

## Aprent a Innovar: el cas del disseny industrial com a creació de valor

Sauquet, Degà i, J. Montaña, Director Càtedra Gestió del Disseny- ESADE

*"El procés d'innovació és un procés complex i multidimensional. Avui és evident que els models seqüencials, deutors d'una concepció del desenvolupament científic simplificada, expliquen una part molt petita de la innovació. De fet, hem comprovat la emergència de nous agents capaços d'actuar com a frontisses i dotats de competències d'interlocució així com de dinàmiques organitzatives que subratllen la col·laboració en estructures complexes. Així, el procés d'innovació adquireix tanta profunditat com extensió. En aquest context, disciplines tals com el disseny adquireixen una importància major de la que se l'hi va atribuir*

*El disseny és un procés estructurat per a determinar la forma dels productes produïts industrialment atenent a la seva funció, ús, materials i condicions de fabricació. El disseny industrial és un procés creatiu que te al usuari en e seu centre i que influeix de forma determinant en el procés de innovació generant nous productes i influent en la definició de nous processos i de noves formes d'organització empresarial i de màrketing. Les nostres investigacions demostres que les empreses que fan un ús intensiu del disseny i gestionen aquesta funció adequadament són més competitives. Aquestes empreses tenen uns elements característics: una cultura empresarial orientada al disseny, un sistema organitzat per a la creació d'idees, una estratègia integral de disseny, dediquen recursos, creen valor i obtenen resultats i, a més, tenen una marcada orientació al mercat."*

## Estratègies competitives: casos d'èxit en innovació empresarial orientada a crear valor i generar resultats

J. Gumà, Director General ABM

*Innovació empresarial orientada a crear valors i generar resultats*

*"A ABM entenem que la innovació empresarial engloba des d'una manera d'actuar i afrontar els nostres reptes diaris fins a una actitud constant per aconseguir una innovació a introduir en el producte que fabriquem, de cara a crear un valor afegit que beneficiï al nostre client.*

*Pel que respecta a la nostra manera d'actuar, donarem una visió del nostre propi concepte d'innovació i com l'apliquem. La manera d'arribar als nostres clients, de promocionar la nostra empresa, de vendre el producte o de millorar la nostra imatge, tot això passant per un concepte innovador que intenta trencar motlles dins d'un sector on es fan motlles.*

*En la innovació per a crear valor afegit en el producte, farem un repàs pels diferents sistemes que aplicarem. Explicarem els nostres conceptes FINISHINGTOOL CONCEPTS desglossats en els sistemes de Cutting, Deflashing, Punching, Die - Punch i Shappingy, la seva repercussió dins dels motlles tant econòmica como de millora de qualitat fent especial èmfasi en l'estalvi que pugui arribar a representar. La innovació portada a millorar el producte dels nostres clients mostrant como a exemple la patent del dipòsit amb tap integrat. La innovació considerada como a eina per a la reducció dels nostres costos interns al realitzar noves solucions de conceptes diguem-les tradicionals.*

*Amb tot això intentarem deixar clar como en el nostre cas particular la innovació ens ajuda a crear valor i generar resultats."*

## Estratègies competitives : (continuació)

A.Giralt, Director General Grup VILARDERLL PURTÍ

*Un cas d'innovació aplicada*

*"Una empresa de mitjana dimensió, amb una activitat centrada en un sector madur ( metall- mecànic ), amb pressió continuada per reduir preus, amb competència creixent de països de baix cost, ... totes aquestes característiques descriuen una situació bastant habitual en el panorama industrial català dels últims anys.*

*Partint d'aquesta situació, l'any 2004, Vilardell Purτί S.A va iniciar un projecte de diversificació productiva i comercial amb l'objectiu d'explorar noves oportunitats de negoci. Passats quatre anys, un grup de més de 30 persones treballen en aquest projecte ja convertit en realitat. Biòlegs, Químics, Farmacèutics i altres perfils amb marcat contingut científic desenvolupen solucions en l'àmbit de l'odontologia, i en concret en el camp dels implants dentals.*

Més enllà dels tòpics, el cas de Vilardell Purτί S.A és un exemple clar d'innovació aplicada. Sense perdre de vista el negoci tradicional, el qual ha seguit una dinàmica clara de creixement, s'ha creat i s'ha consolidat una nova divisió de negoci centrada en la tecnologia mèdica.

*El resultat és clar, nous processos, noves activitats, nous mercats i el més destacat, la creació d'un producte propi, el sistema d'implants dentals AVINENT"*

I. Gurrera, Director Àrea Mecànica SENER

*Grans projectes internacionals a l'abast de pimes mitjançant eines avançades d'enginyeria col-laborativa .*

*"La ponència girarà entorn de dos pols: la innovació en les metodologies i la innovació en els productes; i anirà enllaçada per la experiència de SENER amb el sistema FORAN. Pel que fa a la innovació en les metodologies, es comentaran les eines de CAX que permeten facilitar el disseny col-laboratiu i la enginyeria concurrent, i es donaran exemples de projectes en col-laboració entre diferents països i tipologies d'empreses, donant accés a les PIMES als grans projectes transnacionals.*

*A continuació parlarem de la innovació en els productes i posarem com a exemple el sistema FORAN: el seu naixement, evolució i posició actual al mercat; i com ha fet evolucionar a l'escala de valor els serveis oferts per SENER en el context de l'enginyeria naval. Es remarcarà la necessitat de fer inversions continuades i a llarg termini per tal de mantenir una trajectòria innovadora i es posarà com a exemple la col-laboració entre la UPC i SENER, iniciada l'any 1983".*

J.L. Manglano, Conseller Delegat TOUS

*Tous: Origen i evolució d'un nou concepte de joieria*

*"Des de 1920, **TOUS** ha creat un estil de joieria únic en tot el món, basat en el concepte joia-moda i adaptant les seves creacions als diferents moments que afronta una persona en la seva vida. A més de joies, core business de la companyia, **TOUS** compta també amb una àmplia gama de complements: bosses, rellotges, perfums, ulleres, tèxtil, marroquineria i una col·lecció especial per la llar.*

*De tradició familiar, aquesta empresa internacional present en 35 països amb més de 300 botigues, deu el seu èxit a la frescor de les seves propostes i a la capacitat d'innovació artesana amb la que es produeixen les 30 col·leccions anuals de la firma, que es materialitzen en diferents metalls i pedres precioses per a cada ocasió.*

*El seu singular model de gestió, basat en la flexibilitat i la qualitat, la seva forma d'entendre les tendències –disseny i estil- li han permès una ràpida expansió internacional i una excel·lent acollida de les seves diferents línies de producte.*

***TOUS** ha experimentat un important creixement en els últims anys, fins aconseguir una xifra de vendes en 2007 de 325 milions d'euros. La companyia compta amb 1850 empleats.*

***TOUS** imprimeix dinamisme mitjançant col·leccions úniques, en les que conflueixen actualitat i materials nobles, definint així un nou concepte de luxe. Un luxe que es plasma en la capacitat d'emocionar que caracteritza a la companyia "*