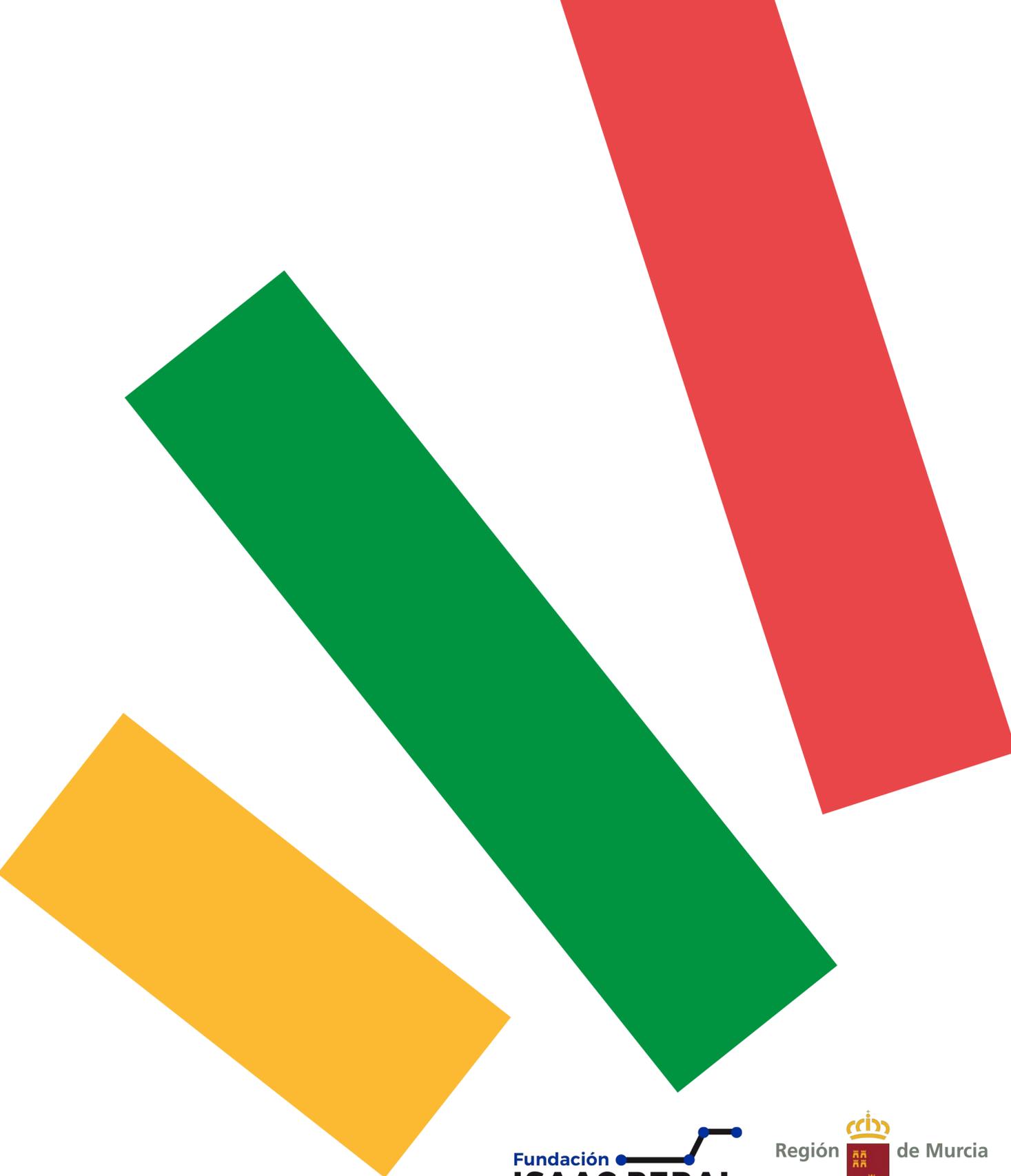


# RESUMEN

PRIMERA  
EDICIÓN



Fundación  
**ISAAC PERAL**

Región  de Murcia

**info**  
REGIÓN  
DE MURCIA

# SparkUP



"Los líderes que no saben escuchar, pronto tendrán colaboradores que no tienen nada que decir!"

SparkUP

# Manifiesto

Alguien debe desencadenar el cambio. Alguien debe superar barreras, abrir caminos, mostrar horizontes, abordar los retos.

Gentes valientes que lideran la transformación, que muestran la senda a seguir.

Líderes en la innovación y el cambio. Transformadores que saben encontrar caminos dónde otros se bloquean.

Mentes abiertas y dialogantes. Exploradores incansables que nunca desfallecen.

SparkUP es el lugar de encuentro de todos ellos. El punto de conexión de los que han aceptado el reto de liderar la innovación y la verdadera transformación en sus organizaciones.



**105 HORAS**  
**20 SESIONES**  
**10 SEMANAS**  
**VIERNES TARDE Y SABADO MAÑANA**

**28 PONENTES**

**45 ALUMNOS**  
**MEDIA DE ASISTENCIA 37**  
**INDICE DE SATISFACIÓN 98%\***

Si tuviéramos que hacer un pensamiento sistémico (System Thinking) sobre el concepto de innovación nos daría una imagen muy parecida a nuestro bloque de contenidos, es por ello que para poder abordarlo, nuestro primer enfoque era ofrecer a los SparkLeaders un abanico sin igual con los puntos mas atractivos y aspiracionales, Consiguiendo una foto si igual, SparkUP se presenta con los siguientes módulos de contenido:

- **MÓDULO 1: GROWTH BY CREATIVITY**
- **MÓDULO 2: ZEN MIND SET**
- **MÓDULO 3: HUMAN CENTERED VIEW**
- **MÓDULO 4: THE PUZZLE OF LONGING**
- **MÓDULO 5: THE BRAND MODEL**
- **MÓDULO 6: UNDERSTANDING THE MEARNING**
- **MÓDULO 7: THE POWER OF APPEAL**
- **MÓDULO 8: THE HAPPY SECRET OF SUCESS**
- **MÓDULO 9: HOW WILL HUMAN LOOK IN THE FUTURE?**
- **MÓDULO 10: READY FOR ACTION**



# PONENTES:

1. **CORONEL PEDRO BAÑOS:** Escritor y Coronel retirado.
2. **LAUREANO TURIENZO:** Presidente F.Española del Retail.
3. **EZEQUIEL SÁNCHEZ:** ExG. Manager TEMPE & Presidente PLDSpace
4. **ANTONIO MONERRIS:** Founder Vinizius Young & Rubican
5. **CARLOS PUIG:** CEO Branward.
6. **LUKI HUBER:** Innovation El Bulli & Manual Thinking
7. **URI ALTELL:** Founder Strike & Inedit Festival Beefeter.
8. **VICTOR RONCO:** CMO SKÖDA.
9. **BERTA SEGURA:** CEO dMentes research.
10. **FRANCESCA TURA:** CEO Tendencias TV.
11. **CHELO MARTINEZ:** CIO Chiesi.
12. **LUISMA SÁNCHEZ:** Director Científico HERO Europa.
13. **PEDRO MARTINEZ:** Owner de Nariz.
14. **SOLEDAD BERBEGAL:** CEO ACTIU.
15. **CARLOS VALBUENA:** Marketing Manager Chocolates Valor.
16. **ALFONSO SAMPER:** Ex General Manager FINI.
17. **FEÑA MARTINEZ:** Coach Pasion Partners.
18. **FRAN RUIZ COVES:** Owner Pasión Partners.
19. **DAMIAN SANCHÉZ:** Marketing Manager Consentino
20. **PABLO SAN ROMÁN:** International Brand Manager Consentino
21. **DIMAS E. AGUDO:** Founder Lets Flow & Rapsodia.
22. **IVAN DE CRISTOBAL:** Partner AfterShareTV & DG AMT.
23. **PATRICIA PÉREZ ROMERA:** CEO AMT Comunicación.
24. **VIRGINIA RÁRMIREZ:** Coach Red Bull INT.
25. **ARKANO:** Cantante & Celebritie.
26. **GUSTAVO VALBUENA:** CIO ACTIU.
27. **DAVID MORENO:** Fundador & CEO HAWKERS.
28. **IGNACIO VILLOCH:** DIRECTOR OPEN INNOVATION BBVA.

# SparkUP



# SparkUP

## EMPRESAS APUNTADAS

**SparkUP**

**SparkLeaders 2021**

Fundación ISAAC PERAL  
INNOVACIÓN Y TECNOLOGÍA INDUSTRIAL  
Región de Murcia

info  
REGIÓN DE MURCIA

ENAE  
BUSINESS SCHOOL  
LA DIRECCIÓN DEL FUTURO

PrimaFrio

CRICKET

AUTORRES

Schoeller Allibert

Grupo Fuertes

Soltec

VISUALTIS

grupoHEFAME

RFeH  
Ricardo Fuentes - Hijos

HIROGEA

Konery

MONTIEL  
Muebles de oficina nuevo y reacondicionado

AMCGROUP

Howden

HERRERO ASOCIADOS

valtarik

PAVASAL

ecus

ISGF

Tahe  
BEAUTIFYING YOUR LIFE

Pelemix

MOYCA

ANDAMUR  
cada viaje importa

hidrconta  
MATCHING TECHNOLOGY

Hefo

URDECON

portavoz

NUTRI PEOPLE

FRUMECAR  
Concrete, Innovation and people.

ORENES

iberchem  
FRAGRANCES OF NATURE

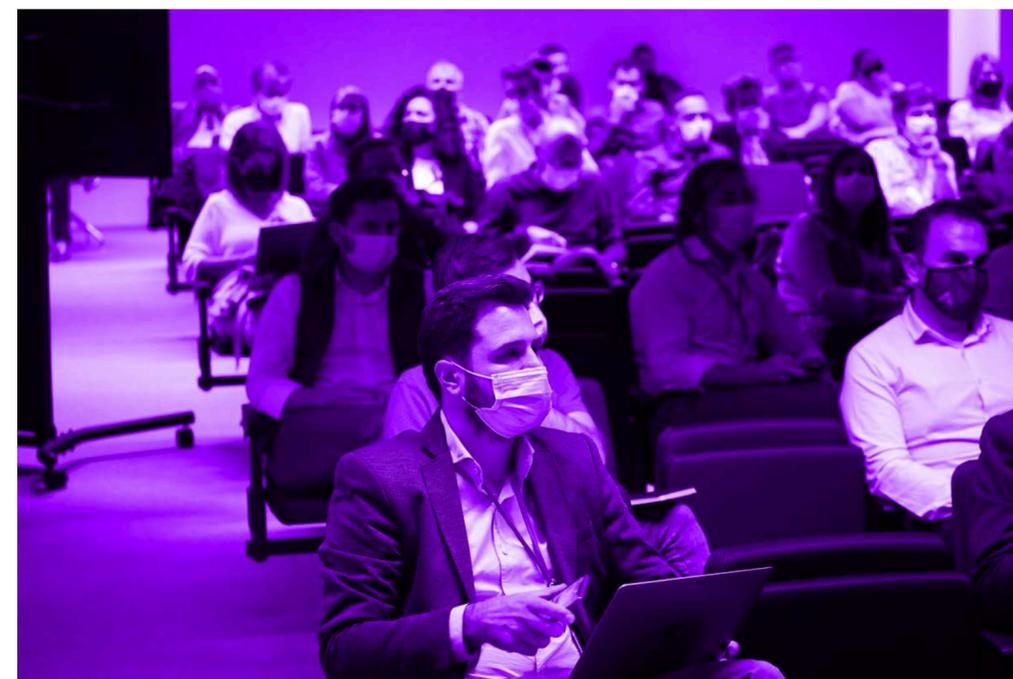
S

## PERFIL PARTICIPANTE

Visionarios, amarillos, estrategas, mediterráneos, atrevidos managers, decisores, exploradores, amantes del riesgo, fundadores, que buscan ese toque de creatividad e ingenio...

CEO, Directores Generales, Directores de Marketing, y áreas relacionadas con la visión de futuro de las empresas.

Propagadores del cambio, "SparkLeaders" que lleven a sus empresas nuevos conceptos, que lideren el cambio y que sean propagadores desde la inspiración.



# SparkUP

## FORMATOS:

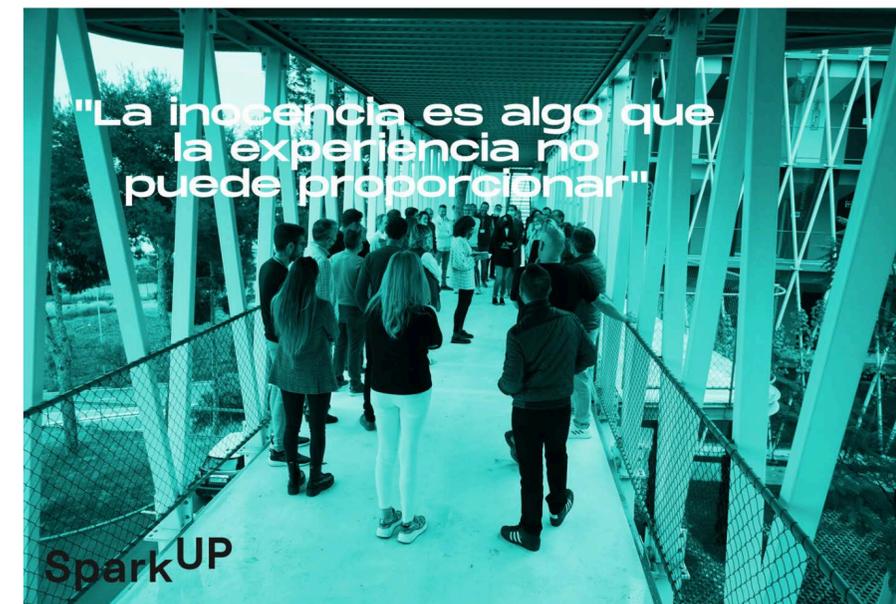
### WORKSHOP



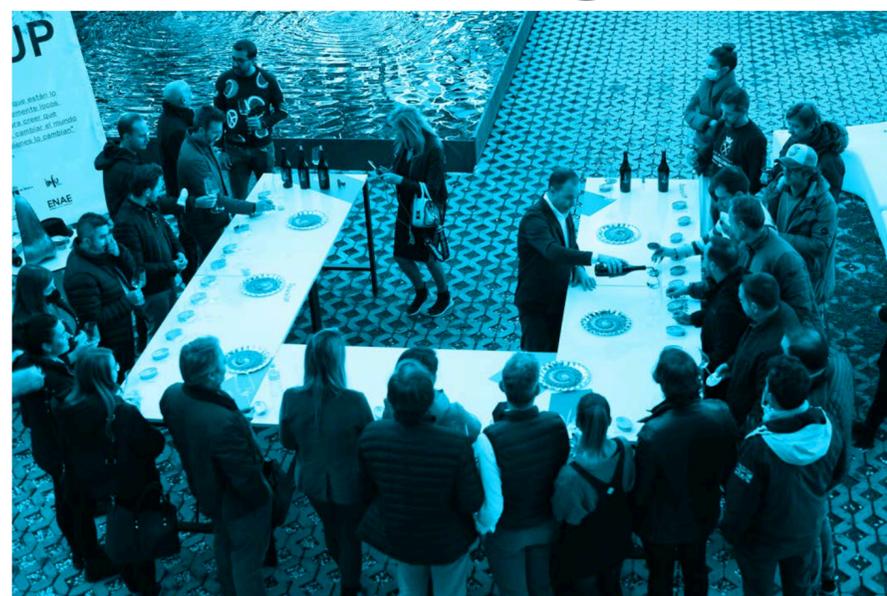
### MASTERCLASS



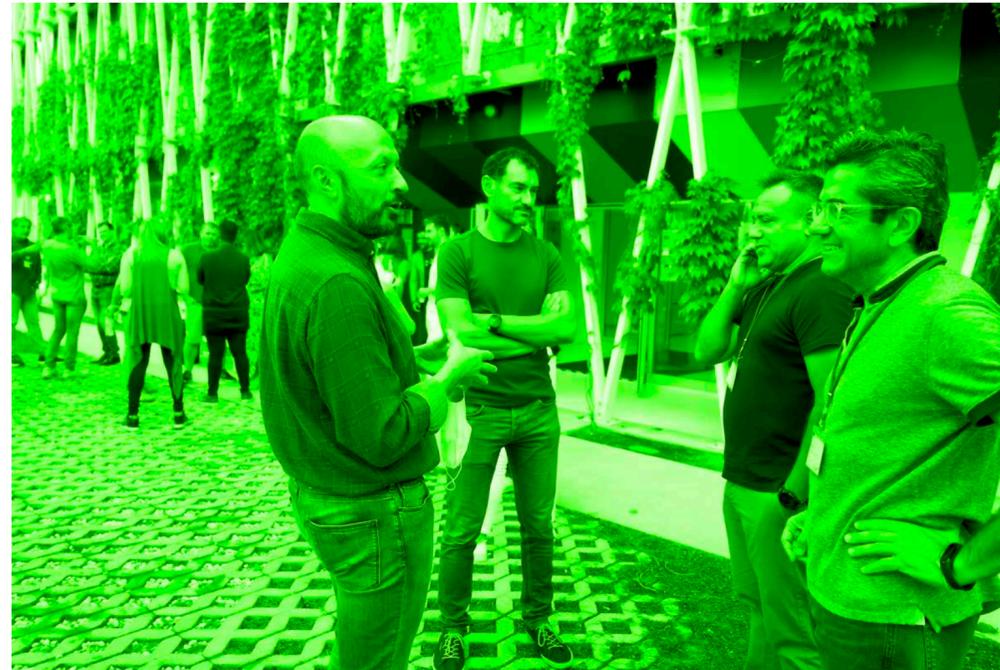
### EXPERIENCIAL



### DEMO



## TERCER TIEMPO & NETWORKING



SALIDA EMERGENCIA

# SparkUP



# SparkUP

# TRANSFORMACIÓN



# SparkUP

## MÓDULO1: GROWTH BY CREATIVITY

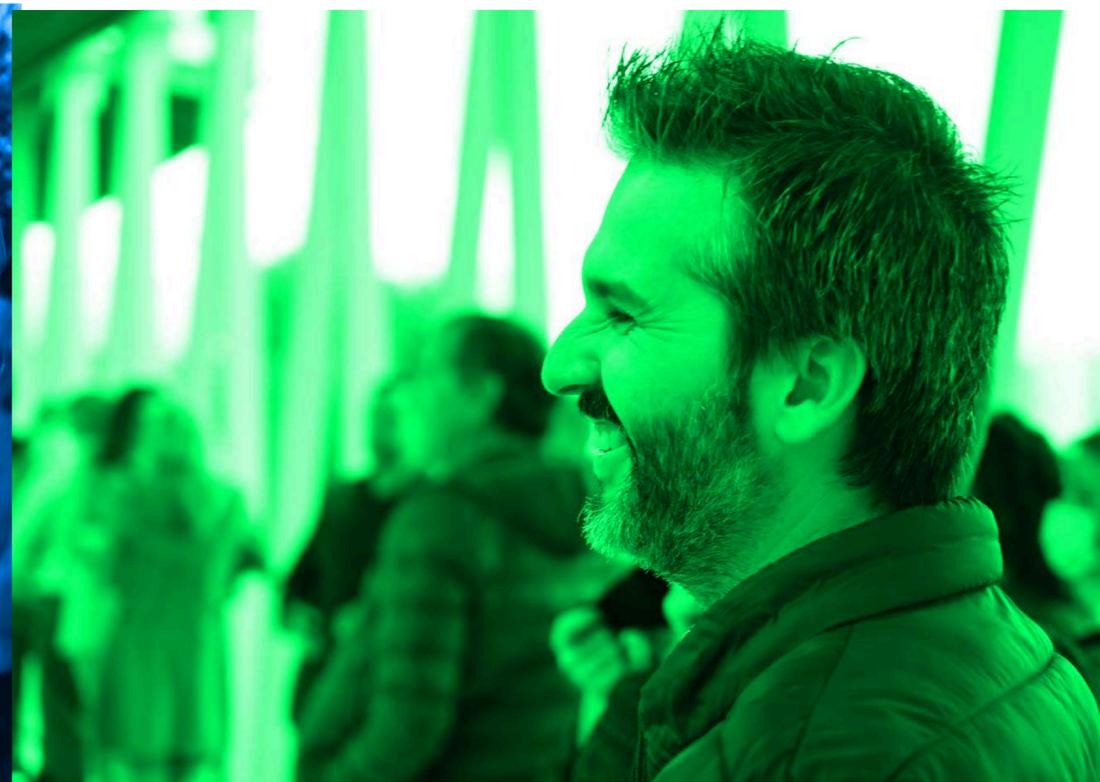
Vibrar en escenarios análogos, pensamiento sistémico y deconstrucción del concepto. Rompemos con lo lineal. Modelos de pensamiento disruptivo, nuevos esquemas de organización, elevando lo establecido y cuestionando el Status Quo. Aprendiendo cómo marcar la diferencia tan buscada hoy en día, pero tan difícil de alcanzar. Técnicas para profundizar en distintas formas de pensamiento original y creativo para alcanzar ideas eficaces y originales a través del debate y los cambios de enfoque.



# SparkUP

## MÓDULO 2: ZEN MIND SET

Un cambio de perspectiva... hay vida más allá de lo racional. Aunque no todas las ideas son buenas, todas tienen el potencial de serlo, y por ello es necesario considerarlas. El mindset es el arte de cambiar tu estructura mental: solo abordando el pensamiento desde distintas perspectivas estaremos en posición de aprovechar las oportunidades que nos lanzan las nuevas corrientes e incluso de crear el cambio.



# SparkUP

## MÓDULO 3: HUMAN CENTERED VIEW

El foco es el individuo, no el colectivo. Entender realmente al consumidor, comprador, o usuario, pasa por meterse directamente en su piel. Olvidemos las segmentaciones superficiales que no nos dicen nada y construyamos y deconstruyamos a nuestro target hasta conocerle de verdad. Como seres sociales, tendemos a agruparnos, y como dice el dicho, "dime con quién te juntas, y te diré quién eres". Un estudio en profundidad de la sociedad actual y sus distintas agrupaciones nos permitirá establecer una base de conocimiento sobre la cual poder iniciar una segmentación real y efectiva de nuestro target.



# SparkUP

## MÓDULO : 4 THE PUZZLE OF LONGING:

Nada de quedarse en la superficie, si realmente queremos tener un impacto, necesitamos sumergirnos hasta dar con aquello que realmente nos mueve, lo que nos incita el deseo o nos provoca rechazo. Necesidades, deseos y frustraciones desde un prisma humanístico.



# SparkUP

## MÓDULO : 5 THE BRAND MODEL:

En una época donde la transformación social se da de forma frenética, cada vez son menos las marcas que consiguen tener un impacto real en los consumidores. Explotar nuestra propuesta de valor a través de una marca memorable y significativa, que afecte de forma positiva en la calidad de vida de los consumidores, será la clave para trascender. Arquitectura de marca, brand vision y radar de competitividad desde la marca.



# SparkUP

## MÓDULO : 6 UNDERSTANDING THE MEARNING:

Hoy en día, con acceso a cantidades de datos titánicos, es necesario ser capaz no solo de saber qué hacer con ellos, sino cómo traducirlos en información real, buscamos cómo humanizar los datos. Todo negocio está basado en una idea: Qué valor aportamos a la sociedad para generar beneficios. Sin embargo, existe toda una serie de telarañas y ramificaciones alrededor del concepto y la idea de nuestra empresa. Entender los atajos y las vías más eficaces para potenciarlas, así como cuáles evitar por sus tendencias al fracaso, serán los puntos centrales de esta conferencia.



# SparkUP

## MÓDULO : 7 THE POWER OF APPEAL:

Deducción, síntesis, visión y criterio serán las habilidades básicas para discernir lo que puede ser un bombazo de un producto mediocre. El producto supone el fundamento del marketing mix. Cualquier decisión que le afecte, directa o indirectamente, tendrá un impacto sobre el consumidor final, lo que repercutirá de forma positiva o negativa en la empresa. No podemos considerar que estamos realmente listos para la acción hasta haber realizado nuestras ideas y haberlas sometido a todas las pruebas posibles.



# SparkUP

## MÓDULO : 8 THE HAPPY SECRET OF SUCESS:

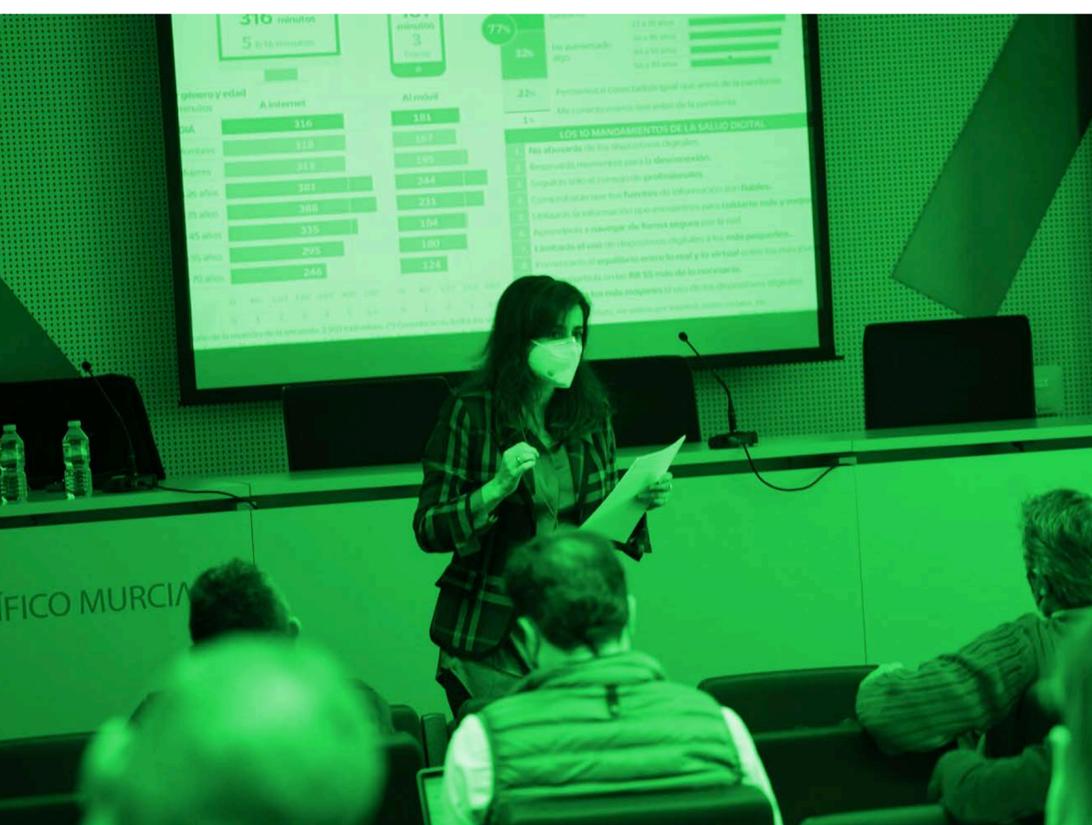
No podemos considerar la innovación como un simple proceso con principio y final. Para maximizar las posibilidades de tener éxito, es necesario integrar en la cultura de la empresa como parte del ADN de la misma. Atendiendo a los distintos modelos de innovación aplicables a los negocios existentes y tomando como referentes casos reales, aprenderemos qué metodología se ajusta mejor a cada negocio y cómo generar procesos y herramientas propios.



# SparkUP

## MÓDULO : 9 HOW WILL HUMAN LOOK IN THE FUTURE?

Una vez que rompes con tus propias barreras, las posibilidades son infinitas. El estudio del pensamiento lateral nos permitirá aprender distintas técnicas de resolución de problemas de manera imaginativa. El planteamiento de preguntas sin respuesta aparente o de conceptos abstractos nos permitirá entrenar nuestra capacidad creativa y de pensamiento lateral, partiendo de hipótesis tan descabelladas como “¿Cómo serán los humanos del futuro?”



# SparkUP

## MÓDULO : 10 READY FOR ACTION:

Existen toda una serie de pasos a seguir antes de lanzar por fin nuestra idea al mercado. Es importante realizar una serie de comprobaciones y estudios previos al lanzamiento con el fin de maximizar la posible aceptación y éxito en el mercado. The 5 Points Cualquier idea tiene que estar sometida a los puntos fundamentales del análisis y el rigor. Toda idea que no pueda resistir una inspección exhaustiva habrá de ser reformulada o rechazada.



Fundación  
**ISAAC PERAL**

Región  de Murcia

**info**  
REGIÓN  
DE MURCIA

**SparkUP**