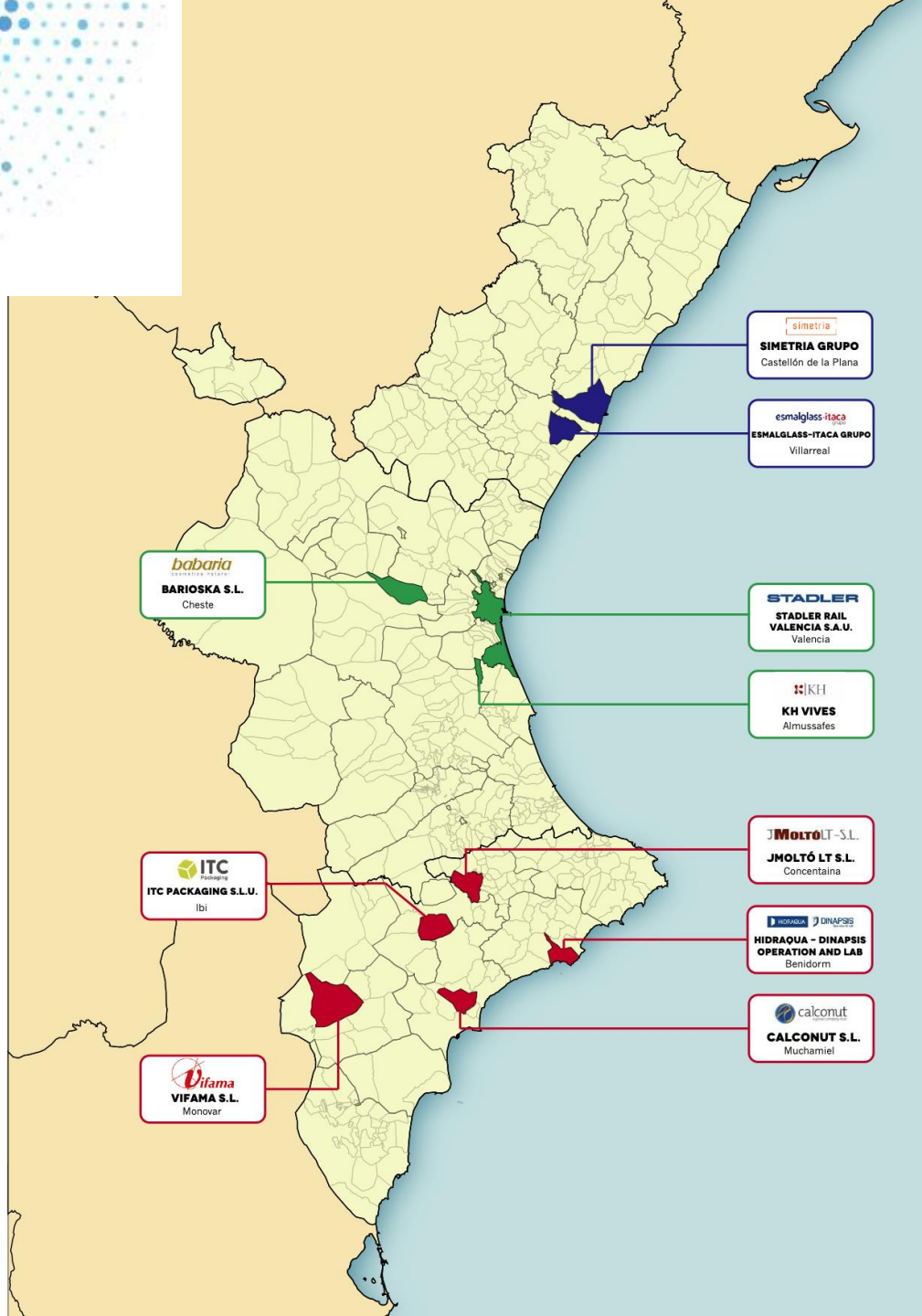


ÁMBITO:

Ámbito espacial: Comunidad Valenciana

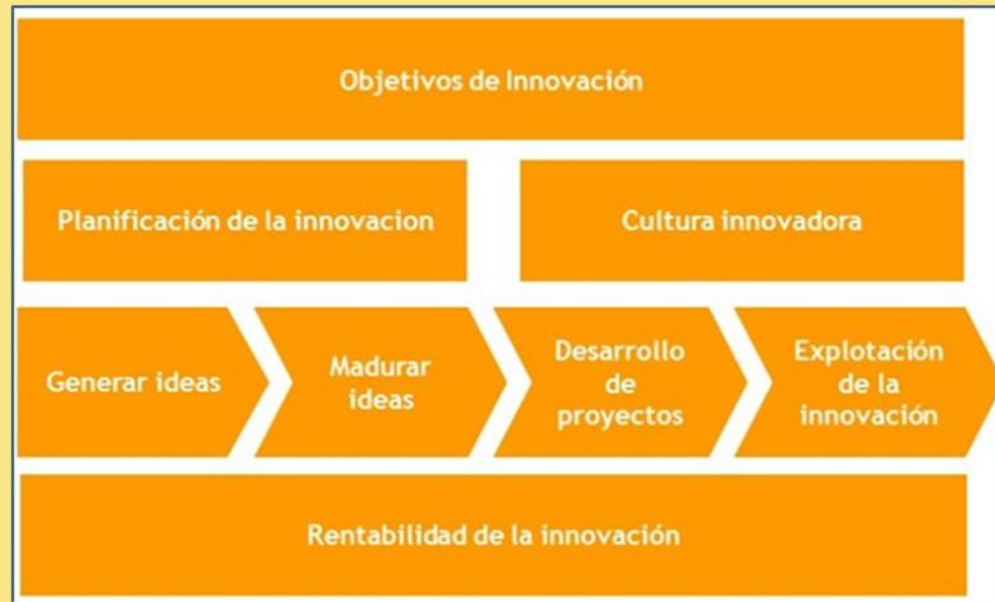
Ámbito temporal: desde 15 de septiembre hasta el 12 de diciembre de 2019

EMPRESAS



- **SIMETRÍA GRUPO (CASTELLÓN):**
 - SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN , ENERGÍA Y SEGURIDAD
- **ESMALGLASS – ITACA (CASTELLÓN):**
 - SECTOR CERÁMICO
- **STADLER RAIL (VALENCIA):**
 - SECTOR FERROVIARIO
- **BABARIA (BARIOSKA)(VALENCIA):**
 - SECTOR COSMÉTICOS E HIGIENE
- **KH VIVES (VALENCIA):**
 - SECTOR AUTOMOTRIZ
- **ITC PACKAGING (ALICANTE):**
 - SECTOR DE ENVASES Y EMBALAJE
- **VIFAMA (ALICANTE)**
 - SECTOR DEL CALZADO
- **JMOLTÓ (ALICANTE)**
 - SECTOR DE TEXTIL
- **HIDRAGUA (ALICANTE)**
 - SECTOR DEL AGUA Y MEDIO AMBIENTE
- **CALCONUT (ALICANTE)**
 - SECTOR ALIMENTARIO

Proceso de innovación con Habilitadores digitales: Blockchain





Elementos necesarios

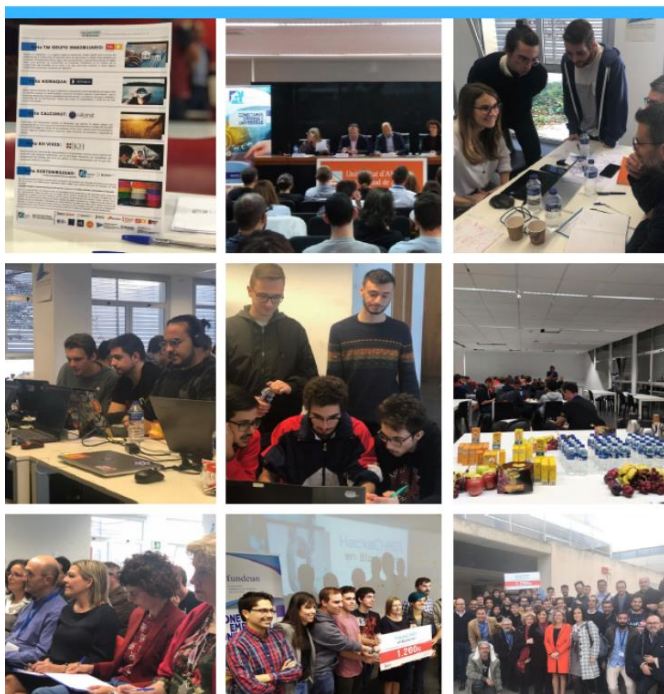


Metodologías
y
herramientas
tecnológicas
adecuadas

Habilidades
Capacidades

Entorno
adecuado

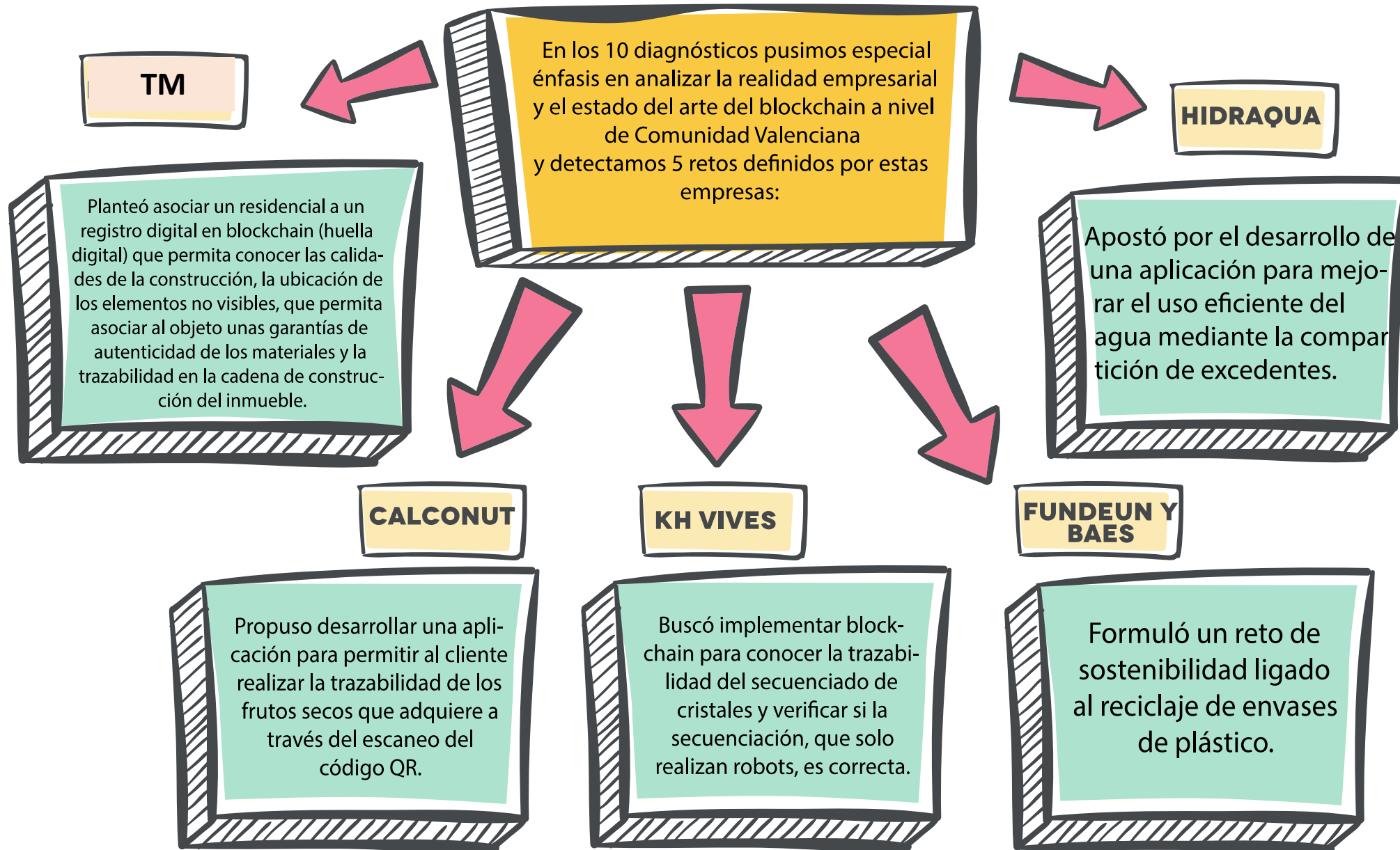
HackaCHAIN
en Blockchain



Blockchainfue

Facilita el servicio de Blockchain autoproducido por la red de nodos propiedad de BlockchainFUE. Utiliza su infraestructura tecnológica y los servicios básicos de la red que operan el registro distribuido de naturaleza pública y permitida y que tienen su base en desarrollos de software libre.

HACKACHAIN DE BLOCKCHAIN



TENDENCIAS TECNOLÓGICAS: **Innovación disruptiva**
“Innovación que altera significativamente la forma en que operan los consumidores, las industrias o las empresas”

RETO: Mirar más allá de la tecnología disruptiva. La clave está en la mayor accesibilidad y su puesta en práctica

Clayton M. Christensen (“Disruptive Technologies: Catching The Wave”, artículo publicado en Harvard Business Review): la innovación disruptiva no se trata simplemente de un avance que convierte los buenos productos en mejores productos. Más bien, el término se refiere a transformar un producto, que históricamente era muy caro y complicado, al punto de hacerlo más asequible y accesible económicamente a una mayor parte de la población.

El “blockchain práctico”: De acuerdo con un estudio realizado por el University College de Londres (UCL), titulado Distributed Ledger Technology in the Supply Chain, la mayoría de las empresas está utilizando el blockchain para la trazabilidad de productos, en segundo lugar, están los proyectos de operaciones logísticas y, en tercer lugar, para las transacciones financieras.

UNA REFLEXIÓN INICIAL

“Los innovadores visionarios hacen avanzar la historia, pero aquellos que saben situar la innovación medio paso por delante de sus clientes hacen avanzar a las empresas y a la sociedad”

Transversal
Xavier Marçet

Presidente de
la consejera
Lead to Change

El arte del medio paso



Las empresas son consistentes si evolucionan con sus clientes y normalmente crecen si practican el arte del medio paso. Se trata de ir medio paso por delante de las aspiraciones o necesidades de los clientes, y si lo aplicáramos a las administraciones, sería ir medio paso por delante de los ciudadanos. Pero este medio paso, ¿no es una cosa muy discreta en un mundo determinado por una innovación acelerada a caballo de tecnologías disruptivas? Pues no. Entre otras cosas porque ir medio paso por delante acostumbra a ser difícil y a veces requiere de innovaciones radicales. Ir muchos pasos por delante del mercado normalmente significa fracaso. Piensen en las Google Glass. La innovación es que te compren lo nuevo de un modo suficiente. En caso contrario, la innovación perece en lo que se conoce como el valle de la muerte. Un valle caracterizado por tener algunos clientes adelantados (*early adopters*), pero sin conseguir una masa crítica suficiente de compradores para estabilizar y hacer crecer las innovaciones. En este valle descansan ruidosas innovaciones y muchas *start-ups* que no encontraron suficiente acogida.

Pontificar sobre innovación con el dinero de los demás es fácil. Arriesgar es difícil. Hay que pensar muchas veces en la madurez del mercado para absorber las innovaciones que se proponen. No es baladí. El cuándo en innovación es fundamental. La innovación necesita del don de la oportunidad. Los impulsores de tiendas online de ropa que fracasaron a finales de los noventa deben tirarse de los pelos al ver que su modelo de negocio tenía éxito una década después. No se trata solamente de acertar en la propuesta, se trata de acertar en el momento en que se lleva al mercado. Tony Fadell es un mito de la innovación, conocido sobretodo por ser el padre del iPod. Fadell tuvo fracasos sonados antes de establecer su colaboración con Apple, sus ideas sobre cómo gestionar la música fueron rechazadas por ochenta Venture Capital. Y cuando se le pregunta a Fadell por el éxito del iPod sencillamente sentencia que salió en el momento oportuno. Solo medio paso por delante por mucha innovación que tuviera detrás. En cambio, la próxima gran aventura de Fadell conocida como Nest, aunque fue comprada por Google, ya no alcanzó el impacto del iPod. Curiosamente, la empresa que disruptió el mundo de la música antes que el iPod, Napster, aquella plataforma en la que te bajabas una canción y unos cuantos virus, llegó antes de tiempo, no encontró modelo de negocio y se diluyó.

He visto a muchos emprendedores vivir con la duda de cómo se comportará su innovación en el mercado. A veces les nubla el optimismo de tener un producto o un modelo de negocio que imaginas ganador. Muchos fracasan, se calcula que más de dos tercios de las *start-ups* no sobreviven, una proporción similar sacude a muchas innovaciones de empresas consolidadas. Pero la innovación no es una ciencia exacta, y a menudo la tentación de algunos emprendedores contra viento y marea hace posible que lo que

nadie ve acabe siendo un éxito en el mercado.

Es cierto que el modelo de innovación de Silicon Valley intenta superar este desajuste temporal de los mercados con inversiones en los conocidos como unicornios, las *start-ups* valoradas en más de 1.000 millones de dólares. Sin estas inversiones Amazon no existiría. La mayoría de las empresas de nuestro alrededor no son Amazon, ni tienen una musculatura financiera descomunal. Para estas empresas el arte del medio paso por delante es lo que les da la vida. El medio paso es lo que les permite la consistencia y les hace dibujar largas trayectorias corporativas. Además, el medio paso no está reñido con saltos tecnológicos más o menos espectaculares. El medio paso tiene detrás la única obsesión realmente justificada que se permiten las empresas además de la tesorería, la obsesión por los clientes, por sus problemas, por sus necesidades, por sus aspiraciones. Si las propuestas de innovación van veinte pasos por delante de los clientes, y las empresas no son Google o similar, no resisten. Son esas innovaciones que a todo el mundo le parecen geniales pero que no compra nadie.

El fracaso en el valle de la muerte descansan ruidosas innovaciones y 'start-ups' que no encontraron suficiente acogida

Recientemente visitaba una empresa industrial fundada hace 80 años. Desde hace un tiempo, venden un 3-4% anual menos. Primero pensaron que era pasajero. Después vieron que algunas cosas que les pedían los clientes estaban lejos de sus capacidades actuales. Cuando los clientes tienen que decirte lo que necesitas es que no vas bien, es que vas tarde. Las empresas decaen cuando constatan que van algunos pasos atrás. Reaccionar es muy difícil, pero no imposible. Innovar con la cuenta de resultados hackeada por la competencia o por disruptores tecnológicos es realmente complicado.

El cementerio de empresas está lleno de empresas serias, que producen con calidad, que tenía al frente gente experta y bregada, pero que estaban absorbiendo en su día a día y que nunca tuvieron tiempo de levantar la cabeza y ver lo que estaba cambiando a su alrededor. Cuando se dieron cuenta llegaban tarde. Tan dramático puede ser llegar al mercado antes de tiempo como ir rezagado. Los clientes no acostumburan a esperar, simplemente se van sin consultar.

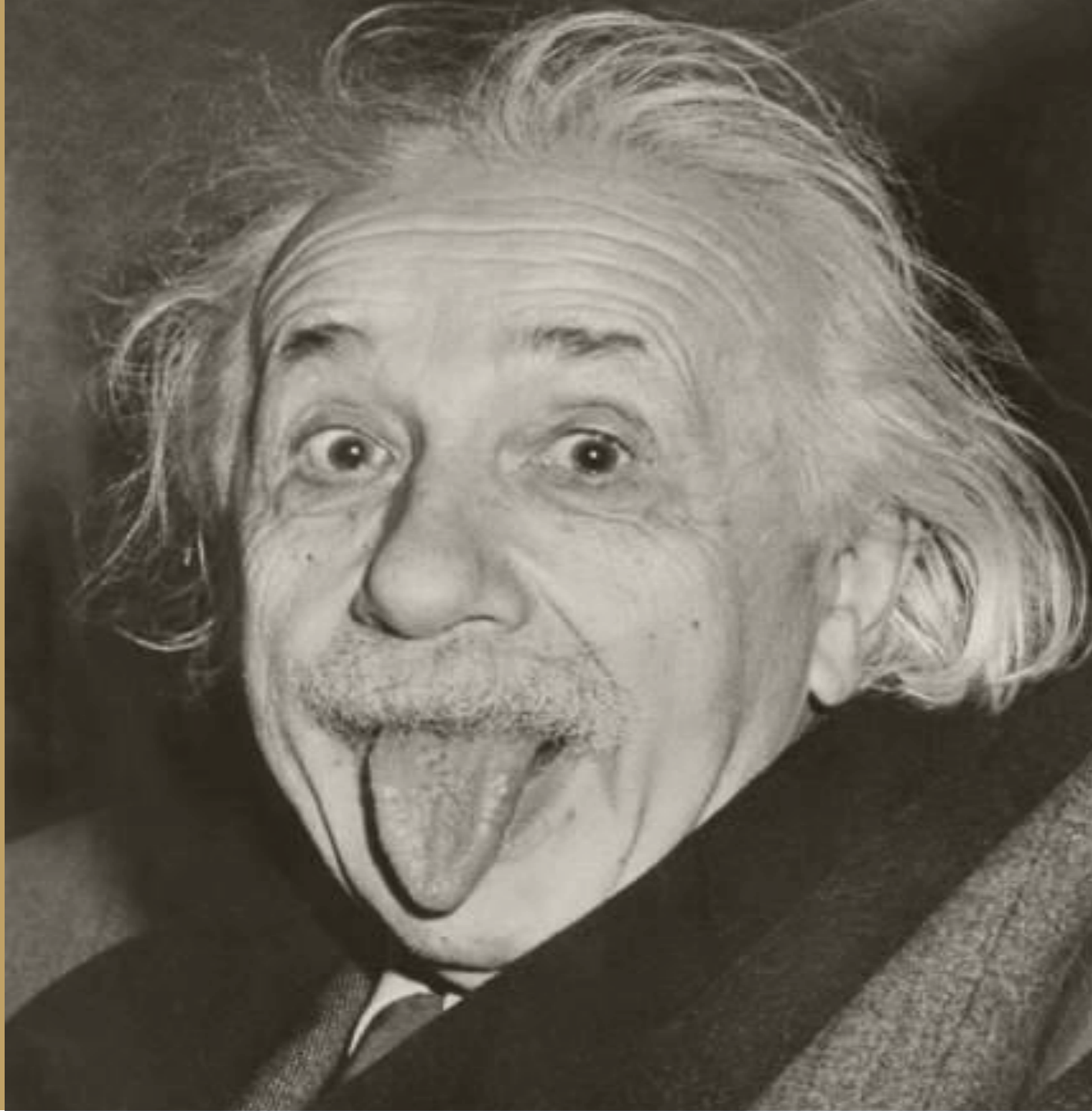
El arte del medio paso también nos lo podemos aplicar las personas. Cuando dejamos de aprender vamos unos pasos atrás y disminuimos fatalmente de nuestra actualización. Ir medio paso por delante requiere el esfuerzo de aprender y desaprender y la determinación de poder combinar lo que aportamos hoy profesionalmente con lo que deberemos aportar mañana. Se trata de escoger. O el arte del medio paso o la dictadura silente de la obsolescencia. Los innovadores visionarios hacen avanzar la historia, pero aquellos que saben situar la innovación medio paso por delante de sus clientes hacen avanzar a las empresas y a la sociedad. |

La ocasión

La innovación necesita del don de la oportunidad; no se trata solamente de acertar en la propuesta, se trata de acertar en el momento en que se lleva al mercado

Una premisa antes de empezar a que nos propongáis vuestras aplicaciones de uso....

Como en cualquier tecnología y modelo de negocio disruptivo, la clave del éxito no se ve condicionada por los beneficiados de la innovación, sino por los **perjudicados**. Todos aquellos que puedan verse desplazados, o afectados sus negocios actuales con la entrada de Blockchain, serán los que más frenos pondrán a su implantación.



“

*Si tuviera una hora para resolver un problema y mi vida dependiera de la solución, gastaría los primeros cincuenta y cinco minutos para determinar la **pregunta apropiada**, porque una vez supiera la pregunta correcta, podría resolver el problema en menos de cinco minutos.*

- Albert Einstein

Uncertainty / patterns / insights

Clarity / Focus

