

Aprendiendo a Innovar: el caso del diseño industrial como creación de valor

Sauquet, Decano y, J. Montaña, Director Cátedra Gestión del Diseño- ESADE

"El proceso de innovación es un proceso complejo y multidimensional. Hoy es evidente que los modelos secuenciales, deudores de una concepción del desarrollo científico simplificada, explican una parte muy pequeña de la innovación. De hecho, hemos comprobado la emergencia de nuevos agentes capaces de actuar como bisagras y dotados de competencias de interlocución así como de dinámicas organizativas que subrayan la colaboración en estructuras complejas. Así, el proceso de innovación adquiere tanto profundidad como extensión. En este contexto, disciplinas tales como el diseño adquieren una importancia mayor de la que se le había atribuido.

El diseño es un proceso estructurado para determinar la forma de los productos producidos industrialmente atendiendo a su función, uso, materiales y condiciones de fabricación. El diseño industrial es un proceso creativo que tiene al usuario en su centro y que influye de forma determinante en el proceso de innovación generando nuevos productos e influyendo en la definición de nuevos procesos y de nuevas formas de organización empresarial y de marketing. Nuestras investigaciones demuestran que las empresas que hacen un uso intensivo del diseño y gestionan dicha función adecuadamente son más competitivas. Estas empresas tienen unos elementos característicos: una cultura empresarial orientada al diseño, un sistema organizado para la creación de ideas, una estrategia integral de diseño, dedican recursos, crean valor y obtienen resultados y, además, tienen una marcada orientación al mercado"

Estrategias competitivas: casos de éxito en innovación empresarial orientada a crear valor y generar resultados

J. Gumà, Director General ABM

Innovación empresarial orientada a crear valores y generar resultados

"En ABM entendemos que la innovación empresarial engloba desde una manera de actuar y afrontar nuestros retos diarios hasta una actitud constante por conseguir una innovación que introducir en el producto que fabricamos, de cara a crear un valor añadido que beneficie a nuestro cliente.

En lo que respecta a nuestra manera de actuar, daremos una visión de nuestro propio concepto de innovación y como lo aplicamos. La manera de llegar a nuestros clientes, de promocionar nuestra empresa, de vender el producto o de mejorar nuestra imagen todo ello pasando por un concepto innovador que intenta romper moldes dentro de un sector en el que se hacen moldes.

En la innovación para crear valor añadido en el producto, haremos un repaso por los diferentes sistemas que aplicamos. Explicaremos nuestros conceptos FINISHINGTOOL CONCEPTS desglosados en los sistemas de Cutting, Deflashing, Punching, Die - Punch y Shappingy su repercusión dentro de los moldes tanto económica como de mejora de calidad haciendo especial hincapié en el ahorro que puede llegar a representar. La innovación llevada a mejorar el producto de nuestros clientes mostrando como ejemplo la patente del depósito con tapón integrado. La innovación considerada como herramienta para la reducción de nuestros costes internos al realizar nuevas soluciones de conceptos llamémosles tradicionales. Con todo ello intentaremos dejar claro como en nuestro caso particular la innovación nos ayuda a crear valor y generar resultados."

Estrategias competitivas: (continuación)

A. Giralt, Director General Grupo VILARDERLL PURTÍ

Un caso de innovación aplicada

"Una empresa de mediana dimensión, con una actividad centrada en un sector maduro (metal-mecánico), con presión continuada por reducir precios, con competencia creciente de países de bajo coste, ... todas estas características describen una situación bastante habitual en el panorama industrial catalán de los últimos años.

Partiendo de esta situación, en el año 2004, Vilardell Purτί, S.A. inicia un proyecto de diversificación productiva y comercial con el objetivo de explorar nuevas oportunidades de diversificación productiva y comercial. Pasados cuatro años, un grupo de más de 30 personas trabajan en este proyecto ya convertido en realidad. Biólogos, Químicos, Farmacéuticos y otros perfiles con marcado contenido científico desarrollan soluciones en el ámbito de la odontología, y en concreto en el campo de los implantes dentales

Más allá de los tópicos, el caso de Vilardell Purτί, S.A. es un ejemplo claro de innovación aplicada. Sin perder de vista el negocio tradicional, el cual ha seguido una dinámica clara de crecimiento, se ha creado y se ha consolidado una nueva división de negocio centrada en la tecnología médica.

El resultado es claro, nuevos procesos, nuevas actividades, nuevos mercados y lo más destacado, la creación de un producto propio, el sistema de implantes dentales AVINENT".

I. Gurrera, Director Área Mecánica SENER

Grandes proyectos internacionales al alcance de pymes mediante herramientas avanzadas de ingeniería colaborativa.

"La ponencia girará entorno a dos polos: la innovación en las metodologías y la innovación en los productos, e irá enlazada por la experiencia de SENER con el sistema FORAN. En cuanto a la innovación en las metodologías, se comentarán las herramientas de CAx que permiten facilitar el diseño colaborativo y la ingeniería concurrente, y se darán acceso a las PYMES a los grandes proyectos transnacionales.

A continuación hablaremos de la innovación en los productos y pondremos como ejemplo el sistema FORAN: su nacimiento, evolución y posicionamiento actual en el mercado, y como ha hecho evolucionar a la escala de valor los servicios ofrecidos por SENER en el contexto de la ingeniería naval. Se remarcará la necesidad de hacer inversiones continuadas y a largo plazo a fin de mantener una trayectoria innovadora y se pondrá como ejemplo la colaboración entre la UPC y SENER iniciada en el año 1983"

J.L. Manglano, Consejero Delegado TOUS

Tous: Origen y evolución de un nuevo concepto de joyería

*"Desde 1920, **TOUS** ha creado un estilo de joyería único en todo el mundo, basado en el concepto joya-moda y adaptando sus creaciones a los diferentes momentos que afronta una persona en su vida. Además de joyas, core business de la compañía, **TOUS** cuenta también con una amplia gama de complementos: bolsos, relojes, perfumes, gafas, textil, marroquinería y una colección especial para el hogar.*

De tradición familiar, esta empresa internacional presente en 35 países con más de 300 tiendas, debe su éxito a la absoluta frescura de sus propuestas y a la capacidad de innovación artesana con la que se producen las 30 colecciones anuales de la firma, que se materializan en diferentes metales y piedras preciosas para cada ocasión.

Su singular modelo de gestión, basado en la flexibilidad y la calidad, y su forma de entender las tendencias –diseño y estilo- le han permitido una rápida expansión internacional y una excelente acogida de sus diferentes líneas de producto.

***TOUS** ha experimentado un importante crecimiento en los últimos años, hasta alcanzar una cifra de ventas en 2007 de 325 millones de euros. La compañía cuenta con 1850 empleados.*

***TOUS** imprime dinamismo a través de colecciones únicas, en las que confluyen actualidad y materiales nobles, definiendo así un nuevo concepto de lujo. Un lujo que se plasma en la capacidad de emocionar que caracteriza a la compañía"*