

Así serán los hospitales del futuro

Lo hemos visto en: <https://ideas.pwc.es/archivos/20230331/asi-seran-los-hospitales-del-futuro/?sub=true>

El informe 'El futuro de la Salud' elaborado por PwC, realizado a partir del análisis de los 30 principales grupos hospitalarios de EE.UU., señala que estos están invirtiendo de forma significativa en infraestructuras para poder coordinar la asistencia dentro y fuera de sus paredes. Existen al menos 100 proyectos de modernización que ya se han puesto en marcha, con más de 3.500 millones de dólares invertidos en monitorización a distancia, asistencia a domicilio, servicios de atención centralizada y portales digitales.

Las proteínas alternativas conquistan mercados (en inglés)

Lo hemos visto en: <https://www.bcg.com/publications/2023/taking-alternative-protein-trends-mainstream>

Los productos lácteos alternativos, la mayor categoría en proteínas alternativas para ventas al por menor, han hecho mucho para atraer a los consumidores principales, así, las ventas minoristas en EE. UU. crecieron un 12 % en 2022. La carne alternativa, por otro lado, ha tenido menos éxito entre los consumidores principales, ya que las ventas minoristas en EE. UU. disminuyeron un 0,4 % en 2022. Es necesaria una mayor innovación de productos para llevar la carne alternativa a la par con la carne tradicional, aunque también existe un margen significativo de mejora en la comercialización de productos cárnicos alternativos para los principales consumidores estadounidenses.

Ecosistemas para todos (en inglés)

Lo hemos visto en: https://www.strategy-business.com/article/Ecosystems-for-the-rest-of-us?rssid=all_updates&gko=605b5

Los ecosistemas multiproducto reúnen dos o más productos o servicios, creados por múltiples proveedores, para formar una propuesta de valor unificada para el cliente. Antes de involucrarse en un ecosistema multiproducto, las empresas deben establecer o confirmar los límites y el alcance de su participación y reflexionar sobre cómo su propio producto o servicio podría conectarse con un conjunto más amplio de necesidades del cliente. Elegir un enfoque trata sobre identificar las combinaciones y configuraciones que podrían ofrecer un valor nuevo y convincente para los clientes y decidir en qué productos y servicios en un área particular (conocida como verticales) tiene sentido entrar o mantenerse alejado. Por ejemplo, ¿debería una empresa de alimentos para mascotas pasar a una vertical de atención médica para mascotas? ¿Debería una compañía de seguros moverse hacia el diagnóstico de salud y/o el bienestar?

Desafíos y soluciones en la movilidad inteligente en áreas urbanas (en inglés)

Lo hemos visto en: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/infrastructure-technologies-challenges-and-solutions-for-smart-mobility-in-urban-areas>

La movilidad compartida y los vehículos eléctricos y autónomos han trastornado la movilidad urbana. Dependiendo de la aceptación de la movilidad compartida por parte de los clientes, las regulaciones en cada país y el progreso de la tecnología, el gasto en servicios de movilidad compartida podría llegar a \$ 500 mil millones a \$ 1 billón en 2030. Paralelamente, el futuro de la industria del automóvil se ve cada vez más eléctrico, debido a cambios en el comportamiento del consumidor, mejoras continuas en las tecnologías de carga y baterías, y movimientos regulatorios.

Quitando el miedo a la innovación (en inglés)

Lo hemos visto en: <https://www.bcg.com/publications/2023/driving-the-future-of-digital-health>

Los líderes quieren innovación, pero a menudo no crean las condiciones para su ejecución exitosa. Eso produce frustración en los empleados y, eventualmente, apatía. Las personas no están motivadas para trabajar en proyectos de innovación porque ven sus ideas sofocadas de forma regular. También conduce al miedo: miedo por parte de los gerentes de adoptar ideas que se apartan de la ortodoxia de la empresa o la industria, y miedo por parte de los empleados a las críticas o represalias. El resultado final es la falta de ideas, experimentación e inversión en lo que es importante para el éxito a largo plazo de la empresa, lo que a su vez crea barreras para el crecimiento y la permanencia relevante para las partes interesadas.

Así podría ser el modelo sanitario del futuro y estos los pasos para alcanzarlo

Lo hemos visto en: <https://www.tendencias.kpmg.es/2023/03/modelo-sanitario-futuro-pasos-alcanzarlo/>

Los cambios económicos y sociales que se han sucedido en los últimos años, unido a las nuevas demandas de los usuarios y al avance tecnológico, están perfilando un nuevo modelo de gestión sanitaria. Un modelo en el que la gestión de datos, la autonomía del usuario y la inclusión serán las piedras angulares.

Cinco estrategias para impulsar la creatividad (en inglés)

Lo hemos visto en: <https://hbr.org/2023/03/5-ways-to-boost-creativity-on-your-team>

La creatividad es vital para la innovación, pero muchos líderes no saben cómo aprovecharla entre sus empleados. En su lugar, los inundan con reuniones y sesiones de pizarra que no llevan a ninguna parte. En cambio, los autores recomiendan nuevas formas de dar a los empleados el tiempo y el espacio que necesitan para generar nuevas ideas. Sus cinco estrategias incluyen generar muchas ideas (incluidas las malas), crear un espacio para el fracaso, bloquear el tiempo no programado del calendario, concentrarse en encontrar problemas y retrasar las decisiones.

5 procesos de innovación donde aplicar ChatGPT

Lo hemos visto en: <https://innolandia.es/5-procesos-de-innovacion-donde-aplicar-chatgpt/>

Artículo que ayuda a identificar las aplicaciones que se pueden hacer de la inteligencia artificial generativa en el día a día de la gestión de la innovación.

Brechas en la aplicación de metodologías ágiles (en inglés)

Lo hemos visto en: <https://www.strategy-business.com/article/Closing-the-agile-achievement-gap>

A pesar de la adopción de métodos ágiles para transformar negocios, catalizar la innovación y acelerar el crecimiento rentable, muchas empresas apenas se dan cuenta del gran potencial de la metodología ágil. En Six dimensions of the agile enterprise, una encuesta de 2020 de 850 altos ejecutivos realizada por Strategy&, sólo un tercio de las organizaciones que adoptaron métodos ágiles afirmaron tener éxito en la creación de agilidad empresarial. No es sorprendente que muchas de estas empresas sean organizaciones construidas alrededor de jerarquías estáticas, aisladas y estructurales.