

@XAVIERMARCET

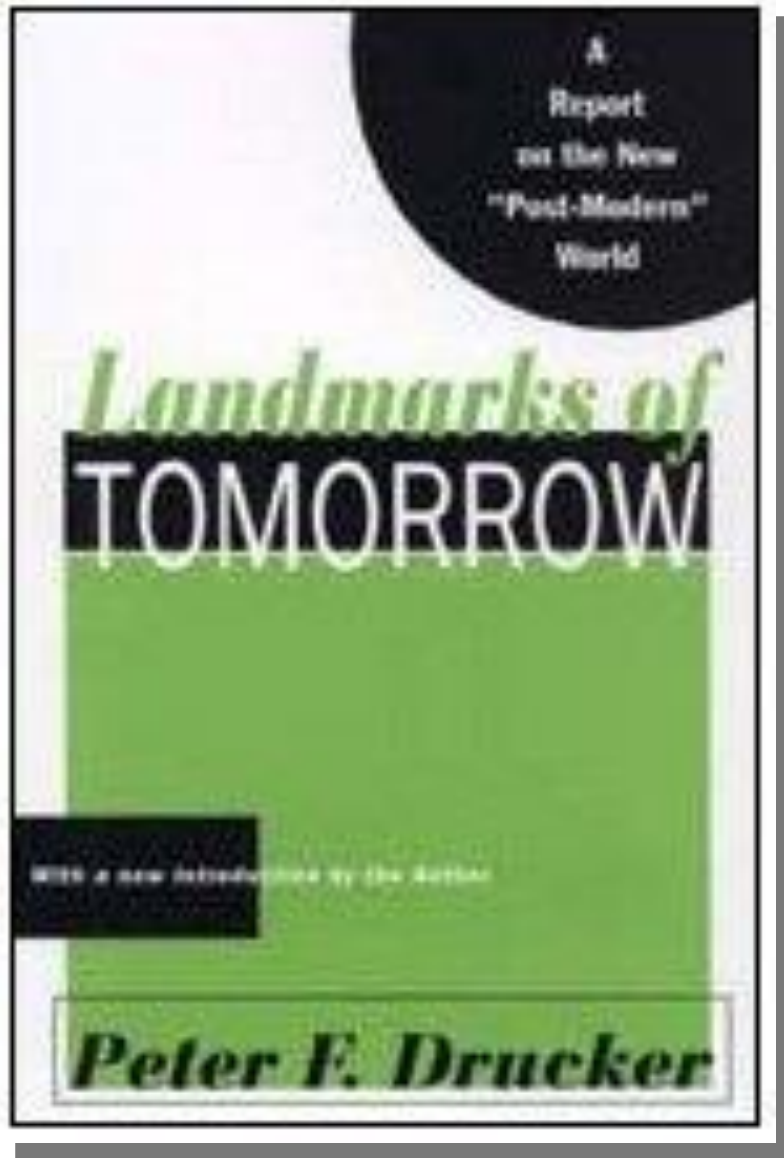
A close-up, front-facing photograph of a lioness. The lioness has a serious expression, looking directly at the camera. Her fur is a mix of brown and tan, with some darker spots. Her eyes are a golden-brown color. The background is dark and out of focus.

# INNOVACIÓN PÚBLICA

leadtochange

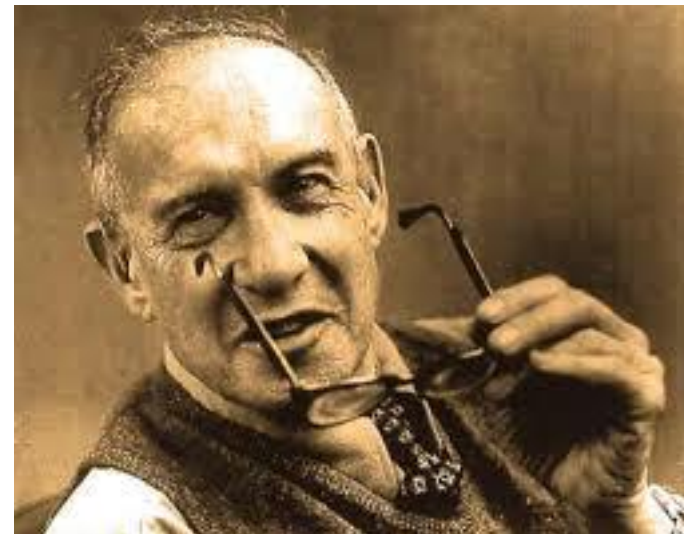
#01  
INNOVACIÓN

---



El invento crea  
diversión, la  
innovación crea valor,  
1.999

Peter Drucker



# #01 INNOVACIÓN

---

**ESTRATEGIA · VISIÓN · POSICIONAMIENTO**



# #01 INNOVACIÓN

---



- 01** IOT + Big Data + Robótica + Inteligencia Artificial
- 02** La secuenciación del genoma + bioingeniería + revolución en las terapias
- 03** Nanotecnología
- 04** La longevidad
- 05** Reto sostenibilidad : agua + aire + residuos + energía
- 06** La traducción automática y sincrónica de lenguas
- 07** La creación de ocupación ante las tecnologías exponenciales
- 08** La nueva manufactura 3D printing
- 09** SOLOMO
- 10** Las nuevas geografías políticas
- 11** La redefinición de la enseñanza
- 12** La disrupción de los bancos

#01

## INNOVACIÓN : CREAR VALOR

---



Innovación pública es la nueva frontera de creación de valor público

#01

## INNOVACIÓN : CREAR VALOR

---

Reducir el aislamiento social del adulto mayor



<http://smartcityv.bcn.cat/ca/vincles-bcn.html>

#02  
TUPPERWARE: INNOVACIÓN NO ES SOLAMENTE TECNOLOGÍA

---



Plástico para guardar alimentos + aumento frigoríficos + sistema de ventas por demostración a domicilio (fenómeno social de la clase media americana de los 50)

#01

LA INNOVACIÓN ESTÁ EN LA MIRADA.

---







The real voyage of discovery consists not in seeing new sights, but in looking with new eyes. Marcel Proust

#01

LA INNOVACIÓN ESTÁ EN LA MIRADA. El futuro era sin hilos. Este anuncio es de 1959

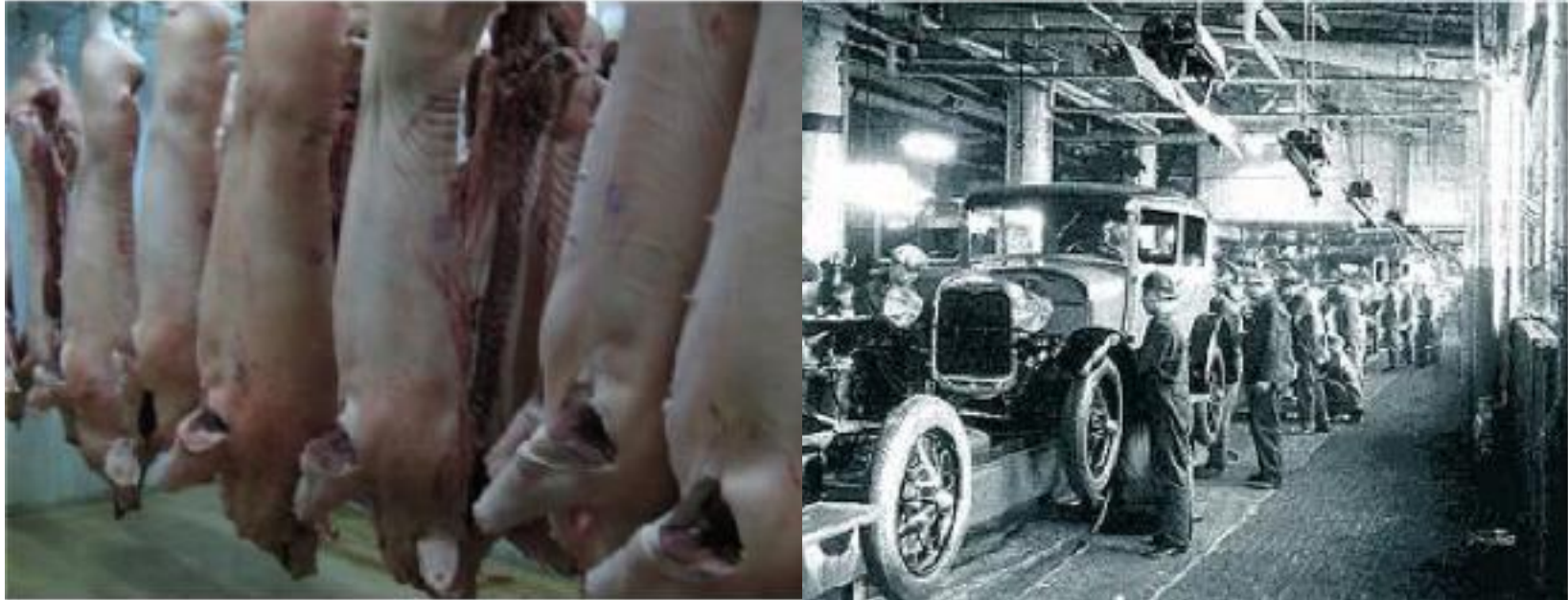
---



#02

## HENRY FORD. LA INSPIRACIÓN

---



Henry Ford, 1912, en el matadero de Chicago, se inspiró en la forma de operar de un matadero para inspirar su cadena de producción de coches

#02

## RAY KROC. LA INSPIRACIÓN

---



Ray Kroc, convirtió en una gran red de franquicias el originario restaurante de los hermanos Mc Donald's. Imaginó una cadena de producción igual a la Ford para los automóviles pero extendida en una amplia red de franquicias que combinaba la máxima centralización en procesos con el espíritu emprendedor de los franquiciados

#02

## WALKMAN. LATERALIDAD

---



El Minidisc fue un gran producto digno sucesor del Walkman, pero se encontró con un cambio de contexto inesperado : Internet el MP3

#02

## CRONUT. LATERALIDAD

---



#02

## INNOVACIÓN. NUEVAS MIXTURAS. REALIDAD AUMENTADA Y TURISMO

---



#02  
INNOVACIÓN. NUEVAS DIMENSIONES

---



emerge

HOME

connecting people  
through touch





#02

SYNEK la cerveza que será como Nespresso 2015

---



#02

## INNOVACIÓN Y JOB BE DONE. LAVAR EL COCHE O QUE NO SE ENSUCIE?

---



#02

## INNOVACIÓN Y JOB BE DONE. GRADUAR LA TABLET EN VEZ DE LLEVAR GAFAS

---


### La pantalla con la que podrás despedirte de tus gafas graduadas

TAGS > INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MASSACHUSETTS (MIT) TECNOLOGÍA



[http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2014-07-31/la-pantalla-con-la-que-podras-despedirte-de-tus-gafas-graduadas\\_170309/](http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2014-07-31/la-pantalla-con-la-que-podras-despedirte-de-tus-gafas-graduadas_170309/)

# #02 INNOVACIÓN Y JOB BE DONE. CONFIRMAR MÁS QUE ELABORAR LA DECLARACIÓN



**Agencia Tributaria**  
Teléfono: 901 33 55 33  
www.agenciatributaria.es

**Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas**

Declaración      Ejercicio 2013

Página 1  
Modelo  
**D-100**

---

**Primer declarante y cónyuge, en caso de matrimonio no separado legalmente**

**Primer declarante**

01 NF ..... 02 Primer apellido ..... 03 Segundo apellido ..... 04 Nombre .....

Sexo del primer declarante: H: hombre 05 M: mujer 06

Estado civil (el 31-12-2013): Soltero/a 07 Casado/a 08 Viudo/a 09

Fecha de nacimiento ..... 10

Grado de discapacidad. Clave (véase la Guía) ..... 11

Cambio de domicilio. Si ha cambiado de domicilio, consigne una "X" ..... 12

**Domicilio habitual actual del primer declarante**

13 Tipo de Via ..... 14 Nombre de la Via Pública ..... 15

16 Tipo de numeración ..... 17 Número de casa ..... 18 Calificador del número ..... 19 Bloque ..... 20 Portal ..... 21 Escalera ..... 22 Planta ..... 23 Puerta ..... 24

25 Datos complementarios del domicilio ..... 26 Localidad / Población (véase el directorio del municipio) ..... 27

28 Código Postal ..... 29 Nombre del Municipio ..... 30

31 Provincia ..... 32 Teléf. fijo ..... 33 Teléf. móvil ..... 34 N.º de FAX ..... 35

Si el domicilio está situado en el extranjero:

36 Domicilio / Address ..... 37 Población/Ciudad ..... 38

39 Datos complementarios del domicilio ..... 40 Provincia/Región/Estado ..... 41

42 e-mail ..... 43 País ..... 44 Código País ..... 45 Teléf. fijo ..... 46 Teléf. móvil ..... 47 N.º de FAX ..... 48

**Datos adicionales de la vivienda en la que el primer declarante tiene su domicilio habitual actual.** Si el primer declarante y/o su cónyuge son propietarios de la vivienda, se consignarán también, en su caso, los datos de las plazas de garaje, con un máximo de dos, y de los trasteros y aleros adquiridos conjuntamente con la misma, siempre que se trate de fincas registrales independientes.

| Titularidad (clave) |                       | Porcentaje/s de participación, en caso de propiedad o usufructo: |    | Situación (clave) |    | Referencia catastral |    |
|---------------------|-----------------------|--|----|-------------------|----|----------------------|----|
| 50                  | Primer declarante: 51 | Cónyuge: 52  | 53 | 54                | 55 | 56                   | 57 |
| 50                  | Primer declarante: 51 | Cónyuge: 52  | 53 | 54                | 55 | 56                   | 57 |
| 50                  | Primer declarante: 51 | Cónyuge: 52  | 53 | 54                | 55 | 56                   | 57 |
| 50                  | Primer declarante: 51 | Cónyuge: 52  | 53 | 54                | 55 | 56                   | 57 |
| 50                  | Primer declarante: 51 | Cónyuge: 52  | 53 | 54                | 55 | 56                   | 57 |
| 50                  | Primer declarante: 51 | Cónyuge: 52  | 53 | 54                | 55 | 56                   | 57 |

Sólo si ha consignado la clave 3 en la casilla 50: NF arrendador 58      Si no tiene NF, consigne Número de identificación en el País de residencia 59

**Cónyuge (los datos identificativos del cónyuge son obligatorios en caso de matrimonio no separado legalmente)**

61 NF ..... 62 Primer apellido ..... 63 Segundo apellido ..... 64 Nombre .....

Sexo del cónyuge (H: hombre; M: mujer) ..... 65

Fecha de nacimiento del cónyuge ..... 66

Grado de discapacidad del cónyuge. Clave (véase la Guía) ..... 67

Cónyuge no residente que no es contribuyente del IRPF ..... 68

Cambio de domicilio. Si el cónyuge ha cambiado de domicilio, consigne una "X" en esta casilla. (Solamente en caso de declaración conjunta) ..... 69

**Domicilio habitual actual del cónyuge, en caso de tributación conjunta (si es distinto del domicilio del primer declarante)**

13 Tipo de Via ..... 14 Nombre de la Via Pública ..... 15

16 Tipo de numeración ..... 17 Número de casa ..... 18 Calificador del número ..... 19 Bloque ..... 20 Portal ..... 21 Escalera ..... 22 Planta ..... 23 Puerta ..... 24

25 Datos complementarios del domicilio ..... 26 Localidad / Población (véase el directorio del municipio) ..... 27

28 Código Postal ..... 29 Nombre del Municipio ..... 30

31 Provincia ..... 32 Teléf. fijo ..... 33 Teléf. móvil ..... 34 N.º de FAX ..... 35

Si el domicilio está situado en el extranjero:

36 Domicilio / Address ..... 37 Población/Ciudad ..... 38

39 Datos complementarios del domicilio ..... 40 Provincia/Región/Estado ..... 41

42 e-mail ..... 43 País ..... 44 Código País ..... 45 Teléf. fijo ..... 46 Teléf. móvil ..... 47 N.º de FAX ..... 48

**Representante**

75 NF ..... 76 Apellidos y nombre o razón social .....

**Fecha y firma de la declaración**

Manifiesto/manifiestamos que son ciertos los datos consignados en la presente declaración.

Es ..... a ..... de ..... de .....

Firma del primer declarante: .....      Firma del cónyuge: (obligatoria en caso de matrimonio en tributación conjunta) .....

## #02 IBM

---



IBM confunde su historia con la de la informática y crea en 1981 el estándar del PC gracias en la confianza en su marca, pero no logra consolidar el liderazgo, el 2004 vende su negocio de PC a la china Lenovo

## #02 IBM

---



IBM desarrolla el PC personal pero en un formato abierto, deja que Microsoft le licencia el sistema operativo MS – DOS y compra los chips a Intel, dos empresas que acabarán siendo más importantes que la propia IBM

#02

# GOOGLE

## Google: Forced to innovate over the years



#02

## GOOGLE INVENTARIO DE FRACASOS

---



Google Wafe Agosto 2010



SearchWiki

Mayo 2010



Febrero 2009



Enero 2009



Enero 2009



Enero 2009



Enero 2009



Enero 2009

**Google Print Ads**  
Newspaper advertising made easy



Enero 2009



Agosto 2008

<http://searchengineland.com/lets-celebrate-googles-biggest-failures-48165>



#02

YAHOO. AUGUE Y FRACASO

---

**1998:** Yahoo refuses to buy Google for \$1 million dollars

**2002:** Yahoo realizes its mistake and tries to buy google for \$3 billion, Google says "Give us \$5 billion", Yahoo says no

**2008:** Yahoo refuses to be sold to Microsoft for \$40 billion dollars

**2016:** Yahoo sold for \$4.6 billion to verizon

#02

ROVIO FRACASÓ 51 VECES ANTES DE ACERTAR CON ANGRY BIRDS

---



#02

## EL LUBRICANTE WD-40 TUVO 39 INTENTOS ANTERIORES

---



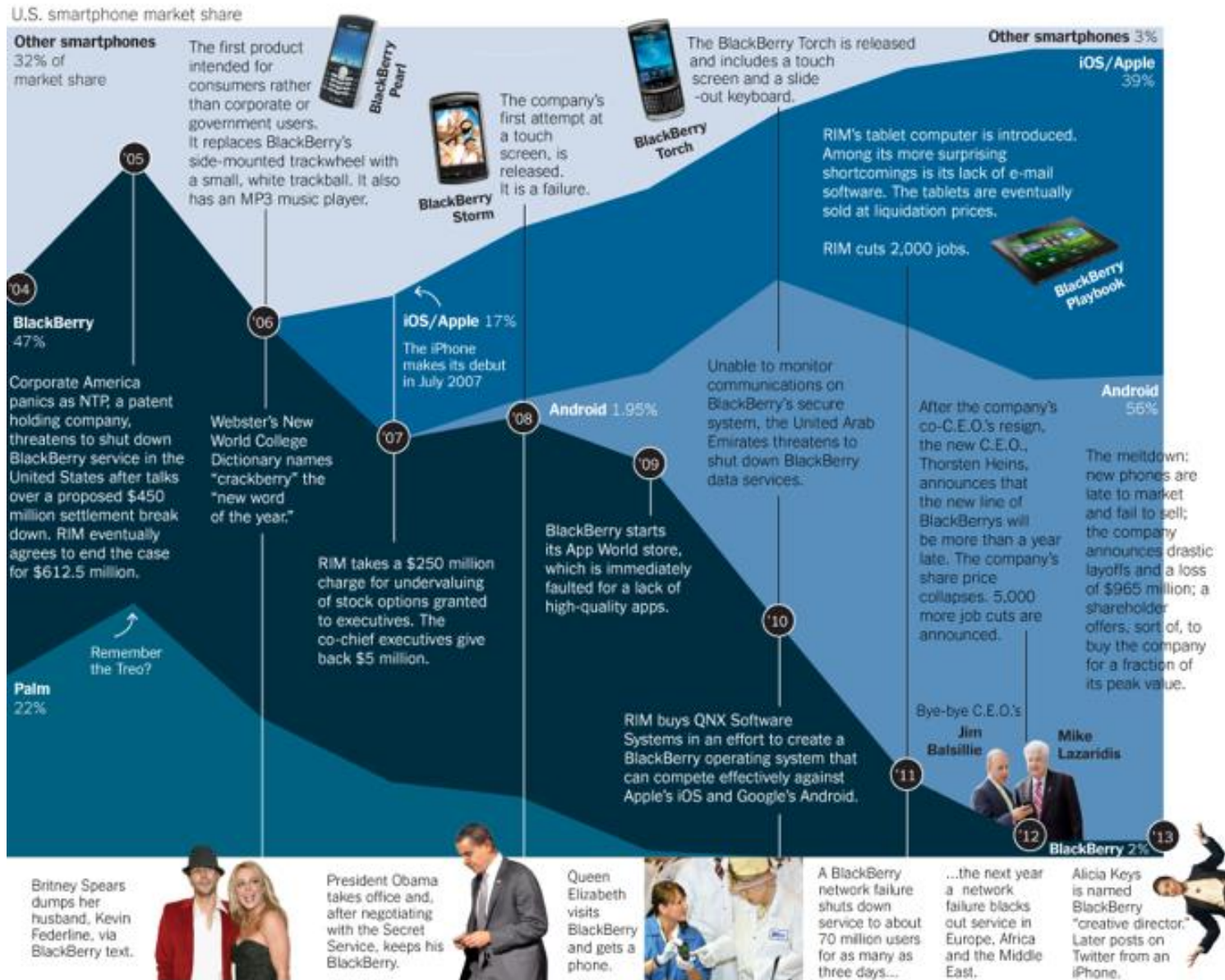
#02

NESTLÉ COMPRA PATENTE (1974) CREA EMPRESA (1986) TIENE ÉXITO (2000)

---



## When BlackBerry Reign(ed) (the Queen Got One!), and How It Fell



#02

APPLE 1976

---



The original Apple I, released in 1976, was Steve Wozniak's creation

# #02 APPLE

---



#02

## APPLE FRACASOS

---



Apple Pippin 1996



Ratón Hockey Disc



Apple Lisa 1983



TAM 1997



Macintosh TV 1993



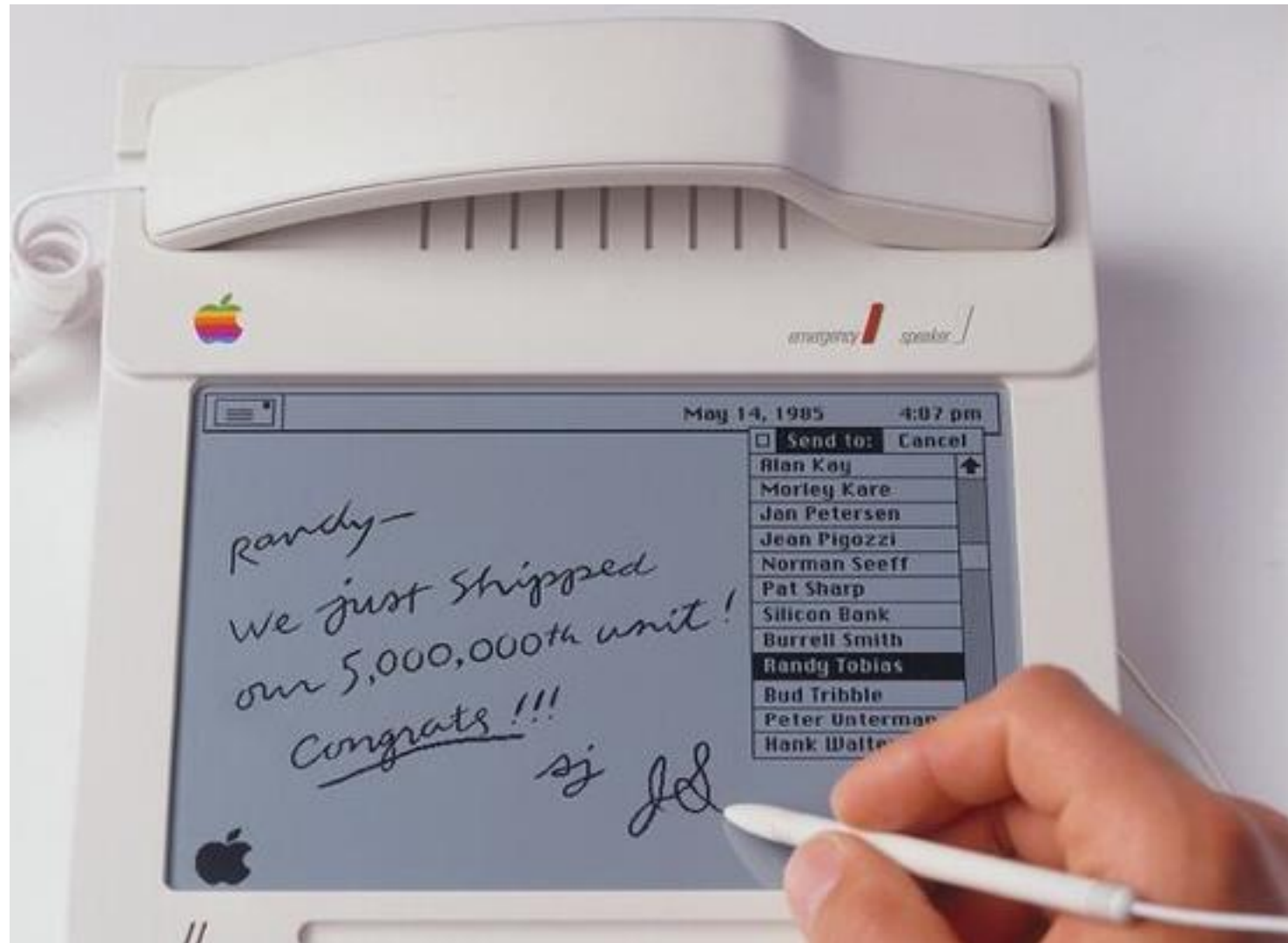
Apple Newton 1993



#02

# APPLE NON NATOS

---



#02

# APPLE FRACASOS

**Bloomberg Businessweek** Register | Sign In

HOME INVESTING COMPANIES TECH INNOVATION MANAGING SMALL BIZ B-SCHOOLS ASIA EUROPE

MAY 21, 2001

NEWS, ANALYSIS & COMMENTARY  
By Cliff Edwards

## Commentary: Sorry, Steve: Here's Why Apple Stores Won't Work

### New retail outlets aren't going to fix Apple's sales

For years, Apple Computer ([AAPL](#)) CEO Steven P. Jobs has tried working with retailers to make shopping for Apple's stylish products as appealing as using them—everything from setting up kiosks to special sections adorned with Apple's Think Different posters. Still, the computer maker's share has fallen, and Jobs figures he knows why. "Buying a car is no longer the worst purchasing experience. Buying a computer is now No. 1," he griped at the MacWorld trade show in January.

Now, he's taking matters into his own hands. On May 19, Apple will open a swanky new retail store—the first of as many 110 nationwide—at Tyson's Corner Galleria mall outside Washington. While Apple execs won't comment on their plans, the idea seems clear: Well-trained Apple

**STORY TOOLS**  
▶ [Printer-Friendly Version](#)  
▶ [E-Mail This Story](#)

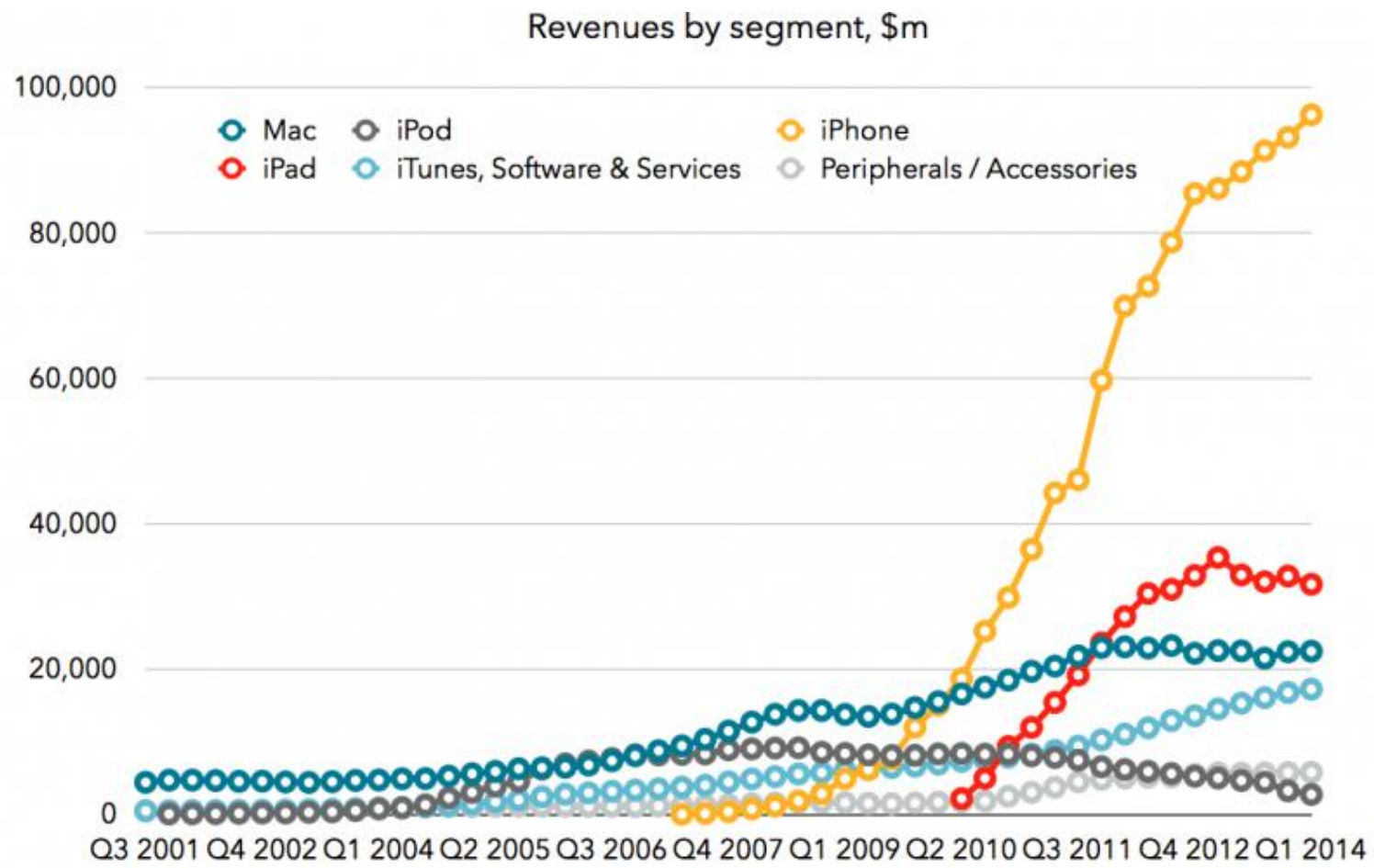
**RELATED ITEMS**  
[Chart: Apple's Sales Slide](#)  
[Apple and Gap: How Cozy Is Too Cozy?](#)

**► BW MAGAZINE**  
U.S. EDITION  
Full Table of Contents  
Cover Story  
Up Front  
Readers Report  
Connections & Clarifications  
Books  
Technology & You  
Economic Viewpoint  
Economic Trends  
Industry Insider  
Business Outlook

News, Analysis & Commentary  
In Business This Week  
Washington Outlook  
International Business  
Industries  
Developments to Watch  
The Corporation  
Government  
Social Issues  
Corporate Scoreboard

Legal Affairs  
People  
Finance

# #02 APPLE ÉXITOS



e: Apple financial reporting, Jackdaw Research analysis



#01

## LA INNOVACIÓN ESTÁ EN LA MIRADA. AMAZON ALMACEN ALEATORIO

---



[http://www.abc.es/economia/abci-entramos-almacen-amazon-espana-4670382420001-20151221063435\\_video.html](http://www.abc.es/economia/abci-entramos-almacen-amazon-espana-4670382420001-20151221063435_video.html)

#01

## LA INNOVACIÓN ESTÁ EN LA MIRADA. CARRIL BICI SOLAR

---



#02

UBER

UBER

INICIAR S



# APROVECHANDO EL MOMENTO

AQUÍ TODO ES POSIBLE

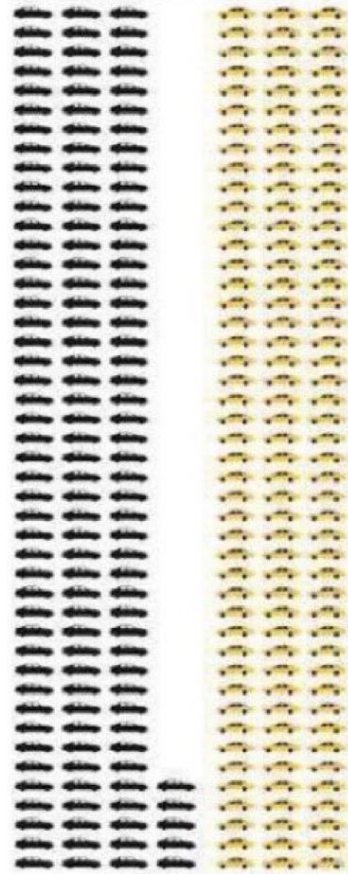
REGÍSTRATE EN UBER.

# #02 UBER

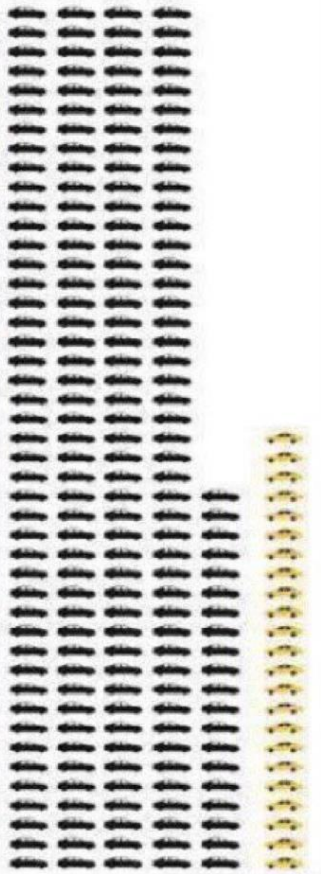
## How big is Uber?

 100 UBER DRIVERS     100 TAXIS

**NEW YORK CITY**



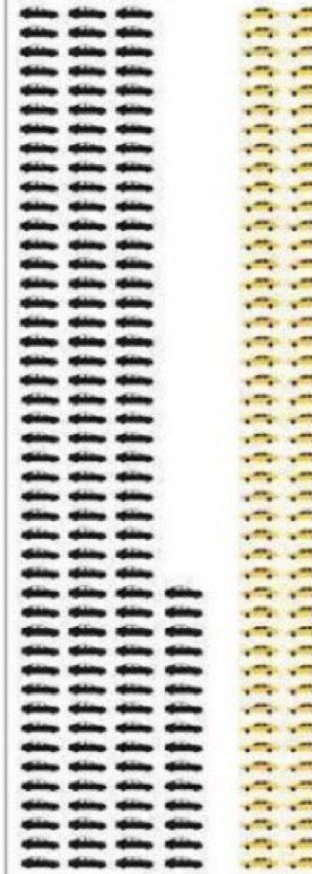
**LOS ANGELES**



**SAN FRANCISCO**



**LONDON, UK**



**SYDNEY, AUSTRALIA**



SOURCES: UBER, MUNICIPAL AUTHORITIES

ANDREW BARR / NATIONAL POST

#02

AIRBNB

---

# Encuentra un sitio en el que quedarte.

Alquila espacios de otras personas en 34 000 ciudades y 190 países.

|                      |   |   |   |        |
|----------------------|---|---|---|--------|
| <input type="text"/> | Llegada  | Salida  | 1 Huésped  | Buscar |
|----------------------|---|---|---|--------|



## #02 CASSEROLE

---



Home cooked food, made by  
neighbours, for neighbours

Sign up now to get cooking

Refer a diner

Featured by

Red theguardian Telegraph Waitrose BBC

How it works

#02

## MONKEY PARKING

---



# MONKEYPARKING

*on-street parking on demand*

---

[BECOME A MONKEYPARKER](#)

[DOWNLOAD](#)

[FIND PARKING SPOTS](#)

[WHO WE ARE](#)

[NEXT CITY](#)

[BLOG](#)

[CONTACT US](#)

---

#02

## INNOVACIÓN Y NEGOCIO (TIPOS)

---



### INNOVACIÓN INCREMENTAL

Actualización evolutiva de un producto o servicio.

Ejemplo: una nueva versión del Iphone.



### INNOVACIÓN RADICAL

Uso de nuevas soluciones en el interior de una organización (adaptación o adopción tecnológica).

Nueva categoría de producto o servicio, como el Post-it de 3M o como los sms ( a veces descubiertos por casualidad).



### INNOVACIÓN DISRUPTIVA

Cambios en los mercados. Ruptura de las reglas del mercado, emergencia de un nuevo paradigma de mercado.

Ejemplo: sector música, vuelos low-cost, Skype

#03

¿POR QUÉ NO LO INVENTARON ELLOS?

---



#02

## EI TELÉFONO KODAK LLEGA EL 2015 !!

---

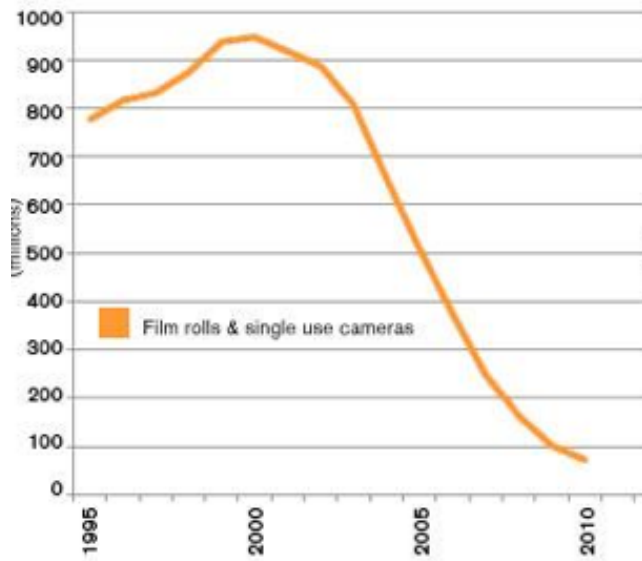


#03

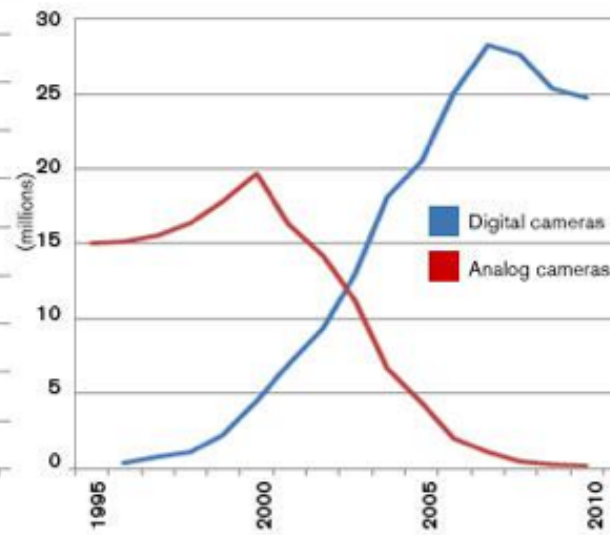
# ¿PORQUÉ NO CAMBIARON?

## Decline of Film

Film rolls sold



Camera sales



Primer prototipo de Cámara digital de Kodak 1975



#04

## INNOVACIÓN PÚBLICA

---

Es hora que las AAPP dejen de recetar innovación para otros y SE LA APLIQUEN A ELLAS MISMAS DE UN MODO SISTEMÁTICO

Innovación no es modernización.





**Strategic fit**



**Creativity &  
discipline**



**De-risking**



**Agility**



**Leadership  
innovation**



**Training  
against disruption**



**Learning  
for failure**



**Open  
innovation**



**Innovation &  
Business as usual**



**Stress  
Management**



**Vitality  
Index**



**Innovation  
Culture**



L T  
C

La administración está diseñada para lo previsible, gestiona bien las certidumbres y su función es garantizar una gestión equitativa de derechos y deberes.

**LA ADMINISTRACIÓN PUEDE SER  
GENÉTICAMENTE ANTI – VUCA PERO NO  
PODRÁ ESQUIVAR LA GESTIÓN DE UN  
MUNDO VUCA**

Volatility  
Uncertainty  
Complexity  
Ambiguity



**¿Jugamos al póquer  
con las reglas del ajedrez?**

---

**¿El juego político  
permite el fracaso?**

---

**¿Los medios  
permiten el fracaso?**

---

**¿Los ciudadanos están  
dispuestos a que se innove  
con sus recursos?**

---

**¿Podremos acreditar un  
riesgo responsable que nos  
permita innovar en el sector  
público?**

**¿Creemos que es posible el  
emprendimiento en el sector  
público?**

---

**¿Queremos ser followers  
solamente de la innovación  
desarrollada por el sector  
privado?**

---

**¿Podremos ser atractivos para  
el mejor talento si no somos  
organizaciones con capacidad  
para diseñar el futuro?**

---

**¿Nos gustará trabajar en  
organizaciones que son  
incapaces de cambiar?**



La solución **NO** está en crear islas de creatividad

---

La solución **NO** está en pensar que la innovación la harán unos expertos con pinta de frikis

---

La solución **NO** es hacer campeonatos del mundo de pruebas piloto que no se aplicarán nunca pero tampoco nadie preguntará por ellas



**DEBEMOS TRANSFORMAR LA CULTURA DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS Y LO PODREMOS HACER.**

Nuestro aliado será el futuro que ya tenemos en nuestras colas de atención al ciudadano.

Será la cultura de los millennials.

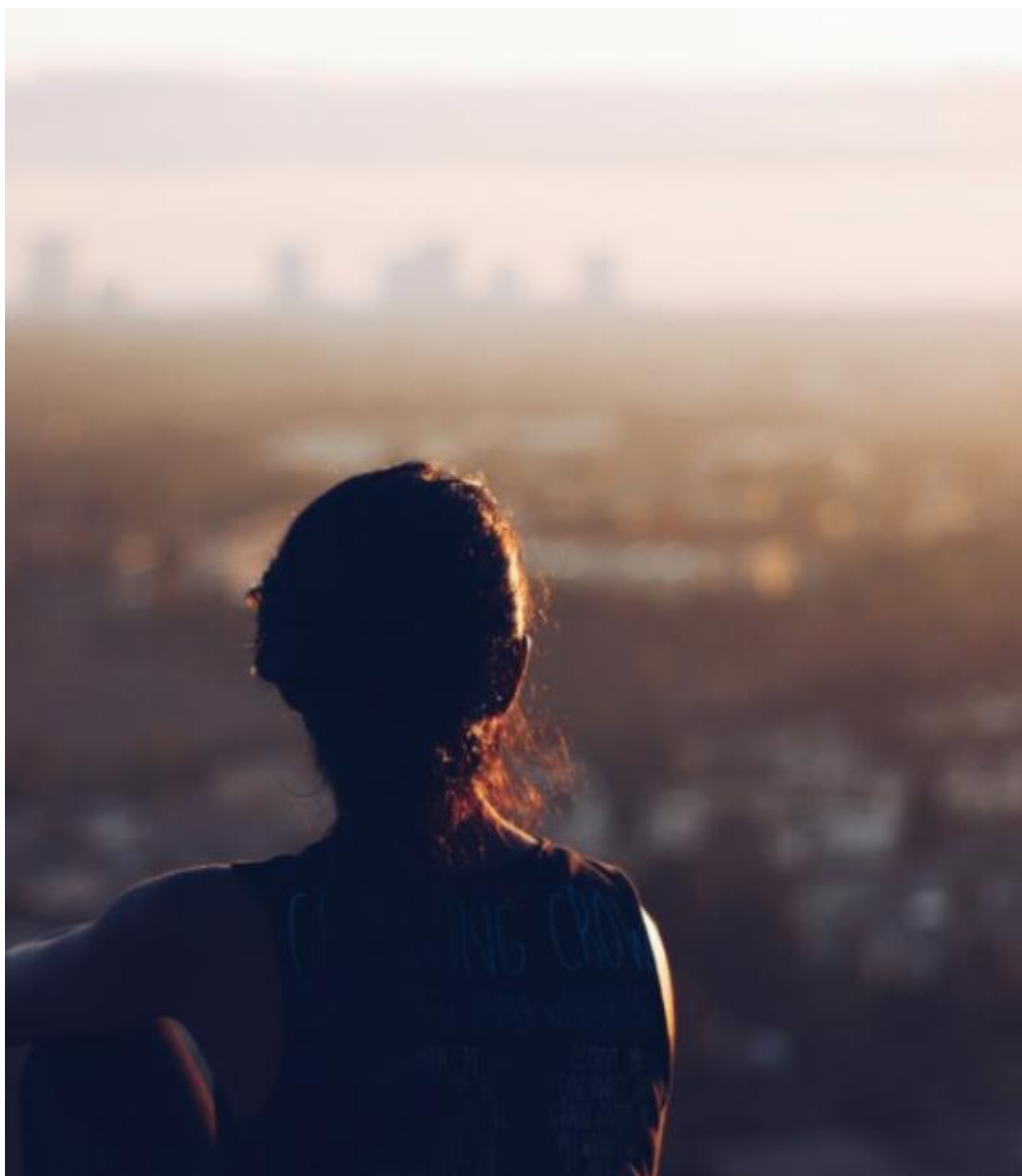
Será la voluntad de cambio de una minoría con un compromiso especial con lo público.

La resistencia al cambio será enorme. Ya lo sabemos.

#04

## INNOVACIÓN PÚBLICA

---



### **¿COMO EMPEZAR?**

**CREANDO EJEMPLOS MÁS QUE  
PLANES DE INNOVACIÓN**

---

**PUBLIC INNOVATION CANVAS**

*Creando herramientas de  
innovación pública*

---

**OBSERVANDO Y EMPATIZANDO**

*No preguntando a los ciudadanos*

---

**DEDICANDO EL TALENTO A INNOVAR**

*(o vamos a dejar el futuro entre los que  
tienen todo el tiempo del mundo?)*

#04

## INNOVACIÓN PÚBLICA

---



## ¿COMO HACERLO?

DEFINIENDO **RETOS**

NO EMPEZANDO POR EL **BENCHMARKING**

**NO ESCONDIENDO LOS LÍMITES**, APRENDIÉNDOLES A SUPERARLOS

SELECCIONANDO **OPORTUNIDADES**

GESTIONANDO LOS PROYECTOS DE UN MODO DISTINTO, **ÁGIL**

#04

## INNOVACIÓN PÚBLICA

---



La innovación conjuga bien con la humildad, con desafiar al “no inventado aquí”, al “siempre se hizo así”

---

La innovación no es inercial, requiere compromiso porqué solamente innovan los que asumen la responsabilidad del futuro

---

La innovación requiere pasión

**LO IMPORTANTE DE LA INNOVACIÓN SON SUS RESULTADOS**

**EL VALOR PÚBLICO QUE SEAMOS CAPACES DE CREAR**

#04

## INNOVACIÓN PÚBLICA

---



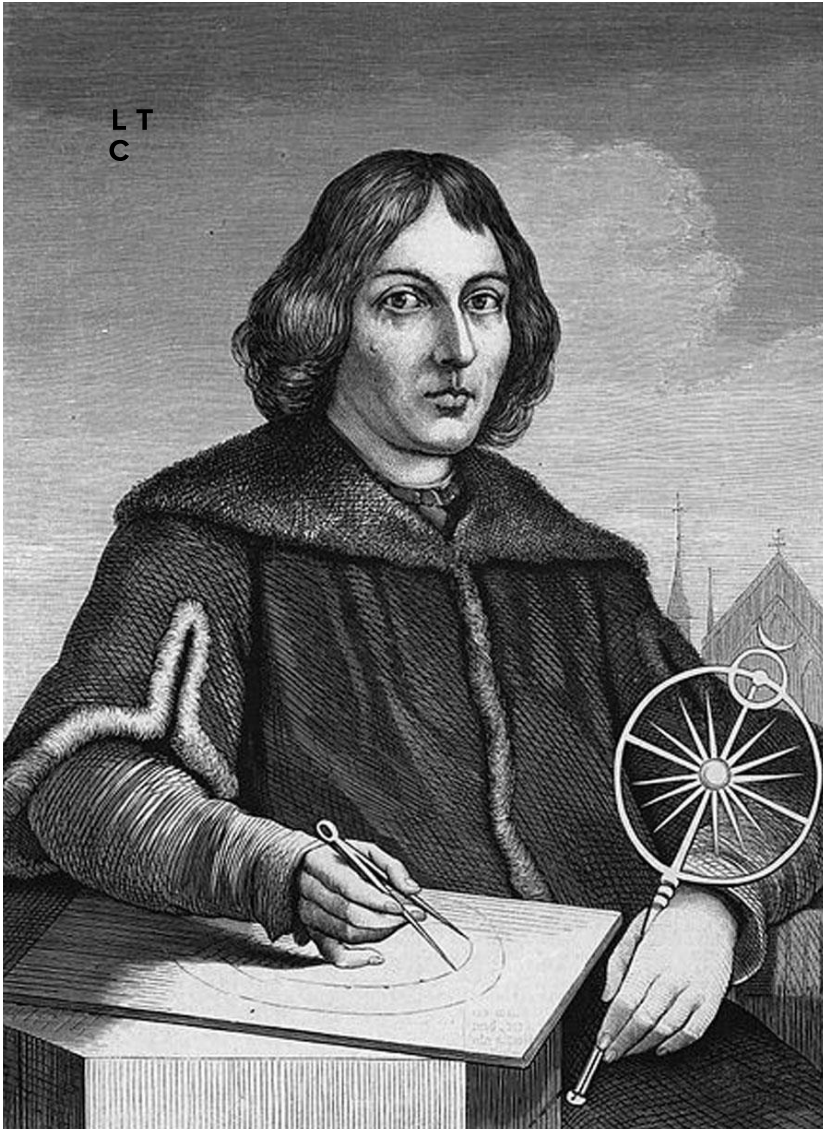
### **LA AUTENTICIDAD SERÁ UNA CORE COMPETENCE FUNDAMENTAL**

La autenticidad como activo diferencial en las empresas en un contexto de dictadura de la transparencia y de “tripadvisorización” total



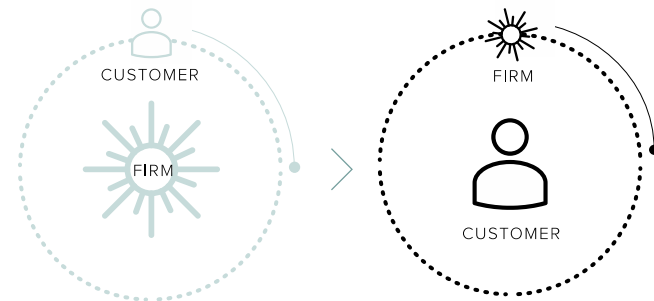
#11

## EMPRESAS INNOVADORAS



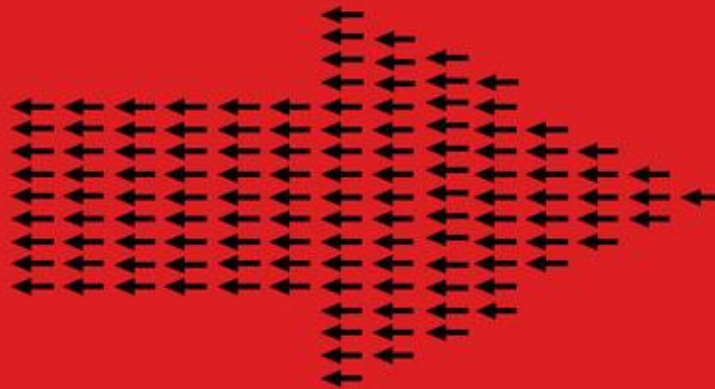
### GIRO COPERNICANO

En Forbes (Feb 2016)  
Blog Steve Denning



7 / 19

Culture eats strategy for breakfast



LA CULTURA ES LO QUE LA GENTE HACE CUANDO NADIE LE VE.

LT  
C



**STRATEGY IS A COMMODITY  
EXECUTION IS AN ART**

**PETER DRUCKER**



**NO HAY INNOVACIÓN SIN RIESGO PERO  
EL GRAN RIESGO ES NO INNOVAR**

leadtochange



Lead To Change

---

Calle Aribau 200, 6a planta  
08036 Barcelona

[www.leadtochange.net](http://www.leadtochange.net)