



**SPIN OFFS  
EMPRESARIALES**

**CEEI Castellón**  
**09:00H-15:00H**  
**14/01**

# **GOBERNANZA DE LA INNOVACIÓN: CÓMO CONVERTIR IDEAS EN IMPACTO SOSTENIBLE**

## **Raímundo Castilla**

**Director de Transformación &  
Innovación Makro España**



# Un viaje hacia la innovación corporativa

TELECOMUNICACIONES

arsys elewit Up Telefónica Vodafone

AUTOMOCIÓN Y MOVILIDAD

cabify Talgo renfe Ford globalvia aena IBERIA

INDUSTRIA Y LOGÍSTICA

3M FUNDACIÓN VALENCIAPORT B BOSCH B/S/H/ FLUIDRA ecoembes ferrovial HINOJOSA hp ramondin ROADIS zumex sener SPB VALORIZA Walmart kdc/one ALSTOM ormazabal velatía CAF MONDRAGON IKA VASKOIA IBERIA IKEA PrimaFrio

SIN ÁNIMO DE LUCRO

Fundación Innovación bankinter REPSOL Fundación FUNDACIÓN CAJA NAVARRA IDE

SEGURIDAD

PROSEGUR SECURITY

ENERGÍA Y UTILITIES

capital energy CEPSA edp EIFFAGE enagas enel acciona Grenergy Naturgy OW OCEAN WINDS endesa REPSOL Redexis CETAQUA WATER TECHNOLOGY CENTRE exolum ERIZ

DEPORTES Y ENTRETENIMIENTO

BASKONIA ALAYES LALIGA



INMOBILIARIA

castellana CULMIA

ALIMENTACIÓN Y CONSUMO

CAPSA FOOD Coca-Cola CARBONIC PARTNERS MOVE INNO IMPORTACO KMZERO makro Naturuel Nestlé Oga Pernod Ricard Colaboradors de comunitat boque culinary center DANONE +Bar TOUS

MEDIOS Y COMUNICACIÓN

SALVARENO MEDIASET España. Planeta DoAgostini Fabrik. Grupo Planeta

FARMA Y SALUD

Angelini Pharma AstraZeneca DONTE GROUP essity iSalut MERZ AESTHETICS CONFIDENCE TO BE REIG JOFRE ribera Sanitas RD Rorobrogast S.A.

BANCA Y FINANZAS

ABANCA 2 CAJA RURAL invex BBVA mastercard

SEGUROS

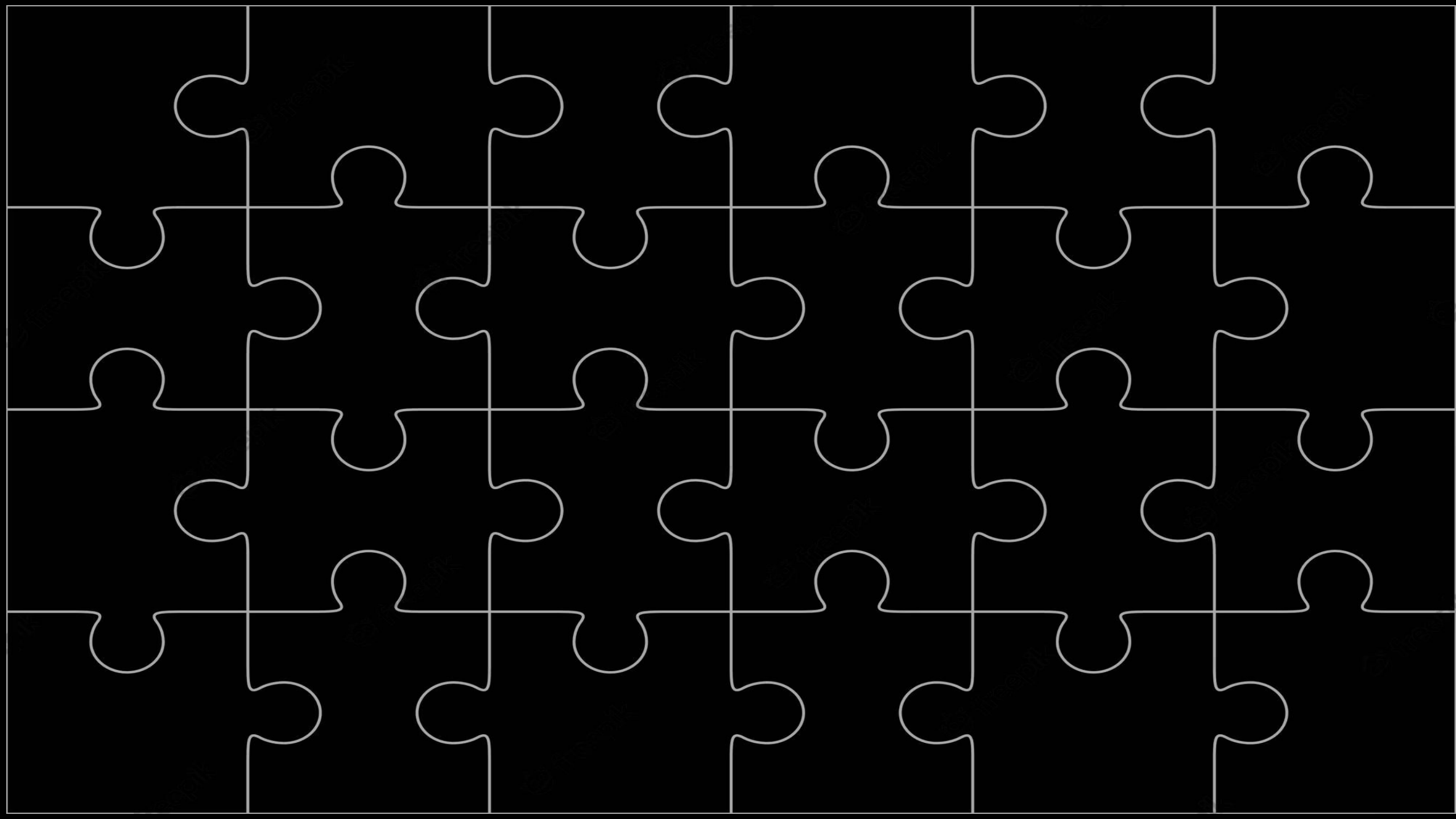
AON asitur El Valor de la Asistencia AXA Opensurance Berkley ESPAÑA Catalana Occidente MAPFRE MUTUAMADRILEÑA Mutualidad santalucia REALE SEGUROS

TURISMO

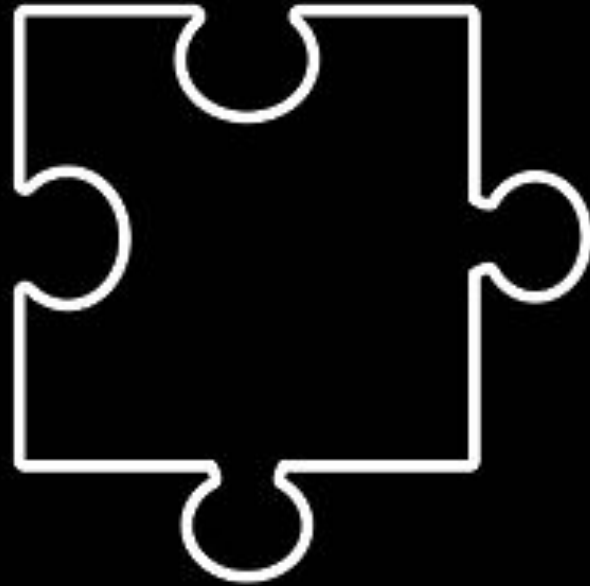
APPLE LEISURE GROUP IBEROSTAR GROUP ILUNION

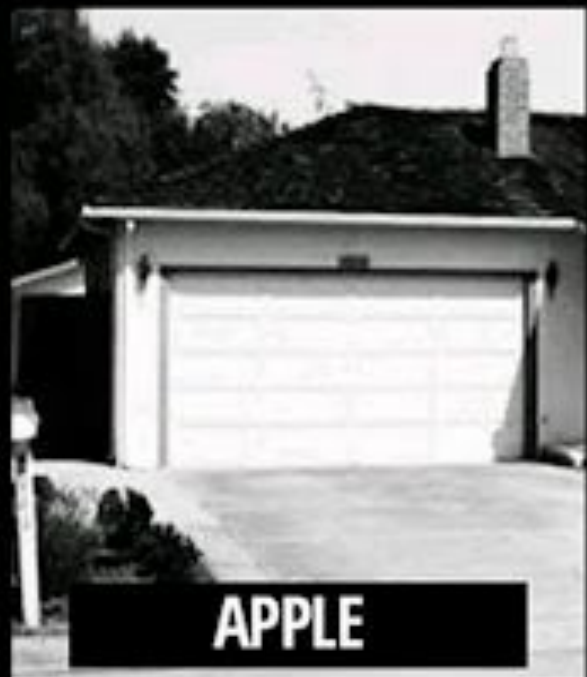
SERVICIOS LEGALES

CUATRECASAS VACIERO



# Innovación





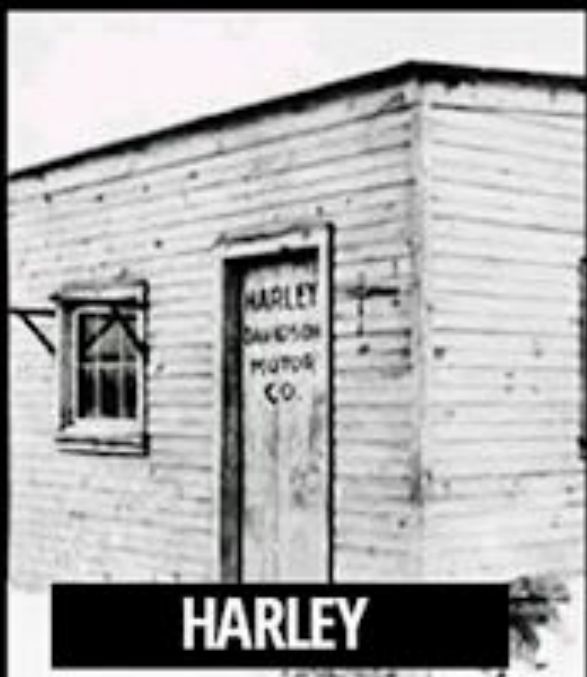
**APPLE**



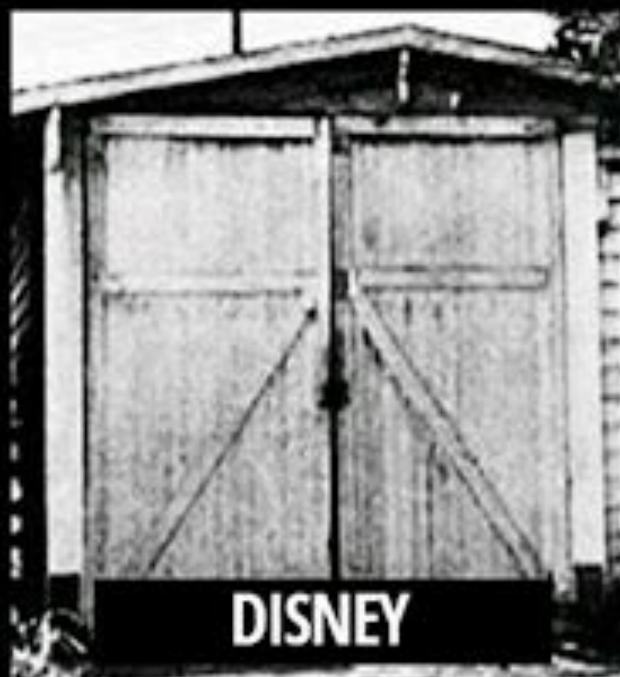
**GOOGLE**



**AMAZON**



**HARLEY**

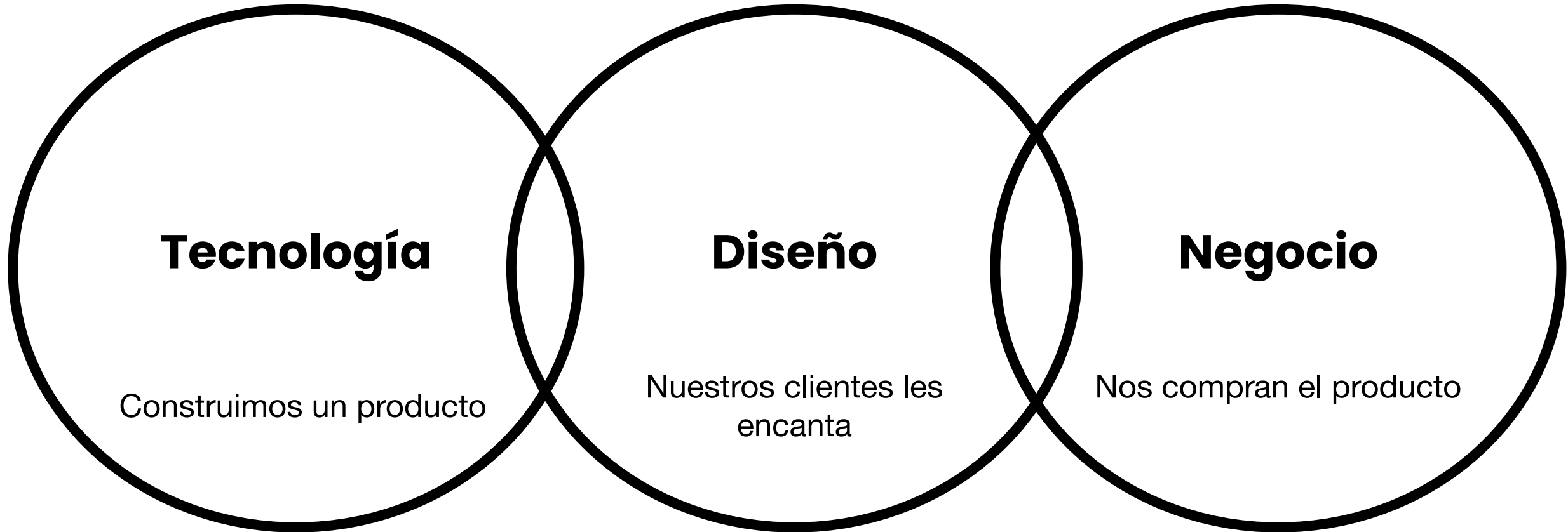


**DISNEY**



**MATTEL**

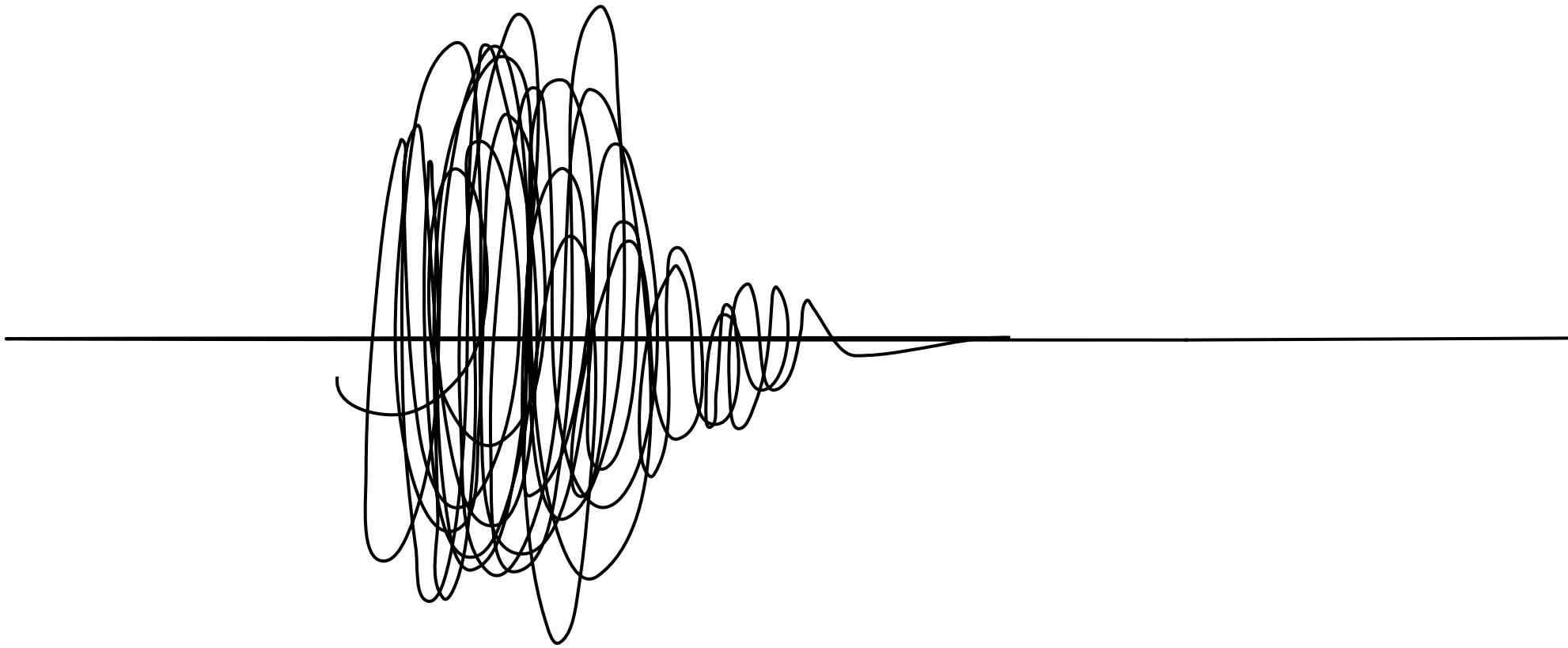
**Empezar en un garaje construyendo un producto o solución que podamos lanzar al mercado...**



**Innovación**



**Invención**



**Innovación = Valor**

¿Podemos monetizarlo?

Nuestro espacio de innovación

**Negocio**

*Viabilidad*

¿Podemos construirlo?

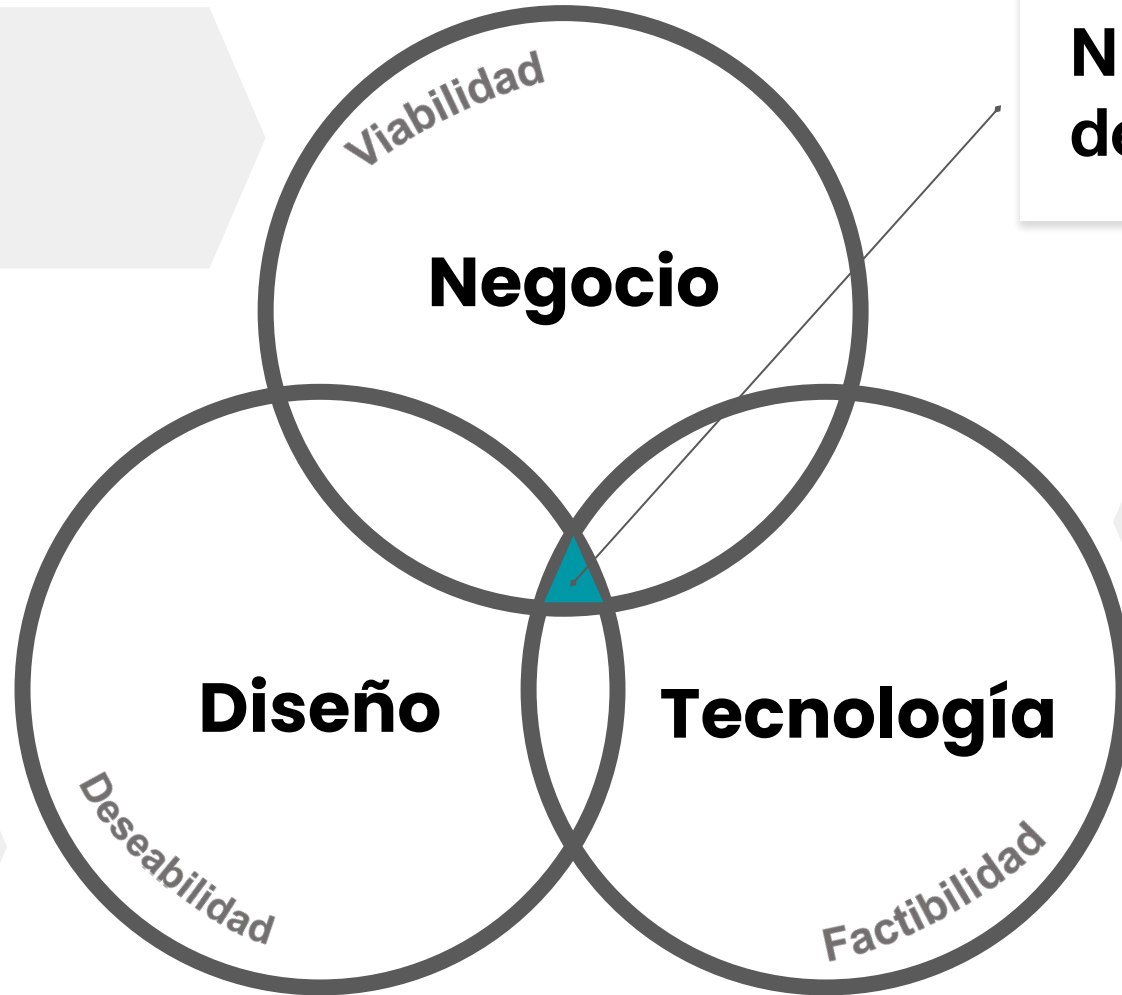
**Diseño**

**Tecnología**

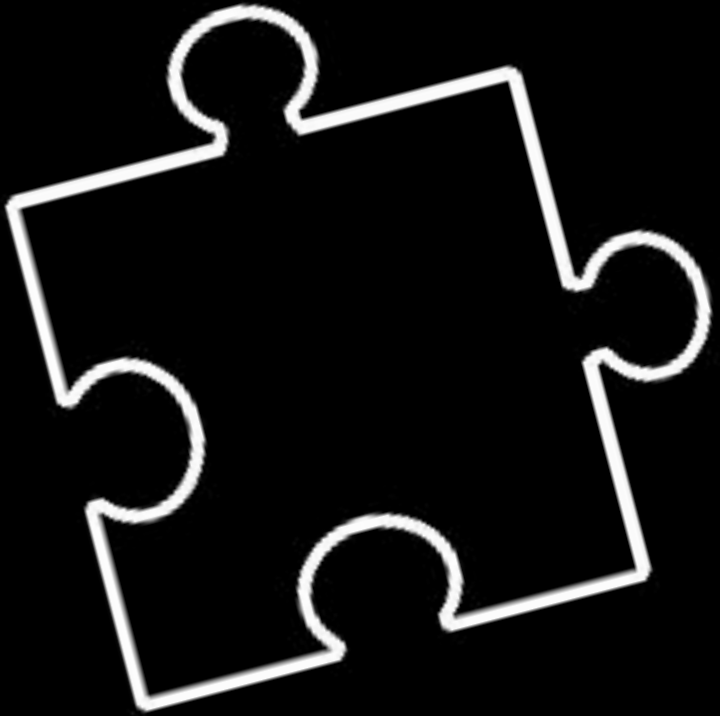
*Deseabilidad*

*Factibilidad*

¿Los clientes lo quieren?



# Sostenibilidad



¿Podemos monetizarlo?

Nuestro espacio de innovación

**Negocio**

*Viabilidad*

¿Podemos construirlo?

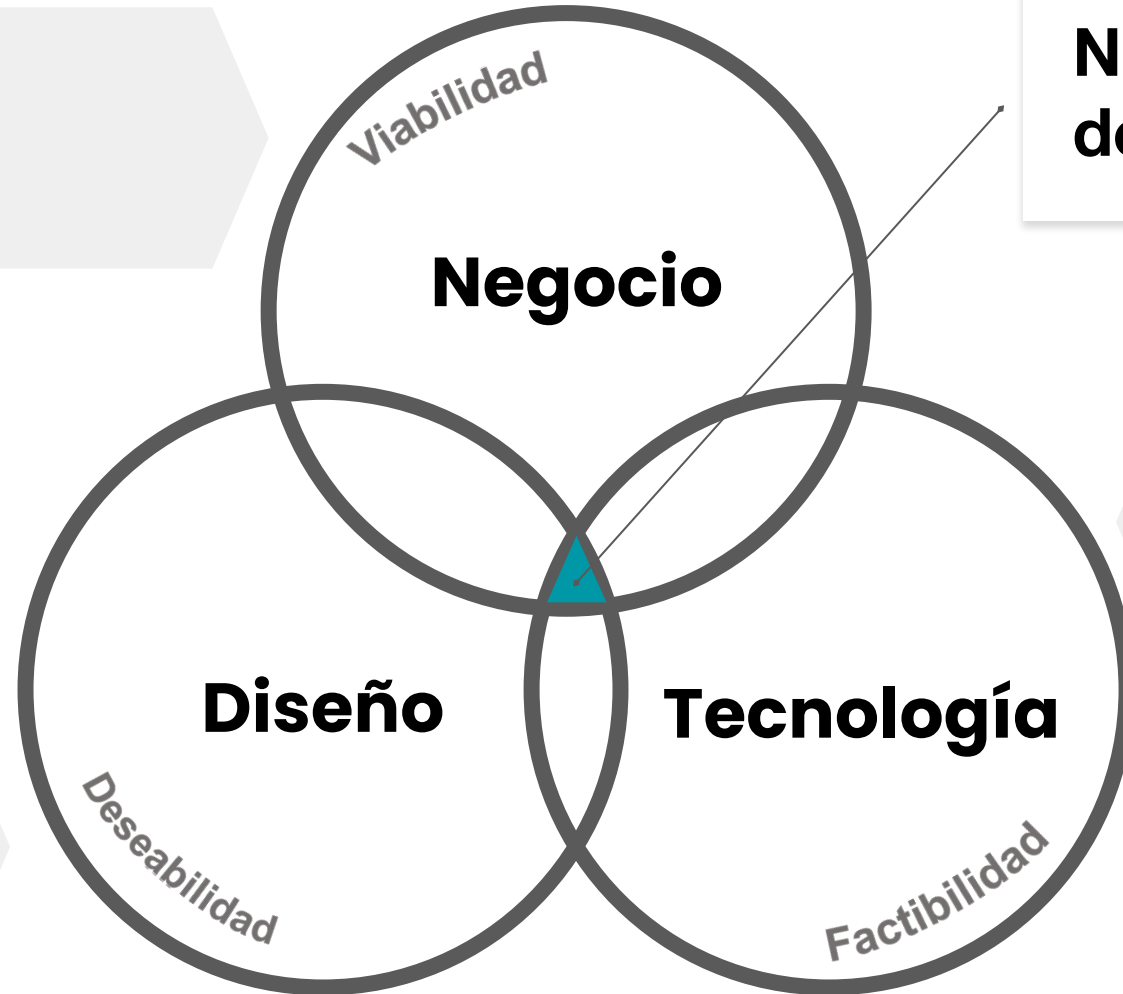
**Diseño**

**Tecnología**

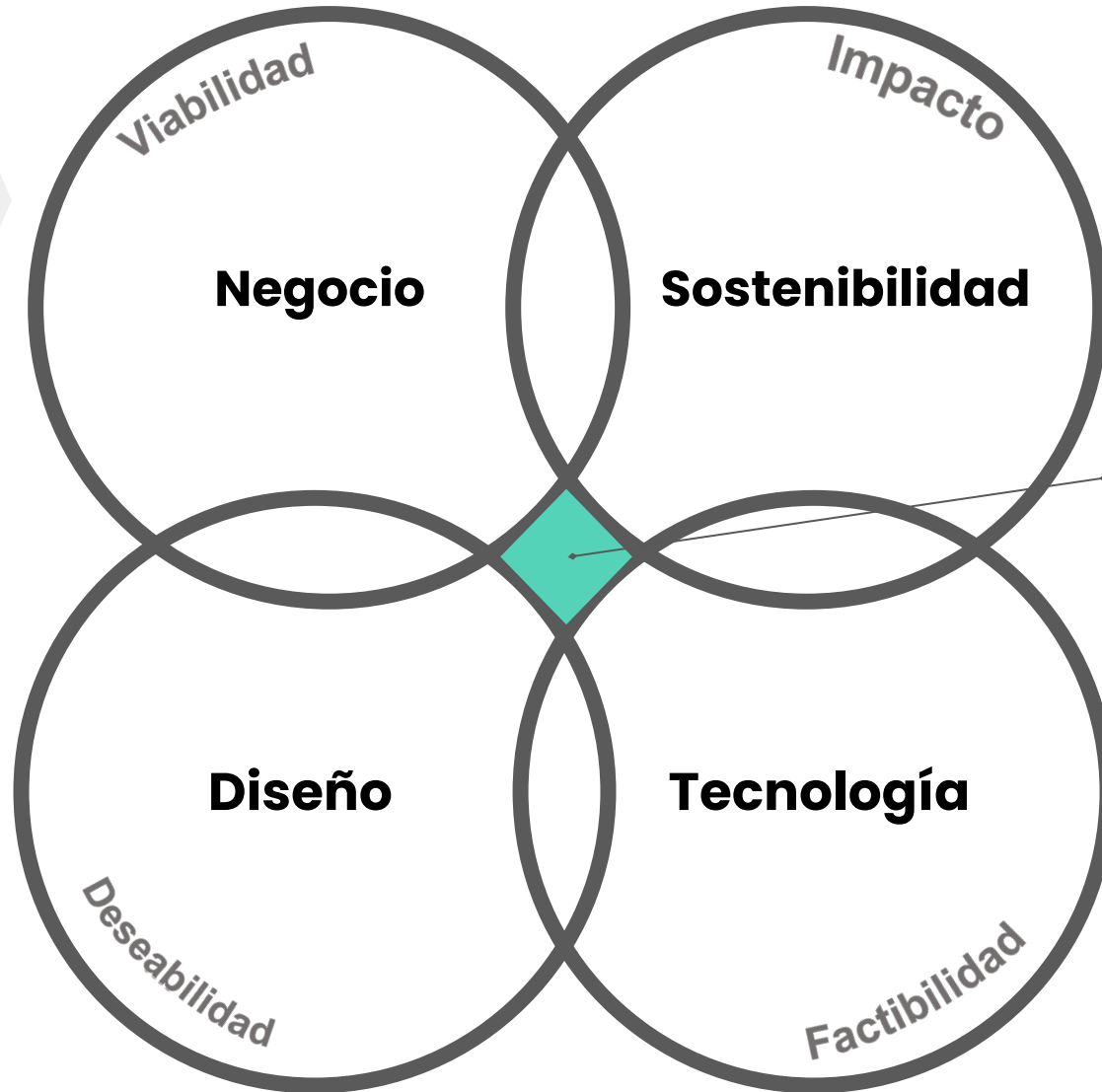
*Deseabilidad*

*Factibilidad*

¿Los clientes lo quieren?



¿Podemos monetizarlo?



¿Contribuye de forma positiva?

**Nuestro espacio de innovación**

¿Los clientes lo quieren?

¿Podemos construirlo?



イー  
カラ  
オケ  
歌  
広  
場

docomo

初台 首都高  
Hatsudai SHUTOKO  
↑  
20 新宿駅西口  
Shinjuku Sta.  
→ (414)

広告募集中  
03-3543-7771  
www.hit-ad.co.jp

広告募集中  
03-3543-7771  
www.hit-ad.co.jp

美和ロック  
Think Next Security  
MIWA

THEグローバル社  
ウィルローズ マンションシリーズ

artist

7F エーアイール 賃貸

アコム 6F 下宿

レク

First Kitchen

6F E C C

♥

タイ

パソコン 新宿 ICT ビジ

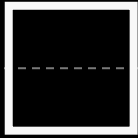




**¿Qué me llevé en mi maleta?**

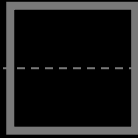
# Las diferentes caras de la innovación

1950s



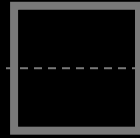
**Producción**

1980s



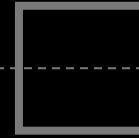
**Calidad**

2010s

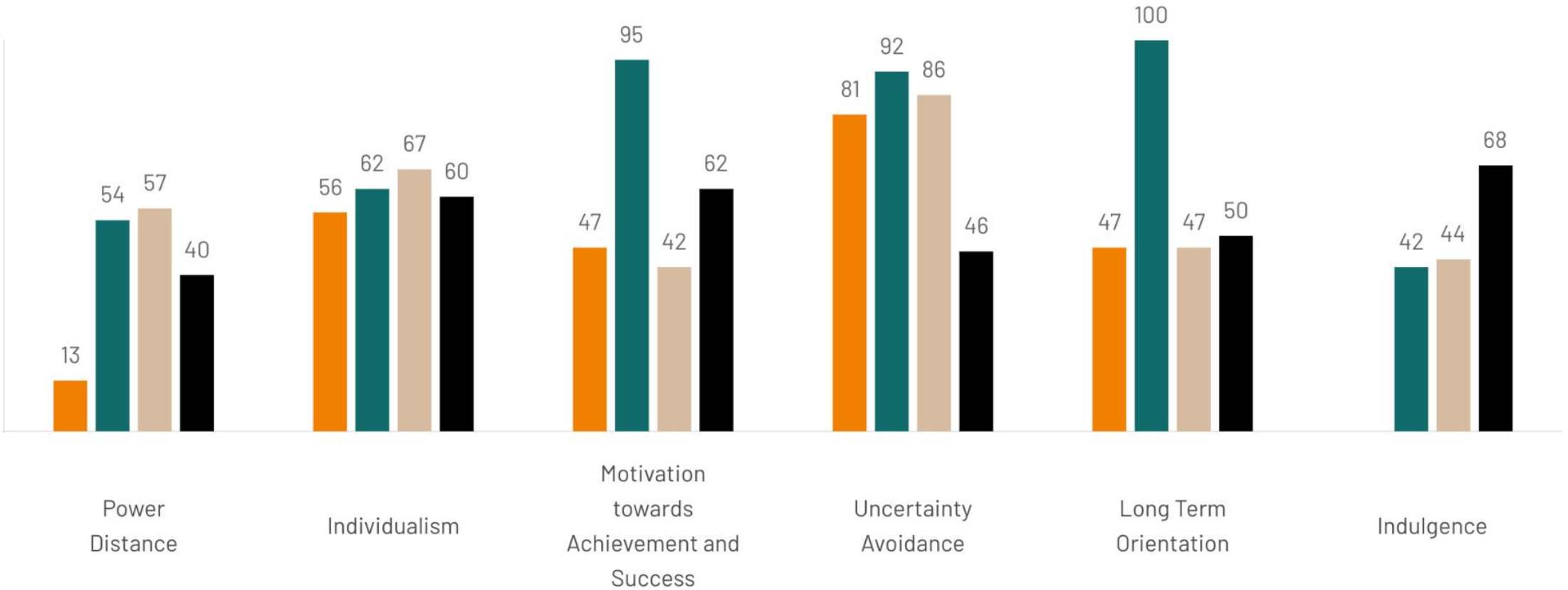


**Diferenciación**

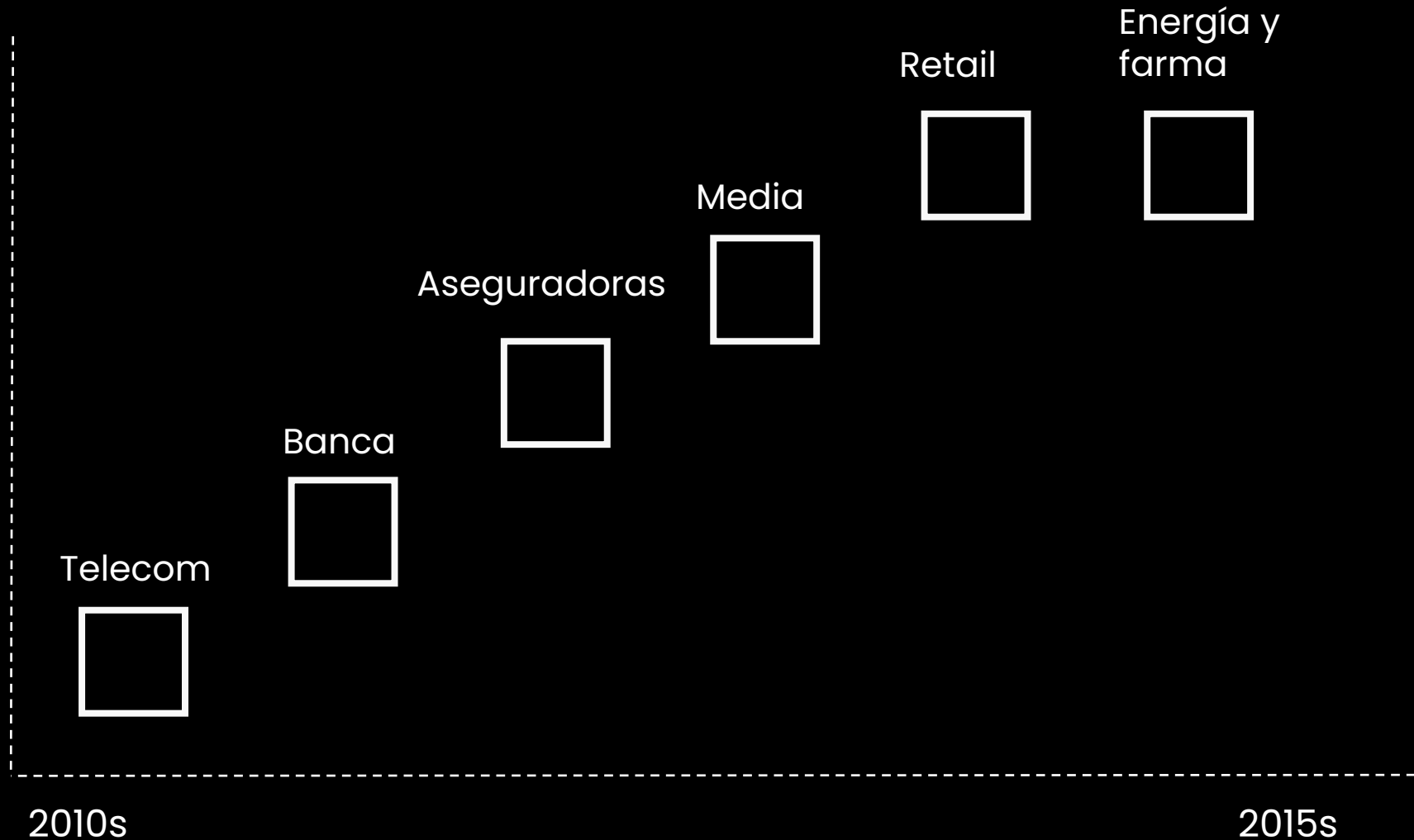
Ahora



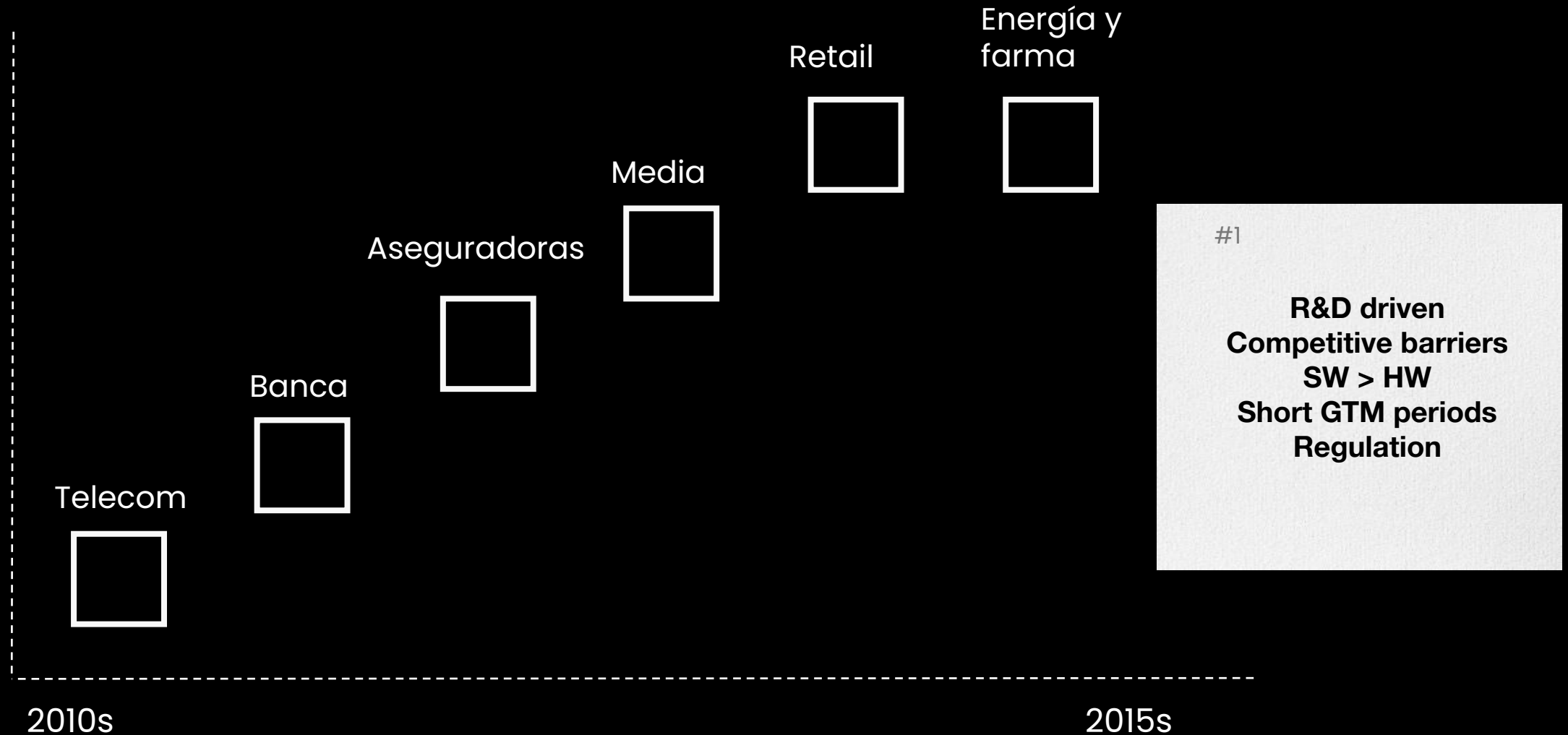
**Transformación  
Sostenibilidad**

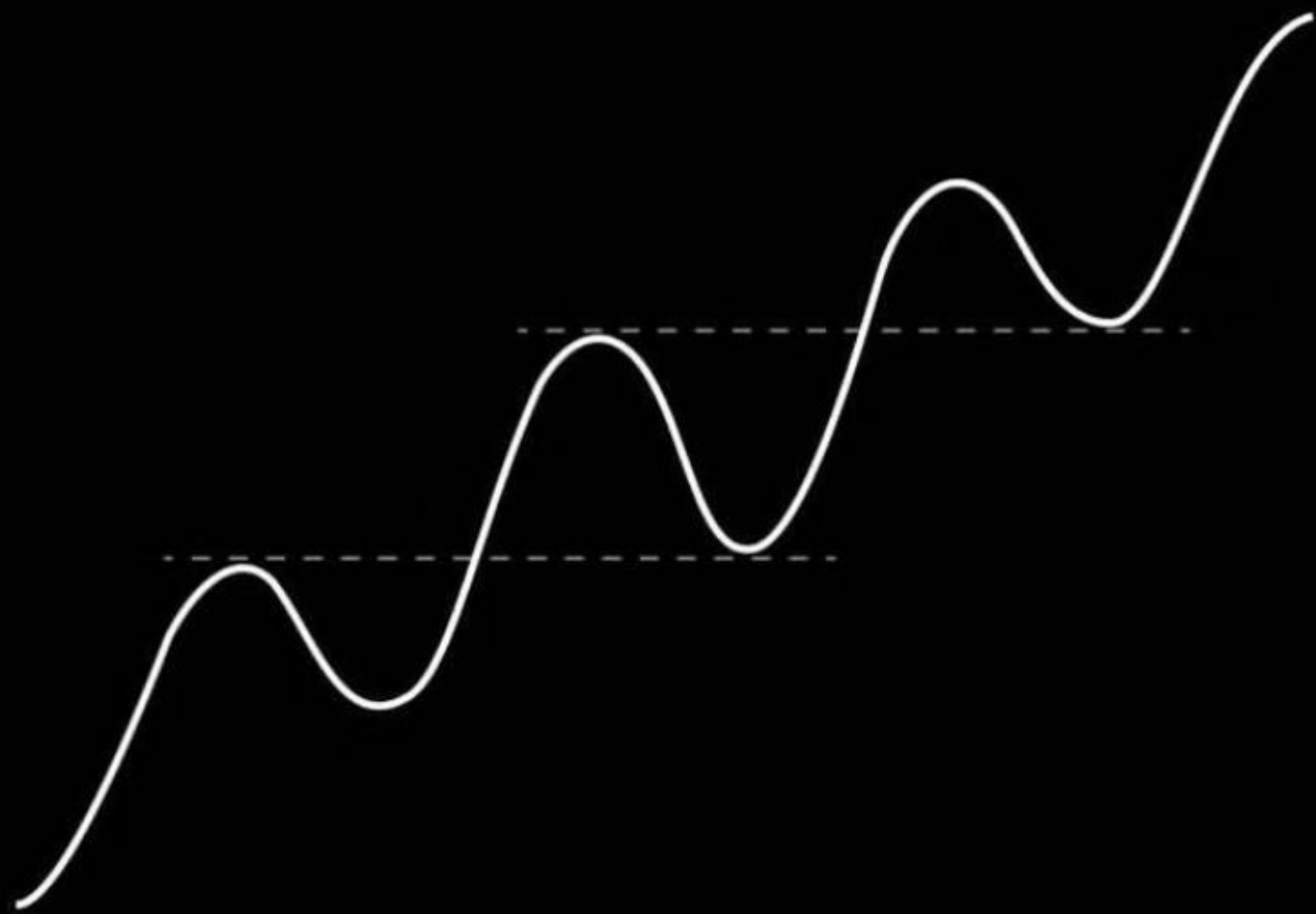


# ¿Cómo han abrazado la disrupción los diferentes sectores?



# ¿Cómo han abrazado la disrupción los diferentes sectores?





**¿Cuál es la fórmula de la  
innovación?**

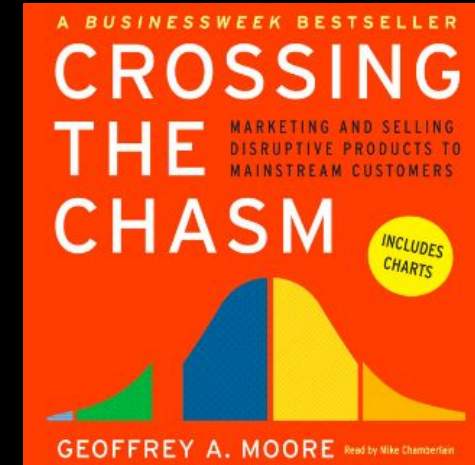
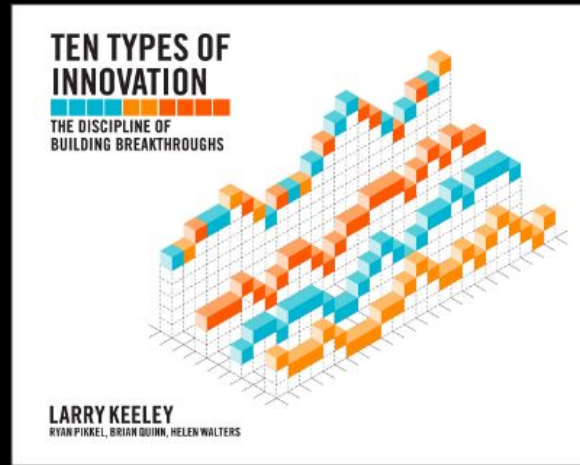
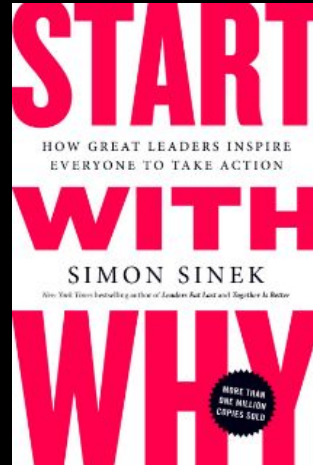
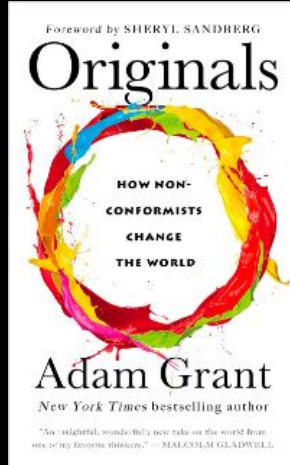
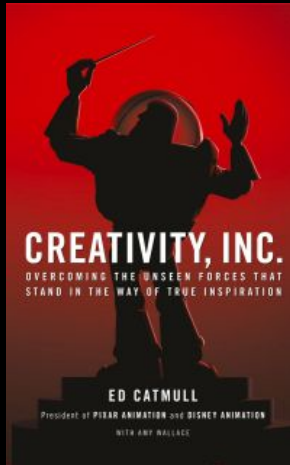
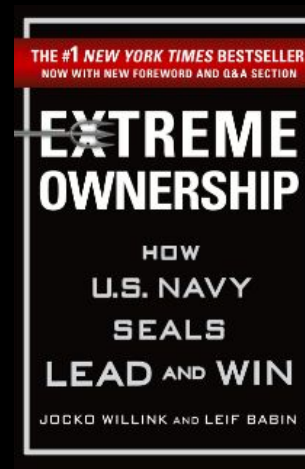
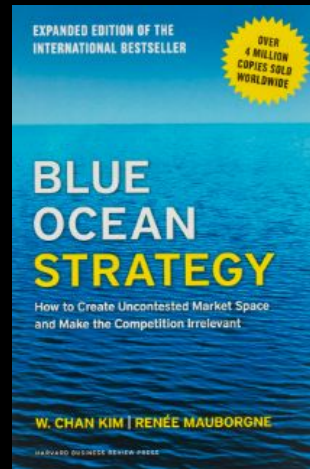
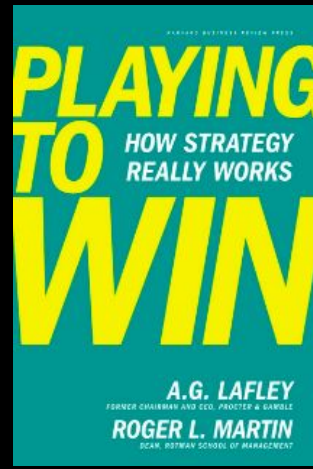
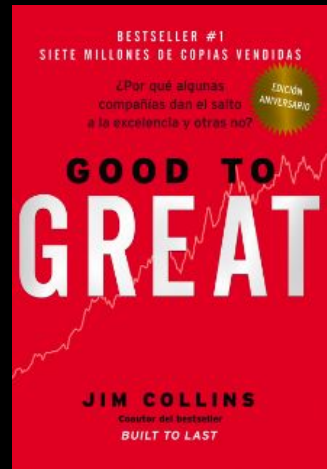
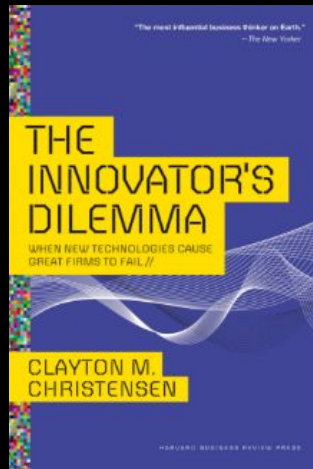
**Innovación = Tecnología +  
Procesos + Personas**

**Innovación = x Tecnología + y  
Procesos + z Personas**

**¿Cómo desciframos X, Y, Z?**

The background features a dark gray grid overlaid on a pattern of light gray, irregular, wavy lines that resemble topographic contour lines. Several small white plus signs (+) are scattered across the grid.

**Hace 2 años y medio...**



**¿Cómo están transformándose  
las corporaciones a nivel global?**

**10**

20

50

# Más de 100 organizaciones a nivel mundial



# Las historias

# 101

**HISTORIAS DE**  
innovación

Daniel Medina

Cristian Ull

«No existe una historia de la humanidad, solo hay muchas historias de todo tipo de aspectos de la vida humana» Karl Raimund Popper



# 101 HISTORIAS de innovación



**INNOVAR**

*Del lat. innovāre.*

1. tr. Mudar o alterar algo, introduciendo novedades.

# Ejemplos de nuestros casos corporativos

Ecosistema

**Cómo crear futuros a través del storytelling**

Institución académica  
Silicon Valley

Corporación

**Case builder como método de innovación**

Seguros

Corporación

**Transformando la organización a través de Agile**

Retail

Ecosistema

**Por qué y cómo construir un CVC**

Plataforma global de innovación

Corporación

**Innovando en tiempo de guerra**

Telecomunicaciones

Ecosistema

**Introduciendo AI en el día de más de 100.000 empleados**

Alimentación

Corporación

**Diseñando el futuro de la farma**

Farma

Ecosistema

**Tech first como tesis de inversión**

Venture Capital

Corporación

**Construyendo un equipo de innovación**

Farma

Corporación

**Moonshot Thinking en la educación**

Educación

The background is a dark gray topographic map with white contour lines. A white border frames the entire image. Several small white plus signs are scattered across the map. The text is centered in the middle of the image.

# **Insights para orientar nuestro viaje de transformación**

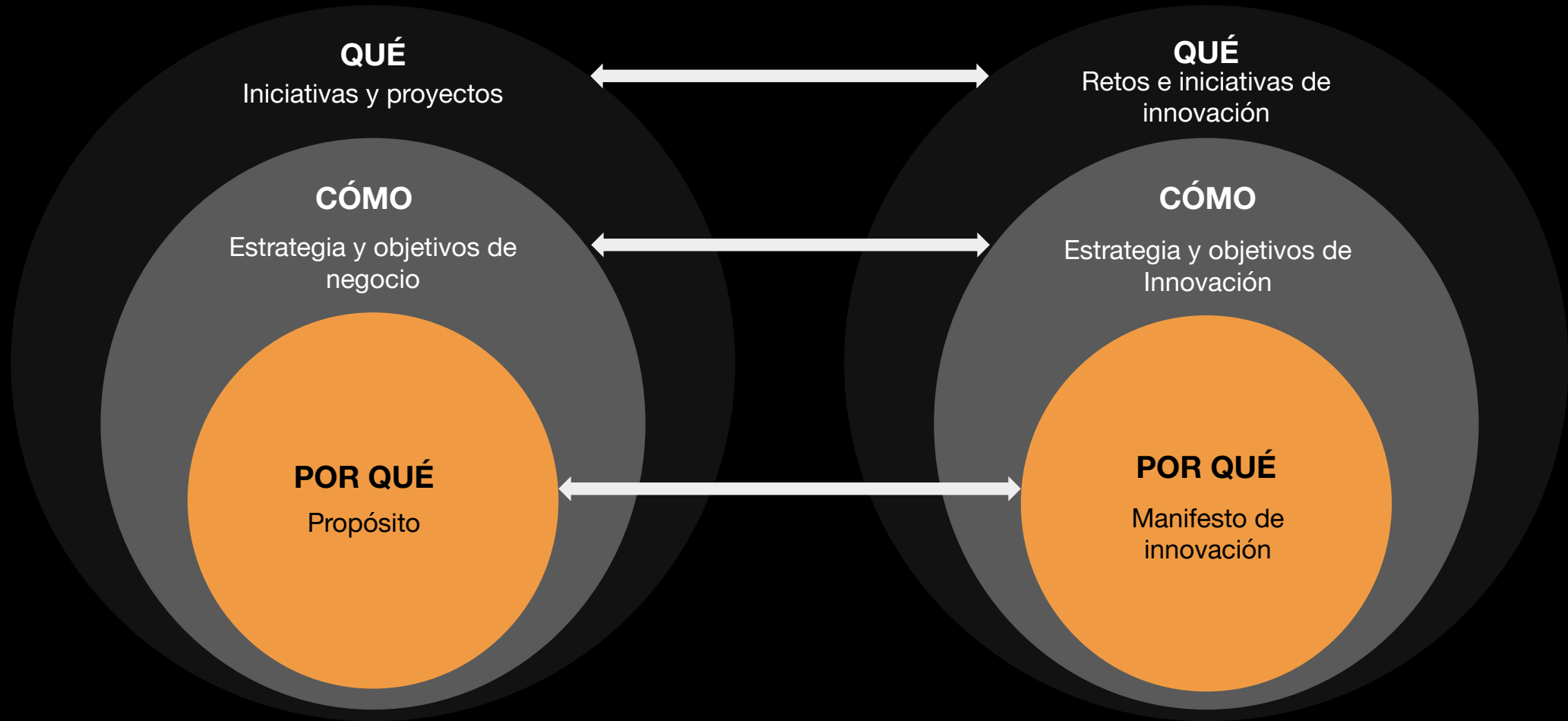


**Construye tu estrategia desde  
el propósito**



# EMPRESA

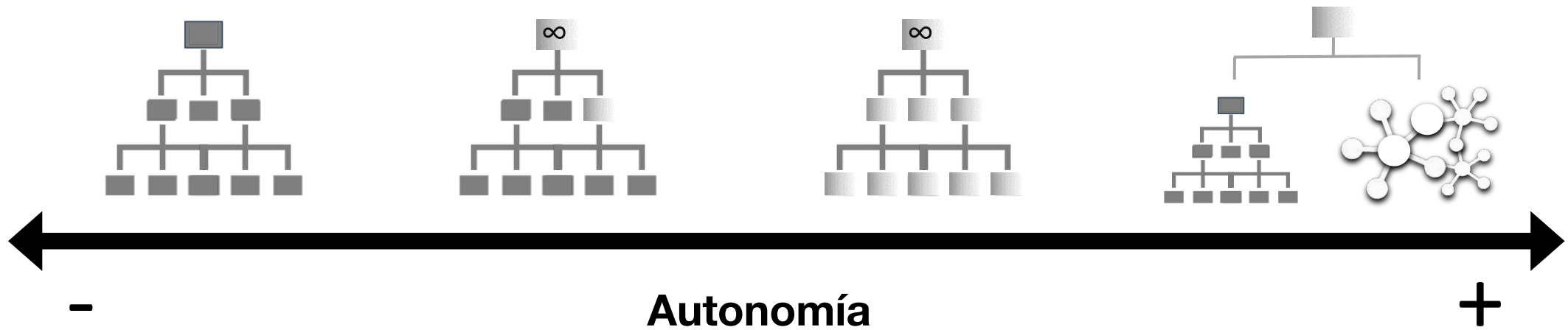
# INNOVACIÓN





**Si buscas resultados distintos,  
no hagas siempre lo mismo**





- ❑ Innovación no formalizada
- ❑ Innovación asumido por un área de la empresa no estructurada

- ❑ Unidad de innovación formalizada
- ❑ Innovación gestionada por una área como digital o transformación

- ❑ Unidad de innovación corporativo o global
- ❑ Unidades o embajadores de innovación en todas las áreas

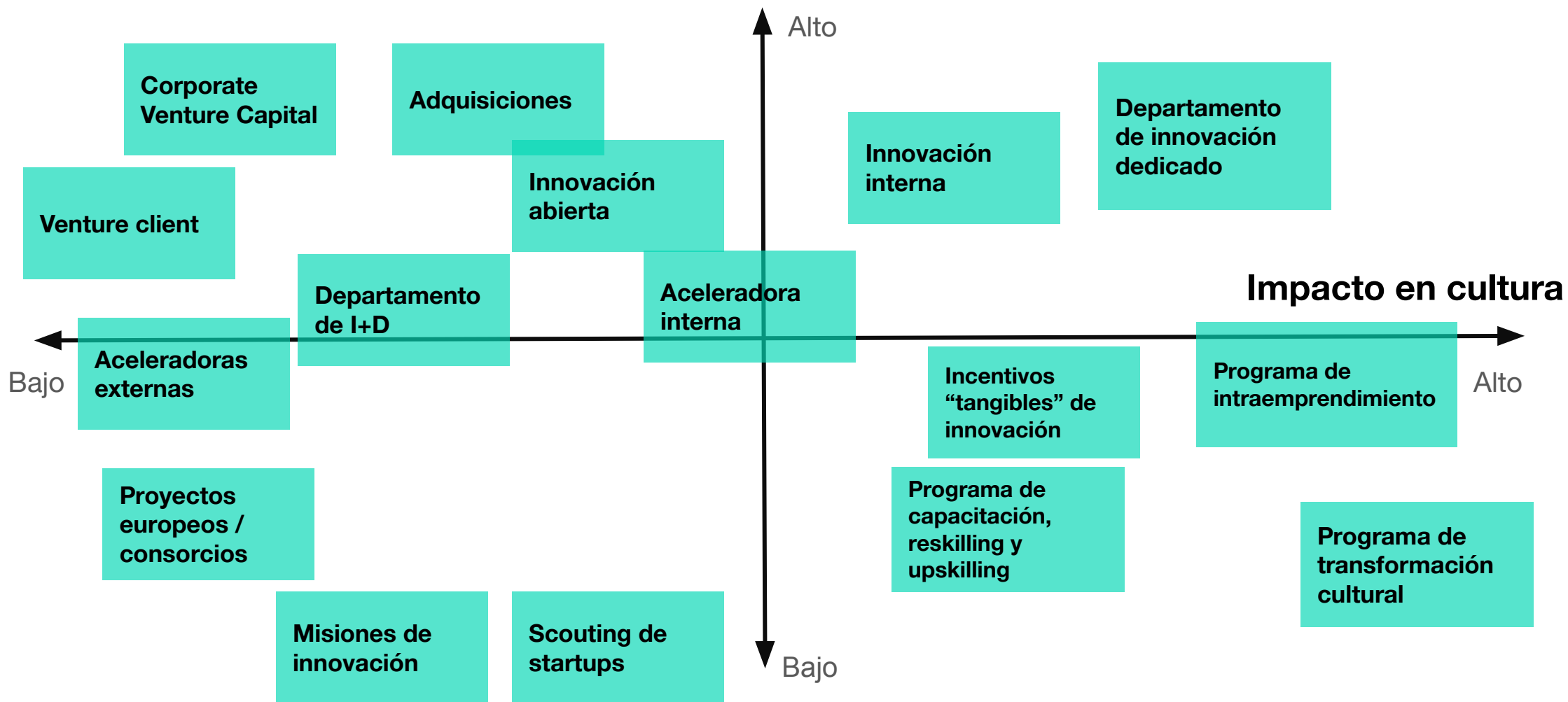
- ❑ Unidad de innovación externa
- ❑ Organización independiente focalizada en la innovación
- ❑ Externalización de la innovación en un partner

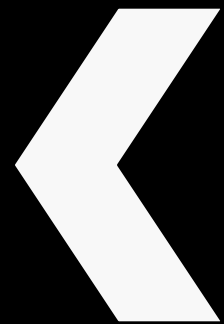


**La innovación puede venir de  
cualquier sitio**

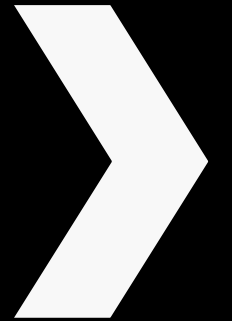


# Impacto directo en negocio





**La mejor metodología es tu  
metodología**



Descubrimiento

*Construye lo correcto*

Entrega

*Construye correctamente*

Lanzamiento

*Construye en el lugar correcto*

## Solución

## Mercado

## Producto

Validar el reto, el cliente y el problema

Validar el modelo de negocio

Validar la propuesta de valor

Validar el producto y la experiencia

Validar el interés usando «growth hacking» y testeo A/B

Validar los procesos operando en modo conserje

Validar la intención de compra con landings y venta digital

Validación del modelo con expertos

Validar la experiencia de usuarios con testeo UX/UI

Sprint

Review

Retro

Daily

Planning

Experimentar y validar

Entrega y valor

Design Thinking

Tech scouting

Lean Startup

Rapid Prototyping

Growth Hacking

Scrum

Kanban

Devops

Design Sprint

JTBD

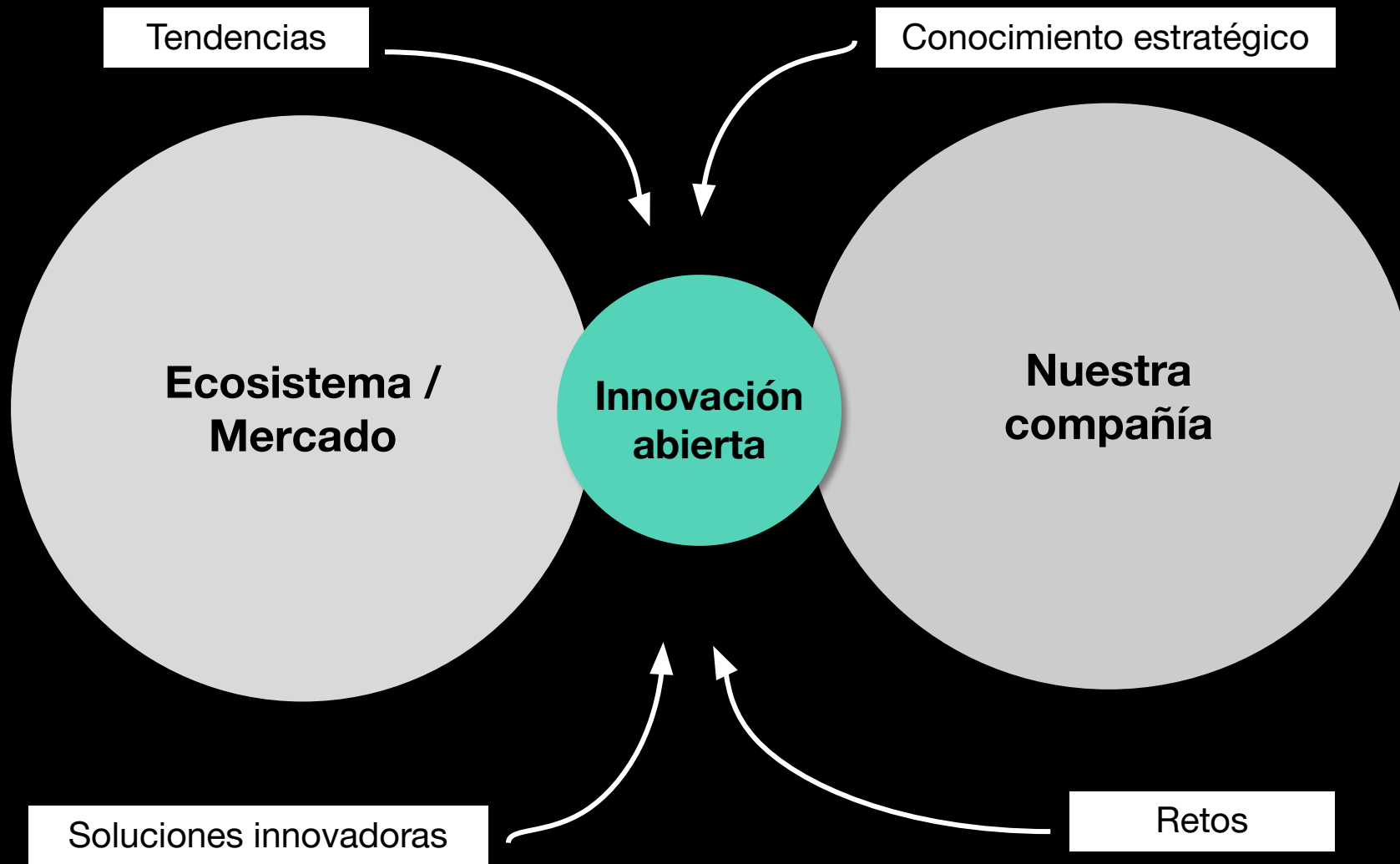
MTV

UX Testing



**No salgas al supermercado sin  
la lista de la compra preparada**







# ¿Cómo innova Airbus?

## 1 Lanzamiento de Blue Box

---

## 2 8 etapas de Blue Box

*Formación de equipos*

*Identificación de las necesidades de cliente*

*Propuesta de valor diferencial*

*Modelo de negocio*

*Estrategia de mercado y propiedad intelectual*

*Caso de negocio*

*Mínimo producto viable*

*Pitch*

---

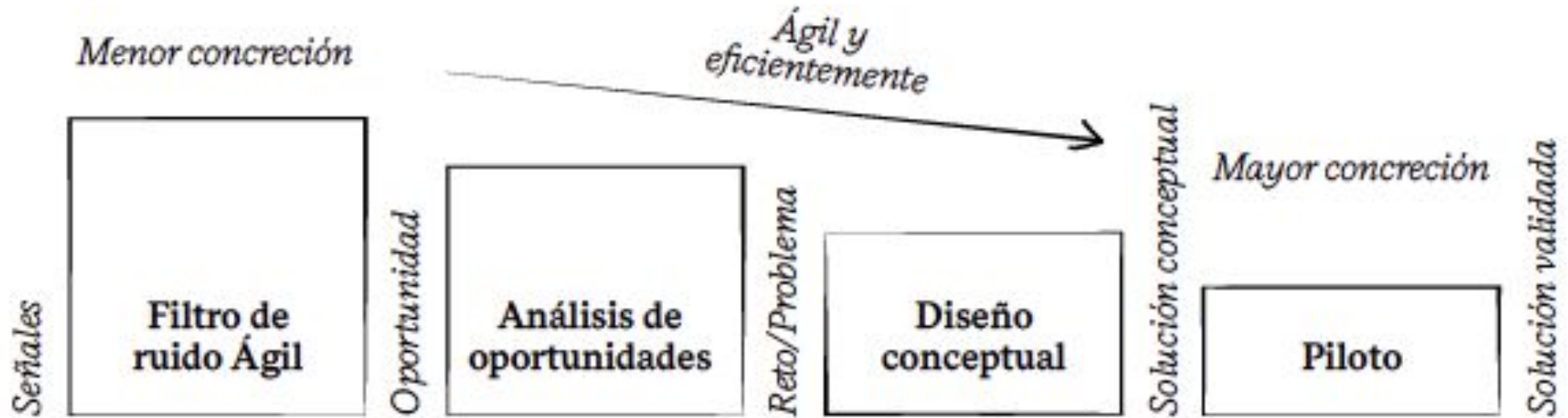
## 3 Selección de las ideas

---

## 4 Escalado y desarrollo



# ¿Cómo innova LaLiga?





**El valor radica en  
resolver problemas  
que vale la pena resolver**





vs







Order: 12 42 42 87  
WZL  
100 ■ 800 000 00 1

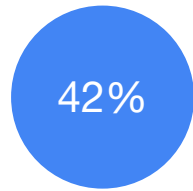
VANMOOF  
ELECTRIFIED S

OUTSMART THE CITY





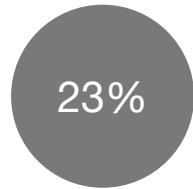
**Innovación no va  
de buenas ideas  
sino de velocidad y  
experimentación**



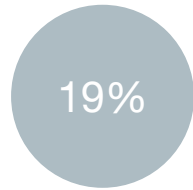
No hay necesidad en el mercado



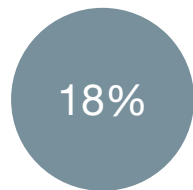
Se quedan sin financiación



No tienen el equipo indicado



Son superadas por competidores

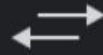


Problemas de precio de venta /costes



 **Háblales en su lenguaje, no en el**   
**tuyo**

Tecnología



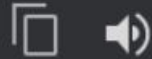
Negocio

Sistema cloud que usa blockchain e inteligencia artificial para trazar activos en real time



```
010000101010100010001
1100000000101011010111
10000010
```

Vas a poder seguir en tiempo real donde están cada una de las cajas de nuestros producto desde el almacén hasta el cliente final, e incluso predecir cuándo van a llegar antes de que lleguen, y verlo desde cualquier dispositivo y en cualquier lugar



**Transforma lo que haces, no solo  
lo que **dices****



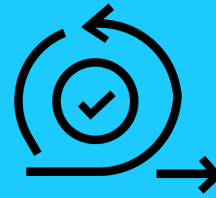
Mentalidad  
y filosofía



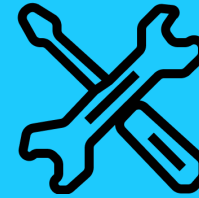
Valores y  
Principios

**SER**

**Lo que hago en mi día a día**



Marcos de  
trabajo y  
metodologías



Técnicas y  
Herramientas

**HACER**

**Lo que hago en los proyectos,  
operaciones y procesos**

# Empowering employees through measuring outputs over inputs

## Key Foundation

Evaluate performance **through outputs** and NOT inputs



## Benefits

- Time flexibility for the employee
- Employee feels empowered
- Boosts employee productivity



## Requirements

- Output needs to be clearly measured
- Employee can move the KPI



## Examples

Google has an annual employee satisfaction survey. One of the constant positives mentioned by Googlers have always been work-life-balance while maintaining a high degree of productivity.

**Googlegeist**  
our annual survey

# Fostering intrapreneurship through the 20% rule

## Key Foundation

Let Googlers **explore their interests** with 20% of their time as long as **it benefits Google**



## Benefits

- Boost employee growth and retention
- Foster innovation
- Attract entrepreneurial employees



## Requirements

- Clear rules on what qualifies as a 20%
- Maintain high demands on core role



## Examples

Three of the most popular products for Google were created thanks to the 20% rule



Google Maps



Google AdSense



Google News

# Aligning management incentives to foster Googler career growth

## Key Foundation

Managers **have the obligation** to help their reportees **grow into other teams**



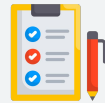
## Benefits

- Boost employee growth and retention
- Reduce hiring costs
- Strong manager-reportee bonds



## Requirements

- Reportees need to raise if rule not met
- Managers need to be evaluated on it



## Examples

My manager in Sales Operations for Google Ads in Ireland helped me prepare the interviews for a role in Product Strategy in Google Hardware in Mountain View, California!



Google Ads



**¿Cómo desciframos X, Y, Z?**



## El viaje de la transformación

**Inmaculada Iglesias** Directora de Transformación de Negocio

*"Estamos en un momento único para innovar en todos los sectores. Creo que intentar volver a lo de antes es una mala apuesta".*

Hace tiempo que en **AstraZe** innovación tenemos que traba a grupos que trabajan en área o proyectos colaborativamente conjuntamente logramos rápido desarrollo y comercialización

Nos encontramos ante un sector son muy altas, con ciclos de vida nuevos servicios cada vez más variados, nuevo enfoque, generando alianzas y otros actores del ecosistema

El objetivo es explorar nuevas posibilidades, generar nuevos modelos de negocio y impactar positivamente en la vida de los pacientes, complejos como la "medicina personalizada" y otros actores del ecosistema. Fue en esa época que se inició la transformación de la compañía, pasando de un modelo de atención centrado en el paciente a un modelo de atención centrado en el paciente y sus necesidades. Esto nos llevó a una transformación de la compañía, pasando de un modelo de atención centrado en el paciente a un modelo de atención centrado en el paciente y sus necesidades.

Algunos ejemplos de estos modelos de negocio son **Francia con Microsoft** para reducir el tiempo de los países nórdicos lanzamos retos en áreas terapéuticas y **pill** en torno a nuestros medicamentos y **ponden** con soluciones basadas en IA.

Este ímpetu por innovar de forma constante en España, dentro del "Área de

### HISTORIA DE WALMART



## La transformación de Walmart: el camino hacia una cultura de agilidad empresarial

*"Como dice nuestro presidente ejecutivo y director general, Guilherme es entusiasmante observar lo que hasta hoy hemos logrado. Estamos uno de los capítulos más retadores y gratificantes en la historia de es*

**ALEJANDRA PACZKA** Vicepresidenta People y Líder de Transformación de

Guilherme Loureiro, Gui, presidente ejecutivo y director general de Walmart en México y Centroamérica, es una persona y un líder muy especial. Después de más de dos décadas en puestos directivos y globales en Unilever, ingresó a Walmart en 2012, para liderar Walmart Brasil. En 2016 tomó el liderazgo de la empresa para la región de México y Centroamérica, año en el que la empresa inició su viaje hacia la transformación digital. Para entonces, ya se había definido la estrategia y lanzado los primeros productos de su oferta que ciertos procesos de transformación de la compañía que estaba aún sin resolver.

Fue en esa época que se inició la transformación de la compañía, pasando de un modelo de atención centrado en el paciente a un modelo de atención centrado en el paciente y sus necesidades. Esto nos llevó a una transformación de la compañía, pasando de un modelo de atención centrado en el paciente a un modelo de atención centrado en el paciente y sus necesidades.

Llegué a Walmart en una magnitud que, de manos, sino un proyecto muy clara: "transformar una cultura ágil centrada en las decisiones basadas en

Empezamos por el inicio a Gui estudiando el camino de la transformación de la compañía, pasando de un modelo de atención centrado en el paciente a un modelo de atención centrado en el paciente y sus necesidades. Esto nos llevó a una transformación de la compañía, pasando de un modelo de atención centrado en el paciente a un modelo de atención centrado en el paciente y sus necesidades.

Al iniciar este viaje

### HISTORIA DE MAPFRE



## MOI: MAPFRE Open Innovation

*"La división entre innovación estratégica y disruptiva no existe"*

**MIGUEL ÁNGEL RODRÍGUEZ COBOS** Head of Innovation

Hace unos años el sector financiero inició una revolución tecnológica con el objetivo de transformarse hacia una estructura más ágil y orientada a las necesidades de sus clientes. Esta transformación era el mecanismo de defensa ante los nuevos incumbentes que llegaban a la industria en forma de modelos de negocio digitales, las startups. Esta ola muy pronto llegó a nuestro sector, considerado hasta entonces como uno más reservado y menos propicio para la innovación. Estos nuevos modelos digitales resolvían problemas muy concretos del usuario final con una experiencia del cliente y usabilidad muy trabajada, lo que nos obligaba a redefinir nuestros procesos para adaptarnos a este nuevo contexto.

La realidad que vivimos hoy es más compleja, marcada por la incertidumbre, y donde como organización hemos de afrontar retos como la globalización, el cambio climático, el relevo generacional y la evolución de las nuevas tecnologías. Esta nueva realidad requiere de innovación, y esta para nosotros representa un movimiento de transformación.

En MAPFRE tenemos una visión hacia la transformación continua con el objetivo de prepararnos antes estos cambios que demandan nuestros clientes, el negocio y la sociedad con respecto a nuestro sector. Esta visión se impregna en nuestra cultura, haciéndonos pasar de ideas abstractas a aplicaciones concretas para nuestros clientes, como recibir la indemnización de un accidente con una fotografía, asegurar un negocio grabando un video, proteger activos no físicos, o aplicaciones más complejas como, la identidad digital en el mundo virtual, monitorizar la salud de las personas mayores de forma no intrusiva, o recibir avisos de potenciales accidentes mientras se conduce.

### HISTORIA DE BBVA



## Transformando desde los valores

*"Muchas cosas han cambiado, pero nuestros valores para mirar hacia el futuro, dar un paso adelante y ser*

**ÁNGEL HERNÁNDEZ RIOLVA** Responsable de Cultura Co

Si echamos un vistazo a cómo trabajamos hoy, podemos percibir expectativas como empleados, ni el funcionamiento de las compañías o capacidades que necesitamos para desempeñar nuestro trabajo hace unos años, y esto es solo el principio.

Cada vez más personas, especialmente las nuevas generaciones de parte de empresas que se inspiren en un propósito, con una cultura de valores como la diversidad, el impacto social y el crecimiento profesional tengan una relevancia importante.

De la misma forma, las organizaciones están adaptando su haciéndose más adaptables a un contexto cada vez más impredecible de los organizativos concebidos hace más de un siglo se quedan: podemos ver también cómo existe una desconexión entre las demandas que necesitan las organizaciones, y las que actualmente se ven con lo que muchos ejecutivos llegan a la conclusión de "no es el mañana".

Todo esto, nos reafirma la necesidad de definir una cultura con el momento que vivimos. Con este objetivo, en 2016 se creó una cultura organizacional orientada a valores, y dimos inicio a una transformación cultural.

La transformación cultural no es algo que se consiga de un día a día, sino un cambio no sólo en el "hacer", sino también en el "ser" de una cultura de una empresa está concebida como tres elementos:



## El propósito como factor clave de la innovación

*"Para innovar y transformar hemos de vencer nuestros egos, nuestros miedos, nuestras creencias y nuestros apegos, para así realmente pasar de iniciativas a terminativas"*

**CIPRIANO LÓPEZ** VP Innovación y Sostenibilidad

Mientras la rentabilidad es el aire de las empresas, la innovación, la gestión del cambio, la transformación y el desarrollo de equipos, representan la supervivencia y sostenibilidad de las mismas. Esta filosofía compartida es la que me trajo a Bancolombia a asumir el reto de liderar el equipo de innovación y sostenibilidad, en una industria que está cambiando muy rápidamente, con un gran objetivo de crear una banca con propósito.

En Bancolombia contamos con un ADN innovador desde nuestros comienzos, hace más de 147 años, incluso podemos decir que siempre hemos vivido en un proceso de transformación y evolución continua. Fuimos la primera compañía colombiana en entrar a la bolsa en Nueva York, la primera en traer cajeros electrónicos y tarjetas de crédito al país, y pioneros en Colombia en el proceso de internacionalización para convertirnos en una banca universal. Más recientemente tenemos ejemplos como Nequi, nuestro banco digital, u otros proyectos como Wompi, para recibir pagos digitales sin comisiones, y Plink, una herramienta para ayudar a los comercios a vender más. Estos son ejemplos de proyectos surgidos a través de mecanismos de innovación abierta, en los que colaboramos de forma activa en nuestro laboratorio de innovación involucrando a universidades, empresas y la administración pública. La combinación del conocimiento externo unido al conocimiento de nuestros equipos en análisis de datos, blockchain, inteligencia artificial, sostenibilidad e impacto social, y otras nuevas tecnologías, nos permite lanzar nuevos modelos de negocios digitales y generar un impacto positivo para la sociedad.



## La transformación de un

*"Dar el salto del mundo venture capital a la vida de una de las principales organizaciones de España es el mayor reto de mi vida profesional"*

**IGNACIO TOVAR DEL MÁRMOL** Director de Tra

Aterrizar en Iberia se ha convertido en el mayor reto por parte de reconocidas compañías como Airbus y Accenture, con Samaipata Ventures, donde tuve la oportunidad de clientes y a más de 2.000 proyectos muy enriquecedor desafío llegó de la mano de Iberia, una aerolínea con un mejor opción para viajar", y que supone un continuo ejercicio de transformación e innovación.

A lo largo de los años, hemos venido diversificando nuestra actividad y añadiendo a nuestro portafolio el mantenimiento, la carga aérea y la asistencia en aeropuertos, convirtiéndonos así en un gigante de la aviación en constante evolución. Además, en Iberia somos líderes en conectividad entre Europa y América Latina, desarrollando nuestra actividad junto a Iberia Express e Iberia Regional Air Nostrum, con una flota de 145 aviones que conecta más de 140 destinos en todo el mundo.

En el año 2012 y 2013, bajo un contexto fruto de la crisis financiera global, la compañía supo hacer frente al adverso contexto económico con el lanzamiento de un plan de reestructuración que, entre otros, incluía innovaciones y mejoras basadas en la eficiencia de las operaciones y la digitalización de la experiencia de viaje de sus clientes. Una serie de acciones que contribuyeron a recuperar el balance de la compañía, y con las que se continuó impulsando el cambio hasta lograr los mejores resultados económicos de la historia de la aerolínea.

Sin embargo, con la llegada del covid19, presenciamos la congelación del tráfico aéreo, lo que supuso un paréntesis inesperado en todos nuestros planes. Durante más

### HISTORIA DE SOUTH SUMMIT



## La red de conexión de valor para el ecosistema emprendedor

*"Todos podemos ser dueños de nuestros propios proyectos"*

**MARÍA BENJUMEA** Fundadora

Hoy South Summit es sinónimo de innovación abierta, de modernidad, de globalidad, de conexiones de valor entre inversores, startups y corporaciones, de impulso del emprendimiento y de generación de negocio. Y es que, hoy, el ecosistema emprendedor español tiene un valor que supera los 83.000 millones de euros, cuenta con 11.000 startups que dan trabajo a 140.000 personas, siendo ya el cuarto país europeo por número de startups, sólo precedido por Reino Unido, Francia y Alemania, y habiendo multiplicado por 34 el volumen de inversión en startups desde 2012.

Cuando nacimos España estaba sumida en una terrible crisis económica, con una sociedad anímicamente muy afectada y una imagen de país muy dañada. Ese junio de 2012 lanzamos Spain Startup, hoy South Summit, con el convencimiento de que la innovación y el emprendimiento eran la clave para el desarrollo económico del país. Lo hicimos, por un lado, concibiendo a la startup no solo como un proyecto digital sino como una nueva empresa emergente altamente innovadora, necesaria en todos los sectores e industrias. Por otro lado, involucramos a la corporación como actor clave del ecosistema, apostando por la colaboración como algo imprescindible para responder a la revolución digital que llegaba a velocidad de vértigo.

Inicialmente a pesar que la mayor parte de las grandes compañías estaban convencidas de colaborar con startups, la relación entre ellas se circunscribía salvo raras excepciones al ámbito de la responsabilidad social corporativa. Desde Spain Startup, entendíamos que la colaboración entre corporaciones y startups a través de la innovación abierta era el catalizador necesario para impulsar un nuevo modelo productivo. Entre 2012, año de nuestro primer encuentro, y 2021, la inversión corporativa en startups pasó de unos 10 millones de euros a unos 440 millones de euros, pasando de unos 44 a 640 millones de

## EXPLORA EL MAPA DE LA INNOVACIÓN

⬡ Que no te importen los nombres, lo que importa es el resultado

⬡ **MODELO**  
La innovación te puede venir de cualquier sitio

⬡ No comas sopa con tenedor

⬡ Copia y pega, pero adapta

## ESTRATEGIA

⬡ Construye tu estrategia desde el propósito, no desde la urgencia

⬡ Transformar mientras operas es difícil, pero no imposible

## TECNOLOGÍA

⬡ No olvides que la tecnología es un habilitador, uno muy importante

⬡ Innova desde la tecnología, no solo con tecnología

⬡ Háblales en su lenguaje, no en el tuyo

⬡ No corras sin atarte los cordones

## CULTURA

⬡ Transforma lo que haces, no lo que dices

⬡ Si quieres llegar rápido, ve solo, pero si quieres llegar lejos, ve acompañado

⬡ Diles y olvidarán, muéstrales y recordarán, involúcrales y entenderán

⬡ Para crear innovación no te hace falta la cultura, para escalarla sí

## ESTRUCTURA Y GOBERNANZA

⬡ Si no estás cambiando cosas no te estás moviendo lo suficientemente rápido

⬡ No olvides que innovación somos todos

⬡ Atrévete a salir para aprender a volar

⬡ Si buscas

⬡ Organiza tu portafolio

## INNOVACIÓN INTERNA

⬡ La mejor metodología que podrás encontrar, es tu metodología

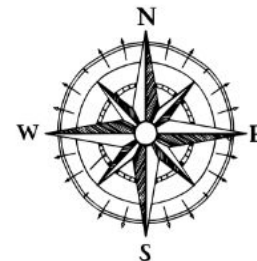
⬡ Innova con tus empleados, son los que más saben del negocio

⬡ El dorado lo encontrarás en la unión de diseño, negocio y tecnología

⬡ Galileo se equivocaba, sé «clientecentrista»

⬡ No siempre buscas lo que encuentras

⬡ Tu pasado no define tu futuro



⬡ Estás aquí para aportar valor, nada más

⬡ Democratiza la innovación, la unión hace la fuerza

## ECOSISTEMA

⬡ Aceleradoras: si quieres llegar lejos, busca buenos compañeros de viaje

⬡ Conectores: si sumas 3 + 3, el resultado es 9

⬡ Inversores privados: el capital que conoces ya no es tan capital

⬡ Administración Pública: encuentra en ellos un aliado para tu innovación

⬡ Academia: vuelve a las aulas a para encontrar innovadores

⬡ Lleva siempre un as en la manga

⬡ Recuerda

⬡ Para jugar en innovación abierta tienes de definir unas nuevas reglas de juego

⬡ Si solo tienes un martillo,

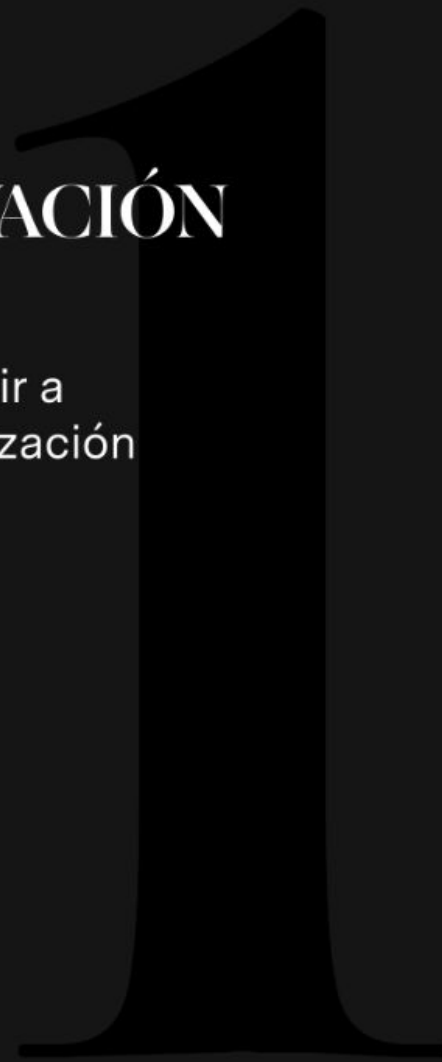
## INNOVACIÓN ABIERTA

5 CARACTERÍSTICAS SOBRE...

# LÍDER DE INNOVACIÓN

# UN LÍDER DE INNOVACIÓN APORTA

Le guía un propósito de contribuir a  
generar un impacto en su organización





**UN LÍDER DE INNOVACIÓN  
ES RESOLUTIVO**

No ve problemas a su alrededor, ve retos a  
solucionar



**UN LÍDER DE INNOVACIÓN  
TRANSFORMA Y  
CONSTRUYE**

Tiene una misión: transformar el presente de su organización, al mismo tiempo que construye su futuro

# UN LÍDER DE INNOVACIÓN ES ÁGIL

Sabe que la transformación es una maratón, pero esprinta día a día para lograr su objetivo





**UN LÍDER DE INNOVACIÓN  
NO SE RINDE**

Insistir, persistir, resistir y nunca desistir  
como bandera



**101**  
**HISTORIAS DE**  
innovación

Daniel Medina    Cristian Ull



**Cristian Ull Molina** 

**[cristian@101area.com](mailto:cristian@101area.com)**