

loop

new business models

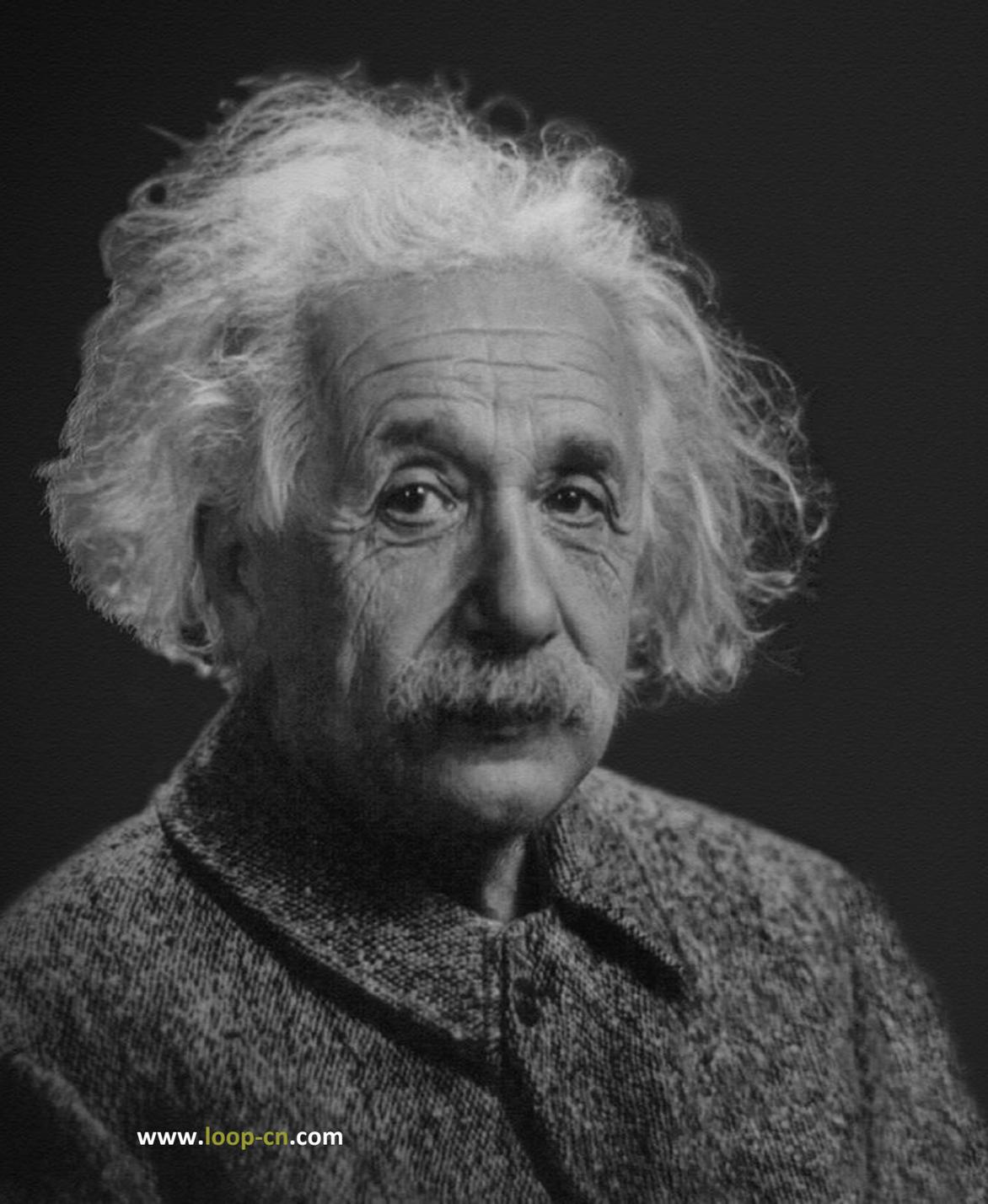
Una nueva visión del **valor estratégico del packaging**

*En un contexto de **cambio**, nuevas oportunidades de diferenciación y personalización*

Barcelona

Mayo 2022

graphispag
2022 



*“En medio de la dificultad
reside la oportunidad”*

Albert Einstein

Y además estamos en un contexto, según los datos del informe de Graphispag, que mueve solo en España 30.000M€ (2,65% del PIB) y ocupa a 3.180 empresas.

¿Cómo aprovecharemos los cambios en el universo del packaging para generar nuevas oportunidades?

De la función a la estrategia

FACTORES ESTRATÉGICOS

Economía circular, sostenibilidad, servitización, Experiencia de compra, Narrativa, Customización, No packaging, gestión del entorno, ...

FACTORES FUNCIONALES

Usabilidad, recuperación y reciclaje, formatos, Experiencia de uso, Almacenamiento y transporte, ...

NUEVOS HORIZONTES ESTRATÉGICOS

Materiales, digitalización, estandarización, procesos, costes, trazabilidad, outsourcing, km 0, ...

Un nuevo horizonte de oportunidades

Los momentos de cambio son propicios a la generación de nuevas oportunidades y a la aparición y consolidación de nuevos actores

Estamos preparados para la **complejidad**

Creamos nuevos modelos de negocio y nuevas categorías de productos y servicios.

Loop es la consultora de estrategia que genera referentes de mercado a través de su *expertise* en:
Modelos de Negocio, Desarrollo de Producto/Servicio, Diversificación & Aceleración Corporativa, Entorno Digital y Análisis Estratégico de Datos.

Estamos enfocados en la salida al mercado de nuestros productos/servicios con la calidad y retorno económico definido junto a nuestros clientes.

30 años de evolución

en la aportación de valor

90's Desarrollo de producto 00's Innovación 10's Consultoría estratégica 20's ...

SERVICIOS

- Diseño industrial
- Desarrollo de producto
- Prototipos
- Interface de uso
- Diseño corporativo

PROYECTOS








SERVICIOS

- Innovación estratégica
- UX
- Human Centric

PROYECTOS








SERVICIOS

- Modelo de negocio
- Diversificación corporativa
- Entornos digitales
- Análisis estratégico de datos

PROYECTOS








La fusión de nuestros servicios e historia da lugar a nuestro presente como "conceptualizadores de negocio"

Nuestros ámbitos de actuación

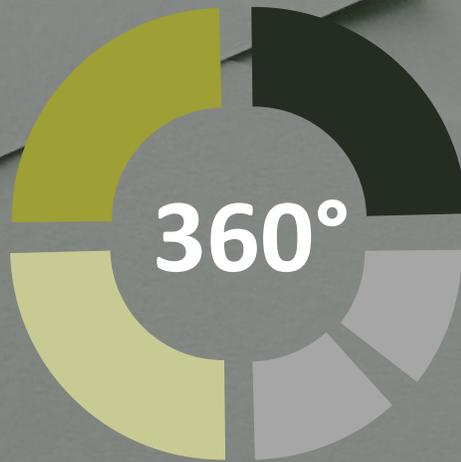
5 servicios para 4 mercados en los ámbitos B2B y B2C

Modelo de negocio

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

Diversificación & Aceleración Corporativa

Gestionamos el conocimiento de nuestros clientes complementándolo con conocimiento externo y/o exportándolo para potenciar oportunidades en el mercado.



Desarrollo de Producto/Servicio

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

loop
design

Entorno Digital

Ayudamos a nuestros clientes a potenciar sus oportunidades en los nuevos entornos digitales.

Análisis Estratégico de Datos

Utilizamos la minería de datos para potenciar las oportunidades de negocio.



GRAN CONSUMO



RETAIL

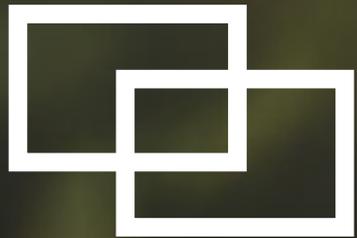


SERVICIOS

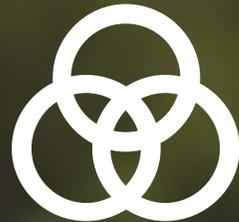


INDUSTRIA

Puntos clave en la oferta de **Loop**



Localizamos...



Definimos...



Seleccionamos...



Maximizamos y Productizamos
Oportunidades de Negocio





Interactuamos con toda la cadena de valor del packaging



Packaging

Un universo en plena transformación

función

Bienes de consumo

Bienes de equipo

Retail

Gran Consumo

VENTA ONLINE

SOSTENIBILIDAD

SOPORTE DIGITAL

imagen

Nuevos paradigmas para el packaging que redefinen roles, interlocutores y responsabilidades, generando un nuevo universo de oportunidades.

La nueva utopía para las marcas

Directo al consumidor

Una posición dominante del Retail (físico y digital) y una nueva oportunidad para las marcas para activar canales.

Nuevos consumidores y nuevas maneras de empatizar con ellos, el producto y su envoltente vistos como un elemento dinámico

Nuevas reglas en el mundo de la comunicación y el marketing

El packaging como transmisor de valores (positivos y negativos)

El packaging hoy es parte de la historia que queremos transmitir al consumidor: los valores (del producto y del propio packaging), su aportación a un entorno más sostenible, la trazabilidad y el recorrido hasta llegar al disfrute de nuestra compra.

La velocidad del cambio

Una “tormenta perfecta” propiciada por un mercado globalizado

Un contexto donde el packaging y lo que representa pueden marcar la diferencia, respondiendo a tendencias contrastadas:

- Presión social alrededor de la sostenibilidad
- Imposición de los mercados glociales
- Evolución y dispersión tecnológica



El ocaso de la súper-optimización

Tecnología y economía a escala al servicio de la customización

En las últimas décadas, salvo segmentos premium y algunas raras excepciones, la tendencia ha sido la estandarización de soluciones de packaging (la mayoría de las veces únicamente identificándose por su imagen gráfica).

Caso Herca Danone

O como un envase estandarizó la categoría permitiendo que marcas y MDD se mimetizaran.



www.loop-cn.com

loop new business models 14

Caso Coca Cola

Como usar la falsa customización para crear sensación de producto personalizado sin necesidad de serlo y con excelentes resultados.

Campaña creada por Coca Cola Australia y que en su primera adaptación al mercado español, movió una cifras de:

- 550 millones de latas fabricadas
- Uso de 122 nombres (equivalente a 4,5 millones de latas por nombre)
- En 5 semanas, según datos de la compañía,
 - Se incrementaron las ventas un 13%
 - Aumentaron las visitas a la web en un 52% y se registraron diariamente 3.000 consumidores
 - Se publicaron 353.000 tweets

www.loop-cn.com

loop new business models 14

Empoderamiento del consumidor

Integración de la industria 5.0

Un factor directo de la revolución digital es el empoderamiento de las personas sobre su entorno, creando nuevas situaciones a las que el producto debe saber adaptarse.

Nuevas vías de influencia y de gestión de la información, y la era del valor del “estar” sobre el “ser”.

Nueva forma de entender el producto

Del “no objeto” al “no packaging”

Un factor directo de la revolución digital es el empoderamiento de las personas sobre su entorno, creando nuevas situaciones a las que el producto debe saber adaptarse.

Nuevas vías de influencia y de gestión de la información y la era del valor del “estar” sobre el “ser”.

La economía circular

Una potencial oportunidad de negocio

De la exigencia a la oportunidad: como marca y fabricante somos responsables del producto (y el contenedor) que ponemos en el mercado; desde el origen de las materias primas hasta más allá de su vida útil.

La circularidad, más allá de un reto institucional, representa un nuevo modelo de integración de actores.

Una nueva realidad para la industria

Oferta 360°, del servicio al producto y el consumible

Quando dejamos de hablar de packaging como envoltente y comenzamos a hablar de trazabilidad, economía circular o sostenibilidad, el packaging comienza a ser un actor relevante en el ecosistema de una oferta 360° (producto, servicio, consumible), donde el servicio se convierte en garante de nuestra posición ante canal y consumidor.

Diferenciación y personalización en el packaging

Un universo inagotable de oportunidades

Creación de *nuevas experiencias* para comprador y usuario

Generador de *nuevos vínculos* con el consumidor

La sostenibilidad y la economía circular como *gran oportunidad de negocio*

Coordinación de *ecosistemas complejos*

Inmersos en un contexto de elevada exigencia y alta predisposición por parte de la sociedad para admitir cambios y recibir respuestas a nuevas inquietudes.

¡Muchas gracias!

a.quintanilla@loop-cn.com

www.loop-cn.com

loop new business
models

graphispag
2022 