



# WHEN INNOVATION MEETS REALITY

COMO DESARROLLAN GRANDES  
PRODUCTOS LAS EMPRESAS DE TAMAÑO  
INTERMEDIO (ETI)

Noviembre 2025

OPEN  
INNOVATION  
CULTURA  
INNOVADORA  
DESIGN THINKING  
& LEAN STARTUP  
EMPRENDIMIENTO

# ¿Quiénes son nuestros clientes?



## Corporates

## Escuelas de Negocio

## Otras Entidades

¿Por qué van a desaparecer vuestras empresas?

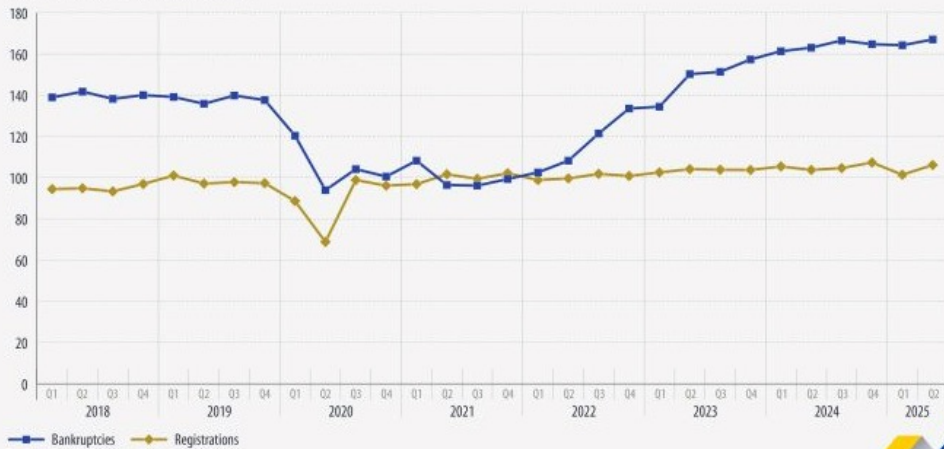






Registrations of businesses and declaration of bankruptcies in the EU, Q1 2018 to Q2 2025

(seasonally adjusted data; 2021=100)



eurostat

In Q2 2025, seasonally adjusted bankruptcy declarations increased by 1.7% in the EU, compared with Q1 2025, thus reaching a higher level than during the period from Q1 2018 until Q1 2025.

europapress / economía finanzas

Las empresas españolas alcanzaron las 6.690 quiebras en 2024, un 26% más, el nivel más elevado en una década

La próxima... ¿será la tuya?

## ¿Qué pasará en 2025? Emprendedores

El informe señala que los principales desafíos para 2025 son los riesgos geopolíticos y las disrupciones comerciales, ya que las políticas arancelarias aplicadas al comercio transfronterizo dificultan el entorno operativo para las empresas.

“Con la presión financiera aumentando en todos los sectores, las quiebras corporativas mantendrán su trayectoria ascendente a lo largo de 2025, sin que se espere un alivio significativo hasta finales del año”, vaticina Singh.

DIRECCIÓN GENERAL | ESTRATEGIA

# POR QUÉ FRACASAN LAS EMPRESAS

BY JAUME LLOPIS

Posted on marzo 13, 2023

AUTOR

**JAUME LLOPIS**

Jaume Llopis es Senior Lecturer del Departamento de Dirección Estratégica de IESE Business School

“...por su ***incapacidad para escapar del pasado*** y su ***incapacidad para inventar el futuro...***”

“Las empresas de éxito se adelantan a su competencia, adaptan sus estrategias a los cambios del entorno, están constantemente alerta para reinventarse”

“Las empresas fracasan porque no saben ver el futuro de su negocio”

¿Cómo escapar del pasado?  
¿Cómo ver el futuro?

INNOVACIÓN

Pero....

¿De qué hablamos cuando decimos que es necesario innovar  
para permanecer en el negocio?

¿Necesitamos una gran idea,  
o mucha tecnología,  
o mucho dinero  
para innovar en la empresa?

# NUDE PROJECT®



Nude Project, la marca española favorita de la generación Z

MARÍA TAPIA @mariatapiah 11 JUN. 2025 - 08:51



Nude Project acaba de abrir su primera tienda en Madrid. Con una facturación que supera los 26 millones de euros,

# ECOALF



Empresa

**Ecoalf avanza en su expansión internacional y apunta a 150 millones de euros en 2027**

**26M€**

6 stores  
62% online sales  
500 references

**70 M€**

60 selling points around  
the world



## Singularu cierra 2024 con ventas de 30 millones de euros y una decena de tiendas más

La firma valenciana de joyería finalizó su último año fiscal con un récord de ventas, respaldado en su estrategia de desarrollo. En pleno fervor por las Fallas, [FashionNetwork.com](https://www.fashionnetwork.com) se reunió con la cofundadora y consejera delegada de Singularu, Cristina Aristoy, en las oficinas centrales de la marca, en pleno centro de Valencia, para hacer balance de su último ejercicio.



**30M€**  
57 stores  
+430k Insta followers



Empresa

## Morrison crece un 25% y alcanza 8 millones de facturación en 2024

La compañía española de calzado ha terminado su último ejercicio registrando un crecimiento del 25% respecto a 2023, llegando a los ocho millones de euros en ventas. En 2025, la marca ya ha inaugurado cuatro tiendas propias.



Morrison ya ha inaugurado cuatro tiendas propias en lo que llevamos de 2025.

**8 M€**  
3 stores  
500 selling points  
+350k pairs sold

# citibox

ElReferente

Citibox levanta 80M€ en una operación liderada por Growth Credit Partners y CoVenture



**65M€**

+50.000 buzones inteligentes en Madrid y Barcelona

# V2C

**Economía Digital Comunidad Valenciana**

NACIONAL | ECONOMÍA | EMPRESAS | POLÍTICA | SOCIEDAD | ALICANTE

Empresas

Repsol y Suma Capital invierten 5 millones en la tecnológica valenciana de cargadores eléctricos V2C

Con una facturación de diez millones, la inversión permitirá a la tecnológica valenciana expandirse en Europa y consolidar su liderazgo en cargadores inteligentes para vehículos eléctricos



**10 M€**

Objetivo: 100.000ud  
vendidas en 2027

**WE  
TANGIBLE**

¿NECESITAMOS INNOVACIONES  
RADICALES?.....

**NO!**

Lo que necesitamos es ...

- escuchar y entender al cliente
- saber cómo usa nuestros productos
- descubrir gaps de diseño, ineficiencias



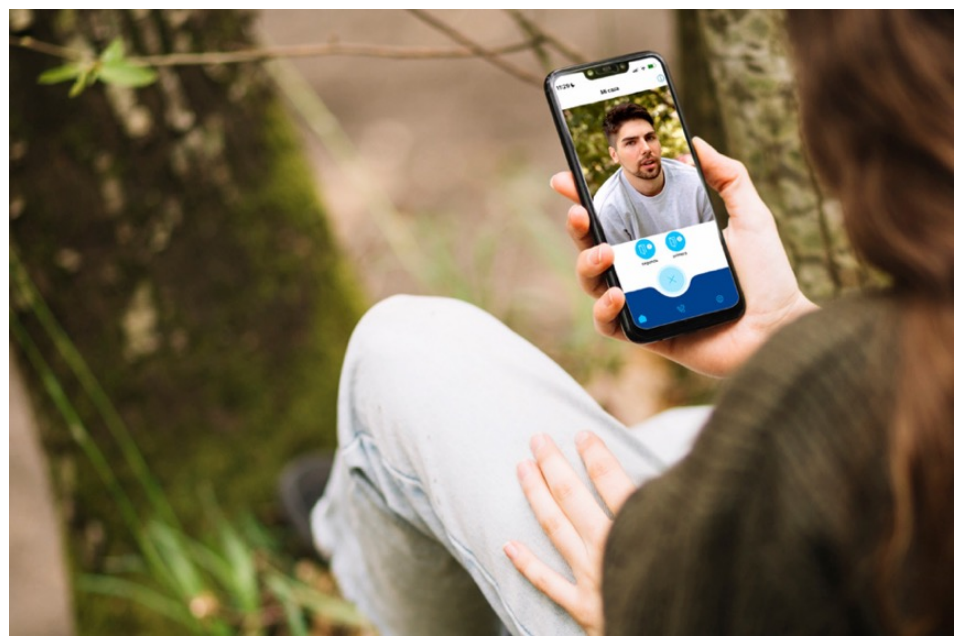
Porque Innovar es  
transformar las oportunidades de mejora  
en soluciones que aporten valor a los clientes



y empresas que conoces, lo han hecho

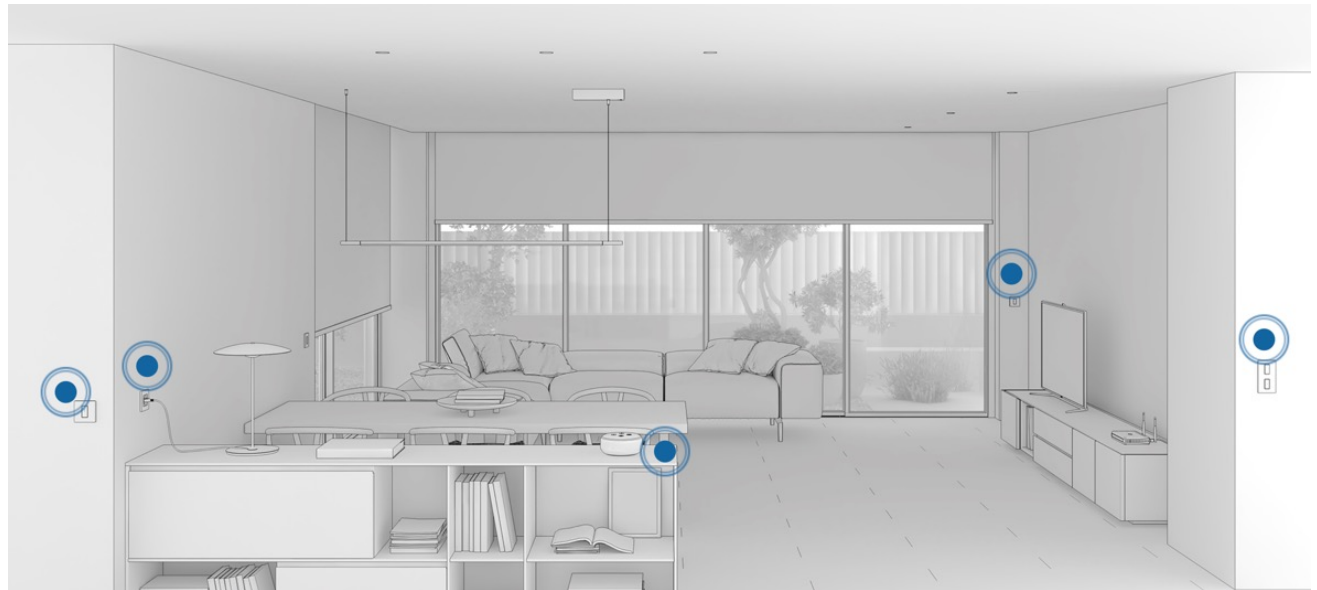
# FERMAX

De teléfonos y monitores a **“llevar el telefonillo en tu móvil”**



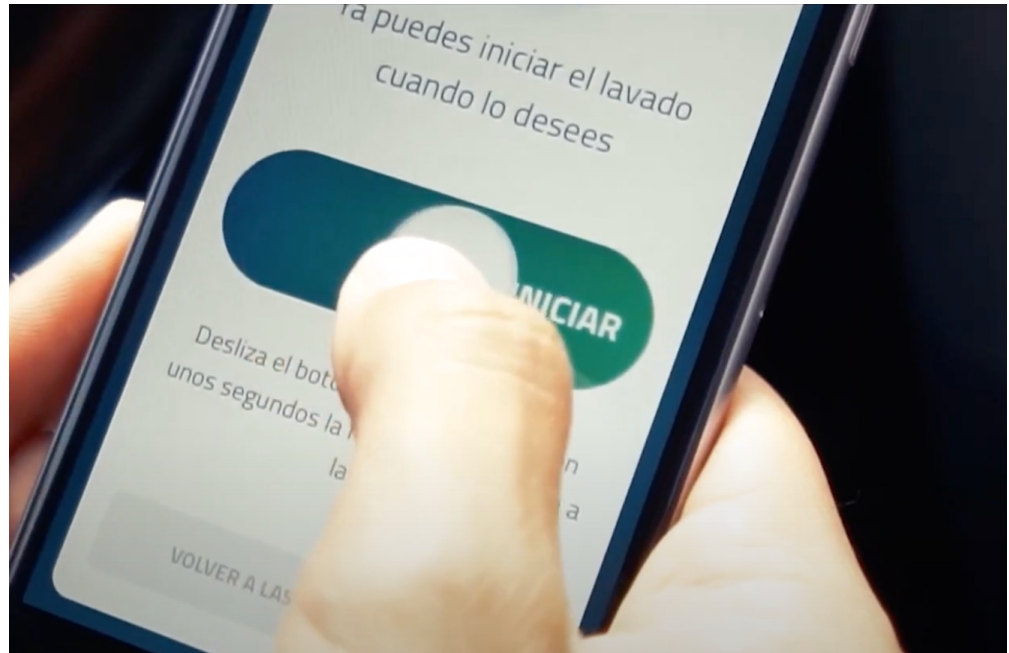
*“Para que estés allí donde quieras estar y en tu hogar al mismo tiempo”*

## De mecanismos a **“crear espacios conectados”**



*“Controla tu hogar desde donde estés.. desde tu móvil”*

## De lavar vehículos con monedas a **“Smartwash”**



*“Lavado más intuitivo y sencillo, sin salir de tu coche”*

## De stock de imágenes a **“reinventa tu forma de crear”**

### Fotos perfectas para cada ocasión

Navega por las distintas categorías para encontrar las imágenes que mejor expresen tus ideas y conecten con tu audiencia



Personas y emociones



Estilo de vida y bienestar



Educación y formación



Negocios y marketing



Naturaleza



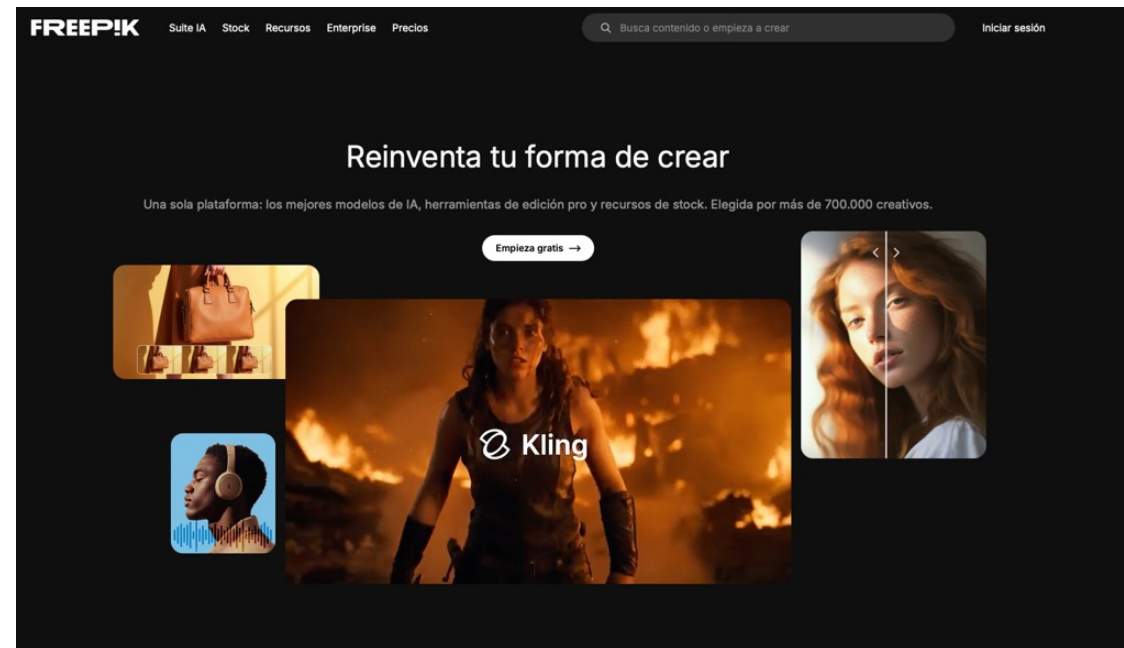
Comidas y bebida



Deporte



Industria y tecnología



**“Diseña mejor y más rápido”**

El reto de las empresas:  
¿Apostar por el “hoy” o por el “mañana”?



# El reto de las empresas



Entorno competitivo y cambiante.  
Necesidad de permanecer  
**competitivos**

**COMPETITIVIDAD**  
*(hoy)*



**vs.**



Nuevas tendencias, tecnologías,  
generaciones.  
Necesidad de **adaptarse**

**PERMANENCIA**  
*(mañana)*



# El reto de las empresas

- Las empresas que quieren tener éxito deben hacer **ambas**

Crear productos de mayor **valor** para los clientes

**COMPETITIVIDAD**  
(hoy)



+

Generar soluciones **innovadoras** adaptadas a la nueva realidad

**PERMANENCIA**  
(mañana)

 bizum



# El reto de las empresas

- Las empresas que quieren tener éxito deben hacer **ambas**

Crear productos de mayor **valor** para los clientes

**COMPETITIVIDAD**  
*(hoy)*



Innovación Competitiva

+

Generar soluciones **innovadoras** adaptadas a la nueva realidad

**PERMANENCIA**  
*(mañana)*



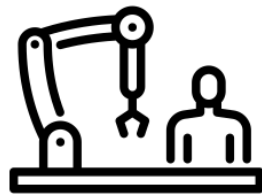
Innovación Abierta

**INNOVACIÓN  
COMPETITIVA**

Las organizaciones son maquinarias perfectamente  
engrasadas para hacer muy bien lo que saben hacer  
hoy...

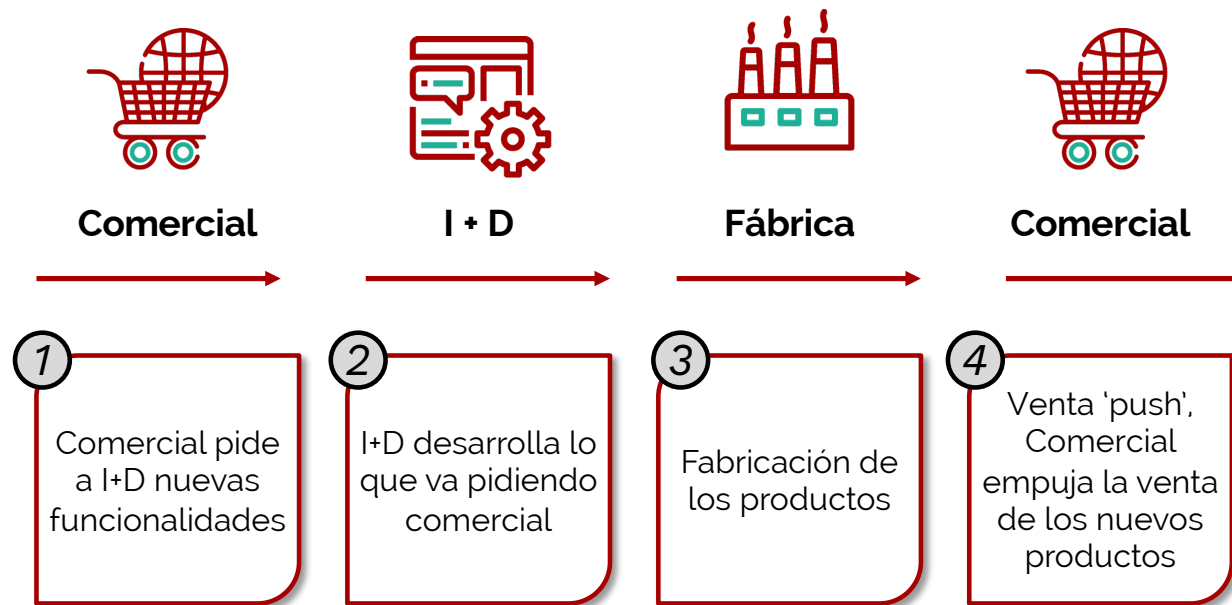


# ¿Están capacitadas para hacer algo distinto?



# El proceso actual de desarrollo de producto ya no funciona...

Proceso "típico"



# El proceso actual de desarrollo de producto ya no funciona...



Altísima competencia y rapidez en poner productos en el mercado (China)

Automotive News Europe

HOME FEATURES OPINION PHOTOS THE NUMBERS CUTAWAYS RESOURCE CENTER EVENTS


May 22, 2024 04:04 AM

## China's low-cost EV is coming to Europe, leaving automaker bosses 'nervous'

Even after tariffs and modifications to meet European standards, BYD executives have pledged to sell the Seagull for less than €20,000.

Bloomberg

TWEET SHARE in SHARE EMAIL



BYD plans to introduce its the Seagull small hatchback in Europe next year.

Bloomberg

# El proceso actual de desarrollo de producto ya no funciona...



Altísima competencia y rapidez en poner productos en el mercado (China)

Situación geopolítica incierta (tensión en cadena de suministro, aranceles, ...)



# El proceso actual de desarrollo de producto ya no funciona...



Altísima competencia y rapidez en poner productos en el mercado (China)

Situación geopolítica incierta (tensión en cadena de suministro, aranceles, ...)

Nuevas formas de consumo, inmediatez y usabilidad de los productos (Gen Z)



# El proceso actual de desarrollo de producto ya no funciona...

Si no hacemos nada, veremos como...



nuestro producto/servicio sufre una disminución paulatina de ventas

los márgenes de contribución se erosionan

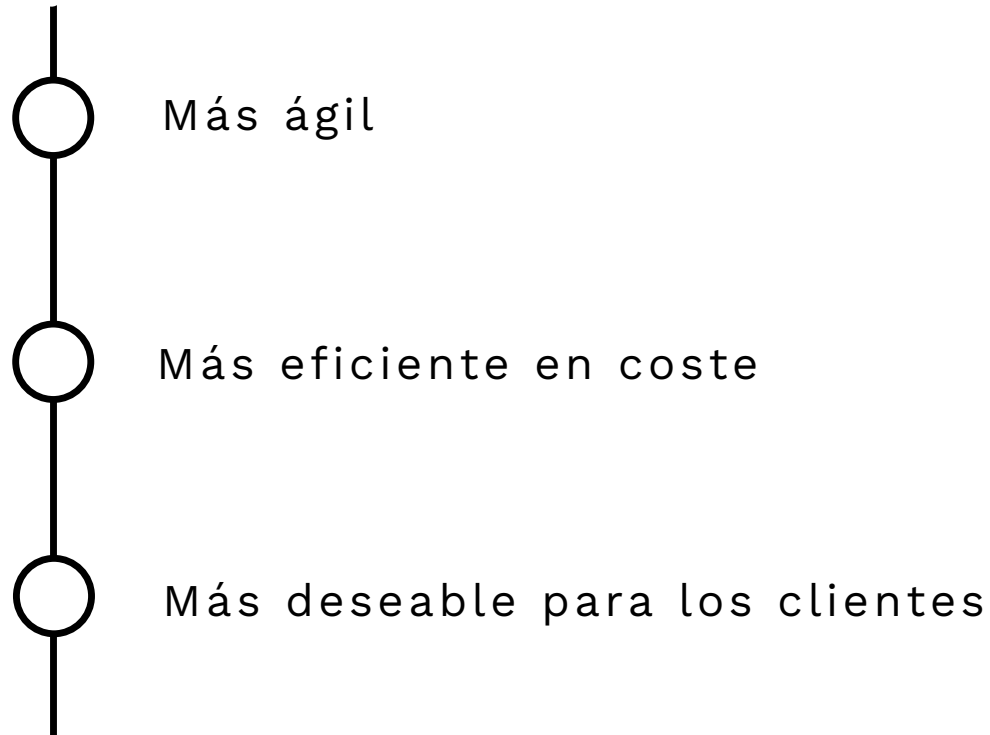
los clientes muestran escaso interés en el nuevo producto / funcionalidad

El cliente no compra productos, cubre necesidades

Muchas veces estamos más preocupados por  
optimizar lo que producimos  
que en descubrir lo que el cliente realmente necesita

Es necesaria una nueva forma de desarrollar  
productos / servicios de mayor valor

# Es necesaria una nueva forma de desarrollar productos...



# Es necesaria una nueva forma de desarrollar productos...



Un proceso que garantice que



Escuchamos al cliente y entendemos lo que necesita

Se trabaja en equipo y se construyen propuestas de valor conjuntas, sin silos

Desarrollamos únicamente lo que el cliente necesita, optimizando recursos

# Cómo desarrollan sus productos las ETIs

**Andreu World**

**Circutor**

**FERMAX**

GANDIABLASCO

**gaviota**  
The Sun & Shutter Specialists

**GIRBAU**

**Infrico**

**INTARCON**

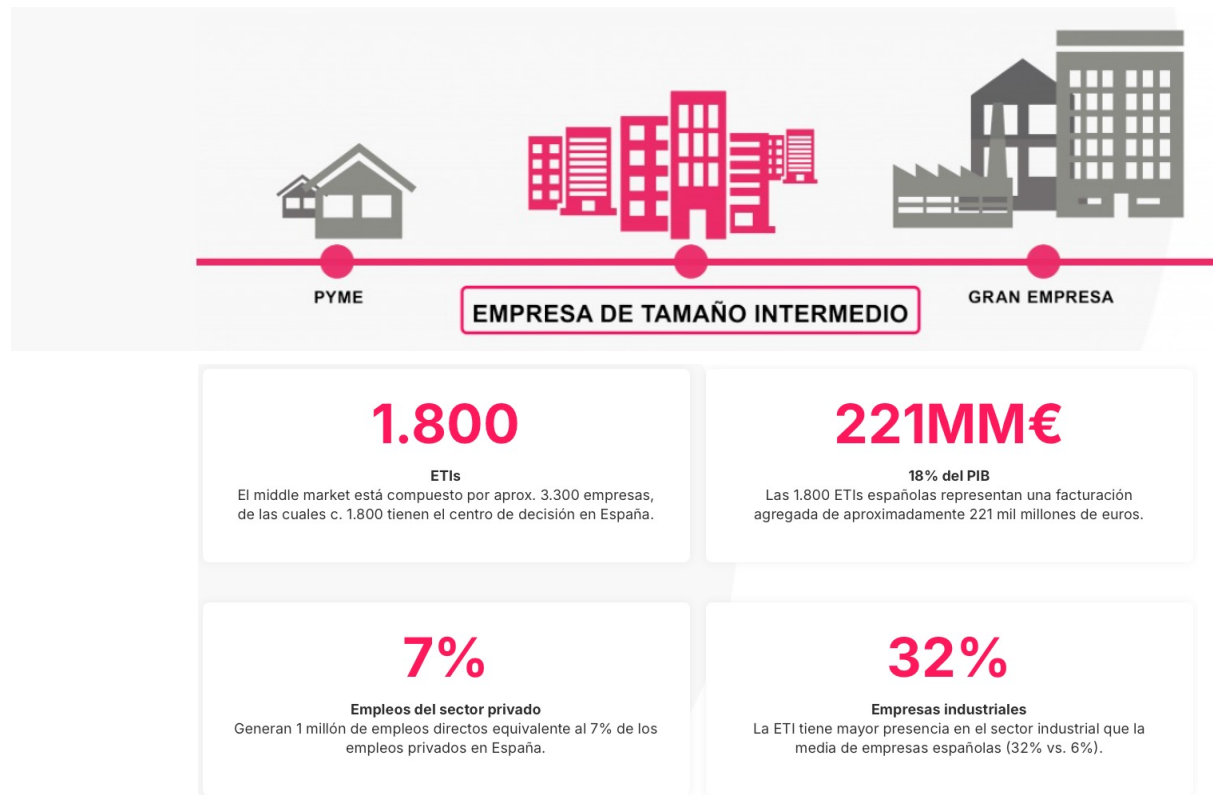
**ISTOBAL**  
Vehicle Wash & Care

**simon**

# Antes de seguir....

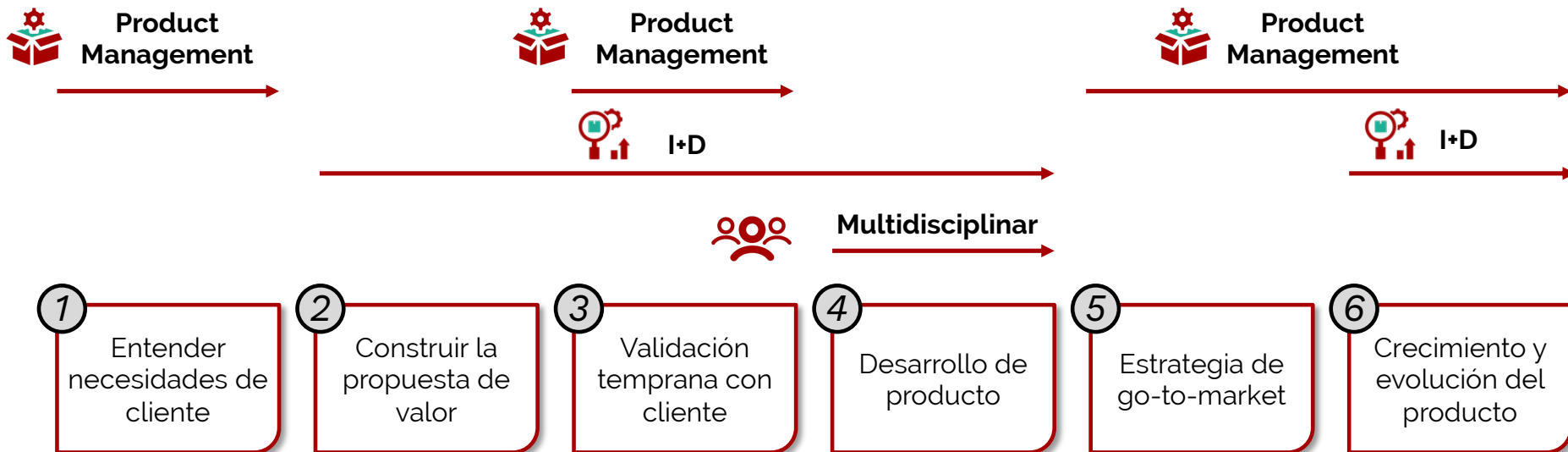
## ¿Qué son las ETIs?

Conjunto de empresas en España que tienen una facturación entre 50 y 500 millones de euros, y entre 250 y 3.000 trabajadores.



# El nuevo proceso de desarrollo de producto

Transversal, estructurado y centrado en el cliente.  
Desde la concepción de la idea hasta el go-to-market.



<sup>(1)</sup>Proceso simplificado

# Notas



Producto = Producto o Servicio

Problema = Problema, necesidad o deseo

# El nuevo proceso de desarrollo de producto en detalle

# El nuevo proceso de desarrollo de producto

Hibridación de metodologías



## ***Design Thinking***

La mejor metodología para entender lo que necesita el cliente



## ***VAVE***

La mejor metodología para saber por qué está dispuesto a pagar el cliente y generar el diseño más eficiente

**Resultado: un producto eficiente que cubre la necesidad real del cliente**

# Design Thinking

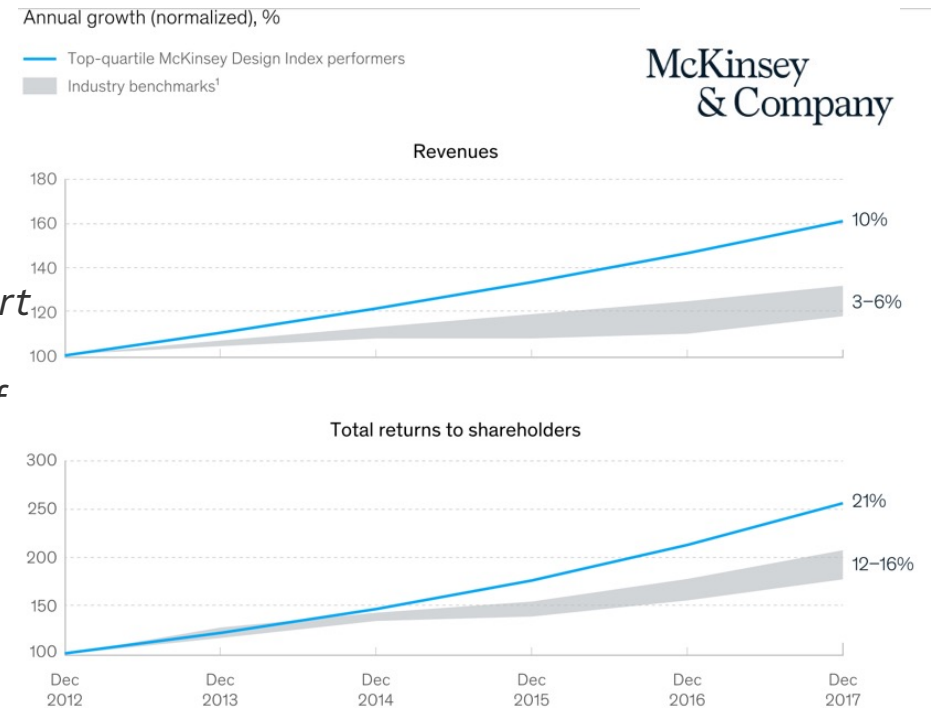


...Design thinking, is “*the single biggest competitive advantage that you can have, ... because if you solve for their (customer) needs first, you’ll always win.*”\*...

*Jennifer Kilian. McKinsey partner*

“...McKinsey Design’s 2018 Business Value of design report found that the best design performers increase their revenues and investor returns at nearly **twice** the rate of their industry competitors...”

\*What is design thinking?  
March 6, 2023 | Article  
[link](#)



Desarrollo de Producto y Design Thinking- V <sup>1</sup>The envelope was set by the minimums and maximums of three independent data sets: MDI 2nd, 3rd, and 4th quartiles; the S&P 500; and a McKinsey corporate database of 40,000 companies.

# Design Thinking tradicional

Design Thinking. Stanford d.school

**1. Empatizar:** “Para crear, necesitas conocer a los usuarios y preocuparte por sus vidas”



**2. Definir:** “Centrar y definir el problema es la única forma de buscar la solución adecuada.”



**3. Idear:** “No es cuestión de dar ‘con la idea correcta’ si no de generar la mayor variedad de posibilidades.”



**4. Prototipar:** “Construir para pensar y testear para aprender.”



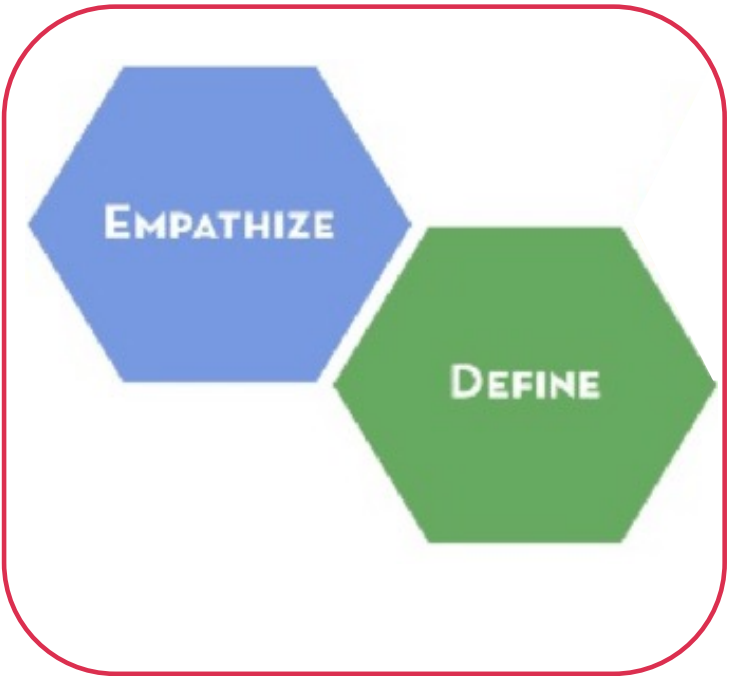
**5. Testear:** “Testear es una oportunidad para aprender de tu solución y del usuario”

# Design Thinking tradicional

Design Thinking: 3 grandes bloques

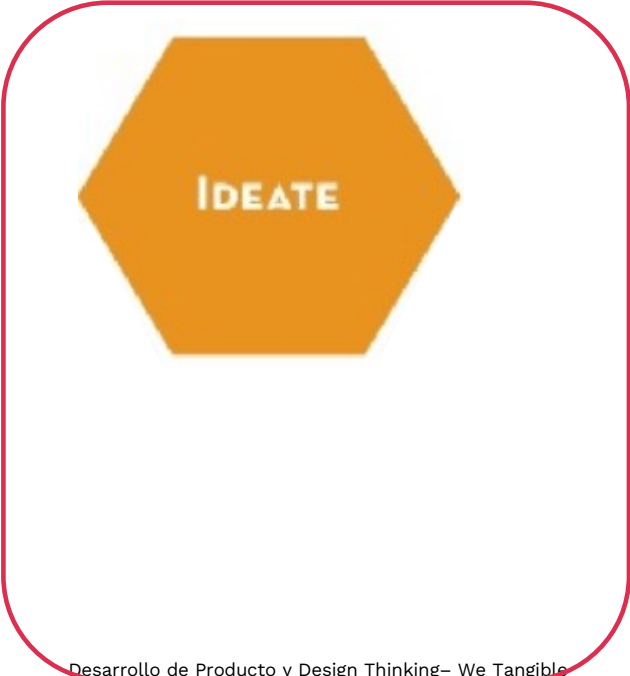
**Bloque 1:**

Entender las necesidades de cliente y priorizar



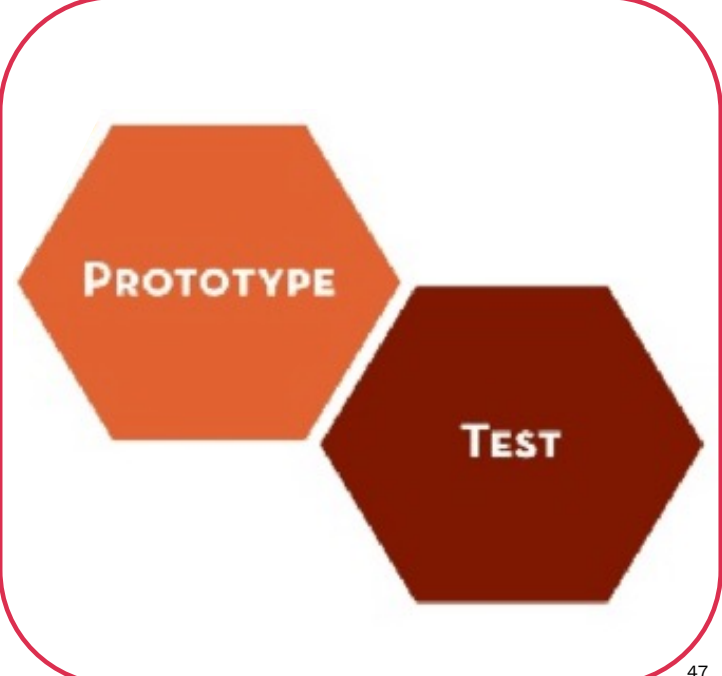
**Bloque 2:**

Generar nuevas propuestas de valor



**Bloque 3:**

Validar con cliente antes de invertir



# VAVE – Value Analysis / Value Engineering

## Qué es VAVE

- Metodología destinada a **aumentar el valor proporcionado** al cliente

### Definición\*

*‘Proceso sistemático usado por un equipo multidisciplinar cuyo objetivo es mejorar el valor de un producto/proceso/servicio a través del análisis de sus funciones’*

$$\text{Valor} = \frac{\text{Función}}{\text{Recursos}}$$

**función:** lo que el producto hace, su razón de ser

**recursos:** lo que cuesta que el producto proporcione esa función

**valor:** es el valor percibido por el cliente

\* Society of American Value Engineers

# VAVE – Value Analysis / Value Engineering

## Qué es VAVE

En un Workshop para mejorar el coste de un producto como este...



...el equipo normalmente plantearía ideas del tipo:

- *Reducir longitud del cable,*
- *Cambiar materiales*
- *Hacer la base más pequeña o de una sola pieza*
- *Optimizar / reducir tamaño palas*
- *Eliminar pintura...*

... y el resultado sería...



Éste es en realidad un ejercicio de 'Reducción de Coste'

# VAVE – Value Analysis / Value Engineering

## Un ejemplo...

Reflexionar sobre las **funciones** del producto (qué hace, qué es, para qué sirve)  
**aumenta nuestra capacidad** de idear **formas alternativas** de resolver un problema →  
 reducir coste, mejorar funciones o ambos

Dyson



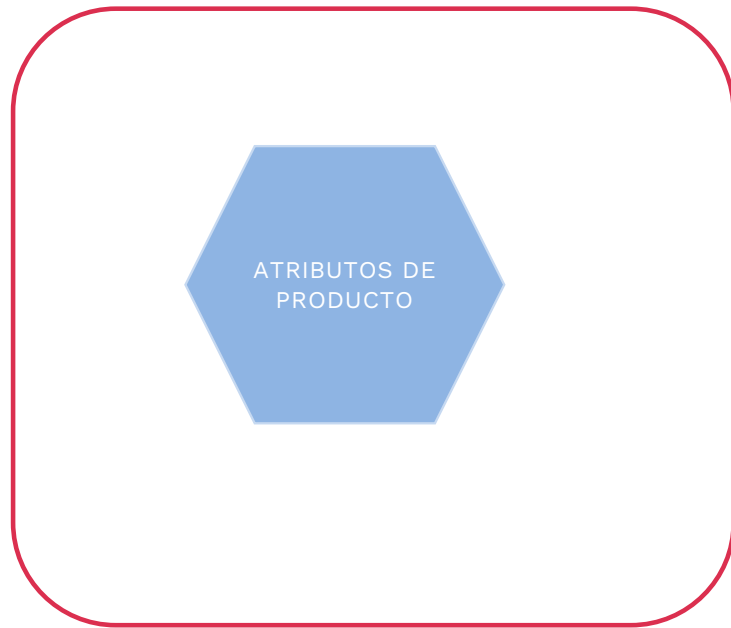
<i>Necesidad de Cliente:</i>	tener aire fresco
<i>Función:</i>	‘Mover Aire’
<i>Solución:</i>	forma <b>alternativa</b> de proporcionar la <b>misma función</b>
<i>Beneficio:</i>	elimina funciones indeseadas (aspas pueden cortar) y sus costes asociados (rejilla protectora)

# VAVE - Value Analysis / Value Engineering tradicional

VAVE: 2 grandes bloques

## **Bloque 1:**

A qué da valor el cliente (qué es por lo que está dispuesto a pagar)



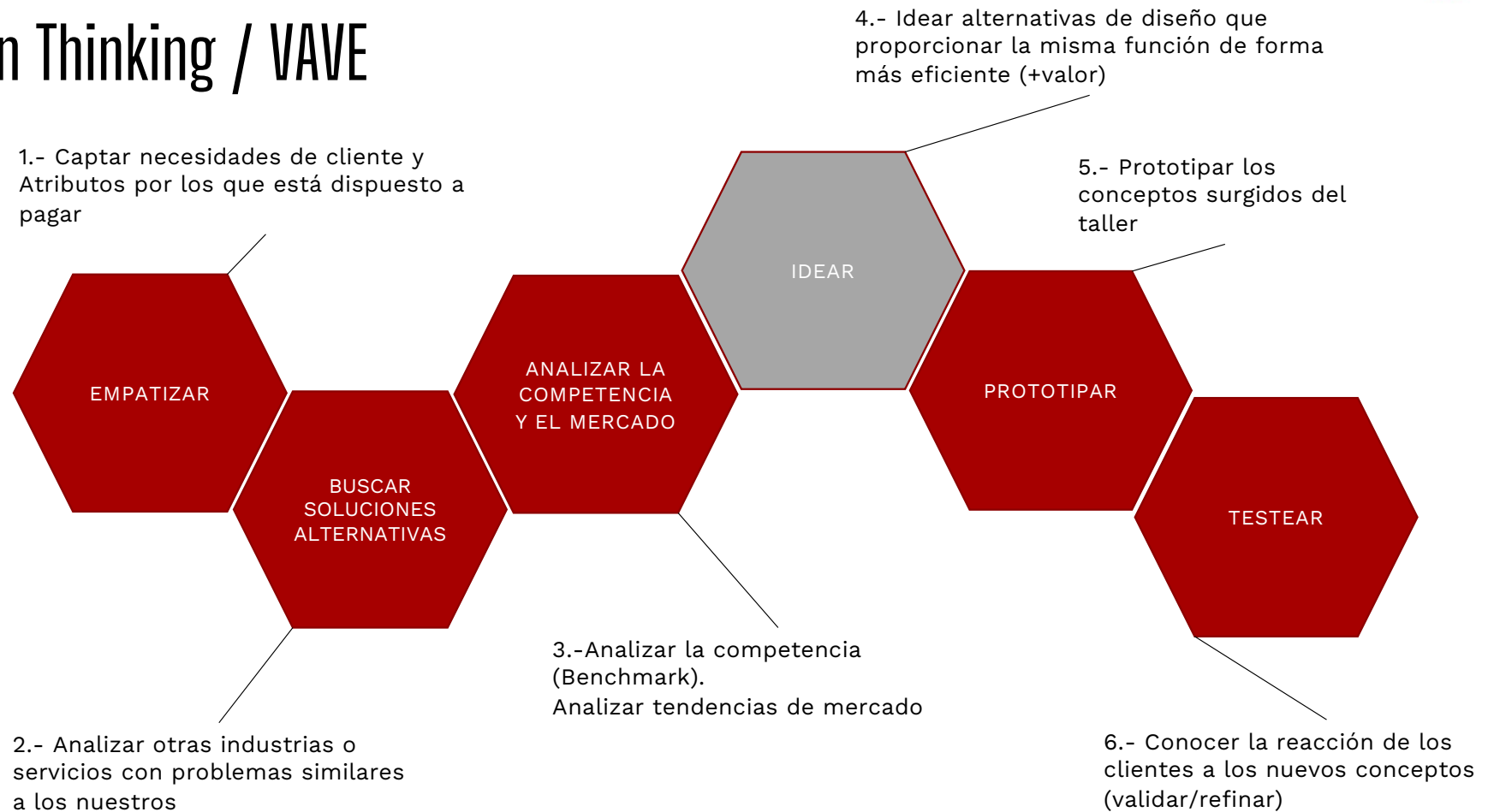
## **Bloque 2:**

Cómo podemos dar valor a cliente de forma más eficiente



# El nuevo proceso de desarrollo de producto

## Design Thinking / VAVE

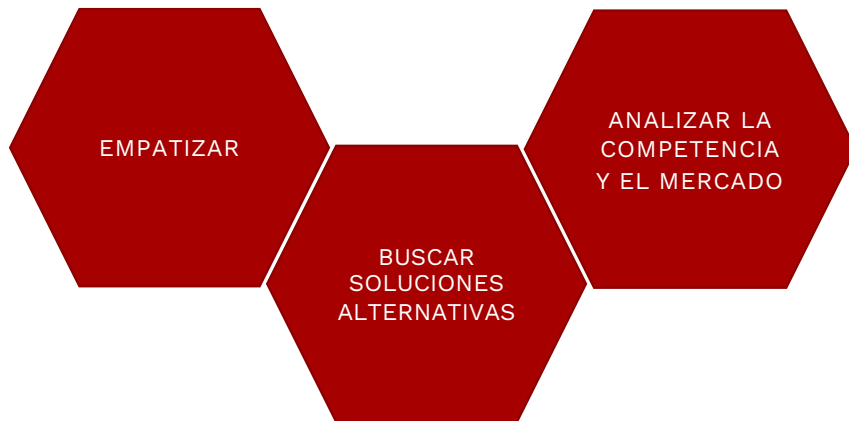


# El nuevo proceso de desarrollo de producto

## Design Thinking / VAVE

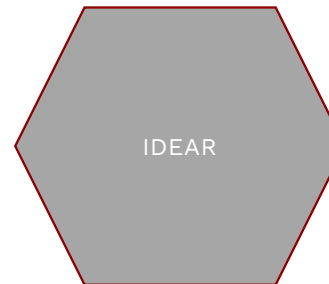
### **Bloque 1:**

- Qué necesita cliente
- Por qué está dispuesto a pagar
- Competencia y tendencias



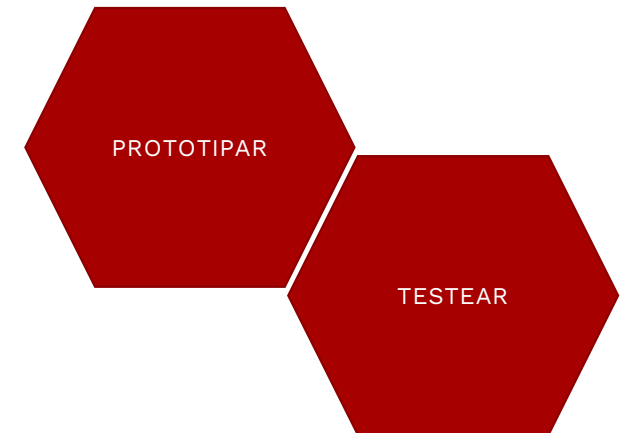
### **Bloque 2:**

Alternativas de diseño: cómo cubrir necesidades de forma más eficiente en coste



### **Bloque 3:**

Validar con cliente antes de invertir



# El nuevo proceso de desarrollo de producto

## Design Thinking / VAVE

- Captura de necesidades de cliente: qué le da valor
- Equipo multidisciplinar
- Alineación del equipo y generación de propuestas de más valor
- 30% de ideas de nuevos ‘conceptos innovadores’
- Validación con clientes y descubrimiento de nuevos “gaps”



Desarrollo de Producto y Design Thinking= we tangible

# Design Thinking / VAVE



simon

Circuitor

ecoembes

FLUIDRA



**Eficiencia en coste (%)**

**-29%**

**-13%**

**-5%**

**-17%**

**Impacto ahorro  
anual estimado (€)**

**-400.000€**

**-450.000€**

**-250.000€**

**-380.000€**

**Mejora prestaciones  
percibidas por cliente  
(pto)**

**De 5,3 a 7,3  
(+2 ptos)**

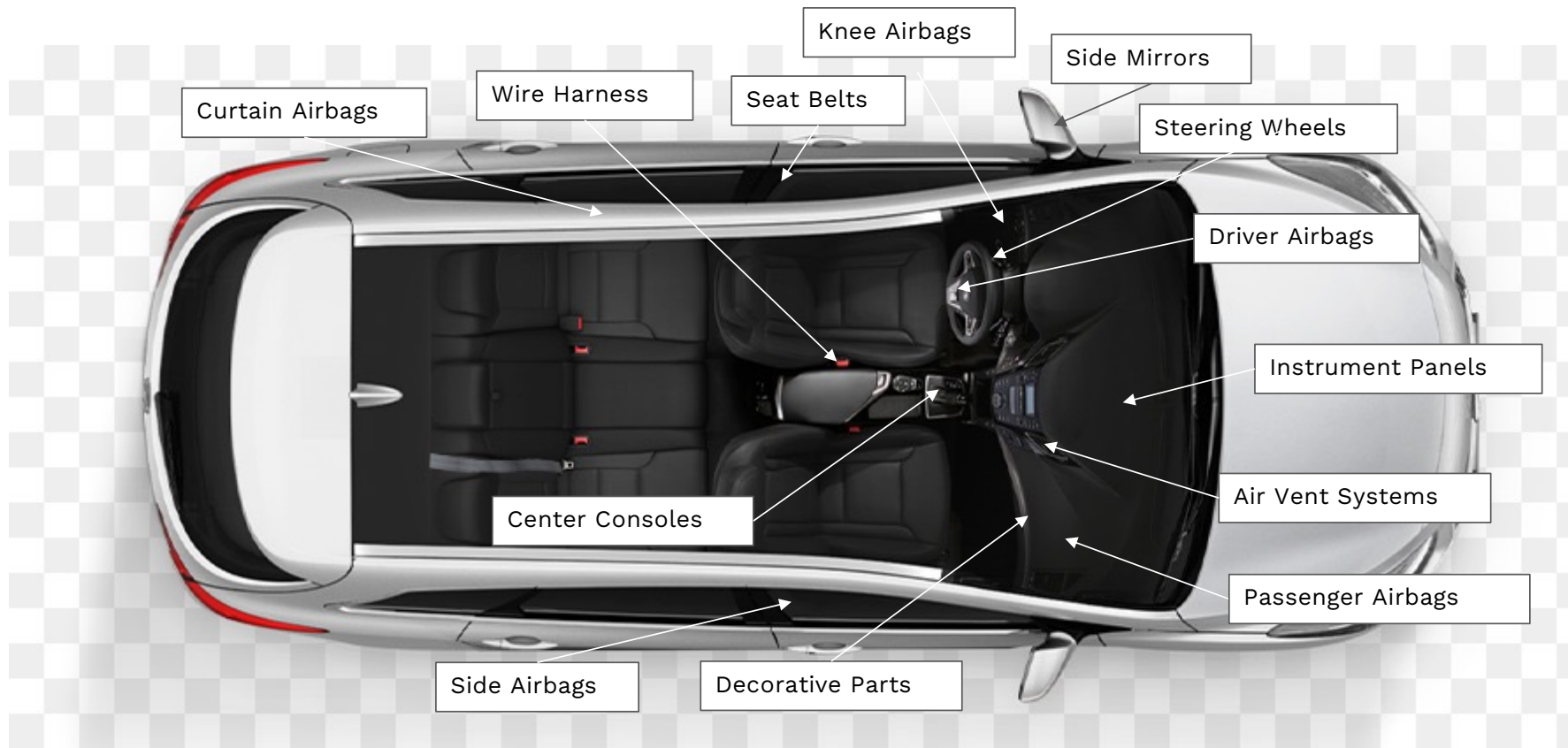
**De 6,1 a 7,6  
(+1,5 ptos)**

**No evaluado**

**De 6,1 a 7,3  
(+1 pto)**

# Design Thinking / VAVE

## Automotive Industry



# Design Thinking / VAVE

## Hospitality Industry



Granular Ice



Juicers



Refrigerator Reach in



Espresso



Laundry



Cold Room Monoblocks



Chiller Plants



# Design Thinking / VAVE

## Pool and Wellness Industry

Bobbin Wound Filters



Monobloc Filters



Automatic Pool cleaners



Plastic Self-Priming Pumps



Salt electrolysis equipment



Chlorine Tablets



# Design Thinking / VAVE

## *Furniture Industry*



Outdoor Furniture Collections



Executive Chairs



Credenzas



# Design Thinking / VAVE

## Home & Electronics Industry



Bath Enclosures



Retractable Arms

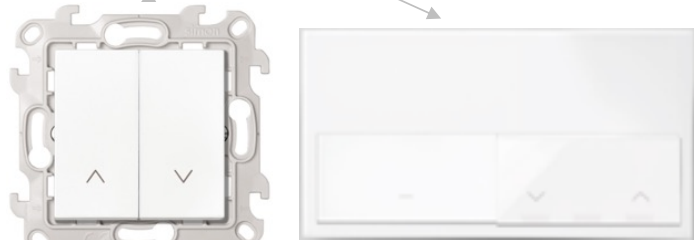


Video Door Entry Systems

Telephones



Mechanisms



EV Chargers



# Design Thinking / VAVE

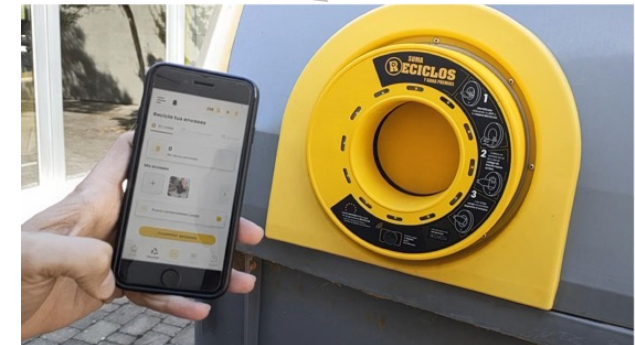
**Other Industries: Railway, Printing, Recycling**



Tram Interiors

Flexo Printing

Recycling



# Design Thinking / VAVE

## Vehicle Wash Industry

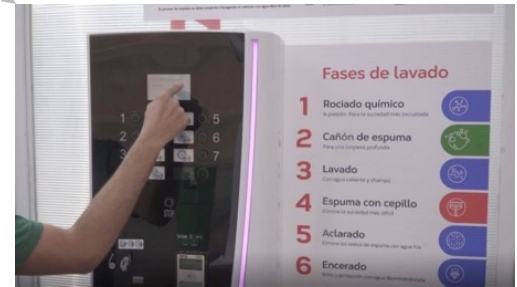
Vacuum Cleaners



Truck Wash



Payment Terminals



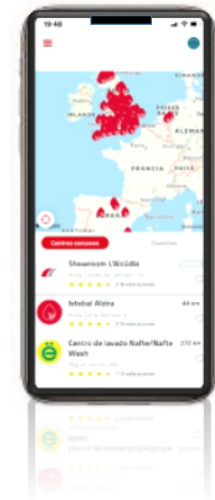
Rollovers



Chemicals



SW



# El nuevo proceso de desarrollo de producto

## Design Thinking / VAVE

- +65 Proyectos Design Thinking / VAVE
- +20 Empresas
- +80 millones €/año ahorrados
- + 8 países
- +16 nacionalidades



# EJEMPLOS REALES DE APLICACIÓN

# INDUSTRIA

# Aplicación Design Thinking / VAVE



## ***Nota Inicial***

- Todos los ejemplos son reales.
- Lo que se pretende mostrar es el ***proceso de pensamiento*** y las ***decisiones tomadas en cada etapa***
- Habrá elementos particulares que serán más o menos aplicables, pero la filosofía, la forma de pensar es la misma:
- *Design Thinking es un 'mindset' una forma de entender cómo dar valor al cliente*

# Aplicación Design Thinking / VAVE



## Equipos Frio Comercial



# Aplicación Design Thinking / VAVE



CAPTAR  
NECESIDADES  
DE CLIENTE

## ***Captura de la VOC: entrevistas en profundidad***

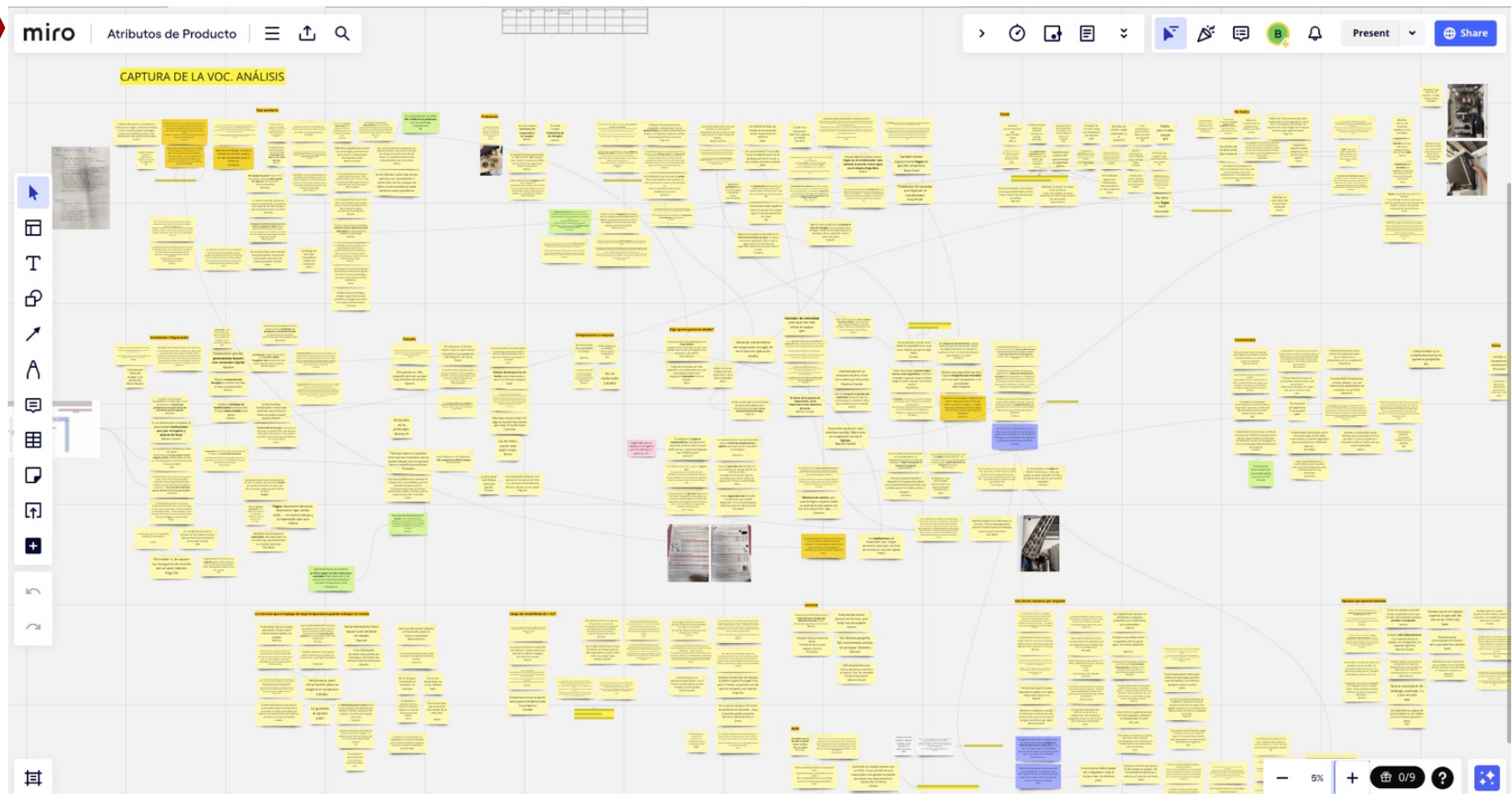
- 22 entrevistas (presenciales y online) en España y Francia entre septiembre y octubre 2023
- Identificadas sus preferencias de compra y selección de equipos
- Identificados hábitos de instalación/reparación
- Identificadas quejas recurrentes
- Identificadas mejoras deseables
  
- Identificados los atributos de producto que valoran



# Aplicación Design Thinking / VAVE



CAPTAR  
NECESIDADES  
DE CLIENTE



# Aplicación Design Thinking / VAVE



Atributo	Porcentaje
Rango operación Tª ambiente máx	11,37%
Fiabilidad Funcionamiento	10,56%
Facilidad de reparación y mantenimiento	10,42%
Eficiencia	8,91%
Ruido	7,48%
Conectividad	7,39%
Configuración equipo	7,30%
Estabilidad Ta interna	7,30%
Interfaz usuario	6,58%
Versatilidad de montaje	6,54%
Facilidad de montaje	6,54%
Tamaño producto	4,07%
Peso	3,08%
Estética	2,46%

Top 1: Rango operación Tª ambiente máx, Fiabilidad Funcionamiento, Facilidad de reparación y mantenimiento

Top 2: Eficiencia, Ruido, Conectividad, Configuración equipo, Estabilidad Ta interna

Intermedios: Interfaz usuario, Versatilidad de montaje, Facilidad de montaje

Tamaño producto, Peso, Estética

# Aplicación Design Thinking / VAVE



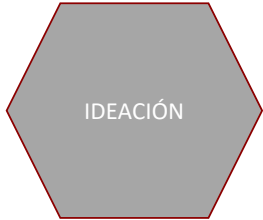
ANALIZAR LA  
COMPETENCIA  
Y EL  
MERCADO

## **Benchmark**

Analizados 2 productos

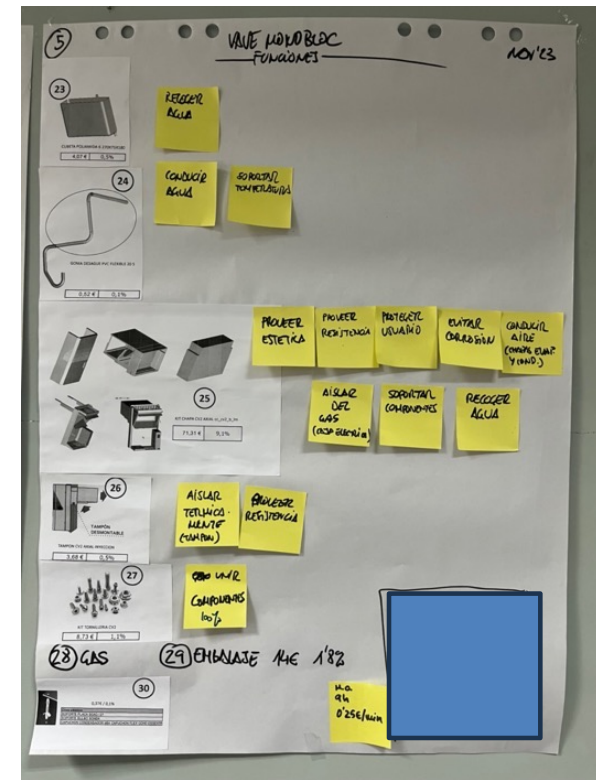
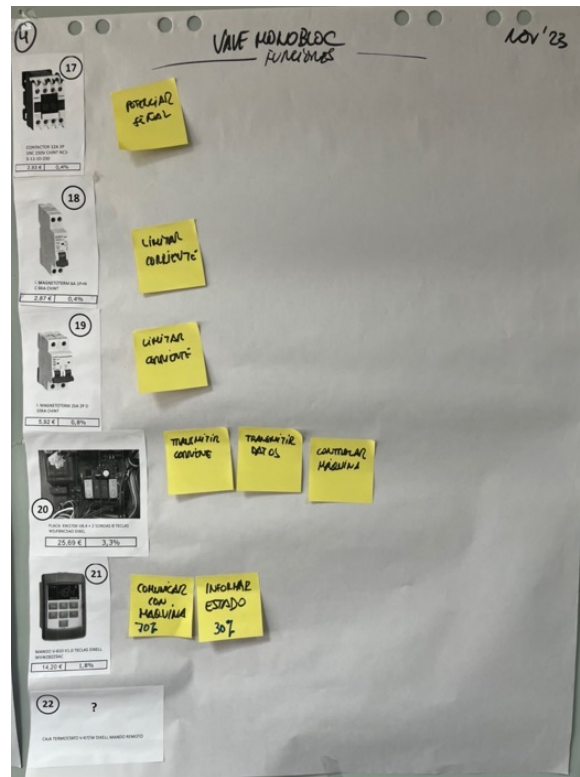
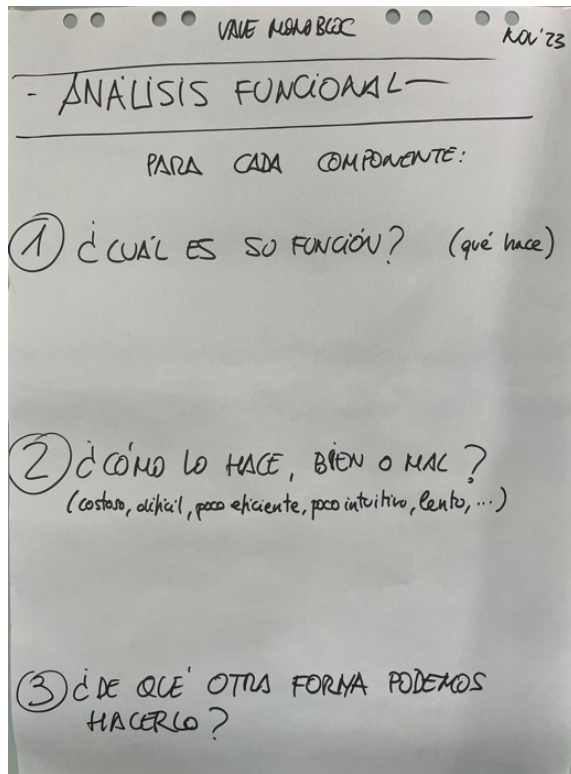


# Aplicación Design Thinking / VAVE

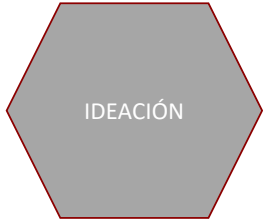


## Taller VAVE - Análisis Funcional

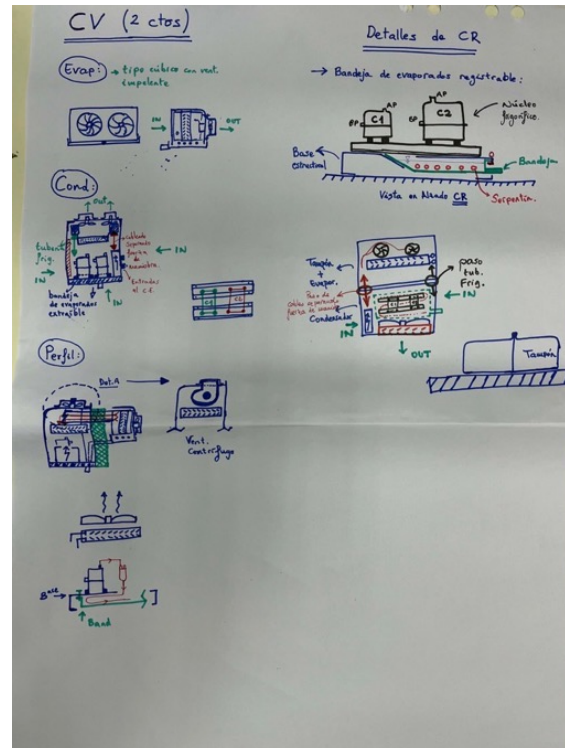
Objetivo: entender la funcionalidad de cada uno de los componentes: ¿existen maneras alternativas de llevar a cabo dichas funciones?



# Aplicación Design Thinking / VAVE



Generación de ideas – Conceptualización – Business Cases



- ① VAVE V1
- 2.1. CARBONO SIN EMPALMES. CONEXION BIENETA
  - 2.2. APARATURA + CALIDAD (FITINGS? ...)
  - 2.3. SWIVA + CALIDAD Y POSICION = RIVISCION
  - 2.4. CUMPLIR - LO? CÁMARA
  - 2.7. PRESURIZO BATA x TRANSDUCTOR
  - 2.8. MEJORA RUTERO CARBONO (CARBONO POR UN LADO Y MUY POR OTRO)
  - 3.2. PIEZAS CHAPA ANUEVADAS (-PESO)
  - 3.3. -ESPESOR LASERES EVAPORADOR
  - 3.4. ESPESOR + EMBUJACION CARBONO
  - 3.5. QUITAR PUEBLO INTERIOR + BASE PLANA (CHEMISE)
  - 3.6. BARRERAS CAMBIABLES DESMONTABLE EN PLASTICO
  - 3.7. BARRERAS POR TORNILLOS O PLOMETRAS
  - 3.8. MODULACION: KIT FRIGO CV Y CA ENBARRILLO ANDRES
  - 2.11 " : KIT ELECTRICIDAD CV, CR CON COMETRONES POR PIES
  - 3.10 KIT INSTALACION
  - 3.11 CARBONO DE SERIE (TAMPON) (SOLO CV)
  - 3.16 ENTAR MAM PULACION VENTILADOR
  - 3.19 TRATAMIENTO ANTIBACTERIAS + PINT. REVERSIBLE
  - 3.23 TAMPON DESMONTABLE CON CILINDROS APUNTES (SOLO CE)
  - 3.24 MEJORA LOCALIDAD TORNILLOS Y BISHIMIA REMEDIOS
  - 3.25 ELIMINAR ESCOBARDOS TUBERIAS
  - 2. ... UNIFICAR DISPLAYS
  - 2. ... SEPARAR ELECTRONICA FUERA DEL RESTO \* LINEA SEPARADIVA
  - 2.9 MANGUERA HOMOLOGADA
  - 3.9 CARGA AUTOMATICA
  - 3.15 REDUCCION VENTILADOR

Desarrollo de Producto y Design Thinking- We Tangible

# Aplicación Design Thinking / VAVE



## ***Construcción de prototipo***

No funcional, representativo de la familia

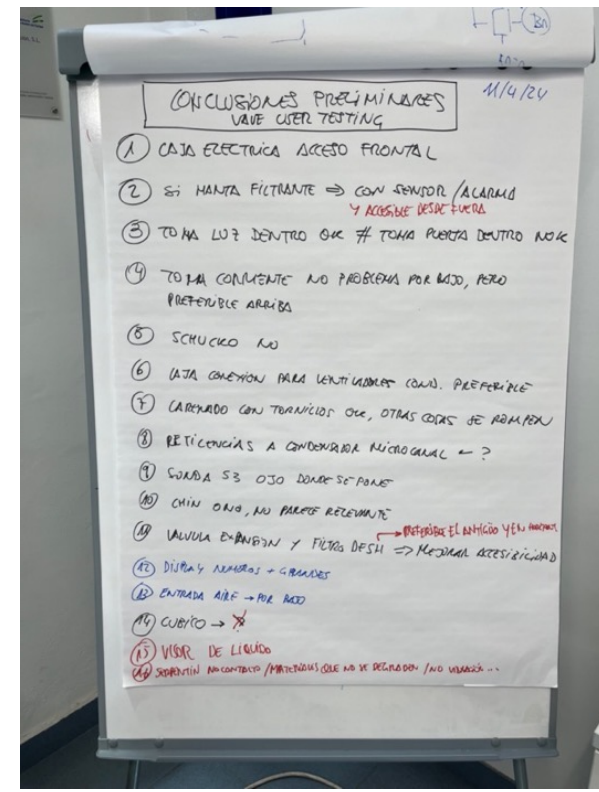


# Aplicación Design Thinking / VAVE



## User Testing

6 clientes, grabado en streaming, nuevas conclusiones



# Aplicación Design Thinking / VAVE



The advertisement features a blue background with a snowy mountain landscape. At the top, the Intarcon logo is visible. The main text reads 'NEW PRODUCT RANGE MONOBLOCKS R290'. Below this, two white monoblock units are shown from different angles. At the bottom, a white arrow points to the right, and the text 'Designed by and for installers' is centered above a horizontal line. Below the line, it says 'Available January 2025'. The Intarcon logo is also present in the bottom right corner of the advertisement.

## ***Nuevo producto. Foco en lo que valora cliente***

- Conectividad (usabilidad)
- Eliminación de problemas, p.e. separación frío de resto electrónica, desmontaje, descongelación... (fiabilidad)
- Facilidad de acceso cuadro eléctrico (usabilidad)
- Mejora de potencia frigorífica (eficiencia)

## ***Eficiencia en coste***

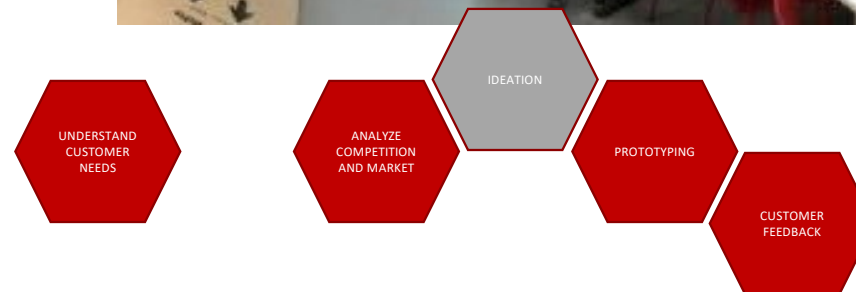
Mejora de coste +2 p.p.

<https://www.intarcon.com/en/technology/r290/commercial-monoblocks/>

# Aplicación Design Thinking / VAVE



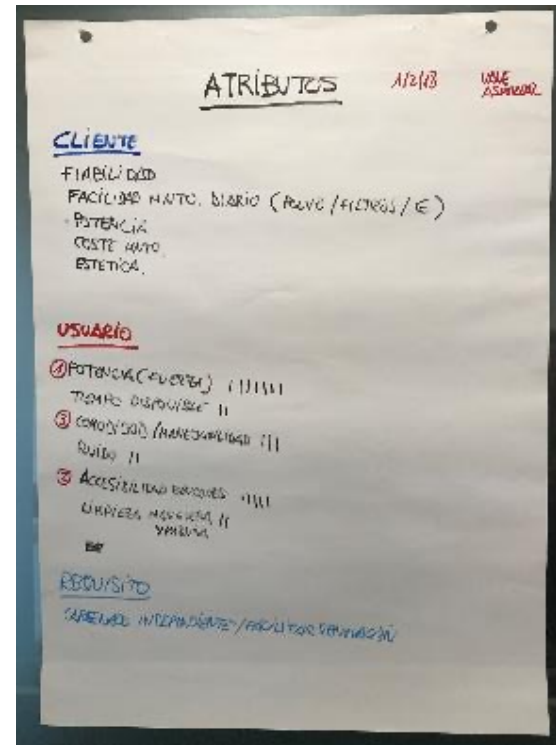
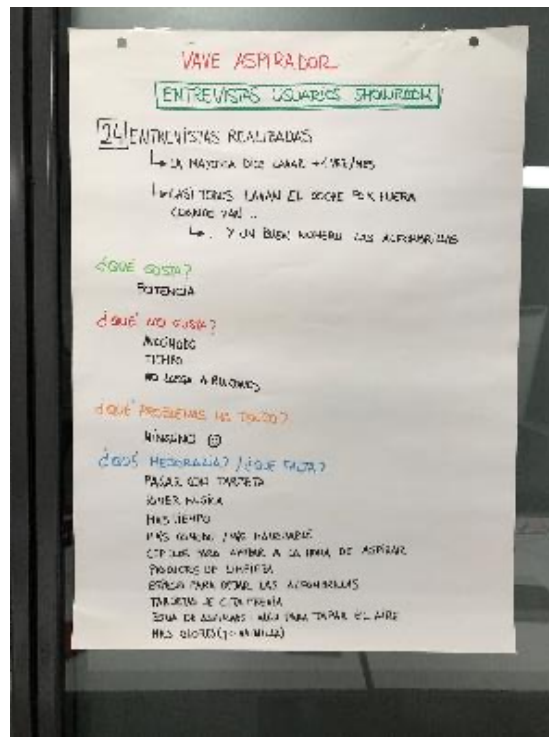
## Aspirador



# Aplicación Design Thinking / VAVE



- Capturar las necesidades de clientes a través de **+20 entrevistas** a pie de pista en diferentes lugares
- Definir los atributos de producto relevantes para el cliente (p.e. potencia, comodidad, facilidad de uso, ...) para que prioricen



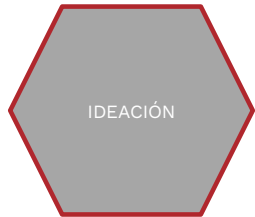
# Aplicación Design Thinking / VAVE



- Comparamos el producto del competidor más relevante para analizarlo en equipo y ver qué aporta (**Benchmark**)



# Aplicación Design Thinking / VAVE

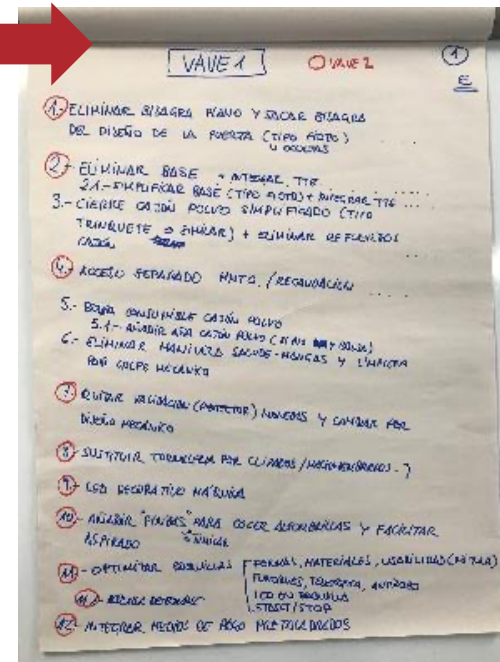
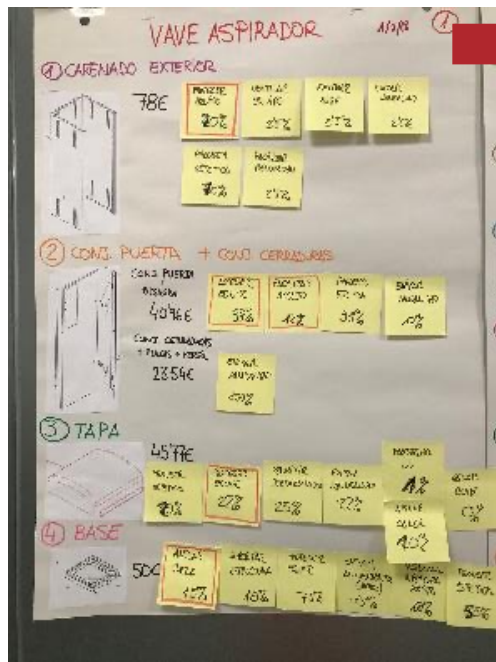


• Taller de 3 días con un equipo multidisciplinar

1. Análisis exhaustivo del producto propio (y competencia)

2. Generación de ideas y filtrado

3. Conceptualización y acciones concretas



Desarrollo de Producto y Design Thinking- We Tangible

# Aplicación Design Thinking / VAVE



- Construcción de varios prototipos con **diferentes objetivos de aprendizaje**

1

Prototipo 1:1 en poliuretano  
Objetivo: Chequeo de volúmen y aspecto real



2

Prototipo 1:1 con puerta en impresion 3D  
Objetivo: Observar reacción de cliente al diseño



Desarrollo de Producto y Design Thinking= we tangible

3

Prototipo 1:1 funcional  
Objetivo: Utilizar en entorno real y analizar mejoras



# Aplicación Design Thinking / VAVE



## ***Nuevo producto. Foco en lo que valora cliente***

- Atiende a las necesidades de los diferentes tipos de cliente (usuario final y cliente explotador)
- Explotador:
  - Separación parte económica / operaciones (usabilidad)
  - Aligerado peso cajón polvo (usabilidad)
  - Posibilidad led (MKT)
  - Conectividad (usabilidad)
- Usuario
  - Conectividad (usabilidad)
  - Simplicidad de uso (usabilidad)
  - Pago por Uso (usabilidad)

<https://www.youtube.com/watch?v=wUctsoPAIBI>

# Aplicación Design Thinking / VAVE



**Producto Químico:**  
Tabletas multifunción y  
Algicidas

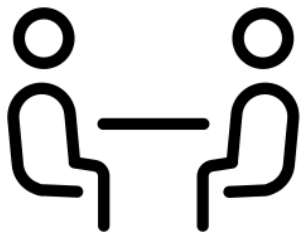


# Aplicación Design Thinking / VAVE



## Captura de la VOC: entrevistas en profundidad

- **19 clientes** entrevistados. **No todos compran** a Fluidra
- Identificadas sus preferencias (formato, uso, concentración, ...)
- Identificados los gusta/no gusta y mejoras deseables
- Identificados los atributos de producto que valoran



Presenciales



España



Francia



Pequeño Comercio



Grandes Superficies

# Aplicación Design Thinking / VAVE



## Captura de la VOC: entrevistas en profundidad

- Identificados los **atributos de producto que** valoran y por los que están dispuestos a pagar

### Multifunción

Resultado global	
Carecterística	Porcentaje
Información de uso / imagen	20,0%
Facilidad de uso/dosificación	17,2%
Durabilidad producto	15,6%
Comodidad envase / ergonomía	12,8%
Ecológico	10,6%
Almacenamiento (paletización, apilabilidad...)	10,0%
Limitación ácido bórico	9,4%
Aportación de ácido isocianurico (piscina pública/comunidades)	4,4%

### Algicida

RESULTADO TODOS CLIENTES	
Característica	Porcentaje
Información de uso / imagen	24,06%
Facilidad de uso/dosificación (tapón medidor, visor...)	21,05%
Comodidad envase / ergonomía (apertura, transporte, peso, antiderrame)	17,79%
Densidad	16,29%
Ecológico	12,53%
Almacenamiento (paletización, apilabilidad...)	8,27%

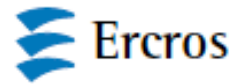
# Aplicación Design Thinking / VAVE



ANALIZAR LA  
COMPETENCIA  
Y EL  
MERCADO

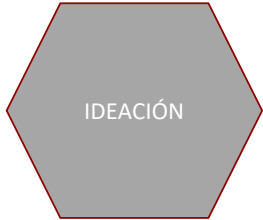
## Benchmark

**15 productos de la competencia** ensayados en laboratorio (algicidas y clorados)



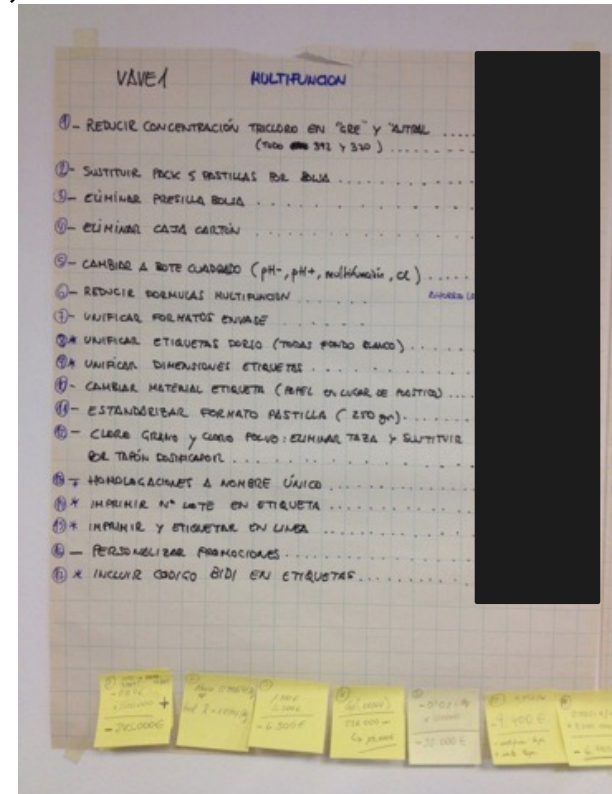
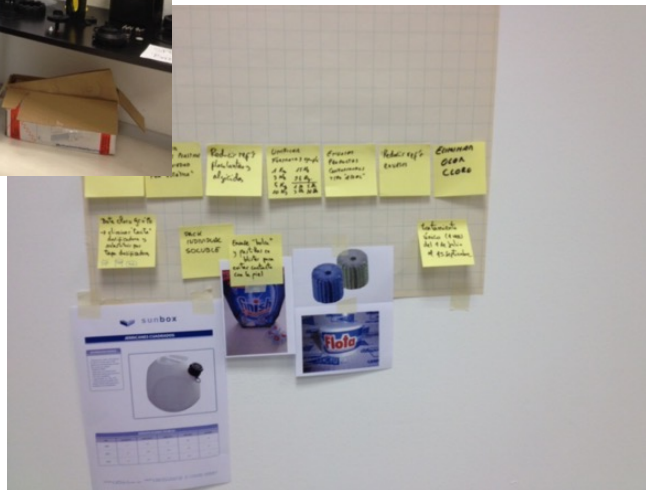


# Aplicación Design Thinking / VAVE



## Generación de ideas – Conceptualización – Business Cases

**+80 ideas generadas**, filtradas y condensadas en **2 conceptos** concretos: de menor alcance (incrementales) y de mayor alcance (disruptivos)



# Aplicación Design Thinking / VAVE



## **Nuevo producto. Foco en lo que valora cliente**

- Mejoras en etiquetado → (usabilidad)
- Reformulación → (calidad)
- Cambio de formato envase → (sostenibilidad / coste)
- Eliminación de plásticos → (usabilidad/ sostenibilidad / coste)

## **Eficiencia en coste**

- Mejora de coste +2 p.p.
- Eliminación de referencias y unificación de producto → (- coste)



Mejora de legibilidad

Cambio formato (redondo a cuadrado, mejor almacenamiento)



Estandarización / unificación de formato en EU 200 a 250gr

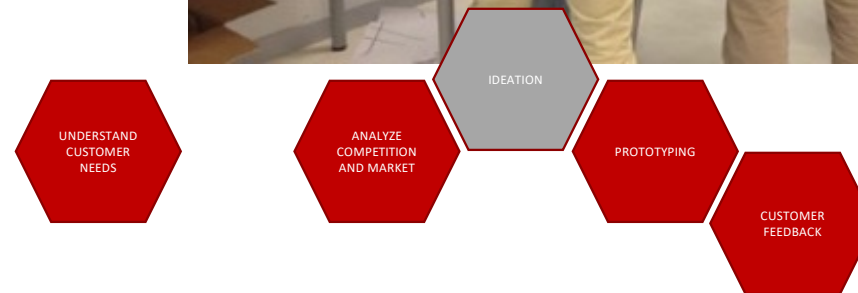


Eliminación de plásticos

# Aplicación Design Thinking / VAVE



Bomba Centrífuga

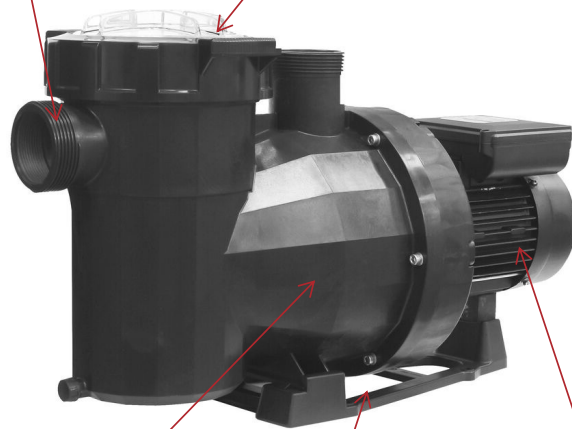


# Aplicación Design Thinking / VAVE



Bocas estandarizadas

De 3 a 2 piezas



Nuevo cuerpo

-10dB

<https://www.youtube.com/watch?v=sS7NjyX1rTQ&t=13s>

Pie optimizado

Nuevo anclaje motor y

rodamientos reforzados

## ***Nuevo producto. Foco en lo que valora cliente***

- Roscas estándar → (*facilidad montaje / usabilidad*)
- Mejores rodamientos → (*fiabilidad*)
- Disminución de ruido (-10dB) → (*usabilidad*)

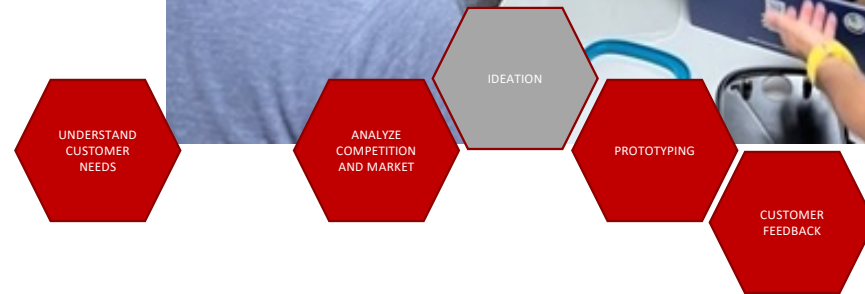
## ***Eficiencia en coste***

- Mejora de coste +2 p.p.
- Simplificación y reducción número de piezas → (- coste)

# Aplicación Design Thinking / VAVE

simon

PRVE

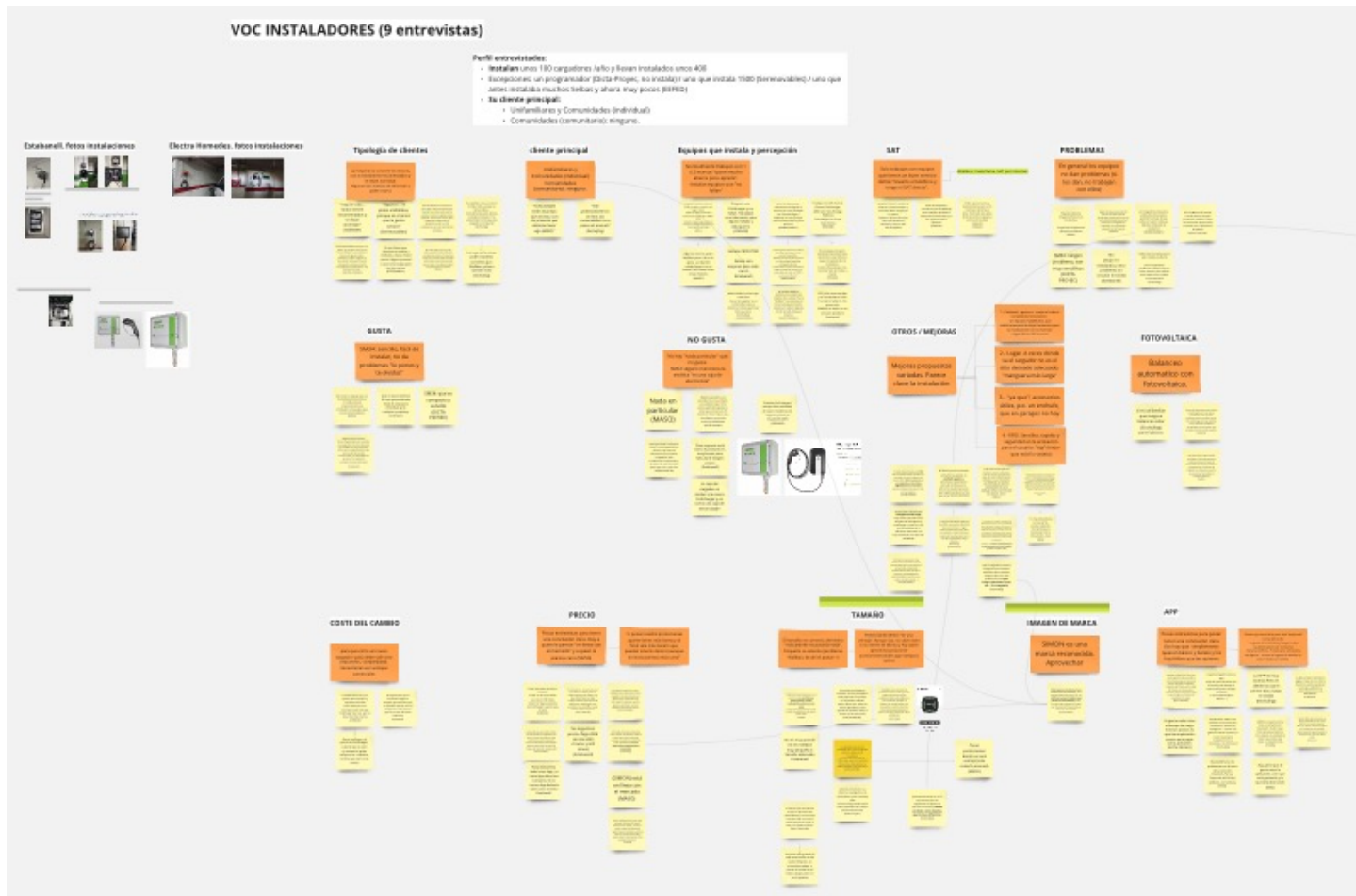


# Aplicación Design Thinking / VAVE



CAPTAR LAS NECESIDADES DE CLIENTE

- Entrevistas a clientes (instaladores) y usuarios finales



# Aplicación Design Thinking / VAVE



ANALIZAR  
COMPETENCIA  
Y MERCADO

- 5 productos de la competencia analizados



COMMANDER (922EPP) 990+IVA

WALLBOX +

- 2 enchufes / carbin manwin
  - ↳ solo o en pallet
  - ↳ optimizado (con un solo cable en el lado)
- Contactores integrados
- detector continuo integrado
- 1 cable plano unico entre las dos placas
- opción enchufe cable por otros
- PCB en 2 partes sencilla
- placa con puerto de test + USB (puede hacerse con los dos)
- se puede cambiar cualquier instalación (hasta 15 entre ellos) sin la "decisión manwin"
- CERRRE TAPA SENCILLO SOLO 1 TORNILLO
- 1 PCB sencilla para muchas configuraciones distribuidas (PCB)
  - PCB autoconfigurable (con ayuda de cambiar PCB)

alor!

antena en vertical se rompe (cualquiera de los dos)

TORNILLOS FIJACION PARED NO INOX??

enchufe cable: no es sencillo; quitar y poner

de inicio poder usar modelo comunicación → resultado a cualquier instalación

de mayor

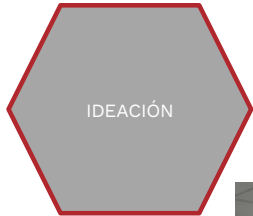
apertura tapa cesta necesita una tarjeta o una para "compu"

particiones no pueden ir dentro

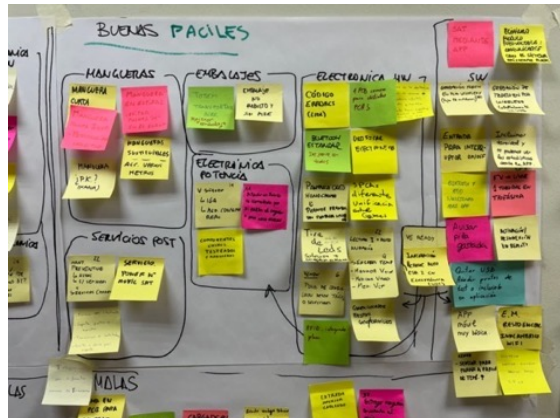
CONTACTORES INTEGRADOS EN LA PCB



# Aplicación Design Thinking / VAVE



- Taller VAVE de creatividad y conceptualización

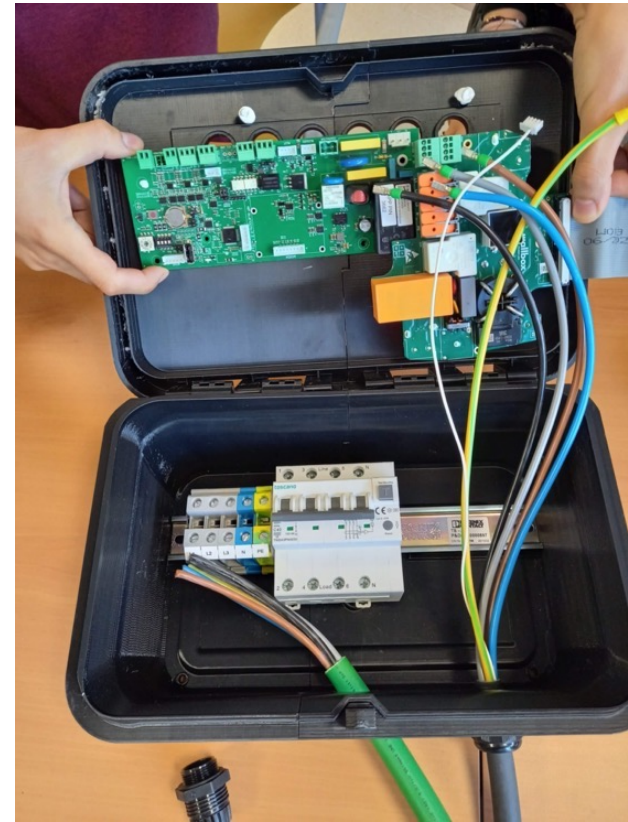
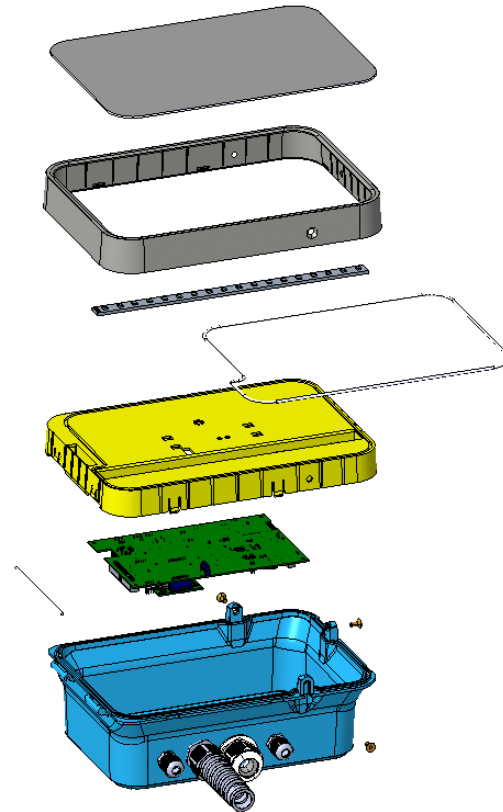


Desarrollo de Producto y Design Thinking- We Tangible

# Aplicación Design Thinking / VAVE



- Dos conceptos generados



# Aplicación Design Thinking / VAVE



## ***Nuevo producto. Foco en lo que valora cliente***

- Pantalla digital con iconografías (usabilidad)
- Lector RFID para usuarios (usabilidad)
- Tira LED que indica el estado de carga (usabilidad)
- Sistema de retención de cable (usabilidad)
- Obturadores integrados en tomas tipo 2 (usabilidad)

## ***Eficiencia en coste***

- Mejora de coste +2 p.p.
- Simplificación y reordenación de gama de productos
  - Entrada de gama (-- coste / = prestaciones)
  - Versión upgrade (- coste / ++ prestaciones)
- Eliminación de referencias

<https://www.simonelectric.com/simon-xenon>

# Aplicación Design Thinking / VAVE

# Circuitor

## AFQM



# PROYECTO CIRCUTOR – BLOQUE 1



CAPTAR LAS  
NECESIDADES  
DE CLIENTE



28 clientes  
Online



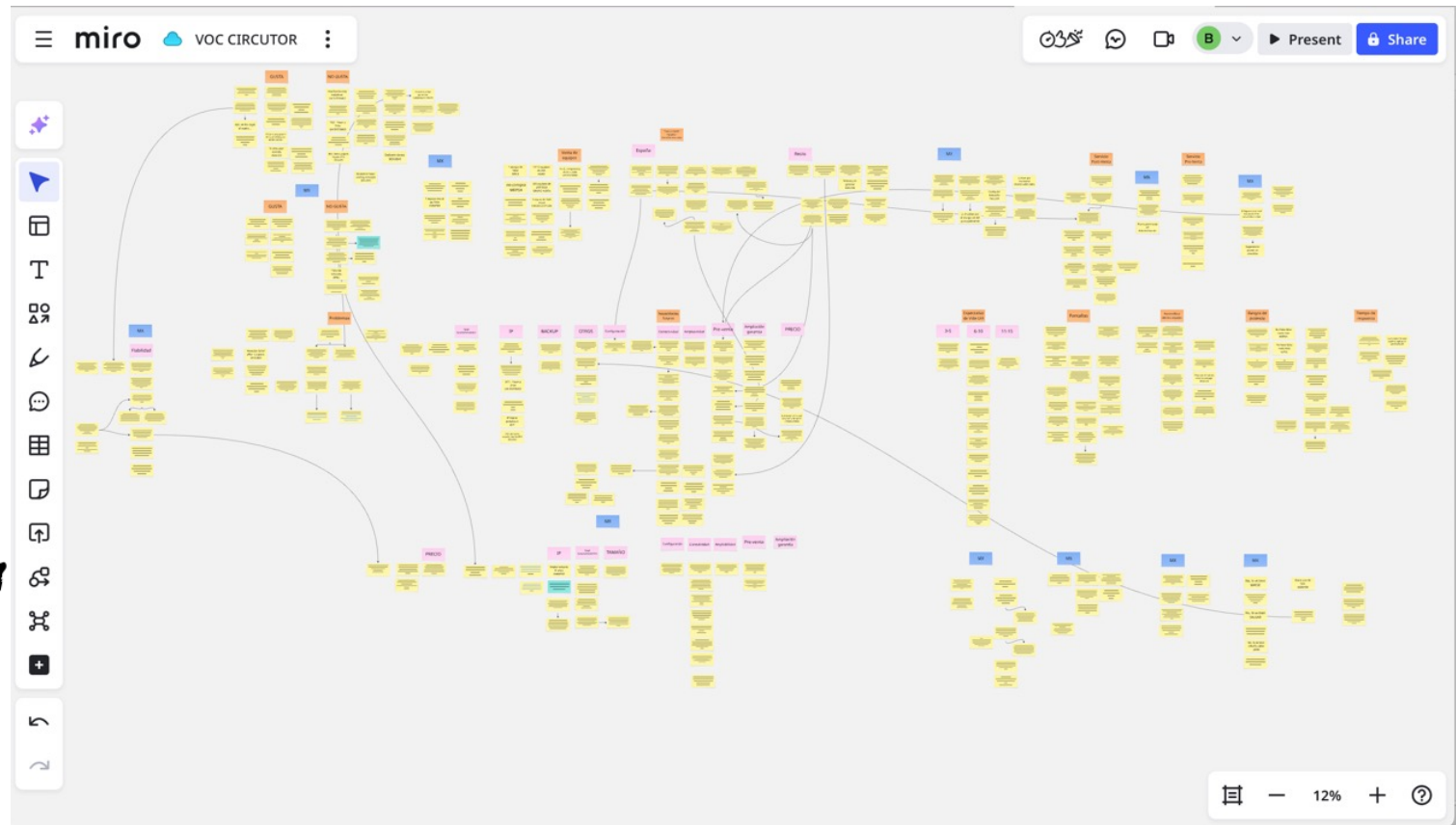
Esp (8)



Mex (9)



Otros (11)



# PROYECTO CIRCUTOR – BLOQUE 2



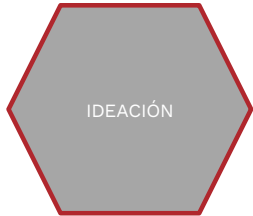
ANALIZAR  
COMPETENCIA  
Y MERCADO

## Benchmark de Producto

Objetivo: ver cómo otros realizan las mismas funciones

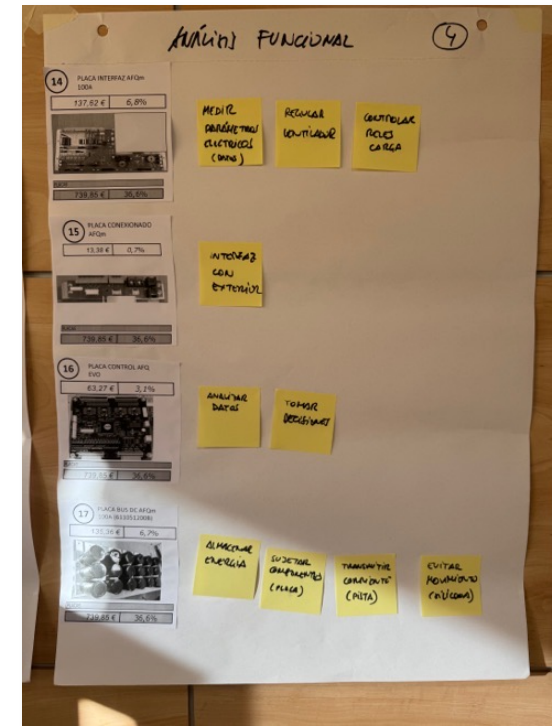
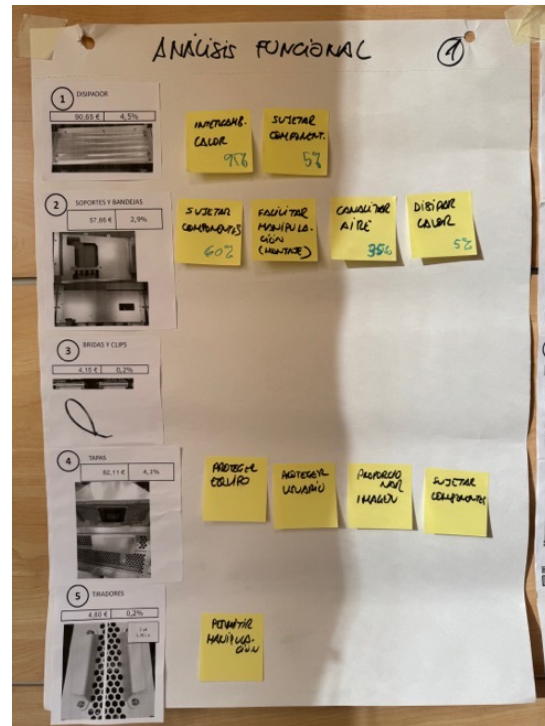
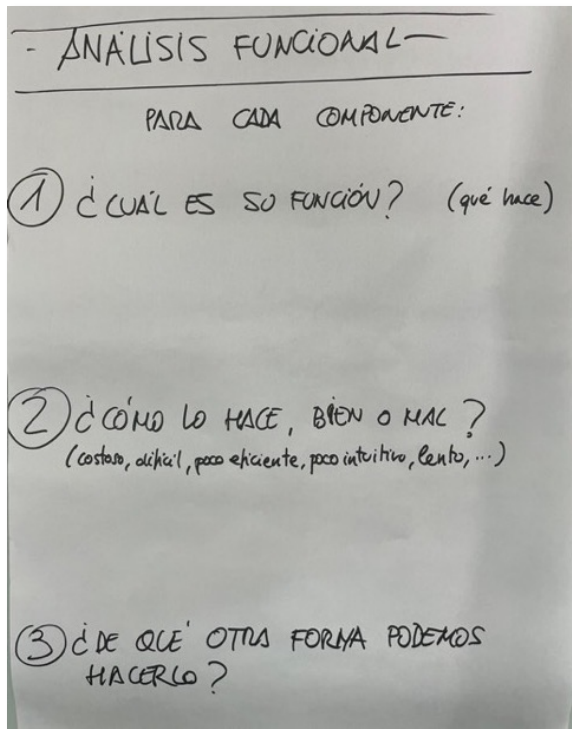


# PROYECTO CIRCUTOR – BLOQUE 2



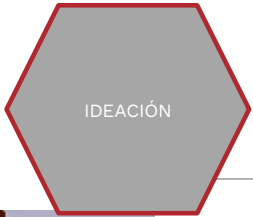
## Análisis Funcional

Objetivo: entender la funcionalidad de cada uno de los componentes: ¿existen maneras alternativas de llevar a cabo dichas funciones?



Desarrollo de Producto y Design Thinking- We Tangible

# PROYECTO CIRCUTOR – BLOQUE 2



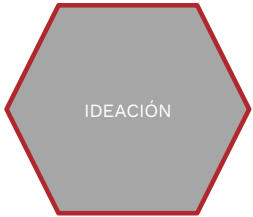
## Creatividad

Objetivo: obtener el mayor número de ideas posibles

**100 ideas generadas**



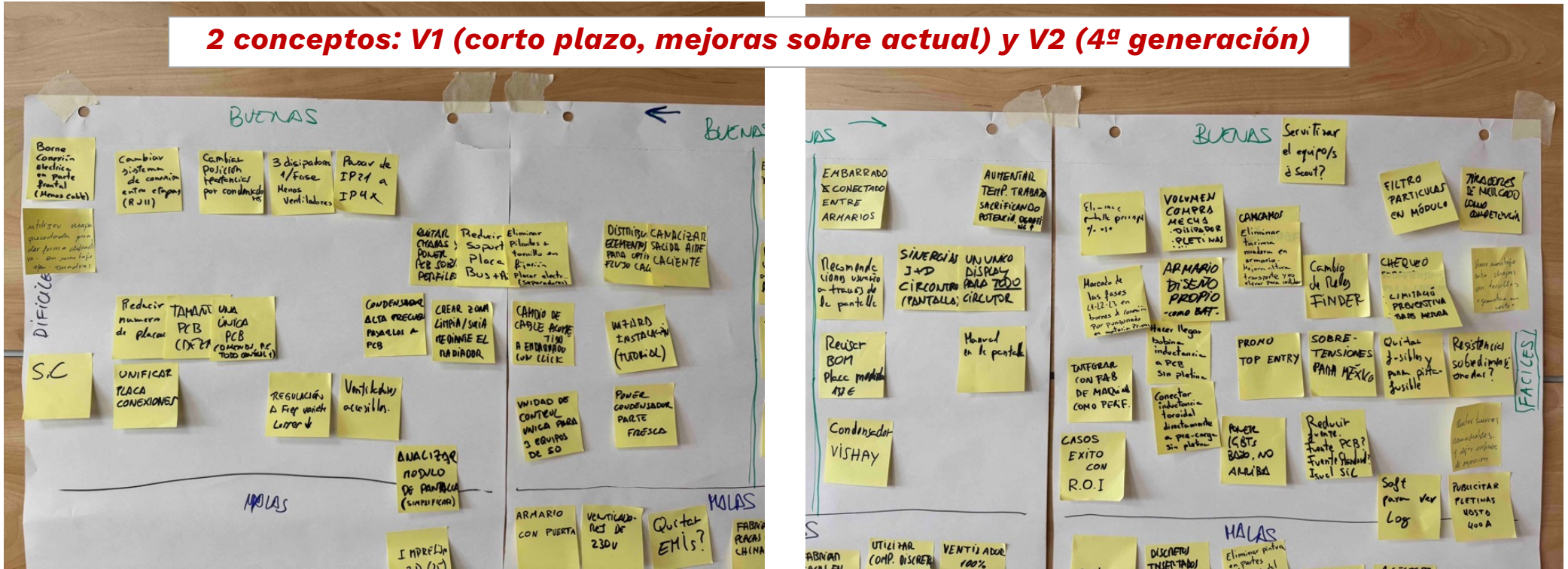
# PROYECTO CIRCUTOR – BLOQUE 2



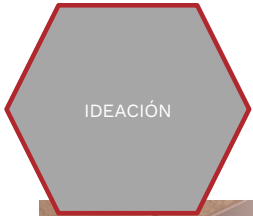
## Priorización de ideas y generación de conceptos

Objetivo: seleccionar ideas viables y generar conceptos concretos

### 2 conceptos: V1 (corto plazo, mejoras sobre actual) y V2 (4ª generación)

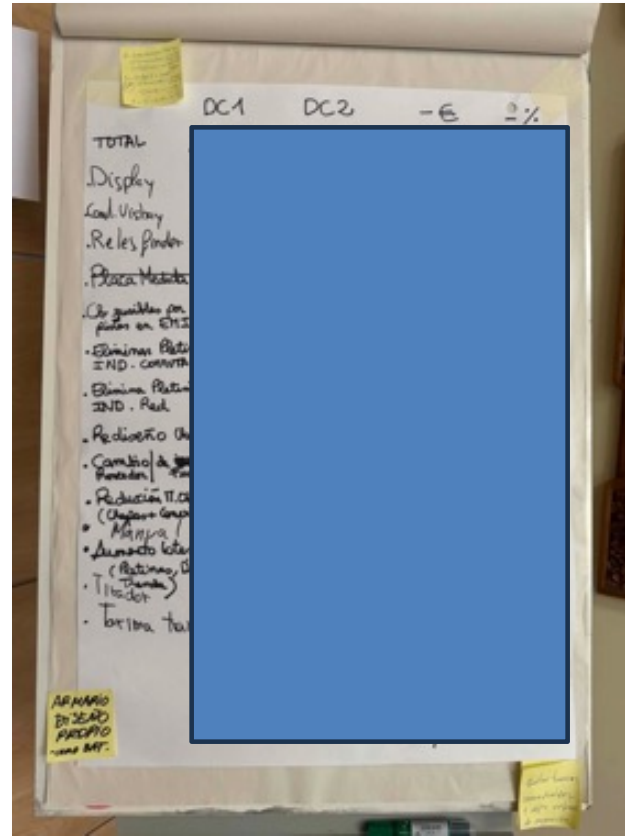


# PROYECTO CIRCUTOR – BLOQUE 2



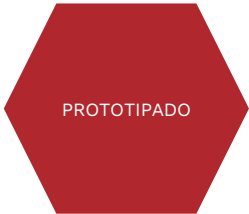
## **Cálculo de costes**

Objetivo: estimar los costes de las mejoras o los ahorros conseguidos



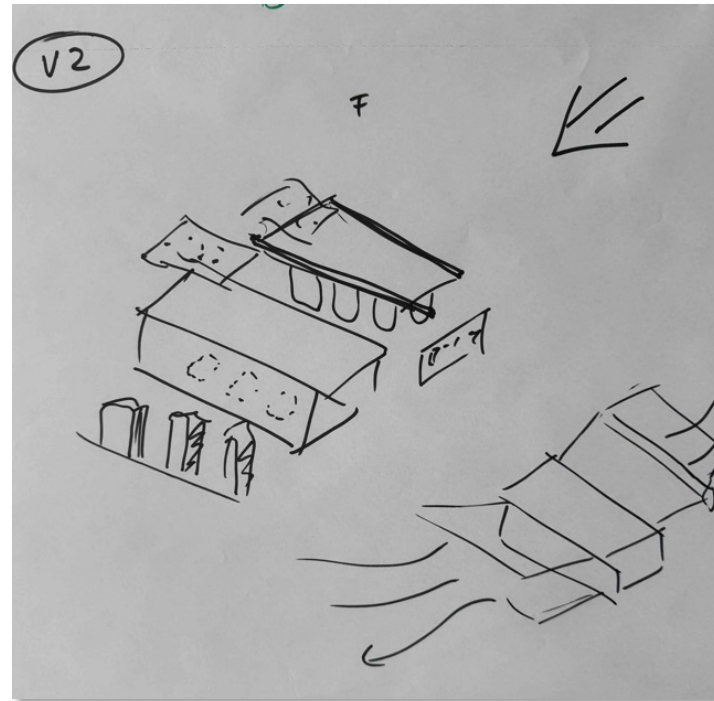
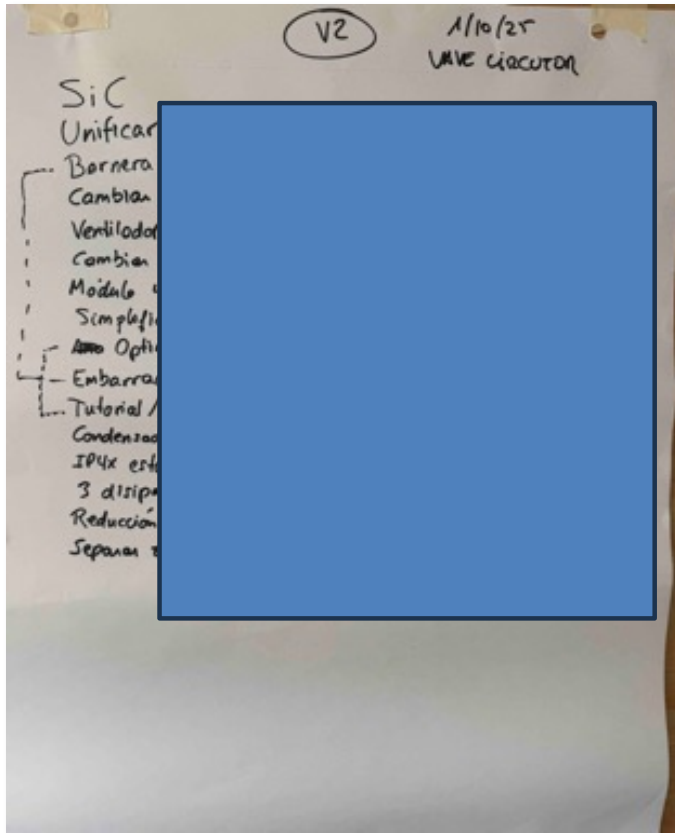
Desarrollo de Producto y Design Thinking – We Tangible

# PROYECTO CIRCUTOR – BLOQUE 2



## Conceptualización

Objetivo: definir qué prototipar y mostrar a clientes



# Aplicación Design Thinking / VAVE

**FERMAX**

**Videoporteros**



# Aplicación Design Thinking / VAVE

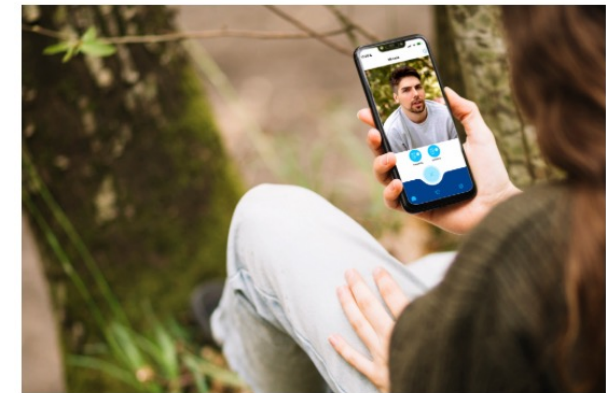


## ***Nuevo producto. Foco en lo que valora cliente***

- Sin cambios estéticos
- Mejorada la electrónica
- WiFi + App con apertura a distancia

## ***Eficiencia en coste***

- +5% de reducción de coste



**Esperar en casa a que llegue el repartidor, ¡ya no está de moda!**

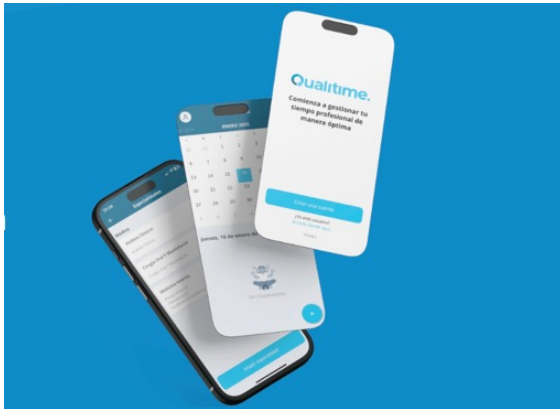
Si eliges un monitor WiFi disfrutarás del desvío de llamada a móvil gratuito. Contesta desde cualquier lugar.

[Saber más](#)

# SOFTWARE

# Aplicación Design Thinking / VAVE

Qualitime.

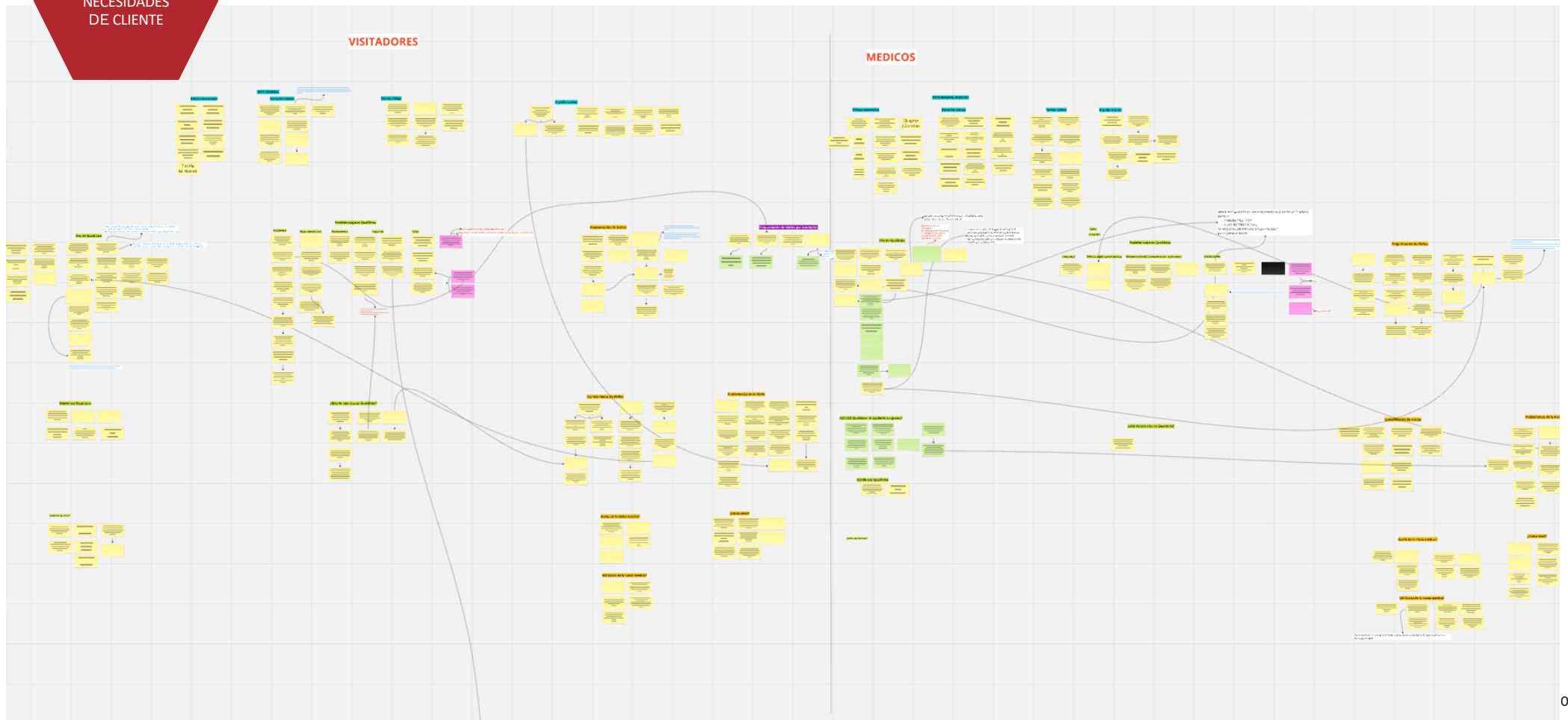


# Aplicación Design Thinking / VAVE



CAPTAR LAS  
NECESIDADES  
DE CLIENTE

- Entrevistas a dos tipos de usuarios: médicos y visitantes

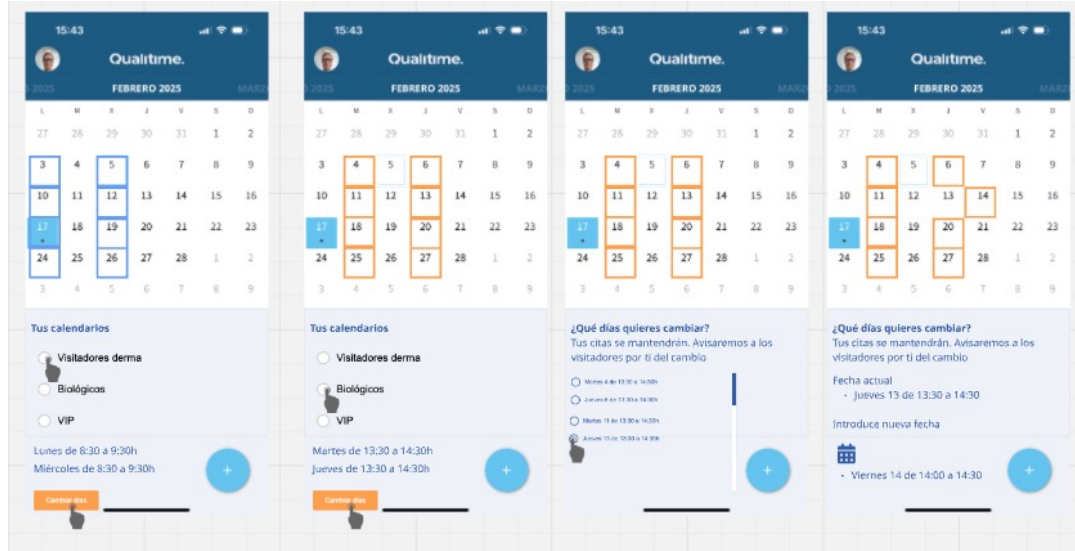


# Aplicación Design Thinking / VAVE



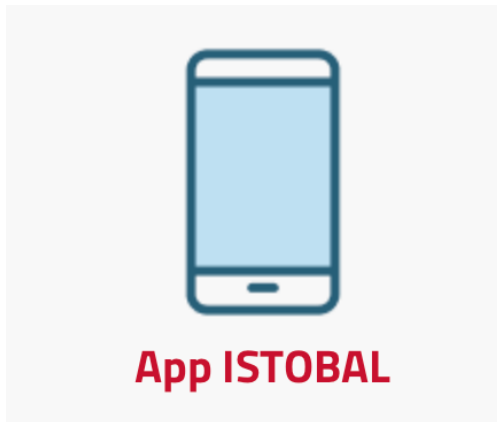
## **Nuevo producto. Foco en lo que valora cliente**

- 1.- Entender las necesidades de ambos tipos de clientes
- 2.- Priorizar y definir las nuevas funcionalidades de la plataforma, tanto para médicos como visitantes
- 3.- Creación de los Wireframes (conceptos) para mostrar
- 4.- Feedback real de clientes



Desarrollo de Producto y Design Thinking- We Tangible

# Aplicación Design Thinking / VAVE



**smartwash**  
by **ISTOBAL**

**LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL DEL LAVADO**

# Aplicación Design Thinking / VAVE



- Entrevistas a tres tipos de clientes:
  - Usuarios finales
  - Propietarios de Centros de Lavado/Gasolineras (p.e. Low Cost)

## Smartwash business

Todo el poder de la gestión digital a tu servicio

Para entender...

- qué datos necesita ver el cliente

### VENTAJAS PARA TU NEGOCIO



Instalación tecnológica totalmente conectada, autónoma, controlada y monitorizada.



Consulta todos los datos contables y de uso a través de un panel de control accesible online y en tiempo real.



Conoce el comportamiento de los usuarios de tu instalación y sus valoraciones. Fidelízalos con promociones personalizadas.



Te ofrecemos cartelería comercial, señalética funcional y asesoramiento en marketing para potenciar tu negocio.

### APP PARA LOS USUARIOS



Ofrece a los usuarios un lavado más rápido, cómodo e intuitivo sin bajar del coche.



Permite la compra de forma digital y remota, individual o por suscripción mensual, de los servicios de lavado.



El usuario puede activar las máquinas con la app desde el interior del coche y detenerlas en caso de emergencia.

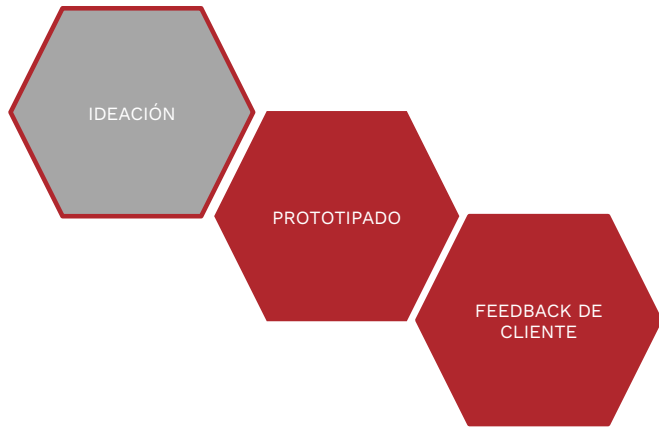


El usuario dispone de la tarjeta monedero ISTOBALCard para acumular saldo y poder disfrutar de descuentos.

Para entender...

- qué necesita hacer el usuario

# Aplicación Design Thinking / VAVE



**Nuevo producto. Foco en lo que valora cliente**

**Para el Propietario:**  
**Smartwash manager**

Un sistema que proporciona

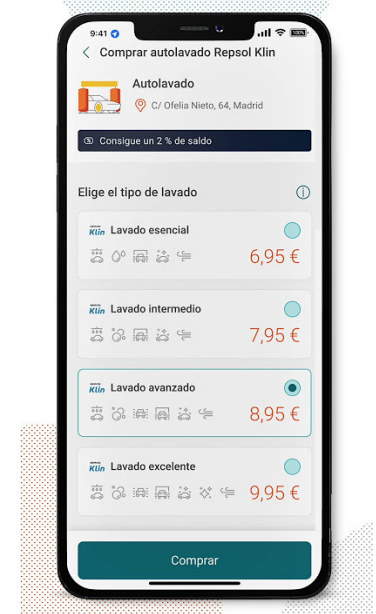
- información sobre el estado de máquinas y consumibles en tiempo real
- datos del comportamiento del consumidor para potenciar la rentabilidad.



**Para el usuario:**

**App**

Una app con la que lavar tu coche sin salir de el y que encontrarás en Repsol Waylet (**Klin**)



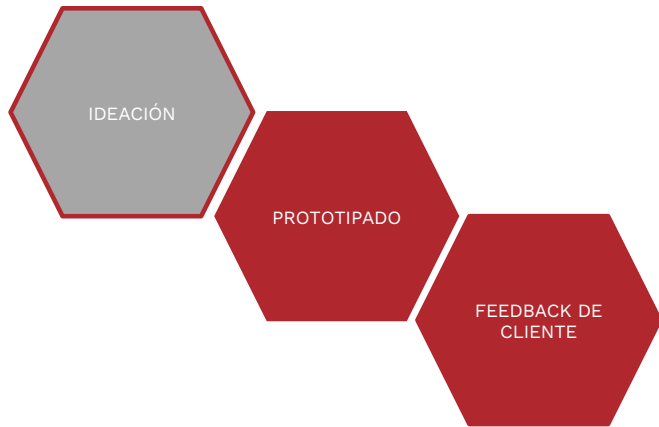
# SERVICIOS

# Aplicación Design Thinking / VAVE





# Aplicación Design Thinking / VAVE

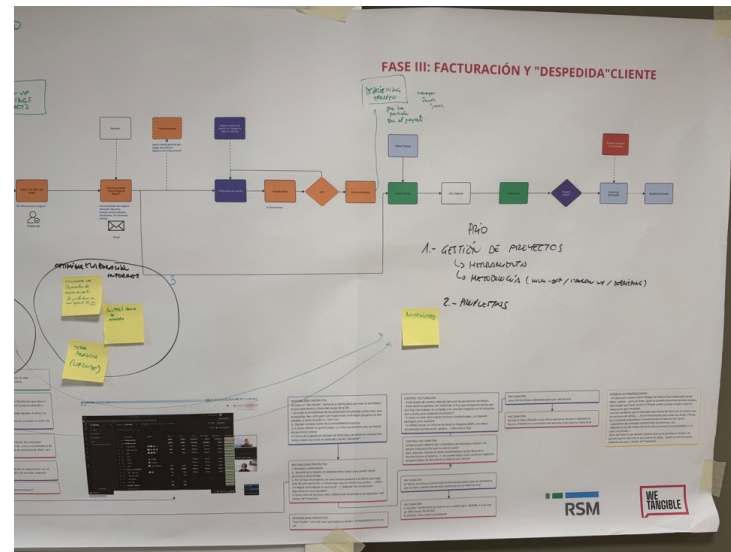
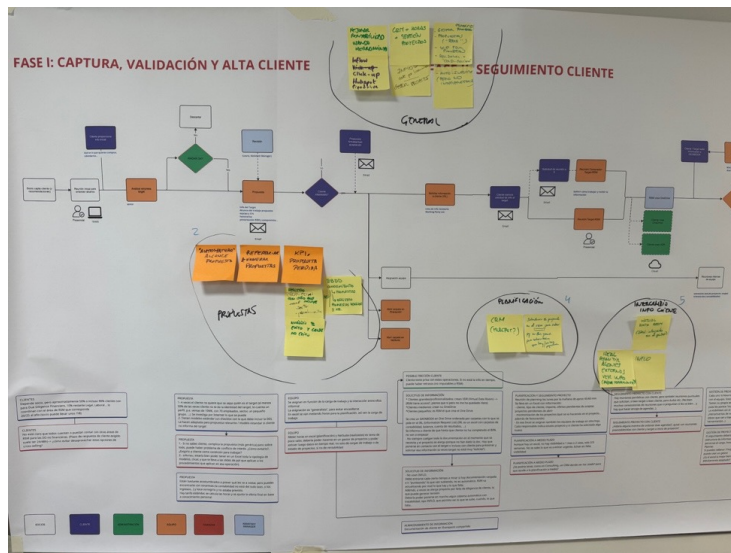


## Nuevo producto. Foco en lo que valora cliente

- Mejoras en intercambio documentación y trazabilidad con cliente → (*fiabilidad / usabilidad*)
- Mejoras en redacción informes a cliente → (*calidad*)
- Mejoras en procesos de comunicación y tarificación con cliente → (*usabilidad*)

## Eficiencia en coste

- Mejora en gestión interna y análisis de la documentación → (- coste)



Desarrollo de Producto y Design Thinking- We Tangible

¿PREGUNTAS?

**BENJAMIN  
LORENTE**



**Managing Partner**  
609 666 916  
[benja@wetangible.com](mailto:benja@wetangible.com)

LinkedIn [here](#).

**SALVA  
FERRI**



**Managing Partner**  
682 460 701  
[salva@wetangible.com](mailto:salva@wetangible.com)

LinkedIn [here](#)

**DAVID  
PASCUAL**



**Partner**  
650 006 268  
[david@wetangible.com](mailto:david@wetangible.com)

LinkedIn [here](#)

**NUESTRA  
COMUNIDAD**



**[WT EXPERTS](#)**

Desarrollo de Producto y Design Thinking- We Tangible

