



Open Innovation // Gestión del capital intelectual

Antonio Flores

Septiembre 2017

www.antoniflores.com

www.Loop-cn.com

[@antoni_flores](https://twitter.com/antoni_flores)



¿Quién es Loop?

Hacemos **única** tu empresa

Creamos modelos de negocio y categorías de productos y servicios para transformar a nuestros clientes en líderes del mercado.

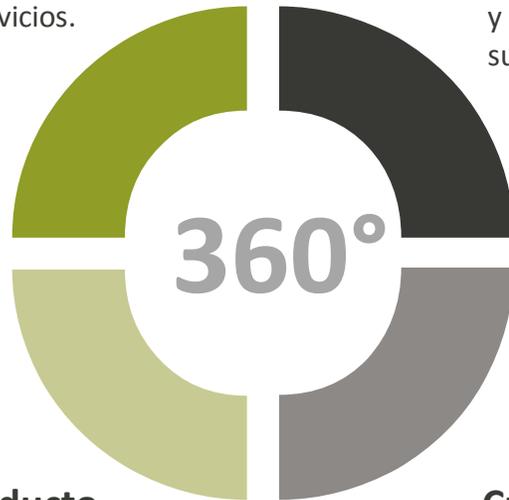
Loop es la consultora de estrategia que genera referentes de mercado a través de su experiencia en: Modelos de Negocio, Desarrollo de Producto y Intellectual Capital y Aceleración Corporativa.

www.antoniflores.com

Nuestros ámbitos de actuación

Modelos de Negocio

Detección, creación y estructuración de nuevos modelos de negocio y definición de nuevas categorías de productos y servicios.



Desarrollo de Producto

Gestionamos portafolios de productos. Los conceptualizamos y desarrollamos. Ponemos en valor soluciones tecnológicas específicas. Gestionamos proyectos desde la oportunidad al mercado.

Gestión del capital intelectual

Captación de oportunidades de negocio definiendo estrategias de diversificación y crecimiento que complementen su evolución orgánica.

Crecimiento Digital

La transformación digital adaptada a las necesidades de los clientes, según los ejes de venta online (B2B o B2C) y marketing digital.



FMCG



RETAIL



SERVICIOS



INDUSTRIA

Somos expertos en Modelos de Negocio

Cuatro sectores, una visión transversal

Operamos en gran consumo, retail, servicios e industria

De la estrategia al mercado

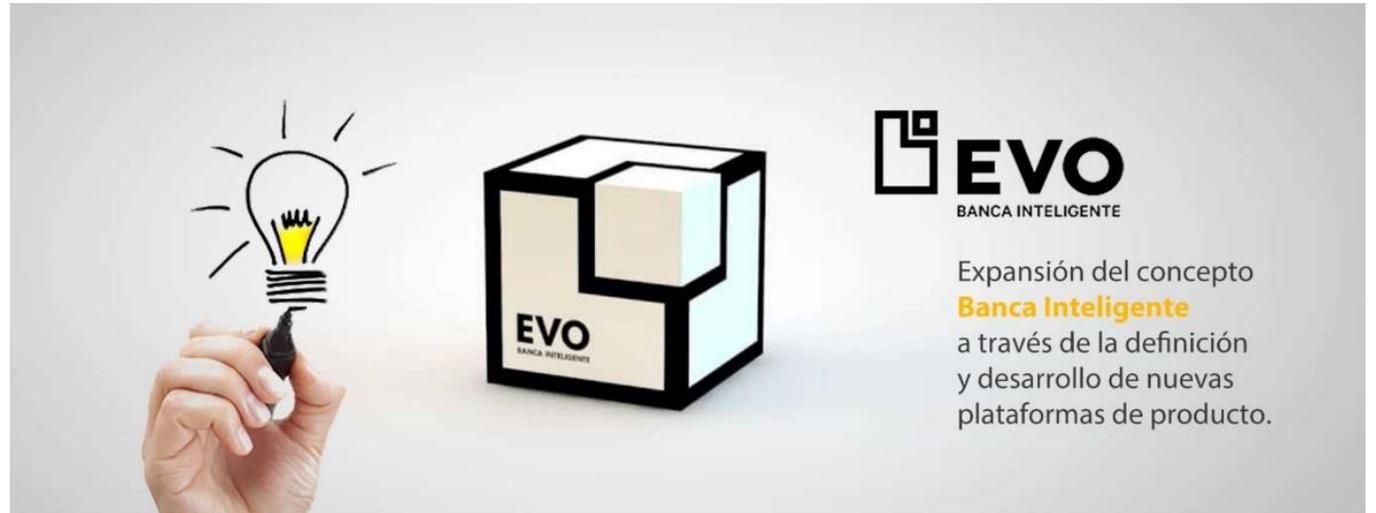
Detectamos y desarrollamos la oportunidad, definimos el plan de implementación y acotamos el plan financiero

El territorio de oportunidad

Definido a 4 niveles: empresa, unidad de negocio, categoría de producto/servicio y atributos

Maximizamos la propuesta de valor

A través de un enfoque global que recoge la totalidad de la propuesta de valor: producto, consumible y servicio



Construimos sobre la **esencia**
y **red de valor** del cliente.

Somos expertos en Desarrollo de Producto

Coordinación 360

Desde el plan estratégico, y las necesidades del modelo de negocio, hasta la coordinación de proveedores, prototipos, ensayos y procesos industriales

Áreas de actuación

Visibilidad tecnológica y de costes, análisis de tendencias, diseño industrial, gráfica aplicada, ingeniería, prototipos y procesos de fabricación

Proyectos llave en mano

Desde el posicionamiento en los mercados, hasta la definición de materiales y tecnologías productivas

Experiencia de producto - usuario

Foco en la rentabilidad y interface de uso: diseño integral, gestión de gamas, soluciones tecnológicas específicas



**Visión estratégica con gran
impacto y retorno económico.**

Somos expertos en Gestión del capital intelectual

Nuestro foco

Las corporaciones y sus necesidades de amortizar e incorporar conocimiento

Políticas de Intra-emprendimiento

Definimos y estructuramos spin-off y políticas de intra-emprendimiento para la empresa

Captación de conocimiento

Generamos aceleradoras corporativas para la captación de conocimiento externo a la corporación

Capital riesgo intelectual

Estructuramos operaciones corporativas a través del conocimiento (capital riesgo intelectual)



Maximizamos el conocimiento a través del intra-emprendimiento

Expertos en Crecimiento Digital

De la estrategia al modelo digital

Definimos estrategias y modelos de negocio que explotan el uso de las nuevas tecnologías digitales.

Criamos negocio sostenible en contextos digitales

Redefinimos el negocio en contextos donde los players digitales ultrapasan las fronteras del sector.

Potenciamos los negocios on-off

Plateamos estrategias que retroalimentan los distintos negocios del cliente.

Impulsamos las ventas online

Desde la construcción de la plataforma a la gestión de resultados a través de herramientas de marketing digital.



Acompañamos la **transformación digital** para **potenciar el modelo de negocio.**

Expertos en Retail



- Definimos **nuevos modelos de negocio** y trasladamos el modelo de negocio al **modelo de retail**.
- **Acompañamos** la transformación digital de nuestros clientes.
- Creamos estrategias para **incrementar el tráfico, el ticket medio y fidelizar**.
- Definimos verticales, **categorías de producto/servicio**.
- Estructuramos e implantamos **experiencias omnicanal**.
- **Planes de expansión** para modelos replicables y escalables.
- **Ponemos en valor la información del consumidor**.

SONAE

INDITEX

Imaginarium®



women'secret



NATIONAL
GEOGRAPHIC

SPRINGFIELD



SPRINGFIELD

HQ Grupo Cortefiel. España.

Reto

Definición de una categoría de productos para un segmento específico.

Solución

Identificación de los momentos y contextos de máximo valor de la compra de complementos; nuevas oportunidades de negocio para la marca.

Se definió la esencia, valores y catalizadores de la compra de complementos y los horizontes de dicha categoría para un target joven femenino. A partir de la arquitectura de la categoría de producto se identificaron momentos de valor desde el punto de vista de los jóvenes y se crearon nuevas oportunidades de negocio en función de ello.



HQ Global. España.

Reto

Identificar nuevos espacios de competencia y oportunidad para una tienda de juguetes educativos.

Solución

Definición de un territorio de oportunidades y marco de actuación para el desarrollo de cada oportunidad.

Definimos un paraguas de oportunidad que amplíase los límites de acción de la compañía, con la frase: Espacios comunes entre padres e hijos - basando la actuación de Imaginarium en ayudar a los padres a gestionar el tiempo que pasan junto a sus hijos potenciando la experiencia vivida a través de nuevos productos y servicios.



Franquicia Global. España y Reino Unido.

Reto

Evolucionar el concepto de Retail Store para definir su propio territorio y su sector

Solución

Estructuración del paraguas de oportunidad teniendo en cuenta una estrategia multicanal.

Para la definición del target nos basamos más en atributos que en perfiles socioeconómicos, unido a esto se definió una estrategia multicanal que incluye desde centros comerciales hasta aeropuertos.



Expertos en Servicios



- Definimos **el territorio de oportunidad de la empresa** a través de los servicios.
- Creamos **nuevos verticales de explotación** en base a la evolución tecnológica, social o del modelo de negocio.
- Estructuramos e implantamos categorías de nuevos servicios y **definimos la experiencia y el interface** de uso.
- Desarrollamos y **gestionamos el lanzamiento de nuevos servicios** a través de la gestión del modelo de negocio, el Design Thinking y los sistemas Agile.

BBVA



REPSOL

abertis



movistar



JCDecaux

abertis

Abertis es el líder mundial en gestión de carreteras.

Reto

Gestión de infraestructuras de pago clásica está llegando a el fin del modelo. Por otro lado la necesidad de gestionar de manera más eficiente de las vías públicas, es prioritario por el inminente cambio en el modelo de movilidad de las personas y las mercaderías.

Solución

Un nuevo modelo de negocio basado en un conjunto de herramientas digitales que permite por un lado el pago más fácil de las infraestructuras de pago tradicionales, y al mismo tiempo la tarificación de otras infraestructuras de uso libre, pero que requieren la utilización del pago para generar su gestión en tiempo real con el fin de hacer un uso mucho más eficiente y equilibrado de las mismas. Convirtiendo así un sistema ideado para el pago aplazado de nuevas infraestructuras en una forma de utilizar mejor las existentes.



JCDecaux

HQ Global. Francia.

Reto

JCDecaux, es uno de los líderes mundiales en publicidad y servicios para las municipalidades. Su modelo de negocio está basado en conseguir contratos exclusivos de publicidad de grandes ciudades (New York, París, Barcelona, etc) a cambio de servicios para los ciudadanos y el pago de un canon económico. El reto consistía en diseñar un nuevo portfolio de productos y servicios en forma de modelo de negocio que permitiera ganar competitividad en los concursos, reduciendo al máximo el canon económico.

Solución

Distintos modelos de negocio basados en dos ejes: "Transporte capilar" o como unir los distintos nodos de transportes urbanos con modelos flexibles. (Bicicletas, escaleras mecánicas, etc.) y maximizar el concepto de Smart Cities en aplicaciones concretas.



Telefonica

HQ Global. España.

Reto

Definición de como mostrar nuevos servicios en la televisión para convertirla en una oferta más atractiva.

Solución

Desarrollo del nuevo sistema de navegación teniendo en cuenta la variedad de targets (familia).

En este nuevo sistema se adaptó cada necesidad del usuario a una solución, permitiendo una mayor interacción y control, y una facilidad de navegación y mejora de accesibilidad al contenido a través de servicios interactivos avanzados y de un soporte a usuarios adecuado.



Expertos en Industria, Bienes de Consumo



- Definimos **nuevas categorías** y estructuramos **portafolios de producto**.
- Estructuramos **experiencias** de uso en base a **canales, targets y tecnologías**.
- Definimos **experiencias de uso**: interfaces.
- Definimos e implantamos **políticas de imagen corporativa de producto**.
- Desarrollamos **planes estratégicos de producto**.
- Definimos modelos de negocio basados en la **exploración de servicios**.



Steelcase



B/S/H/
BSH BOSCH UND SIEMENS HAUSGERÄTE GMBH



B/S/H/

BSH BOSCH UND SIEMENS HAUSGERÄTE GMBH

División electrodomésticos WWW. Alemania y España.

Reto

El reto consistió en definir una línea de productos de diseño propio, tecnológicamente compatible con las marcas del grupo BSH y capaz de ser utilizado en todas las marcas BSH de referencia en el mercado Mediterráneo.

Solución

Generamos una nueva gama de productos con una imagen diferenciada de las otras marcas del grupo BSH, bajo el lema 'por un mundo más cómodo'. La mayor diversificación de productos ofrecidos ha mejorado el posicionamiento de la marca en el mercado, contribuyendo también al posicionamiento de BSH España como uno de los tres países de referencia para el grupo.



www.loop-cn.com



HQ. División de medio y largo formato de inyección WWW. España.

Reto

Como pasar de vender bienes de equipo a vender productos de gran consumo.

Solución

Desarrollo de un plan de trabajo a largo plazo para la definición del producto.

Partimos de un modelo de negocio dirigido a un público profesional para pasar a un producto dirigido a un público masivo, cambiando la visión del producto centrada en la impresora por un modelo de negocio más global en el que el servicio y los consumibles (tintas y papel) son el principal foco.



Grupo Freudenberg. División FMCG. España.

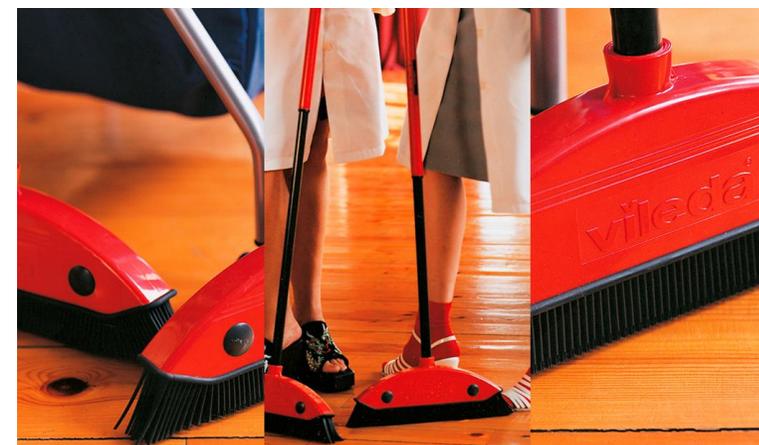
Reto

Definición de productos con valor diferencial de mercado en base a nuevas tecnologías.

Solución

Creación de una nueva categoría de producto cuyo valor diferencial es que no se cargan de energía estática.

Se creó una nueva gama de escobas basadas en la introducción en el mercado de nuevos materiales y tecnologías de fabricación.



Expertos en FMCG



- Detectamos **nuevas oportunidades de mercado (negocio)**.
- Definimos **nuevos territorios de oportunidad** para las marcas.
- Definimos **nuevos modelos de negocio y categorías** de producto/servicio.
- Creamos **diferenciación en categorías** de productos maduros (existentes).
- Utilizamos la **oferta tecnológica para conceptualizar nuevos productos**.
- Creamos **nuevas experiencias de compra y consumo**.



NESPRESSO

RECKITT
BENCKISER

REVLON

Carlsberg

vileda

Coca-Cola

durex



Reto

Definición de oportunidades de consumo OOH; conceptualización de la oferta y definición de la diversidad técnica/comercial en base a un producto existente.

Solución

Conceptualización de productos y servicios para cada oportunidad definida.

Además de la evolución del modelo de negocio y la conceptualización de productos y servicios, se realizó una **definición modular del equipo** en base a una máquina existente **para crear diferentes soluciones de café** que respondan a los distintos enfoques. Evolución del modelo de negocio de la unidad **Business Solutions**.



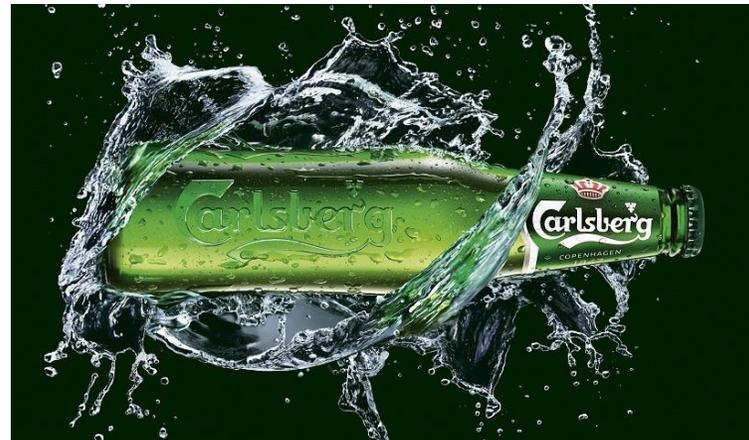
Reto

Identificación, definición y desarrollo de una nueva experiencia cervecera en el canal HORECA.

Solución

Catalogación de establecimientos HORECA en función de la experiencia e identificación de oportunidades de mejoría.

Creación de una **nueva experiencia que aporta valor a los tres elementos clave de la experiencia cervecera** en HORECA: barista, establecimiento y producto – aumentando la imagen y la percepción de valor tanto a nivel de cliente como de consumidor. El nuevo estándar de cerveza desarrollado fue pensando también con la intención de ser **exportable al mercado doméstico**.



Reto

Conceptualización y desarrollo de un nuevo modelo de negocio de helados soft.

Solución

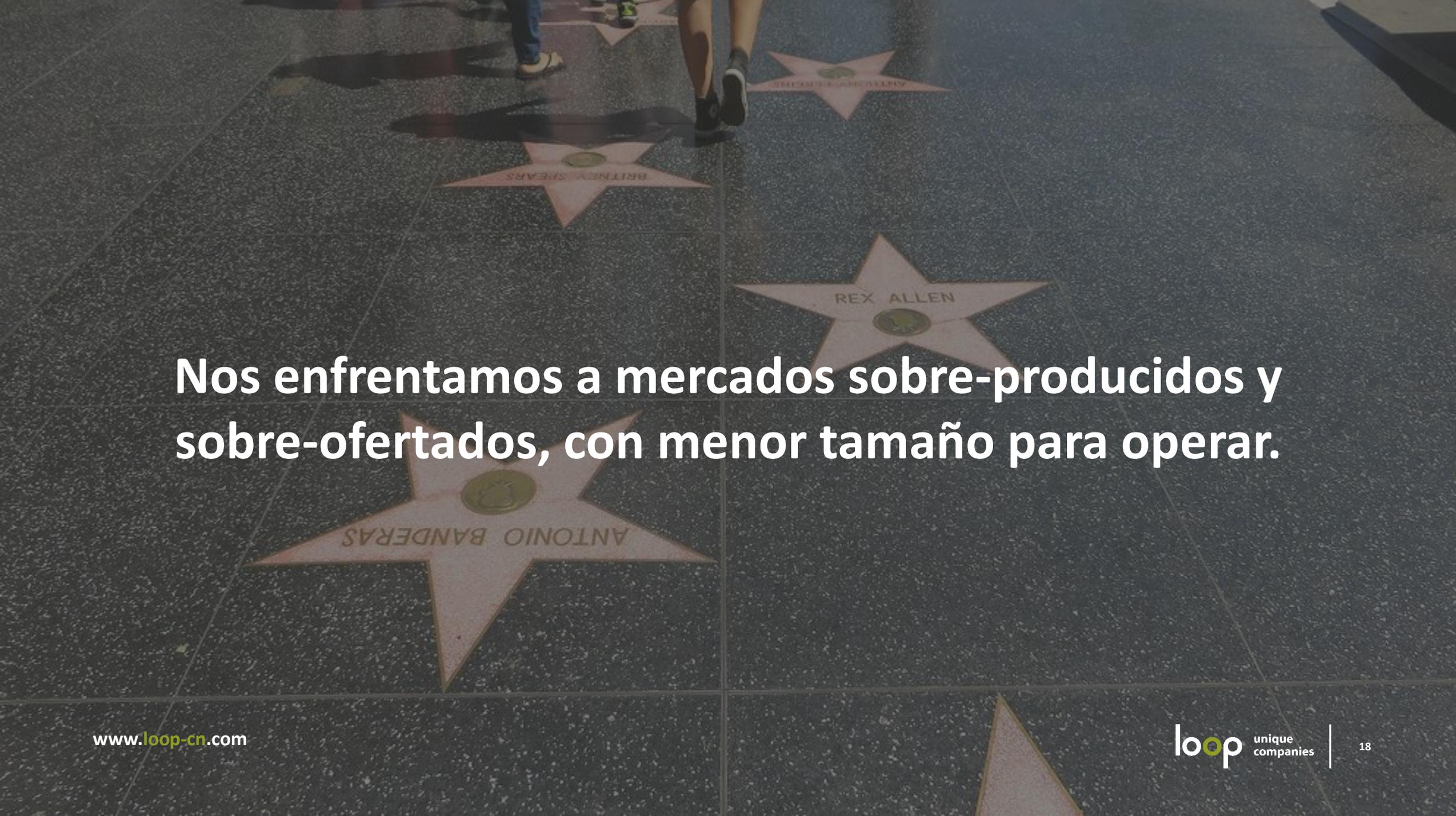
Creación de un sistema de preparación de helado cremoso; integración en nuevos momentos de consumo; apertura de nuevos canales de baja canibalización.

Creación de un nuevo sistema que ofrece una experiencia mágica para el consumidor y maximiza los valores del producto además de crear una apertura hacia nuevos canales de venta (horeca, kioscos, etc) para esta categoría de helado. **Fabricación, almacenaje, distribución y conservación en el punto de venta** siguiendo las capacidades de Unilever.





La coyuntura actual



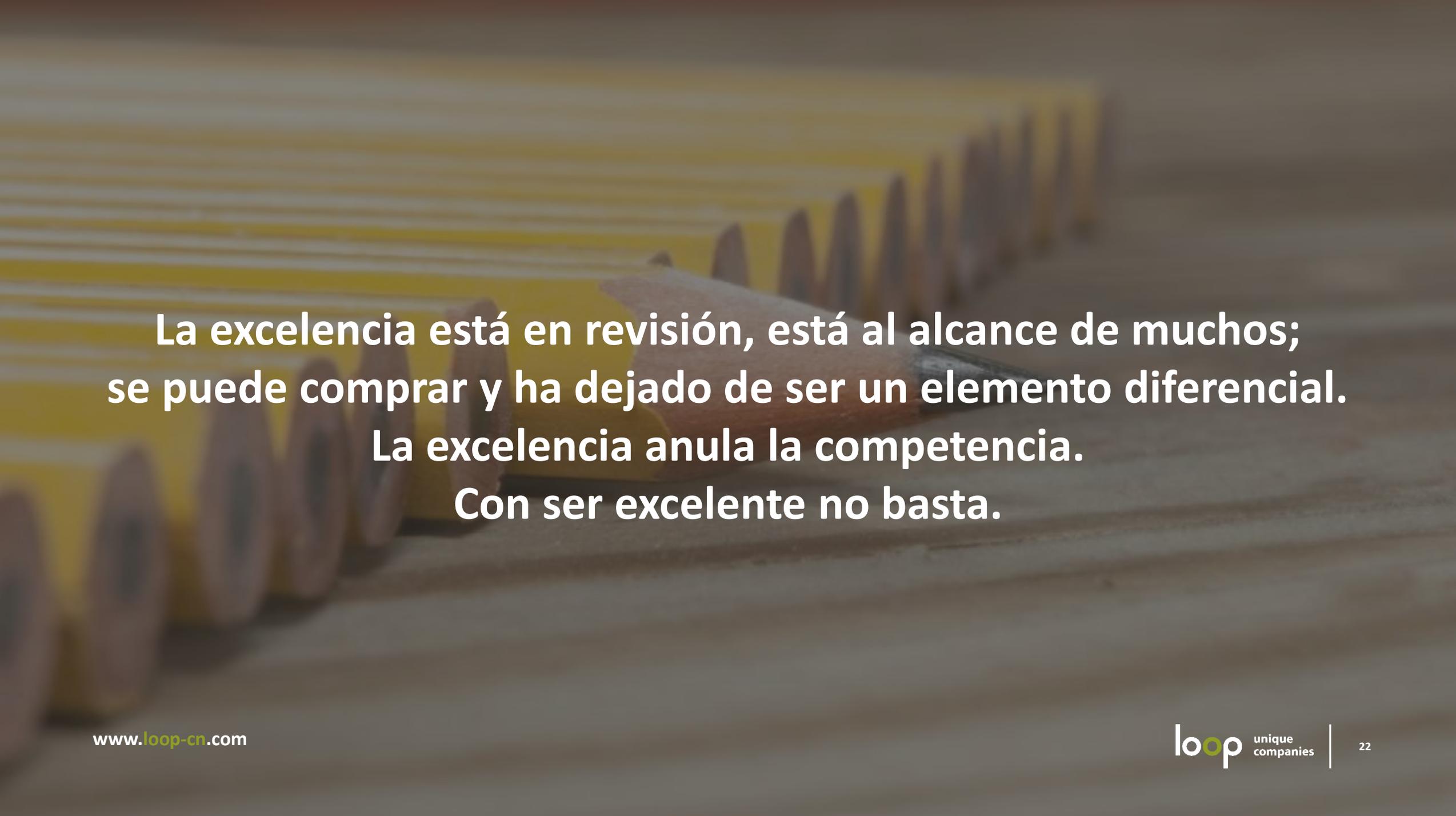
Nos enfrentamos a mercados sobre-producidos y sobre-ofertados, con menor tamaño para operar.

Mercados en los que un numeroso grupo de competidores van en pos del mismo cliente, donde la velocidad se ha vuelto clave.



Velocidad para difundir el conocimiento y velocidad para anular las ventajas competitivas del otro.

Hoy es imposible saturar de productos un mercado antes de que el conocimiento que los conforma llegue a los competidores.



**La excelencia está en revisión, está al alcance de muchos;
se puede comprar y ha dejado de ser un elemento diferencial.
La excelencia anula la competencia.
Con ser excelente no basta.**

Hoy la obsolescencia conceptual llega antes que la amortización del esfuerzo necesario. Las empresas no saben cómo amortizar.

Open Innovation

¿Qué es “*open innovation*”?

Concepto introducido por Henry Chesbrough en 2.003
Nutrirse de las mejores ideas allá donde estén.
Misma importancia a lo desarrollando dentro de la compañía que a lo desarrollado fuera.
Conocimiento que no encaja en la estrategia, puede ser explotado por un 3º.
Potencialmente todo el mundo es cliente y proveedor
Obtener mayor velocidad, a menor coste.



¿Qué hay de nuevo en este enfoque?

Situar el conocimiento y el modelo de negocio en el centro de la dinámica de innovación.

Es el modelo de negocio el que proporciona el criterio y el filtro necesario.

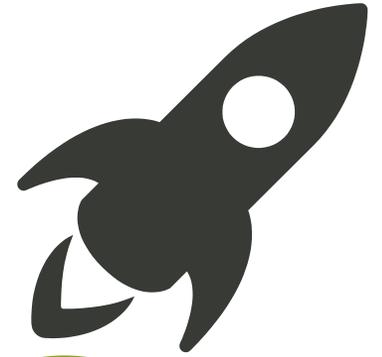
Solo es posible la innovación sostenible a partir de un proceso de desarrollo y captura de conocimiento.

Hay que establecer procesos de creación de valor y de captura de valor.



La visión de Loop

¿Por qué la **gestión del capital intelectual**?



Ganar tiempo
e implementar oportunidades
de (nuevos) negocios de forma
rápida



Flexibilizar procesos
de creación y diversificación
de negocio Spin off – Start up



Aprender y adoptar
nuevas formas de trabajar y
ver el mercado

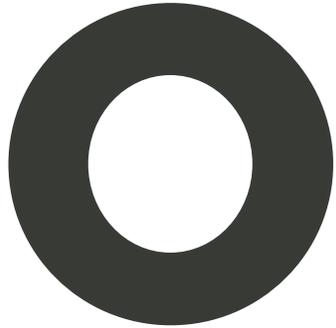


Adquirir y amortizar
conocimiento
esencial para su empresa

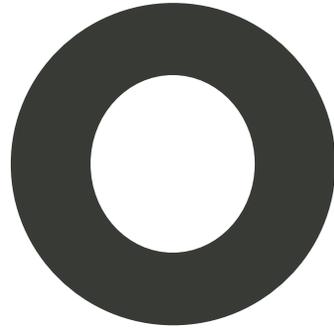
La gestión del capital intelectual tiene de objetivo minimizar el coste de oportunidad

Gestión del capital intelectual

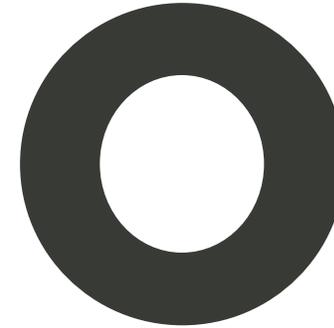
Ventajas



Bajo riesgo
Basado en las necesidades
y ADN de su empresa:
PROACTIVIDAD



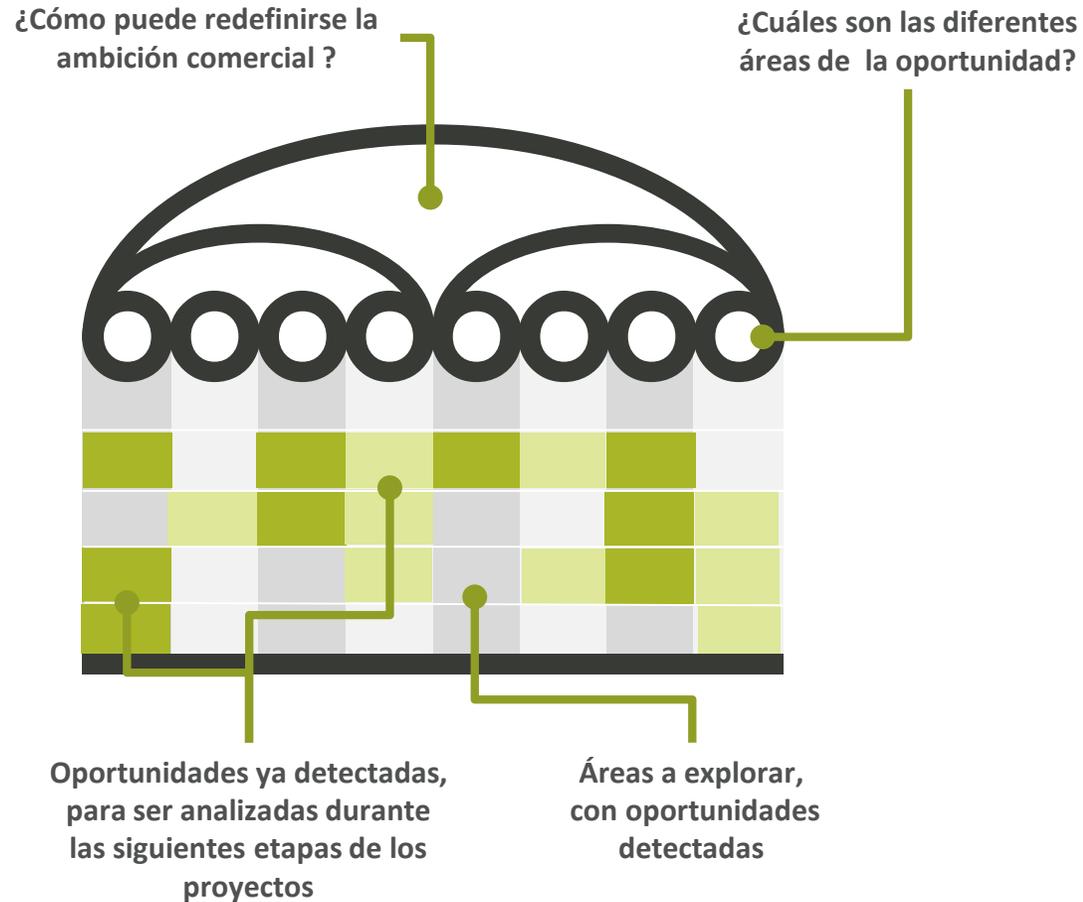
Minimizando el coste
de oportunidad
Sin necesidad
de infraestructuras



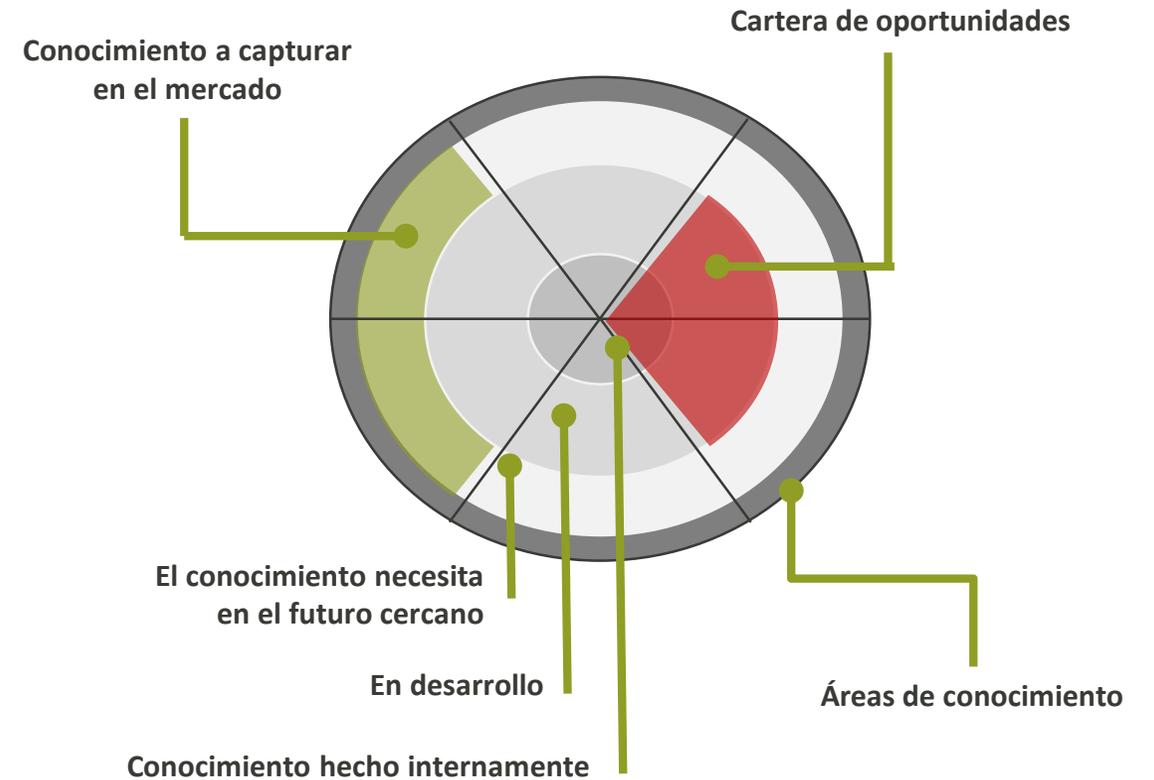
Resultados concretos
Basado en 25 años de
experiencia

Comprensión de los resultados

Territorio de oportunidad



Mapa de conocimiento





¡Muchas gracias!

a.flores@loop-cn.com **Email**

[antoniflores](#) **Linkedin**

[@Antoni_flores](#) **Twitter**

[@loop-cn](#)

www.antoniflores.com **Blog**