



“UPDATE 09 ENERGÍA”

Innovación y tendencias del mercado industrial y energético

Alfons Cornella, fundador y presidente de Infonomia

Antonella Broglia, ex vicepresidenta y consejera delegada de Saatchi & Saatchi España

REUNIÓN ANUAL 09

18 Y 19 DE JUNIO DE 2009 - MADRID

Gas: ahorro y eficiencia ante
el nuevo escenario energético

 **sedigas**

Alfons Cornella



Fundador y presidente de Infonomía, red de innovadores de referencia en lengua española (más de 18.000 personas registradas y 500.000 páginas vistas al mes). Ha publicado 16 libros sobre ciencia, tecnología e innovación, así como centenares de artículos sobre cómo las tecnologías pueden transformar la empresa. Es consultor de grandes empresas del país (entre ellas, grandes bancos). A través de sus conferencias y seminarios sobre innovación transmite sus ideas y experiencias sobre "cómo innovan los mejores". Sus dos últimos libros son: "Futuro Presente: 101 ideas fuerza para entender las próximas décadas" y "La Alquimia de la Innovación", en coautoría con Antonio Flores.

Es licenciado en Física, *master of Science en Information Resources Management*, y diplomado en Alta Dirección de Empresas. [Página web: http://www.infonomia.com/](http://www.infonomia.com/)

Antonella Broglia



Nacida en Italia. Doctora en Derecho por la Universidad de Módena. Es ex-vicepresidenta y consejera delegada de Saatchi & Saatchi España. Ha sido directora de Cuenta, de Servicio a Cliente y de Desarrollo de Negocio en la agencia de publicidad Benton & Bowles (que cambió sucesivamente su denominación por DMB&B y luego D'Arcy), donde llegó a ser directora mundial de Servicio a Cliente, desarrollando proyectos en Italia, Francia, España, Reino Unido, Irlanda, Turquía, Grecia, Finlandia, Portugal, Marruecos, Egipto, Brasil y Argentina.

Ha sido consejera delegada de la agencia Ogilvy & Mather en Roma y, de 1999 a 2006, consejera delegada y vicepresidenta de la agencia Saatchi & Saatchi España, así como miembro del *board* europeo.

Colabora con varias empresas españolas, estudiando el impacto de las nuevas tecnologías en la vida, en los negocios y en las marcas, y además escribe para varias publicaciones *on* y *offline*, y es asesora de diferentes productos editoriales. Es consultora de Infonomía.

HIBRIDACIÓN

Alfons Cornella

Hoy es quizá más fácil crear nuevos productos o servicios a partir de la hibridación de los ya existentes, que ponerse a imaginar productos totalmente nuevos (disruptivos). Paul Romer, profesor de la Universidad de Stanford, ya lo comentó en su momento: el futuro resulta de la "combinatoria" de ideas, de mezclar componentes para generar nuevas cosas. La hibridación es eso, generar algo a partir de la mezcla de unos componentes "contrayentes", en una especie de maridaje fértil. La hibridación de productos, tecnologías y modelos de negocio será probablemente fundamental para Occidente, si quiere sobrevivir a la "ola asiática".

NOTAS

LA NUEVA ERA DE SERVICIO AL CLIENTE

Antonella Broglia

El concepto de servicio al cliente se radicaliza. Por un lado se observa su progresiva desaparición, al menos de la forma a la que estábamos acostumbrados, y a la separación del servicio del lugar donde solíamos utilizarlo. Después de la expansión del *autocheck-in*, ahora ya aparece la autodevolución. Descubrimos pantallas que permiten al cliente pedir desde la mesa directamente a la cocina, y PDA con las que enterarnos si seguimos en la lista de espera de nuestro vuelo. Pero, por otro lado, vemos el surgir de servicios ultrapersonalizados y cada vez más humanizados, como la entrega puerta a puerta de leche orgánica en botella de vidrio en la ciudad de Nueva York.

NOTAS

ENERGÍA 3.0

Alfons Cornella

La energía se está convirtiendo en un campo extremadamente fértil de innovación e investigación. Los focos son múltiples: nuevos combustibles, nuevas formas de generación de energía, distribución inteligente en redes más eficientes, incremento de la productividad en la generación y distribución, autoproducción energética por el usuario, lucha contra el impacto ambiental, nuevos vehículos, nuevos modelos de negocio en la automoción, integración de la generación de energía en la gestión de grandes infraestructuras, etc. En general, observamos una disminución de la "distancia" entre laboratorios y mercados: el tiempo necesario para que una idea creada en el "laboratorio" (ciencia) llegue al mercado, va haciéndose cada vez más pequeña. Por otro lado, observamos innovación en la gestión interrelacionada de los cuatro grandes tipos de infraestructuras (agua, energía, telecomunicaciones y transporte) que, cada vez más, deberán ser interpretadas como facetas distintas de un mismo servicio (redes eléctricas que transportan datos, vías de paso de autopistas que se convierten en corredores energéticos, etc.). Finalmente, en un entorno de menores recursos económicos por parte de las administraciones públicas, habrá que innovar en la forma de financiar los proyectos, y en la forma de analizar qué es valor para el ciudadano y como se le responde en tiempo real de forma personalizada. El futuro de la energía es más sostenibilidad, a menor coste, de más calidad, y más personalizada.

NOTAS

INNOVACIÓN EN INNOVACIÓN

Antonella Broglia

Los innovadores más potentes han comprendido la nueva realidad de los negocios, de la que nadie puede escapar: el cliente quiere un producto o servicio cada vez más a su medida, un producto sólo para él (N=1), y es imposible ganar esta partida contando con la tradicional y rígida cadena de suministro. Hoy hay que aprender a crear constelaciones planetarias de recursos a las que acceder de forma flexible (R=G). Los innovadores más potentes también han comprendido que la sostenibilidad no es una letanía, es un *business case*. Éstos ya no usan el diseño sólo para crear productos, sino también para concebir o reinventar la estrategia de negocio o resolver problemas complejos.

NOTAS

S- (*smart everything*)

Alfons Cornella

Durante algo más de una década, el mundo ha sido tomado por una letra, la e-: hemos visto la irrupción del *e-commerce*, del *e-learning*, del *e-government*, del *e-everything*. Ahora estamos bajo la influencia seductora de otra letra, la u- (de *you*) que domina el mundo de las redes sociales, que ha hipnotizado al mundo. Pero distintos factores parecen indicar que la próxima letra, en este ranking de dominio de la percepción de millones de humanos, será la s-, de *smart*, inteligente. Llega la hora del todo, del cualquier cosa, inteligente. La inteligencia permite sacar más partido a los datos disponibles, responder en tiempo real a las situaciones, y personalizar las respuestas a las personas. Todo lo que hemos hecho en el siglo XX puede ser repensado, en términos de mayor inteligencia, en este siglo XXI.

NOTAS

NEW RETAIL

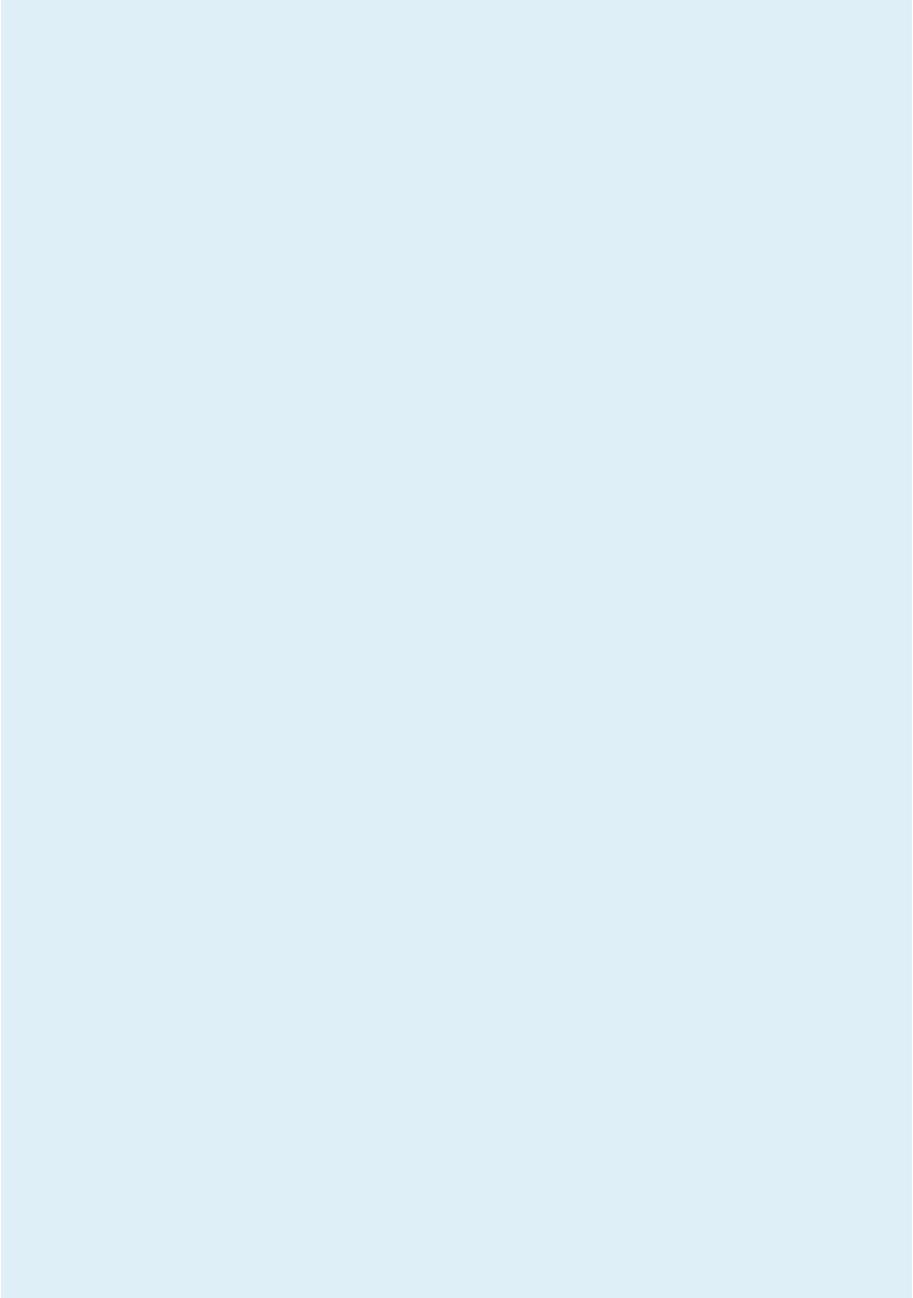
Antonella Broglia

En *retail* se innova cada vez más, en el mundo del ladrillo y en el digital, y los dos mundos siguen interactuando uno con el otro. Lo nuevo en *retail* tiene que ver con conceptos clave como: *temporary retailing*, una moda que no ha acabado, sino que está ofreciendo mezclas novedosas de arte y comercio. Customización cada vez más y de todo, de zapatos y accesorios, pero también nuevas tiendas que te invitan a que hagas tu propia composición de muesli o de vitaminas. *Upgrade* de los centros comerciales, con grandes ejemplos sobre todo en Asia. Nuevas tecnologías para probar antes de comprar, pero no en tu cuerpo real sino en tu cuerpo en 3D...

NOTAS

NOTAS

NOTAS





Asociación Española del Gas

Balmes, 357, 6°
08006 Barcelona
Tel.: 93 417 28 04
Fax: 93 418 62 19
e-mail: sedbcn@sedigas.es

Antracita, 7, 4°
28045 Madrid
Tel.: 91 467 03 59
Fax: 91 467 09 92
e-mail: sedmad@sedigas.es

www.sedigas.es