

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

MAGDALENA ROSARIO HUILCAPI MASACON
JULIO ERNESTO MORA ARISTEGA
JENNY MAZACON GOMEZ

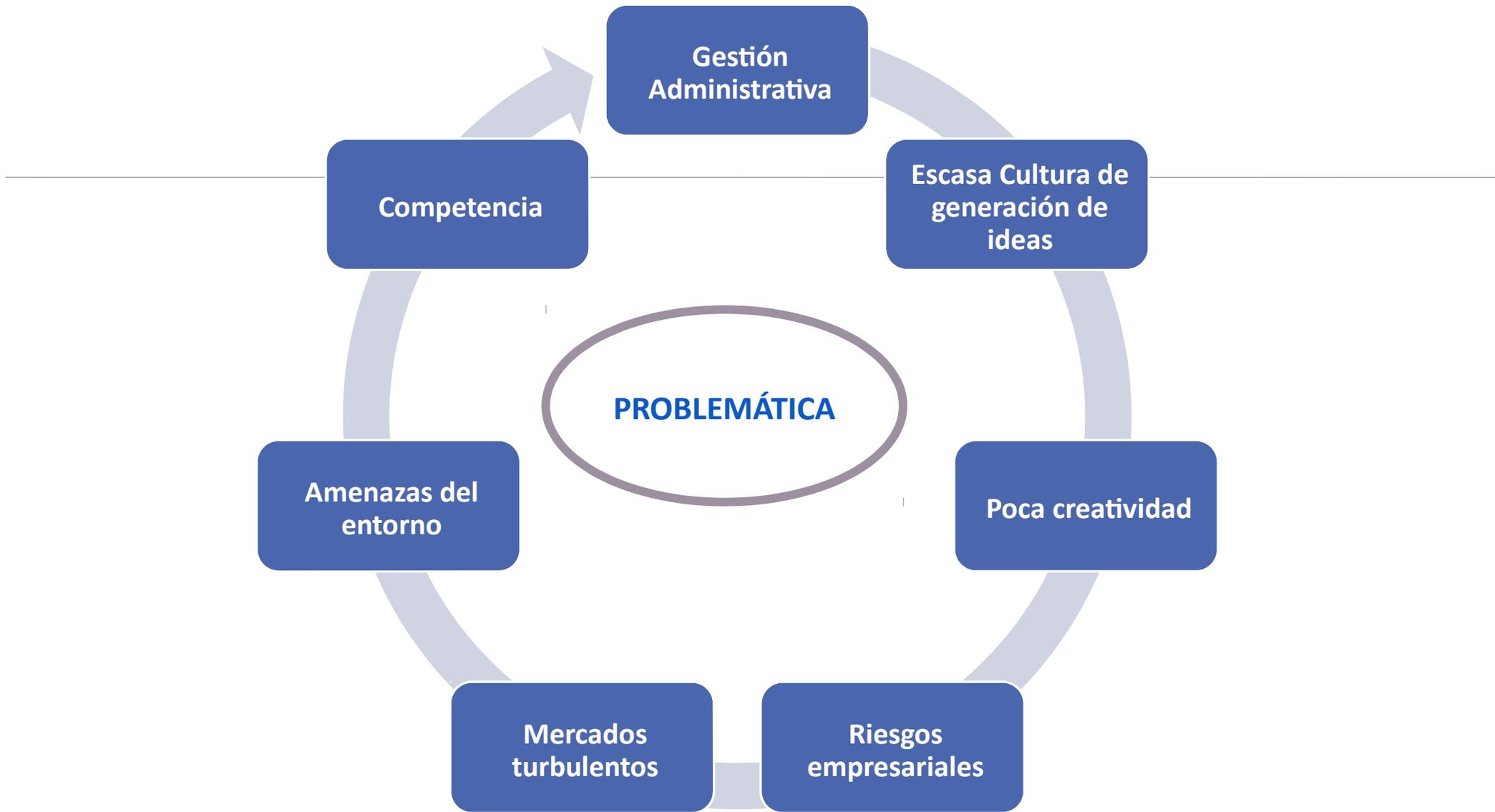
Santa Elena, febrero 23,24,25-2018



Gestión de la innovación en la producción, desafío para la competitividad

*Donde hay una empresa de éxito, alguien tomó alguna vez una decisión
valiente*

Peter Drucker.



**Gestión
Administrativa**

**Escasa Cultura de
generación de
ideas**

Poca creatividad

**Riesgos
empresariales**

**Mercados
turbulentos**

**Amenazas del
entorno**

Competencia

PROBLEMÁTICA

ECUADOR
A nivel mundial

AÑOS	RANKING DE COMPETITIVIDAD	ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD
2016	76	4.07
2017	97	3.91

ECUADOR
A nivel Regional

Puesto 7



¿Cómo apostar por la competitividad?



Beneficio de los stakeholders



ELEMENTOS AL MOMENTO DE GESTIONAR

Calidad: las industrias hagan uso del sistema de gestión de calidad como una herramienta para la competitividad

Seguridad y salud: costo de enfermedades, accidentes laborales, afecta al costo de producción; por lo que se requiere un ambiente laboral que influya positivamente en la salud y contar con organizaciones esbeltas, saludables con manejo y control del estrés

Medio ambiente: la industria persigue la optimización en el uso, consumo o utilización de recursos: el agua, la energía, la prevención y reducción de residuos, y la emisión de gases tóxicos

Responsabilidad social empresarial



IMAGEN
EMPRESARIAL

Proceso de Gestión para la innovación

Capital humano

Factor organizativo

Factor negocio-mercado



Creatividad

Capacidad generar idea útil-original

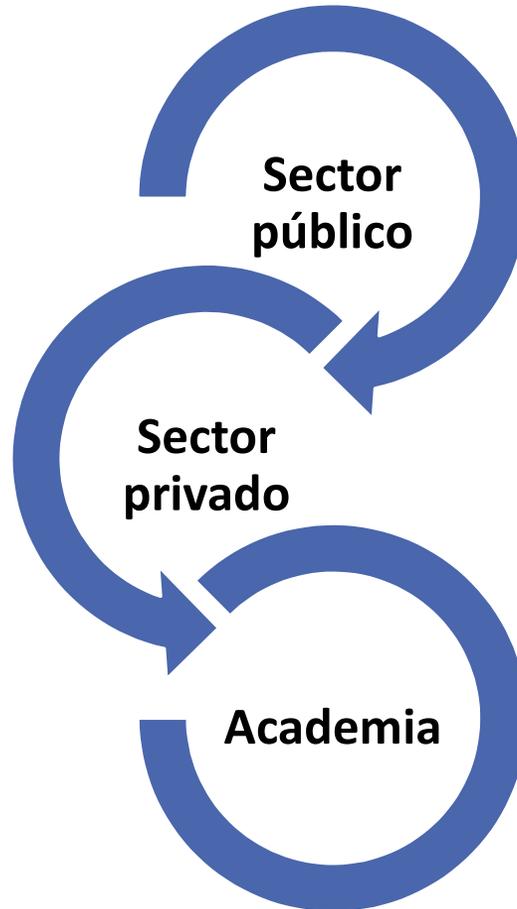
Innovación

Energía empresarial se caracteriza por altos niveles de creatividad y de practicabilidad, exige conocimiento del mercado.

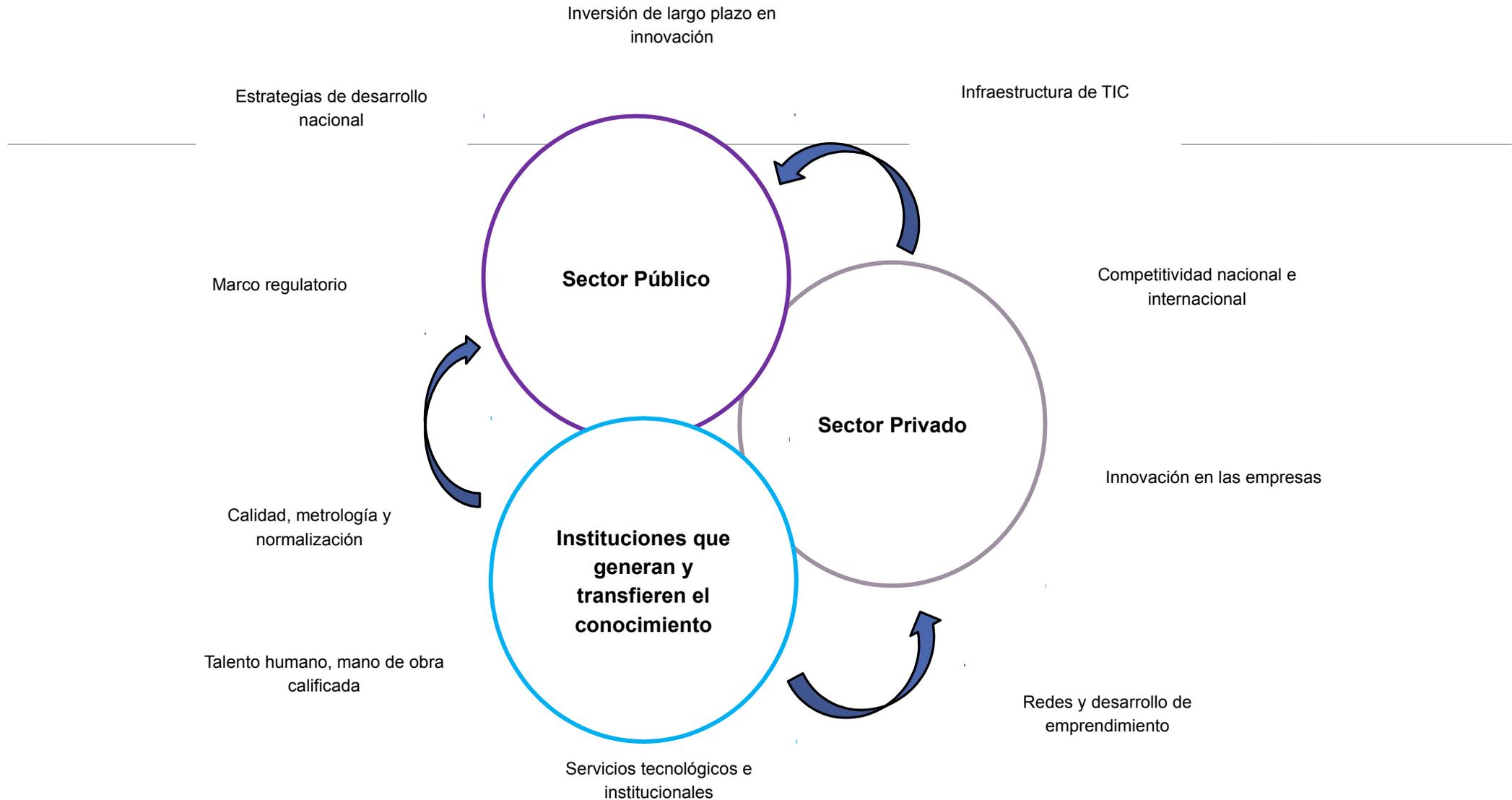
Competitividad

Variable multifactorial, formación empresarial, habilidades administrativas, laborales y productivas, la gestión, la innovación y desarrollo tecnológico.

Sistema Nacional de Innovación



Actores y componentes del SNI



Resumen Comparativo

Países	Intensidad del gasto en innovación (como porcentaje de las ventas)	Intensidad del gasto en I+D (como porcentaje de las ventas)	Inversión en I+D (como porcentaje del gasto en innovación total)	Inversión en equipo de capital (como porcentaje del gasto en innovación total)
Alemania	5,2	3,0	56,7	23,8
Ecuador	2,5	0,3	14,8	0

Fuente: Banco Interamericano de Desarrollo

Metodología

En el presente estudio se analizó la información que se obtuvo a través de las entrevistas a expertos y encuestas a los Gerentes y/o Administradores de las industrias de Babahoyo, en un número de 37, los mismos que fueron seleccionados en función de la actividad.

RESULTADOS

Gestión para la Inversión en Innovación

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Alta capacidad de gestión	7	19%
Mediana Capacidad de gestión	18	49%
Poca capacidad de gestión	12	32%
Total	37	100%

Redes para fortalecer la innovación y crecimiento

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	25	68%
De acuerdo	12	32%
Poco de acuerdo	0	0%
Nada de acuerdo	0	0%
Total	37	100%

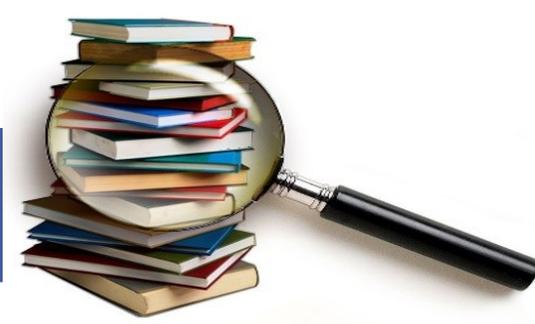
Regulaciones del estado que favorece la competitividad

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy de acuerdo	9	24%
De acuerdo	18	49%
Poco de acuerdo	10	27%
Total	37	100%

Aporte de las universidades con TH para la industria

OPCIONES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Personas con capacidad de asociar conocimientos	17	46%
Personas con capacidad de cuestionar	16	43%
Personas con capacidad de revisualizar	4	11%
Personas con capacidad de crear redes	0	0%
Total	37	100%

Conclusiones



Reconocimiento del valor estratégico de la innovación, la gestión de la innovación demanda desarrollo de cultura empresarial orientada al cambio y a la incorporación de herramientas de control y de mejora continua.

Las empresas que han recibido apoyo y asistencia han logrado llegar a mercados internacionales; además la capacitación por áreas corresponde a las universidades.

No se han fortalecido los programas productivos a pesar de que se conoce la importancia para facilitar la integración y asociación entre empresas del sector; de esta manera se fortalecen las capacidades; el establecimiento de proyectos de negocios y el impulso entre proveedores de insumos-mp y distribuidores de productos, bienes o servicios enmarcados en la cadena de valor..

Mirar al sector productivo para crear empresas in situ, y clasificarlas por sectores, dimensiones y líneas de producción.

Fortalecimiento de las existentes, el objetivo frenar la migración campo-ciudad, y reducir el desempleo, mejorando así la calidad de vida y el buen vivir de las personas.

“Las empresas pobres de desentienden de sus competidores; las empresas del montón copian a sus competidores; las empresas ganadoras marcan el camino a sus competidores”

Philip Kotler.

***Muchas
Gracias***

