

II Trobada de la indústria de l'automoció i la mobilitat de Molins de Rei Estratègies d'innovació en la mobilitat sostenible





Programa de l'acte

9.30 h Presentació de l'acte

9.40 h Presentació Programa Creixement Empresarial en Innovació
Vicente Atienza (Cambra de Comerç de Barcelona)

9.50 h Taula rodona Clúster de la Mobilitat Lleugera i CIAC

Jaume Canals Clustermanager (Cluster de la Mobilitat Lleugera/Clustermoto)

Josep Maria Vall President (CIAC)

Moderador Vicente Atienza (Cambra de Comerç de Barcelona)

10.40 h Torn obert de preguntes dels assistents

10.55 h Cloenda

Context TTT

Revolució digital

Indústria 4.0

Vehicle connectat,
electrificació,
conducció automatitzada,
nous materials i tecnologies



Dick Fosbury

Jocs Olímpics de 1968 a Mèxic



Context TTT

L'objectiu de l'Ajuntament és **impulsar la cadena de valor del sector de la mobilitat** perquè afronti els reptes de la **digitalització, la descarbonització, l'economia circular i les noves formes de mobilitat**, actuant en tota la cadena de valor. El sector, té una forta rellevància econòmica i social a la comarca, així com un elevat efecte tractor sobre d'altres indústries i sectors i genera ocupabilitat de qualitat, amb un percentatge molt important de contractes indefinits.

Amb aquest projecte, l'Ajuntament vol crear sinèrgies entre les empreses i **afavorir el desenvolupament conjunt de projectes tecnològics** que permetin fer front a la situació present i futura d'un sector, que actualment travessa un moment disruptiu, amb noves solucions de mobilitat. Aquestes sinèrgies no es limiten només a les empreses. **També es vol impulsar la transferència tecnològica entre empreses i l'ocupació de qualitat al municipi.**

Pel que fa a l'activitat productiva del sector de la mobilitat a Molins de Rei i la seva àrea d'influència, és diversa i engloba empreses de la **indústria auxiliar de components i accessoris de l'automoció, motocicletes (tradicionals o elèctriques), bicicletes elèctriques, vehicles d'emergència, components per a ferrocarrils, busos o camions**. També inclou **empreses tecnològiques i fabricants de components electrònics i empreses tecnològiques amb aplicacions en l'àmbit de la mobilitat**, entre d'altres.

Hi ha un repte general que és la descarbonització

01

02

Mobilitat Sostenible



Llei de Mobilitat Sostenible

03

04

Catalunya sempre ha estat un hub productiu de referència en la mobilitat, i el futur de la indústria de la mobilitat és una condició

Context \ Hublms



Projectes Impulsats



Autocar Interurbà multimodal
Ayats



Pursang Motorcycles
Pursang Motorcycles, SL



Sistema de recuperació de bateries
dioBatt



vadeBike
vadeCity

Objectius

- Trobar, impulsar i acompanyar projectes industrials orientats a la mobilitat sostenible.
- Convertir aquesta iniciativa en una historia d'èxit, d'impuls industrial que ens permeti crear **models de creixement**.

Qui som ?

Empreses



Entitats financeres



Innovació i recerca



Institucions



Assessorament expert en Innovació

Programa de creixement empresarial

L'objectiu del projecte de creixement empresarial, així com el de les actuacions relacionades és:

- Promoure l'**adopció d'una cultura d'innovació en les petites i mitjanes** empreses del municipi.
- Realitzar un **diagnòstic en innovació personalitzat** (inclou estratègia) mitjançant reunions individualitzades a **10 empreses del sector identificat**.

El projecte forma part de les actuacions de l'Ajuntament de Molins de Rei relacionades amb el **pla d'acció del projecte treball, talent i tecnologia (PTT) de la Diputació** on s'ha concretat que s'incidiria sobre les empreses relacionades amb el **sector de la mobilitat**, prioritzant els **industrials**.

Dinàmica del programa

A través d'un **presa de dades prèvia i una reunió (2h aprox.)** amb l'empresa, l'equip assessor multidisciplinar de la **Cambra de Barcelona i la Fundació KIMBcn** analitzarà diferents àrees (veure quadre inferior) per avaluar el grau de maduresa de la empresa en innovació, així com proposar de manera pràctica mesures per al seu creixement.

En una **segona reunió** es presentaran els resultats a l'empresa, així com proposta d'eines per poder desenvolupar els projectes proposats.

A. Caracterització de l'Empresa

- Productes i serveis, mercat, clientela, facturació, estructura organitzativa, processos, cadena de valor, etc.

B. Factors de competitivitat de l'empresa

- Estratègia, productes i serveis, estratègia comercial, processos i dinàmiques de treball, capacitat econòmica/financera, etc.

C. Motivació de l'empresa

- Objectius de la participació en el programa, necessitats identificades, beneficis qualitatives/quantitatius esperats.

D. Estratègia Digital

- Introducció de solucions de gestió, eines per a la optimització de la producció i activitats logístiques, accions de Marketing, etc.

E. Innovació en Gestió Empresarial

- Processos de gestió de la innovació, desenvolupament de nous serveis, cultura innovació, aplicació de la innovació en RRHH, recollida de projectes, etc.

F. Innovació en Processos

- Anàlisi i objectius de propostes de innovació en processos productius, millores introduïdes, gestió energètica, etc.

G. Innovació en Producte/Servei

- Objectiu de la introducció de mesures innovadores, desenvolupament i llançament de nous productes/serveis, orientació a client, etc.

H. Innovació en Comercialització

- Estratègia comercial, accions innovadores, disseny i desenvolupament de producte, etc.

Lliurables

Per a cada empresa :

1 Diagnòstic detallat per cadascuna de les àrees descrites (producte / procés / comercialització / gestió).



En els dos últims anys s'ha produït una evolució en el pes de cada producte i/o servei de l'empresa sobre el total de volum de negoci de la companyia en el mercat. Per a realitzar un anàlisi correcte de la informació oberta per aquest gràfic, els responsables de l'empresa han d'observar dues variables concretes:

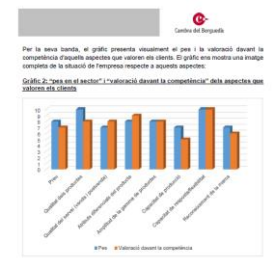
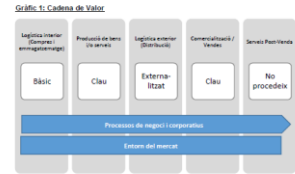
- En el cas que una sola línia de productes/serveis suposi més d'un 75% del total de la facturació en un any determinat, l'empresa seria massa dependent d'aquesta línia de productes/serveis.
- En el cas de la línia de productes/serveis principal de l'empresa tenir un pes d'entre un 45% i un 75% sobre el total de facturació de la companyia en un any determinat, s'observa a priori que la companyia té un balanç equilibrat entre el pes de les línies diferents línies de productes/serveis.

Evolució del pes de la facturació anual de les línies de productes/serveis sobre el total de la facturació:

- La situació en la qual una línia de productes/serveis suposa més d'un 75% del total de la facturació s'ha mantingut al llarg dels últims dos anys, es pot valorar aquest a nivell excessiu de dependència d'aquesta línia de productes/serveis. Resulta recomanable en aquest cas diversificar de manera controlada els esforços d'inversió amb la finalitat d'impulsar la creació i desenvolupament de noves línies de productes/serveis potencialment rentables per a l'empresa en el futur.



En el següent gràfic s'observa quins processos de la cadena de valor són considerats com claus, bàsics o externalitzats.



Resulta recomanable que l'empresa tingui un equilibri en cada àrea valorada pel client, entre el pes d'aquest àrea en el sector i en relació amb la seva valoració davant de la competència.

- Así, es relativament menys rendible tenir una molt bona valoració davant de la competència en un àmbit que té molt pes en el sector i al revés.
- En canvi, resulta recomanable que l'empresa concentri els seus esforços d'inversió en obtenir una millor valoració davant de la competència d'aquells àmbits que tenen un major pes en el sector perquè són més demandats pels clients.

En el cas de l'empresa Casa Fígura es observen que té una valoració ambivalència a la seva competència. Cal analitzar de què es tracta i avaluar si convé o no invertir en aquest àmbit, amb el que s'entendria desmarcar-se de la competència i marcar un punt diferenciador.

Respecte al pes de producció considerem que els nostres productes formen un pes molt alt en el mercat amb el gran cabdal de producció, però en canvi, el 45% considerem altre empreses de producció externalitzada i això a més, el pes es veu en una posició mitjana baixa.



ÀREA DE ANÀLISI	Objectius	Indicadors
STRATÈGIA DE NEGOCI	Definició d'objectius i estratègia de negoci	Clarificació de l'objectiu de negoci
ANÀLISI DE LA CONCURS	Identificació dels competidors i anàlisi de les seves fortaleses i debilitats	Clarificació de les fortaleses i debilitats dels competidors
ANÀLISI DE LA DEMANDA	Identificació de les necessitats dels clients i anàlisi de les tendències de mercat	Clarificació de les necessitats dels clients i de les tendències de mercat
ANÀLISI DE LA OFERTA	Identificació de les oportunitats de negoci i anàlisi de les capacitats de l'empresa	Clarificació de les oportunitats de negoci i de les capacitats de l'empresa

INNOVACIÓ EN COMERCIALIZACIÓ

MERCAT OBJECTIU I COL·LABORACIONS

- Realització d'un **Pla estratègic de comercialització** per definir la tipologia de clients a cobrir i ampliar el mercat objectiu en termes geogràfics, dels territoris existents.
- Definició de noves **estratègies de comercialització** per ampliar el mercat objectiu.

LA VENSA DE NETS

- Identificació de **oportunitats de negoci** en sectors relacionats (ex: feries, restaurants).
- Exploració de possibilitats de **col·laboracions** (ex: noves botigues franquícia arreu del territori, una marca, receptes amb recursos, venda de productes bàsic).

2 Presentació personalitzada de les principals aspectes dels diagnòstics.

3 Resum d'eines, recursos de Cambra, l'Ajuntament, ACCIÓ o altres institucions per dur a terme els projectes recomanats.

Serveis Subvencions empreses

INTERNACIONALITZACIÓ

DIAGNÒSTIC D'INTERNACIONALITZACIÓ

Programa 2018 subvencions que es pot aplicar tot i estar a l'estranger de la nostra empresa en fases internacionals de desenvolupament de la nostra activitat comercialitzadora amb un objectiu clar de venda.

Si no s'extrema l'acció, podem continuar reduint el pes de la internacionalització per definir el nostre mercat preferent, així com definir els nostres punts forts.

FASE I: ANÀLISI D'INTERNACIONALITZACIÓ

Identificar oportunitats de negoci i de mercat a l'estranger i definir les necessitats dels clients i de les tendències de mercat a l'estranger.

FASE II: PLANIFICACIÓ D'INTERNACIONALITZACIÓ

Definir l'objectiu de la Fase II: promoció i comercialització de la nostra activitat a l'estranger.

FASE III: EXECUCIÓ D'INTERNACIONALITZACIÓ

Execució de les accions de promoció i comercialització de la nostra activitat a l'estranger.

CUPONS d'ajuda

El Cupó ACCIÓ i el cupó de l'Ajuntament de Molins de Rei són cupons de desenvolupament econòmic dirigit a empreses que desenvolupin activitats comercialitzadores amb un objectiu clar de venda.

CUPONS d'INTERNACIONALITZACIÓ

El Cupó ACCIÓ i el cupó de l'Ajuntament de Molins de Rei són cupons de desenvolupament econòmic dirigit a empreses que desenvolupin activitats comercialitzadores amb un objectiu clar de venda.

CUPONS d'INNOVACIÓ

El Cupó ACCIÓ i el cupó de l'Ajuntament de Molins de Rei són cupons de desenvolupament econòmic dirigit a empreses que desenvolupin activitats comercialitzadores amb un objectiu clar de venda.

Taula rodona Clúster de la Mobilitat Lleugera i CIAC



Josep Maria Vall
President
CIAC



Jaume Canals
Clustermanager
Cluster de la Mobilitat Lleugera
Clustermoto

Gràcies per la vostra atenció