

Indice



UNIVERSIDAD NACIONAL DE
FACULTAD DE ING
CENTRO DE MEI
BIBLIOTECA

3743

Prólogo	7
Introducción	11
1. La gestión de la innovación y las PYMES	19
2. Estrategias de innovación de nuevos productos	35
2.1 Estrategias genéricas	35
2.2 Formulación de una estrategia tecnológica	40
3. La innovación y el factor tiempo: la experiencia de las empresas japonesas	51
3.1 La necesidad de reducir el tiempo de desarrollo de los nuevos productos	51
3.2 La gestión de la innovación en las empresas japonesas ...	56
4. La “Ingeniería Simultánea”	83
4.1 La “Cadena de Valor”	83
4.2 La “Ingeniería Simultánea”	86
4.3 La experiencia de Nissan	98
4.3.1 Datos de la empresa	98
4.3.2 La “Ingeniería Simultánea” en Nissan Gran Bretaña .	102
4.3.3 La “Ingeniería Simultánea” en Nissan Japón	105
4.3.4 La “Ingeniería Simultánea” en Nissan Motor Ibérica	107
4.3.5 Conclusiones	116
5. El control del proyecto como medio para asegurar la calidad del producto	119

6. Plan de innovación de nuevos productos	127
6.1 Plan de Innovación de Productos	127
6.1.1 Presentación	127
6.1.2 Fase 1: Obtención del “know-how”	130
6.1.3 Fase 2: Concepción	131
6.1.4 Fase 3: Plan de Diseño del Producto	139
6.1.5 Fase 4: Plan de Fabricación del Producto	148
6.2 Sugerencias para la implantación del Plan de Innovación ..	151
6.2.1 Cooperación dentro de los equipos de producto	151
6.2.2 Incertidumbre y Soluciones en Paralelo	152
6.2.3 Cambios graduales	153
6.2.4 Uso de Indicadores de eficiencia	153
6.2.5 Asignación de recursos: Identificar los “cuellos de botella”	154
6.2.6 Un cambio en las especificaciones significa un cambio en los plazos del proyecto	156
6.2.7 Minimizar el número de códigos y de niveles de fabricación	157
7. Conclusiones	159
Apéndice 1: Gastos en I+D en España y Cataluña	165
Bibliografía	173