

INTRODUCCIÓN AL MODELO REN-DAN-HEYI



INSCRIBIRSE



Duración: 1-2 horas



Presencial o en remoto



Materiales: En el curso se facilitarán plantillas y referencias a documentos explicativos.



Ponente: Alfons Cornella, Institute of Next



Reservar fechas



Espacio propio disponible

Un taller introductorio al modelo de organización del negocio ideado por la empresa china **Haier**, líder mundial en la fabricación y venta de electrodomésticos. El modelo, denominado **Rendanheyi** (人单合一 en chino, traducido como “Integración de fabricante y consumidor”), se basa en la idea de “distancia cero” al mercado, y en equipos autodirigidos cuya función principal es entender al cliente para responderle ágilmente. Así, cada empleado sigue un “objetivo individual” además del objetivo global de la empresa.

En término RenDanHeyi se basa en tres elementos:

“Ren”

(“gente” en chino), son las personas que componen la organización (empleados, autónomos, etc);

“Dan”

(“orden”) significa las necesidades a resolver o el valor esperado por el usuario, cuya satisfacción es la principal objetivo de la empresa; y

“Heyi”

(“Combinación”) se refiere a la combinación del valor para el empleado con el del valor para el usuario. Entonces el empleado obtiene valor cuando está respondiendo a las necesidades de los usuarios dándoles el valor que estos están esperando.



Los empleados no trabajan para la empresa sino para el cliente. De esta manera, la empresa se convierte en un ecosistema de miles de microempresas (en Haier unas 4.000 en 2020), la mayoría de ellas como entidades legales separadas, y participadas en parte por sus fundadores. La mayoría de ellas tienen 10-15 empleados. Unas 200 son más grande y están creciendo a partir de los mercados actuales de Haier (son “Orientadas al mercado”), unas 50 están incubando nuevos negocios y las demás (más de 3500) son proveedoras de componentes o servicios a las anteriores.

EL PONENTE



Fundador de Infonomia y del Institute of Next, empresas de servicios para repensar el futuro de las empresas y las organizaciones, con un enfoque especial en innovación de modelos de negocio. Explora constantemente los ecosistemas de innovación internacionales.

Ha publicado 34 libros, así como cientos de artículos breves sobre innovación, negocios y tecnología, desde la perspectiva de la transformación de las organizaciones. Sus últimos libros son **“Cómo innovar sin ser Google”**, un manual de innovación elaborado a partir de lo aprendido en 20 años de práctica profesional, **“Educar humanos en un mundo de máquinas inteligentes”**, una propuesta de ideas y reflexiones sobre la nueva educación que necesita nuestra sociedad, y **“Cómo comer cangrejo y no morir en el intento”** (con Mònica Alonso) sobre la transformación de China en una potencia en innovación.

Es consultor de grandes empresas, y ha dirigido más de 120 proyectos de innovación en todo tipo organizaciones, en especial, en el sector privado. En sus presentaciones y talleres participan más de 10000 personas anualmente.

Alfons Cornella es licenciado en Física Teórica por la Universitat de Barcelona, Master of Science en Information Resources Management por la Syracuse University en New York, y tiene un postgrado en Alta Dirección de Empresas por ESADE Business School.

Más en: alfonscornella.com

LA ORGANIZACIÓN



INSTITUTE
OF NEXT
Barcelona

Fundado en 2000, bajo la marca Infonomia, el Institute of Next apoya los procesos de innovación en las organizaciones a través de:

- ➔ La estimulación de los equipos directivos para pensar en el medio-largo plazo,
- ➔ El desarrollo de herramientas y metodologías prácticas de innovación,
- ➔ La dirección de los proyectos de transformación en la organización basada en la innovación sistemática
- ➔ La difusión de una cultura de innovación a través de la publicación de documentos (artículos y libros) y materiales, y la impartición de talleres y conferencias sobre innovación y transformación empresarial

En Institute of Next animamos a nuestros clientes a explorar y ejecutar transformaciones en sus “sistemas operativos de negocio” para hacerlos más eficientes y resilientes a través de una respuesta más rápida y eficaz a las oportunidades que emergen en el mercado a medio y largo plazo.

Desde la convicción de que si una organización no piensa a 10 años vista, en 5 años puede que ya no exista.



Más en: instituteofnext.com