



MASTERCLASS

**GESTIÓN DE LA
INNOVACIÓN**

Por Juan Campins



JUAN CAMPINS CRESPI

Nacido en Palma de Mallorca, España, es Licenciado en Economía, MBA por el Instituto de Empresa y Digital Tourism Executive program también en el Instituto de Empresa.

Sus inicios profesionales fueron en banca y en empresas consultoras internacionales como Ernst & Young y Deloitte para terminar recalando hace quince años en Grupo Piñero, empresa líder del sector turístico español, donde del 2010 al 2019 ocupó el puesto de Ecommerce & Direct Sales Director de la cadena hotelera Bahía Príncipe Hotels & Resorts, liderando la transformación digital de la comercialización de la misma. Desde el 2019 hasta 2021 está lideró el área de servicios y cliente digital del Grupo Piñero

Apasionado por su trabajo, familia, el golf y los retos constantes a los que se enfrentan las compañías en este entorno digital tan dinámico, que aportan valor y negocio presente y futuro a la empresa.



Juan Campins

Nueva era: Economía Digital



1º revolución Industrial
1750-1840

2º revolución Industrial
1850-1970

3º revolución Industrial
1970-2019

4º revolución Industrial
Actual



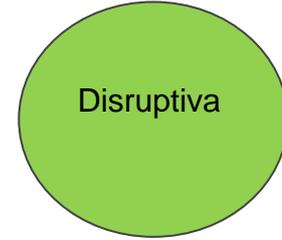
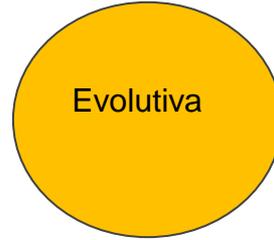
Juan Campins

¿Qué entendemos por Innovación?

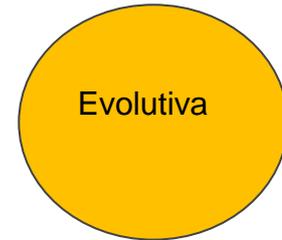
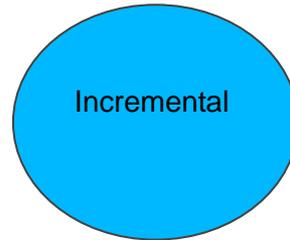
“Creación o modificación de un producto, y su introducción en un mercado”. *RAE*

Crear algo
nuevo que
genere valor a
la organización

Productos
Futuros



Productos
Actuales



Clientes
Actuales

Clientes
Futuros



Juan Campins

Planificación del cambio

El **plan director** es un documento elaborado por el equipo directivo y/o propiedad de la empresa donde se intenta reflejar cual será la situación o visión de la compañía a 5 o 10 años normalmente.

Sus características son:

- Documento **Cualitativo** → Se definen las cualidades futuras de la compañía, sin cifras.
- Documento **Finalista** → Indica qué se quiere conseguir pero no el cómo
- Documento **Atemporal** → No se establecen unos plazos de ejecución.

El **plan estratégico** es un documento que emana del Plan Director, donde los directivos de la compañía intentan definir cual será la estrategia de la compañía durante un periodo determinado de tiempo, 3 o 5 años.

Sus características son:

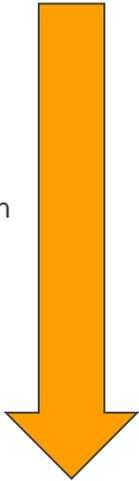
- Documento **Cuantitativo** → Establece las cifras que tiene que alcanzar la compañía.
- Documento **Manifiesto** → Define como se deben conseguir los objetivos.
- Documento **Temporal** → Indica los plazos en los que se deben lograr los objetivos.

El **plan operativo** anual es un documento formal en el que se enumeran, por parte de los responsables departamentales y unidades de negocio los objetivos a conseguir durante el ejercicio vigente.

El plan operativo anual debe estar perfectamente alineado con el plan estratégico de la empresa, y su especificación sirve para concretar, además de los objetivos a conseguir cada año, la manera de alcanzarlos que debe seguir cada departamento o línea de negocio.

Identificar los KPIs y darles seguimiento será clave para el seguimiento del plan y corregir desviaciones

KPIs



Medición

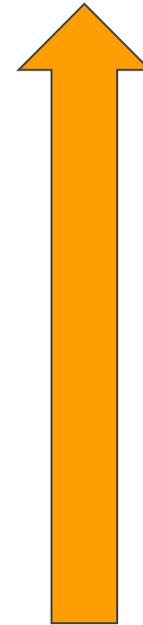
Visión

Plan Operativo

Plan Estratégico

Plan Director

Corto Plazo



Largo Plazo



Juan Campins

¿En qué consiste esta metodología?

Se basan en que es muy complicado que un plan de negocio que prevea todas las necesidades económicas y organizativas de un proyecto a 5 años, por eso está metodología argumenta que muchos emprendedores fallen en sus proyectos.

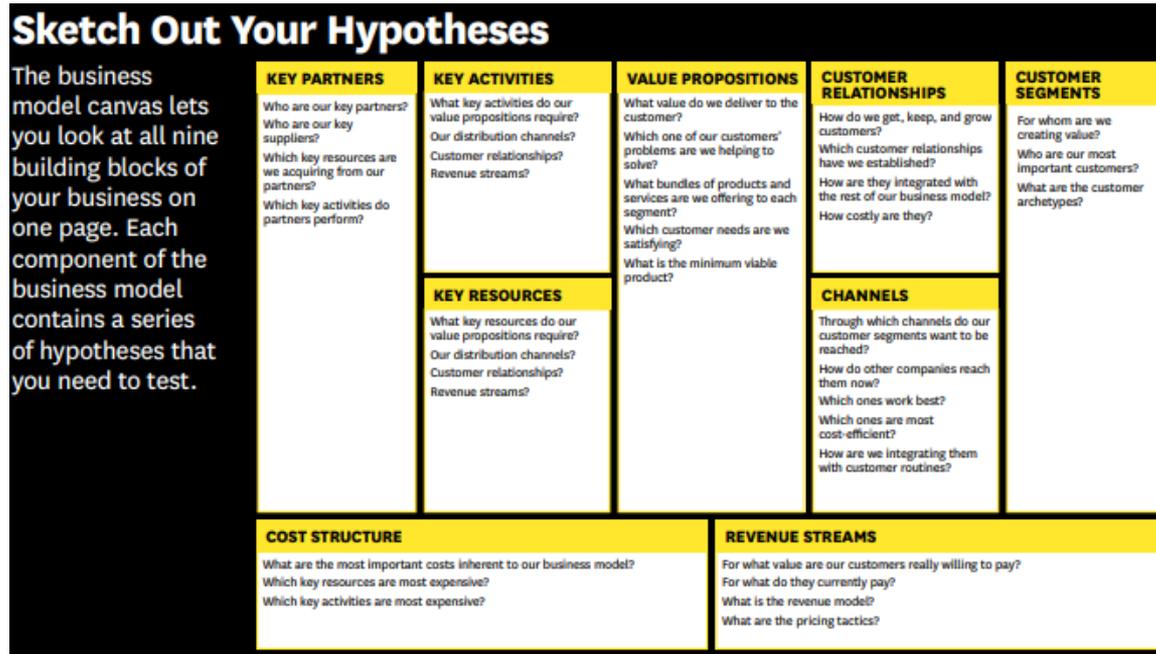
Esta metodología se basa en “cae rápido y aprende continuamente” y se basa en tres pasos:

- 1- Business model canvas
- 2- Customer development
- 3- Agile development,



1- Business model canvas

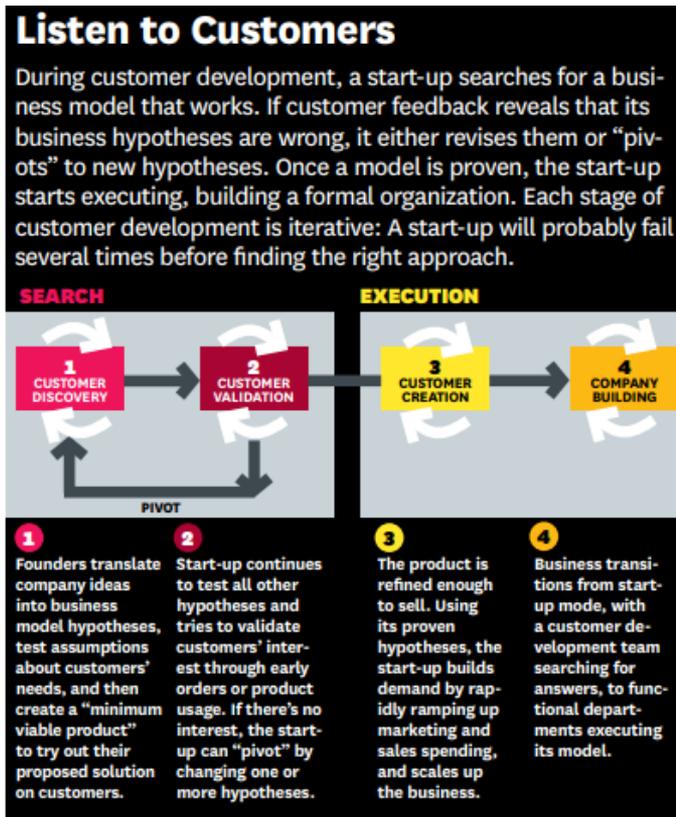
Esquema donde se plasma como genera valor la empresa por sí misma y para sus clientes.



Juan Campins

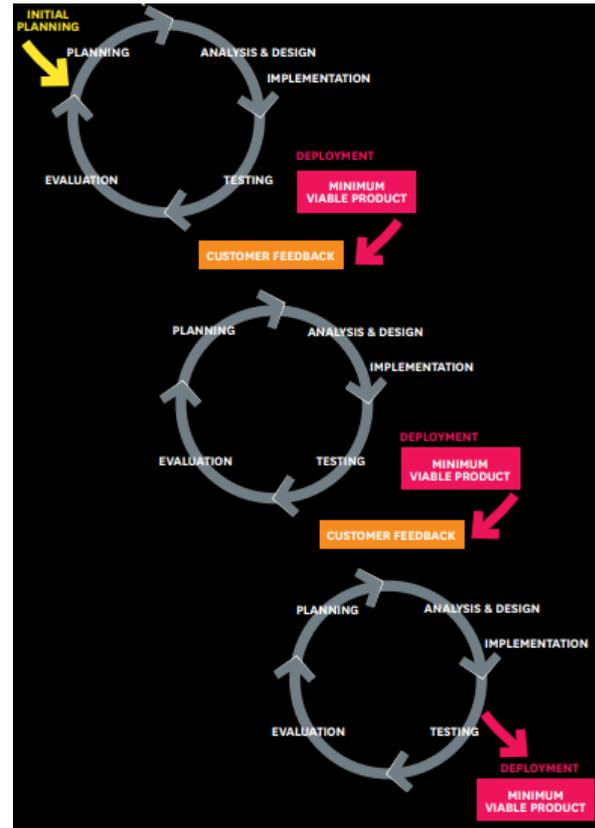
2- Customer development

Ir al mercado rápidamente para recibir respuestas y feedback de posibles clientes, partners... lanzando un MVP (minimum viable products) para testearlo e "iterar" en función de las demandas de los clientes, y si la aceptación no es buena por parte del mercado, "pivotar", ir nuevamente al modelo y replantearse las hipótesis. .



3- Agile Development

Permite ahorrar tiempo y recursos, gracias al concepto de “MVP” y la continua retroalimentación con el cliente.



Juan Campins

¿En qué consiste esta metodología?

Es una metodología que impregna todo el espectro de actividades de innovación con una filosofía de diseño centrada en las personas, la innovación está impulsada por una comprensión sólida, mediante la observación directa, de lo que las personas quieren y necesitan en sus vidas.

Se trata de un enfoque basado en el trabajo en equipo.

Metodología de ensayo y error, aprender algo nuevo de cada iteración

Los diseñadores participan ya en la parte inicial de la inicial del proceso de innovación, las empresas están pidiendo a los diseñadores que creen ideas que satisfagan mejor los deseos y las necesidades de los consumidores.



Fases

1. Inspiración

Las circunstancias, ya sean problemas, un oportunidad o ambas cosas, que motivan la búsqueda de soluciones

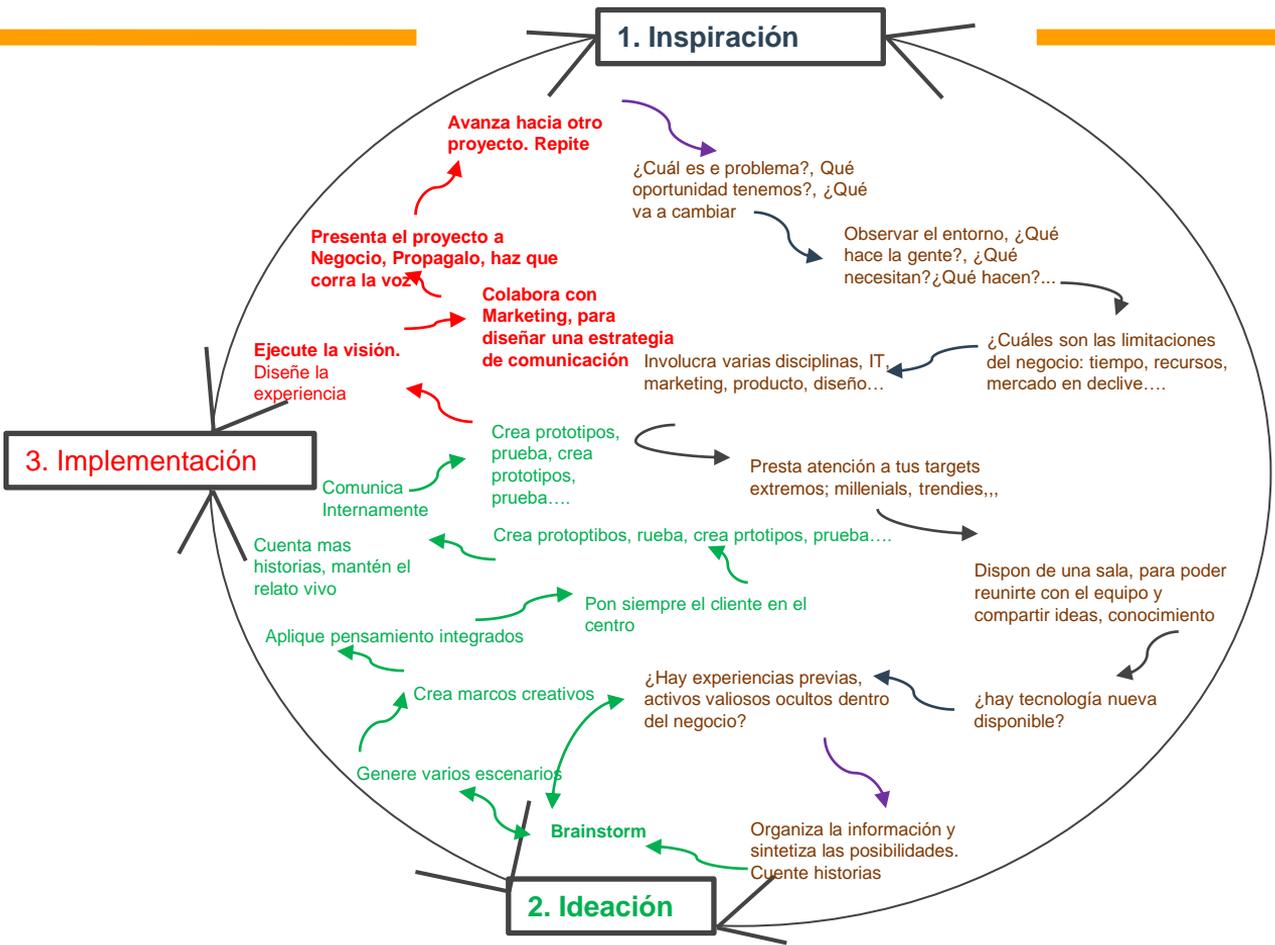
2. Ideación

Es el proceso de generar, desarrollar, y probar las ideas que pueden conducir a soluciones.

3. Implementación

Es el camino que nos lleva al mercado, en muchas ocasiones volveremos a las fases 1 y 2, para perfeccionar ideas o tomar nuevas direcciones.





Juan Campins

Beneficios del Design Thinking

- A menudo la conexión emocional con un producto o una imagen es lo que nos atrae en primer lugar
- A medida que se satisfacen un número creciente de nuestras necesidades básicas, esperamos cada vez más experiencias sofisticadas, que sean emocionalmente satisfactorias. Estas experiencias no serán productos simples, serán combinaciones complejas de productos, servicios...
- La innovación vía el Design Thinking ayudará a empresas cuyos mercados tradicionales se ven perturbados con nuevas tecnologías o cambios demográficos.



Juan Campins

*Fail **fast** and **cheap**.
Fail **often**. Fail in a
way that doesn't **kill**
you.*

- Seth Godin



Juan Campins

Cómo liderar el cambio

- Tener un plan director/estratégico del proyecto, con metas a largo plazo y objetivos (KPIs) a corto plazo.
- Apoyos claros en Dirección, identifica los “Stakeholders”, necesitas convencerlos para que sean parte activa del proyecto.
- Comunicar de manera clara y precisa los objetivos y necesidades.
- Tenemos que ser transversales, intentar ser empáticos con el resto de áreas de interés. Se trata de construir, aprovechar el knowhow y talento de la casa, sin la colaboración del resto de áreas es muy complicado el éxito del proyecto.
- Imita de los mejores adaptándolo a tu organización.
- Visión cliente. Pensar siempre en el cliente, lo tenemos que colocar en el centro de todas nuestras decisiones, proyectos y desarrollos.
- Atraer el máximo talento posible al equipo
- Abrazar metodologías de trabajo agile



Juan Campins



Gracias por asistir