



Fundación Premio
Nacional de Tecnología
e Innovación, A.C.

DEPARTAMENTO
DE ECONOMÍA
Azcapotzalco

La Comisión de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Cámara de Diputados,
la Asociación Latino-Iberoamericana de Gestión Tecnológica (ALTEC),
la Fundación Premio Nacional de Tecnología e Innovación
y el Departamento de Economía de la UAM Azcapotzalco

INVITAN AL

Foro de análisis del Manual de **Oslo** 2018

Objetivo

Analizar el contenido y alcance del *Manual de Oslo 2018* (4a. ed.),
que edita la OCDE, con el fin de actualizar el modelo del Premio
Nacional de Tecnología e Innovación, y difundir su contenido
entre los interesados.

Participan

- **Dip. Marivel Solís Barrera**, presidenta de la Comisión de Ciencia, Tecnología e Innovación de la Cámara de Diputados.
- **Mtro. Roberto Martínez Yllescas**, director del Centro de la OCDE en México para América Latina.
- **Dr. Enrique A. Medellín Cabrera**, presidente de la Asociación Latino-Iberoamericana de Gestión Tecnológica (ALTEC).
- **Lic. Javier López Parada**, director general de la Fundación Premio Nacional de Tecnología e Innovación.
- **Dr. Guillermo Granados**, presidente del Comité Técnico del Premio Nacional de Tecnología e Innovación.
- **Dr. Carlos López Monsalvo**, evaluador y miembro del Comité Técnico de Premio Nacional de Tecnología e Innovación.
- **Dr. Jordy Micheli Thiri6n**, profesor- investigador de la UAM Azcapotzalco.

Entrada libre

Más información en:



Asociación ALTEC

Miércoles 27 de marzo de 2019

10:00 a 13:00

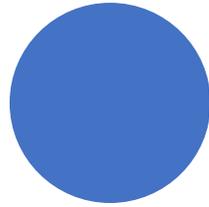
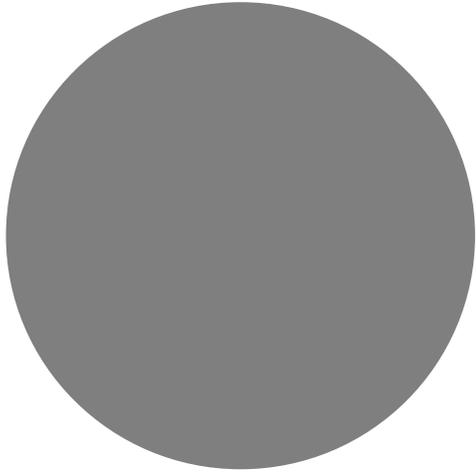
Mezzanine Edificio "A", Lado Sur, Cámara de Diputados

PRESENTACION DE:

Chapter 11.

Use of innovation data for statistical indicators

Manual de Oslo, 2018



Azcapotzalco

**FORO DE ANALISIS DEL
MANUAL DE OSLO 2018**
capítulo 11

Jordy Micheli

UAM AZCAPOTZALCO

camvia.azc.uam.mx

27 / 03 / 2019

SOBRE LOS INDICADORES DE INNOVACION

- **Un indicador de innovación es una medida sintética estadística de un fenómeno de innovación (actividad, resultado, gasto, etc.) observado en una población o muestra, en un momento y lugar determinados.**
- **Los indicadores de innovación deben podernos explicar varias cosas: quiénes intervienen en la innovación, con qué medios, con qué objetivos y resultados, cuál es la innovación, etc.**
- **Deben proporcionar información por industria y tamaño de empresa.**
- **Deben permitir hacer comparaciones**

DE LA TEORIA DE LA INNOVACION A LOS DATOS

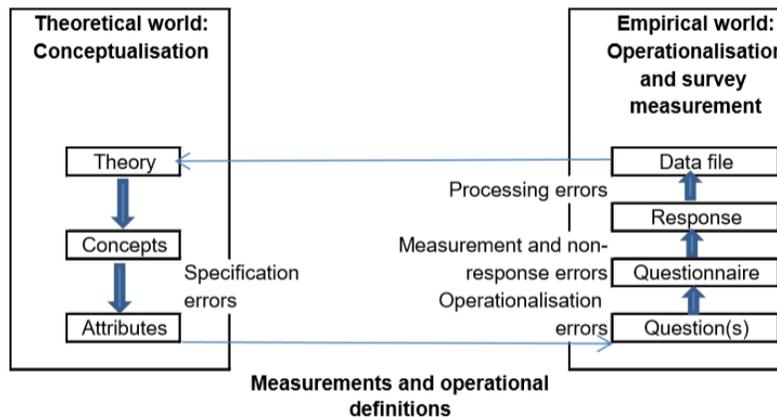
TEORIA : LA INTERACCION DE LA EMPRESA CON SU ENTORNO ES UNA FUERZA QUE ALIENTA LA INNOVACIÓN.

CONCEPTO: LA EMPRESA PUEDE BENEFICIARSE DE IDEAS GENERADAS FUERA DE ELLA .

ATRIBUTOS: LOS CANALES POR DONDE FLUYEN IDEAS DEL EXTERIOR

CHAPTER 9. METHODS FOR COLLECTING DATA ON BUSINESS INNOVATION

Figure 9.1. From innovation theory to innovation data



Source: Based on Snijkers and Willimack (2011), "The missing link: From concepts to questions in economic surveys"

9.3.1. Question design

Question adaptation and translation

PREGUNTAS: xxx

DATOS .

INDICADOR: porcentaje de empresas de x características en que las ideas externas son usadas para innovación mediante convenios con universidades.

GUIA PARA LA CONSTRUCCION DE INDICADORES DE INNOVACIÓN :

- 1)Frecuencia/incidencia dela innovación
- 2)Capacidades de innovación en la empresa
- 3)Flujos de conocimiento e innovación
- 4)Factores externos que influyen en la innovación
- 5)Objetivos y resultados de la innovación

FRECUENCIA Y ALCANCE DE LAS INNOVACIONES

- **Innovaciones de producto**
- **Innovaciones de producto Nuevas para el Mercado**
- **Métodos para desarrollar innovaciones de producto**
- **Innovaciones de negocio**
- **Innovaciones de negocio Nuevas Para el Mercado**
- **Métodos para desarrollar innovaciones de negocio**
- **Innovaciones de producto y de negocio (firmas que tienen ambas)**
- **Innovaciones en marcha y /o abandonadas**

- Listas de innovación de producto (bien o servicios)
- Listas de innovación de negocio
- Usar lista de origen y canales de conocimiento para innovación

ACTIVIDADES BASADAS EN CAPITAL- CONOCIMIENTO (cap.4)

- **Actividades con capital basado en conocimiento (BC), potenciales para innovación**
- **Actividades con capital BC usadas para innovación**
- **Actividades con capital BC potenciales para innovación**
- **Gasto en Capital BC potencial para innovación**
- **Gastos en Capital BC usados para innovación**
- **Proyectos en innovación**
- **Proyectos en marcha**
- **Planes**

- Ingeniería
- Diseño
- ID
- Actividades creativas
- Marketing, branding
- Capacitación
- Desarrollo de software
- Bases de datos
- Actividades para adquirir o rentar capital tangible
- Gestión de Innovación

Capacidades actuales o potenciales de innovación (cap. 5)

- **Administración de la innovación**
- **Competencias de la fuerza de trabajo**
- **Usa tecnología avanzada**
- **Desarrolla tecnología**
- **Tiene capacidad de diseño**
- **Usa design thinking**
- **Usa herramientas y métodos digitales**
- **Usa plataformas digitales**

- Medición de las capacidades de los negocios para la innovación.
- Son los conocimientos, competencias y recursos.
- Las capacidades incluyen la administración, la fuerza de trabajo y la tecnología

FLUJOS DE CONOCIMIENTO E INNOVACION , cap. 6

- **Colaboración entre empresas**
 - **Fuentes de conocimiento**
 - **Uso de licencias**
 - **Proveedores de servicio de conocimiento**
 - **Apertura al conocimiento**
 - **Intercambio de conocimiento con instituciones de educación y ID**
- LA INFORMACION SE GENERA, DISTRIBUYE Y USA.
 - ESTA EN OBJETOS O EN LA GENTE
 - Formas para dirigir el flujo hacia el exterior (incentivos)
 - Formas de colaboración: empresa (lucro7sin lucro)-gobierno-sector educativo e ID
 - Origen de las ideas
 - Derechos de propiedad
 - Qué se desarrolla internamente, qué se comparte, qué se adquiere.

FACTORES EXTERNOS QUE INFLUYEN EN LA INNOVACION (cap.7)

- **Tipo de cliente**
- **Geografía del mercado**
- **Tipo de competencia**
- **Estándares**
- **Contexto social**
- **Apoyo público a la innovación**
- ***Drivers* de innovación**
- **Infraestructura pública**
- **Barreras**

- Tipo de actividad de la empresa (p. ejo. Ventas) por escala geográfica
- Tipo de competidor (físico, virtual)
- Las acciones del competidor son difíciles o fáciles de predecir
- Financiamiento que se usa
- Tipo de políticas públicas que se aprovechan
- Infraestructura de : Salud, energía, transporte, etc.
- Los egresados universitarios se interesan por la empresa
- Hay plataformas digitales
- Hay estabilidad política
- Respeto por la propiedad intelectual

OBJETIVOS DE LA INNOVACION Y SUS RESULTADOS (cap. 8)

- **Objetivos generales**
 - **Objetivos de la innovación**
 - **Ventas de nuevos productos**
 - **Número de innovaciones de producto**
 - **Cambios en costos unitarios por innovación de proceso del negocio**
 - **Éxito de la innovación (cumplimiento de expectativas)**
- Incrementa o se mantiene la parte del mercado.
 - Mejora de la inclusión social
 - Reducción de costos laborales por output
 - Reducción costos de energía
 - Estándares voluntarios
 - Liderazgo en costos
 - Aumento de la capacitación
 - Soluciones para clientes específicos
 - Cambio en el número de competidores
 - Aumento del costo en capital humano para competir

MUCHAS GRACIAS



camvia.azc.uam.mx

jordy.micheli@gmail.com