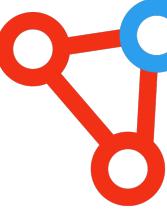


Las claves para crear una empresa exponencial

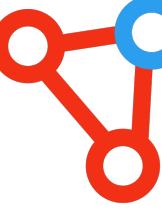


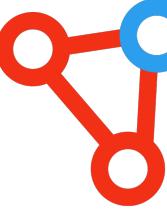


GONZALO ROJO
Consultor de innovación y estrategia

 Opinno.





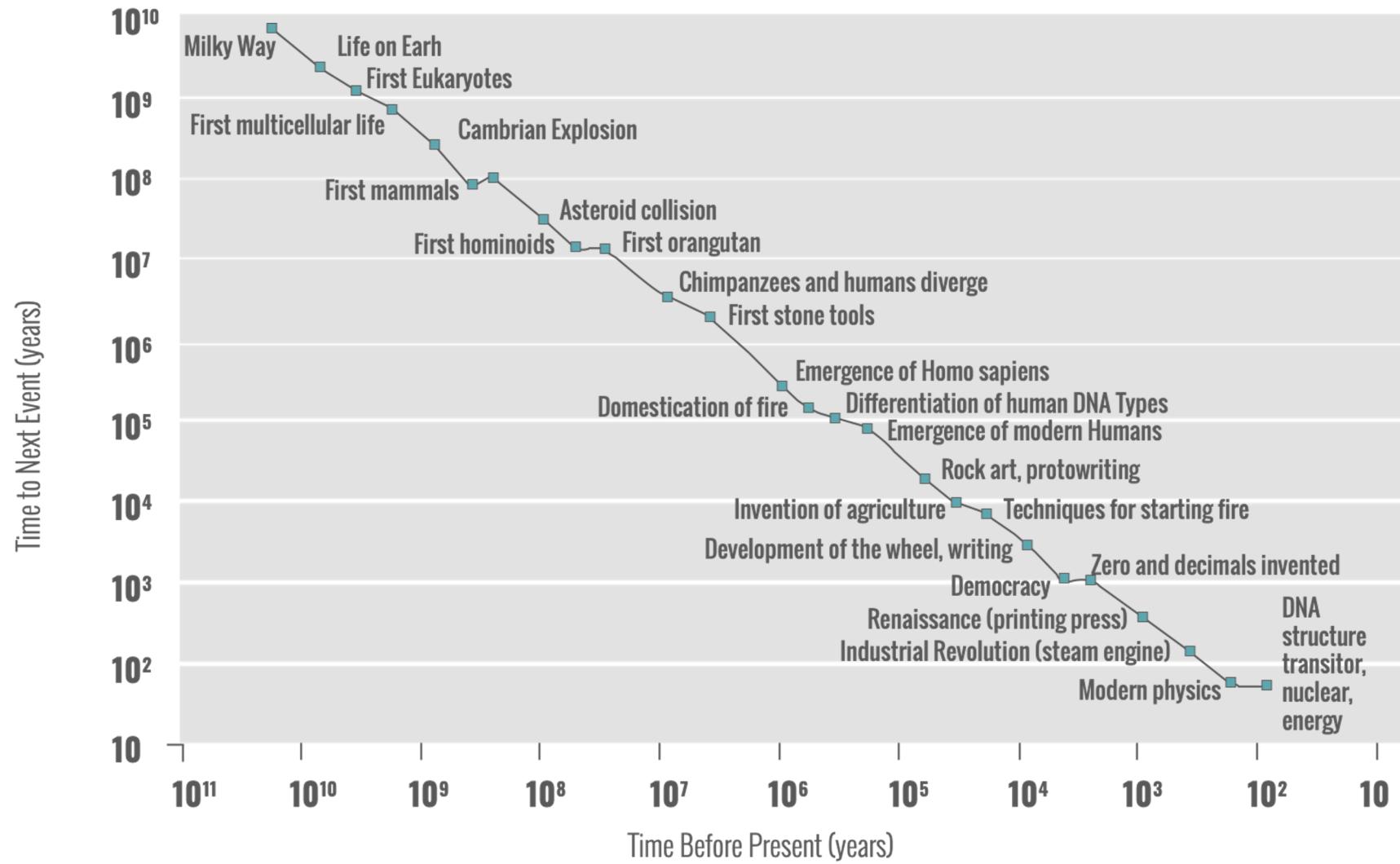


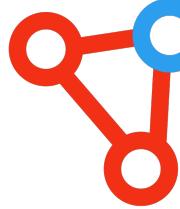
CONTEXTO

EL ENTORNO DE LA DISRUPCIÓN



Logarithmic Plot



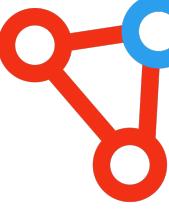


TECNOLOGÍA
CORRECTA, TIEMPO
EQUIVOCADO

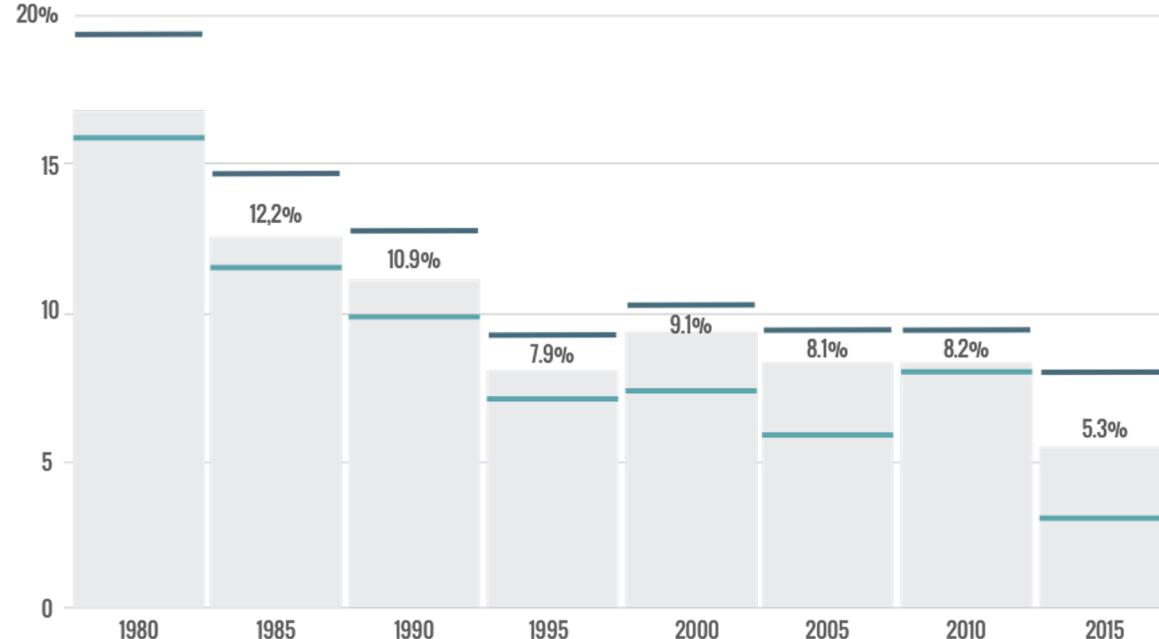
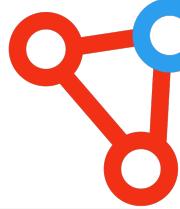




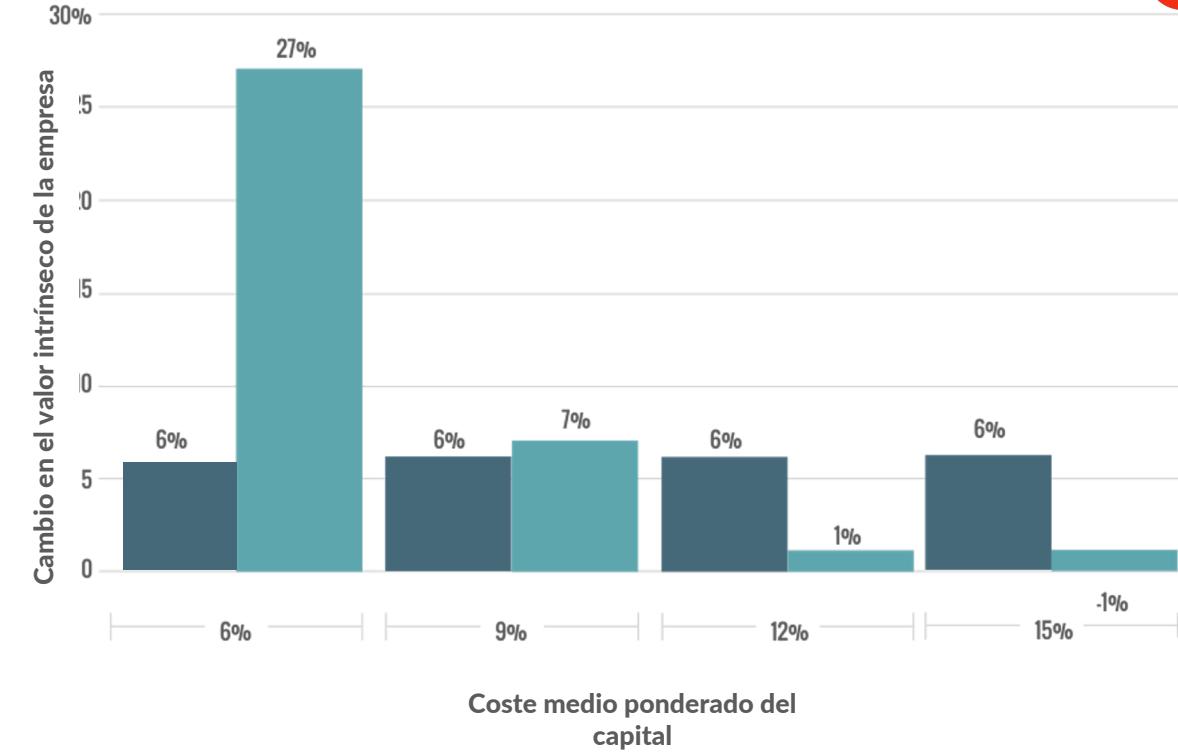
UN TIEMPO PARA LÍDERES VALIENTES



Era de capital superabundante



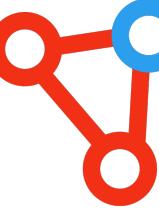
GLOBAL
CXFORUM
fest



It's Time to Reconnect Human Experience

OIMT
ORGANIZA

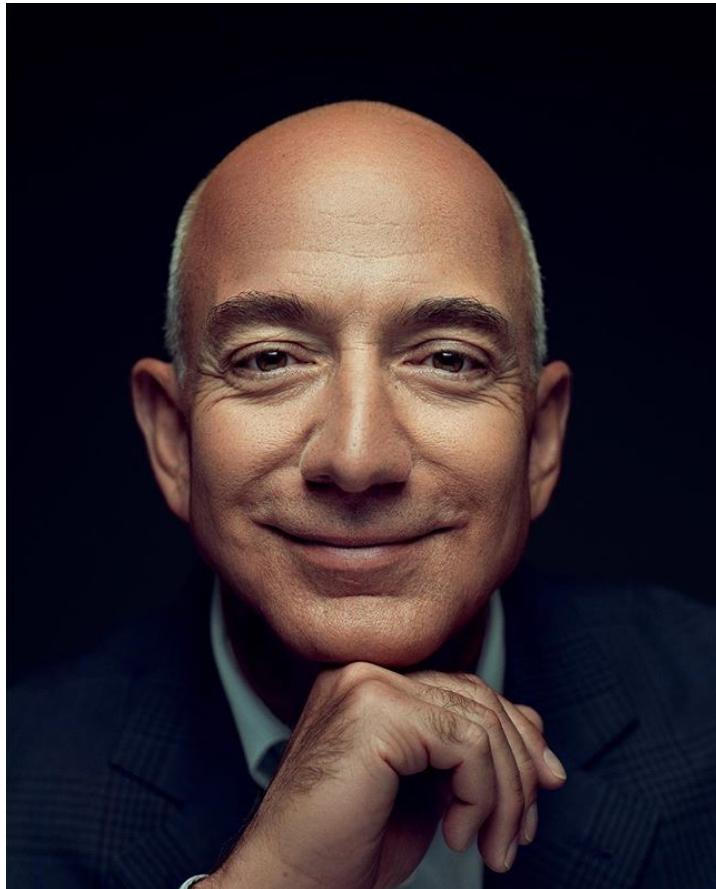
LAS 4 CLAVES PARA CREAR UNA EMPRESA EXPONENCIAL



LAS 4 CLAVES PARA CREAR UNA EMPRESA EXPONENCIAL

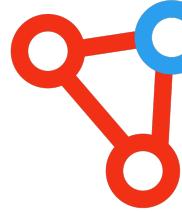


1. Customer Centricity

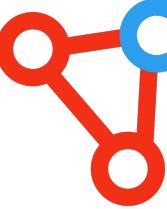


**“NOSOTROS NO ESTAMOS
OBSESIONADOS CON NUESTROS
COMPETIDORES, ESTAMOS
OBSESIONADOS CON NUESTROS
CLIENTES. EMPEZAMOS POR EL
CLIENTE Y LUEGO VAMOS HACÍA
ATRÁS”**

Jeff Bezos - Amazon Founder

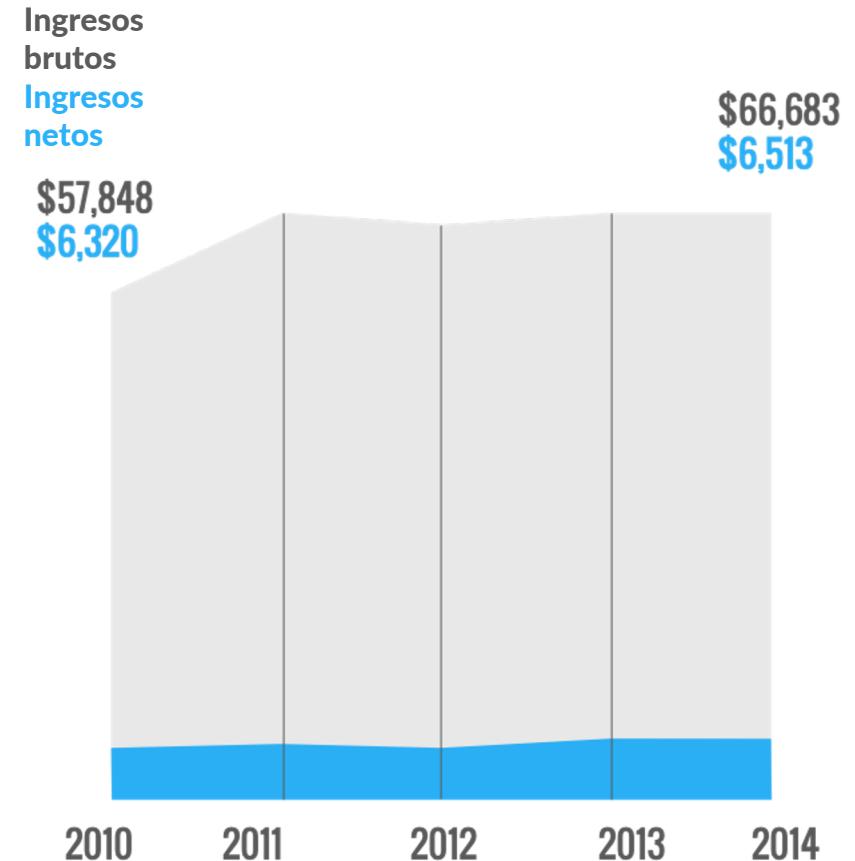


Convirtiendo el diseño en estrategia

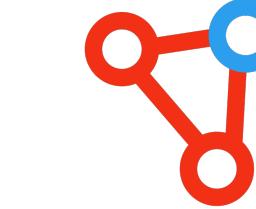
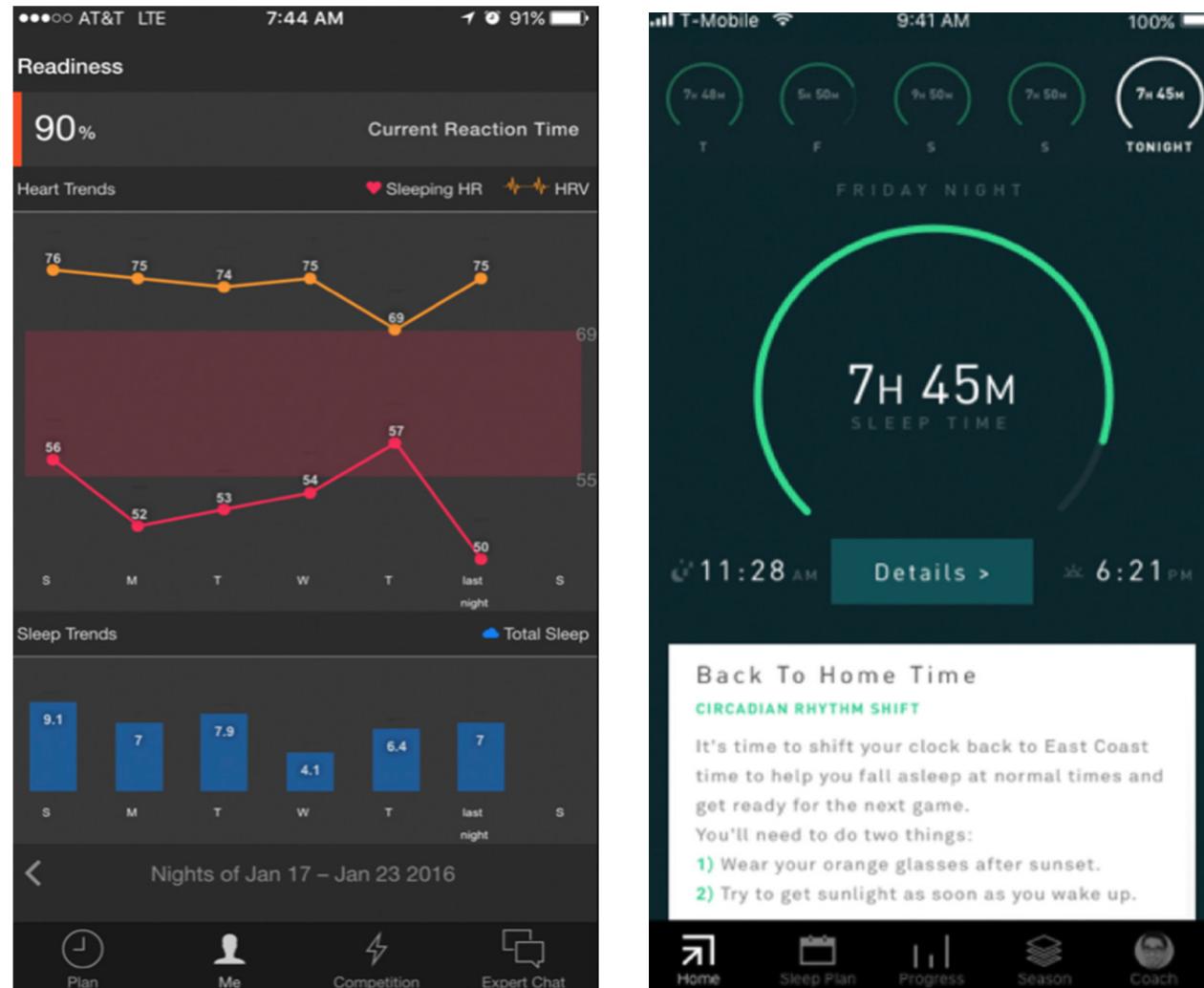


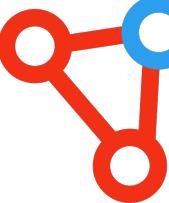
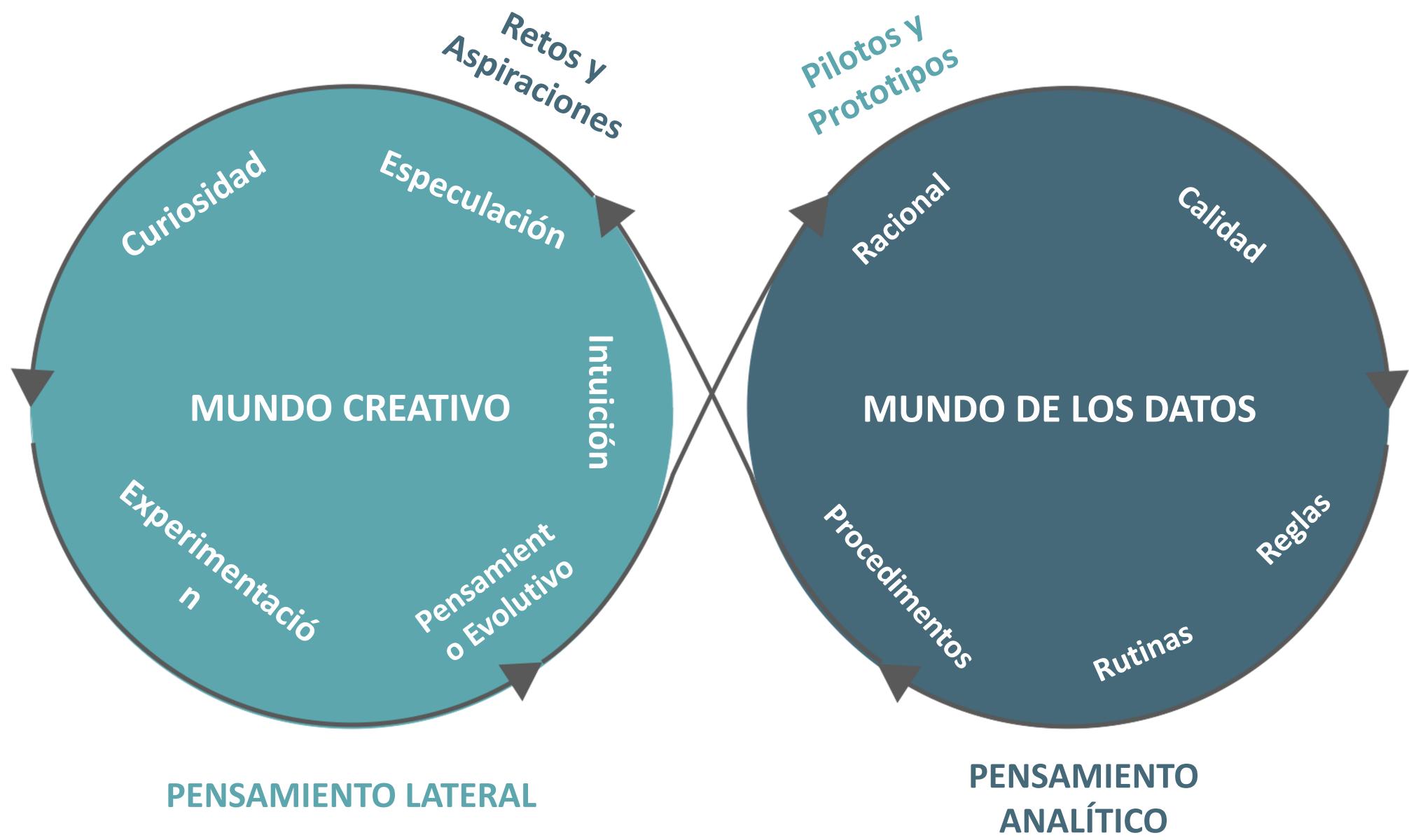
PepsiCo finanzas

Fundado: 1965 (Pepsi Cola + Frito lay)
Sede: Purchase, NY (United States)
Empleados: 271,000



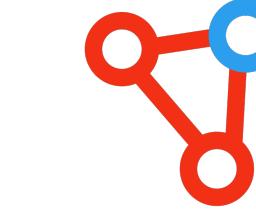
Combinando datos y diseño



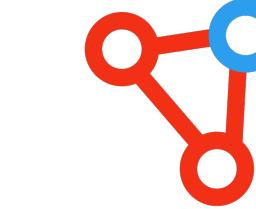




Prohibido uso de teléfonos
vs.
QR codes



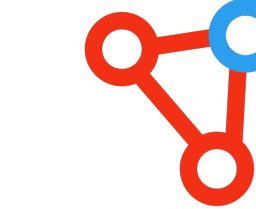
LAS 4 CLAVES PARA CREAR UNA EMPRESA EXPONENCIAL



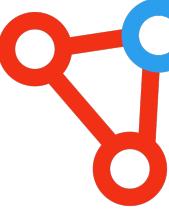
2. Agilidad

**“TIENES SIEMPRE QUE SER
CAPAZ DE PREDECIR LO QUE
PASARÁ EN EL FUTURO Y
TENER LA AGILIDAD DE
EVOLUCIONAR Y
ADAPTARSE”**

Marc Benioff – CEO de Salesforce



Experimentación Empresarial



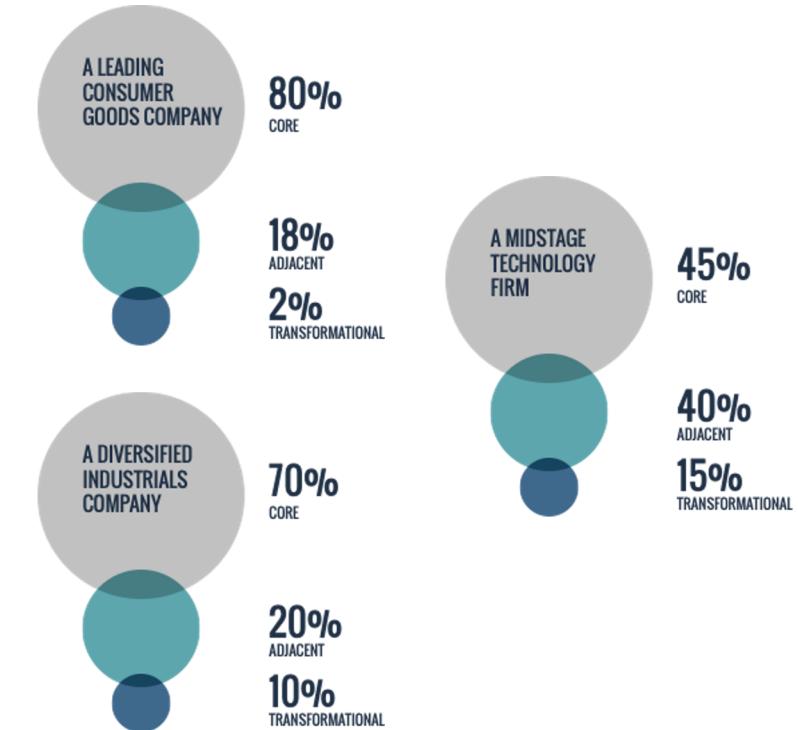
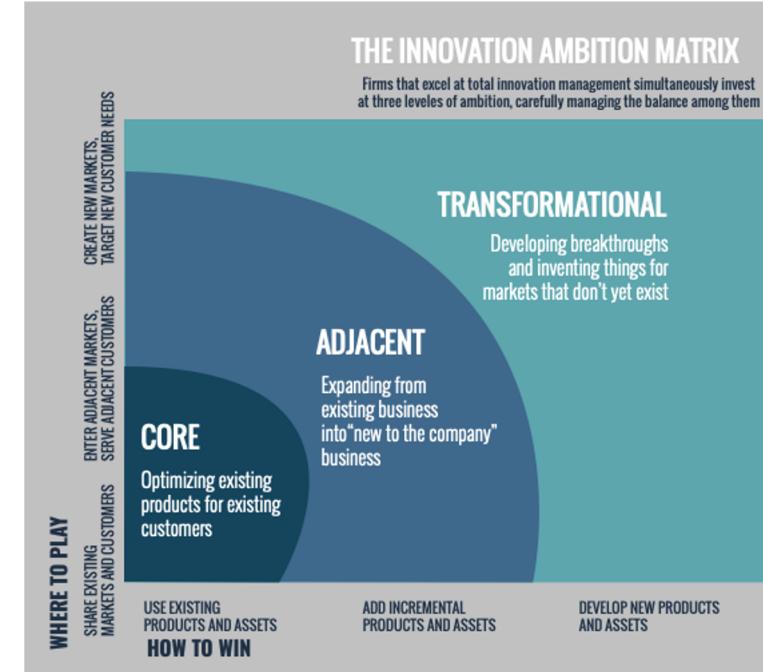
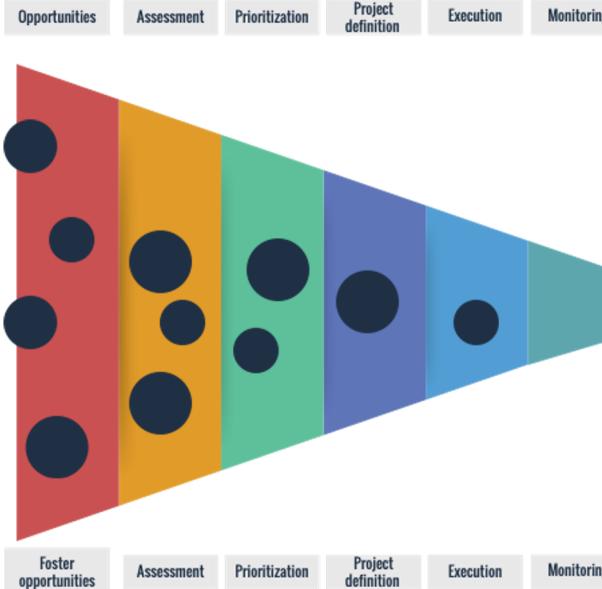
LEADERSHIP

ESCOGER LOS
GRANDES RETOS
ADECUADOS

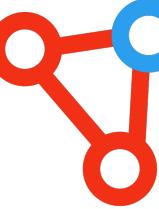
PASAR DEL “QUÉ”
POR “CÓMO”

“BUY IN” (DECISIÓN
DE DATOS – MUERTE
RÁPIDA)

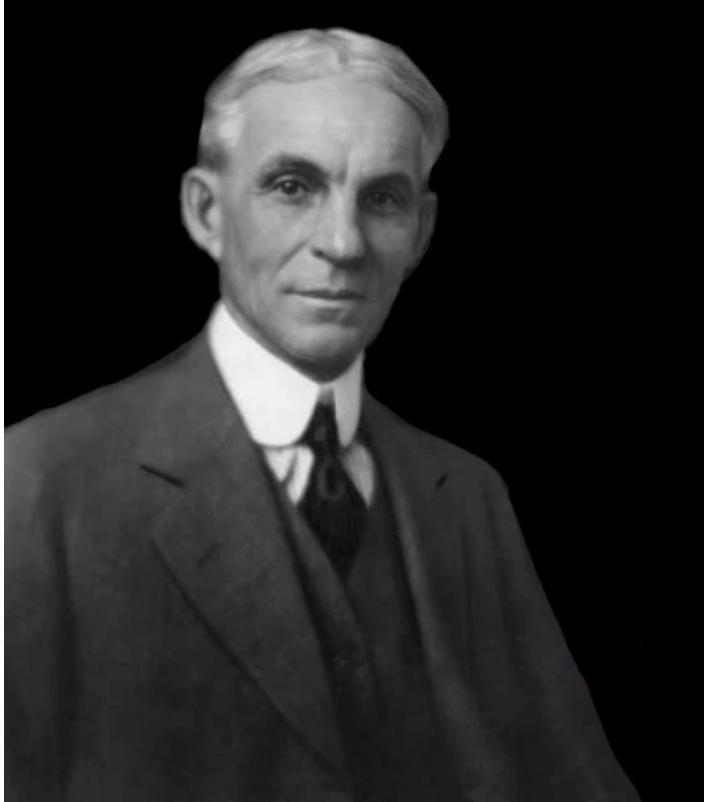
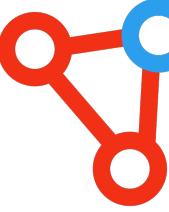
ESCOGER LA
GRAN APUESTA
ADECUADA



LAS 4 CLAVES PARA CREAR UNA EMPRESA EXPONENCIAL



3. Colaboración

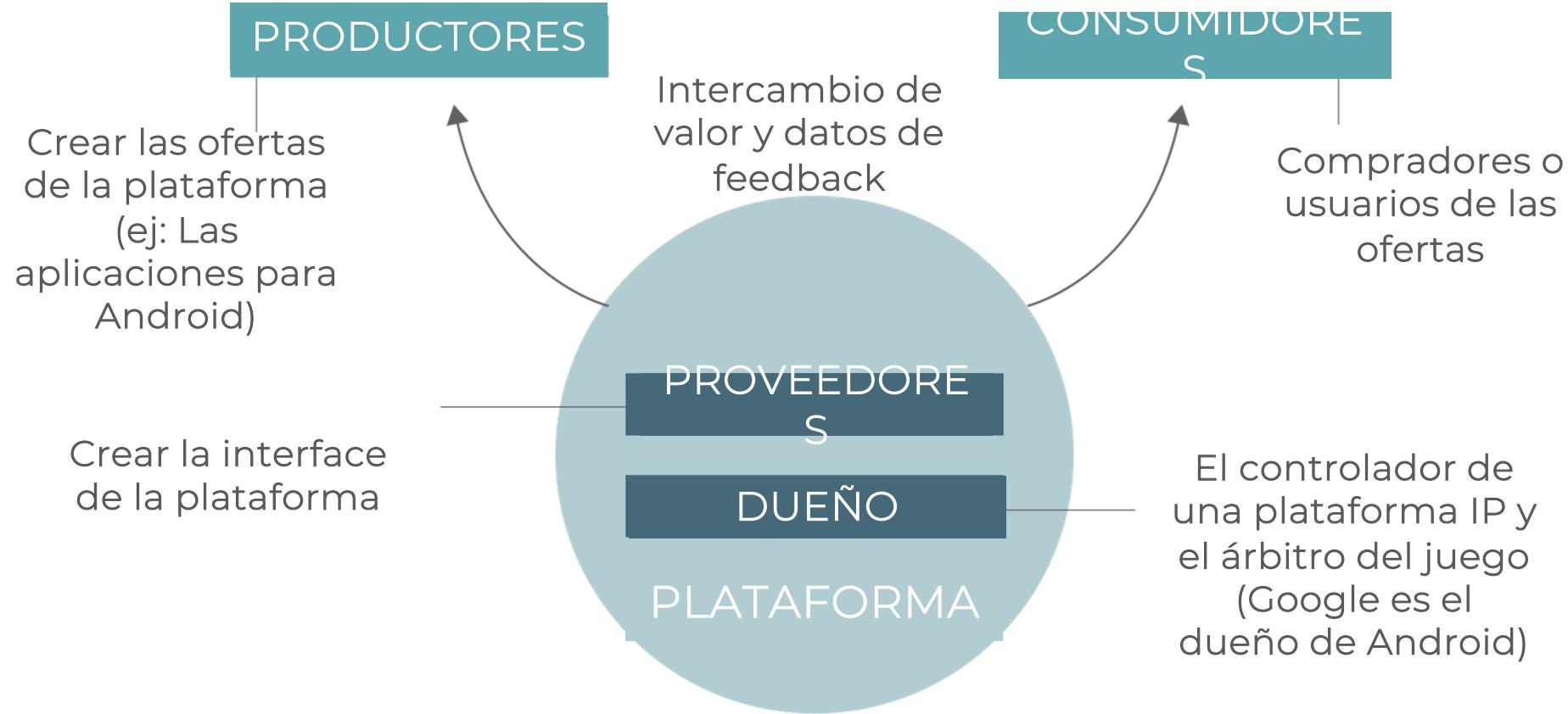
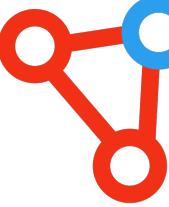


**“JUNTOS ES UN COMIENZO,
PERMANECER JUNTOS ES
PROGRESO
Y TRABAJAR JUNTOS ES
ÉXITO”**

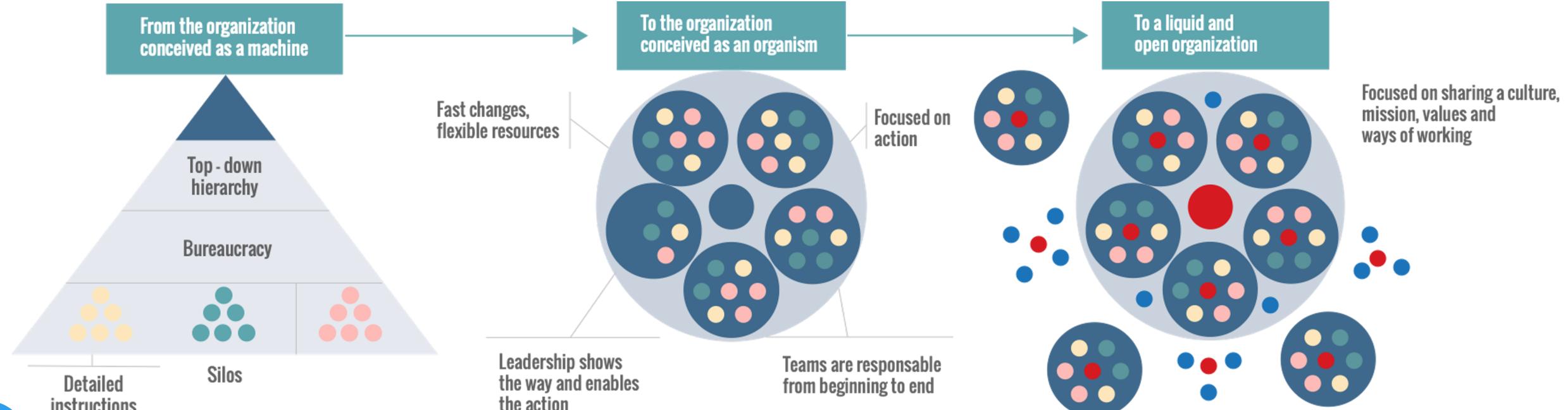
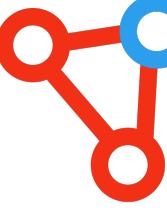
Henry Ford – Ford Motor Company Founder



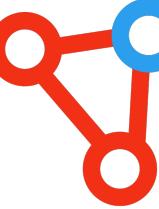
Pipelines, plataformas y las nuevas reglas de la estrategia



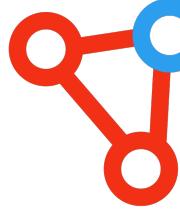
De jerarquía a organización líquida



LAS 4 CLAVES PARA CREAR UNA EMPRESA EXPONENCIAL



4. Cultura y liderazgo

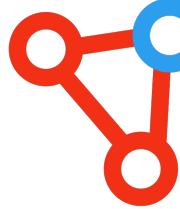


**“LO QUE APRENDÍ EN MI
CARRERA ES QUE LA CULTURA
EMPRESARIAL NO ES SOLO UNA
PARTE DEL PARTIDO, SINO QUE
ES EL PARTIDO EN SÍ”**

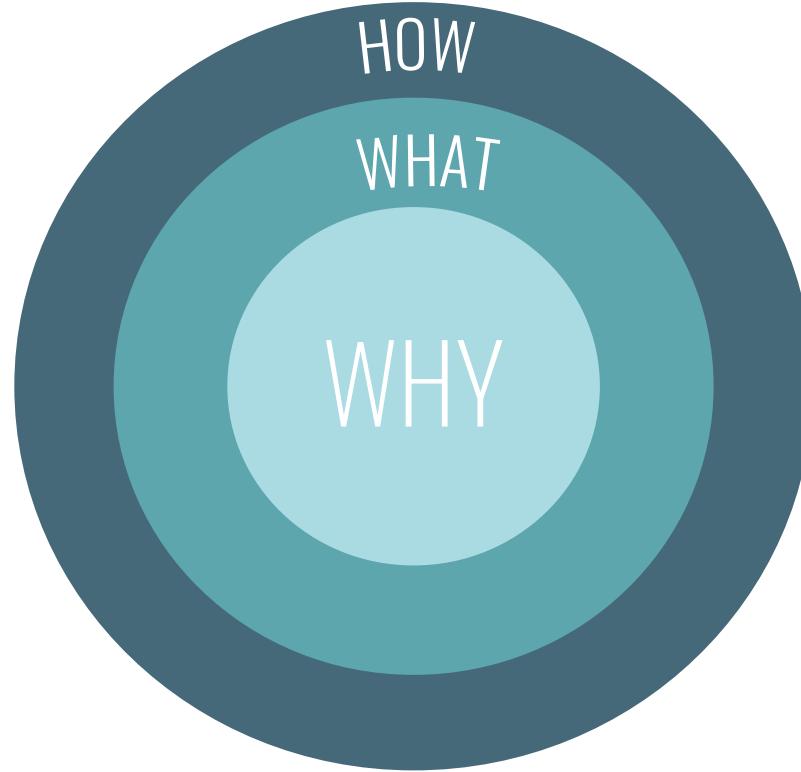
Sergio Marchionne – Ex CEO de FCA



¿Qué es la cultura organizacional?



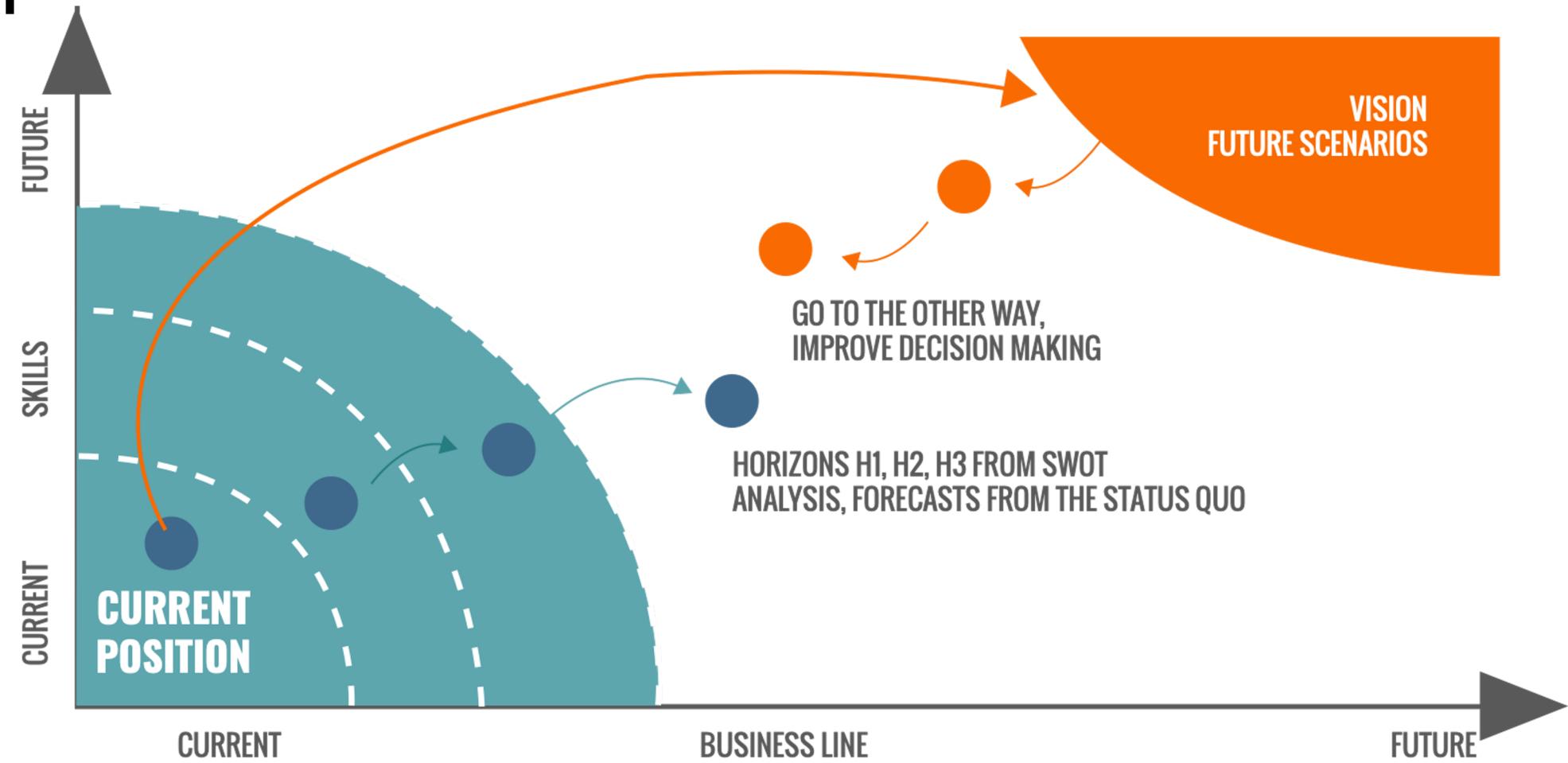
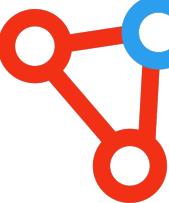
La cultura corporativa es la psicología de la empresa. Es el conjunto de actitudes, experiencias, creencias y valores que el talento imprime en la empresa. Para establecer una cultura coherente y que impulse el propósito de la organización, es fundamental que esté alineada con el propósito de la organización y los objetivos estratégicos que se quieren alcanzar



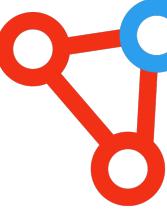
- WHY: propósito de la organización
- WHAT: prioridades estratégicas de la compañía
- HOW: valores y comportamientos en las personas, las palancas del cambio organizacional



La importancia de prever una visión compartida



Visión proyectiva vs prospectiva



PROYECTIVA

PRESENTE → FUTURO

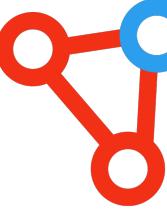
PROSPECTIV

— A —

FUTURO ← → PRESENTE



Evidencia de la importancia de la cultura

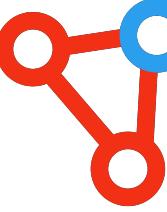


Around 70 percent of transformation programs don't succeed, mostly due to employee resistance to change, and management behavior.



McKinsey&Company

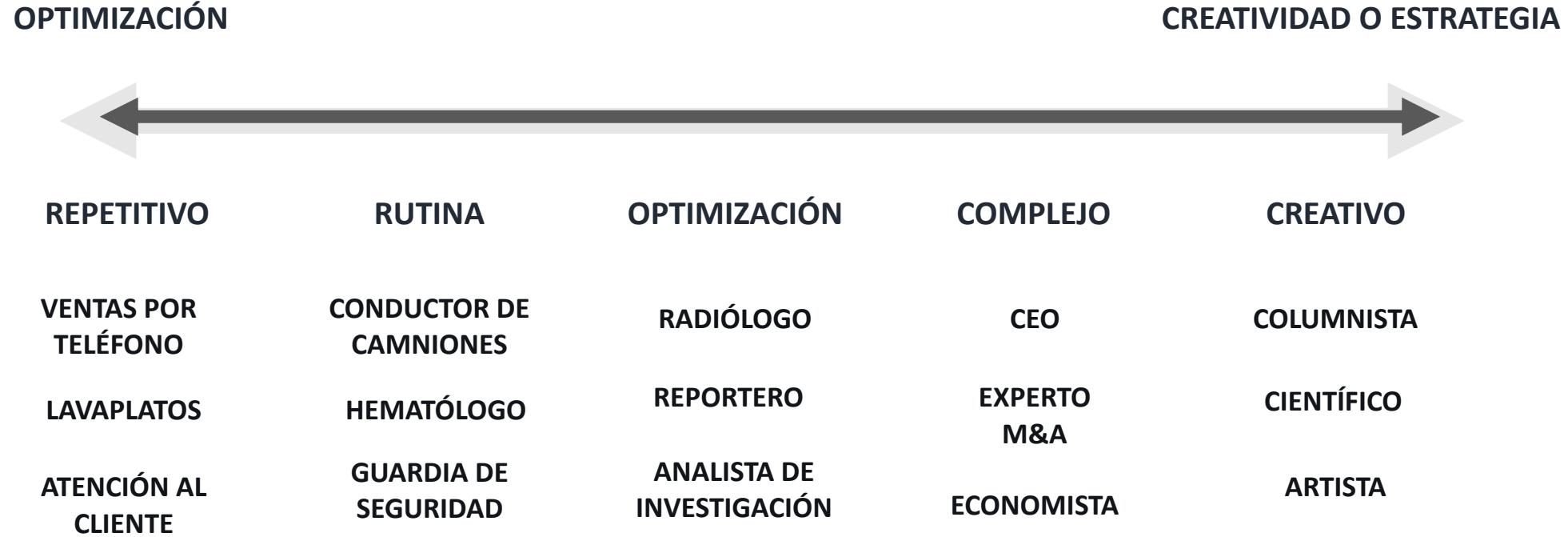
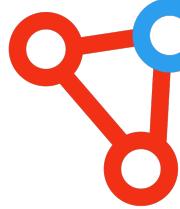
Source: Scott Keller and Colin Price, *Beyond Performance: How Great Organizations Build Ultimate Competitive Advantage*, Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2011; McKinsey analysis



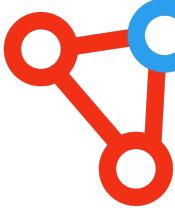
La importancia de la cultura en el mundo de la IA



Cultura como único diferenciador



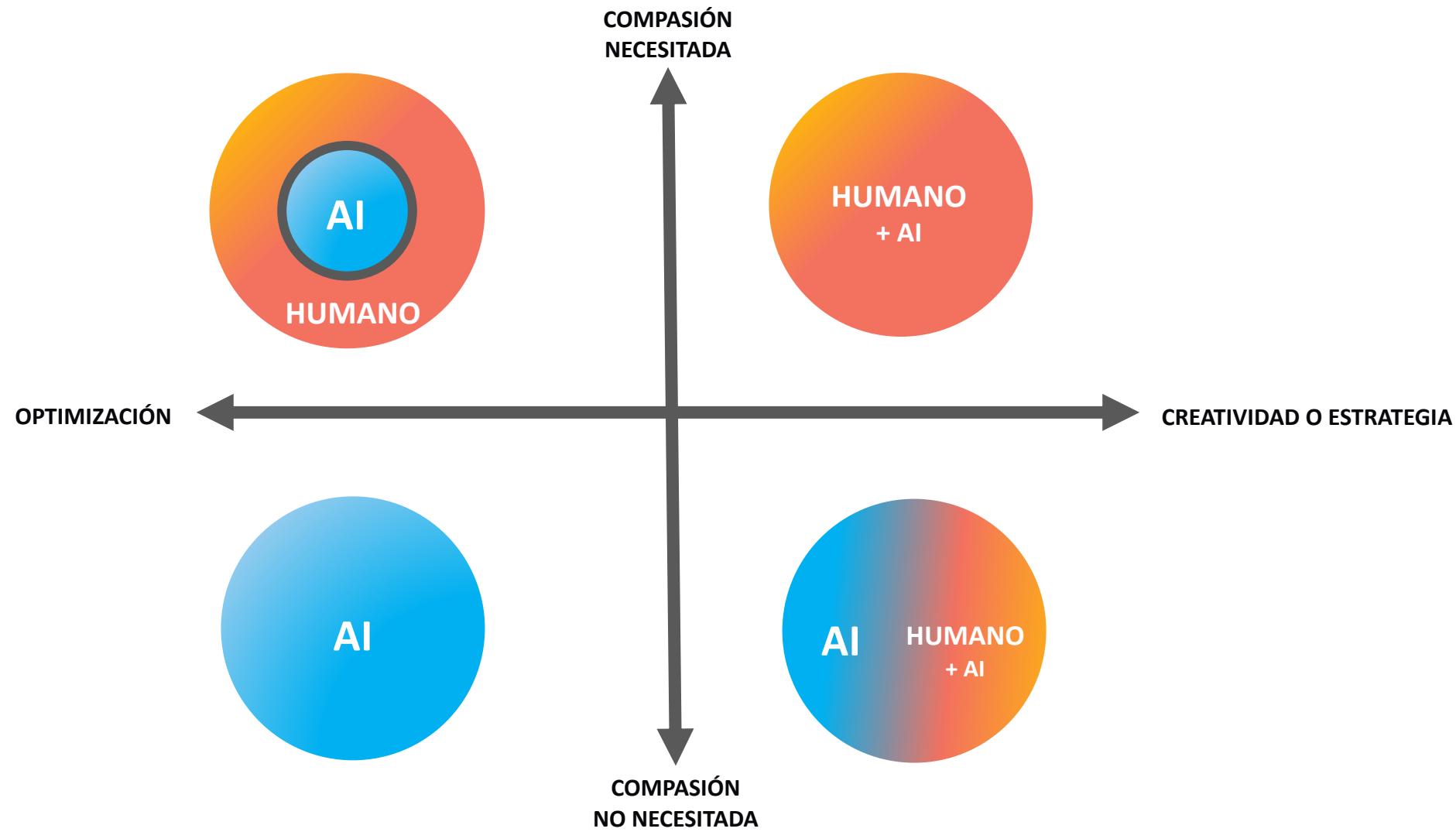
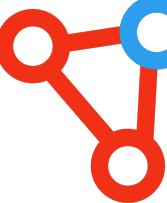
Cultura como único diferenciador

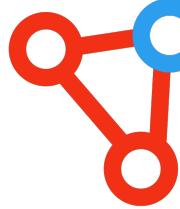


Cultura como único diferenciador



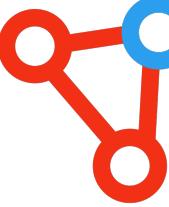
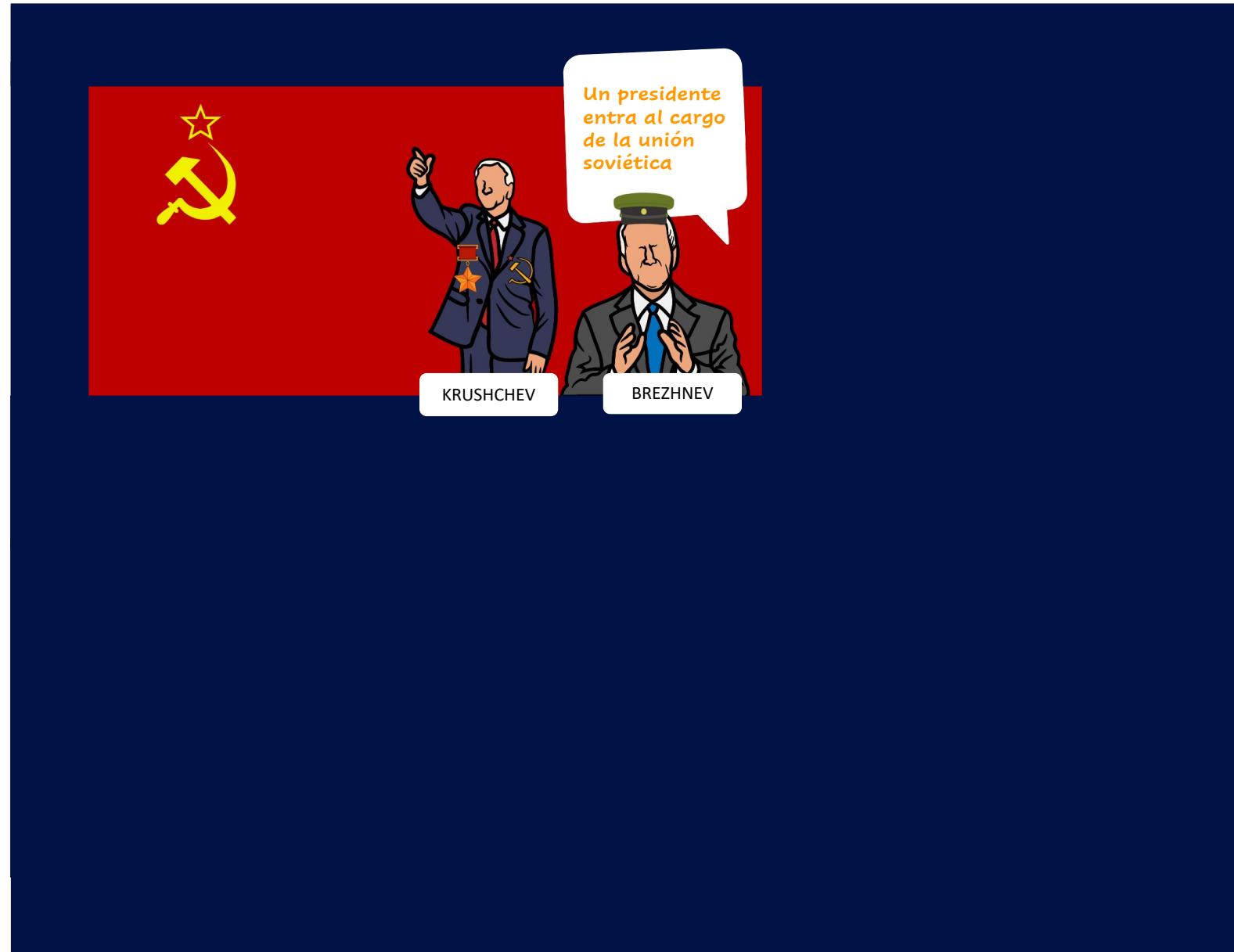
Cultura como único diferenciador

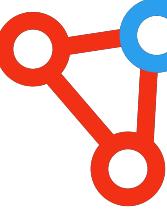




LA CULTURA Y LOS VALORES: LA UNICA MANERA DE DIFERENCIARSE







¡Muchas gracias!

Gonzalo Rojo

Consultor de Innovación y estrategia en Opinno
Gonzalo.rojo@Opinno.com

