



UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD
MAESTRIA EN GESTIÓN DE TI PRIMER SEMESTRE

TRABAJO INDIVIDUAL

Tendencias Disruptivas en TI

JHON MANUEL SOTO CALA

CURSO: TENDENCIAS DISRUPTIVAS

GRUPO: 8

TUTOR: ROBERTO MAURICIO CARDENAS

**UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA
ESCUELA DE CIENCIAS BÁSICAS, TECNOLOGÍA E INGENIERÍA
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN
2016**

ING. JHON SOTO

CLAYTON CHRISTENSEN PADRE DE LA DISRUPCIÓN DIGITAL



Antes de comenzar empecemos por el padre de la disrupción digital, Calyton tiene su propia página web donde podemos conocer toda su biografía.

un aparte de la misma :

“Clayton Christensen is the Kim B. Clark Professor of Business Administration at the Harvard Business School, where he teaches one of the most popular elective classes for second year students, Building and Sustaining a Successful Enterprise. He is regarded as one of the world’s top experts on innovation and growth and his ideas have been widely used in industries and organizations throughout the world. A 2011 cover story in Forbes magazine noted that “Everyday business leaders call him or make the pilgrimage to his office in Boston, Mass. to get advice or thank him for his ideas.” In 2011 in a poll of thousands of executives, consultants and business school professors, Christensen was named as the most influential business thinker in the world.”²

¹ Retrieved from <https://i.ytimg.com/vi/adpK1VyQpN4/maxresdefault.jpg>.

² (2008). Clayton Christensen Biography. Retrieved September 27, 2016, from <http://www.claytonchristensen.com/biography/>.



Veremos algunos ejemplos de disrupcion propuestos por Clayton¹ESTRE

Some examples of disruptive innovation include:

Disruptor	Disruptee
Personal computers	Mainframe and mini computers
Mini mills	Integrated steel mills
Cellular phones	Fixed line telephony
Community colleges	Four-year colleges
Discount retailers	Full-service department stores
Retail medical clinics	Traditional doctor's offices

Clayton es considerado el padre la de la disrupción digital, ha escrito muchos libros y ganado varios reconocimientos en esta área, tiene doctorados, múltiples estudios, podemos consultar todo su trabajo en su página web.

Biografía de Clayton Christensen: [Bio](#)

Algunos de sus Honores y premios

- En 2011, [Forbes](#) lo llamó "uno de los teóricos de negocios más influyentes de los últimos 50 años" en un artículo de portada ^[14]
- En tanto en 2011 y 2013 fue clasificado # 1 en los Thinkers 50, cada dos años concedido y se considera más prestigioso ranking mundial de pensadores de gestión. ^[15]

ING. JHON SOTO



- 2014 [Herbert Premio Simon](#) [16]
- 2015 [Premio a la Edison](#) [17]
- 2015 [Universidad Brigham Young](#) Premio al Servicio Distinguido [18]

- **Disrupción digital**

¿Somos transformadores o seguidores digitales? La tecnología es una pieza clave en la estrategia de las empresas, pero, cada vez más, está creando una brecha competitiva entre ellas, dividiéndolas en dos grandes grupos: quienes continúan viendo las capacidades digitales, simplemente, como una herramienta para mejorar las actividades de negocio ya existentes y quienes las ven como el motor de un cambio mucho más ambicioso. El camino que tome cada empresa ante la disrupción digital será determinante para el futuro de la misma. Aunque la velocidad y la determinación con las que las empresas decidan reaccionar ante ello definirán, realmente, su competitividad.

Gálvez, A. M. T. (2015). Disrupción tecnológica digital. *Economía industrial*, (395), 179-180.

la universidad tiene un reto enorme en la tendencia digital y aprovechar la oportunidad presentada.

Todos los temas presentados, están de una manera u otro relacionados y concuerdan con esta frase “generación de valor”, lo cual le permite a la empresa reconocerse de una forma u otra de todas las demás.

La maestría apunta a que conozcamos todas la herramientas de generación de valor en un mundo digital y estemos en capacidad de implementar proyectos innovadores desde este conocimiento.



Motivadores para la adopción del pensamiento disruptivo

Uno de los grandes motivadores está en hacer las cosas de un modo diferente pero para que esto suceda se debe también cambiar el esquema de pensamiento puesto que está enfocado en lo tradicional, podemos empezar por conocer algunos de los libros que nos ayudan a pensar de manera disruptiva uno de los que más me gusta es:

Dentro de la caja por Drew Boyd y Jacob Goldenberg un breve resumen que encuentre en internet y me parece pertinente es: "La opinión tradicional que se tiene de la creatividad es que no está estructurada ni obedece a normas ni patrones. Que es preciso pensar "fuera de la caja" para ser verdaderamente original e innovador.

Que se debe empezar con un problema y luego lanzar una "lluvia de ideas" sin limitaciones, hasta dar con una solución. Que debemos "volvernos locos" haciendo analogías con cosas que no tienen nada que ver con nuestros productos, servicios o procesos. Que desviarnos tan lejos como sea posible nos ayudará a dar con una idea innovadora.

Los autores de este libro creen justo lo contrario: se puede innovar más rápido y mejor cuando trabajamos dentro del mundo que nos resulta familiar o "dentro de la caja" y usamos las llamadas "plantillas". Las soluciones creativas tienen una lógica subyacente que se puede definir y enseñar a los demás.

Pensamos que los productos nuevos e innovadores tienen que ser muy diferentes unos de otros. Pero, las soluciones inventivas comparten ciertos patrones, unos patrones a los que se les puede dar la forma de plantillas. Estas regulan nuestro pensamiento y canalizan el proceso creativo de tal manera que nos hace más —no menos— creativos.

Los innovadores de todos los rincones del mundo han usado plantillas en sus inventos durante miles de años, la mayoría sin ser conscientes de ello. Estas plantillas están ya codificadas como el ADN en los productos y servicios que vemos alrededor"



Atrevemos a pensar diferente y fuera del esquema es el inicio de un progreso enorme.

innovación enfocada en el consumidor

FT Innovate Latin America 2015 realizada en Panamá por Financial Times, abordó temas de gran interés para América Latina. El panel de apertura trató sobre lo que se ha hecho y lo que resta por hacer en las esferas políticas y corporativas para llevar la innovación y el crecimiento a una de las regiones más dinámicas del mundo. Philips contó su historia de innovación y tecnología al servicio de la mejora de la calidad de vida en las personas.

De igual manera, las tendencias digitales, el comercio electrónico, los desafíos de la capacidad de innovación mediante el uso eficaz de la colaboración público-privada, así como las historias exitosas de innovación en Panamá, fueron analizadas para entender qué quieren los consumidores y como la satisfacción de sus necesidades se convierte en la base de la innovación.³

En este evento se señaló “que Philips desarrolla otros proyectos de suma importancia y trascendencia como lo es la “Luz azul para recién nacidos”, nueva tecnología que se ha implementado satisfactoriamente para tratar la ictericia del recién nacido o “las mochilas solares escolares” que permiten almacenar energía solar durante el día para ser utilizada en caso de no tener acceso a energía eléctrica.”

esto es innovación todo el tiempo como ha cambiado la bombilla desde su creación a la fecha es fascinante y cómo a través de la disrupción digital se han creado nuevos elementos de valor par las compañías y nuevas oportunidades y todo esto se ha logrado con un enfoque sostenido en el consumidor.

³ (2015). Innovación enfocada en el consumidor, el reto para América Latina ... Retrieved September 27, 2016, from <http://www.capital.com.pa/innovacion-enfocada-en-el-consumidor-el-reto-para-america-latina/>.



¿Cómo generar más ideas?

Rompe con todo lo que sabes y aventurate a una experiencia totalmente nueva y fuera de todo norma como entendí haciendo este trabajo puedes empezar por estar equivocado y terminar teniendo la razón, algo más es todo sirve en esta nueva época.

“Colocarnos en una posición poco cómoda y salida de nuestra zona conocida logra que las ideas fluyen en torno a otras como un espiral de ideas.” **JMS**

¿Qué es la innovación basada en lo posible adyacente?

[El Adyacente Posible](#) es un artículo bastante interesante aquí un pequeño resumen de este artículo.

La idea del adyacente posible se puede transpo

rtar al mundo de la innovación y la creación, en cualquiera de sus ámbitos. La primera búsqueda que hice de esto me llevó un genial artículo llamado “The Genius of the Tinkerer” por Steven Johnson que ya trata este tema y sirve como referencia para lo que aquí trato de explicar.

La evolución de un producto, servicio o tecnología nueva es la concatenación de varios pasos en los que para cada uno de ellos, sólo es posible avanzar dentro de su universo posible. Ese universo de posibilidades abarca todos aquellos elementos relacionados y no relacionados con características parecidas o distintas. Lo importante es que al recombinar esos elementos se generan propiedades nuevas y más complejas.

Otra de las grandes referencias que explican esto, es la serie de documentales (4 capítulos cortos) donde se explora la originalidad de las ideas y se explican con ejemplos reales lo que yo entiendo por innovación adyacente.



A pesar de que muchas veces se idealiza un producto como una disrupción, sólo es posible la innovación basada en el adyacente posible. Serán el impacto en el mercado y la cercanía temporal en siguientes evoluciones las que determinarán si hablamos de disrupción o de innovación incremental.

La disrupción se produce al alcanzar con un adyacente posible gran parte de su potencial (mercado en este caso), provocando que el siguiente paso surja en puntos diversos de su universo de nuevas posibilidades y en ventanas de tiempo cada vez menores. De esta forma se aumenta exponencialmente el impacto de un cambio en el punto original, es decir, un cambio acelera el siguiente e impacta más que el anterior, y detona una reacción en cadena que termina en un resultado que es el que finalmente admiramos.⁴

La vida misma nos demuestra una y otra vez este concepto en ocasiones cuando algo no sale bien otra parte de ese gran todo se potencia y cambia las cosas generalmente para mejorar.

En ocasiones cuando se combinan cosas genera nuevas posibilidades, estas combinaciones pueden ser de características o diferencias totales, el mundo de posibilidades es infinito porque entre más elementos se sumen nuevas ideas aparecen.

Unos buenos videos para reforzar el tema:

<http://everythingisaremix.info/watch-the-series/>

¿Qué es la experiencia total de producto?

Las empresas compiten mejor cuando combinan beneficios funcionales y emocionales en sus ofertas.

la experiencia del usuario es sumamente importante una de las compañías que está a la vanguardia de estos temas es Apple la cual brinda toda una experiencia a los usuarios con su producto pero generando un grado emocional que beneficia la experiencia total del producto, este enfoque permite no solo el

⁴ (2015). El Adyacente Posible | PPBF.eu. Retrieved September 27, 2016, from <http://ppbf.eu/el-adyacente-posible/>.



UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA – UNAD

MAESTRIA EN GESTIÓN DE TI PRIMER SEMESTRE

posicionamiento de marca sino también el fortalecimiento de lazos emocional en cuanto a la fidelización del cliente.

hoy en día no solo es desarrollar un producto sino también consolidar una experiencia asociada al mismo.