Ricerca, tecnologia, vantaggio competitivo.

La competenza scientifica come leva per aiutare le imprese a crescere, competere e vincere. Visione, metodo e progetti MFBI Consulting.

L’intelligenza artificiale accelera la realizzazione di strumenti, ma non sostituisce la capacità di riconoscere un problema, definire una domanda corretta e verificare una risposta. Quando costruire diventa più facile, la competenza scientifica e il giudizio strategico acquistano ancora più importanza.

MFBI Consulting porta nelle aziende ricerca accademica, statistica, econometria e tecnologie avanzate. I nostri consulenti hanno un PhD in discipline economiche, statistiche o STEM: uniamo profondità metodologica, comprensione del business e software per trasformare conoscenza in un vantaggio operativo misurabile.

Strategy. Systems. Applied intelligence.

INDEX / CONTENTS

Indice

I. CONTESTO, AI E VISIONE

03 La nuova competizione della conoscenza

04 AI e vantaggio delle competenze

05 Aiutare le imprese a vincere

II. COMPETENZE E RICERCA

06 Tre competenze, una base scientifica

07 Consulenza PhD

08 Ricerca accademica in azienda

09 Statistica ed econometria

III. METODO E STRUMENTI

10 Dal metodo alla capacità

11 Strumenti come patrimonio

12 AI, competenze e controllo

IV. PRODOTTI E PIATTAFORME

13 Il portafoglio prodotti MFBI

14 Prometeo: intelligence per la GDO

15 Prometeo e il conto economico

16 Prometeo: infrastruttura decisionale

17 S.B.O.S. e il second best

18 SuperCAD: CAD aperto e AI

V. VALORE E PROSPETTIVE

19 Crescere, misurare, governare

20 Sintesi: conoscenza competitiva

MFBI Consulting / 20 pagine

I. CONTESTO, AI E VISIONE

La nuova competizione della conoscenza

Con l’AI generativa si riducono alcuni costi di esecuzione: il valore si concentra sempre più sulla qualità delle domande e delle decisioni.

L’intelligenza artificiale generativa ha abbassato il costo e i tempi di molte attività: ricerca preliminare, prototipazione, sviluppo assistito, trattamento di documenti e organizzazione delle informazioni. Ma l’accesso a uno strumento non coincide con la capacità di utilizzarlo nel modo corretto. La stessa tecnologia può produrre un vantaggio competitivo oppure moltiplicare errori e false certezze.

L’impresa che vuole crescere deve anzitutto identificare ciò che conta: quali fenomeni guidano domanda e redditività, dove nasce l’inefficienza, quali comportamenti sono causalmente rilevanti, quali scelte modificano davvero il risultato economico. In assenza di questa comprensione, l’AI tende ad accelerare processi che forse non dovrebbero nemmeno esistere.

Il vantaggio passa quindi dalla sola bellezza tecnica dello strumento alla potenza della soluzione nel suo contesto. Conta la capacità di porre ipotesi, confrontare evidenze, misurare l’incertezza e progettare sistemi operativi che restino utili quando il mercato cambia.

Un cambiamento di questo tipo non rende irrilevanti gli studi, la ricerca o la specializzazione. Esige anzi competenze più solide per scegliere metodi, controllare dati, validare risultati e riconoscere i limiti dei modelli. La democratizzazione dell’accesso rende più importante la responsabilità nell’uso.

MFBI Consulting opera precisamente in questo spazio: trasforma capacità scientifiche avanzate in strumenti che aiutano aziende e professionisti ad affrontare problemi importanti.

IN SINTESI

AI più accessibile rende più preziosa la formulazione delle domande e la verifica delle risposte.

I. CONTESTO, AI E VISIONE

L’AI amplifica il valore delle competenze

La distanza tra persone non dipende soltanto dall’accesso ai modelli: dipende sempre più da ciò che si sa chiedere, valutare e costruire.

La diffusione dell’AI viene talvolta interpretata come un livellamento delle competenze. È una lettura incompleta. Un modello può rendere accessibili alcune operazioni prima difficili, ma un utilizzatore esperto riconosce più rapidamente assunzioni sbagliate, dati deboli e soluzioni apparenti. La competenza preesistente permette di usare l’AI con maggiore profondità.

Un economista sa distinguere correlazione e causalità; uno statistico sa valutare identificazione, incertezza e campionamento; un ricercatore STEM sa costruire esperimenti, vincoli e test. Con strumenti generativi queste capacità possono diventare più produttive: gli specialisti esplorano più alternative, verificano più velocemente e liberano tempo per le domande ad alto valore.

Non affermiamo che il divario di competenze aumenti in ogni settore o che i vantaggi si moltiplichino di una quantità fissa. Sosteniamo una tesi strategica: in molti compiti complessi l’AI può amplificare, anziché sostituire, il rendimento della conoscenza profonda, soprattutto quando servono giudizio, sicurezza e responsabilità.

Per le imprese ciò cambia il criterio di scelta del partner. Non basta sapere utilizzare l’ultima piattaforma: occorre comprendere il problema, scegliere la metodologia, verificare i risultati e tradurre un modello in una decisione economica o organizzativa.

MFBI investe in competenze elevate perché la combinazione di esperienza scientifica e AI può offrire alle organizzazioni un livello di analisi e progettazione che il solo software non rende disponibile.

IN SINTESI

La competenza scientifica può amplificare il valore dell’AI; l’accesso non basta.

L’obiettivo: aiutare le imprese a vincere

Crescita, capacità competitiva e resilienza sono il fine; ricerca e tecnologia sono i mezzi con cui perseguirlo.

Per MFBI Consulting la misura del lavoro non è il numero di dashboard, di documenti o di linee di codice prodotte. Il nostro obiettivo è aiutare le imprese che ci scelgono a prendere decisioni migliori, aumentare produttività e capacità di adattamento, riconoscere prima le opportunità e competere con strumenti più forti.

“Far vincere le aziende che lavorano con noi” esprime una direzione di impegno, non una promessa di successo garantito. Significa lavorare con rigore per trasformare conoscenza in risultati osservabili: miglioramento di processi, riduzione di inefficienze, valutazione più affidabile di alternative, qualità delle scelte commerciali e organizzative.

Vincere in un mercato che cambia non dipende soltanto da una scelta corretta oggi. Dipende dalla capacità di continuare a imparare, correggere e innovare domani. La resilienza competitiva richiede infrastrutture informative, persone formate, capacità di ricerca e tecnologie governabili.

Questa ambizione orienta la selezione dei progetti. La domanda iniziale riguarda sempre il valore per l’impresa: qual è il problema, qual è il costo attuale, chi decide, come misureremo il progresso e cosa resterà all’organizzazione alla fine dell’intervento?

Trasferiamo competenze e realizziamo strumenti affinché il vantaggio non resti una dimostrazione, ma diventi patrimonio operativo capace di sostenere la crescita.

IN SINTESI

Lavoriamo per far vincere le imprese, con risultati da misurare e non da promettere.

II. COMPETENZE E RICERCA

Tre competenze integrate, una base scientifica

Informatica, consulenza strategica e ricerca applicata operano insieme, guidate dalla comprensione quantitativa dei problemi.

La nostra attività si sviluppa su tre competenze. L’informatica costruisce applicativi su misura, integrazione dati e piattaforme decisionali. La consulenza strategica collega analisi e priorità d’impresa, governance, modello operativo e responsabilità. La ricerca applicata produce nuove evidenze e metodi quando gli strumenti convenzionali non bastano.

L’elemento distintivo è il loro rapporto. Non consegniamo prima una teoria, poi un software e infine un report: cerchiamo di progettare l’intero percorso dal problema reale alla decisione, attraversando modelli, dati, persone e processi aziendali.

Una questione di pricing può richiedere studio della domanda, analisi econometrica delle elasticità, sperimentazione, simulazione degli effetti sui margini e integrazione in un sistema di lavoro. Un problema produttivo può richiedere ricerca operativa, mappatura di dipendenze e automazioni AI sotto controllo umano.

Le competenze statistiche ed economiche non vengono impiegate soltanto per leggere numeri a posteriori: contribuiscono alla scelta delle metriche, alla formulazione di ipotesi e alla valutazione di ciò che funziona veramente.

Il risultato desiderato è una capacità aziendale durevole, sostenibile e verificabile: non un progetto isolato, ma un modo migliore di conoscere la realtà e agire su di essa.

IN SINTESI

Informatica, strategia e ricerca costituiscono un’unica capacità di intervento.

II. COMPETENZE E RICERCA

Consulenza scientifica di livello PhD

I nostri consulenti hanno un dottorato di ricerca in discipline economiche, statistiche o STEM: rigore accademico orientato a decisioni reali.

La qualità di una consulenza non nasce dall'uso di parole complesse. Nasce dalla capacità di formulare una domanda controllabile, riconoscere i vincoli dell'evidenza e scegliere il metodo appropriato. Per questo MFBI Consulting fonda il proprio modello su professionisti con PhD in ambiti economici, statistici o STEM.

Il dottorato non è un semplice elemento reputazionale: è esperienza di ricerca, confronto con la letteratura, costruzione di ipotesi, gestione dell'incertezza, progettazione di verifiche e comunicazione di risultati sottoposti a critica. Nel contesto aziendale queste abitudini diventano strumenti di lavoro.

La consulenza opera sulla frontiera fra discipline: econometria per valutare una scelta commerciale, statistica per leggere segnali complessi, metodi computazionali per costruire modelli, strategia per trasformare l'evidenza in opzioni e software per portare la decisione nel processo.

L'AI aggiunge velocità alle attività di esplorazione, coding e sintesi; il giudizio metodologico rimane centrale. È il professionista che definisce cosa misurare, controlla la validità delle ipotesi, interpreta i limiti e decide quali risultati possono sostenere una scelta.

Il nostro obiettivo è mettere questa profondità di competenza al servizio di imprese che spesso non dispongono internamente di un laboratorio di ricerca o di specialisti quantitativi dedicati.

IN SINTESI

I consulenti MFBI hanno PhD in ambiti economici, statistici o STEM.

II. COMPETENZE E RICERCA

La ricerca accademica entra nell’impresa

La ricerca applicata su commissione traduce conoscenza di frontiera in evidenze, metodi e strumenti utilizzabili nei processi.

La distanza tra produzione di conoscenza e uso economico non si colma trasferendo un articolo scientifico in azienda. Occorre capire quale problema l’impresa affronta, quale parte del sapere accademico è realmente pertinente e quali adattamenti richiedono i suoi dati, il suo settore e i suoi vincoli.

MFBI Consulting svolge ricerca applicata su commissione. Partiamo dalla domanda del cliente e costruiamo un percorso di indagine: rassegna metodologica, ipotesi, disegno empirico, raccolta e qualità dei dati, stima, confronto di modelli, verifica della robustezza e interpretazione degli effetti.

Le aree possono comprendere economia industriale, marketing quantitativo, pricing, domanda, produttività, comportamenti dei clienti, rischio, effetti di interventi, reti di relazioni e processi complessi. Non imponiamo una tecnica predeterminata: il metodo segue la domanda di ricerca.

Gli output possono essere uno studio, un modello statistico, un motore di scenario, una procedura replicabile, un componente software, un programma sperimentale o una base di evidenza per una decisione strategica. In ogni caso documentiamo ipotesi, limiti e possibilità di riutilizzo.

Portare la ricerca accademica a portata d’impresa significa rendere disponibili competenze specialistiche senza sacrificare il rigore che le rende affidabili.

IN SINTESI

La ricerca su commissione porta i metodi accademici nei problemi reali.

Statistica ed econometria come infrastruttura

Analisi dei dati, inferenza, serie temporali e modelli causali diventano capacità ordinarie dell’impresa, non eccezioni di laboratorio.

Ogni azienda produce dati, ma non necessariamente conoscenza utile. La statistica offre gli strumenti per distinguere variazione casuale, segnale, struttura e incertezza. L’econometria permette di affrontare domande centrali: cosa muove un risultato, quale effetto produce un intervento, come cambiano i comportamenti al variare di un incentivo?

Nei problemi di domanda e pricing, per esempio, una correlazione tra prezzo e vendite non basta per stimare l’effetto di una scelta. Occorre trattare stagionalità, promozioni, condizioni locali, endogeneità e differenze fra prodotti e clienti. Analisi causale e modelli econometrici aiutano a formulare conclusioni più difendibili.

Per il forecasting impieghiamo, quando appropriato, modelli di serie temporali, analisi dinamica, simulazione e valutazione dell’errore fuori campione. Per processi interconnessi può essere utile la network analysis; per decisioni vincolate, tecniche di ottimizzazione; per interventi specifici, disegni sperimentali e quasi-sperimentali.

Il valore non risiede nella complessità in sé. Risiede nel rendere leggibili assunzioni, intervalli d’incertezza, analisi di sensibilità e alternative decisionali. Un modello che restituisce soltanto un numero può apparire efficiente e rivelarsi insufficiente quando il rischio cresce.

Trasferiamo questi strumenti ai team attraverso software, procedure, formazione e governance, affinché analisi quantitativa e cultura del dato entrino stabilmente nel processo decisionale.

IN SINTESI

Statistica ed econometria distinguono evidenze, cause e incertezza.

III. METODO E STRUMENTI

Dal metodo scientifico alla capacità aziendale

Ogni progetto deve trasformare un’ipotesi in evidenza, un’evidenza in una decisione e la decisione in un processo verificabile.

Il lavoro comincia con l’identificazione del problema. Definiamo obiettivi, soggetti coinvolti, unità di analisi, dati disponibili, vincoli e alternative. La disciplina scientifica impedisce di confondere il sintomo con la causa o la velocità di elaborazione con la qualità della decisione.

Il passaggio successivo è il disegno analitico: scelta delle misure, specificazione del modello, verifica dei dati, criteri di validazione e condizioni sotto le quali una conclusione non sarebbe attendibile. Una buona ricerca deve poter essere criticata e, dove possibile, riprodotta.

Dalla stima si passa al confronto con chi decide. Un’analisi statistica non modifica da sola un’organizzazione: occorrono un’interfaccia, un responsabile, una frequenza di aggiornamento, soglie d’intervento, eventuali approvazioni e un sistema di feedback.

È qui che software e consulenza diventano componenti della ricerca applicata. Il risultato può essere codificato in pipeline, monitoraggi, servizi di scoring, dashboard operative o motori di simulazione. L’obiettivo è ridurre il tempo che separa scoperta, valutazione e azione.

A valle misuriamo l’effetto rispetto a una baseline. La capacità di apprendere e correggere conta quanto la prima implementazione: in un mercato in evoluzione il sistema deve poter cambiare senza perdere la propria tracciabilità.

IN SINTESI

Il metodo scientifico diventa valore quando guida decisioni e processi.

III. METODO E STRUMENTI

Gli strumenti tecnici trasferiscono competenza

Codice, modelli statistici, pipeline e interfacce decisionali non sono allegati di progetto: sono parte del valore che resta.

Un lavoro di ricerca produce spesso un insieme di asset invisibili: codice, criteri di pulizia dei dati, definizioni, parametri, diagnostiche, simulazioni, controlli e processi di aggiornamento. MFBI Consulting li considera parte del risultato, perché consentono di verificare, estendere e trasferire il metodo.

Un sistema statistico modulare separa acquisizione, trattamento, stima, diagnostica, scenari e reporting. Una pipeline collega le trasformazioni in modo tracciabile. Un grafo di relazioni aiuta a leggere strutture difficili da ricostruire in una tabella. Un'interfaccia decisionale consente a un operatore di agire sulla base dell'evidenza.

Nella ricerca applicata questo approccio crea continuità: uno studio può diventare una routine di monitoraggio, un esperimento può alimentare nuove valutazioni, un algoritmo può trasformarsi in una componente riutilizzabile per prodotti verticali.

L'integrazione dell'AI può facilitare documentazione, controllo preliminare, ricerca e automazione di passaggi circoscritti; non sostituisce la validazione delle ipotesi né il governo dell'uso. Le persone devono sapere che cosa un sistema sa fare, da quali dati dipende e quando occorre fermarsi.

Il valore per il cliente cresce quando non riceve soltanto una risposta, ma un patrimonio tecnico e metodologico che migliora il lavoro futuro.

IN SINTESI

Modelli, codice e pipeline sono patrimonio operativo trasferibile.

III. METODO E STRUMENTI

AI e competenze: automazione con giudizio

Adottare l’intelligenza artificiale significa accrescere la produttività degli specialisti e dei team senza rinunciare a controllo e validazione.

Nelle imprese l’AI può assistere l’elaborazione di documenti, l’analisi esplorativa, la preparazione di report, il coding, l’organizzazione delle conoscenze e alcuni processi ripetitivi. L’utilità cresce quando il sistema è collocato dentro un workflow reale e dispone di contesto, autorizzazioni e feedback.

L’esperto non diventa meno importante: il suo lavoro si sposta verso formulazione delle domande, scelta delle fonti, verifica delle ipotesi e interpretazione delle conseguenze. Un utilizzatore competente può sfruttare l’AI per ampliare il proprio raggio d’azione; un utilizzatore impreparato rischia di accettare risultati apparentemente convincenti ma inesatti.

Per questa ragione la nostra adozione dell’AI parte anche dalle skill. Valutiamo quali compiti richiedono specializzazione, quali possono essere automatizzati, quali devono essere revisionati e quale formazione serve per mantenere autonomia e qualità.

Gli agenti e le automazioni operano entro confini espliciti: fonti autorizzate, tracciabilità, soglie di intervento, protezione dei dati e revisione umana quando la scelta ha conseguenze materiali. Una dimostrazione convincente non equivale a un sistema affidabile.

La tecnologia diventa competitiva quando si innesta in un’organizzazione capace di comprendere e utilizzare ciò che produce. Lavoriamo per costruire questa competenza insieme agli strumenti.

IN SINTESI

L’AI accelera gli specialisti quando capacità e controlli crescono insieme.

IV. PRODOTTI E PIATTAFORME

Il portafoglio prodotti MFBI

Prometeo Analytics, S.B.O.S. e SuperCAD mostrano come la stessa filosofia produca strumenti diversi per problemi diversi.

MFBI Consulting non intende trasformare ogni incarico in un prodotto né ogni idea in software proprietario. Il modello di innovazione seleziona la forma più adatta al problema, al grado di specializzazione e alla comunità d'uso. In alcuni domini servono integrazione profonda e componenti verticali; in altri conta soprattutto costruire uno strumento aperto e modificabile.

Prometeo Analytics appartiene alla prima famiglia: una piattaforma di intelligence concepita per la Grande Distribuzione Organizzata. Il suo perimetro comprende un insieme ampio di domini decisionali e punta a collegare analisi e azioni sulle leve che compongono il conto economico di un'impresa retail.

S.B.O.S., Second Best Open Source Solutions, appartiene alla seconda famiglia: un'iniziativa che usa l'accelerazione dell'AI per abbassare alcune barriere di sviluppo e restituire soluzioni alla comunità. Il riferimento al second best invita a confrontare gli strumenti con i vincoli e il valore reale, non con un'idea astratta di perfezione.

SuperCAD è la prima direzione progettuale presentata all'interno di S.B.O.S.: un ambiente CAD open source per professionisti e aziende, pensato per poter integrare nel tempo forme di assistenza basate sull'intelligenza artificiale. In questo documento non vengono dichiarati rilasci o capacità già validate che non siano documentati.

I capitoli successivi approfondiscono scopo, destinatari, valore potenziale e limiti di queste iniziative. La loro unione non sta in una tecnologia comune, ma nella volontà di rendere conoscenza e strumenti più utilizzabili.

IN SINTESI

Prodotti diversi condividono il medesimo metodo scientifico e operativo.

Prometeo: intelligence per la GDO

Una piattaforma di ampia portata per collegare analisi e decisioni economiche nella Grande Distribuzione Organizzata.

Prometeo Analytics nasce per la Grande Distribuzione Organizzata, dove le decisioni economiche sono numerose, ricorrenti e fortemente interdipendenti. Cambiare un prezzo modifica la domanda; una promozione può alterare il mix di vendita; la disponibilità a scaffale influenza il servizio e può immobilizzare capitale. Isolare un indicatore significa spesso perdere la relazione con il risultato complessivo.

Il riferimento di Prometeo è il conto economico dell'insegna. Sul fronte dei ricavi, la piattaforma organizza letture della domanda, dei clienti e delle opportunità commerciali. Sulla marginalità, collega pricing, promozioni ed effetti incrociati. Sul capitale circolante e sulle scorte, aiuta a interpretare disponibilità, rotture, variabilità e continuità operativa. Sulla produttività, punta a ridurre la distanza tra dati, analisi e lavoro decisionale.

Il perimetro è esteso: previsione, analisi dei clienti e del comportamento, dinamiche promozionali, valutazioni di scenario, letture temporali, mercato, territorio e contesto. Le famiglie analitiche possono essere utilizzate in modo coordinato, così da costruire una prospettiva dell'impresa anziché una collezione di report isolati.

Prometeo è concepito come un livello di intelligence che lavora con le informazioni dell'organizzazione, sopra sistemi come ERP, POS, BI e data warehouse quando presenti. Non chiede di ricominciare da zero: l'obiettivo è aumentare la capacità d'interpretazione e uso dei dati esistenti, con moduli e integrazioni adattati al contesto.

La piattaforma si rivolge a direzioni generali e commerciali, pricing e category management, marketing e CRM, operations, supply chain e controllo di gestione. Non promette miglioramenti automatici del conto economico: l'impatto dipende da dati, integrazione, qualità dei modelli e decisioni effettivamente adottate. La sua ambizione è fornire strumenti all'altezza della complessità della GDO.

IN SINTESI

Prometeo applica intelligence avanzata alle decisioni economiche della GDO.

Prometeo e il conto economico

Ricavi, margini, scorte e produttività costituiscono ambiti di decisione economicamente connessi, non quattro dashboard indipendenti.

Il conto economico della GDO nasce dall'interazione di migliaia di scelte: quanto acquistare, a quale prezzo vendere, quali promozioni proporre, come gestire assortimento, disponibilità e domanda locale. Piccole variazioni ripetute su un elevato numero di prodotti e punti vendita possono avere conseguenze rilevanti, positive o negative. Per questo l'obiettivo di Prometeo è rendere più informative e coordinabili le decisioni commerciali e operative.

Sul fronte dei ricavi, comprendere domanda, clienti, contesto e dinamiche temporali può aiutare a identificare opportunità e criticità. Ma aumentare le vendite non coincide automaticamente con produrre valore: l'effetto economico va letto insieme a costi, cannibalizzazione, pressione promozionale e composizione del margine.

Il pricing strategico introduce il rapporto tra prezzo, volume, elasticità e profittabilità. Le promozioni richiedono di distinguere incremento apparente e incremento effettivo, tenendo conto di sostituzioni, anticipazioni della domanda e differenze fra punti vendita o categorie. I modelli possono sostenere confronti di scenario senza trasformarsi in ordini automatici.

Per scorte e capitale immobilizzato, le domande riguardano disponibilità, rotazioni, livelli di servizio e qualità delle previsioni. La produttività, infine, dipende anche dalla riduzione dei tempi di analisi, dal coordinamento delle funzioni e dalla possibilità di intervenire sulle eccezioni con maggiore tempestività.

Queste sono leve da valutare, non benefici economici già realizzati o garantiti. Una misurazione credibile richiede baseline, perimetro dei dati, test, responsabilità decisionali e verifica degli effetti nel contesto specifico del cliente.

IN SINTESI

Ricavi, margini, scorte e produttività sono leve economiche interconnesse.

IV. PRODOTTI E PIATTAFORME

Prometeo: infrastruttura decisionale

L’ampiezza della piattaforma risiede nell’architettura condivisa che collega domini analitici, dati, modelli e persone.

Una grande organizzazione retail non ha un solo problema analitico. Domanda, categorie merceologiche, clienti, promozioni, scorte, stagionalità e attività locali influenzano le decisioni con tempi differenti. Un’infrastruttura decisionale deve essere abbastanza ampia da cogliere tali relazioni senza imporre una tecnologia unica per ogni domanda.

Prometeo è progettato come livello analitico sovrapposto ai sistemi già utilizzati, non come sostituzione generalizzata di ERP, POS, BI o data warehouse. Il ruolo della piattaforma è connettere le fonti che hanno significato per la scelta, applicare strumenti specialistici e presentare evidenze, alternative e conseguenze in superfici utilizzabili dagli operatori.

L’architettura modulare consente di articolare il lavoro per domini: analisi temporale, lettura della domanda, clienti, pricing, promozioni, scorte, simulazioni e indagini di mercato sono esempi dei filoni presenti nel perimetro analitico esaminato. La disponibilità effettiva di ogni funzione dipende dalla versione, dall’integrazione e dal contesto di implementazione.

La componente organizzativa è importante quanto quella matematica. Direzione commerciale, category management, pricing, controllo di gestione, supply chain e responsabili operativi possono leggere lo stesso problema da prospettive differenti. Prometeo cerca di costruire un terreno condiviso tra queste funzioni, non di sostituirne l’autonomia.

La forza di un sistema di questa natura non è un numero esposto in una schermata. È la possibilità di accumulare metodi, collegamenti e conoscenza di dominio, mantenendo nel tempo una relazione riconoscibile fra dati, decisioni ed effetti economici.

IN SINTESI

La scala di Prometeo dipende da domini analitici e contesto condivisi.

IV. PRODOTTI E PIATTAFORME

S.B.O.S. e il second best

Un open source orientato al valore d’uso: soluzioni verificabili e accessibili, progettate per evolvere con vincoli che cambiano.

Second Best Open Source Solutions nasce da una convinzione: l’intelligenza artificiale generativa accelera la produzione di strumenti e modifica il costo di alcune competenze tecniche. In questo scenario il valore si sposta verso la capacità di riconoscere bisogni, comprendere contesti, combinare conoscenza generale e specialistica e scegliere la risposta più efficace.

Il nome richiama la teoria economica del second best. Nel teorema originale, quando una condizione necessaria a un ottimo ideale non è soddisfatta, il rispetto isolato delle condizioni restanti non garantisce il miglior esito fattibile. S.B.O.S. usa l’intuizione come metafora progettuale: valutare le soluzioni con tutti i vincoli reali, invece di massimizzare una sola proprietà tecnica.

Un programma sofisticatissimo, costoso e chiuso può essere meno utile di un sistema più semplice, interoperabile e modificabile. Inoltre l’evoluzione dell’AI può cambiare rapidamente quali compromessi siano sostenibili. Inseguire indefinitamente lo strumento perfetto rischia di lasciare irrisolto il problema presente.

L’open source è una scelta di restituzione: rendere possibile lo studio, l’adattamento e, secondo licenze definite, la condivisione del codice. Ma apertura non significa rinunciare a qualità, sicurezza, documentazione, compatibilità o responsabilità di manutenzione. Sono condizioni indispensabili per l’utilità del progetto.

La visione è un ecosistema, non un prodotto unico: strumenti per persone, professionisti e aziende che favoriscano autonomia tecnica, collaborazione e uno sviluppo continuo, partecipato e sostenibile.

IN SINTESI

S.B.O.S. cerca soluzioni aperte, efficaci e proporzionate ai vincoli reali.

SuperCAD: CAD aperto e AI

Il primo progetto S.B.O.S. esplora un ambiente CAD open source per professionisti e imprese.

SuperCAD è la prima iniziativa applicativa presentata da S.B.O.S.: un programma CAD open source concepito per professionisti, studi e imprese. L'obiettivo è mettere a disposizione una base di progettazione tecnica che possa essere adattata a diversi contesti e collegata a strumenti digitali più ampi.

Per chi lavora con disegni, tavole e documentazione di progetto, il software non è soltanto un editor grafico. È una parte del processo che collega idee, vincoli tecnici, revisioni e consegne. Interoperabilità, leggibilità dei file, estensibilità e affidabilità sono quindi condizioni essenziali per un CAD da utilizzare in ambito professionale.

L'integrazione con l'intelligenza artificiale è un indirizzo progettuale di SuperCAD. Le possibili applicazioni da valutare comprendono il supporto alle attività di disegno, l'analisi di documenti, l'assistenza nella ricerca delle informazioni e l'automazione di compiti ripetitivi. Ogni funzione dovrà essere delimitata rispetto alle verifiche tecniche necessarie e alla responsabilità del professionista.

L'adozione dell'AI non deve confondere suggerimento e validazione. In un ambiente di progettazione, un elaborato generato o modificato richiede controlli, tracciabilità e, quando pertinente, approvazione umana. Per questo il rapporto fra modelli AI, strumenti CAD e utente deve essere studiato come un workflow, non come un effetto dimostrativo.

SuperCAD è qui descritto come progetto e orientamento di prodotto, non come attestazione di una versione completa già pubblicata. Roadmap, compatibilità, licenza e funzionalità effettive dovranno essere comunicate attraverso la documentazione tecnica delle singole release.

IN SINTESI

SuperCAD è un progetto open source con integrazione AI da sviluppare e validare.

V. VALORE E PROSPETTIVE

Crescere, misurare, governare

Competitività e resilienza richiedono risultati verificabili, competenze trasferite e responsabilità esplicite.

Misuriamo ogni iniziativa a partire dal problema economico o operativo. Definiamo il valore atteso e gli indicatori appropriati: tempi di lavorazione, qualità, errori, produttività, servizio, effetti commerciali o altre leve specifiche. Senza una baseline, il rischio è confondere attività e impatto.

La ricerca applicata deve rimanere riproducibile e sottoposta a verifica. Documentiamo metodologie e dati rilevanti, monitoriamo robustezza e stabilità dei risultati e prevediamo aggiornamenti quando il contesto cambia. Questa disciplina è essenziale anche per i sistemi che utilizzano AI.

La governance stabilisce chi può vedere informazioni, modificare dati, approvare raccomandazioni ed eseguire azioni. Per scelte critiche il processo deve mantenere controlli, logging, verifiche e responsabilità umane. Il livello di automazione va calibrato al rischio.

Prometeo Analytics traduce tale metodo in una piattaforma orientata al conto economico della GDO. S.B.O.S. e SuperCAD esplorano soluzioni aperte, interoperabili e progressive. Consulenza PhD, statistica ed econometria costituiscono il metodo comune che collega prodotti e ricerca.

Il nostro obiettivo resta aiutare le aziende a competere con maggiore efficacia e resilienza. I risultati vanno verificati caso per caso: il rigore consiste nel lavorare per il successo del cliente senza confondere l’ambizione con una garanzia.

IN SINTESI

Governance e misurazione rendono sostenibile il vantaggio nel tempo.

V. VALORE E PROSPETTIVE

In sintesi: conoscenza che fa competere

MFBI Consulting porta ricerca accademica, tecnologia e competenze elevate nelle decisioni delle imprese.

Il contesto è cambiato. L'AI genera nuove possibilità e accelera molte attività, ma il vantaggio dipende sempre più dalla comprensione dei problemi e dall'uso competente della tecnologia. La formazione avanzata e il metodo scientifico sono risorse per orientarsi in questa trasformazione.

I consulenti MFBI, con PhD in discipline economiche, statistiche o STEM, portano alle imprese capacità di ricerca e di analisi che possono essere difficili da internalizzare. Statistica, econometria, sperimentazione, modelli dinamici e inferenza causale diventano strumenti pratici per prendere decisioni più difendibili.

La nostra attività integra informatica, consulenza strategica, ricerca applicata su commissione, AI e formazione. Prometeo Analytics rappresenta la specializzazione sulla GDO e sulle leve del conto economico; S.B.O.S. propone una strada open source; SuperCAD è il primo progetto di quell'ecosistema.

Vogliamo mettere scienza e massima tecnologia nelle mani delle imprese per aiutarle a crescere, resistere ai cambiamenti e competere meglio. Lavoriamo per far vincere le aziende che ci scelgono: non con scorciatoie, ma con domande migliori, prove più solide e soluzioni efficaci.

MFBI CONSULTING S.R.L. — Via Airasca 25, 00166 Roma (RM) — P. IVA/C.F. 18719131007 — SDI T9K4ZHO.
Contatti: info@mfbi.it.

IN SINTESI

La nostra ambizione è trasferire conoscenza che aiuti le imprese a vincere.