

WHARTON

— TOUR 2019 —



GROWTH STRATEGIES & LEVERAGING DIGITAL DISRUPTION

19 AGOSTO - CIUDAD DE MÉXICO | 21 AGOSTO - BOGOTÁ | 23 AGOSTO - SANTIAGO

Tanto las empresas predominantes como los nuevos participantes están tratando de remodelar sus industrias a través de la creación de una Estrategia Conectada. The Wharton School of the University of Pennsylvania viene a Latinoamérica para dar a conocer los elementos de una estrategia conectada y permitirle generar nuevas oportunidades de negocios y detectar amenazas disruptivas.

| | |
|---------------|--|
| 09:00 a 11:00 | Jim Austin: Finding New Growth Opportunities/Strategy from the Outside-In |
| 11:00 a 11:30 | Networking & Coffee Break |
| 11:30 a 12:30 | Jim Austin: Finding New Growth Opportunities/Strategy from the Outside-In |
| 12:30 a 13:30 | Networking Lunch |
| 13:30 a 15:00 | Saikat Chaudhuri: Navigating Digital Disruption |
| 15:00 a 15:30 | Networking & Coffee Break |
| 15:30 a 17:00 | Saikat Chaudhuri: Navigating Digital Disruption |
| 17:00 a 17:30 | Q&A, conclusiones y takeaways |

*Programa sujeto a cambios



JIM AUSTIN

Jim Austin, ex ejecutivo senior de Baxter Healthcare, combina la estrategia de negocios y la teoría del desarrollo organizacional con una amplia experiencia en la industria. Su experiencia consiste en trabajar con la alta gerencia en planificación estratégica, cambios organizativos, ejecución de estrategias y crecimiento de nuevos negocios. En junio de 2016, Springer publicó su libro, *Leading Strategic Change in an Era of Healthcare Transformation*, junto a otros dos profesores de la Brown University para líderes del sector de salud que intentan impulsar un cambio transformador en su institución.

Ha diseñado y realizado seminarios para Wharton Executive Education sobre estrategia, ejecución estratégica, planificación de escenarios y pensamiento crítico para varias compañías líderes, como Boston Scientific, Coca-Cola, Lincoln Financial, GE y Hitachi.

Es profesor de Administración de Empresas en la Escuela de Administración de Postgrado de Lake Forest, donde recibió el premio “Miembro Destacado de la Facultad de Educación Corporativa” (2009-10) y los premios “Excelencia de Aprendizaje” (2012). También es profesor adjunto en el Departamento de Gestión de Sistemas de Salud, Facultad de Ciencias de la Salud, Rush University, en un seminario para graduados sobre ética en el sector de salud.

Entre 2005-2016, trabajó en *Decision Strategies International*, y se fue como director principal. Allí dirigió numerosos proyectos, incluidos escenarios del futuro para una empresa de dispositivos médicos.

En Baxter Healthcare identificó nuevas oportunidades de negocio, facilitó los procesos de planificación estratégica anual y trabajó con la alta gerencia en el desarrollo organizacional para esta división de rápido crecimiento, de casi 2.000 millones de dólares.

Es licenciado en Economía y Política por la Universidad de Yale. Fue estudiante especial del Instituto Tecnológico de Massachusetts en el Departamento de Estudios Urbanos, y recibió una Maestría en Asuntos Públicos (MPA) y una Maestría en Planificación Urbana y Regional (MURP) de la Escuela Woodrow Wilson de la Universidad de Princeton. Jim fue Presidente del Foro de Liderazgo Estratégico, Miembro de la Junta Directiva de la Fundación Nacional del Riñón de Illinois, Miembro de la Junta Directiva del Club Universitario de Chicago, Tesorero de LaSalle Language Academy y Miembro del Comité de Admisiones de la Escuela Latina de Chicago.

WHARTON

— TOUR 2019 —

CONTENIDO DE LA SESIÓN

Finding New Growth Opportunities/Strategy from the Outside-In

Mientras que la estrategia tradicional enfatiza el posicionamiento competitivo dentro de la industria o las estructuras comerciales existentes, Value Innovation, basada en el libro de George Day, *Strategy from Outside-In*, busca nuevas oportunidades desde la perspectiva del cliente. Este seminario ayudará a los participantes a comprender las necesidades clave del segmento de clientes, especialmente aquellas necesidades que no se satisfacen en la actualidad; encontrar oportunidades de crecimiento en adyacencias y ofertas de productos / servicios totalmente nuevas; cambiar las condiciones competitivas centrándose en los impulsores de valor preferidos por los clientes críticos. Los marcos clave que deben explorarse son las curvas de valor y los análisis de puntos de dolor, vinculados al trabajo de P. Fuller en *Customer Centricity*, para ayudar a los asistentes a identificar nuevas oportunidades de crecimiento.



SAIKAT CHAUDHURI

Saikat Chaudhuri es miembro de la facultad de la Escuela Wharton de la Universidad de Pennsylvania. También es director ejecutivo del Instituto Mack para la Gestión de la Innovación, un instituto de investigación en Wharton que se distingue por un doble enfoque en el liderazgo de pensamiento académico y el impacto en la industria.

La investigación de Saikat se centra en las fuentes externas de innovación para las empresas, que abarcan dos corrientes: adquisiciones de alta tecnología y externalización de primer nivel. Sus publicaciones recientes abarcan publicaciones académicas y de gestión, entre ellas *Organization Science*, un capítulo del libro de Stanford University Press y *Harvard Business Review*.

Saikat ha recibido varios premios de enseñanza de la Escuela Wharton, y

también ha sido finalista para la disertación múltiple y los premios al mejor artículo en la Academia de Administración. Recibió su BSE y BS de la Universidad de Pennsylvania, su MSE de la Universidad de Stanford y su DBA de la Universidad de Harvard.

CONTENIDO DE LA SESIÓN

Navigating Digital Disruption

Las empresas de hoy necesitan navegar continuamente por los rápidos cambios tanto en las tecnologías como en los modelos de negocios. La transformación digital presenta oportunidades, pero también desafíos en todas las industrias, y las empresas establecidas deben entender cómo defenderse y adaptarse para crecer. Esta sesión discutirá estrategias para manejar la interrupción digital y garantizar mayores tasas de éxito de innovación.

WHARTON

— TOUR 2019 —

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE Y TAKEWAYS:

En contenido se centrará en cómo las empresas establecidas pueden navegar por las muchas tecnologías nuevas (digitales) que amenazan interrumpirlas, pero también brindan nuevas oportunidades.

HAY TRES MENSAJES PRINCIPALES:

- o Hemos visto cambios tan radicales antes y podemos aprender de esas experiencias.*
- o Los operadores tradicionales tienen muchas ventajas que pueden aprovechar, y deben buscar las oportunidades en lugar de defenderse a sí mismos.*
- o La gestión exitosa es principalmente un desafío estratégico y organizativo, menos tecnológico.*