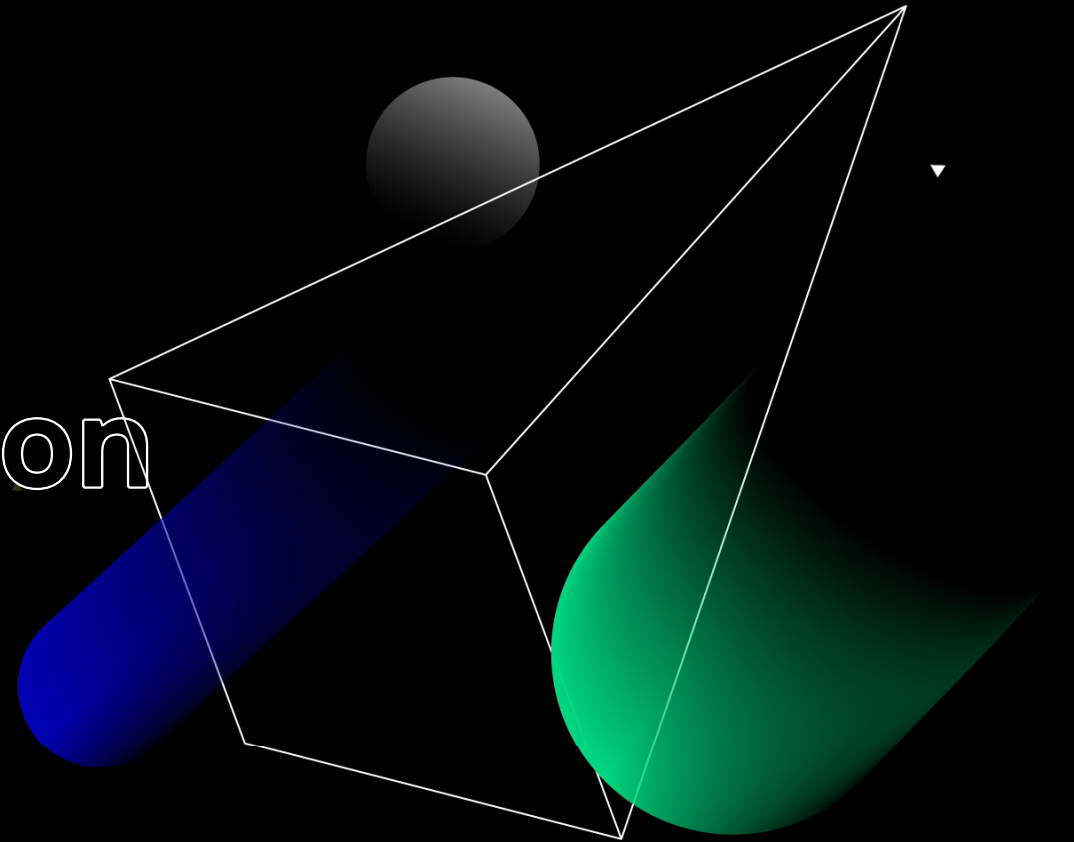


CONCLUSIONES

ICEMD Enterprise Innovation Summit 2020



CONTENIDO

- 1 Bienvenida
- 2 Innovation series: megatrends, hacia el futuro no tan lejano
- 3 Jóvenes innovadores, el valor de emprender
- 4 Cios & ceos, impulsores de la innovación
- 5 Lo mejor de innovation series, pinceladas de innovación
- 6 Entrevista estelar, la innovación como cultura corporativa

Bienvenida



EDUARDO GÓMEZ MARTÍN
Director general ESIC Business
& Marketing School



ENRIQUE BENAYAS
Director general ICEMD -
Instituto de Innovación de ESIC.
Director de Corporate Education
ESIC Business & Marketing
School

Dada la situación que estamos viviendo, hemos podido comprobar, que a pesar de la percepción que teníamos, de que los problemas de la sociedad estaban evolucionando, la realidad es que siguen siendo los mismos. No han cambiado en los últimos siglos.

Pero las respuestas que damos a estos problemas, si que pueden ser distintas, puesto que tenemos nuevas capacidades, habilidades y herramientas a nuestra disposición.

Esto, hace que seamos conscientes de que hay que innovar, y que las semillas de la innovación que se han ido plantando en los últimos años, ahora están dando frutos y se está viendo el valor, que el esfuerzo que he ha hecho en Innovación, tiene para las organizaciones y para la sociedad.

Innovation Series: MEGATRENDS, Hacia el futuro no tan lejano

Las 10 megatendencias que marcarán el comportamiento del consumidor en los próximos años.

A raíz de un estudio donde se ha involucrado al claustro y las comunidades de ESIC, a líderes de Innovación y la revisión de múltiples fuentes y estudios sobre tendencias, todo ello bajo el cribado y criterio experto de Joost Van Niespen, Fundador y Chief Evangelist de ICEMD, el Instituto de Innovación de ESIC Business & Marketing School.

Después de un breve análisis del entorno disruptivo de los últimos años, el estudio se ha centrado en 10 megatendencias:

- ▶ Aceleración Digital (XAASD: Everything as a Digital Service) o “tele—todo”,
- ▶ Ocio y Consumo gamificados,
- ▶ Mindfulness,
- ▶ Km. 0,
- ▶ Tribalización,
- ▶ Marcas Humanas,
- ▶ Confianza y Peace of Mind,
- ▶ Reconocimiento,
- ▶ Privacidad y Seguridad,
- ▶ Marcas con Propósito.

Estas tendencias hacen que en el marketing veamos un retorno a las raíces (Back to Basics).

En la innovación una creciente sensibilidad de que no se trate sólo del avance tecnológico, sino también del avance mental, de valores y de facilitar el avance hacia un mundo mejor.

El propósito y la misión cobran especial relevancia.



JOOST VAN NISPEN
Founder & Chief Evangelist
ICEMD - Instituto De
Innovación de ESIC

Jóvenes Innovadores, El valor de emprender



CARLOS MATILLA
CO-FOUNDER & CEO
FUVEX
Llevando los Drones al siguiente
paso industrial



BLANCA R. MONTERO
NEXT STATION
Agencia de selección de talento
internacional
FOUNDER
SMILE & LEARN
Plataforma de educación
inteligente para niños

- ▶ La innovación tiene un coste de aprendizaje, y tienes que estar dispuesto a asumirlo. Para Innovar hay que arriesgar y tienes que tener los mecanismos que te permitan tomar esos riesgos.
- ▶ La innovación debe servir a un fin. Debe tener un propósito definido para no perder el rumbo y hacerla eficiente. Innovar como fin sin un “para qué” no tiene sentido.
- ▶ La innovación, en muchos casos, viene forzada por las necesidades.
- ▶ Los referentes son importantes a la hora de establecer una mentalidad que te permita innovar y para ser capaz de lanzarte a ello, a pesar de los riesgos que conlleva.
- ▶ Ilusión, pasión, esfuerzo, resiliencia, energía y curiosidad, forman el perfil del Joven Innovador
- ▶ La tecnología ha de estar al servicio de las personas y por ello estar desarrollada con un propósito concreto.



ELIA LEGAZ ACITORES
CO-FOUNDER & CEO
DSIGN-CLOUD
StartUp pionera en creación de
gemelos digitales orientados a la
gestión de espacios físicos



DAVID PURÓN
BARBARA IOT
Cyberseguridad aplicada a IoT
para una aproximación a la
industria del futuro

CIOS & CEOS, Impulsores de la Innovación



NATALIA BAYONA
Director Of Innovation,
Education And Investments
WORLD TOURISM
ORGANIZATION (UNWTO)

Sostenibilidad

- ▶ Como filosofía para reactivar sectores y mejorarlos.
- ▶ La innovación ha de ir muy ligada a esta forma de abordar los negocios. Los negocios han de ser sostenibles para que se mantengan en el tiempo y generen riqueza.
- ▶ Reutilización de los recursos disponibles, no solo de los recursos físicos, sino de la información que tenemos a nuestra disposición, para mejorar las relaciones con los clientes, tanto internos como externos. Generación de valor gracias a la identificación y reutilización de recursos.

Uso de herramientas y metodologías

- ▶ La tecnología como herramienta para abordar los retos a los que se enfrentan los negocios.
- ▶ Las nuevas tecnologías permiten desarrollar formas de relacionarse innovadoras, tanto con los clientes como con proveedores
- ▶ El uso de metodologías ágiles para el desarrollo de proyectos de innovación
- ▶ Pruebas para el testeo de nuevos modelos de negocio, prototipado en nichos de mercado, para ver la viabilidad del modelo e identificación de los puntos clave en el escalado de estos modelos.
- ▶ Cambio cultural para involucrar a todos los estamentos en la innovación y que esta se vea como una herramienta para mejorar el negocio



PABLO MONTOLIU
Chief Information &
Innovation Officer
AON

CIOS & CEOS, Impulsores de la Innovación

Formación

- ▶ Hace falta formación adecuada para poder desarrollar los nuevos proyectos que se están abordando en distintos sectores.
 - ▶ En habilidades y conocimientos digitales
 - ▶ En Innovación y nuevas metodologías de gestión

- ▶ Creación de ecosistemas

Creación de ecosistemas

- ▶ Colaboración público privada para abordar grandes innovaciones
- ▶ La identificación de objetivos claros de negocio a los que dar solución para no perder el foco de la innovación
- ▶ Creación de ecosistemas específicos alrededor de necesidades concretas
 - ▶ Involucrando a proveedores, empresas, organismos y StartUps
 - ▶ Seguir modelos de Innovación abierta para extraer el valor de todo el ecosistema
- ▶ Convertirlas ideas en valor involucrando a todos los estamentos de la compañía



NATALIA BAYONA
Director Of Innovation,
Education And Investments
WORLD TOURISM
ORGANIZATION (UNWTO)



PABLO MONTOLIU
Chief Information &
Innovation Officer
AON

Lo mejor de Innovation series, Pinceladas de Innovación



MARÍA ALBALÁ

Directora del Innovation HUB
ICEMD – Instituto de
Innovación de ESIC

Las relaciones están cambiando

- ▶ Nuestra relación con el entorno, en la que buscamos un mayor equilibrio y sostenibilidad.
- ▶ La relación con el cliente, que viene cambiando desde hace años, convirtiéndose en un dialogo entre empresas y consumidores.
- ▶ La relación con el primer cliente, el cliente interno, con ello las relaciones que se generan en la organizaciones y la cada vez mayor importancia de la “Employee Experience”
- ▶ Gran parte de estos cambios están surgiendo de como las nuevas tecnologías están integrándose en nuestra vida diaria.
- ▶ Los modelos de Innovación Abierta se presentan como un cambio a la hora de generar innovación que sirva para estos cambios que estamos viendo.. Creación de ecosistemas colaborativos para compartir experiencias, datos, herramientas y crear de forma conjunta, con recursos compartidos, nuevos modelos de negocio que den soluciones completas a una problemática compleja.
- ▶ Todos los cambios que estamos experimentando, debemos medir su impacto en negocio y aprender a gestionar los datos, tanto que recogemos, como que creamos.
- ▶ De los datos a la Innovación y de las empresas basadas en datos, a los datos que aportan valor a las organizaciones

Entrevista Estelar, La Innovación como cultura corporativa



IGNACIO RIVERA
CEO
HIJOS DE RIVERA S.A.U.
(ESTRELLA GALICIA)

- ▶ La innovación como parte de la cultura corporativa, es una forma de pensar y trabajar. Es la suma de esfuerzos diarios, una forma de ser y una filosofía.
 - ▶ Para innovar hay que empezar por la cultura. Perder el miedo a la equivocación, y a los riesgos.
 - ▶ Innovación es diversión y curiosidad, no tener miedo a los retos. El aprendizaje, como uno de los grandes activos de los proyectos de Innovación.
- ▶ El principal valor y riesgo de innovar son las personas, se ha de fomentar la innovación y dar las herramienta y recursos necesarios para que las personas se vean con la capacidad de innovar
- ▶ Involucrar a toda la compañía en la innovación, en todas las áreas se puede innovar y la visión que tienen empleados del negocio y sus necesidades es una fuente de innovación.
- ▶ La cultura de innovación, ha de venir impulsada desde la dirección, para permitir que toda la compañía esté involucrada en estos procesos.
- ▶ La innovación no solo impacta de manera positiva a la compañía, ha de ser sostenible y tener un impacto positivo en el entorno y comunidades cercanas a las compañías.
- ▶ Para ser una compañía diferente, has de tener un propósito que trasciende a la organización. Para que esa diferenciación sea sostenible, ha de ser parte de la misión y la visión de la organización



MUCHAS GRACIAS