

# BIK SCALE



GENERALITAT  
VALENCIANA

MACE  
MAGNIFICACIONES  
ASOCIACION DE  
CONSEJEROS DE  
MAGNIFICACIONES



Comissió Interdepartamental  
de Recerca i Innovació Tecnològica  
CERCA

Proyecto subvencionado por los fondos FEDER de la Unión Europea a través de la Operativa 1.1.1.1 de la Línea de Ayuda 10.1 (2014-2020)



Castellón



loop new business models

# Introducción

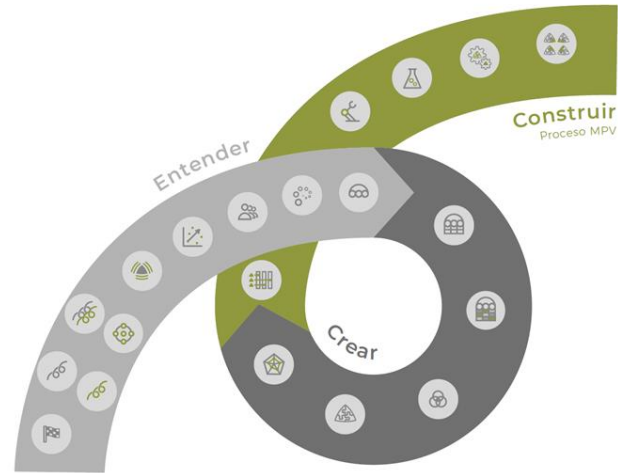
## Metodología, bases de la misma

La metodología **BIK SCALE** es una metodología desarrollada por Loop específicamente para el CEEI y disponible en la web del mismo.

Tiene como **propósito identificar retos y oportunidades de negocio**.

El presente documento contiene algunas de las herramientas más utilizadas del BIK Scale pero las mismas pueden ser **adaptadas y optimizadas para el cumplimiento del encargo**.

Otras herramientas del BIK Scale pueden ser adaptadas y utilizadas libremente por los dinamizadores si lo consideran necesario y siempre según los objetivos del workshop.



# BIK! CEEI



GENERALITAT  
VALENCIANA



TOTS  
a l'Escola  
& a l'Oficina



I+D+i  
INICIATIVA DE INVESTIMENT  
D'INNOVACIÓ I D'ENTREPRENEDORIA



CEEI  
CENTRE D'ENTREPRENEDORIA  
I D'INNOVACIÓ



***Disponer de una herramienta metodológica a disposición de los agentes, para:***

- ***Agrupar a organizaciones del sector bajo proyectos de desarrollo conjunto.***
- ***Identificar oportunidades que dinamicen el tejido empresarial.***
- ***Detectar y explotar sinergias entre organizaciones y empresas.***
- ***Identificar necesidades y ofrecer soluciones colaborativas y de alcance sectorial.***

# Ejemplo trabajo realizado

Trabajar de forma dinámica e ininterrumpida, con distintos grupos de trabajo para: **identificar y lograr la consecución de soluciones u oportunidades dentro de cada territorio**, basado en la metodología BIK SCALE.

CEEI Castellón ha creado **tres grupos de trabajo** en su provincia: **zona norte, zona central y zona sur**.

**Reuniones en cada una de las zonas.**

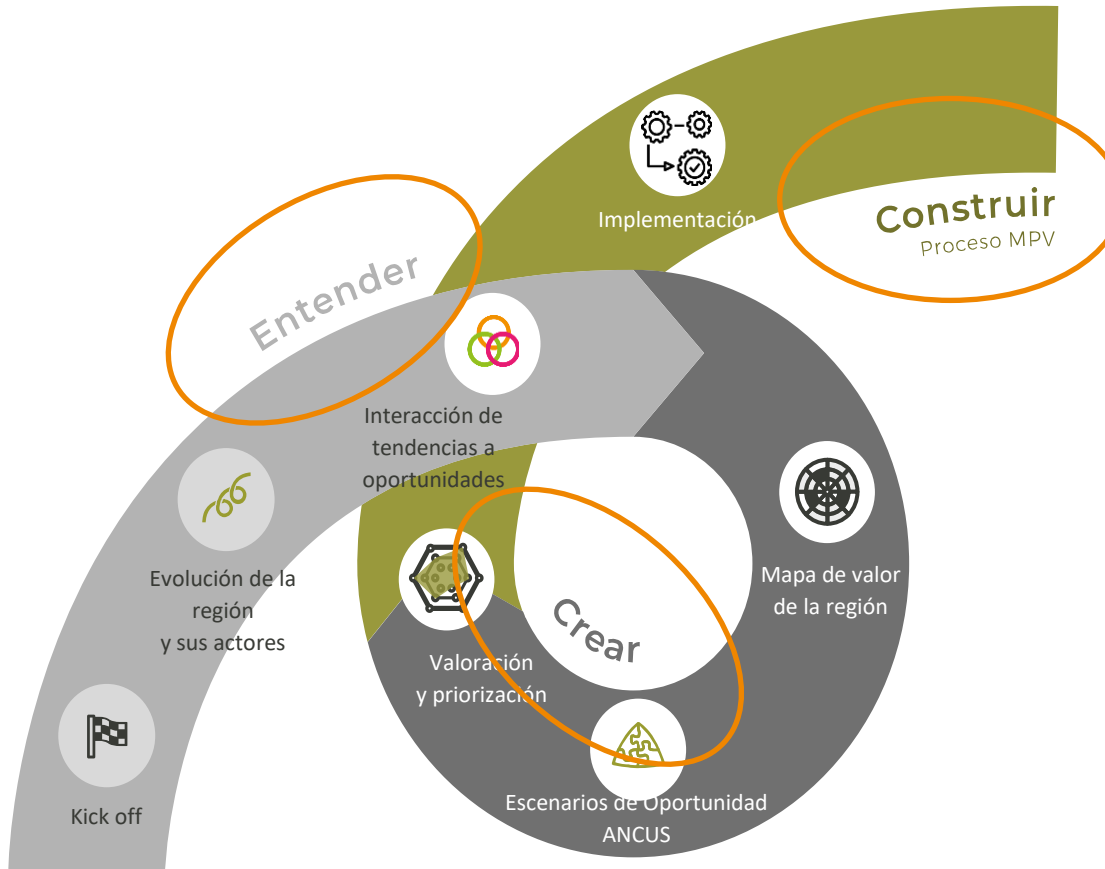


# Fases del proceso

[Metodología]

Visión global de todo el sistema y sus fases:

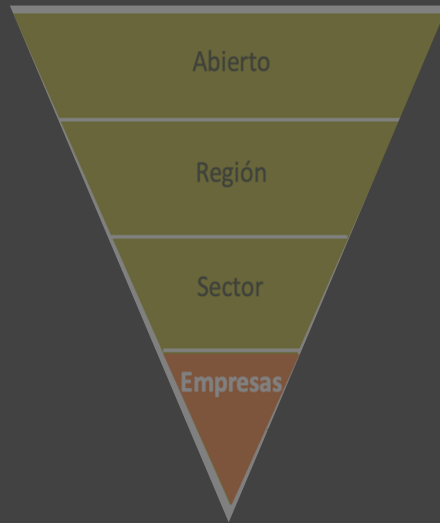
- **FASE 0. PREPARACIÓN PREVIA**
- **FASE 1. ENTENDER**
- **FASE 2. CREAR**
- **FASE 3. CONSTRUIR**



# Fases del proceso

[Metodología]



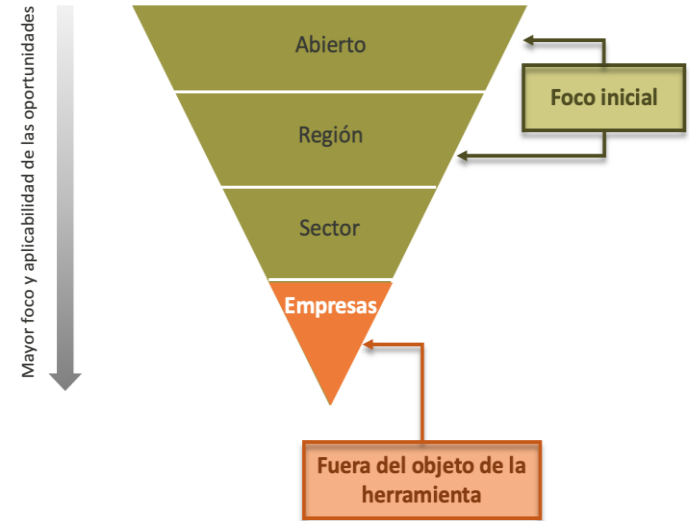


# Fase 0. Preparación previa

# FOCO Y NIVEL DE PROFUNDIDAD

El foco de la dinámica de trabajo en el territorio de Castellón se ha puesto en la comarca de cada una de las áreas.

El nivel de profundidad puede ser: abierto, **región**, sector o empresa

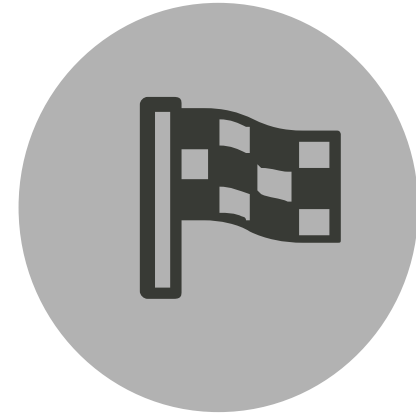




# KICK OFF

El Kick off se realiza previamente a la sesión de trabajo conjunto o al inicio de la misma, pero siempre una vez se hayan identificado los actores y el alcance del ejercicio con la finalidad de:

1. **Identificar los objetivos** del ejercicio
2. **Identificar los recursos (equipo)**
3. **Proponer y consensuar un planning**



# KICK OFF

## FACTORES DE ÉXITO DEL PROYECTO

### Directos

---

**Factores “sine qua non” relacionados con el proyecto**

*Ej: abrir nuevos canales, targets, timing, capex, volumen de negocio, rentabilidades, share de mercado, N° de productos, posicionamiento, escenarios, generación de nuevos empleos...*



### Indirectos

---

**Factores deseables relacionados con la organización/proyecto**

*Ej: aprender metodología de innovación, demostrar a la organización capacidades, construir un caso de éxito, crear herramientas para la difusión del caso, RSC...*



# OBJETIVOS DIRECTOS

Desde el inicio se plantean unos objetivos, que posteriormente son confirmados en las reuniones con los agentes de cada territorio.

## EJEMPLO





# Entender



Evolución de la  
región  
y sus actores



Kick off



Interacción de  
tendencias a  
oportunidades

## Fase 1. Entender

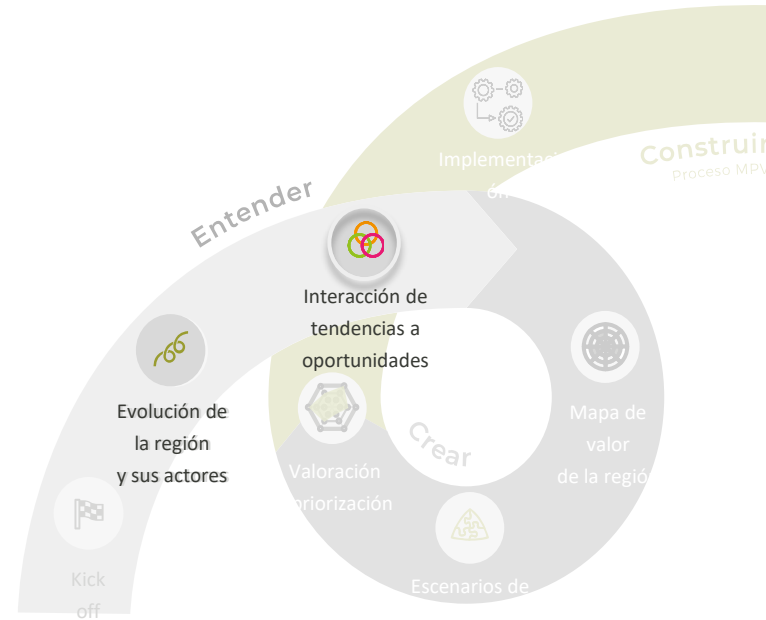
# FASE 1. Entender

[Fase 1. Entender]

Cómo hemos llegado a la situación actual

**Evolución de la región y sus actores**

**Interacción de tendencias a oportunidades**





# EVOLUCIÓN DE LA REGIÓN Y SUS ACTORES

*(Conocimiento en perspectiva del entorno)*

# Evolución de la región y sus actores

[Fase 1. Entender]

## Plantilla

Inicios	Pasado	Presente	Futuro 2021 - 2025	
			<i>Necesidades</i>	<i>Líneas de trabajo</i>

xxx

xxx

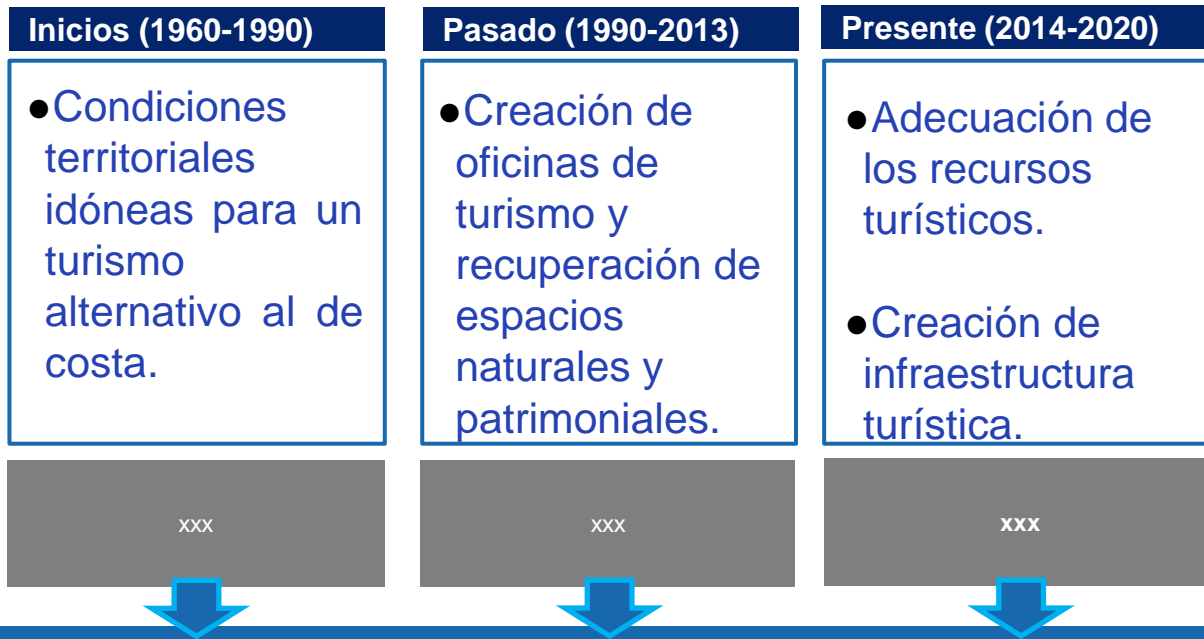
xxx

xxx

El reto de la región y sus actores consiste en ....

# Evolución de la región y sus actores [Ejemplo trabajo realizado]

## EJEMPLO



El reto de la región y sus actores consiste en ....



# Evolución de la región y sus actores [Ejemplo trabajo realizado]

## EJEMPLO

Futuro 2021 - 2025

- Generar una marca de calidad con los valores del producto de proximidad: fomentar la alimentación saludable y el cuidado del medioambiente.

- Industria apalancada como tractora del resto: tanto en el interior como en la costa.

xxx



El reto de la región y sus actores consiste en ...

OPORTUNIDAD

TURISMO





# INTERACCIÓN DE TENDENCIAS A OPORTUNIDADES

*(Interpretar las confluencias en el mercado)*

## Interacción de tendencias

Se pueden englobar en tres categorías principales.

1. Tendencias económicas o de mercado:
2. Tendencias tecnológicas
3. Tendencias sociales y culturales

En un grado de simplificación máxima se puede decir que cada oportunidad ha de contar con una demanda potencial, un modelo económico y una tecnología que la sustente.



# Interacción de tendencias

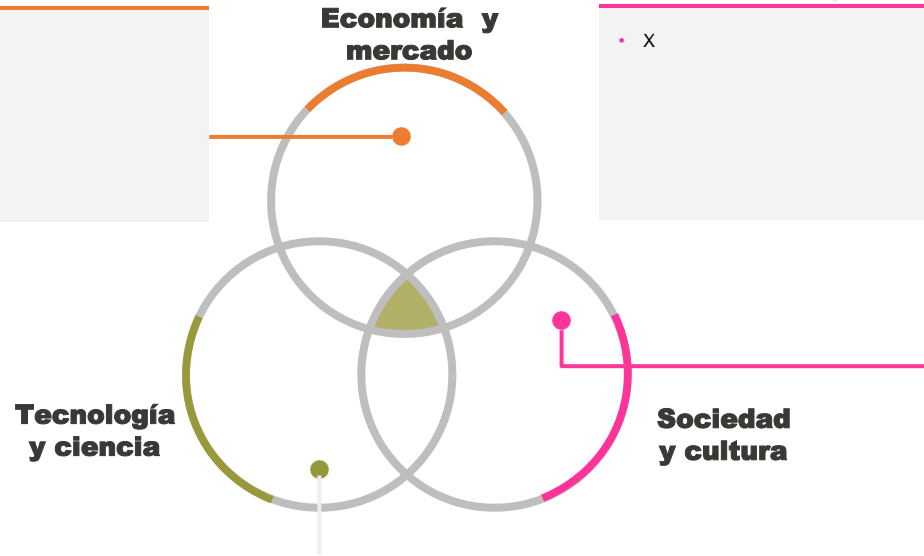
[Fase 1. Entender]

## Tendencias de economía y mercado

- X

## Tendencias de sociedad y cultura

- X



## Tendencias de tecnología y ciencia

- X

## EJEMPLO

# Tendencias

### TECNOLOGÍA Y CIENCIA

#### 1. Autosuficiencia, integración de la cadena de valor y trazabilidad.

Las empresas deberán garantizar su autosuficiencia y un perfecto control de todos sus proveedores y sus procesos.

### SOCIEDAD Y CULTURA

#### 1. Se acortan las distancias y se rompen barreras: teletrabajo, eCommerce y videollamadas.

Lo que en su momento era algo lejano, ha supuesto un cambio en el estilo de vida de los consumidores, que sin duda debe tener un impacto en el proceso de digitalización de las empresas.

### ECONOMÍA Y MERCADO

#### 1. Refuerzo de la cadena para garantizar el suministro.

Será necesario un plan de gestión de riesgos para garantizar en todo momento el suministro a todos los clientes antes todo los supuestos posibles.

Fuentes: Cinco Días, Economipedia, El País, Bitcoin, Food Retail, Marketing Directo, BBVA.

Fuentes: El País, Cinco Días, Telemadrid, El Español.

Fuentes: KPMG, PwC, El País, Food Retail, 20minutos, ABC, Alicante Plaza, El Mundo, Caixa Bank, Cinco Días.

# Interacción de tendencias

Inicios	Pasado	Presente	Futuro 2021 - 2025	
XXX	XXX	XXX	XXX	



1

### Tendencias de Tecnología

XXX

IMAGEN

### Tendencias de Economía/Mercado

XXX

IMAGEN

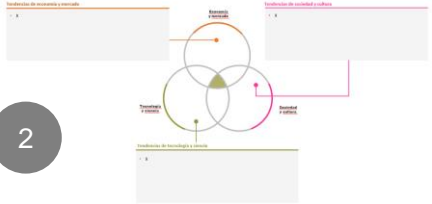
### Tendencias de Sociedad

XXX

IMAGEN



2



## EJEMPLO

# Oportunidad detectada

TURISMO



## EJEMPLO

# Cruce oportunidad y tendencias



## TURISMO

### OPORTUNIDADES POR TENDENCIAS

#### TECNOLOGÍA Y CIENCIA

Avance de la tecnología de detección de infectados Covid: turismo más seguro.

Aprovechar la trazabilidad para traccionar el sector primario y hacerlo factor de diferenciación.

Pilotos en el territorio (Benicarló y Vinaroz) como destinos turísticos inteligentes.

Aplicaciones y Big Data para dar información también a los pequeños empresarios locales, para orientar su oferta hacia clientes potenciales.

#### SOCIEDAD Y CULTURA

Agregador de recursos y ofertas turísticas (público y privada) para crear un verdadero producto turístico atractivo para la Comunidad Valenciana.

Dar visibilidad online del compromiso social y medioambiental.

#### ECONOMÍA Y MERCADO

Fomentar el asociacionismo y la cooperación entre instituciones u organismos públicos y empresas privadas en la “venta” de un territorio a nivel turístico.

Oportunidad para territorios rurales, no masificados.

Creación de marca, con el trabajo que conlleva en cuanto a exigencia de estándares y coherencia de imagen.

### OPORTUNIDAD FINAL - DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN EL TERRITORIO

“Trabajar el **autoconocimiento** por parte de las empresas turísticas para a continuación conseguir una colaboración completa entre **empresas y agentes** del territorio elaborando itinerarios completos rural-costero, dándose todos a conocer en una plataforma digital que a su vez sirva como **agregador de ofertas**”





## Fase 2. Crear

## FASE 2. CREAR

Las necesidades y oportunidades a partir del análisis de la situación actual.

### Mapa de valor de la región

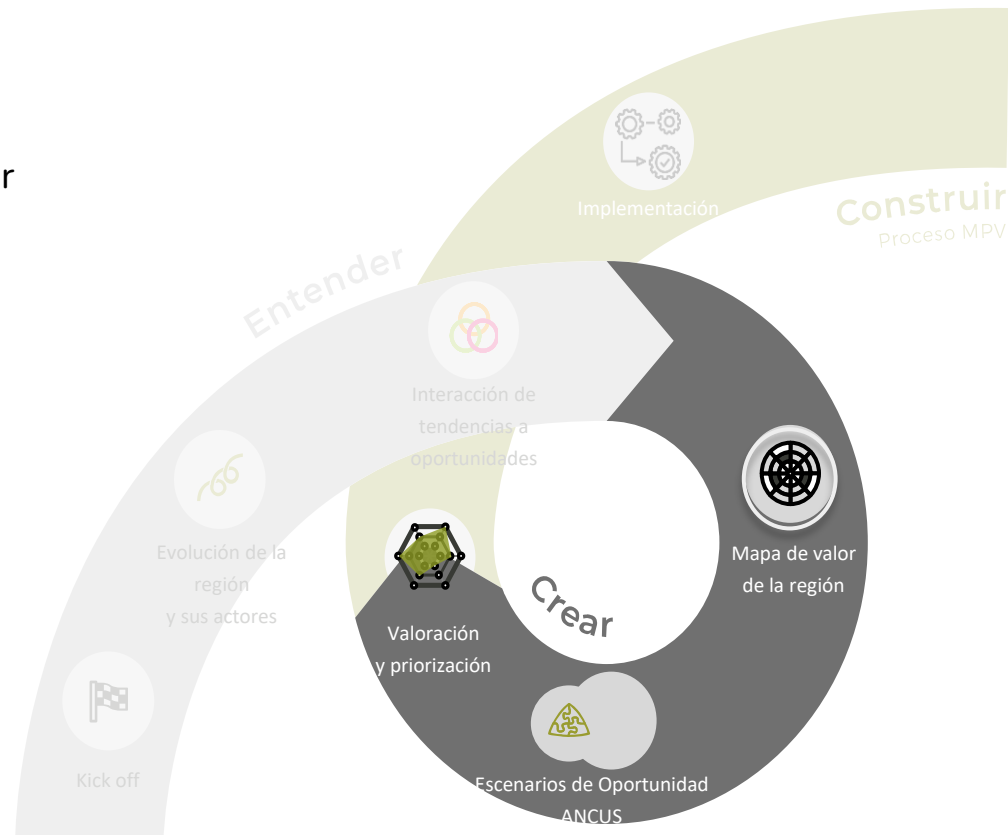
Interacción de recursos, capacidades y necesidades

### Escenario de Oportunidad ANCUS

Definición de los componentes de la oportunidad y de la solución

### Valoración y priorización

Ordenación de las oportunidades para su priorización en función de los criterios de selección, de los recursos existentes y de los objetivos definidos en el Kick off





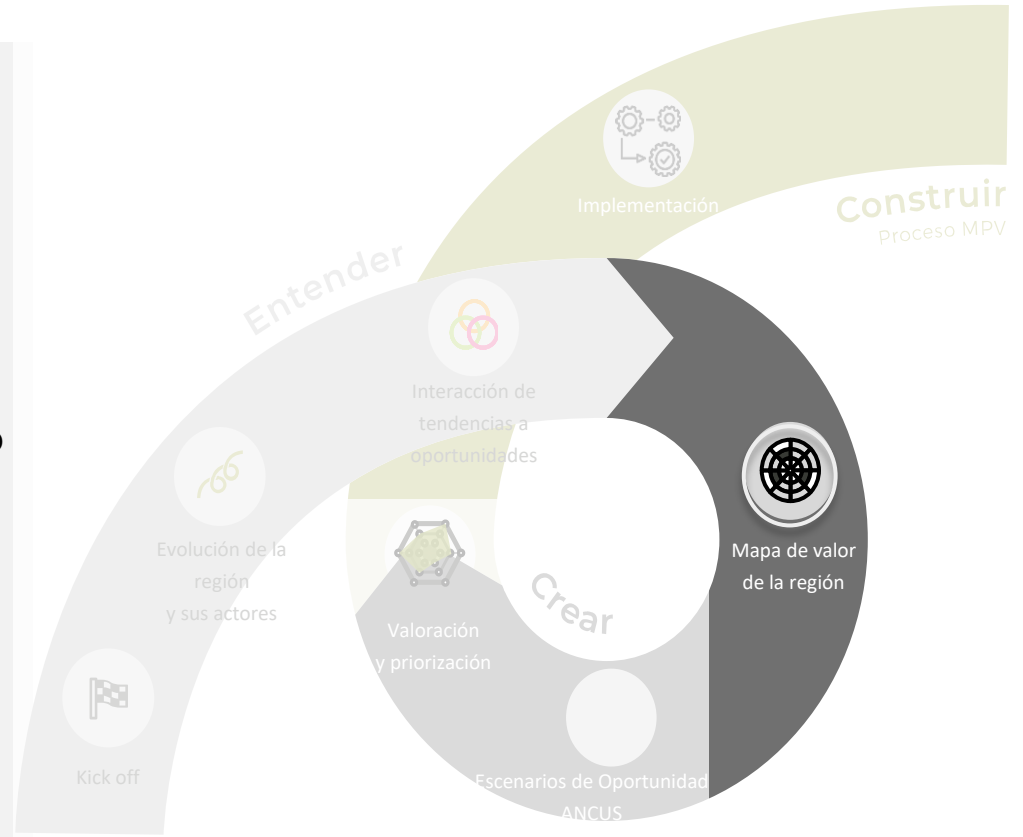
# MAPA DE VALOR DE LA REGIÓN

(XXXXXXX)

# Mapa de valor

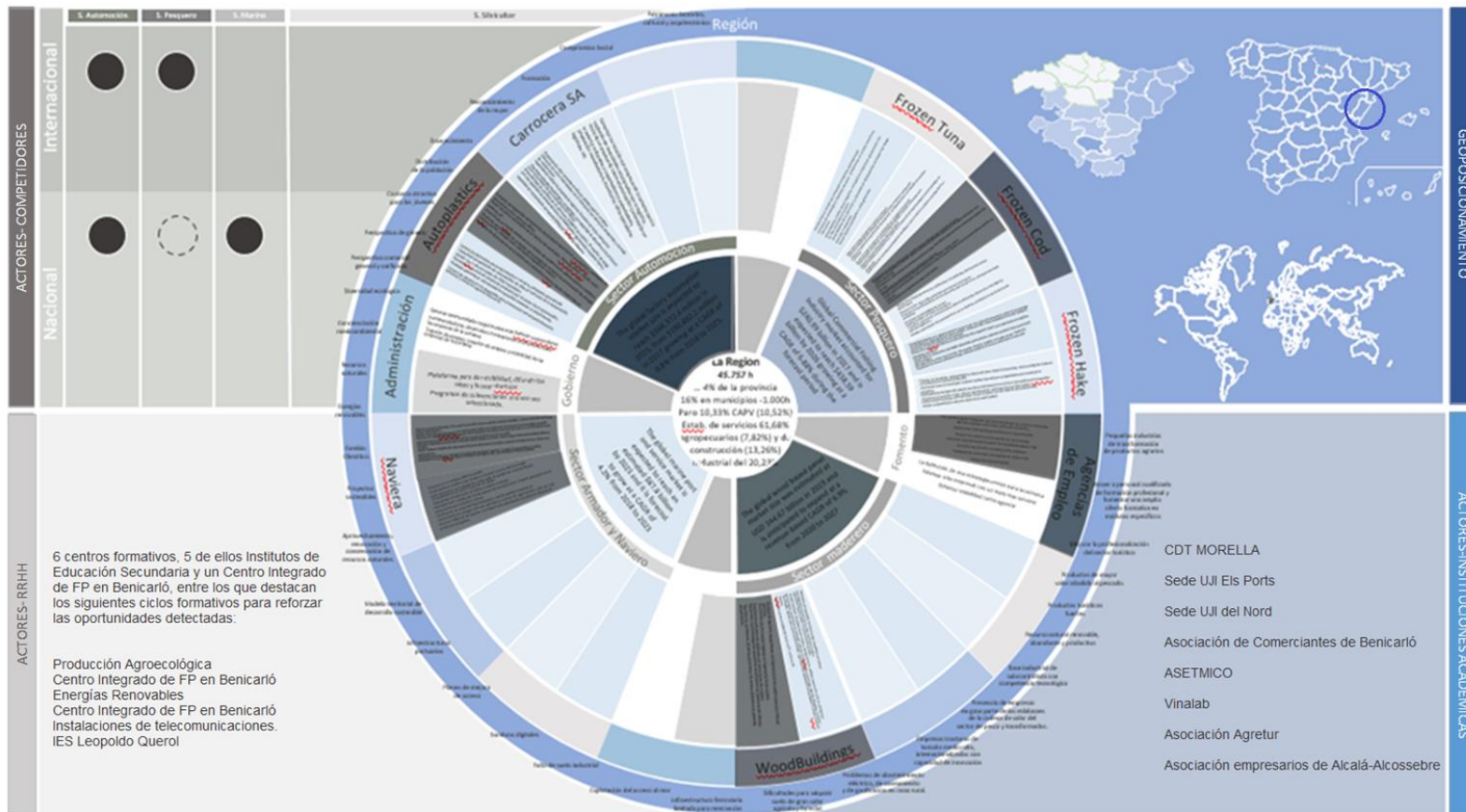
[Fase 2. Crear]

El mapa de valor es una **representación del conjunto de áreas estratégicas de la región** y tiene como **objetivo la identificación de los recursos de los que se dispone para explotar la oportunidad.**



# Mapa de valor

[Fase 2. Crear]



*Documento vivo, que ha de estar presente siempre, para en todo momento incluir información.*

## ACTORES-COMPETIDORES

Identificación y breve análisis de su actividad y evolución.

## GEOPOSICIONAMIENTO


Primero, definimos el geoposicionamiento - ámbito territorial en el que vamos a realizar el análisis- y analizamos dicho territorio en términos económicos y demográficos, para después comenzar con la identificación de los actores.

## ACTORES-RRHH

Instituciones educativas del territorio con capacidad de generar el conocimiento necesario para contribuir al desarrollo de las oportunidades.

## ACTORES-INSTITUCIONES

Instituciones que suman en materia de I+D+i que es relevante para el desarrollo del territorio.



# ESCENARIOS DE OPORTUNIDAD ANCUS

*(Detallando los factores de la oportunidad)*

## Escenarios de oportunidad

La **herramienta escenarios de oportunidad** permite pasar de una idea bien fundamentada a una propuesta definida y estructurada.

Los cuatro componentes de la oportunidad son:

- **Actores**
- **Necesidades**
- **Contexto de uso**
- **Solución**





## Escenarios de oportunidad. ANCUS (Actores, Necesidades Contexto Uso y Solución)

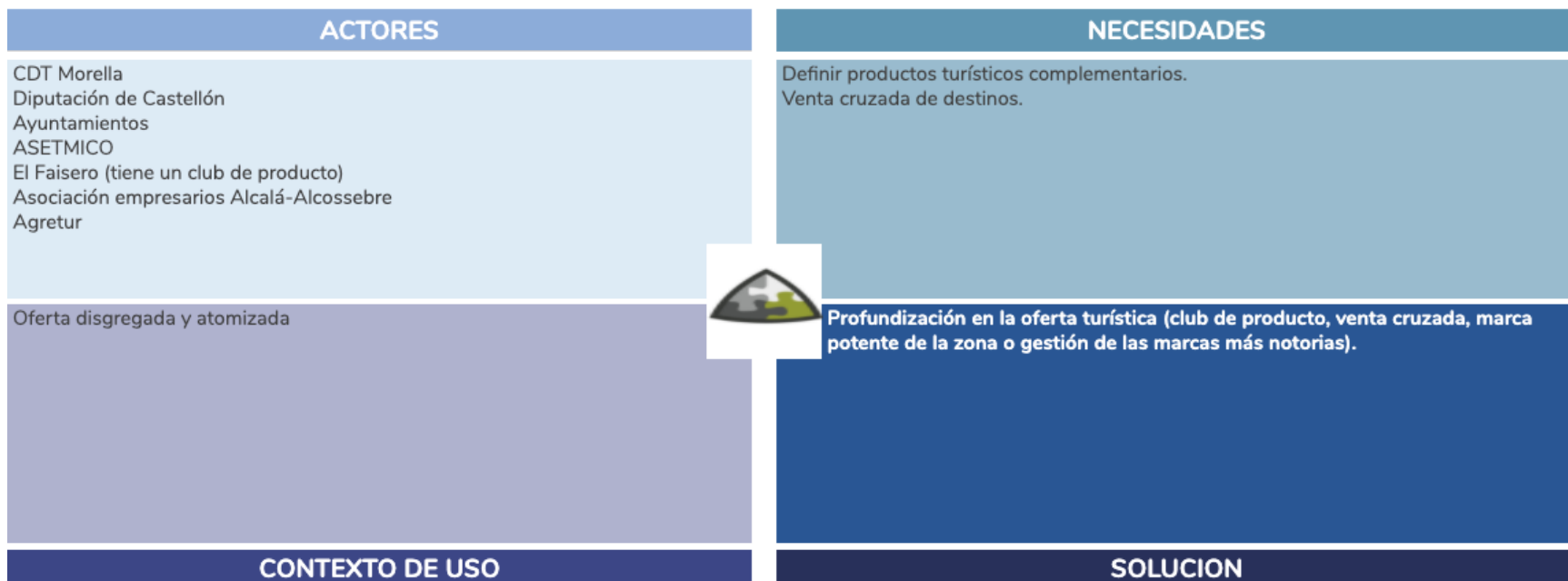


## EJEMPLO

## Escenarios de oportunidad. ANCUS (Actores, Necesidades Contexto Uso y Solución)

**DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DEL TURISMO EN EL TERRITORIO**

El desarrollo de este sector en el territorio conlleva primeramente autoconocimiento por parte de las empresas turísticas para a continuación conseguir una colaboración completa entre empresas y agentes del territorio elaborando itinerarios completos rural-costero, dándose todos a conocer en una plataforma digital que a su vez sirva como agregador de ofertas.





# VALORACIÓN Y PRIORIZACIÓN

*(Relevancia y pertenencia de las soluciones)*

## Valoración y priorización

La herramienta valoración y priorización tiene precisamente el propósito de **generar una reflexión**, muy pragmática, para priorizar, ordenar o descartar oportunidades.



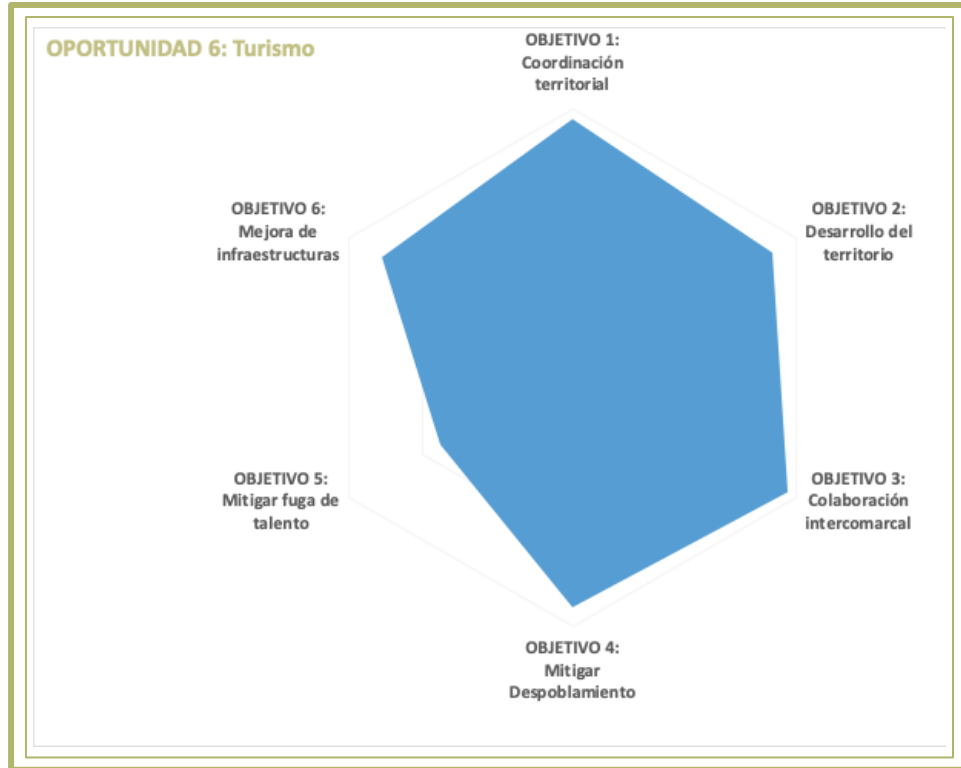
La escala de medición es **sencilla**, valoran puntuando **entre 1 y 3** cuánto va a contribuir esa oportunidad a la consecución del objetivo, donde 1 significa que esa oportunidad apenas va a contribuir, y 3 lo contrario.

Tabla para valoración

Criterios	Apoyo al emprendimiento	Plataforma Cadena Comercial	Formación Especializada	Nuevas Tecnologías	Energías Renovables	Turismo
<b>OBJETIVO 1:</b> Coordinación territorial	1	2	2	3	2	3
<b>OBJETIVO 2:</b> Desarrollo del territorio	2	2	2	3	2	3
<b>OBJETIVO 3:</b> Colaboración intercomarcal	2	3	2	3	1	3
<b>OBJETIVO 4:</b> Mitigar Despoblamiento	2	2	3	3	2	3
<b>OBJETIVO 5:</b> Mitigar fuga de talento	2	1	2	3	2	2
<b>OBJETIVO 6:</b> Mejora de infraestructuras	2	2	1	2	3	3

## EJEMPLO

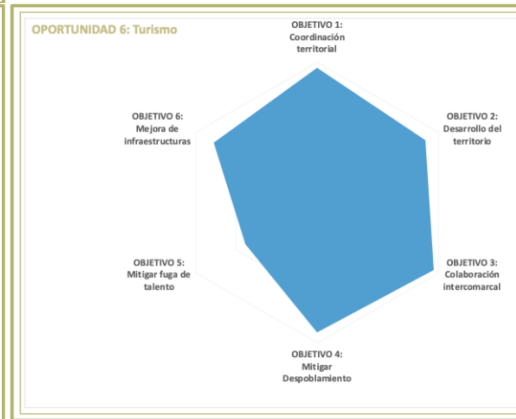
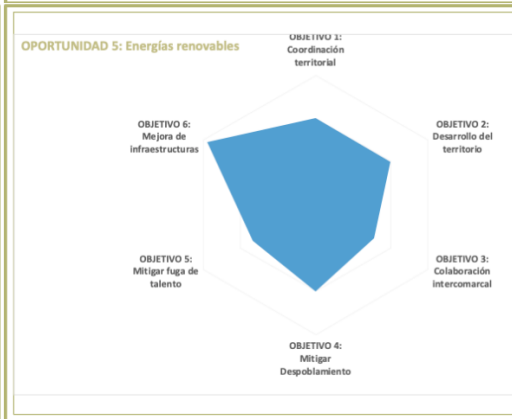
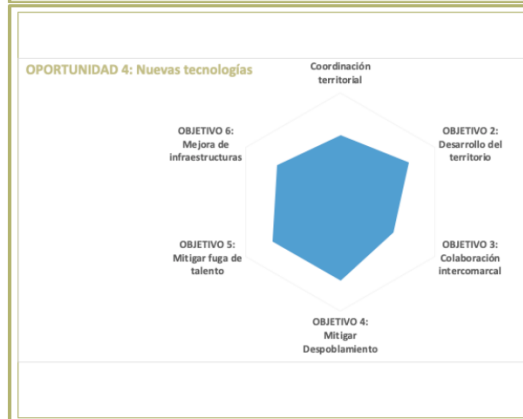
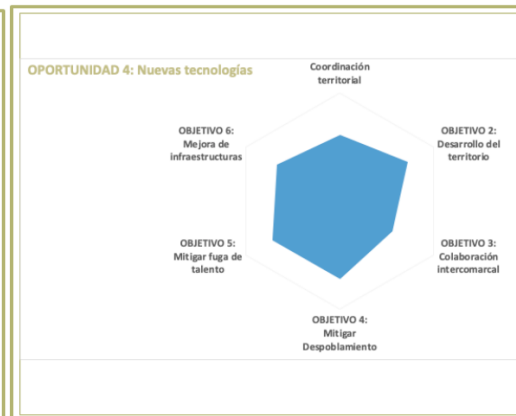
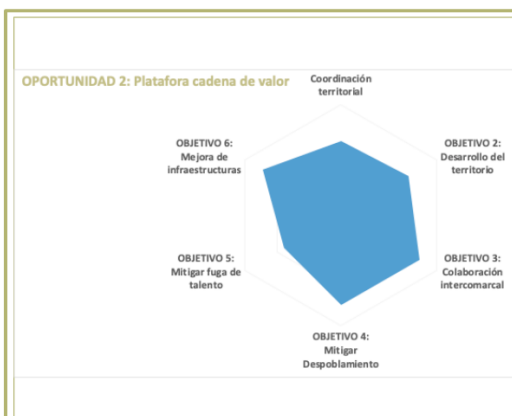
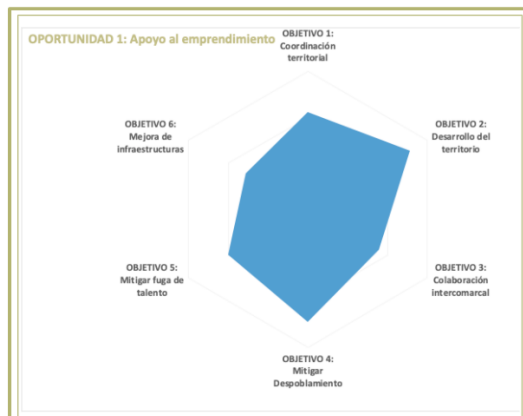
# Valoración. Desarrollo del turismo



Los resultados se plasman en un gráfico de araña en el que a mayor área de superficie cubierta, mayor potencial adquiere dicho escenario.

El turismo es otra de las oportunidades que más pueden contribuir a lograr todos los objetivos, con una menor incidencia solamente en la fuga de talento.

## Valoraciones globales



## EJEMPLO

# Valoraciones globales

El desarrollo del turismo, la formación especializada y las nuevas tecnologías son las oportunidades clave para lograr los objetivos marcados en el territorio.

El desarrollo del turismo se posiciona como la oportunidad clave para lograr todos los objetivos marcados, con menos incidencia en mitigar la fuga de talento, objetivo que ha sido valorado como uno de los más complejo de conseguir.

Mitigar el despoblamiento es el objetivo que mayor grado de consecución puede tener con la aplicación de estas oportunidades. Le sigue el desarrollo del territorio y la colaboración intercomarcal.

En el lado contrario, el objetivo más difícil de conseguir parece ser el de la coordinación territorial.

## Oportunidades con mayor incidencia en cada uno de los objetivos

CRITERIOS/OBJETIVOS	Apoyo al emprendimiento	Plataforma cadena comercialización	Formación especializada	Nuevas tecnologías	Energías renovables	Desarrollo del turismo
OBJETIVO 1: Coordinación territorial						x
OBJETIVO 2: Desarrollo del territorio	x		x	x		x
OBJETIVO 3: Colaboración intercomarcal		x	x			x
OBJETIVO 4: Mitigar Despoblamiento	x	x	x	x		x
OBJETIVO 5: Mitigar fuga de talento			x	x		
OBJETIVO 6: Mejora de infraestructuras		x			x	x



An aerial photograph of a river meandering through a dense, lush green forest. The river flows from the bottom left towards the top right, forming a large loop. In the center of the loop, there is a grassy meadow. The surrounding forest is thick and vibrant green. The text 'FLUJO DE LA METODOLOGÍA' is overlaid in white, bold, sans-serif font on the right side of the image.

# FLUJO DE LA METODOLOGÍA

# Flujo de la metodología

## Objetivos

Las diferentes herramientas no son entes independientes sino que son parte de un sistema donde se producen flujos de información en distintos momentos del proceso.

### FACTORES DE ÉXITO DEL PROYECTO

#### Directos

Factores "sine qua non" relacionados con el proyecto

Ej: abrir nuevos canales, targets, timing, capex, volumen de negocio, rentabilidades, share de mercado, Nº de productos, posicionamiento, escenarios, generación de nuevos empleos...

#### Indirectos

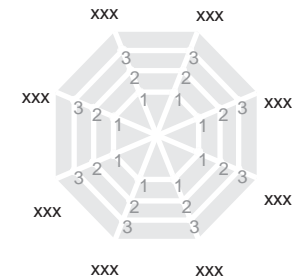
Factores deseables relacionados con la organización/proyecto

Ej: aprender metodología de innovación, demostrar a la organización capacidades, construir un caso de éxito, crear herramientas para la difusión del caso, RSC...

Los objetivos, fundamentalmente los directos, condicionan el reto

Inicios	Pasado	Presente	Futuro 2021 - 2025
			Recorrido Línea de trabajo
xxx	xxx	xxx	xxx

### ESCENARIO

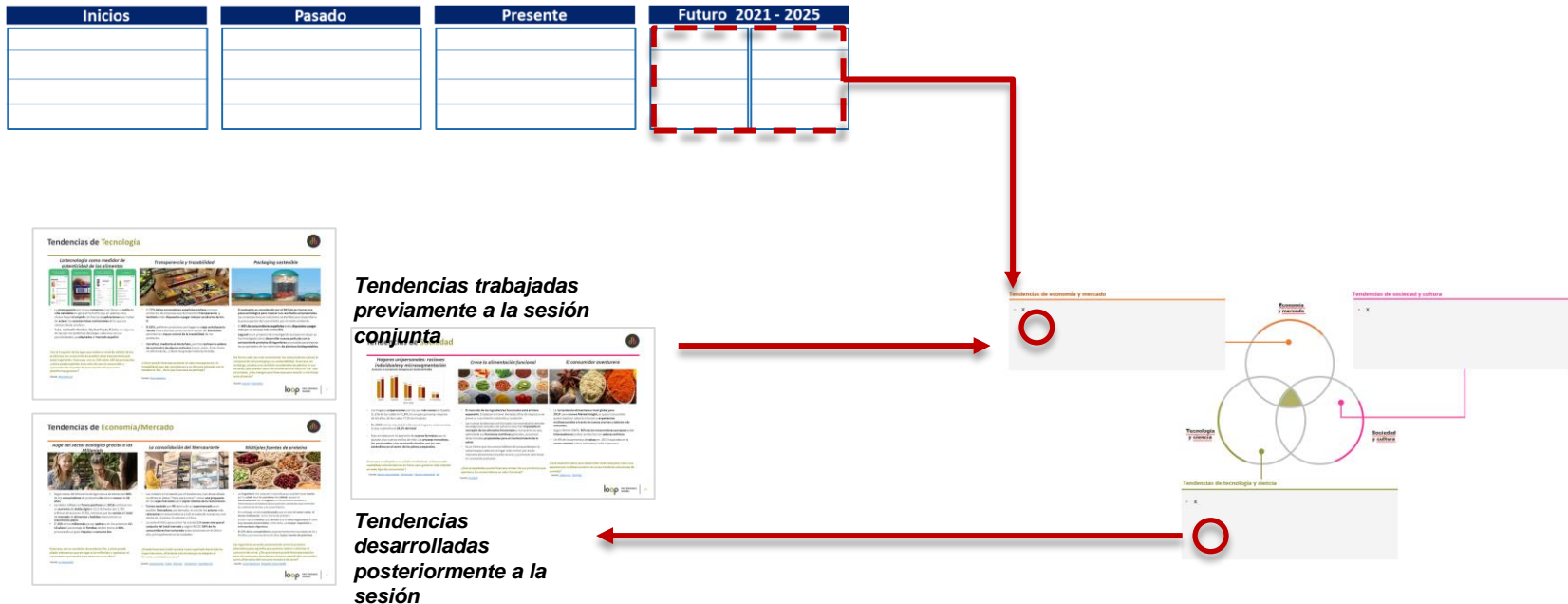


Y determinan los criterios de valoración de los escenarios de oportunidad

# Flujo de la metodología

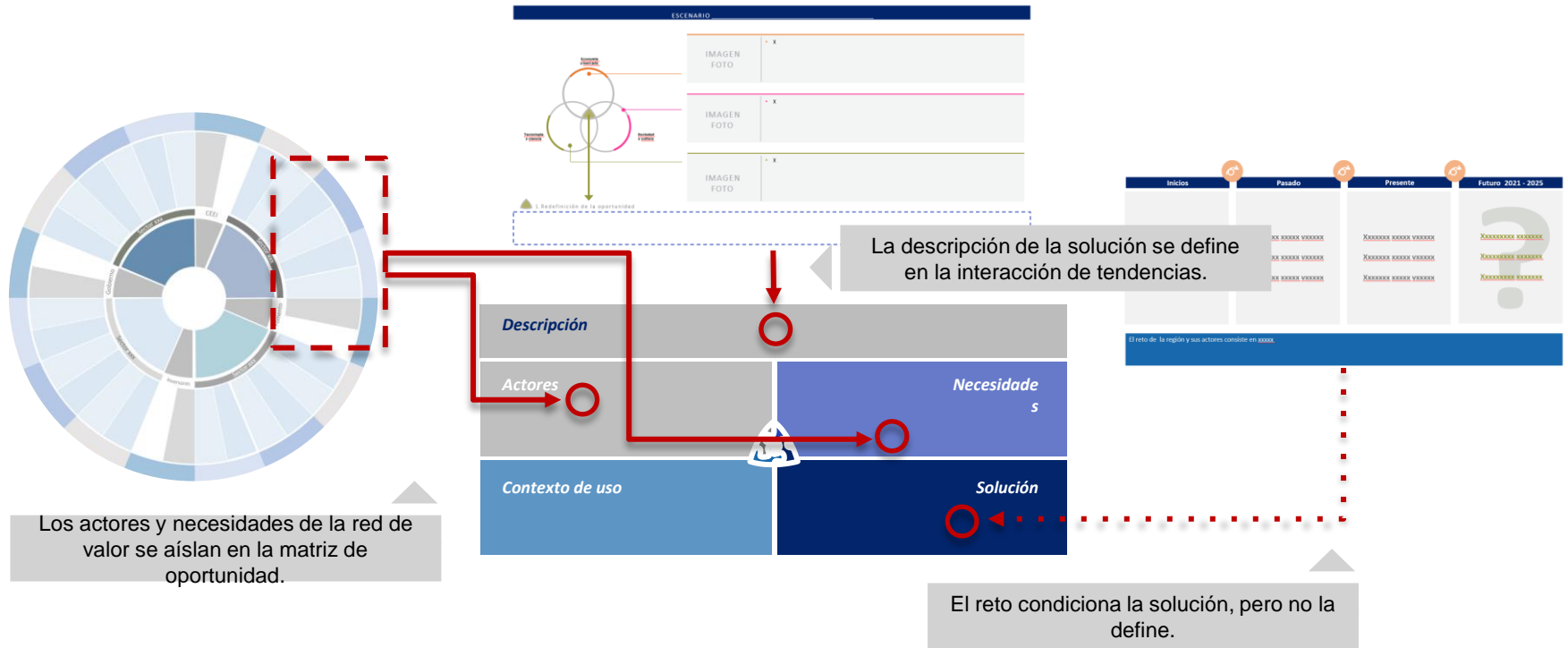
## Tendencias

Las tendencias generadas en varias partes del proceso se recogen en la slide resumen de tendencias a partir de la cual se puede realizar un estudio de las identificadas durante el ejercicio.



# Flujo de la metodología

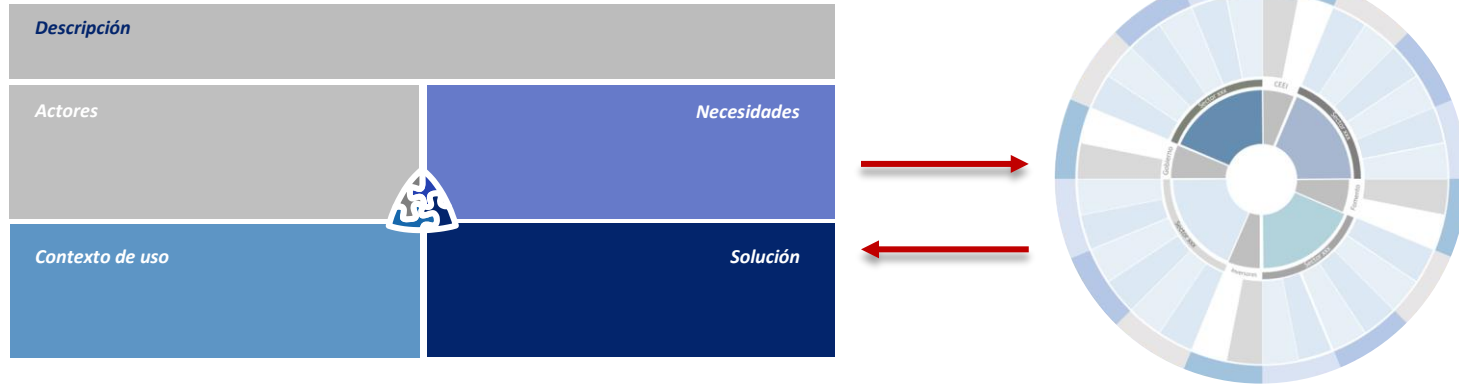
## Fuentes información del ANCUS



# Flujo de la metodología

## Iteración ANCUS – Mapa de valor

Una vez se ha definido la solución se regresa al mapa de valor para identificar los actores necesarios y los disponibles, la no disponibilidad de un recurso además puede forzar a un replanteamiento o redefinición de la solución.





## Fase 3. Construir

Fase de preparación para **la implementación**, trabajamos con una oportunidad en cada una de las zonas del territorio.

# ¡Gracias por su atención!



Alexandra Badoiu

*Desarrollo de negocio e Innovación*

[alexandrabadoiu@ceei-castellon.com](mailto:alexandrabadoiu@ceei-castellon.com)



Centro Europeo de  
Empresas e Innovación  
de Castellón