

XVI Congreso de Calidad y Medio Ambiente en la Automoción

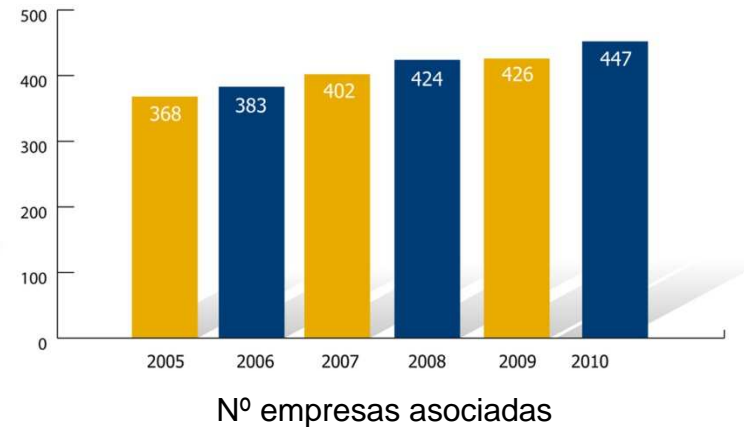
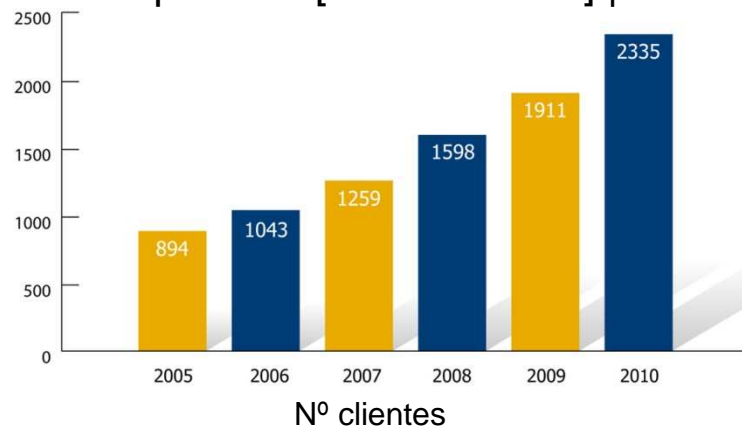


**La información como parte de la estrategia
en Innovación: El Modelo AIMPLAS.**

Jesús Latorre Zacarés
AIMPLAS Instituto Tecnológico del Plástico
Responsable del Departamento de Inteligencia Competitiva y Estratégica.
jlatorre@aimplas.es

AIMPLAS Breve presentación...

- Centro Tecnológico privado sin ánimo de lucro, creado en 1990 para atender las necesidades en materia de innovación tecnológica de las empresas del sector del plástico.
- 120 empleados [70% titulados] | 500 empresas asociadas (sept 2011)



- Áreas de trabajo:
 - Servicios (análisis-ensayos y plantas piloto)
 - Inteligencia Competitiva y Estratégica
 - Formación
 - Asesoramiento Técnico



: Internacionales (50 proyectos – 16 coordinados) | Nacionales: 90 proyectos ejecutados en 2010

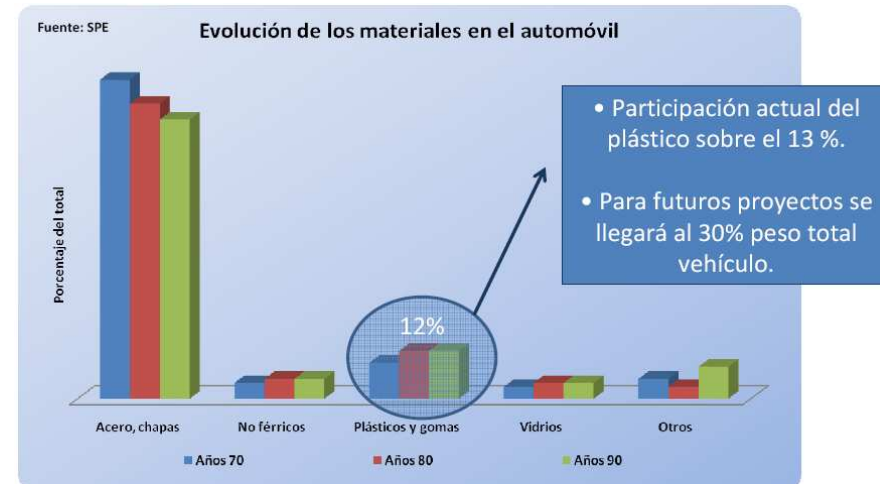
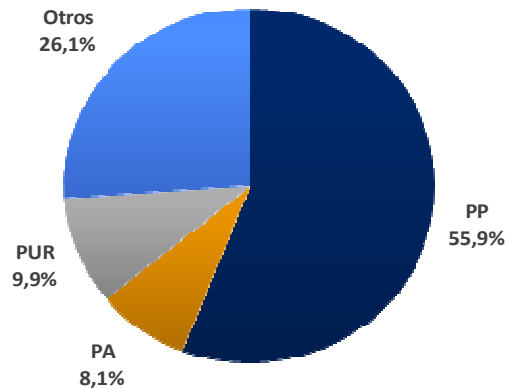
XVI Congreso de Calidad y Medio Ambiente en la Automoción



Automoción un sector estratégico para el plástico



AIMPLAS
INSTITUTO TECNOLÓGICO
DEL PLÁSTICO



Principales plásticos usados en automoción

- ▶ 10% del sector del plástico (consumo de materia prima). 3er sector en importancia tras Envase-embalaje y construcción.
- ▶ Plástico material de futuro: El 70% del plástico se usa en aplicaciones internas y el 30% en piezas en el exterior del vehículo
- ▶ España representa el 12% (1.738 Meuros) de la industria transformadora de plástico para automoción de la UE27. Alemania (35% - 5.166 Meuros y Francia (27% - 4.000 Meuros) .
- ▶ La cadena de valor de la industria está totalmente representada (OEM, Tier1, etc.). Predominan pequeños transformadores proveedores de Tier1.
- ▶ Coyuntura económica: Valor de la producción de plásticos para automoción descendió un 26% en 2009-2010
- ▶ La relevancia de este sector en la industria del plástico motivó la creación del Observatorio de la Automoción en AIMPLAS.



Observatorio de la LN



XVI Congreso de Calidad y Medio Ambiente en la Automoción

Fuente:

La estrategia de AIMPLAS para la innovación tecnológica en el sector de la automoción.

Peculiaridades del sector de la automoción respecto al proceso de innovación:

- Poca capacidad de innovación tecnológica en las PYMEs. Productos muy orientados por el OEM con pocas posibilidades de introducir mejoras.
- Tier 1: capacidad de innovar y proponer mejoras.
- Necesidad de un sistema de innovación tecnológica que responda a esta realidad.

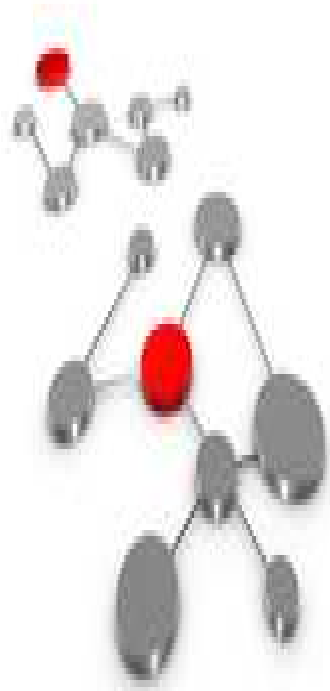
AIMPLAS establece buena parte de su estrategia de Innovación en asegurar un acceso efectivo a la información. Este modelo es trasladado a las

- Interesados en la información “económicamente útil” = genera oportunidades de negocio.
- Un concepto ajustado de INNOVACIÓN : Invención o novedad con aplicación industrial y aceptado por el mercado.
- El camino es la estrategia (largo plazo) más que la táctica (reacción inmediata).
- Evitar la “infoxicación”
- Pasar de la INFORMACIÓN a la DECISIÓN



Objetivo general

BUSCANDO LA INFORMACIÓN QUE GENERA VALOR Y CONOCIMIENTO



INFORMACIÓN ECONÓMICAMENTE ÚTIL

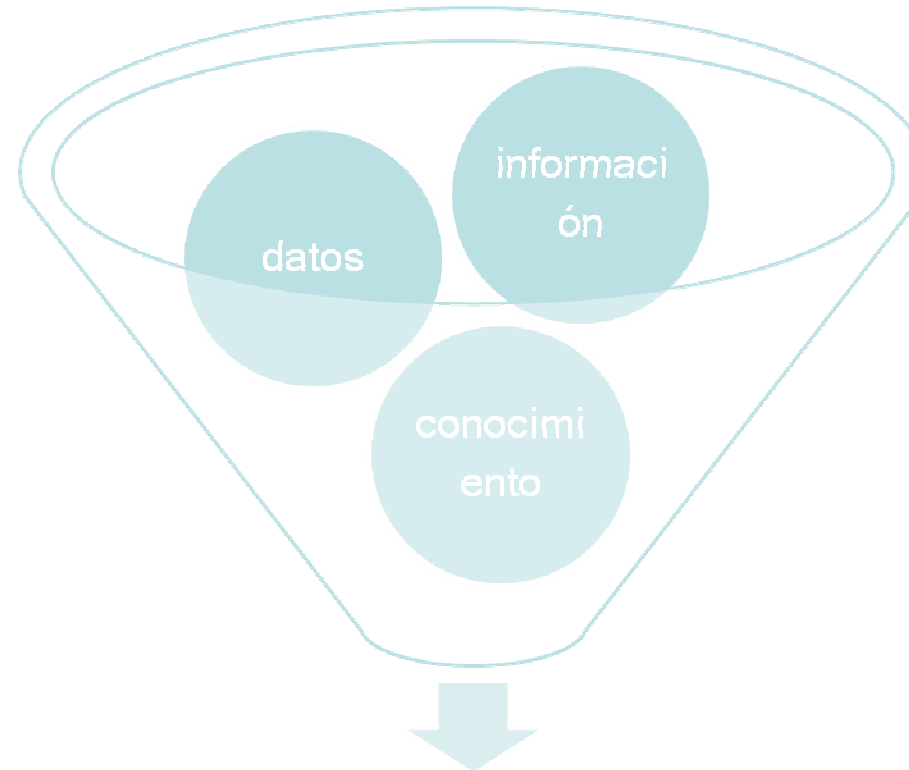
AMPLIAR EL CONOCIMIENTO CIENTÍFICO-TECNOLÓGICO

MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

AYUDAR EN LOS PROCESOS DE INNOVACIÓN



La vigilancia tecnológica...iniciar el camino



La vigilancia es la forma organizada, selectiva y permanente, de captar **INFORMACIÓN** del exterior, analizarla, y convertirla en **CONOCIMIENTO** para **TOMAR DECISIONES** con menor riesgo y poder anticiparse a los cambios (IC).



3 ámbitos a vigilar para acceder a toda la información estructurada:

- ↳ Competencia
- ↳ Mercado
- ↳ Tecnología



Modelo AIMPLAS de vigilancia tecnológica



Herramientas creadas por AIMPLAS para el sector de la automoción

INFORMACIÓN

Vigilancia Tecnológica



Observatorio del Plástico...desde 2004

www.observatorioplastico.com

Vigila el entorno y la tecnología (materias, primas, procesos de transformación, productos acabados, sectores aplicación)

- 3.800 fuentes de información (noticias, patentes, normas técnicas, legislación, etc.)
- Portal automoción
- Información de mercado
- Normas técnicas (DSI)
- Legislación (DSI)
- Tecnologías emergentes



Módulo de inteligencia competitiva

<http://www.softvt.com/ic>

Convertir la información en ideas innovadoras y éstas en decisiones estratégicas.

Creación de Unidades de Vigilancia Estratégica

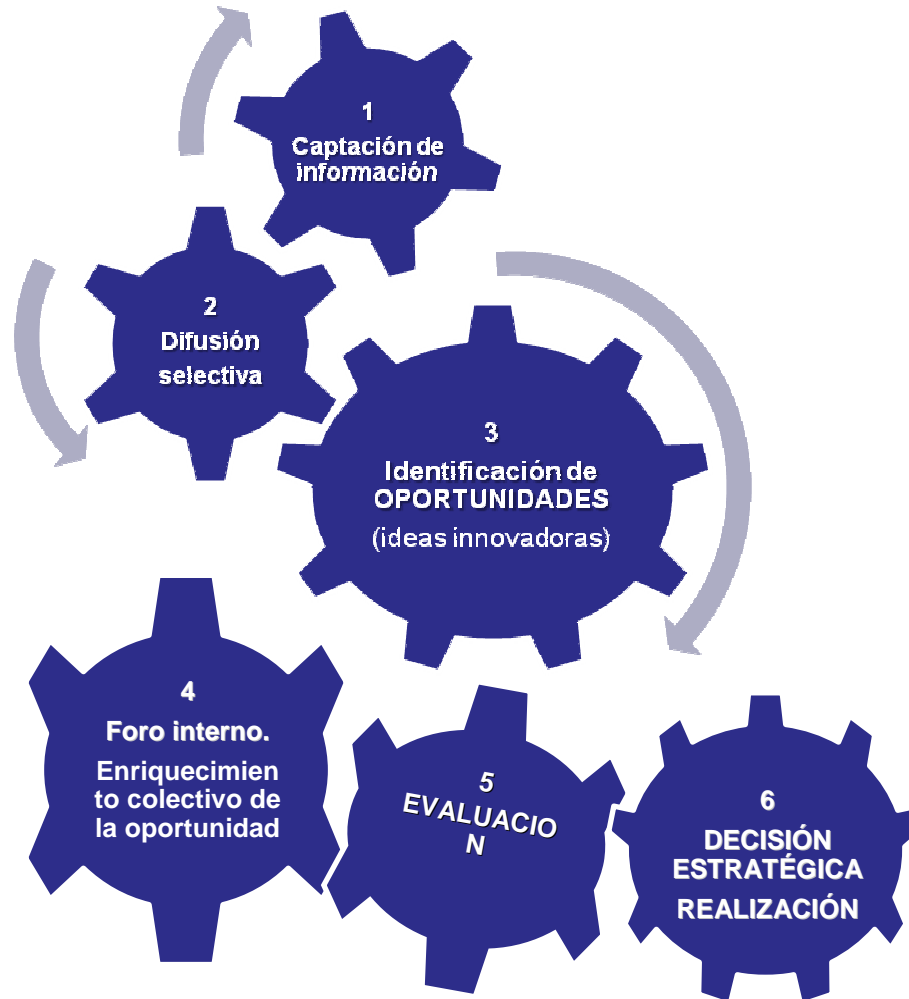
Inteligencia competitiva

DECISIÓN



Creación de Unidades de Vigilancia Estratégica

El ciclo de la IC para las empresas de automoción



www.softvt.com/mic



Riesgos de la VT/IC

- No implicación de la Dirección de la empresa
- Es una inversión a medio-largo plazo
- No tener personal formado para el análisis de este tipo de información.
- Pensar que accedemos al 100% de la información existente (canales informarles, literatura gris, accesos de pago, etc.)
- Pensar que es un servicio de información retrospectiva.
- No dar el salto a la Inteligencia Competitiva (Proactividad)
- **Pensar que la competencia no vigila.**

Error: Pensar que todos jugamos en las mismas condiciones



La información cuesta dinero,
la Inteligencia hace ganar dinero. [CNI]

MUCHAS GRACIAS POR SU ATENCIÓN

