



## Empresas

# Un canal para lanzar inventos

**CDN** Los estrategas de producto prestan también su servicio al inventor particular

MAMEN LUCIO Madrid

Centran su actividad en los denominados pilares de competitividad. La innovación aplicada, el desarrollo de producto o la sostenibilidad son algunas de las bases de su trabajo. Con ellas, Antoni Flores y Álvaro Quintanilla, diseñadores y directores de Competitive Design Network (CDN), ayudan a sus clientes a colocar y comercializar con éxito sus ofertas en el mercado e incluso a ampliar la gama de productos.

"Partiendo de las estrategias del cliente, le asesoramos para que saque todas las ventajas de éstas, le proponemos avances conceptuales de las mismas, definimos y acetamos sus oportunidades, y en muchos casos, las desarrollamos. Se trata de conocer bien las necesidades de los clientes y detectar los fallos estratégicos", explica Antoni Flores.

Esta labor, reflejada en los más de 1700 trabajos realizados en sus quince años de trayectoria, les ha hecho ser reconocidos como estrategas de mercado de muchos sectores, y no sólo por parte de las numerosas empresas que se encuentran entre sus clientes habituales. Desde hace ya tiempo, a la puerta de CDN también llaman inventores particulares que no saben qué hacer con sus ideas.

"Al principio, no sabíamos cómo canalizar esta demanda ni qué partido sacar a los inventos; sin embargo desde hace dos años decidimos dar una respuesta e incorporamos una nueva línea de negocio para prestarles una atención especial. Aunque no es nuestra razón de ser y se trata de una actividad colateral, hay que reconocer que es una iniciativa en la que todos los que intervenimos salimos ganando", comenta el ingeniero y diseñador.

El proceso es el siguiente: el inventor privado recurre a CDN buscando asesoramiento para llevar a cabo una idea o bien para presentar en el mercado un invento ya desarrollado; la compañía se erige así en una especie de *manager* deportivo y exige al inventor la firma de

un contrato de exclusividad, normalmente de un año. "Se traduce la idea, se busca y concentra todo su valor apartando todo lo que no sirve, se hace un plan de negocio y muchas veces, se resuelve tecnológicamente". Cuando ya está listo, CDN se lo ofrece en primicia a los clientes de su cartera, y éstos optan entre producirlo, siempre bajo la supervisión de la consultora especializada o rechazarlo; en este último caso se va directamente al mercado general buscando a alguien interesado, "algo que requiere más esfuerzo, pero que al inventor le facilita mucho las cosas, pues al ir de nuestra mano va respaldado por una firma y puede llegar donde él, en solitario, nunca lo haría" apunta Flores.

"En este juego todos obtenemos beneficios", añade. "El partido que ha inventado algo logra así una vez más cualitativa y real para poder vender. Para nosotros es una fuente de ideas frescas que nos da valor de cara al cliente, quien a su vez, recibe la novedad ya rematada y adaptada para una comercialización más fácil".

**Diez o doce inventos al año**

En CDN reciben una media de diez o doce inventos al año, de los que salen adelante tres o cuatro. Los lanzamientos de este tipo de productos son lentos, y por ello, en dos años de experiencia la empresa ha presentado en el mercado sólo un par de novedades: un caso con *airbag* y un teclado virtual, "aunque se están cocinando unos cuantos proyectos", anuncia Flores.

En cuanto al perfil de cliente que llega a la compañía con estas ideas, el más habitual es el del inventor particular, que, sin vivir de esto, en un momento dado lleva a cabo una iniciativa empujado por su entorno y sus conocimientos o porque ha sabido captar una demanda no cubierta en el mercado. "En estos casos, como no suele haber una investigación previa, es muy importante el asesoramiento que prestamos los profesionales. La condición de 'padre de la idea' y por tanto todo lo emotivo a veces no deja



Antoni Flores, a la izquierda, en una sesión de trabajo en CDN. JORDI PARRA

## Pantallas táctiles con el teclado virtual

Des ingenieros franceses han sido los inventores de "un teclado virtual que funciona por infrarrojos, con una apariencia y tamaño similar a una armónica" explica Antoni Flores, director de CDN. La compañía, tras adquirir la patente ha desarrollado el producto, denominado Optical Bar que, según el experto, "puede utilizarse con cualquier periférico".

Entre sus muchas aplicaciones destacan las realizadas en cajeros automáticos, ya que erradica los riesgos de vandalismo, y las destinadas a ordenadores para la tercera edad.

Precisamente, la aportación e innovación electrónica acom-

tada por CDN tanto en éste como en otros casos se ha visto reconocida en los premios

El nuevo teclado virtualizado funciona por infrarrojos y tiene un tamaño similar al de una armónica.

"Producto innovador 2003" de Francia. Los dos desarrollos realizados por CDN para la empresa H2i-Technologies, Optical Bar y Media Pad -un complemento para el teclado-, han recibido los galardones. El prime-

ro, Optical Bar, ha revolucionado el acceso al ordenador al convertir en fácil toda pantalla, simplificando así su manejo y haciéndolo intuitivo y natural. Media

Pad es otro periférico novedoso que, en este caso, optimiza la ergonomía del ordenador. "A partir de la tecnología que se nos propuso escogimos métodos de fabricación novedosos en este tipo de productos y optamos por la producción *in-mold*, personalizable en cada utilización", comenta Flores. La compañía ha creado la imagen comercial y el *packaging* de ambos productos que ya venden las grandes compañías especializadas en pantallas de ordenador.

**El inventor firma un contrato de exclusividad de un año con CDN, que se encarga del desarrollo**

al inventor ser realista con las posibilidades reales del producto".

Como segunda opción, menos frecuente, la patente del invento puede ser comprada por un *manager* financiero o inversor, que es el que contacta directamente con CDN. Y un paso más allá, que aún no se ha dado en la empresa, pero que Flores reconoce podría suceder es el de inventar bajo demanda, cuando al detectar una necesidad comercial nueva se encargue al in-

ventor una solución que dé respuesta.

Esta nueva parte del negocio de CDN debe entenderse como "una acción en pro de los inventores, para hacer justicia a este colectivo tan poco comprendido y ayudado".

"Es casi imposible que por sí solo un invento entre en la estrategia de producto de una empresa. No suelen tener cabida; es duro, pero a la vez es lógico si se entiende el modo de funcionamiento del mercado" opina Flores.

## El primer casco con *airbag* para motoristas, pendiente de homologación

Prevenir lesiones es el objetivo del primer casco con *airbag* que ha sido presentado en el mercado. El sistema de protección, propuesto para los cascos de motoristas, está compuesto por una bolsa que se despliega alrededor de las cervicales y verticalmente hasta media espalda, que una vez recogido no ocupa más espacio que un paquete de tabaco. El dispositivo funciona sin cables de conexión con la motocicleta. Son cuatro

sensores los que comunican con ésta y disparan la bolsa cuando detectan un movimiento brusco.

El doctor Alexis Millet ha sido el artífice de este invento, que en estos momentos está a la espera de su homologación. El inventor ha solicitado al Ministerio de Industria que se celebren los trámites para lanzar el casco cuando antes al mercado "puesto que con él se frenarán las irreversibles secuelas que los accidentes en



Alexis Millet ha ideado el dispositivo de seguridad para cascos.

motocicleta y ciclomotor provocan, como la paraplejía y la tetraplejía".

A partir de un primer prototipo, Millet y tres socios constituyeron en la empresa Ape System, propietaria de la patente y responsable del desarrollo y fabricación del casco. Tras un acuerdo alcanzado con Competitive Design Network, la compañía experta en innovación y estrategia de producto, CDN ha sido la encargada de la resolución

mecánica y electrónica del casco, así como de diversificar su comercialización.

"Sus posibilidades de aplicación son diversas, pero principalmente destacan las del mundo del deporte y las relacionadas con la seguridad laboral" apunta Antoni Flores.

El producto fue presentado en la Feria de Innovación de Terrassa, donde se resaltaron sus ventajas métricas así como y el ahorro de costes sanitarios.