

**III Congreso de la Ingeniería Informática
de la Comunidad Valenciana**

**“La innovación como
motor del cambio en las organizaciones”**

semanainformatica.com

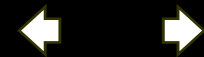
**20
07**

**Santiago Bonet
Responsable Unidad TIC
AIMME-Instituto Tecnológico Metalmeccánico
www.aimme.es
sbonet@aimme.es
Tel. 96 136 63 76**

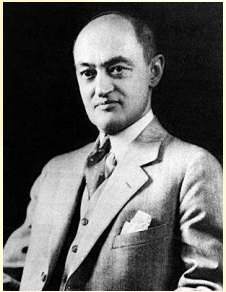
www.aimme.es



AIMME
INSTITUTO TECNOLÓGICO METALMECÁNICO



Innovación

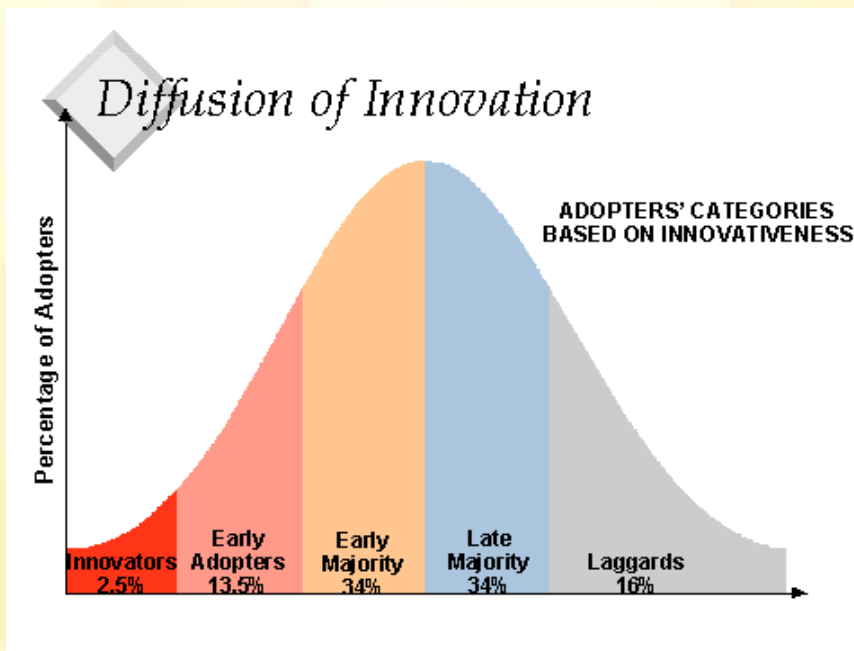


- ❑ **Innovación: Joseph A. Schumpeter (1934):**
 - ❑ La introducción en el mercado de un nuevo producto.
 - ❑ La introducción de un nuevo método de producción o venta de un producto.
 - ❑ La apertura de un nuevo mercado en un país.
 - ❑ La conquista de una nueva fuente de suministro de materias primas o de productos semielaborados.
 - ❑ La implantación de una nueva estructura en el mercado.
- ❑ **Modelos de Rothwell (1977)**
 - ❑ Technology push: Empujada por la oferta (proveedores), basada en nuevas posibilidades tecnológicas.
 - ❑ Market pull: Empujada por la demanda (clientes), basada en necesidades sociales y del mercado.
 - ❑ Acoplado o mixto
- ❑ **Fases del proceso de innovación:**
 - ❑ Invención: se hace viable la tecnología técnicamente
 - ❑ Innovación: se hace viable la tecnología comercialmente
 - ❑ Difusión: se hace viable la tecnología económicamente

Difusión de la innovación



- “The difussion of innovations”, Everett M. Rogers (1.995): Teoría de los atributos percibidos: “Una innovación experimentará un índice creciente de difusión si los adoptadores potenciales perciben que la innovación:



- Se **puede probar** antes de la adopción.
- Ofrece **resultados observables**.
- Aporta alguna **ventaja**.
- Es **sencilla** de utilizar.
- Es **compatible con las prácticas y valores existentes**”.

Cambio en las organizaciones

❑ “El príncipe”, Nicolás Maquiavelo (1.513)



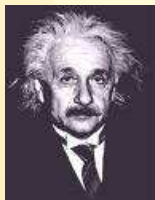
- ❑ “No hay nada más delicado ni más peligroso para llevar a cabo, y con un éxito más dudoso, que aparecer como **líder en la introducción de cambios**. Aquel que innova tendrá como enemigos a todos aquellos a los que les va bien el orden existente, y solo como tibios partidarios a aquellos a los que les puede ir mejor con el nuevo sistema”

❑ Dee Hock, creador de Visa,



- ❑ “El problema no estriba en cómo meterse en la cabeza ideas innovadoras, sino en como sacarse de ella las ideas viejas.”

❑ Albert Einstein



- ❑ “Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo.”

Innovación en TIC en el sector del metal

□ **SECTOR DEL METAL:**

- Es uno de los principales sectores productivos de la Comunidad Valenciana: (Fuente "Plan de competitividad- Sector del Metal e Iluminación de la Comunidad Valenciana 2005-2007", Conselleria D'empresa, Universitat I Ciència, GVA)
 - 18% del PIB autonómico
 - 7.780 empresas
 - 76.000 personas (22% del empleo de la industria valenciana)
 - Subsectores: (Industria, Comercio y Servicios)
 - Siderometalurgia. Primera transformación de metales
 - Productos metálicos (herrajes, joyería, lámparas, etc.)
 - Maquinaria y equipo mecánico
 - Maquinaria y material eléctrico electrónico
 - Equipo e instrumentos médico quirúrgicos, de precisión, óptica y relojes
 - Industria auxiliar de automoción, remolques y otro material de transporte

Innovación en TIC en el sector del metal



- ❑ **AIMME-INSTITUTO TECNOLÓGICO METALMECÁNICO**
 - ❑ Asociación privada sin ánimo de lucro de ámbito nacional, integrada por 665 empresas, constituida en 1987 por IMPIVA, FEMEVAL y FEMPA.
 - ❑ **OBJETIVO:** impulsar la mejora de la competitividad de las empresas del sector a través de la I+D+i en sus procesos productivos y productos.
 - ❑ AIMME es miembro de las federaciones de centros tecnológicos REDIT y FEDIT.

- ❑ **ACTIVIDADES**
 - ❑ Proyectos de I+D y Transferencia de Tecnología
 - ❑ Servicios Técnicos
 - Análisis y ensayos de laboratorio
 - Asesoría y asistencia técnica
 - Información, documentación
 - Formación

Innovación en TIC en el sector del metal

□ PROYECTOS TIC 1995-2007

Brechas Digitales	Año	Proyecto I+D+i	Participantes	Asis- tentes	Ponen- tes	Difusión web
1. CONEXIÓN A INTERNET 2. USO DE INTERNET	1996	EPISOPYME	80 empresas			www.aimme.es 12.5M visitas web 8.350 suscritos email
	1998	INFOMETAL	240 empresas			
	2000	T3PYME	600 empresas y 12 centros tecnológicos coordinados por AIMME			
3. e-INFORMÁTICA (eBusiness individual)	1999	TELÉMACO	5 centros tecnológicos	2375	86	cnl.aimme.es 100.000 descargas vídeos
	2000	REDCNL	18 centros tecnológicos coordinados por AIMME, CETEMMSA y ROBOTIKER			
	2002	REDCNL II	22 centros tecnológicos			
	2005	EBUSINESS-PYME	35 empresas	400	18	www.forosec.com
	2005	FOROSEC I	5 centros tecnológicos			
	2006	FOROSEC II	5 centros tecnológicos			
	2007	FIREWALL-PYME	5 empresas			
2007	WEB SEMANTICA	2 empresas				
4. e-MARKETING	2006	EMARKETING-PYME	12 empresas			www.emarketing-pyme.com
	2007	EMARKETING-PYME II	17 empresas			
5. e-COLABORACIÓN (eBusiness colectivo)	2001	INFOMETAL.COM	55 empresas y 3 asociaciones empresariales coordinados por AIMME	240	6	www.infometal.com 5M visitas web 7.400 suscritos email 60 contactos/oferta
	2002	INFOMETAL.COM II	10 asociaciones empresariales, 7.000 empresas coordinados por AIMME			
	2006	SOURCEPYME	3 centros tecnológicos y 1 universidad coordinados por AIMME			
	2007	SOURCEPYME II	14 centros tecnológicos y 1 universidad coordinados por AIMME (Propuesta)			

Innovación en TIC en el sector del metal

- **Uso de Internet entre las 665 Empresas asociadas a AIMME:**

USO INTERNET	SI	%	NO	%
Email	653	98%	12	2%
Web	621	93%	44	7%
Dominio	579	87%	86	13%
Infometal	130	20%	535	80%

- **Las 5 brechas digitales:**

- **1º. CONEXIÓN:** Las empresas sin conectar/conectadas
- **2º. USO:** Los que usan Internet para obtener información de forma puntual/intensiva
- **3º. INFORMÁTICA:** Las que invierten poco/mucho en Internet para **reducir gastos** digitalizando los procesos de la empresa.
- **4º. MARKETING:** Las que invierten poco/mucho en Internet para **aumentar ingresos** mediante campañas marketing digital (y analógico).
- **5º. WEB 2.0:** Las que sólo "escuchan" Internet/las que además "hablan" (blogs), las que sólo "observan"/las que además cooperan-compiten (coopetition)

Santiago Bonet
Resp. Unidad TIC
AIMME-Instituto Tecnológico Metalmecánico
Tel. 96 136 63 76
sbonet@aimme.es

<http://cnl.aimme.es>

<http://video.google.com/videosearch?q=aimme>