

2015

NORA BIDEA



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

ENCUESTA SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS DE BIZKAIA



1. -METODOLOGÍA

www.barrixe.com

 @barrixe

 /barrixe



Bizkaiko Foru
Aldundia
Diputación
Foral de Bizkaia



BILBOKO
MERKATARITZA
GANBERA
CÁMARA DE
COMERCIO
DE BILBAO

ANTECEDENTES	3
METODOLOGÍA Y FICHA TÉCNICA	5
Planteamiento metodológico	6
Características de la base de datos	9

ANTECEDENTES

Antecedentes

- ✓ El estudio de innovación en la empresas de Bizkaia lleva realizándose por parte de la Cámara de Comercio de Bilbao desde el año 2007 con diferentes objetivos.
- ✓ Desde el año 2012 el propósito de la investigación es tomar el pulso a una muestra seleccionada por la Cámara de Comercio de empresas del territorio, sobre su experiencia en Innovación.
- ✓ En esta ocasión abordamos la 10ª ola con un muestreo a 2005 empresas vizcaínas a una tasa de participación elevada.

	1ª OLA MARZO 2007	2ª OLA JUNIO 2007	3ª OLA ABRIL 2008	4ª OLA JUNIO 2009	5ª OLA MAYO 2010	6ª OLA JUNIO 2011	7ª OLA MAYO 2012	8ª OLA MAYO 2013	9ª OLA JUNIO 2014	10ª OLA MAYO 2015
TOTAL CONTACTOS DISPONIBLES	3.468	3.468	4.293	3.677	2.832	2.605	5.947	5.571	5.049	4.871
PARTICIPAN EN EL ESTUDIO	1.713	1.785	1.178	1.162	970	973	1.995	2.005	2.001	2.005
ERROR MUESTRAL*	± 1,6%	± 1,5%	± 2,5%	± 2,4%	± 2,6%	± 2,5%	± 1,8%	± 1,8%	± 1,7%	1,7%
ÍNDICE DE COMPROMISO**	49,4%	51,5%	27,4%	31,6%	34,3%	37,4%	33,5%	35,9%	39,6%	41,2%

* Para un nivel de confianza del 95,5%, 2σ respecto de μ , siendo $p=q=0,5$, para todas las estimaciones que se quieran realizar sobre este colectivo.

** Por índice de compromiso, en este caso con la innovación, entendemos el interés que despierta la innovación, la proximidad a la innovación....en las empresas de Bizkaia.

METODOLOGÍA Y FICHA TÉCNICA

METODOLOGÍA

- ✓ Metodología de exploración y **análisis cuantitativo**

TÉCNICA DE ESTUDIO

- ✓ Hemos trabajado mediante la técnica de estudio de entrevista telefónica aplicada por sistema CATI (Computer Aided Telephone Interview) con cuestionario semiestructurado; es decir, compuesto por preguntas abiertas y cerradas, de unos 10 minutos de duración.

PÚBLICO OBJETIVO

- ✓ Gerentes, directivos, responsables de innovación, I+D+I o tecnológicos de las empresas.
- ✓ Se ha trabajado a partir de una BBDD de 4.871 empresas facilitado por la Cámara de Comercio de Bilbao.

ÁMBITO GEOGRÁFICO

- ✓ Empresas radicadas en las diferentes comarcas del territorio de Bizkaia.

DETALLE DEL PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO: TAMAÑO DE LA MUESTRA

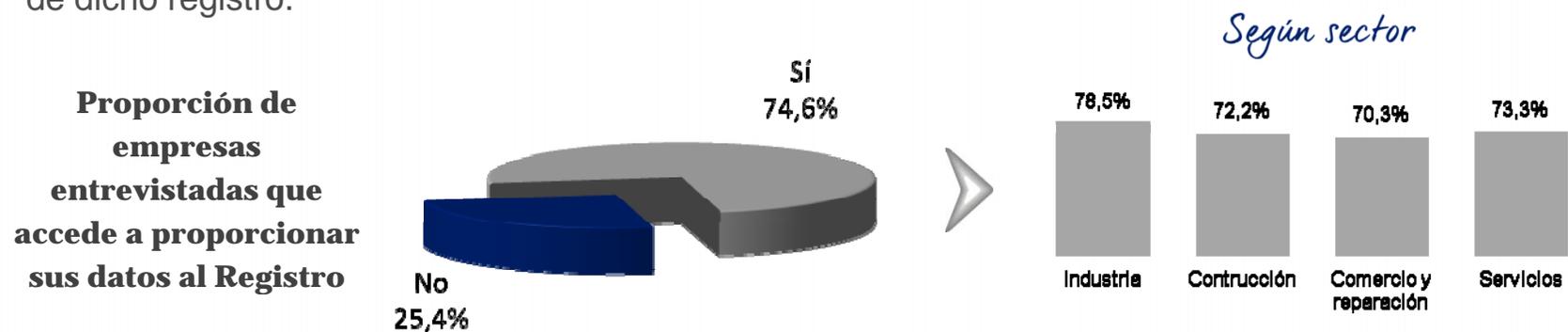
- ✓ Se han realizado un total de **2.005 entrevistas**, siguiendo un **muestreo aleatorio** a las empresas incluidas en la BBDD. Este tamaño muestral ofrece un **margen de error** muestral de **±1,7%** (para un nivel de confianza del 95,5%, $1,96 \sigma$ respecto de μ), para todas las estimaciones que se quieran realizar sobre este colectivo.
- ✓ La muestra realizada permite extrapolar los resultados al conjunto de empresas vizcaínas. De esta forma, sobre el total de 80.045 empresas*, ofrece un margen de error del **±2,2%**.

GENERACIÓN DE LA BASE DE DATOS

- ✓ En el muestreo realizado a la BBDD proporcionada por la Cámara de Comercio de Bilbao, se ha solicitado permiso a las empresas para proporcionar sus datos al Registro de Empresas Innovadoras o sensibles a procesos innovadores del territorio, con el objetivo de implementar programas de actuación en materia de innovación desde la Cámara de Comercio de Bilbao, en colaboración con el Departamento Promoción Económica de la Diputación Foral de Bizkaia y el Observatorio de la Innovación de Bizkaia (BARRIXE).

*NOTA: Datos del EUSTAT. Total de empresas a 1/1/2014.

- ✓ Del total de empresas entrevistadas, algo más de siete de cada diez ha accedido a formar parte de dicho registro.



FECHAS DE REALIZACIÓN DE LOS PROCESOS

- ✓ La investigación descrita se realizó en las fechas que se detallan a continuación:
 - ✓ Aprobación del cuestionario: 18 de marzo de 2015.
 - ✓ Trabajo de campo: del 13 de abril al 8 de mayo de 2015
 - ✓ Proceso y tabulación estadística: del 11 al 13 de mayo de 2015.
 - ✓ Realización de informe y presentación de resultados: del 13 al 21 de mayo de 2015.

CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA DE EMPRESAS PARTICIPANTES EN LA INVESTIGACIÓN



- ✓ A continuación, se detallan las características de las empresas vizcaínas que han participado en la investigación.

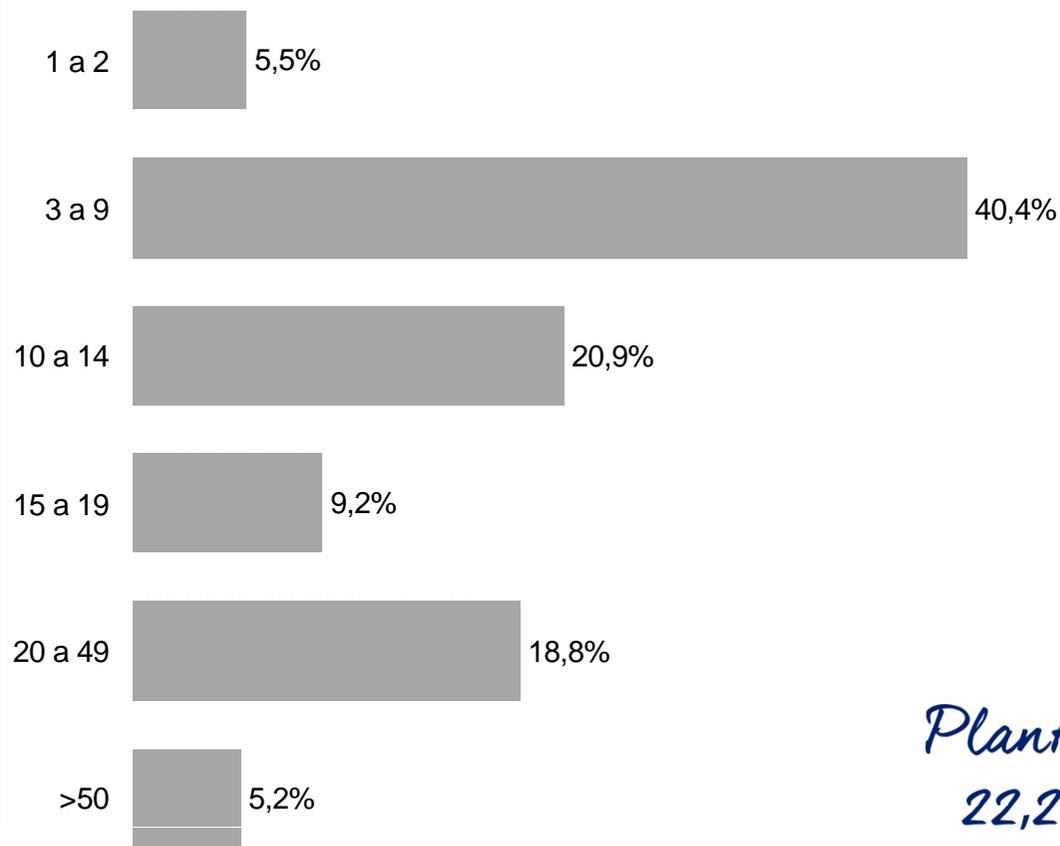


- ✓ El perfil de las empresas se correspondería con:
 - ✓ Empresas con una plantilla media de 22 trabajadores si bien, de ellas, el 45,9% dispone de un plantilla inferior a los 9 trabajadores.
 - ✓ El 64,2% adoptan la forma jurídica de Sociedad Limitada,
 - ✓ Cuatro de cada diez, son empresas familiares.
 - ✓ Cerca de la mitad son empresas con una antigüedad media; el 49,4%. La proporción de empresas de reciente creación es reducida; el 5,0% (en esta ocasión, más que otros años)
 - ✓ El 73,0% de las empresas está radicada en la comarca del Gran Bilbao.
 - ✓ Una de cada cuatro empresas realiza una actividad exportadora, y para el 61,2% de ellas, el papel del mercado internacional se califica como muy relevante.
 - ✓ El 63,8% de las empresas indica que su actividad se encuentra en el ciclo de madurez de la vida del negocio.

El perfil de empresa que colabora con Norabidea 2015

P.32.: ¿Cuántas personas componen la plantilla actual de su empresa?

Base: Total de empresas entrevistadas (n = 2005)



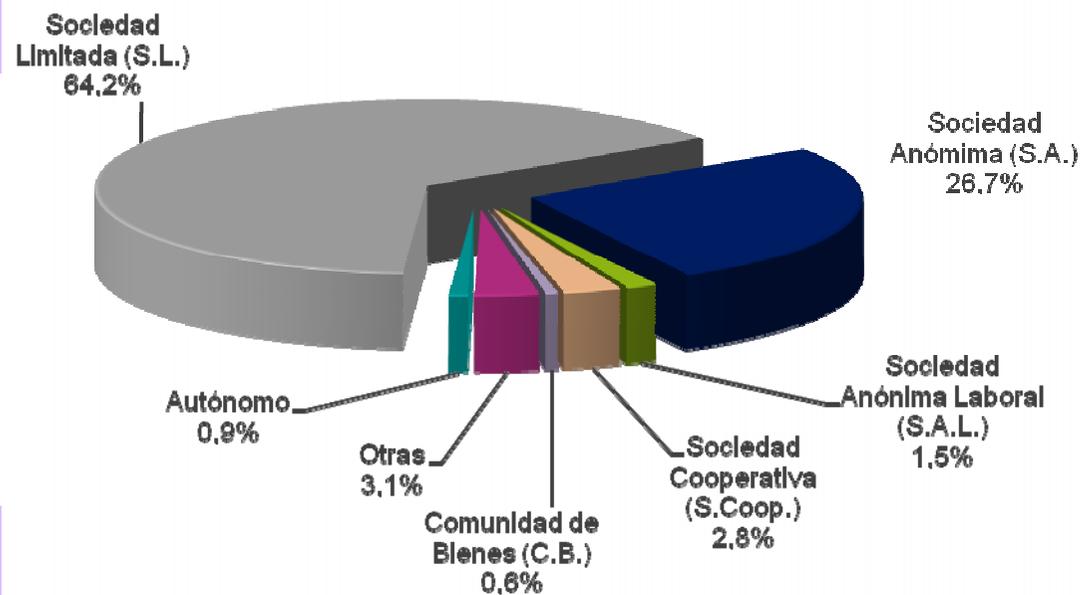
Un 45,9% de las empresas poseen menos de nueve personas en su plantilla

*Plantilla media
22,2 personas*



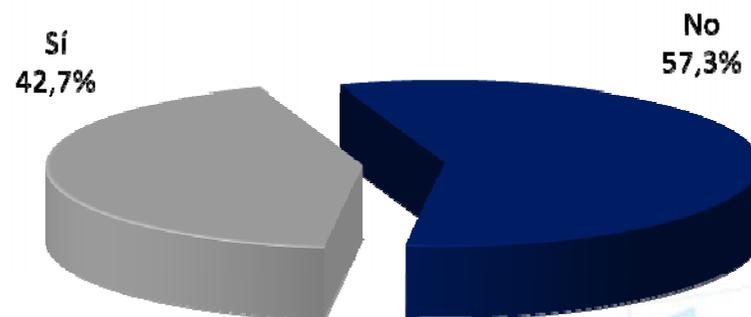
Forma Jurídica (D.1.)

Base: 2005 empresas entrevistadas



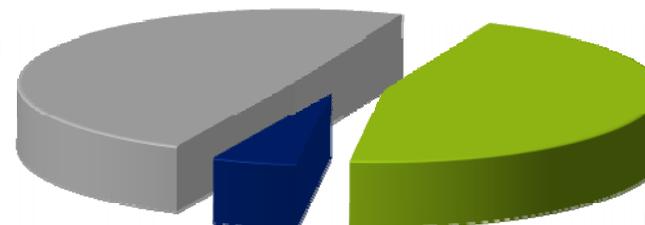
Empresa Familiar (D.2.)

Base: 2005 empresas entrevistadas



Fundación de la empresa (D.3.)
Base: 2005 empresas entrevistadas

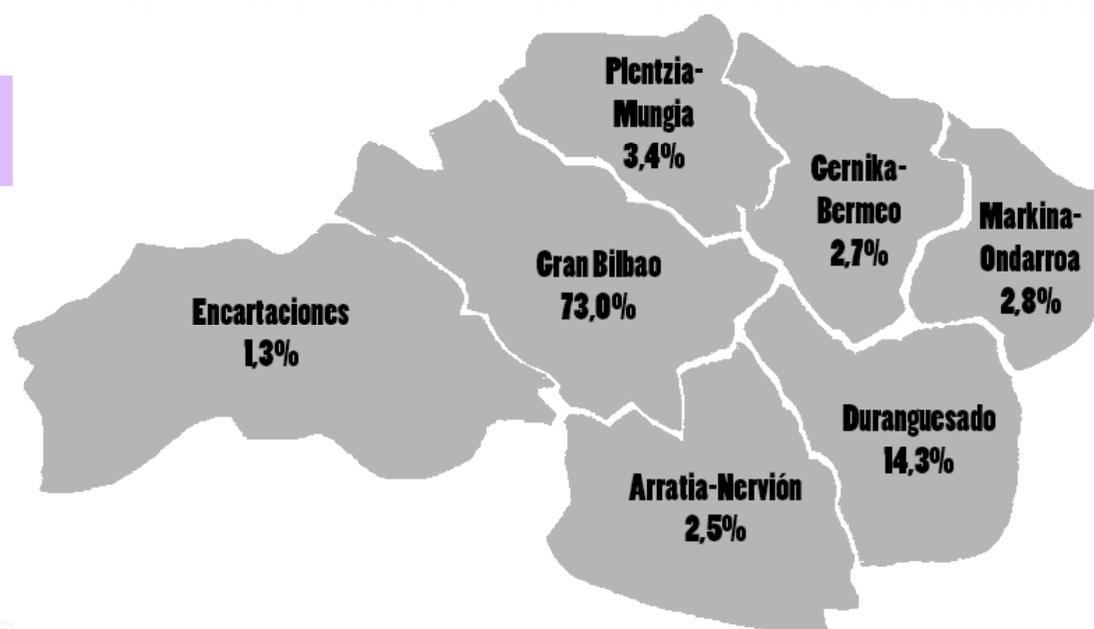
Entre 6 y 25 años.
Antigüedad media.
49,4%



Últimos 5 años.
Antigüedad baja.
5,0%

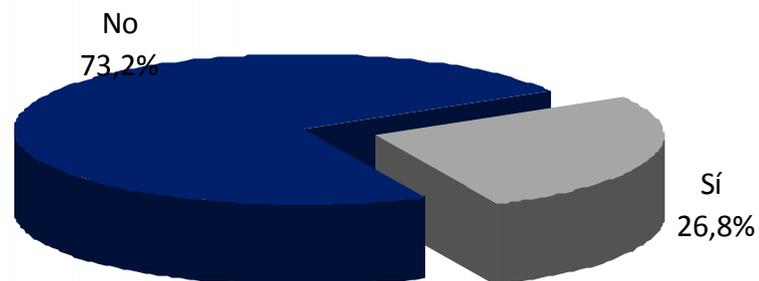
Más de 25 años.
Antigüedad elevada
45,6%

Ubicación de la empresa (D.3.)
Base: 2005 empresas entrevistadas



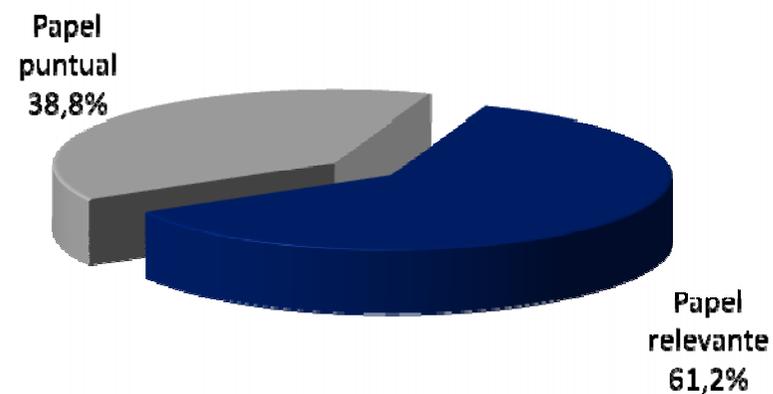
Empresas exportadoras (D.4.)

Base: 2005 empresas entrevistadas



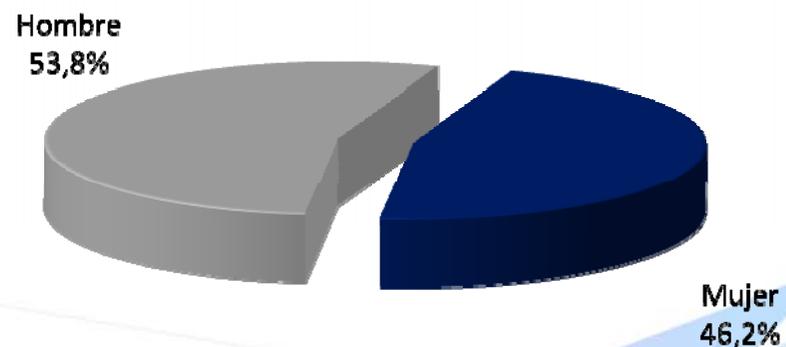
Papel del mercado internacional para la empresa (D.4.1.)

Base: 538 empresas exportadoras

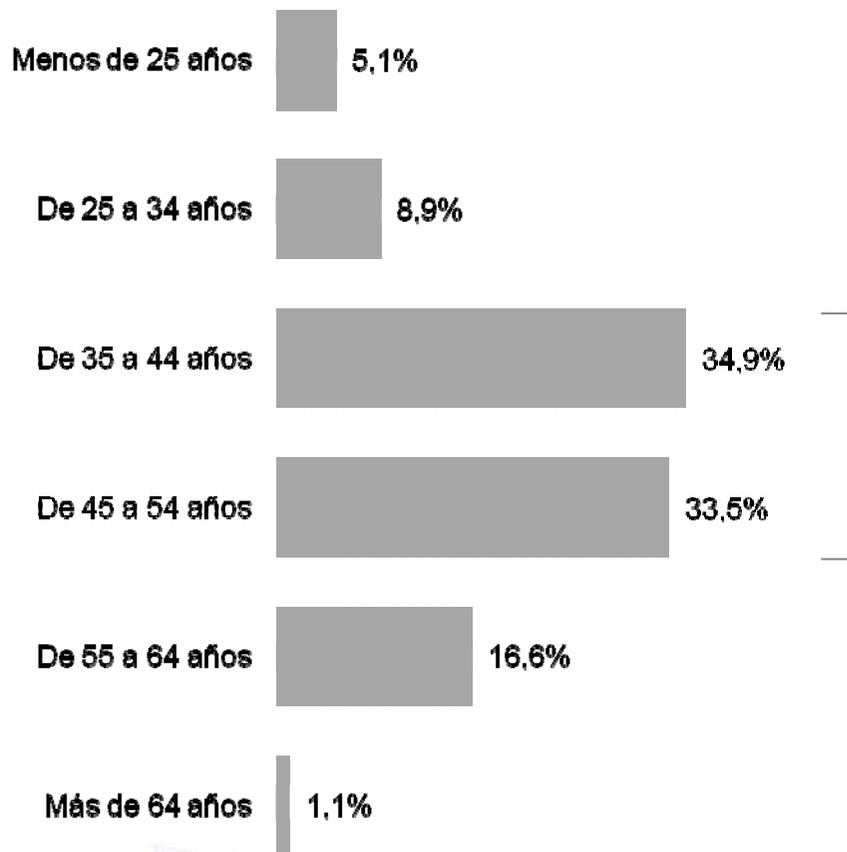


Género del entrevistado (D.6.)

Base: 2005 empresas entrevistadas

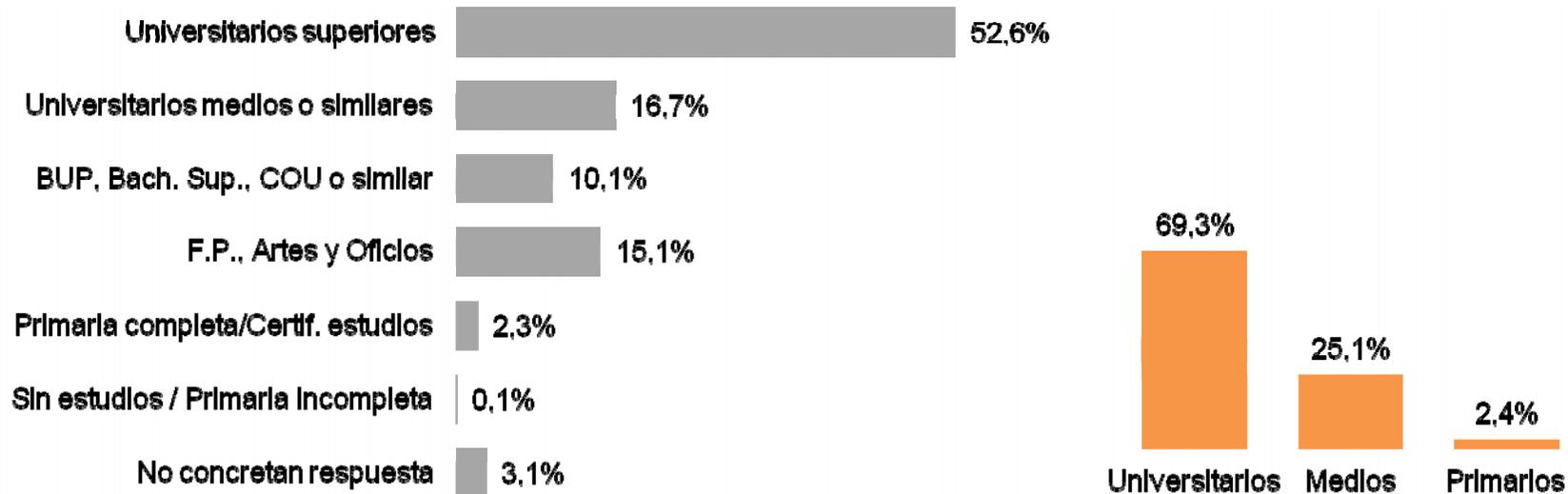


Edad del entrevistado (D.7.)
Base: 2005 empresas entrevistadas

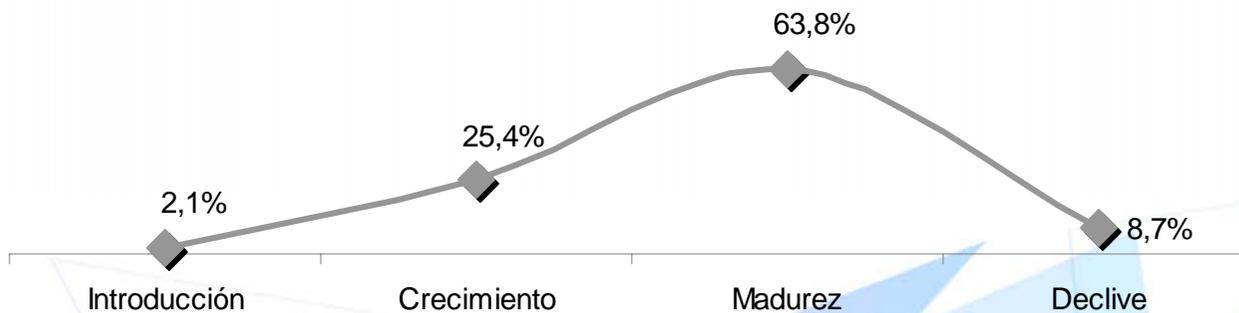


El 68,4% de los interlocutores tiene edades comprendidas entre los 35 y 54 años

Nivel de estudios (D.8.)
Base: 2005 empresas entrevistadas



Ciclo de vida del negocio (P.19.)
Base: 2005 empresas entrevistadas



2015

NORA BIDEA



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

ENCUESTA SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS DE BIZKAIA



2.- LA ACTIVIDAD INNOVADORA EN LAS EMPRESAS DE BIZKAIA

www.barrixe.com

 @barrixe

 /barrixe



Bizkaiko Foru
Aldundia
Diputación
Foral de Bizkaia



BILBOKO
MERKATARITZA
GANBERA
CÁMARA DE
COMERCIO
DE BILBAO

LA ACTIVIDAD INNOVADORA DE LA EMPRESA DE BIZKAIA	3
La participación en actividades innovadoras	5
La participación en la Innovación en los últimos cuatro años	10
La Innovación sostenida en el tiempo	13
Caracterización de las empresas respecto a las actividades de innovación	16
LOS RITMOS DE LA INNOVACIÓN	21
EL CONTEXTO ECONÓMICO Y FINANCIERO Y EL VALOR OTORGADO A LA INNOVACIÓN	28
La valoración del contexto económico	29
La previsión a futuro	38

LA ACTIVIDAD INNOVADORA EN LAS EMPRESAS DE BIZKAIA

Objetivo general

- ✓ El objetivo general lo constituye el análisis de la **relación de las empresas de Bizkaia** con respecto a **la actividad innovadora**, pudiendo establecer el **perfil** de la empresa innovadora, los **ámbitos** en los que están trabajando, así como el **grado de cumplimiento** de sus **expectativas** iniciales.
- ✓ Por otra parte, **profundizar en los perfiles de empresas que no han acometido ninguna actividad innovadora**, pudiendo establecer la mayor o menor distancia a la que se sitúan, así como los motivos y necesidades detectadas para dar el salto a la innovación.

En definitiva, se trata de conocer la realidad del conjunto de empresas de Bizkaia respecto a la innovación



La participación en actividades innovadoras



- ✓ Casi **tres de cada diez** empresas que ha colaborado con Norabidea 2015 **ha realizado** algún tipo de **actividad innovadora** durante el pasado ejercicio: El 29,9% del total.



- ✓ Preguntadas por los años previos, las empresas que llevaban realizando algún tipo de actividad son algunas más, el 41,0%.



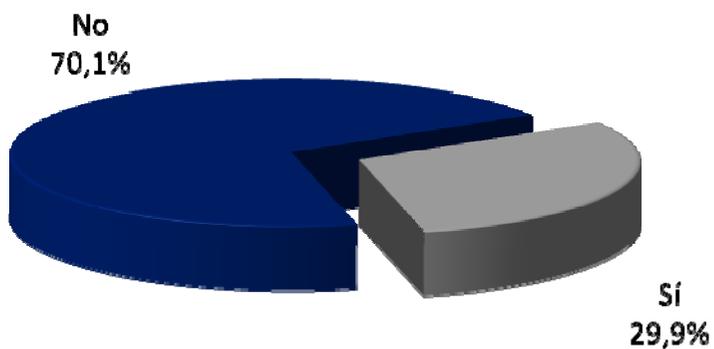
Esto significa que en el último año, un 11,2% de las empresas que llevaban en marcha algún proyecto innovador en los ejercicios anteriores, ha cesado esta actividad.



En términos totales son el 19,5% del total de empresas de Bizkaia consultadas

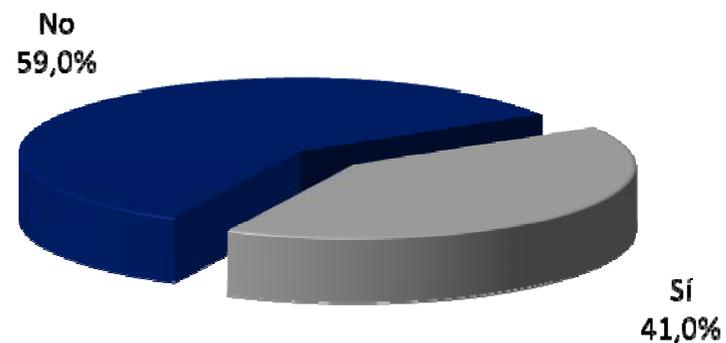
**P.1.: En este último ejercicio 2014,
¿su empresa ha llevado a cabo algún tipo de actividad
innovadora?***

Base: Total de empresas entrevistadas



**P.2.: En los tres ejercicios anteriores
(2011-2013), ¿su empresa ha llevado a cabo algún tipo
de actividad innovadora?***

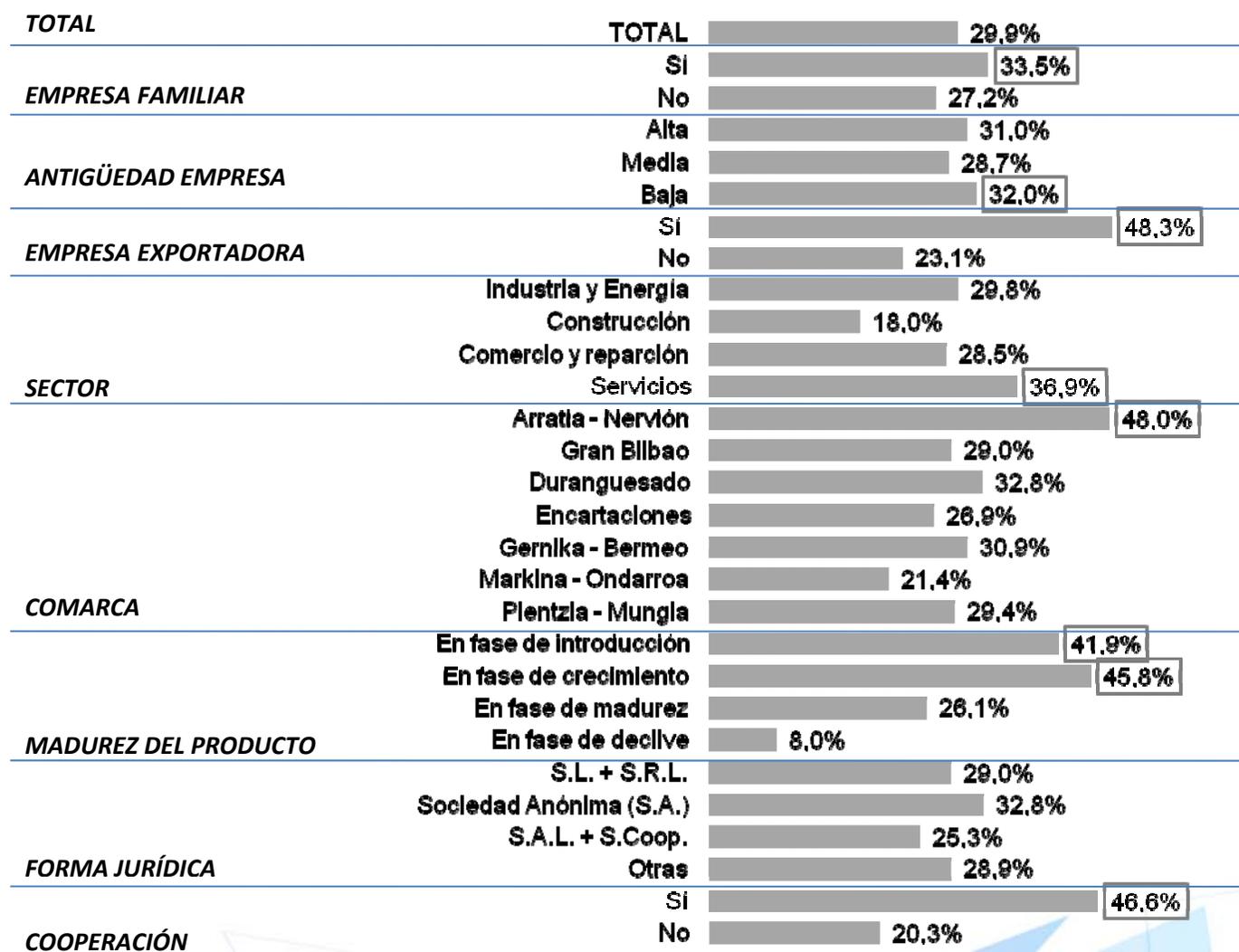
Base: Total de empresas entrevistadas



* No se sugirió ninguna respuesta. Solo se admitió una.

**P.1.: En este último ejercicio 2014,
¿su empresa ha llevado a cabo algún tipo de actividad innovadora?***

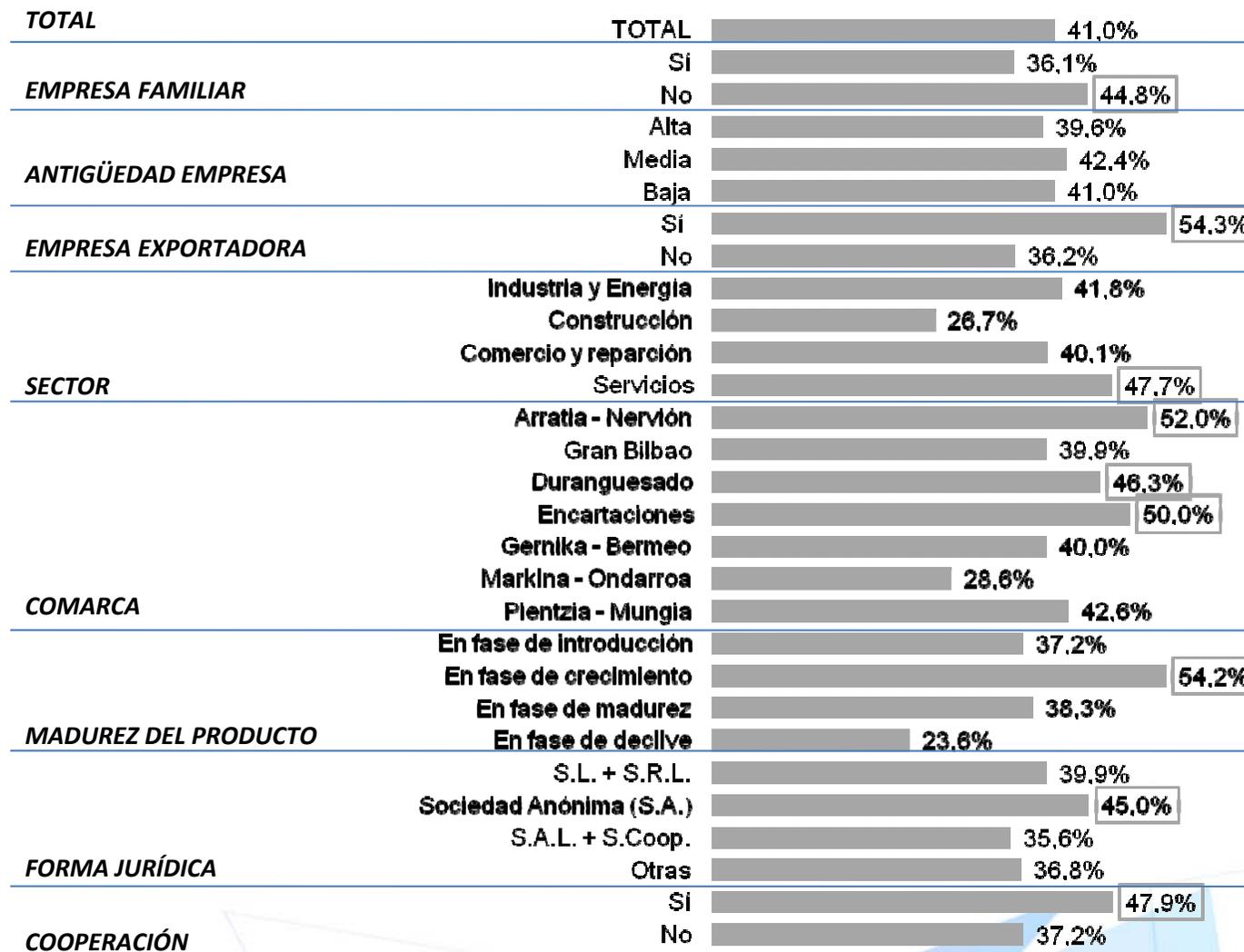
Base: Total de empresas entrevistadas



 VARIABLES SIGNIFICATIVAS

* No se sugirió ninguna respuesta. Solo se admitió una.

**P.2.: En los tres ejercicios anteriores (2011-2013),
¿su empresa ha llevado a cabo algún tipo de actividad innovadora?***
Base: Total de empresas entrevistadas



 VARIABLES SIGNIFICATIVAS

* No se sugirió ninguna respuesta. Solo se admitió una.



La participación en la Innovación en los últimos cuatro años



- ✓ Si analizamos conjuntamente los datos de las empresas que nos han indicado haber emprendido algún tipo de innovación (producto, proceso, organizacional...) tanto el último año como en los tres anteriores, podemos conocer la **tasa de inicio o participación en actividades para la innovación, independientemente de su continuidad o éxito**, a lo largo de los últimos cuatro años. Esto es a lo que hemos llamado **innovación en «criterio amplio»**.



El 49,4% de las empresas de Bizkaia consultadas afirma haber desplegado algún tipo de actividad de innovación en los últimos cuatro años.



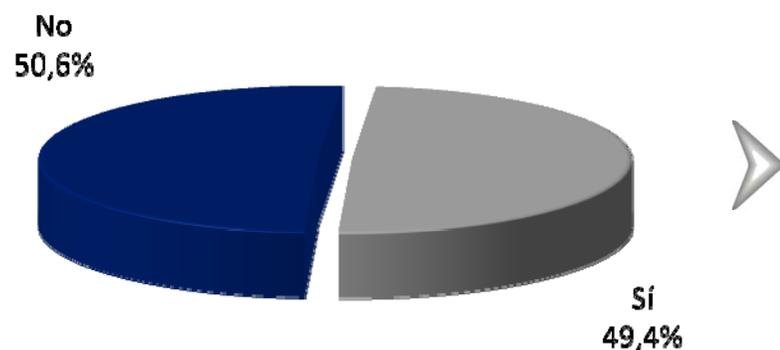
Son cerca de una de cada dos, las empresas del territorio que en diferente grado trabajan en la cultura de innovación



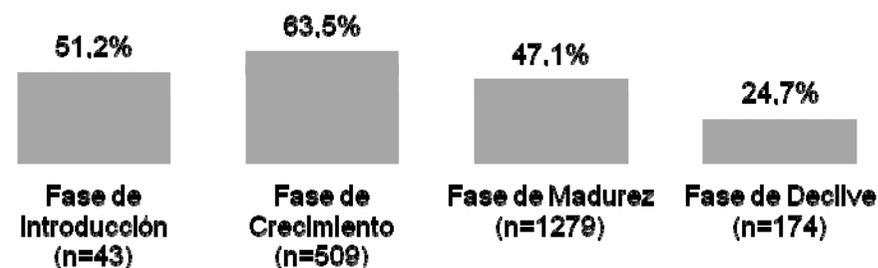
- ✓ El **ciclo de vida** del negocio evidencia mayor participación en acciones innovadoras en las fases de **introducción** y **crecimiento**, frente a la de declive, principalmente. Asimismo, el **sector servicios** muestra una tasa de acercamiento a la innovación superior.

P.1. o P.2.: En los ejercicios anteriores (2011-2014) su empresa ha llevado a cabo algún tipo de actividad innovadora? – Criterio amplio -

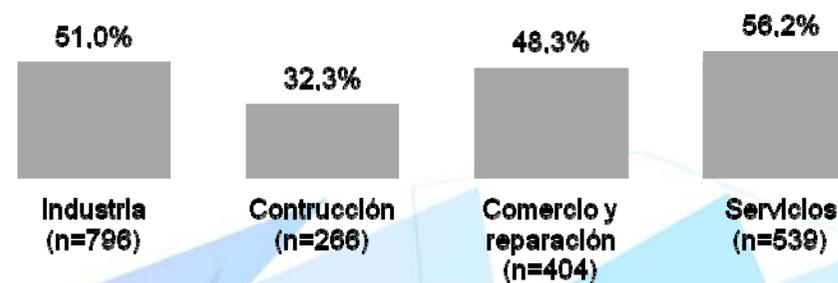
Base: Total de empresas entrevistadas

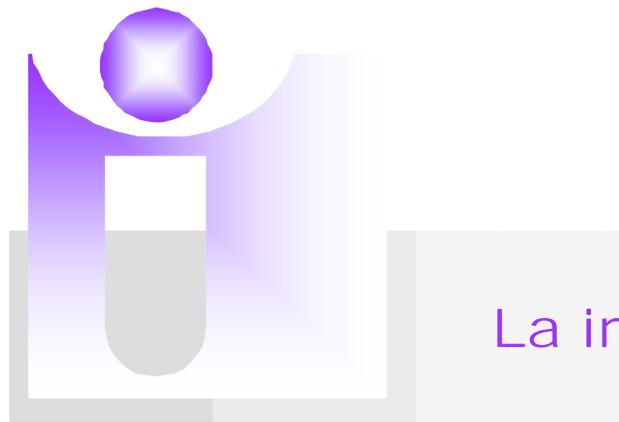


Según ciclo de vida del negocio



Según sector





La innovación sostenida en el tiempo



- ✓ Sin embargo abordar procesos de innovación parece llevar aparejado un complejo proceso de análisis, de implantación, desarrollo que hace que se entienda como una **acción continuada** a lo largo del tiempo, diferenciando entre lo que podríamos llamar “mejora competitiva” e “Innovación”.



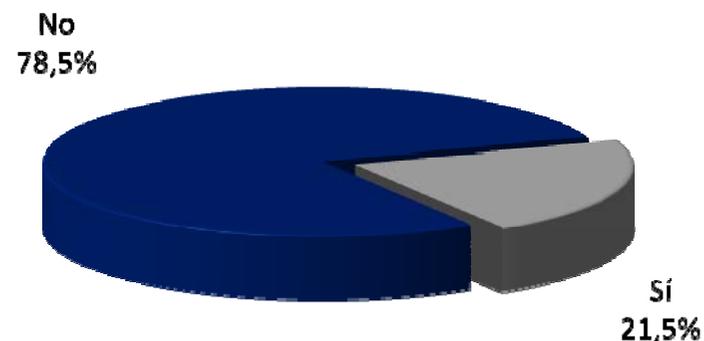
Asumiendo la perspectiva de la acción continuada en el tiempo como parte de la sistematización de la actividad innovadora, obtenemos que dos de cada diez empresas (el 21,5%) manifiestan haber desarrollado iniciativas innovadoras sostenidas en el periodo de los últimos cuatro años.



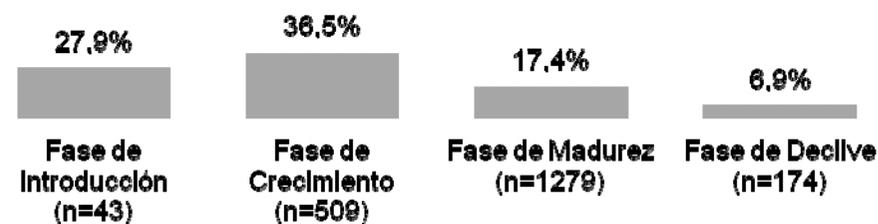
- ✓ Esta categoría de empresas con acciones innovadoras sostenidas en el tiempo, tiene unas características claras que las distinguen:
 - ✓ Empresas con actividad **exportadora** (37,9%).
 - ✓ Con mayor presencia del sector **servicios** (28,4%).
 - ✓ Y cuyo ciclo de vida del negocio se encuentra en fase de **crecimiento** (36,5%).

P.1. + P.2.: En los ejercicios anteriores (2011-2014) ¿su empresa ha llevado a cabo algún tipo de actividad innovadora? – Criterio estricto -

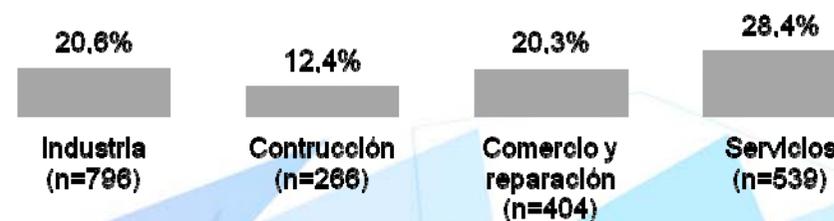
Base: Total de empresas entrevistadas



Según ciclo de vida del negocio



Según sector





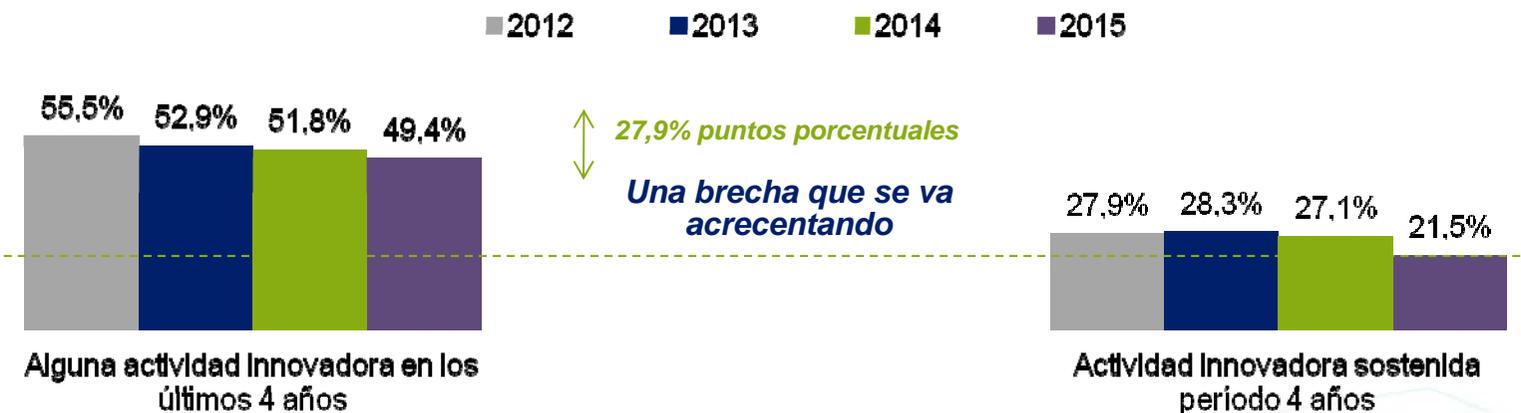
Caracterización de las empresas respecto a las actividades de innovación



- *Queda patente que el volumen de empresa que incluso en el contexto económico financiero que atravesamos, ha mantenido en los últimos años iniciativas o proyectos de innovación ha ido disminuyendo paulatinamente.*



De hecho el salto entre quienes realizan mejoras competitivas puntuales y las continuadas ha crecido significativamente. Si el pasado año ese salto era de 24,7 puntos, actualmente se sitúa en los 27,9%



Criterio amplio

Criterio estricto



- **Por tanto, con el análisis del comportamiento de las empresas respecto a la innovación en los últimos cuatro ejercicios, podemos categorizar a las empresas en los siguientes grupos:**

Empresas con procesos de innovación continuados



Son las empresas que mantienen una actividad continuada respecto a las Innovaciones en los últimos cuatro ejercicios.

Empresas recién llegadas a la innovación



Son las empresas que han acometido algún proceso de Innovación durante el pasado ejercicio, exclusivamente.

Empresas que suspenden las iniciativas innovadoras en el último año



Son las empresas que venían desarrollando actividades Innovadoras y que durante el último ejercicio no han acometido ninguna o lo han abandonado.

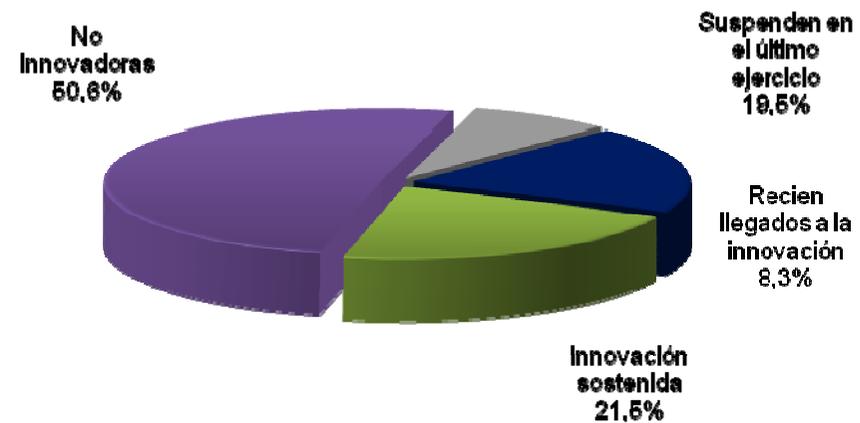
Empresas no innovadoras



Son las empresas que manifiestan ausencia de actividad innovadora en los últimos cuatro años.

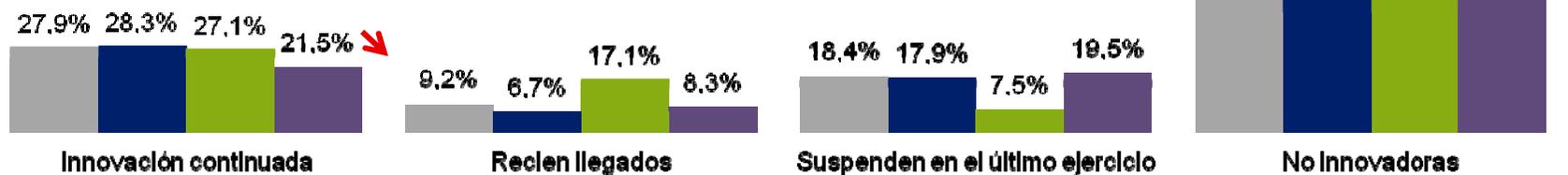
LA INNOVACIÓN EN EL PERIODO ANALIZADO

		INNOVACIÓN ÚLTIMO AÑO		TOTAL
		✓	✗	
INNOVACIÓN AÑOS ANTERIORES	✓	21,5%	19,5%	41,0%
	✗	8,3%	50,6%	59,0%
TOTAL		29,9%	70,1%	100%



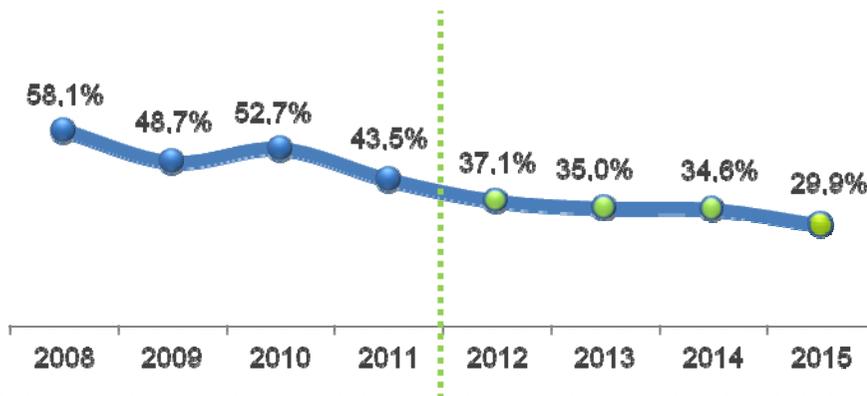
■ 2012 ■ 2013 ■ 2014 ■ 2015

La evolución

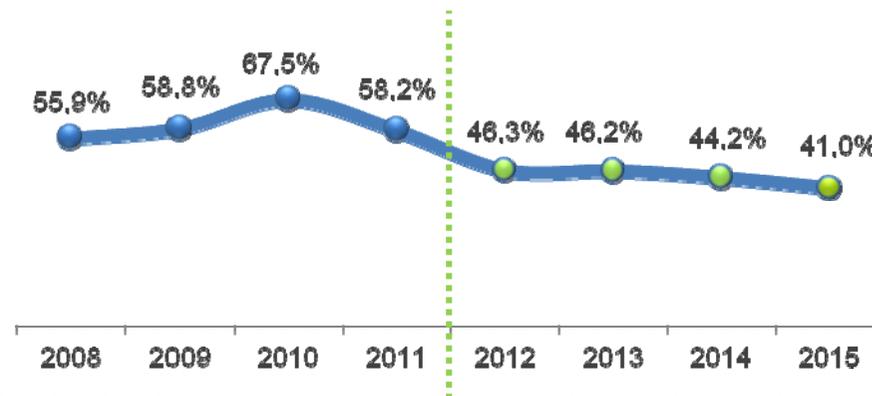


El volumen de empresas que en el último ejercicio ha abandonado sus actividades en torno a la innovación ha crecido

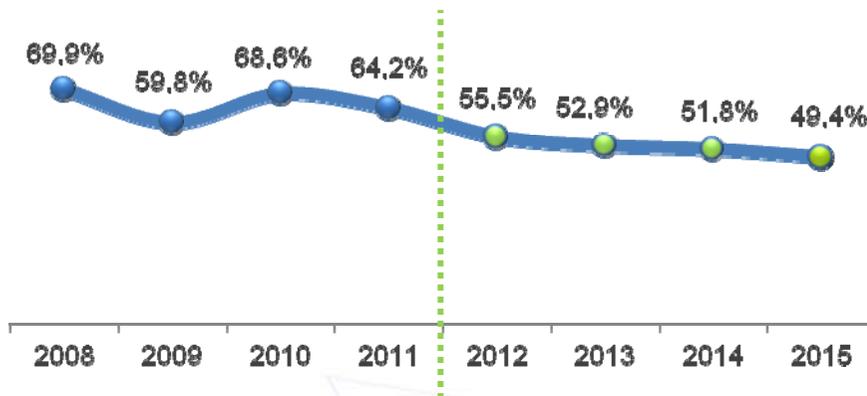
INNOVACIÓN EN EL ÚLTIMO EJERCICIO



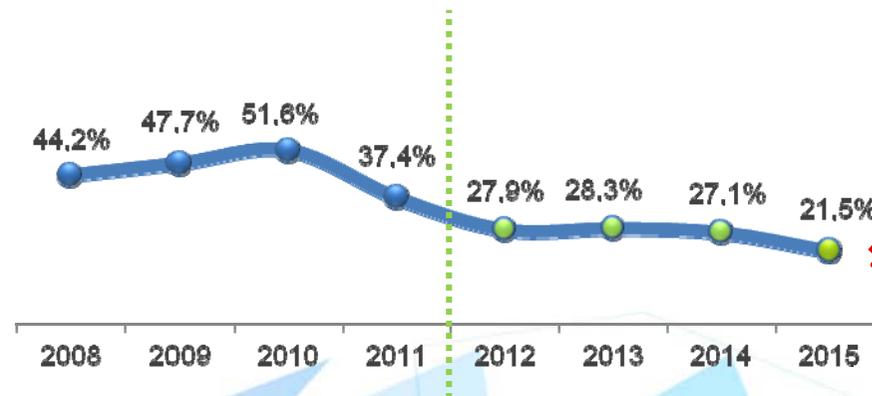
INNOVACIÓN EN LOS EJERCICIOS ANTERIORES



EMPRESAS INNOVADORAS EN ALGÚN MOMENTO DE LOS CUATRO ÚLTIMOS EJERCICIOS - CRITERIO AMPLIO -



INNOVACIÓN SOSTENIDA EN LOS ÚLTIMOS CUATRO EJERCICIOS - CRITERIO ESTRICTO -



■ Muestreos representativos de la realidad de la empresa vizcaína.

LOS RITMOS DE LA INNOVACIÓN



✓ El análisis de los ritmos de la innovación se ha estructurado en función del grado de reconocimiento de las empresas entrevistadas desde una serie de situaciones, ritmos propuestos:

- Tienen actividades de innovación en curso de desarrollo.
- Tienen actividades de innovación que tengan un fuerte retraso sobre los plazos previstos.
- Han tenido proyectos de innovación que han abandonado en fase de concepción o idea.
- Han tenido proyectos de innovación que han abandonado en fase de desarrollo o implantación.
- Ninguna de las anteriores.



- ✓ El pulso tomado a las empresas del territorio respecto a los ritmos de la innovación nos permite advertir los siguientes datos:
 - ✓ El 4,0% del tejido empresarial señala tener actividades innovadoras en curso de desarrollo.
 - ✓ Un 6,8% de las empresas indica un fuerte retraso en sus actividades innovadoras.
 - ✓ Y un 21,4% ha abandonado alguna iniciativa en fase de concepción, mientras que el 3,6% lo hizo durante la fase de implantación.



Crecen los abandonos respecto a la pasada ola



- ✓ Por otro lado, el 72,4% no se reconoce en ninguna de las situaciones o ritmos planteados respecto a la innovación.

P.18.: Le voy a leer una serie de situaciones respecto a la innovación en las que su empresa puede encontrar en la actualidad o ha podido encontrarse entre 2011-2014*

Base: Total empresas entrevistadas



* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

P.18.: Le voy a leer una serie de situaciones respecto a la innovación en las que su empresa puede encontrar en la actualidad o ha podido encontrarse entre 2011-2014*

Base: Total empresas entrevistadas

	TOTAL	TIPO DE EMPRESA	
		Innovadora	No Innovadora
Tiene actividades de innovación en curso de desarrollo	4,0%	6,0%	2,1%
Tiene actividades de innovación que tengan un fuerte retraso sobre los plazos previstos	6,8%	10,0%	3,7%
Han tenido proyectos de innovación que han abandonado en fase de concepción o idea	21,4%	38,0%	5,3%
Han tenido proyectos de innovación que han abandonado en fase de desarrollo o implantación	3,6%	6,1%	1,2%
Ninguna de las anteriores	72,4%	54,8%	89,6%



Unas tasas de abandono mayores cuando se sistematiza la búsqueda de la mejora continua

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

P.18.: Le voy a leer una serie de situaciones respecto a la innovación en las que su empresa puede encontrar en la actualidad o ha podido encontrarse entre 2011-2014*

Base: Total empresas entrevistadas

	TOTAL (n=1015)	SECTOR			
		Industria y Energía (n=796)	Construcción (n=266)	Comercio y reparación (n=404)	Servicios (n=539)
Tiene actividades de innovación en curso de desarrollo	4,0%	4,3%	3,8%	2,7%	4,6%
Tiene actividades de innovación que tengan un fuerte retraso sobre los plazos previstos	6,8%	7,7%	5,6%	4,0%	8,3%
Han tenido proyectos de innovación que han abandonado en fase de concepción o idea	21,4%	24,1%	7,9%	19,8%	25,4%
Han tenido proyectos de innovación que han abandonado en fase de desarrollo o implantación	3,6%	3,5%	1,9%	3,0%	5,0%
Ninguna de las anteriores	72,4%	70,1%	85,0%	75,5%	67,3%



Menor participación en el desarrollo, puesta en marcha y abandono de proyectos

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.



En términos generales son una de cada diez las empresas del territorio que señalan tener actividades de innovación bien en curso de desarrollo o con retraso sobre los plazos previstos.



Por otra parte, un 25,0%, una de cada cuatro, manifiesta haber abandonado bien en la fase de concepción o desarrollo, alguna idea.



*Sin embargo... sí es cierto que respecto a la pasada ola, las empresas que nombran actividades en curso han descendido significativamente.
Y... las tasas de abandono han.. crecido.*

EL CONTEXTO ECONÓMICO Y FINANCIERO Y EL VALOR OTORGADO A LA INNOVACIÓN



La valoración del contexto económico



- ✓ Es evidente que la actitud del tejido empresarial de Bizkaia se retrae en un contexto como el que estamos atravesando. **El 44,1%** de las empresas consultadas considera que **el contexto** o coyuntura económica, **condiciona** en parte **el acceso a la innovación**.



- ✓ Por otra parte, un 39,3% de las empresas de Bizkaia categorizadas como **innovadoras se muestra de acuerdo** con la afirmación de que **acometer algún proceso de introducción de innovaciones es independiente del** contexto económico y financiero en el que nos encontremos. Entre las no innovadoras este dato cae al 26,1%.

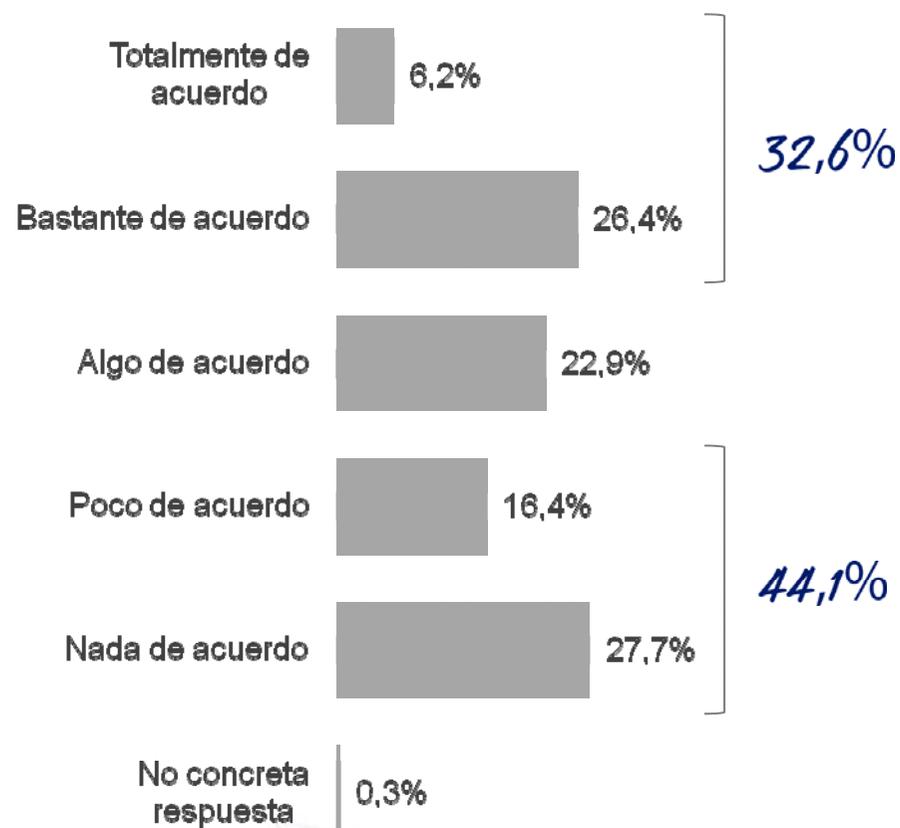


Respecto al pasado año, el convencimiento de que el mercado condiciona ha crecido entre el tejido empresarial.

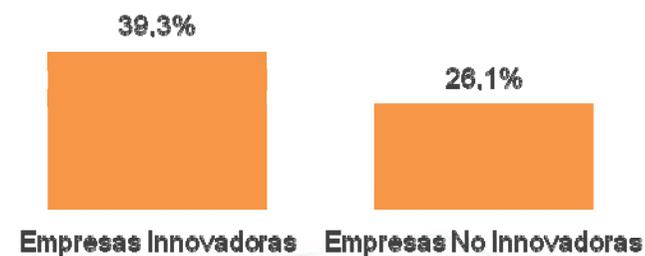
P.29.: Grado de acuerdo declarado con las afirmaciones planteadas*

Base: Total de empresas entrevistadas

- ACOMETER PROCESOS DE INNOVACIÓN EN LA EMPRESA ES INDEPENDIENTE DEL CONTEXTO ECONÓMICO Y FINANCIERO -



Empresas totalmente o bastante de acuerdo



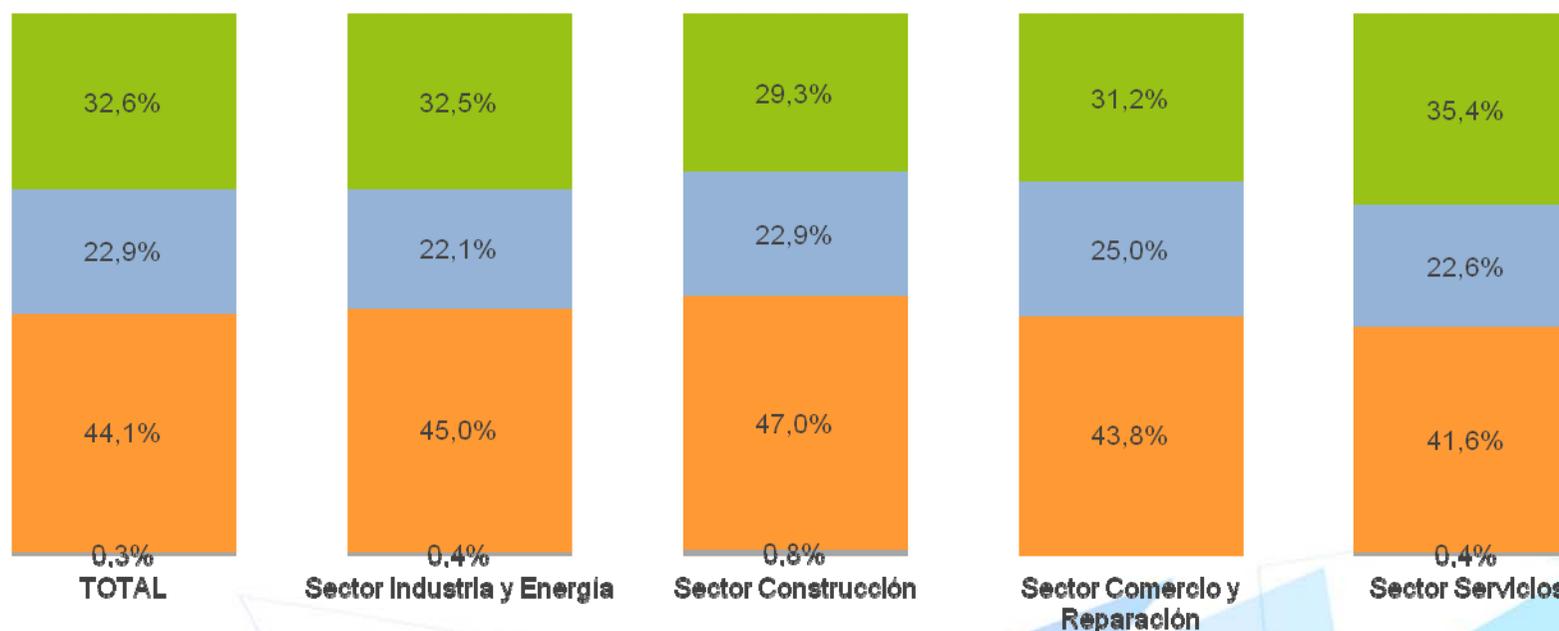
* Se leyeron las opciones de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

P.29.: Grado de acuerdo declarado con las afirmaciones planteadas*

Base: Total de empresas entrevistadas

- ACOMETER PROCESOS DE INNOVACIÓN EN LA EMPRESA ES INDEPENDIENTE DEL CONTEXTO ECONÓMICO Y FINANCIERO -

■ Ns/nc ■ Nada + poco de acuerdo ■ Algo de acuerdo ■ Bastante + totalmente de acuerdo



* Se leyeron las opciones de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

P.29.: Grado de acuerdo declarado con las afirmaciones planteadas*

Base: Total de empresas entrevistadas

- ACOMETER PROCESOS DE INNOVACIÓN EN LA EMPRESA ES INDEPENDIENTE DEL CONTEXTO ECONÓMICO Y FINANCIERO -

EMPRESAS INNOVADORAS

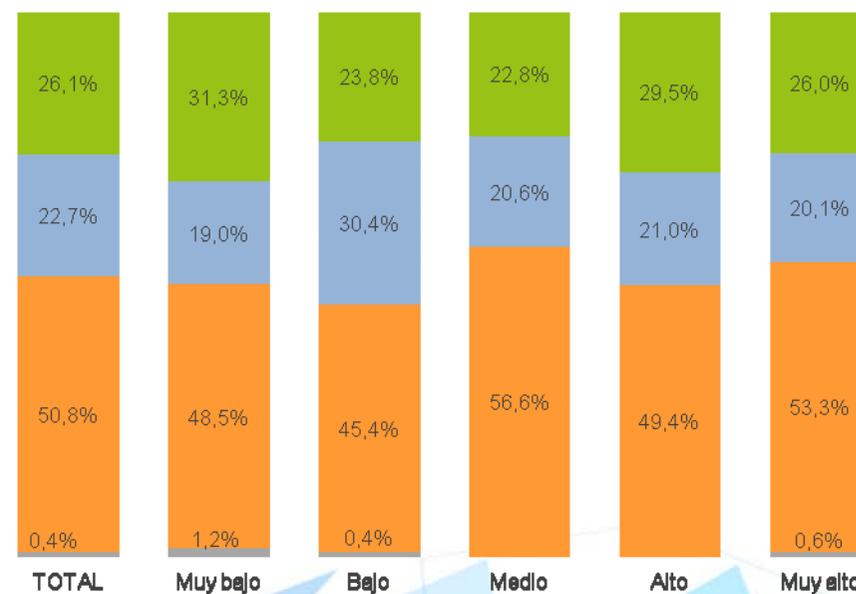
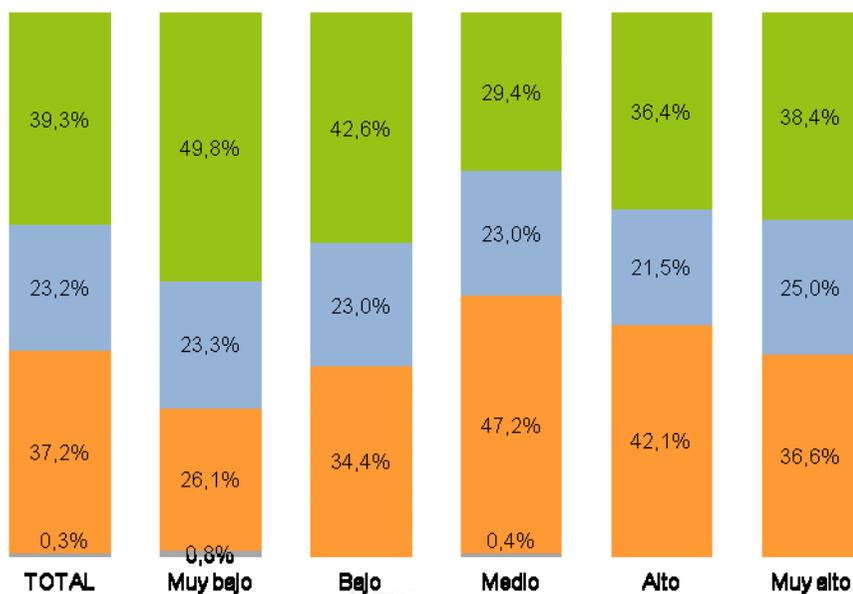
- Según el Índice de Intensidad de la Innovación-

EMPRESAS NO INNOVADORAS

- Según el Índice de Propensión a la Innovación-

■ Ns/nc ■ Nada + poco de acuerdo ■ Algo de acuerdo ■ Bastante + totalmente de acuerdo

■ Ns/nc ■ Nada + poco de acuerdo ■ Algo de acuerdo ■ Bastante + totalmente de acuerdo



* Se leyeron las opciones de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.



- ✓ Las incertidumbres en relación a la estabilidad empresarial y la difícil situación de crisis, que se está viviendo, hace que un importante conjunto de empresas hayan decidido reducir los objetivos de innovación a desarrollar en la empresa. Así, **el 48,1%** del tejido empresarial vizcaíno **señala haberse visto condicionado** por este factor. Son tres puntos porcentuales más que el pasado año.

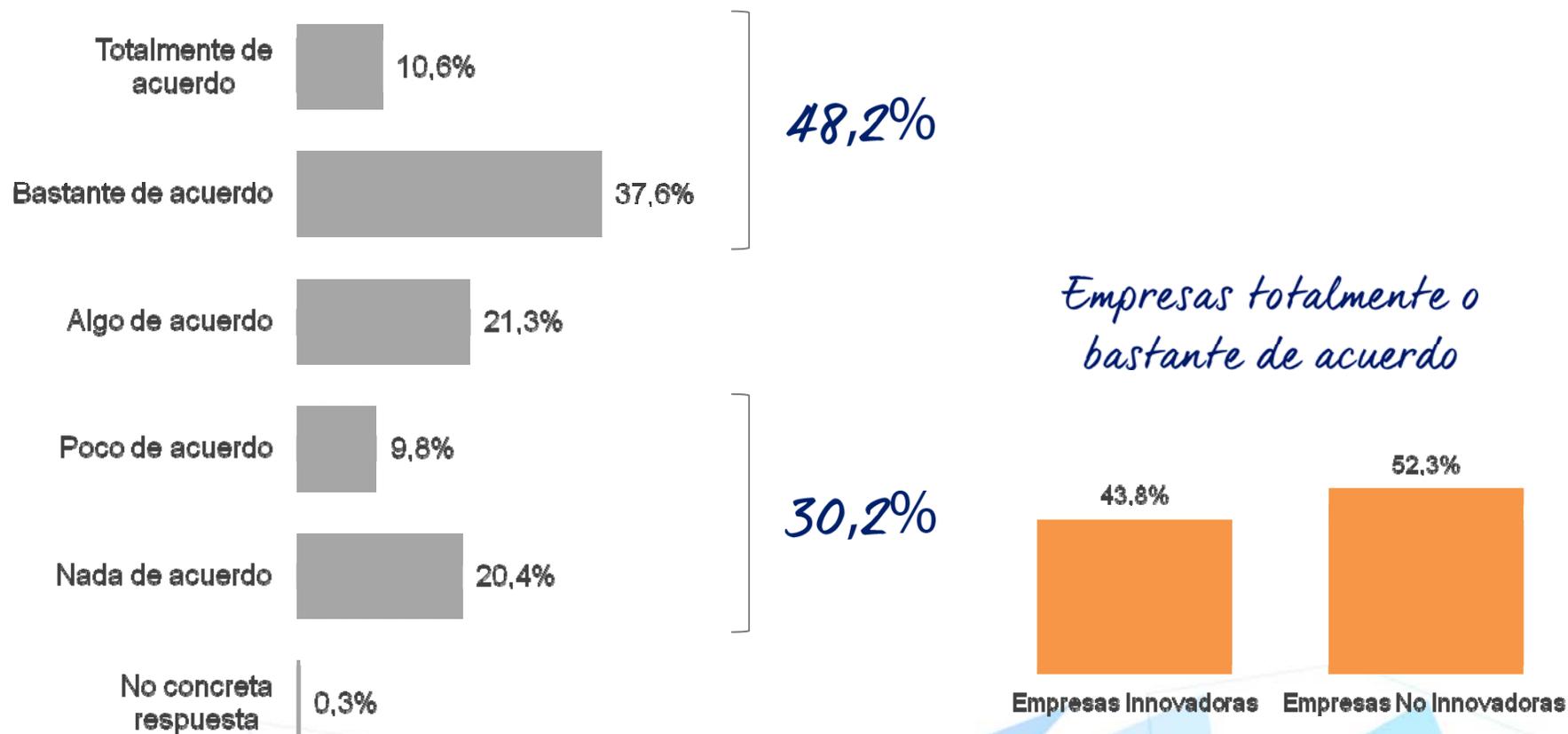


*Una situación que afecta tanto a las empresas innovadoras
como a las no innovadoras*

**P.29.: Grado de acuerdo declarado con las afirmaciones
planteadas***

Base: Total de empresas entrevistadas

**- CON LA SITUACIÓN ECONÓMICA EN LA QUE ESTAMOS INMERSOS, HEMOS
REDUCIDO LOS OBJETIVOS DE INNOVACIÓN DE LA EMPRESA -**



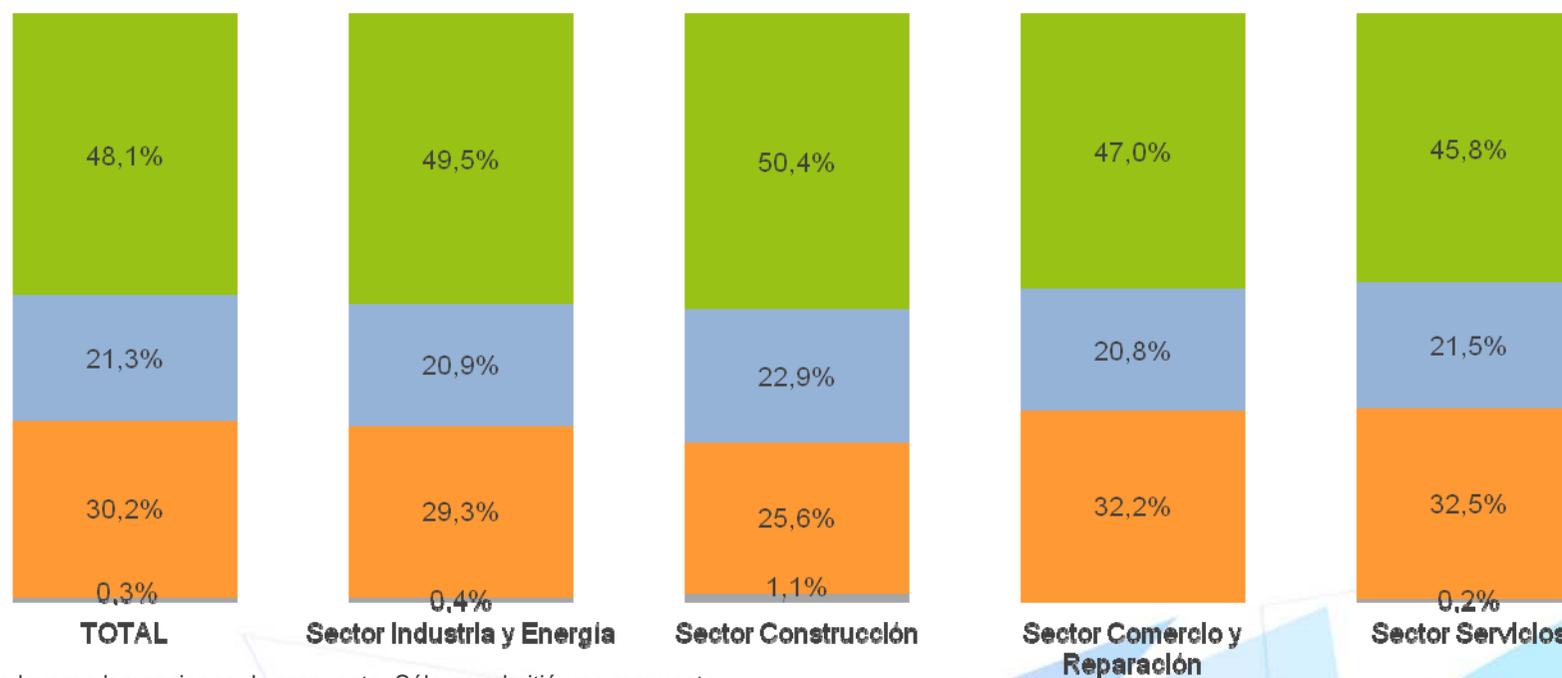
* Se leyeron las opciones de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

P.29.: Grado de acuerdo declarado con las afirmaciones planteadas*

Base: Total de empresas entrevistadas

- CON LA SITUACIÓN ECONÓMICA EN LA QUE ESTAMOS INMERSOS, HEMOS REDUCIDO LOS OBJETIVOS DE INNOVACIÓN DE LA EMPRESA -

■ Ns/nc ■ Nada + poco de acuerdo ■ Algo de acuerdo ■ Bastante + totalmente de acuerdo



* Se leyeron las opciones de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

P.29.: Grado de acuerdo declarado con las afirmaciones planteadas*

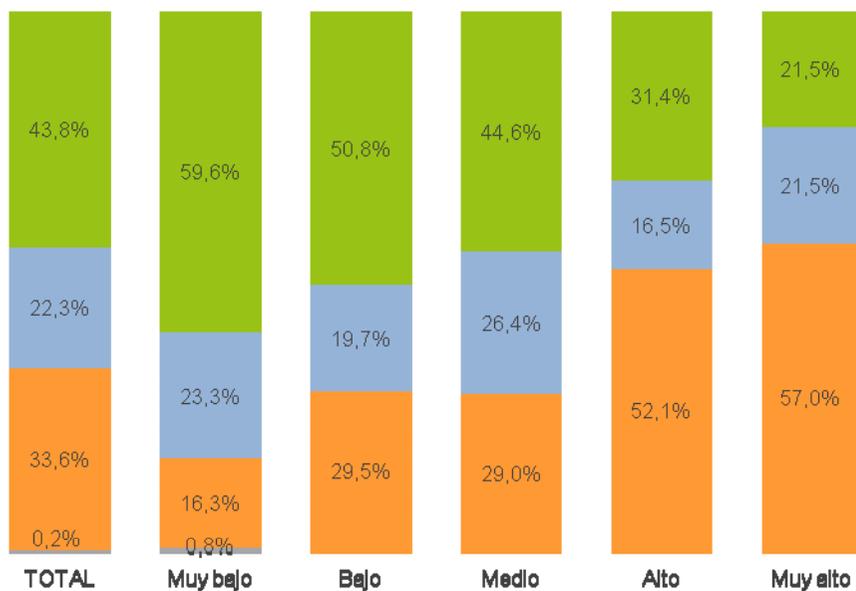
Base: Total de empresas entrevistadas

- CON LA SITUACIÓN ECONÓMICA EN LA QUE ESTAMOS INMERSOS, HEMOS REDUCIDO LOS OBJETIVOS DE INNOVACIÓN DE LA EMPRESA -

EMPRESAS INNOVADORAS

- Según el Índice de Intensidad de la Innovación-

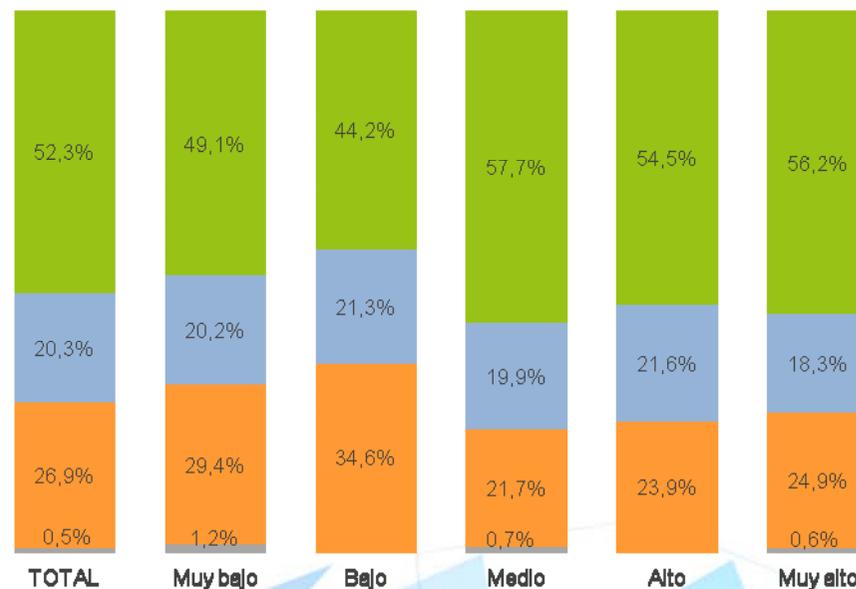
■ Ns/nc ■ Nada + poco de acuerdo ■ Algo de acuerdo ■ Bastante + totalmente de acuerdo



EMPRESAS NO INNOVADORAS

- Según el Índice de Propensión a la Innovación-

■ Ns/nc ■ Nada + poco de acuerdo ■ Algo de acuerdo ■ Bastante + totalmente de acuerdo



* Se leyeron las opciones de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.



La previsión a futuro



- ✓ Preguntadas por el futuro inmediato (los próximos tres años), las empresas innovadoras de Bizkaia se muestran optimistas en términos generales. La gran mayoría cree que mantendrá su ritmo actual y entorno a dos o tres de cada diez, piensan intensificar los esfuerzos.

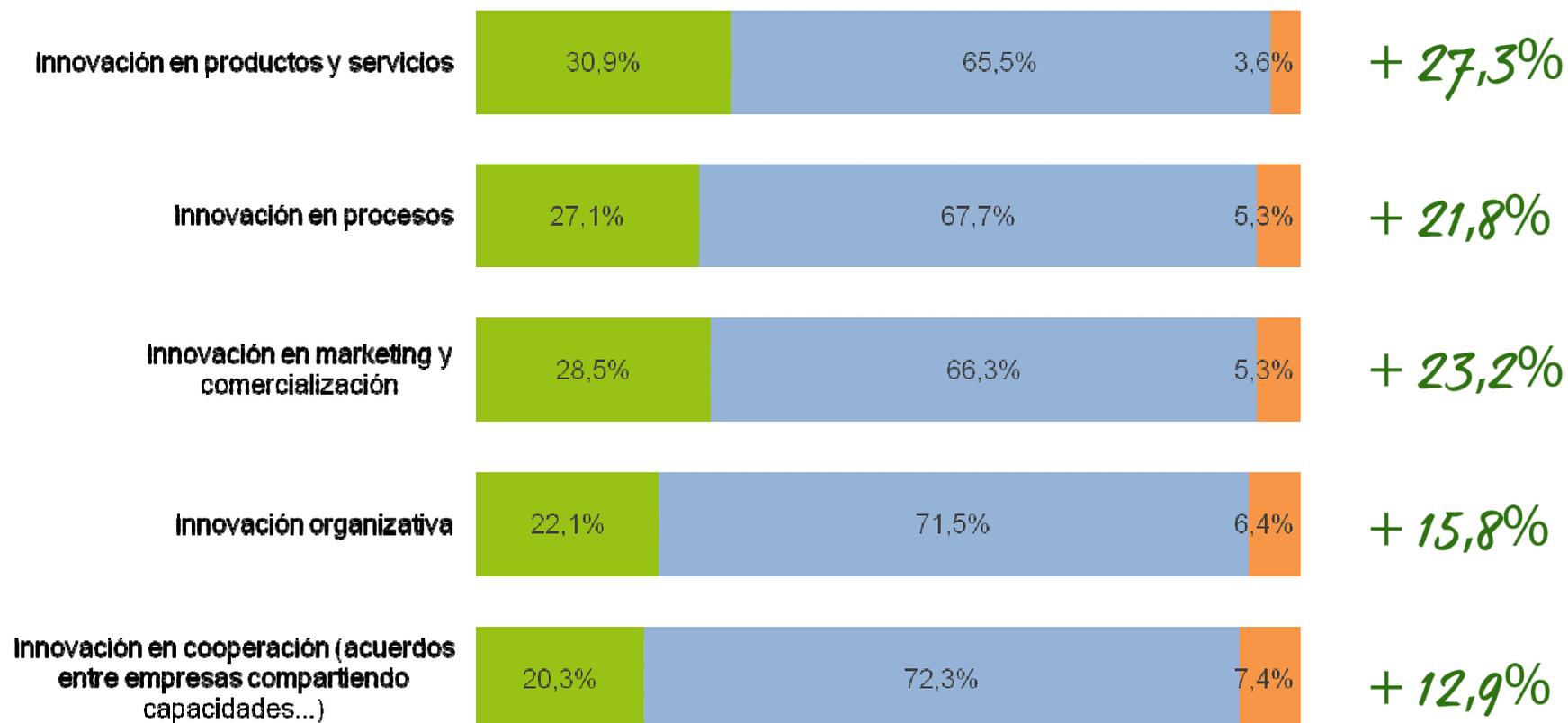


Las innovaciones en productos y servicios así como en el area de marketing y comercialización parecen ser las mas interesantes para las empresas consultadas

N.8.: Pensando en los próximos 3 años , ¿cómo cree que será la actividad innovadora de su empresa en los diferentes apartados?*

Base: 990 empresas con actividad innovadora en el período.

Saldo



■ Mayor

■ Igual

■ Menor

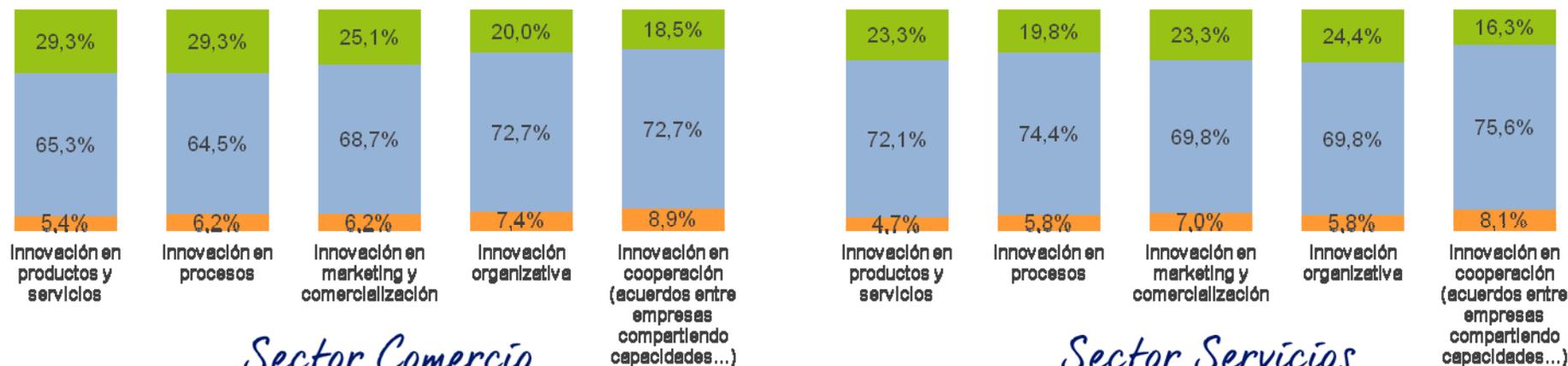
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

N.8.: Pensando en los próximos 3 años , ¿cómo cree que será la actividad innovadora de su empresa en los diferentes apartados?*

Base: 990 empresas con actividad innovadora en el período.

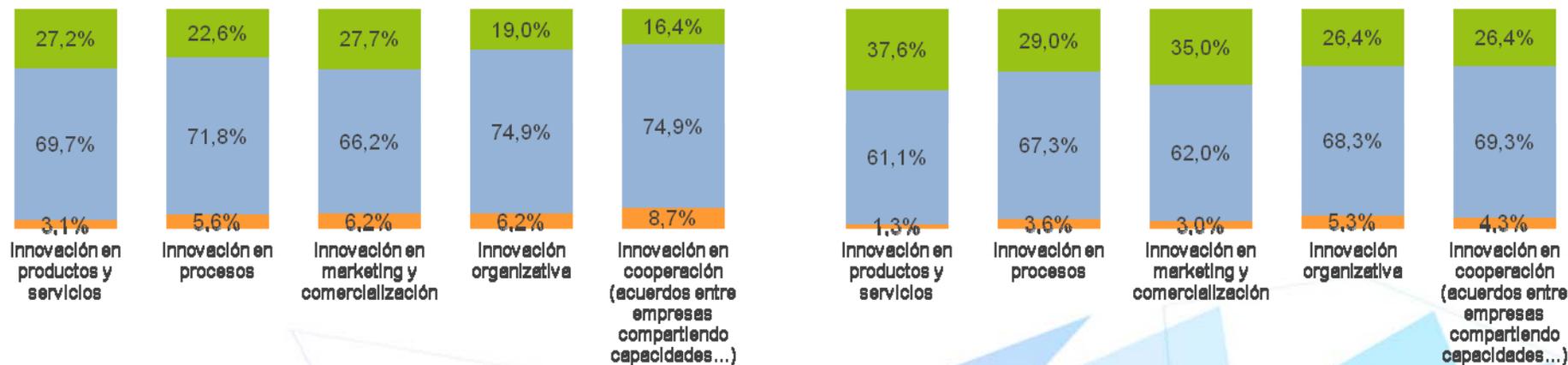
Sector Industria y Energía

Sector Construcción



Sector Comercio

Sector Servicios



■ Mayor ■ Igual ■ Menor



En esta ocasión, las empresas consultadas, parecen aludir en mayor grado al contexto económico y al dinamismo del mercado como factor a tener en cuenta para abordar o no acciones o proyectos de innovación.



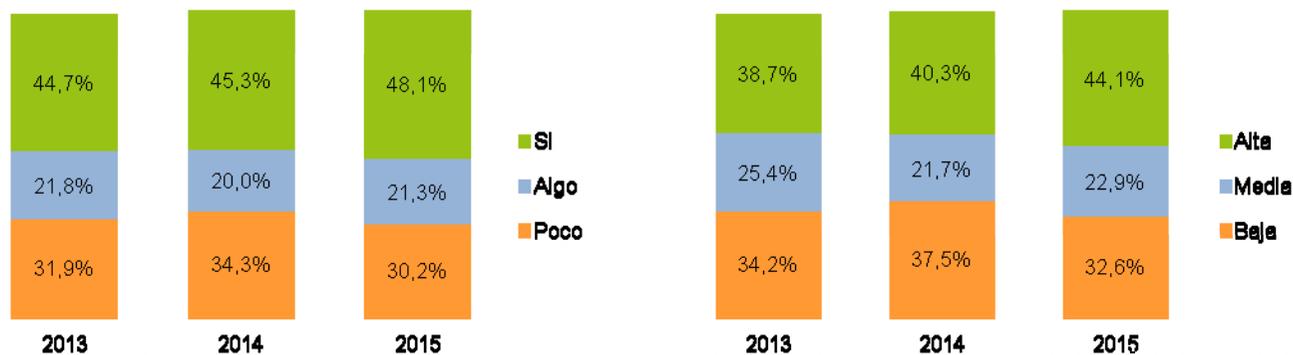
El 48,1% de las empresas dice haber reducido los objetivos de innovación debido al contexto económico



De hecho el 44,1% no considera que este tipo de iniciativas sean independientes de la demanda y flexibilidad del mercado

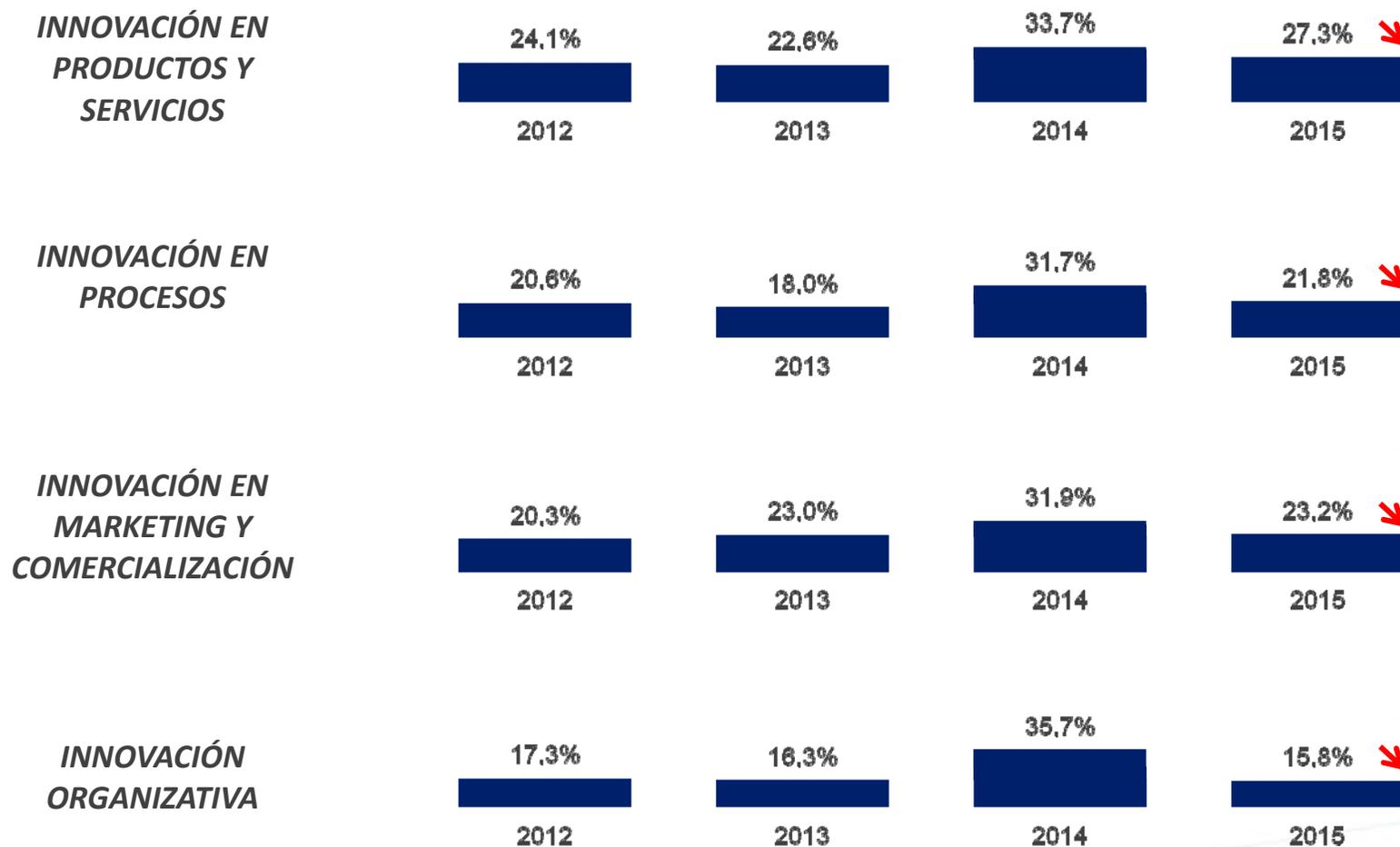
Reducción objetivos por contexto

Evolución de la influencia por contexto



Sin embargo, la mayor parte de las empresas innovadoras tiene intención de mantener a futuro sus iniciativas, aunque respecto al pasado año si se aprecia cierto estancamiento.

SALDO DE LA VARIACIÓN DE LA PREVISIÓN DE LA ACTIVIDAD INNOVADORA



* Saldo entre quienes creen que ira a más y a menos

2015

NORA BIDEA



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

ENCUESTA SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS DE BIZKAIA



3.- EL ÍNDICE DE INTENSIDAD DE INNOVACIÓN

www.barrixe.com

 @barrixe

 /barrixe



Bizkaiko Foru
Aldundia
Diputación
Foral de Bizkaia



BILBOKO
MERKATARITZA
GANBERA
CÁMARA DE
COMERCIO
DE BILBAO

LOS INDICES DE CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS RESPECTO A LA INNOVACIÓN

3

El Índice de Intensidad de la Innovación

4

La relación entre el Índice de Intensidad de la Innovación y las variables empresariales

9

EL ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN



El Índice de Intensidad de la Innovación

El criterio de construcción del Índice de Intensidad de la Innovación



- ✓ El Índice de Intensidad de la Innovación (3I) es un Índice Síntesis que **mide el grado de intensidad respecto a las actividades innovadoras de las empresas de Bizkaia o lo que es lo mismo, el mayor o menor grado de sistematización de la actividad de innovación.** Un índice que se mueve entre un **valor mínimo de 1** y un **valor máximo de 121.**



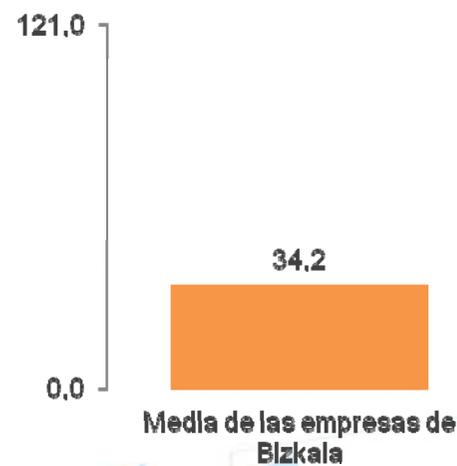
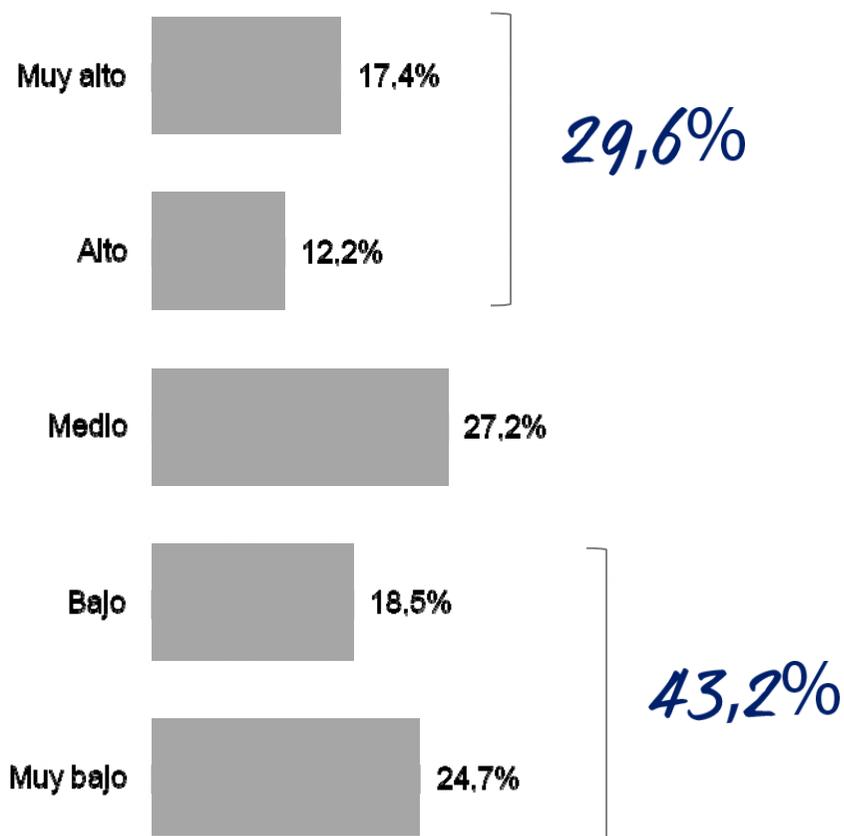
- ✓ Este índice permite categorizar a las empresas en función de su intensidad de Innovación estableciendo los siguientes grupos:
 - ✓ Índice de Intensidad de la Innovación **Muy bajo.**
 - ✓ Índice de Intensidad de la Innovación **Bajo.**
 - ✓ Índice de Intensidad de la Innovación **Medio.**
 - ✓ Índice de Intensidad de la Innovación **Alto.**
 - ✓ Índice de Intensidad de la Innovación **Muy alto.**



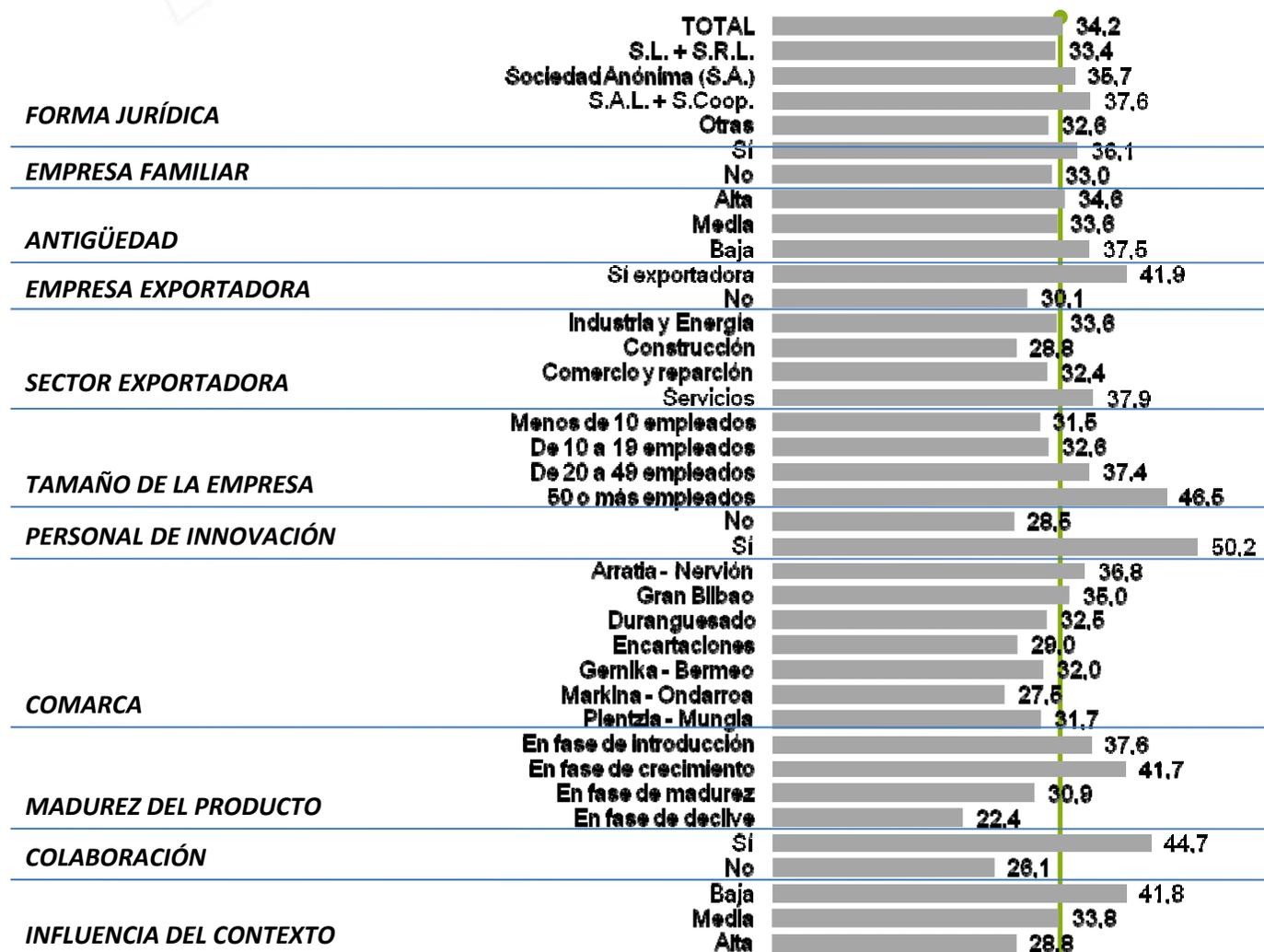
A mayor índice, mayor es la intensidad o sistematización de la innovación de la empresa

Índice de Intensidad de la Innovación (3I)

Base: 990 empresas caracterizadas como innovadoras



Índice de Intensidad de la Innovación



MEDIA : 34,2



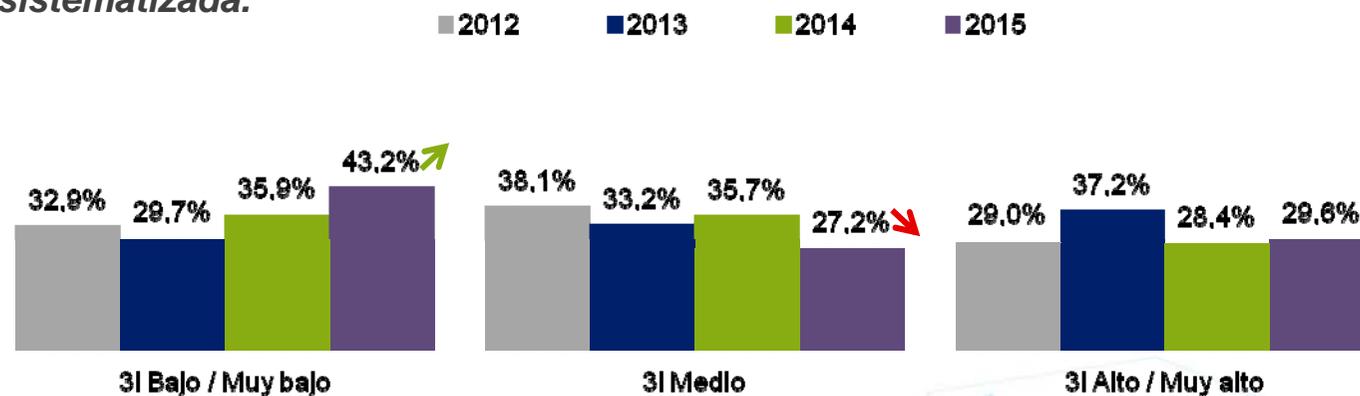
Al igual que el pasado año, buena parte de las empresas vizcaínas que se perciben como innovadoras alcanzan niveles de sistematización bajos o muy bajos.

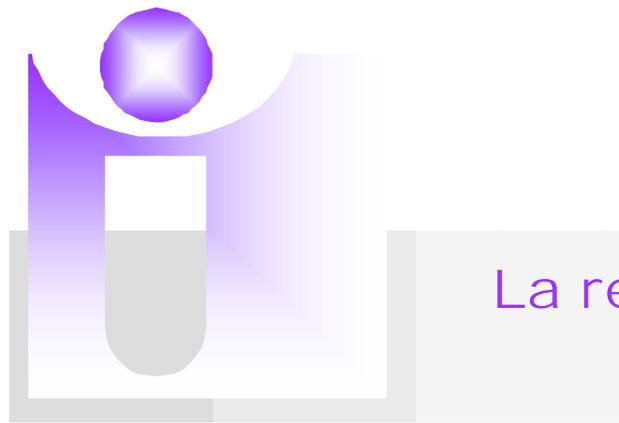


Respecto a Norabidea 2014 se incrementan en 7,3 puntos porcentuales el volumen de empresas con Índice de Innovación bajo o muy bajo.



Y es que además de reducirse el volumen de empresas que se auto perciben como innovadoras, también se advierte una actividad menos estandarizada o sistematizada.





La relación entre el Índice de Intensidad de la Innovación y las variables empresariales



- ✓ Partimos del conjunto de empresas vizcaínas que se han declarado innovadoras en el período de los últimos cuatro años.



- ✓ Con el objetivo de sintetizar la relación entre los cinco niveles de intensidad de la innovación que definen este índice y las variables de las empresas categorizadas como innovadoras, hemos implementado una técnica de **análisis multivariante**; el **análisis factorial de correspondencias simples**.



- ✓ Esta técnica de análisis presenta las siguientes ventajas:
 - ✓ Nos permite reducir la información que nos facilitan el conjunto de variables a un número menor de factores que son definidos en función de las mismas.
 - ✓ Nos permite establecer semejanzas y diferencias entre unos y otros tipos de empresas en función de su situación de proximidad o distancia a los diferentes niveles del índice de intensidad de la innovación.
 - ✓ Y, como síntesis del proceso, se presenta la información en un mapa o plano, cuyos límites vendrán delimitados por los factores; es decir, los factores generan un espacio donde las empresas se posicionan.

MAPA DEL ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN



Nivel de Intensidad de la Innovación alto o muy alto

- *Empresas que cooperan con otras del mismo sector o de otros, así como con agentes de innovación.*
- *Que han accedido a la Ayuda Pública para llevar a cabo sus actividades.*
- *Son empresas exportadoras, especialmente las que la exportación constituye una parte importante de su actividad, pero también quienes lo hacen de forma puntual.*
- *Sienten una baja influencia del contexto económico para abordar la innovación.*
- *Son empresas que dan empleo a entre 20 y 49 trabajadores.*
- *Disponen de personal dedicado a actividades de innovación.*
- *Principalmente empresas del sector servicios.*
- *Un perfil de empresa de reciente creación.*
- *Cuyo interlocutor tiene un nivel de estudios universitarios superiores y edades por debajo de los 44 años.*
- *Son empresas que han cumplido sus expectativas con las acciones implementadas.*

El perfil de la empresa con un sistema más estandarizado en sus procesos de innovación y que ha logrado un mayor éxito.

Nivel de Intensidad de la Innovación medio / bajo

- *Son empresas no familiares.*
- *Con una antigüedad alta o media.*
- *Cuyo interlocutor tiene una edad entre los 45 y 54 años o mayores de 54 años.*
- *Consideran que el contexto económico y financiero tiene una influencia media en la puesta en marcha de iniciativas de innovación.*
- *Con presencia de empresas del sector Industria y Energía.*
- *Y son empresas que habiendo realizado alguna actividad innovadora, el grado de cumplimiento de sus expectativas ha sido medio.*

Empresas que se sitúan en un nivel intermedio y que tienen mayor capacidad para dar el salto a una mayor sistematización

Nivel de Intensidad de la Innovación muy bajo

- *Se corresponde en mayor medida con un perfil de empresas que dice sentirse influenciada en sus objetivos de innovación por el contexto económico.*
- *Son empresas sin actividad exportadora.*
- *No han llevado a cabo iniciativas de cooperación con otras empresas o agentes.*
- *No disponen de personal dedicado a actividades de innovación y cuyo tamaño es menor de 10 trabajadores.*
- *Empresas cuyo interlocutor dispone de un nivel formativo de FP o Artes y Oficios o con estudios Universitarios medios.*
- *Son empresas que no han accedido a la Ayuda Pública.*
- *Con presencia de empresas del sector Comercio y Reparaciones y, Construcción.*
- *Y son empresas que habiendo acometido acciones innovadoras, su percepción respecto a las expectativas depositadas en las mismas, no ha sido satisfactoria.*

Son las empresas con baja sistematización y cierta rigidez organizativa que pese a su voluntad, sus expectativas no se ven cumplidas

2015

NORA BIDEA



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

ENCUESTA SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS DE BIZKAIA



4.- LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS

www.barrixe.com

 @barrixe

 /barrixe



Bizkaiko Foru
Aldundia
Diputación
Foral de Bizkaia



BILBOKO
MERKATARITZA
GANBERA
CÁMARA DE
COMERCIO
DE BILBAO

LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS

3

Los ámbitos de la innovación

4

El esfuerzo innovador y el cumplimiento de expectativas

14

Los efectos de la actividad innovadora

19

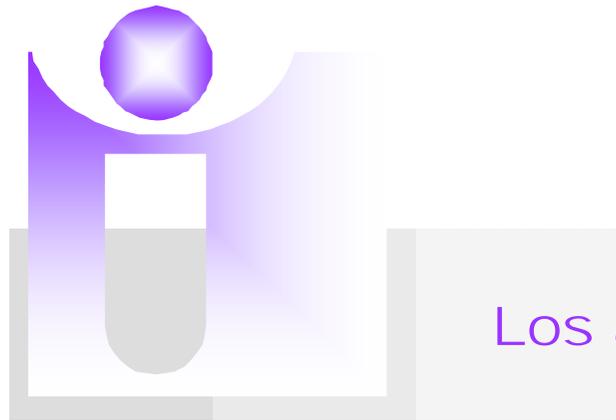
Las fuentes de innovación

28

El acceso a la ayuda pública

32

LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS



Los ámbitos de la innovación



- ✓ Las empresas innovadoras de Bizkaia han nombrado una media de 2,2 ámbitos sobre los que trabajan.



- ✓ Así, los preferentes en el contexto actual son:

- ✓ **Nuevas tecnologías productivas (35,9%).**
- ✓ **Mejora de los procesos productivos (25,1%)**
- ✓ **Productos nuevos para la empresa (24,2%).**
- ✓ **Productos actuales mejorados (23,4%)**



Los principales ámbitos tienen que ver con las tecnologías y los procesos productivos de las empresas



Tras ellos, el producto final para el mercado, bien mejorado o nuevo para la actividad.

P.3.: De los ámbitos que le voy a leer, ¿en cuáles ha realizado innovaciones su empresa en los dos o tres últimos años?*

Base: 990 empresas con alguna actividad innovadora en el período



* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

P.3.: De los ámbitos que le voy a leer, ¿en cuáles ha realizado innovaciones su empresa en los dos o tres últimos años?*

Base: 990 empresas con alguna actividad innovadora en el período

- Total menciones realizadas -

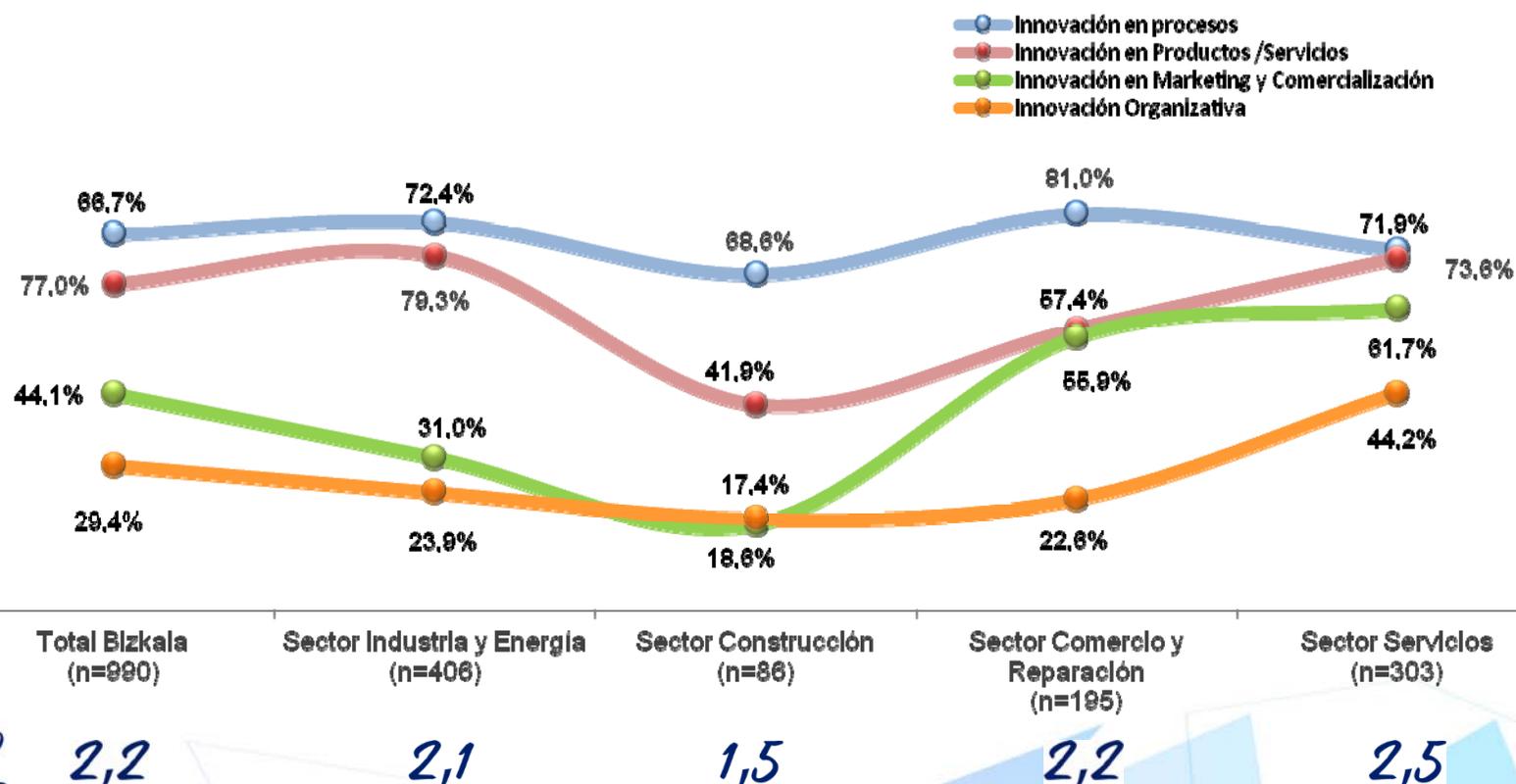


* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

P.3.: De los ámbitos que le voy a leer, ¿en cuáles ha realizado innovaciones su empresa en los dos o tres últimos años?*

Base: 990 empresas con alguna actividad innovadora en el período

- Total menciones realizadas según sector de actividad -





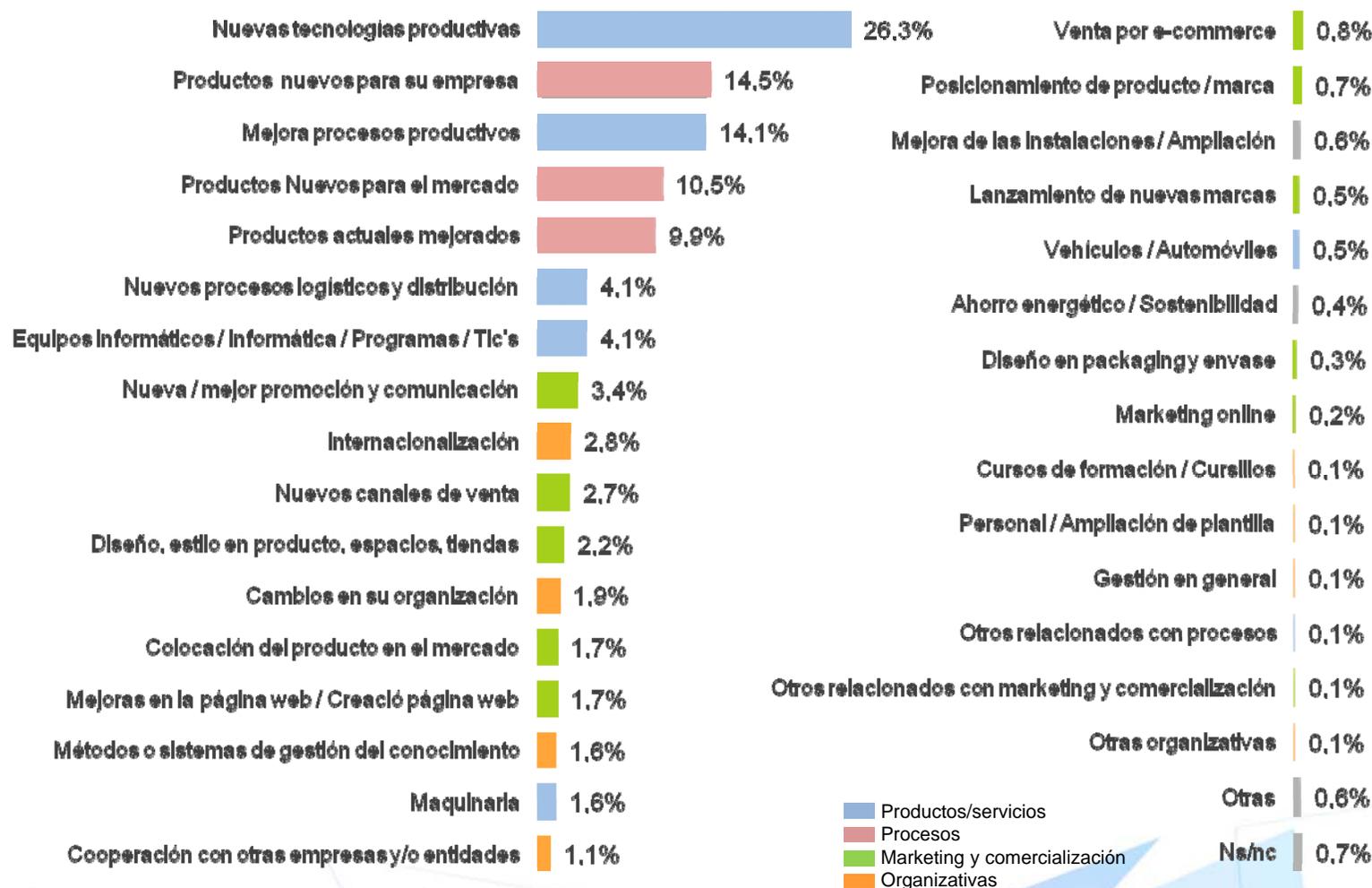
✓ En cuanto a la actividad más reciente en proyectos de innovación, esta ha sido:

- ✓ Nuevas tecnologías productivas: 26,3%
- ✓ Productos nuevos para la empresa: 14,5%
- ✓ Mejora de los procesos productivos: 14,1%



*Las tecnologías para la producción y los productos nuevos
a desarrollar en primer término*

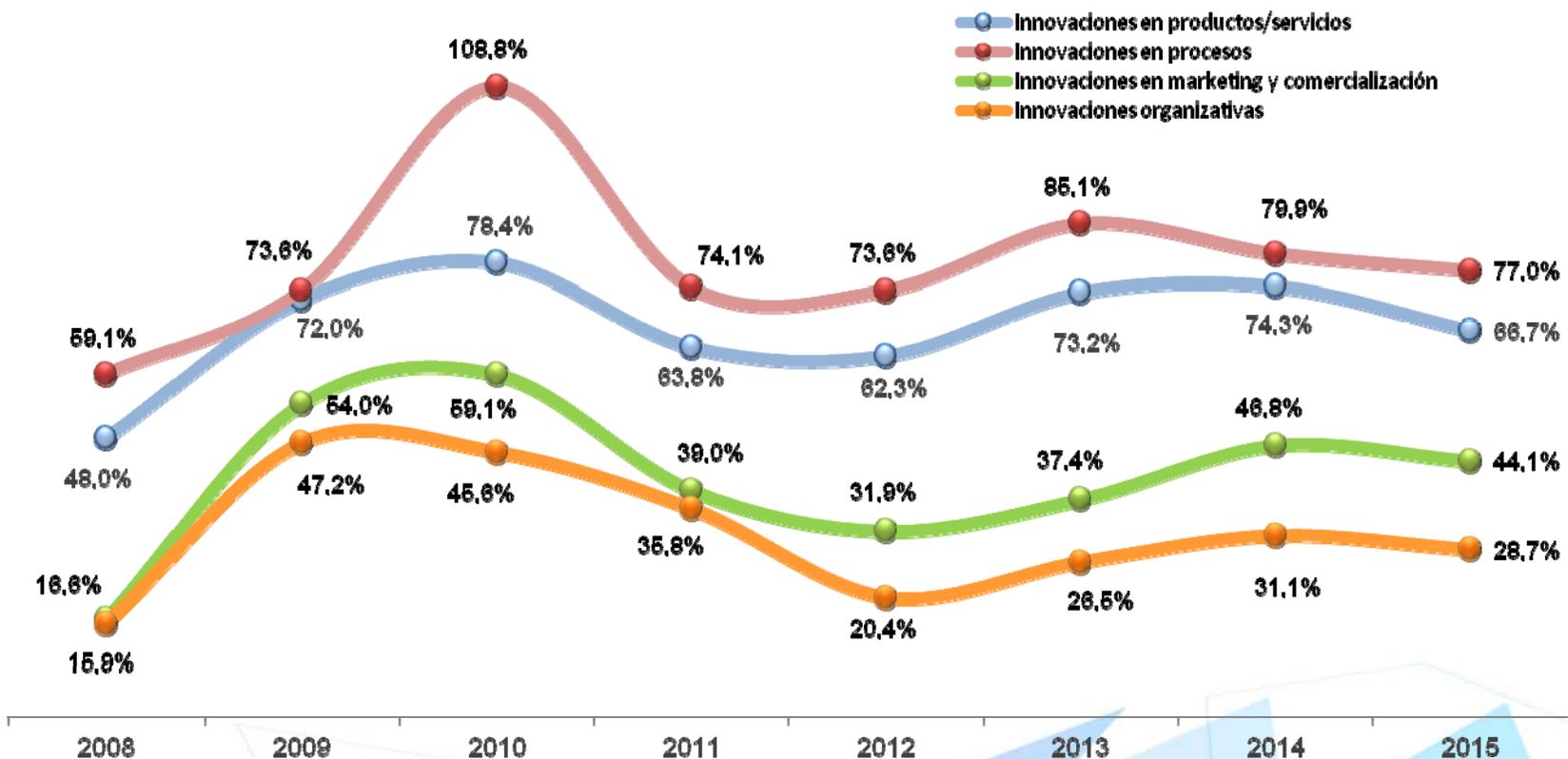
P.4.: ¿Y cuál de ellos ha sido el último, el más reciente?*
Base: 990 empresas con alguna actividad innovadora en el período



* Se leyeron las alternativas de respuesta. Solo se admitió una respuesta.

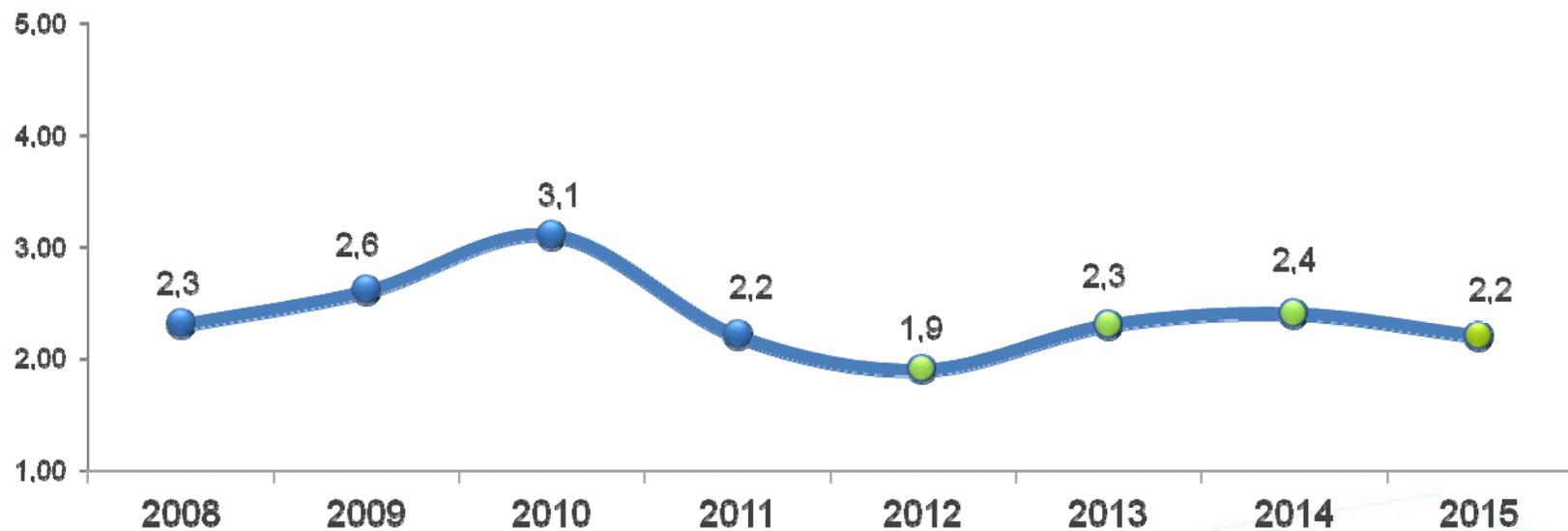


- *En esta oleada, se reducen las menciones realizadas por las empresas a ámbitos de trabajo en materia de innovación. Un descenso que se observa en todas las categorías, sin embargo, respecto a 2013 la apuesta por las áreas de innovación en marketing y comercialización, así como las organizativas, mitiga esta caída.*



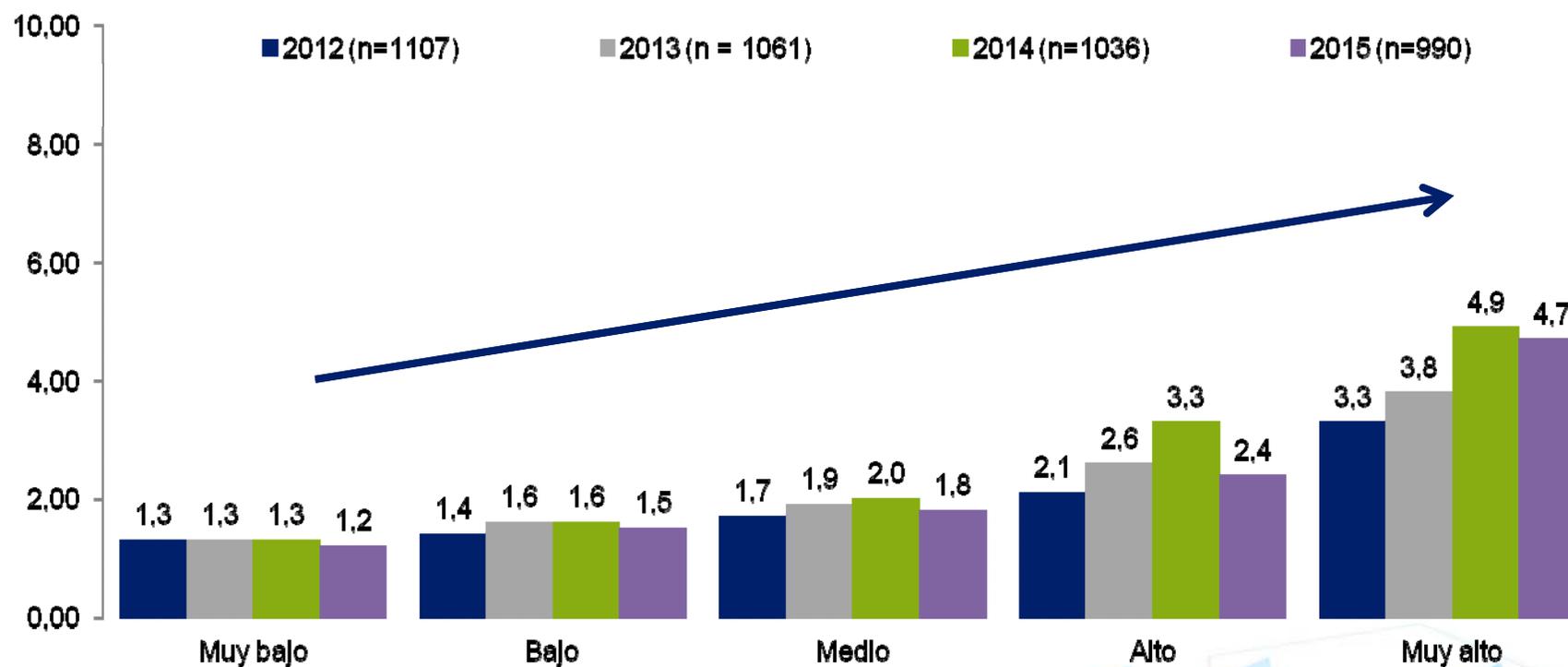


- *El número de ámbitos de procesos innovadores sobre los que trabajan las empresas sigue manteniéndose estable aunque con tendencia a la baja.*



P.3.: Número medio de ámbitos de innovación en función del Índice de Intensidad de la Innovación

Base: Empresas con alguna actividad innovadora en el periodo

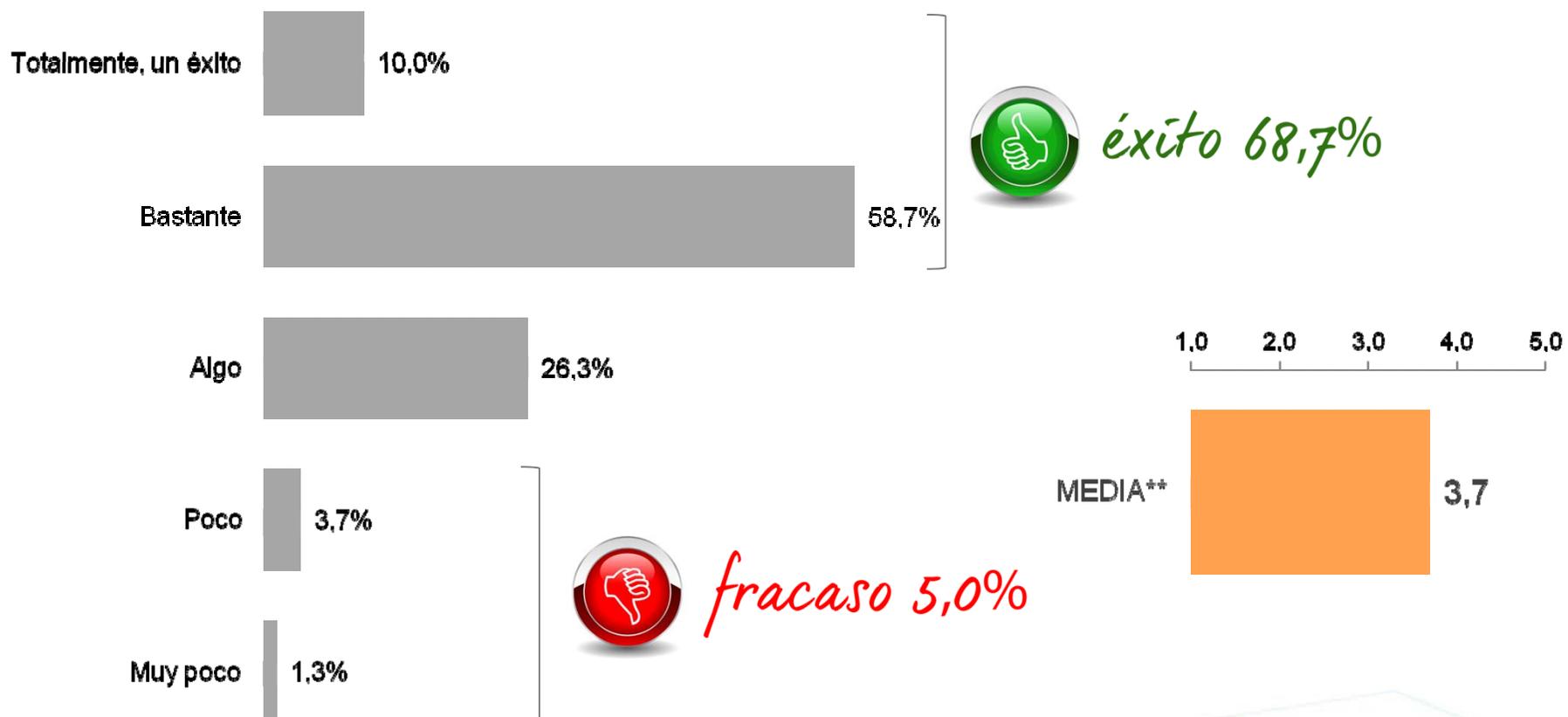




El esfuerzo innovador y el cumplimiento de expectativas

P.6.: Los resultados de esas actividades de innovación, ¿en qué grado han cumplido las expectativas y objetivos que tenían en su empresa?*

Base: 990 empresas con alguna actividad innovadora en el período

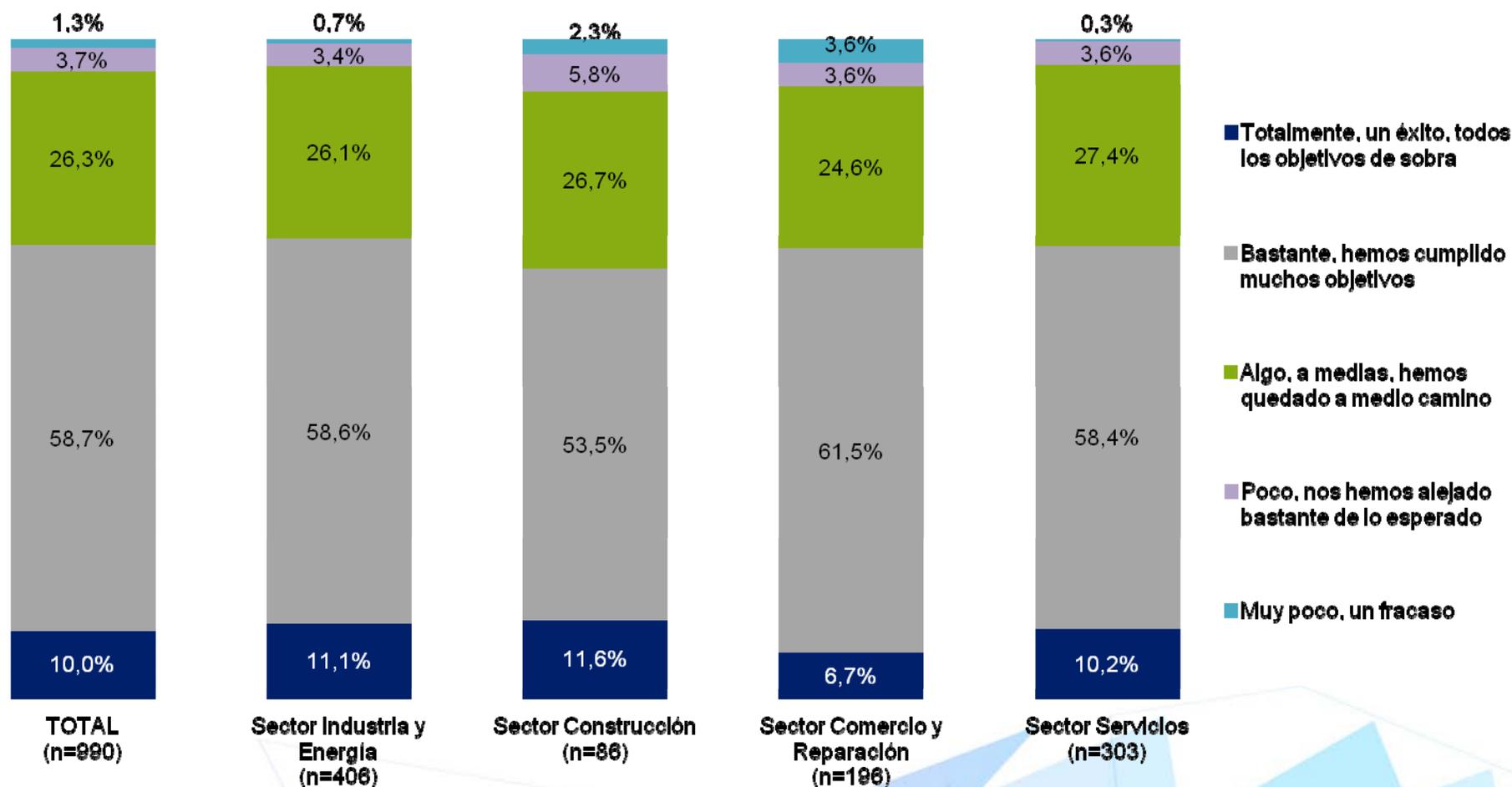


* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

** Puntuación media sobre escala de mínimo 1 «fracaso» a máximo 5 «éxito».

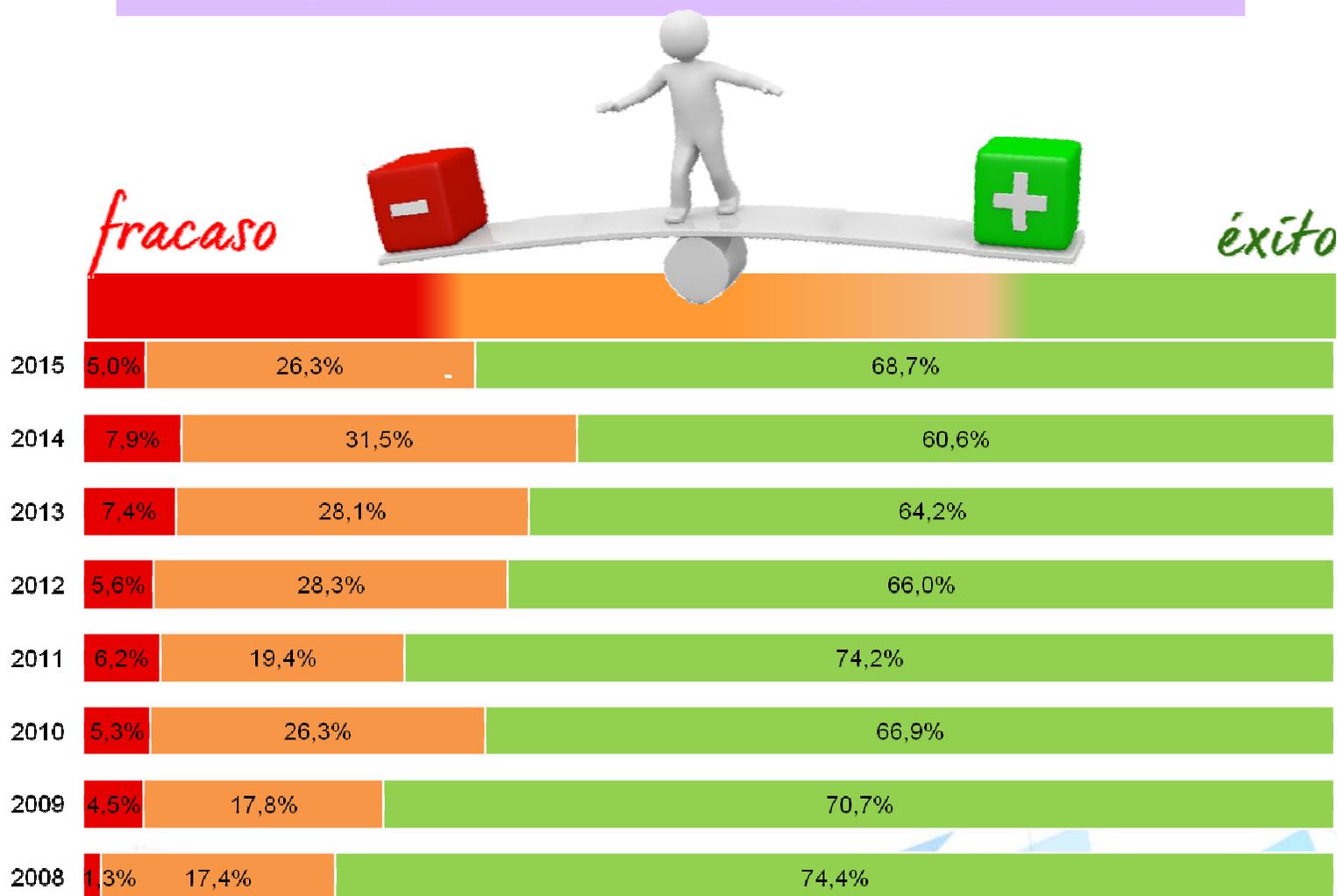
P.6.: La percepción entorno al grado de cumplimiento de las expectativas

Base: 990 empresas con alguna actividad innovadora en el período

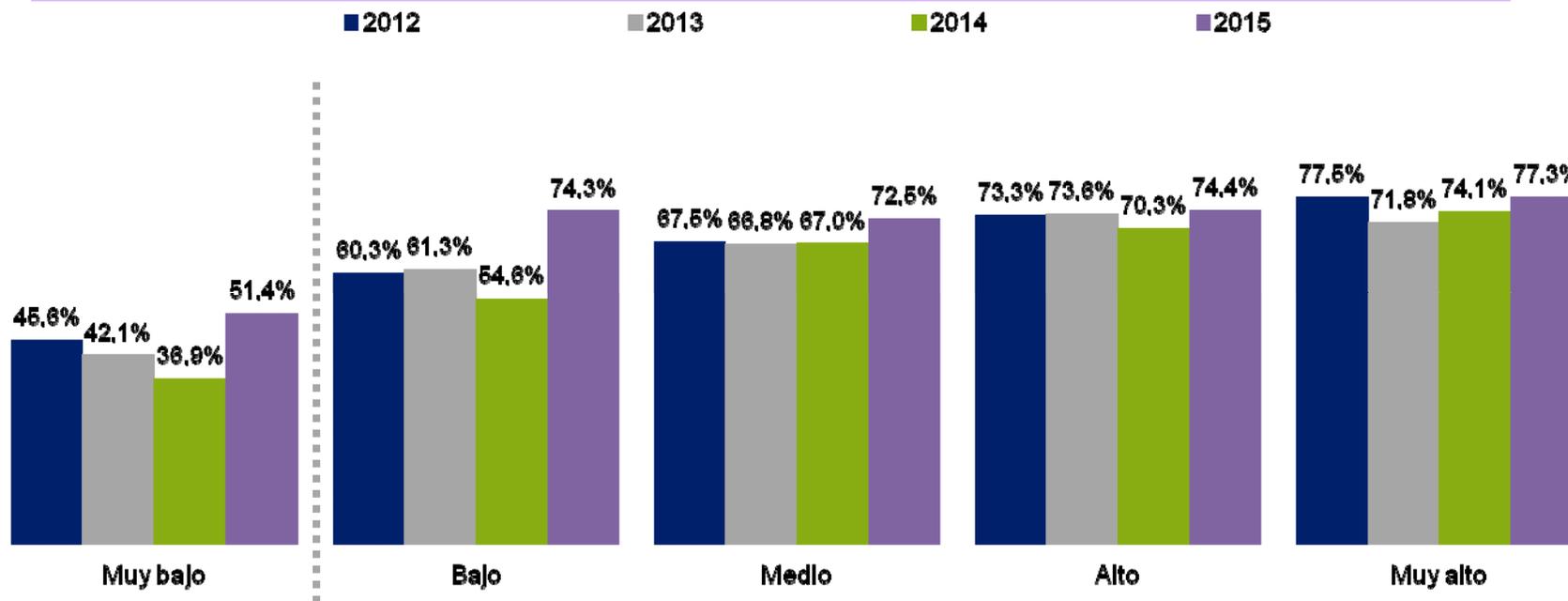


- *A tenor del cumplimiento de expectativas de las empresas, la percepción de éxito y resultados de las innovaciones parecen recuperar terreno.*

- LA PERCEPCIÓN DEL ÉXITO DEL PROCESO INNOVADOR -



P.6.: Cumplimiento alto (bastante o total) de las expectativas depositadas en las innovaciones implementadas
Base: Empresas con alguna actividad innovadora en el periodo



Mayor riesgo de abandono

▼

Sin embargo, son mayoría quienes han cubierto sus expectativas

	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
2015	(n=245)	(n=183)	(n=269)	(n=121)	(n=172)
2014	(n=198)	(n=174)	(n=370)	(n=155)	(n=139)
2013	(n=152)	(n=163)	(n=352)	(n=178)	(n=216)
2012	(n=147)	(n=174)	(n=422)	(n=191)	(n=173)



Los efectos de la actividad innovadora



- ✓ Las innovaciones llevadas a cabo por las empresas pueden tener un impacto mayor o menor diferentes áreas de actividad. Así, las empresas vizcaínas que se autoperciben como innovadoras valoran un impacto más elevado en:
 - ✓ La consecución de una mayor **calidad** de bienes y servicios
 - ✓ La **ampliación** de la **gama** de productos y servicios
 - ✓ La **reducción** del **periodo de respuesta** a las necesidades de los clientes.
 - ✓ Mayor **flexibilidad** en la **producción** o en la prestación de servicios.
 - ✓ Y, la **penetración** en **nuevos mercados**.



Un argumentario útil para quienes aún no se han planteado abordar la innovación

**P.7.: Efecto o impacto alto de las innovaciones
acometidas por las empresas***

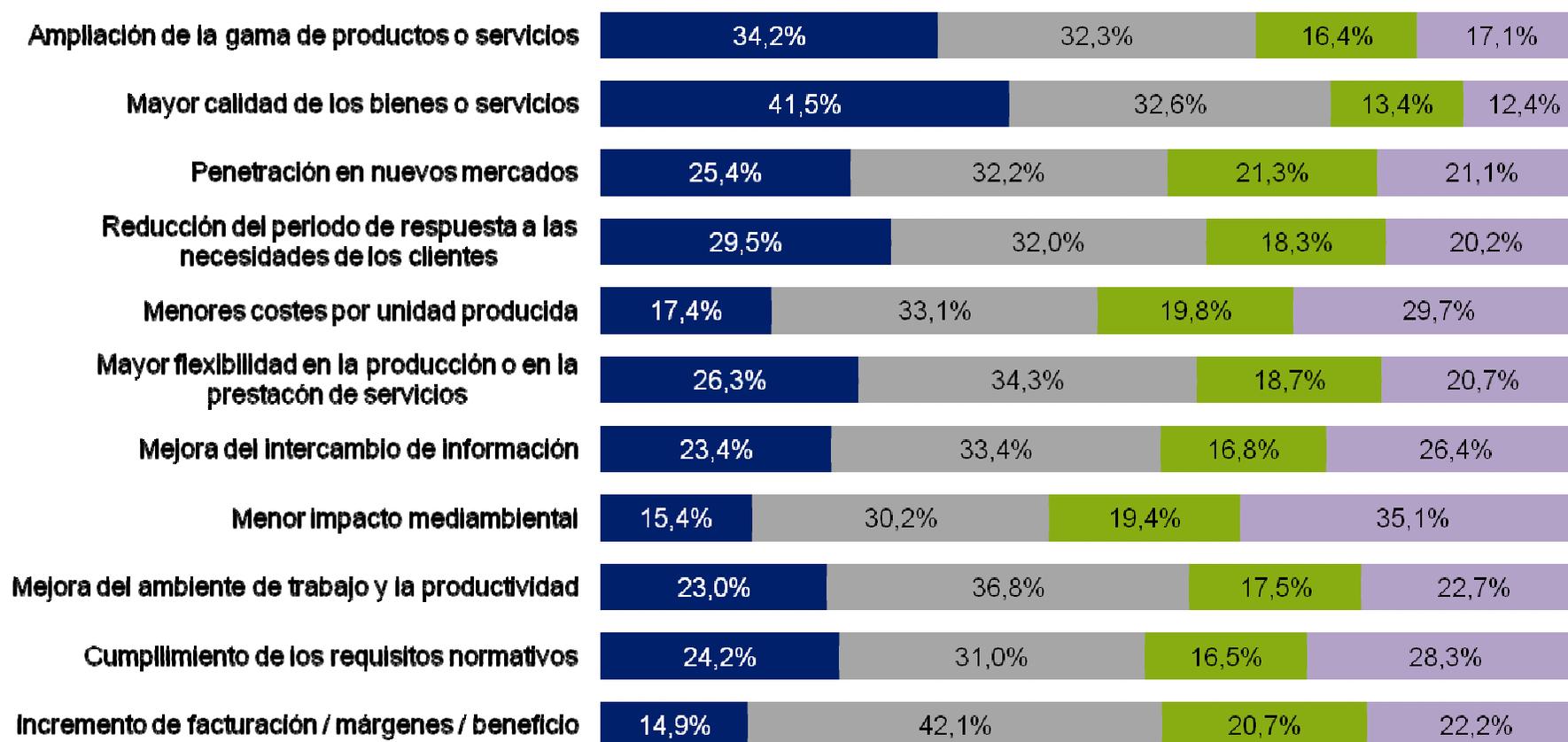
Base: 990 empresas con alguna actividad innovadora en el período **2014**



* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

P.7.: Las innovaciones realizadas en su empresa han podido tener distintos efectos. señale los que corresponden con su situación*

Base: 990 empresas con alguna actividad innovadora en el período



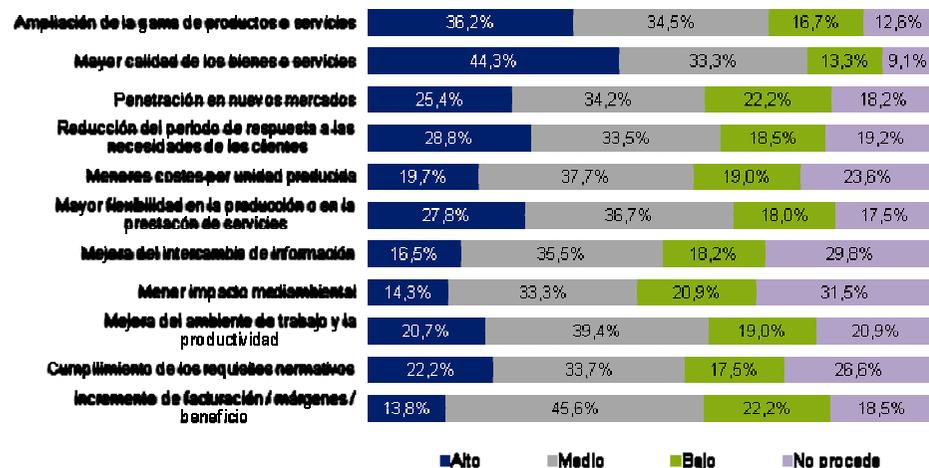
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

■ Alto ■ Medio ■ Bajo ■ No procede

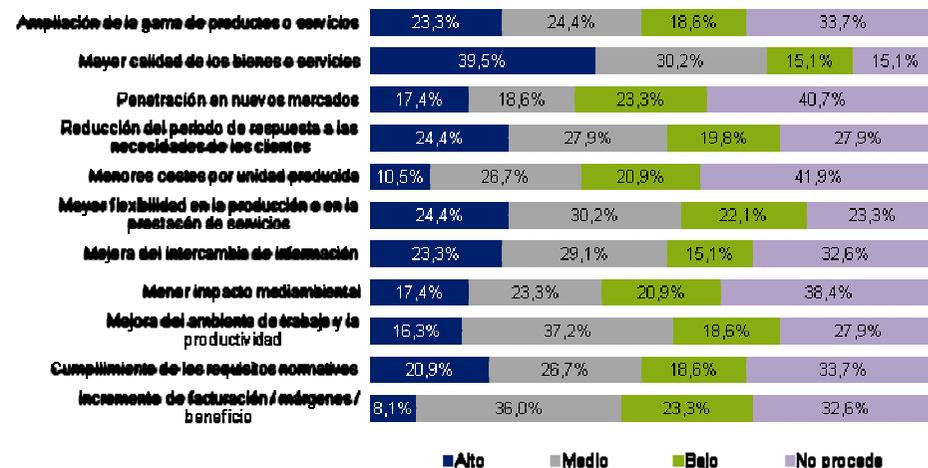
P.7.: Las innovaciones realizadas en su empresa han podido tener distintos efectos. señale los que corresponden con su situación*

Base: 990 empresas con alguna actividad innovadora en el período

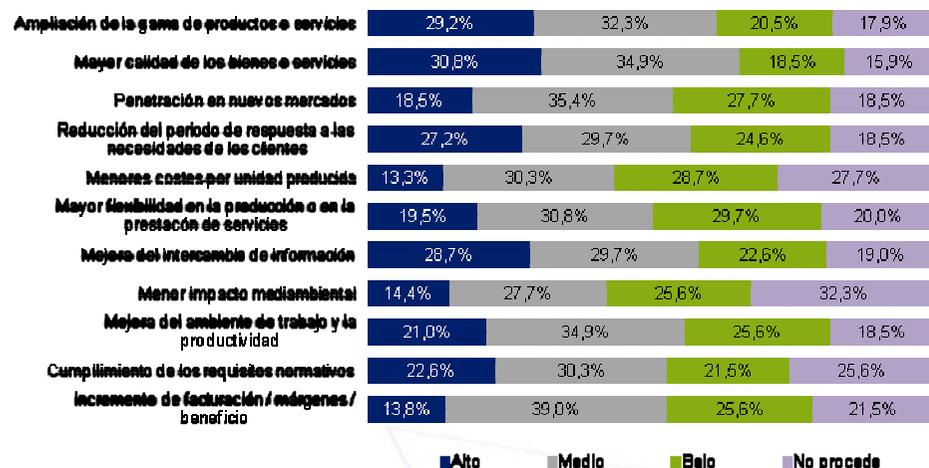
Sector Industria



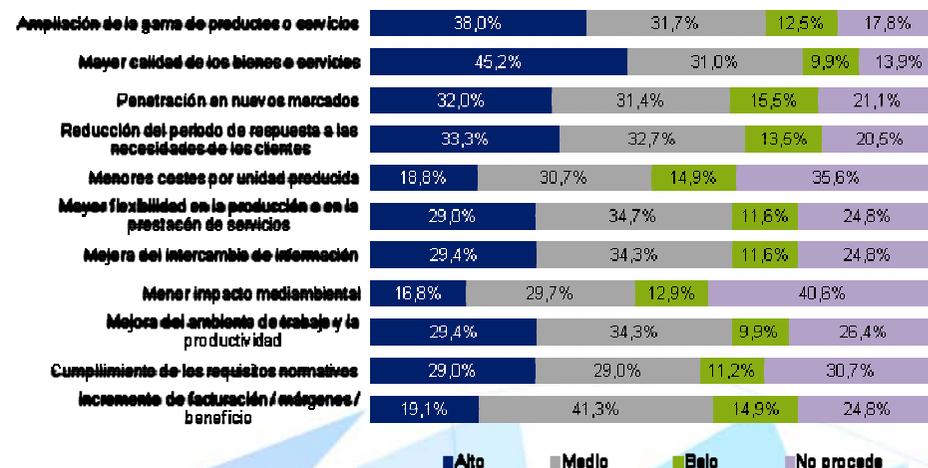
Sector Construcción



Sector Comercio



Sector Servicios





- ✓ Uno de los problemas más comunes de las empresas es la **dificultad** para **visualizar** los rendimientos de los esfuerzos llevados a cabo para implementar innovaciones .



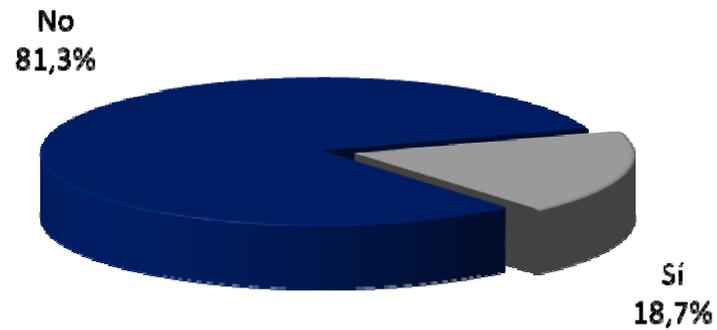
No es de extrañar por tanto, que solo dos de cada diez dispongan de una partida específica para acometer estas actividades y cuenten con un sistema de contabilidad de gestión que permite identificar los beneficios derivados del esfuerzo realizado.



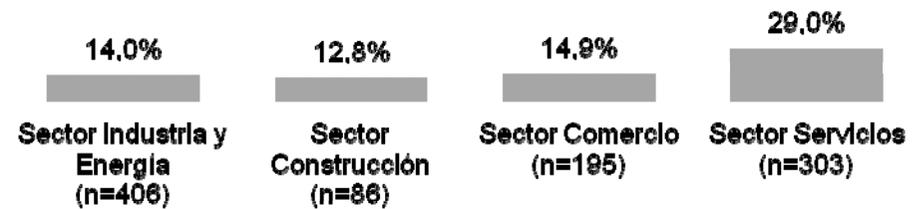
- ✓ Este tipo de sistematización está más presente entre las empresas de **menor antigüedad** y entre las del **sector servicios**.

N.5B.: ¿El presupuesto de su empresa tiene una partida específica para actividades de innovación?

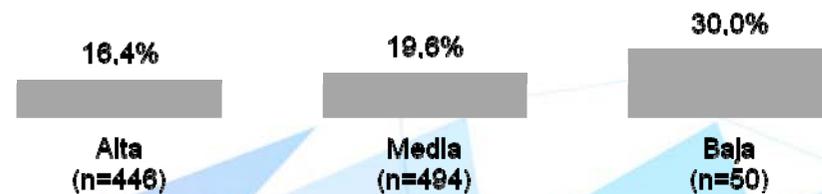
Base: 990 empresas innovadoras



Según sector de actividad

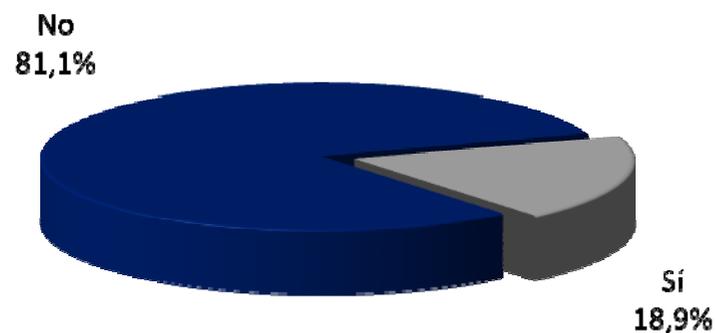


Según antigüedad

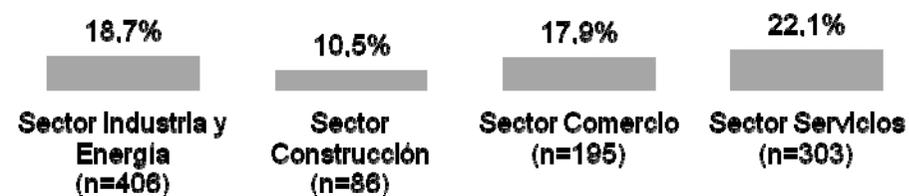


N.5C.: ¿Su contabilidad de gestión permite identificar los beneficios de las innovaciones implementadas?

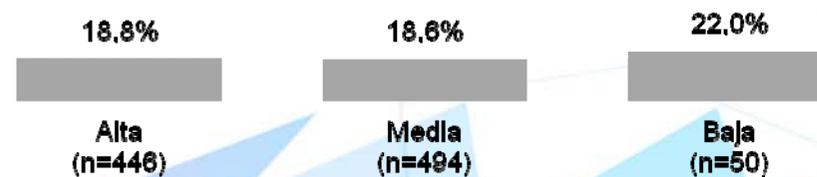
Base: 990 empresas innovadoras



Según sector de actividad

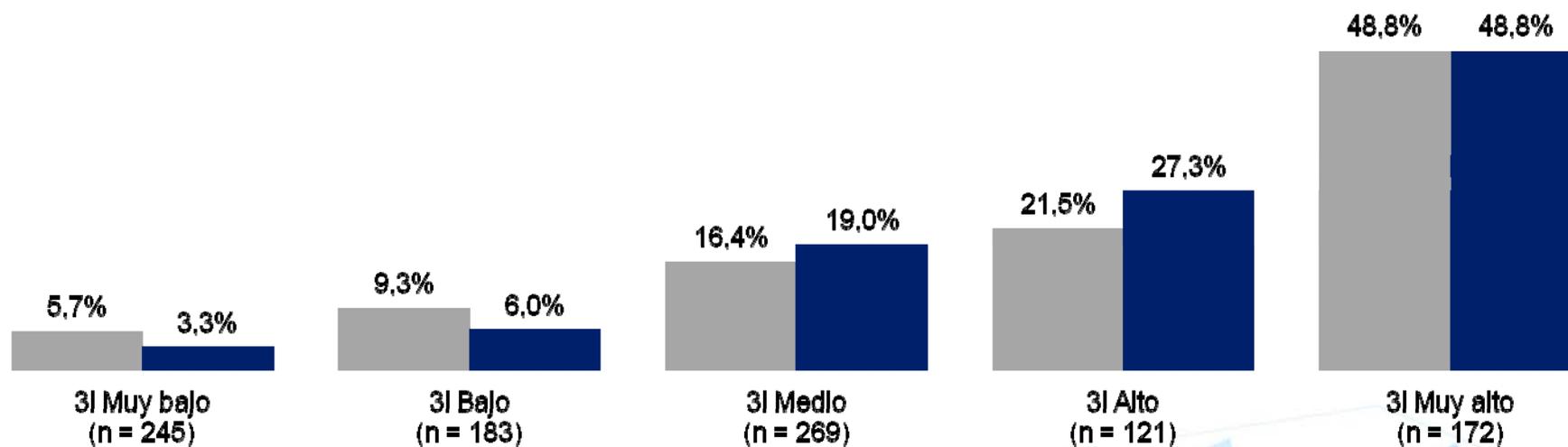


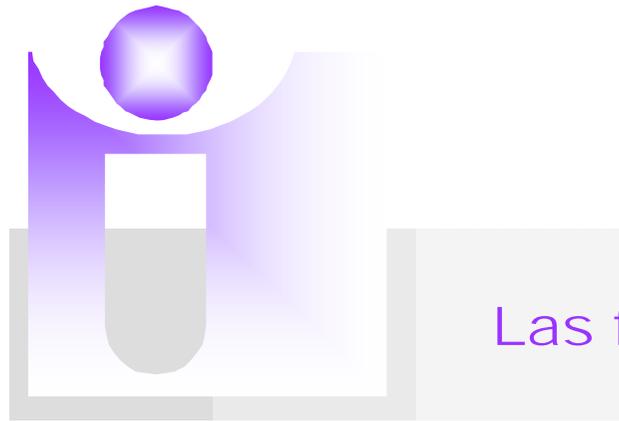
Según antigüedad



Disposición de herramientas para la sistematización de la innovación
Según el Índice de Intensidad de la Innovación

- Partida específica para actividades de Innovación
- La contabilidad de gestión permite identificar los beneficios de las Innovaciones Implementadas





Las fuentes de innovación



- ✓ Para este acceso a la innovación, las empresas han bebido principalmente de sus **propias fuentes internas**. El personal de gestión, la tecnología incorporada o las propias capacidades en el desarrollo del conocimiento, son los factores principales.



- ✓ En segundo lugar, las **fuentes del mercado**, siendo las necesidades de los propios clientes el impulso para la innovación.



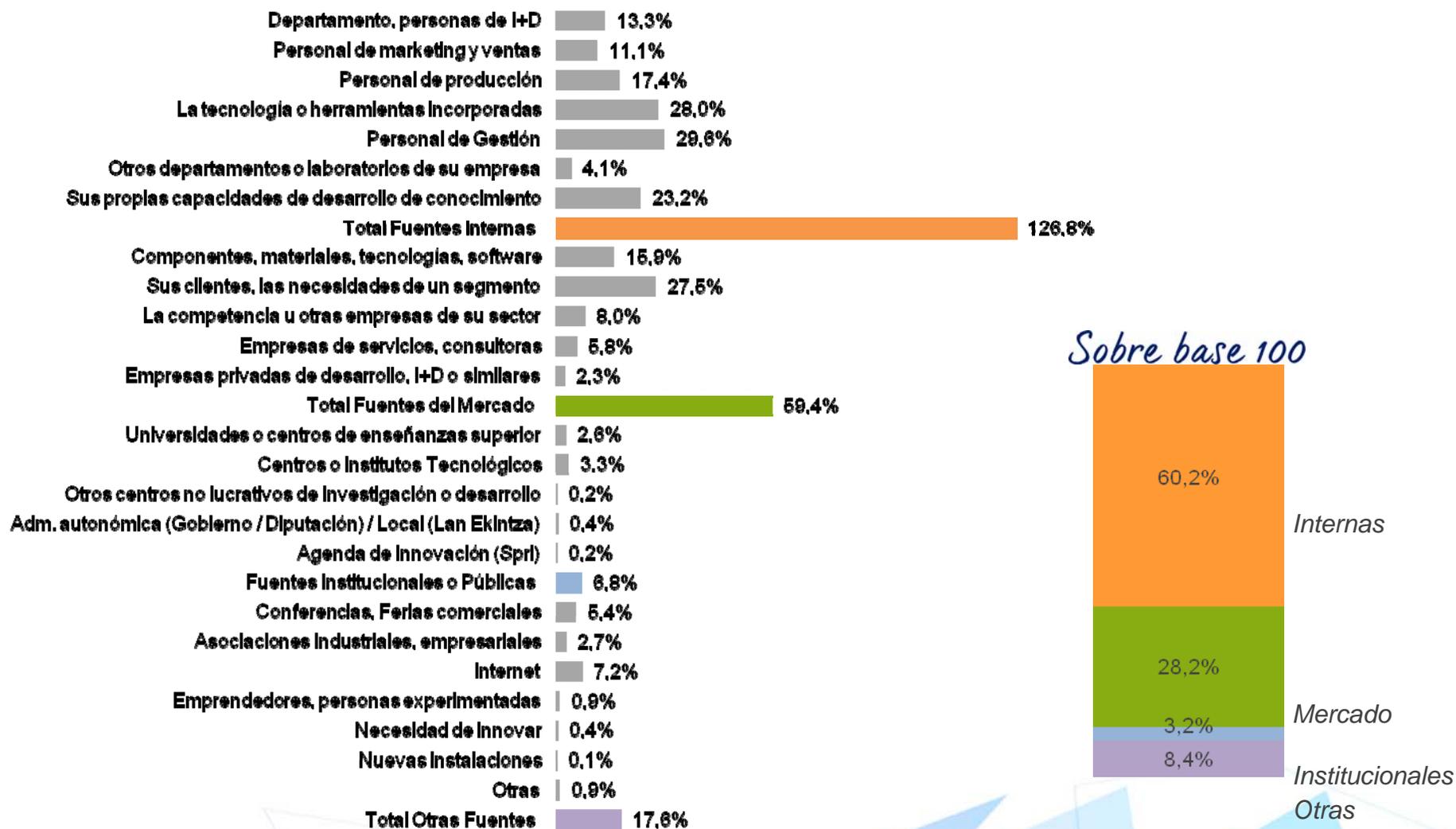
- ✓ A gran distancia, las fuentes institucionales o públicas.



Es el propio empuje de las empresas lo que marca el ritmo de la innovación

P.5.: De las fuentes de información y conocimiento que le voy a leer, ¿cuáles han sido las principales fuentes para acometer innovaciones en su empresa?*

Base: 990 empresas con alguna actividad innovadora en el periodo



* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

P.5.: De las fuentes de información y conocimiento que le voy a leer, ¿cuáles han sido las principales fuentes para acometer innovaciones en su empresa?*

Base: 990 empresas con alguna actividad innovadora en el periodo

	TOTAL (n=990)	SECTOR			
		Industria y Energía (n=406)	Construcción (n=86)	Comercio y reparación (n=195)	Servicios (n=303)
Departamento, personas de I+D	13,3%	12,6%	8,1%	8,2%	19,1%
Personal de marketing y ventas	11,1%	8,9%	3,5%	17,4%	12,2%
Personal de producción	17,4%	22,9%	8,1%	9,7%	17,5%
La tecnología o herramientas incorporadas	28,0%	30,5%	22,1%	29,2%	25,4%
Personal de Gestión	29,6%	24,9%	41,9%	30,3%	32,0%
Otros departamentos o laboratorios de su empresa	4,1%	3,7%	3,5%	4,6%	4,6%
Sus propias capacidades de desarrollo de conocimiento	23,2%	25,4%	18,6%	19,5%	24,1%
Total Fuentes Internas	126,8%	128,8%	105,8%	119,0%	135,0%
Componentes, materiales, tecnologías, software	15,9%	13,5%	5,8%	23,6%	16,8%
Sus clientes, las necesidades de un segmento	27,5%	28,6%	23,3%	29,7%	25,7%
La competencia u otras empresas de su sector	8,0%	8,1%	3,5%	9,7%	7,9%
Empresas de servicios, consultoras	5,8%	5,2%	7,0%	5,1%	6,6%
Empresas privadas de desarrollo, I+D o similares	2,3%	2,0%	2,3%	1,0%	3,6%
Total Fuentes del Mercado	59,4%	57,4%	41,9%	69,2%	60,7%
Universidades o centros de enseñanzas superior	2,6%	1,2%	1,2%	2,1%	5,3%
Centros o Institutos Tecnológicos	3,3%	2,5%	4,7%	3,1%	4,3%
Otros centros no lucrativos de Investigación o desarrollo	0,2%	---	---	0,5%	0,3%
Adm. autonómica (Gobierno / Diputación) / Local (Lan Ekintza)	0,4%	0,2%	---	---	1,0%
Agenda de Innovación (Spri)	0,2%	---	---	---	0,7%
Fuentes Institucionales o Públicas	6,8%	3,9%	5,8%	5,6%	11,6%
Conferencias, Ferias comerciales	5,4%	4,4%	4,7%	3,6%	7,9%
Asociaciones industriales, empresariales	2,7%	1,7%	---	2,1%	5,3%
Internet	7,2%	6,2%	4,7%	5,6%	10,2%
Emprendedores, personas experimentadas	0,9%	0,7%	---	0,5%	1,7%
Necesidad de innovar	0,4%	0,5%	---	0,5%	0,3%
Nuevas instalaciones	0,1%	---	---	0,5%	---
Otras	0,9%	0,5%	---	2,1%	1,0%
Total Otras Fuentes	17,6%	14,0%	9,3%	14,9%	26,4%
Ns/nc	0,1%	0,2%	---	---	---

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.



El acceso a la ayuda pública



- ✓ La gran mayoría de las empresas vizcaínas ha abordado sus iniciativas innovadoras sin recurrir a la ayuda pública; el 71,1%.



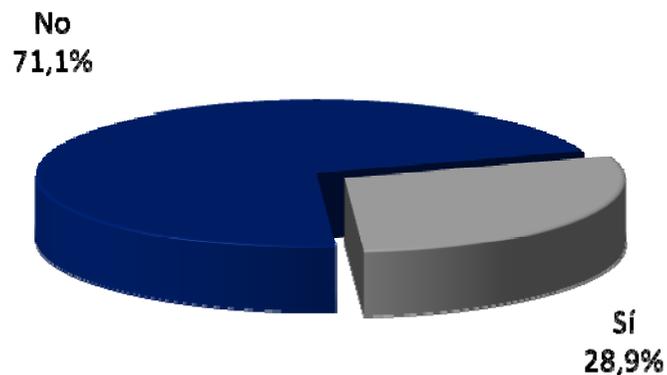
Son mayoría las que han contado con subvención o ayuda pública, cuando nos ceñimos a las de mayor Índice de Intensidad de la Innovación



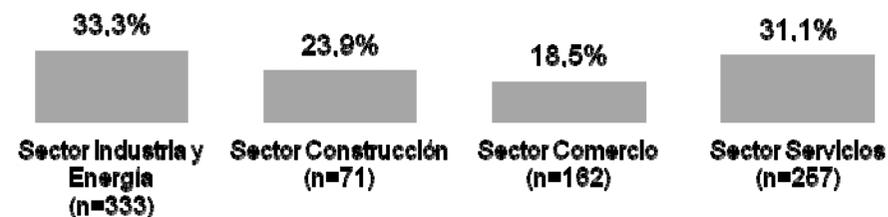
- ✓ Si realizamos un perfil de empresa vizcaína que ha accedido a la ayuda pública, sus características serían:
 - ✓ Las de reciente creación (31,7%).
 - ✓ Las empresas exportadoras (el 44,2%).
 - ✓ Las del sector de industria y energía (el 33,3%).
 - ✓ Cuyo ciclo de negocio se encuentra en fase de introducción (el 50,0%).

P.8.: En los últimos tres años, ¿ha obtenido su empresa alguna ayuda pública o subvención de apoyo a la innovación?

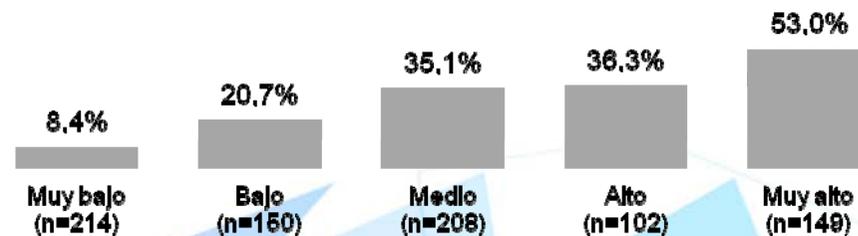
Base: 823 empresas con alguna innovación en el periodo.



Según sector de actividad



Según Índice de intensidad de la innovación



P.9.: La ayuda pública que ha recibido ¿para cuál de estas fue la más valiosa para su empresa?*

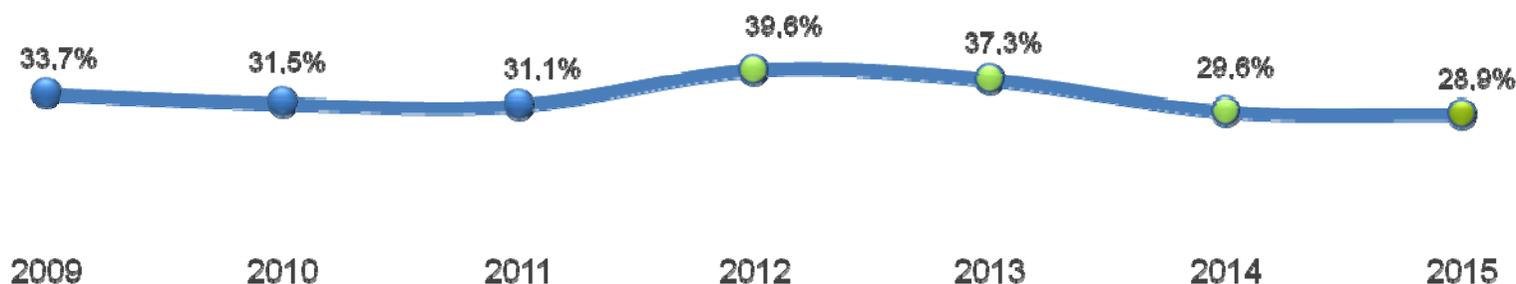
Base: 238 empresas que han recibido ayuda pública

	1er LUGAR	2º LUGAR
Introducción de procesos nuevos	32,4%	11,3%
Servicios de ayuda para actividades de innovación	14,3%	10,5%
Participación, colaboración con instituciones públicas para el fomento de la innovación	10,1%	---
Formación del personal	8,8%	8,0%
La investigación en la propia empresa	7,6%	8,4%
La colaboración o innovación con otras empresas	6,7%	9,7%
Compra de maquinaria / tecnologías	4,2%	---
Internacionalización	4,2%	---
La implementación de investigación de mercados	3,4%	7,1%
Ayuda en una red de innovación en la que ha participado	1,7%	1,7%
La contratación de nuevos licenciados	1,3%	3,4%
Otras	5,0%	---

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitieron 2 respuestas como máximo.



- *El volumen de empresas que en los últimos tres años ha obtenido alguna ayuda pública o subvención para el desarrollo de actividades de innovación sigue descendiendo paulatinamente en los últimos tres años.*



Cabe preguntarse por la razón última de este descenso... ¿se han reducido las ayudas disponibles debido al contexto económico en el que nos encontramos? o... ¿son las empresas las que han prescindido de este tipo de ayudas?

2015

NORA BIDEA



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

ENCUESTA SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS DE BIZKAIA



5.- LAS EMPRESAS NO INNOVADORAS

www.barrixe.com

 @barrixe

 /barrixe



Bizkaiko Foru
Aldundia
Diputación
Foral de Bizkaia



BILBOKO
MERKATARITZA
GANBERA
CÁMARA DE
COMERCIO
DE BILBAO

LAS EMPRESAS NO INNOVADORAS

3

El Índice de Propensión a la Innovación (IPI)

5

La renuncia a la innovación

14

El futuro de la innovación en estas empresas

18

Los hipotéticos ámbitos de innovación

24

El paraguas de la innovación

37

LAS EMPRESAS NO INNOVADORAS



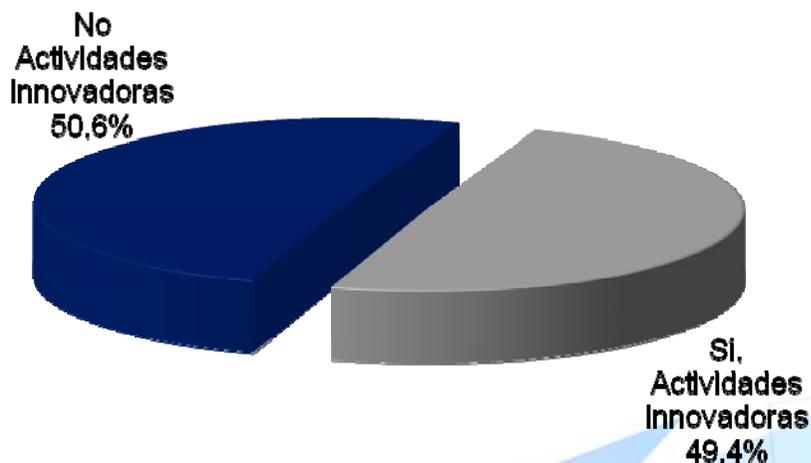
- ✓ Como hemos analizado, del **total de las empresas** de Bizkaia, **un 49,4% afirma haber tenido algún tipo de actividad innovadora** en el periodo de los últimos cuatro ejercicios (2011-2014).



- ✓ Por su parte, **un 50,6% no ha tenido ningún tipo de actividad innovadora** en estos cuatro últimos años. A continuación se detallan sus características, así como los motivos de su distancia a la innovación.

P.1/P.2.: En el periodo de 2011-2014, ¿su empresa ha llevado a cabo actividades innovadoras?

Base: Total empresas entrevistadas





El Índice de Propensión a la Innovación (IPI)

El criterio de construcción del Índice de Propensión a la Innovación



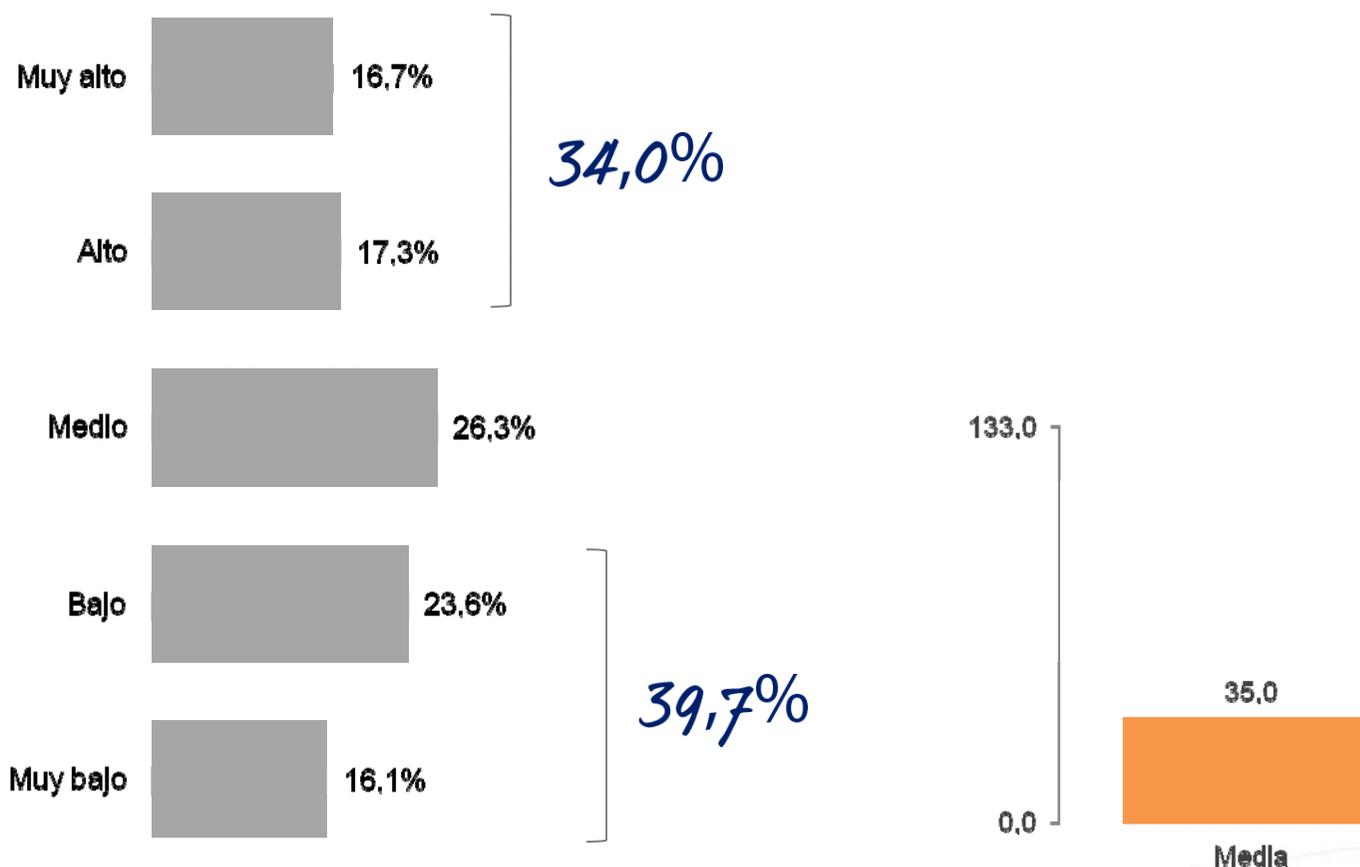
- ✓ El Índice de Propensión a la Innovación (IPI) es un **Índice Síntesis** que mide el **grado de propensión, de proximidad a la Innovación de las empresas de Bizkaia** que se perciben como no innovadoras.



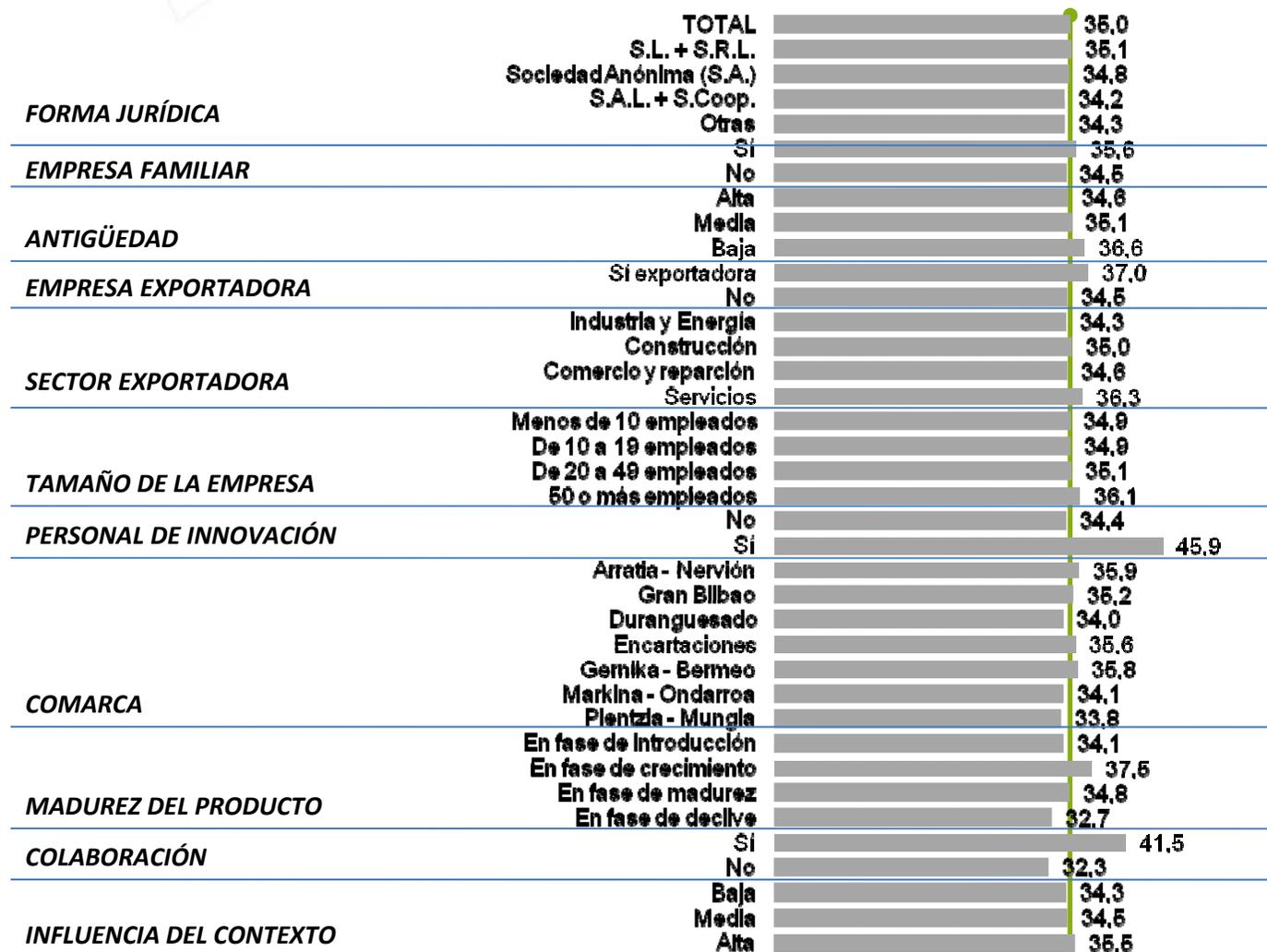
- ✓ Este índice permite categorizar a las empresas en función de su Propensión a la Innovación estableciendo los siguientes grupos:
 - ✓ Índice de Propensión a la Innovación **Muy bajo**.
 - ✓ Índice de Propensión a la Innovación **Bajo**.
 - ✓ Índice de Propensión a la Innovación **Medio**.
 - ✓ Índice de Propensión a la Innovación **Alto**.
 - ✓ Índice de Propensión a la Innovación **Muy alto**.

Índice de Propensión a la Innovación (IPI)

Base: 1015 empresas caracterizadas como no innovadoras



Índice de Propensión a la Innovación



MEDIA : 35,0



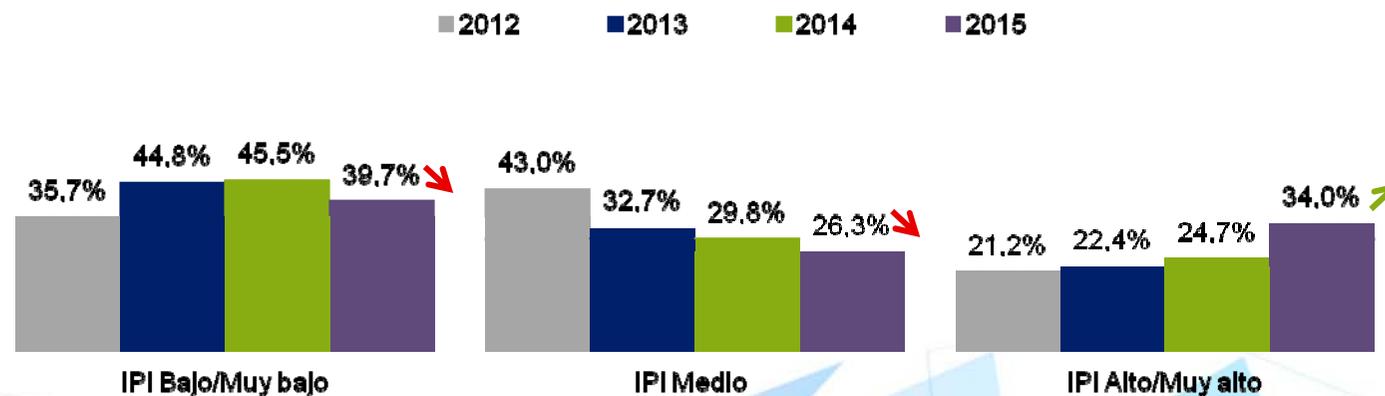
En términos generales, el 50,6% de las empresas del territorio de Bizkaia no ha acometido innovación alguna en los últimos cuatro ejercicios, siendo un dato 2,4 puntos porcentuales superior al del pasado año.



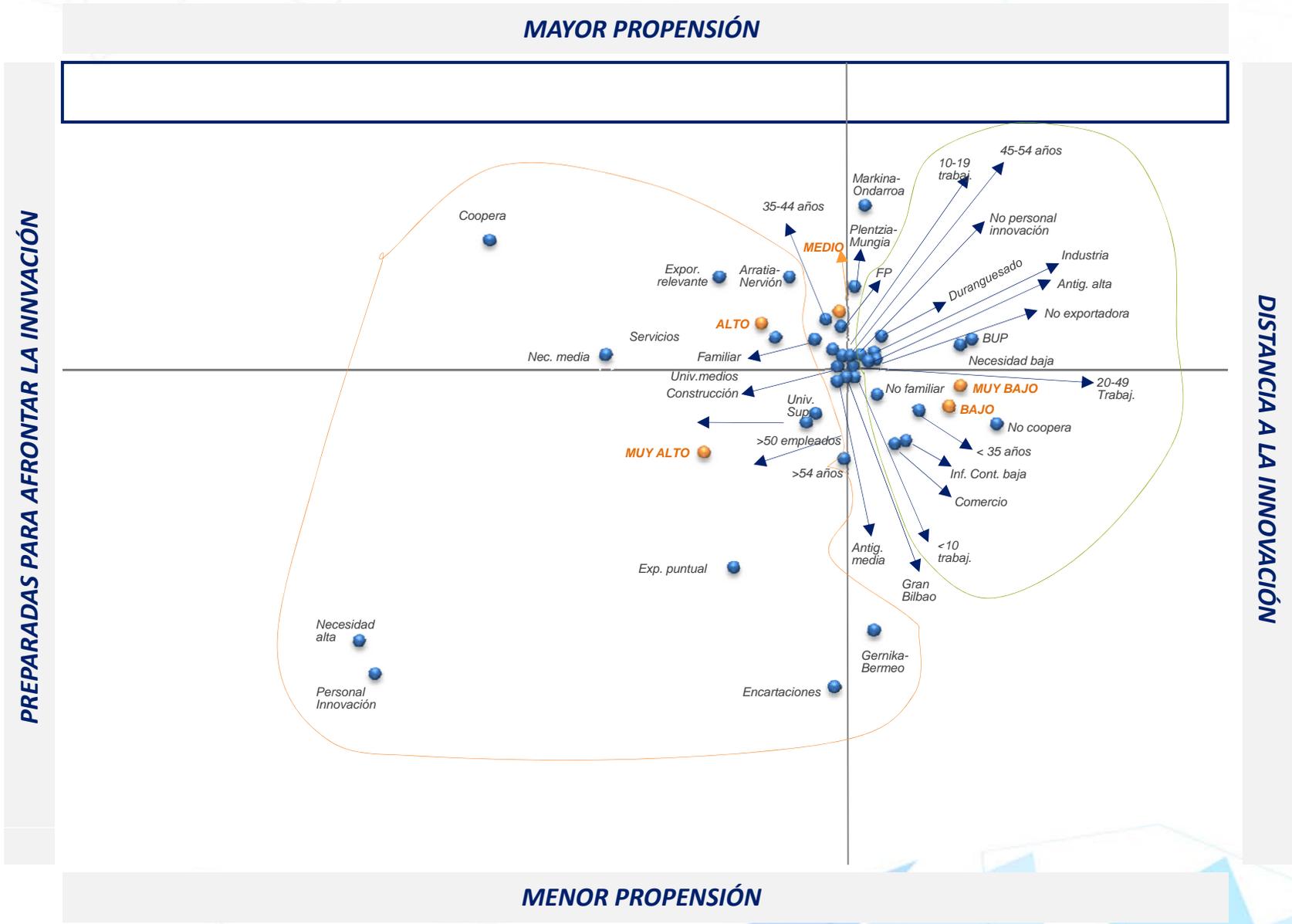
Hay no obstante, diferentes aproximaciones a una futura actividad innovadora. Y podemos apreciar como la brecha de estas empresas se va incrementando paulatinamente.



Crece las empresas que se sitúan en niveles avanzados y que están más preparadas para poder dar el salto a la innovación



MAPA DEL ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN



Nivel de Propensión a la Innovación alto/muy alto

- **Constituye un perfil de empresa que coopera con otras empresas o agentes externos para el desarrollo de procesos, productos o servicios.**
- **Empresas que disponen de personal específico destinado a la innovación.**
- **Son empresas de mayor tamaño, por encima de los 50 trabajadores.**
- **Con una antigüedad media o baja.**
- **Cuyo interlocutor tiene estudios universitarios.**
- **Con presencia de empresas dedicadas al sector Servicios.**
- **Y que valoran la urgencia y necesidad de abordar la innovación como parte de su mejora competitiva.**

Son las preparadas para dar el salto

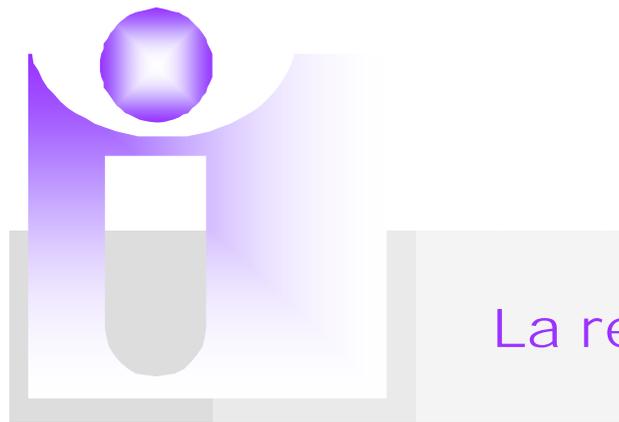
Nivel de Propensión a la Innovación medio

- *Responde a un perfil de empresas de antigüedad media.*
- *Son empresas familiares.*
- *Con presencia de empresas del sector Construcción.*
- *Cuyo interlocutor dispone de un nivel de estudios de FP o Universitarios medios y edades entre los 45 y 54 años.*
- *Y, son empresas que pese a no ser innovadoras, sí aprecian sus bondades si bien relativizan la necesidad que tiene para ellas en el actual contexto.*

Nivel de propensión a la innovación bajo / muy bajo

- *Empresas que no cooperan con otras empresas u agentes.*
- *Con presencia en el sector Comercio y Reparaciones e Industria y Energía.*
- *Empresas no familiares.*
- *Con antigüedad alta.*
- *Cuyo interlocutor dispone de un nivel formativo de BUP, Bachiller y una edad superior a los 54 años o menos de 35 años.*
- *Y, empresas que consideran que la necesidad de abordar la innovación es baja para su actividad, no demandándolo el mercado o los clientes.*

No ven necesario innovar. Es preciso trabajar en la adquisición de cultura innovadora.



La renuncia a la innovación

- ✓ Ahondar en los motivos por los que las empresas no han abordado la innovación nos permite trabajar en los argumentos.

1º *El riesgo económico*

El convencimiento de que abordar este tipo de iniciativas no es rentable.

2º *La falta de demanda*

La consideración de que el mercado, sus clientes no lo demandan.

3º *El coste económico elevado*

La imposibilidad de asumir el coste de su implementación o la consideración como en el primer punto, de que no es rentable.

*La innovación entraña un coste excesivo para el retorno recibido
en un contexto que no requiere ese esfuerzo*



Los principales motivos por los que no se aborda

P.10.: ¿Cuáles han sido los principales motivos para que en su empresa no haya abordado ningún tipo de innovación?*

Base: 1015 empresas sin actividad innovadora en el período.



* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

P.10.: ¿Cuáles han sido los principales motivos para que en su empresa no hayan abordado ningún tipo de innovación?*

Base: 1015 empresas sin actividad innovadora en el período.

	TOTAL (n=990)	SECTOR			
		Industria y Energía (n=406)	Construcción (n=86)	Comercio y reparación (n=195)	Servicios (n=303)
Riesgo económico excesivo, no es rentable	25,8%	30,0%	28,3%	20,6%	21,6%
No hay demanda bienes / servicios innovadores	25,5%	25,9%	26,7%	23,0%	26,3%
Coste económico elevado	20,7%	23,8%	19,4%	16,7%	19,9%
No hay necesidad / No necesitan	20,6%	19,0%	19,4%	26,3%	19,1%
Falta de recursos, de fondos propios	9,9%	11,3%	8,9%	8,1%	9,7%
Rigidez organizativa	7,6%	4,4%	7,2%	12,4%	8,9%
Tamaño de la empresa, poco personal	4,5%	4,9%	3,9%	5,3%	3,8%
Empresa en situación de riesgo / Falta de producción	2,3%	2,8%	2,2%	1,9%	1,7%
No encaja en su actividad	1,7%	1,8%	1,1%	1,4%	2,1%
Reciente creación	1,5%	1,5%	1,7%	1,4%	1,3%
Por el tipo de empresa / Por el sector al que pertenecen	1,4%	1,0%	3,3%	1,0%	0,8%
Falta de financiación externa, apoyos y ayudas	1,3%	1,0%	1,1%	1,9%	1,3%
Capacidad de innovación insuficiente	1,0%	1,3%	---	1,9%	0,4%
Otros	8,6%	7,7%	7,8%	10,0%	9,3%

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.



Principal motivo



Otros importantes



El futuro de la innovación en estas empresas



- ✓ En términos generales las empresas no aprecian urgencia ni necesidad de innovar en su gran mayoría.



El 71,5% de las empresas entrevistadas no aprecia necesidad para innovar y mucho menos que esto este fijado en su agenda con urgencia



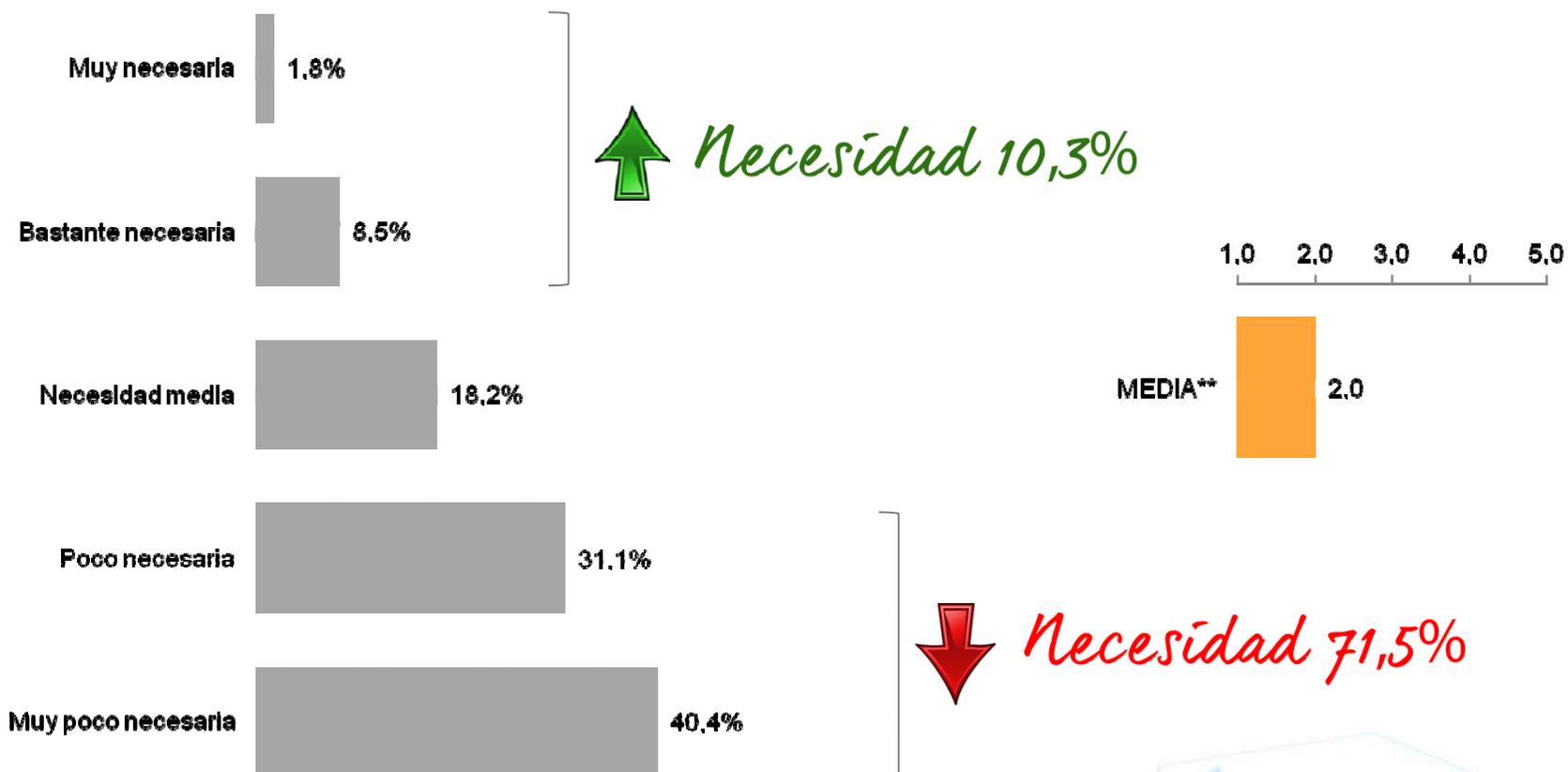
Son una de cada diez (el 10,3%) empresas del territorio las que consideran muy o bastante necesario abordar la innovación



- ✓ Y son las empresas del sector Industrial las que en mayor o menor grado visualizan la necesidad de innovación como ventaja competitiva. En sentido contrario, el sector comercio y reparaciones se sitúa en el extremo opuesto.

P.11A.: ¿Con qué intensidad se han planteado en su empresa la necesidad de innovar, de abordar procesos o actividades de innovación este año o en los dos o tres próximos años?*

Base: 1015 empresas sin actividad innovadora en el periodo

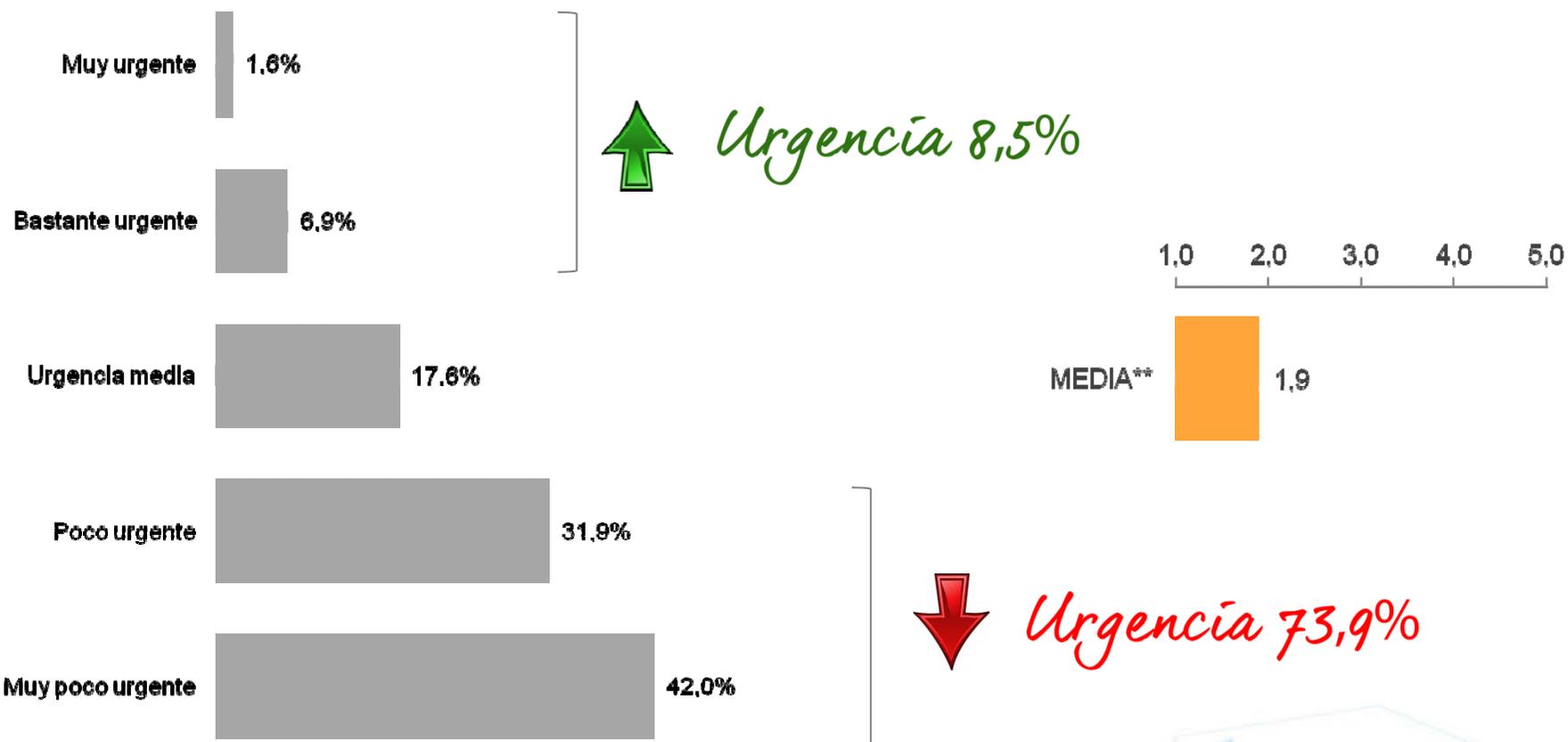


* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

** Puntuación media sobre escala de mínimo 1 (muy poco necesaria) a máximo 5 (muy necesaria)

P.11B.: ¿Con qué intensidad se han planteado en su empresa la urgencia de innovar, de abordar procesos o actividades de innovación este año o en los dos o tres próximos?*

Base: 1015 empresas sin actividad innovadora en el periodo



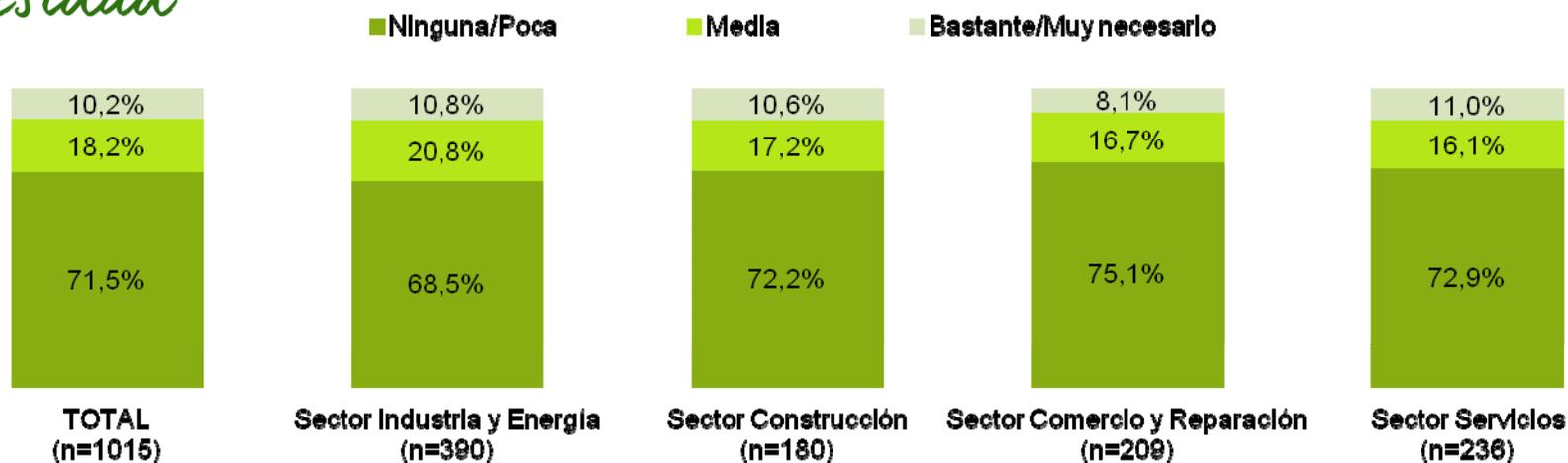
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

** Puntuación media sobre escala de mínimo 1 (muy poco necesaria) a máximo 5 (muy necesaria)

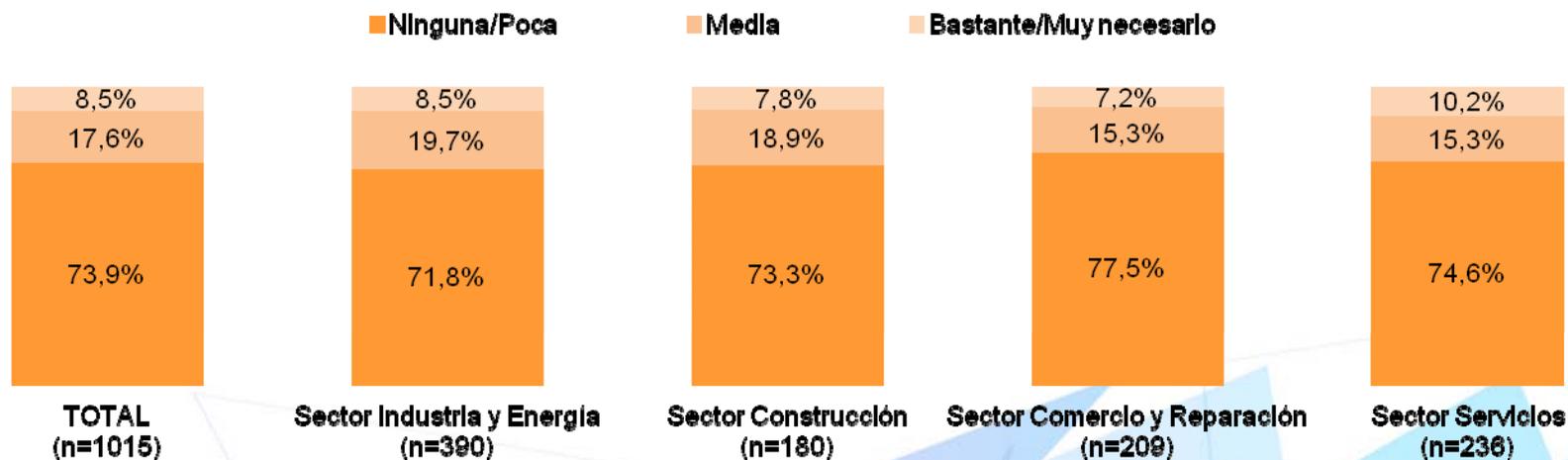
P.11A./P.11B.: Percepción de necesidad/urgencia para abordar la innovación

Base: 1015 empresas con alguna actividad innovadora en el período

Necesidad

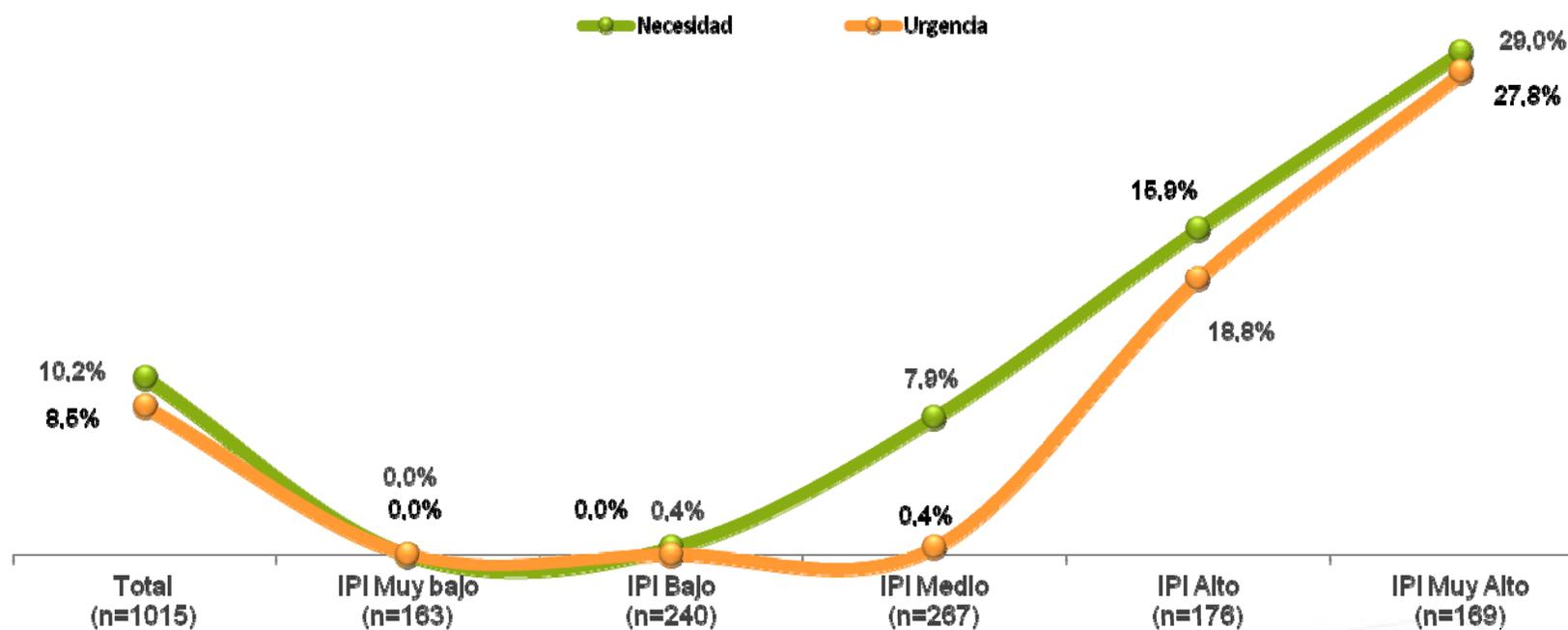


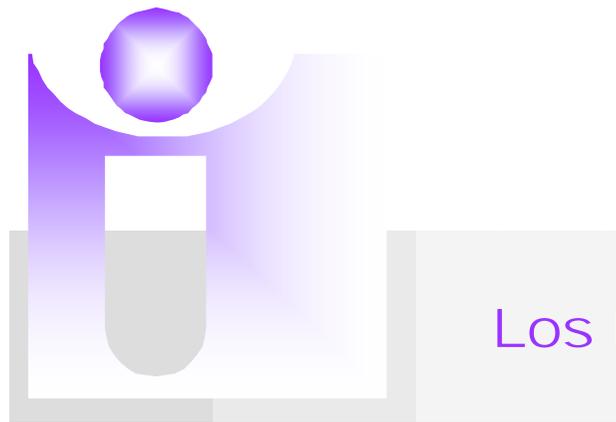
Urgencia



PERCEPCIÓN DE NECESIDAD / URGENCIA MUY/BASTANTE ALTA DE INNOVACIÓN

- SEGÚN EL ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN (IPI) -





Los hipotéticos ámbitos de innovación



- ✓ El foco de la innovación, de los hipotéticos ámbitos de actuación en materia de innovación, se concreta en:
 - ✓ Nuevas **tecnologías productivas** (14,6%)*
 - ✓ Mejora de los **procesos productivos** (12,4%)
 - ✓ **Nuevos canales de venta** (9,7%)

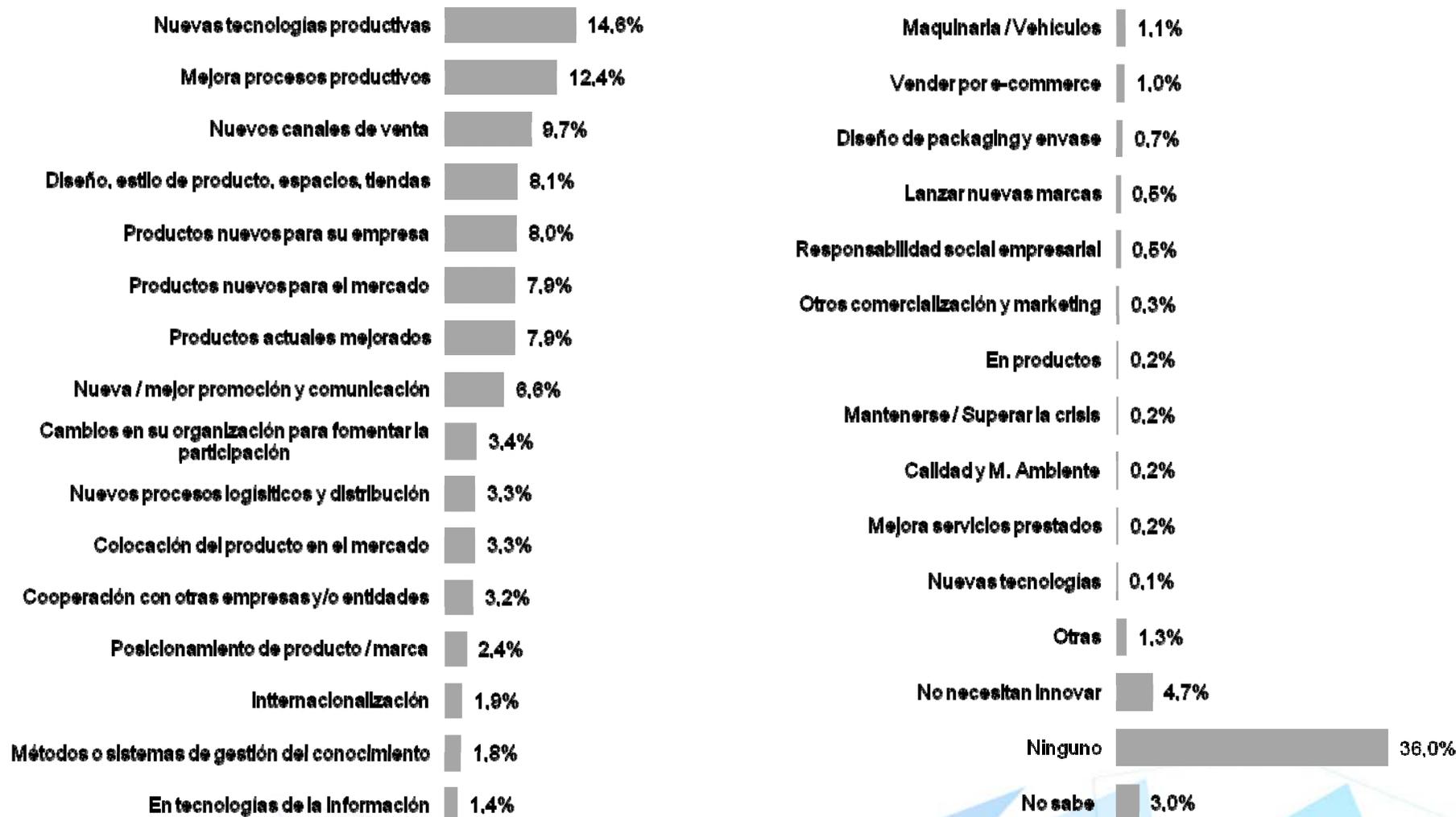


- ✓ El número medio de ámbitos de innovación señalados es de 1,5. Este ratio se duplica (2,4) en el segmento de empresas con un Índice de Propensión a la Innovación (IPI) muy alto.

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

P.12.: De los ámbitos que le voy a leer, ¿en cuáles de ellos necesitaría su empresa hacer o lanzar cambios o innovaciones en los dos o tres próximos años?*

Base: 1015 empresas sin actividad innovadora en el periodo



* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

P.12.: De los ámbitos que le voy a leer, ¿en cuáles de ellos necesitaría su empresa hacer o lanzar cambios o innovaciones en los dos o tres próximos años?*

Base: 1015 empresas sin actividad innovadora en el periodo

	TOTAL (n=1015)	SECTOR			
		Industria y Energía (n=390)	Construcción (n=180)	Comercio y reparación (n=209)	Servicios (n=236)
Nuevas tecnologías productivas	14,6%	17,9%	16,7%	9,6%	11,9%
Mejora procesos productivos	12,4%	17,7%	8,9%	8,1%	10,2%
Nuevos canales de venta	9,7%	8,2%	8,9%	13,9%	8,9%
Diseño, estilo de producto, espacios, tiendas	8,1%	5,6%	8,9%	12,0%	8,1%
Productos nuevos para su empresa	8,0%	9,7%	6,1%	7,7%	6,8%
Productos nuevos para el mercado	7,9%	8,2%	5,6%	8,1%	8,9%
Productos actuales mejorados	7,9%	10,8%	6,1%	5,3%	6,8%
Nueva / mejor promoción y comunicación	6,6%	3,8%	5,6%	9,6%	9,3%
Cambios en su organización para fomentar la participación	3,4%	2,1%	4,4%	5,3%	3,4%
Nuevos procesos logísticos y distribución	3,3%	2,3%	1,7%	6,2%	3,8%
Colocación del producto en el mercado	3,3%	3,1%	0,6%	4,8%	4,7%
Cooperación con otras empresas y/o entidades	3,2%	2,3%	2,2%	2,9%	5,5%
Posicionamiento de producto / marca	2,4%	1,3%	1,7%	3,8%	3,4%
Internacionalización	1,9%	2,6%	0,6%	1,0%	2,5%
Métodos o sistemas de gestión del conocimiento	1,8%	0,5%	1,1%	3,3%	3,0%
En tecnologías de la información	1,4%	0,8%	---	1,4%	3,4%
Maquinaria / Vehículos	1,1%	1,8%	0,6%	0,5%	0,8%

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

Continúa →

P.12.: De los ámbitos que le voy a leer, ¿en cuáles de ellos necesitaría su empresa hacer o lanzar cambios o innovaciones en los dos o tres próximos años?*

Base: 1015 empresas sin actividad innovadora en el periodo

	TOTAL (n=1015)	SECTOR			
		Industria y Energía (n=390)	Construcción (n=180)	Comercio y reparación (n=209)	Servicios (n=236)
Vender por e-commerce	1,0%	0,5%	1,1%	2,4%	0,4%
Diseño de packaging y envase	0,7%	0,3%	0,6%	1,4%	0,8%
Lanzar nuevas marcas	0,5%	0,5%	0,6%	0,5%	0,4%
Responsabilidad social empresarial	0,5%	---	0,6%	0,5%	1,3%
Otros comercialización y marketing	0,3%	0,3%	---	0,5%	0,4%
En productos	0,2%	0,3%	---	0,5%	---
Mantenerse / Superar la crisis	0,2%	0,3%	---	---	0,4%
Calidad y M. Ambiente	0,2%	0,3%	---	---	0,4%
Mejora servicios prestados	0,2%	---	---	0,5%	0,4%
Nuevas tecnologías	0,1%	---	---	---	0,4%
Otras	1,3%	1,0%	---	2,4%	1,7%
No necesitan innovar	4,7%	3,8%	4,4%	8,1%	3,4%
Ninguno	36,0%	32,1%	38,9%	40,2%	36,4%
No sabe	3,0%	3,3%	3,9%	2,4%	2,1%

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

P.12.: De los ámbitos que le voy a leer, ¿en cuáles de ellos necesitaría su empresa hacer o lanzar cambios o innovaciones en los dos o tres próximos años?*

Base: 1015 empresas sin actividad innovadora en el periodo

	TOTAL (n=1015)	ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN				
		IPI Muy bajo (n=163)	IPI Bajo (n=240)	IPI Medio (n=267)	IPI Alto (n=176)	IPI Muy Alto (n=169)
Nuevas tecnologías productivas	14,6%	10,4%	12,9%	13,1%	17,0%	20,7%
Mejora procesos productivos	12,4%	3,7%	7,1%	13,1%	15,3%	24,3%
Nuevos canales de venta	9,7%	2,5%	10,0%	7,9%	11,4%	17,2%
Diseño, estilo de producto, espacios, tiendas	8,1%	1,8%	5,0%	7,1%	10,8%	17,2%
Productos nuevos para su empresa	8,0%	4,3%	4,2%	6,0%	11,9%	16,0%
Productos nuevos para el mercado	7,9%	1,2%	4,2%	6,0%	9,1%	21,3%
Productos actuales mejorados	7,9%	2,5%	2,9%	8,6%	9,7%	17,2%
Nueva / mejor promoción y comunicación	6,6%	1,2%	2,9%	3,7%	10,8%	17,2%
Cambios en su organización para fomentar la participación	3,4%	1,2%	1,3%	4,1%	4,5%	6,5%
Nuevos procesos logísticos y distribución	3,3%	0,6%	3,8%	2,2%	2,3%	8,3%
Colocación del producto en el mercado	3,3%	0,6%	2,1%	2,2%	4,5%	8,3%
Cooperación con otras empresas y/o entidades	3,2%	---	0,8%	1,5%	5,7%	9,5%
Posicionamiento de producto / marca	2,4%	---	0,4%	2,2%	2,3%	7,7%
Internacionalización	1,9%	0,6%	0,8%	1,5%	2,3%	4,7%
Métodos o sistemas de gestión del conocimiento	1,8%	---	---	1,5%	1,7%	6,5%
En tecnologías de la información	1,4%	1,2%	1,3%	1,5%	1,7%	1,2%
Maquinaria / Vehículos	1,1%	---	0,8%	1,1%	1,7%	1,8%

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posible respuesta múltiple.

Continúa →

P.12.: De los ámbitos que le voy a leer, ¿en cuáles de ellos necesitaría su empresa hacer o lanzar cambios o innovaciones en los dos o tres próximos años?*

Base: 1015 empresas sin actividad innovadora en el periodo

	TOTAL (n=1015)	ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN				
		IPI Muy bajo (n=163)	IPI Bajo (n=240)	IPI Medio (n=267)	IPI Alto (n=176)	IPI Muy Alto (n=169)
Vender por e-commerce	1,0%	---	1,3%	1,1%	0,6%	1,8%
Diseño de packaging y envase	0,7%	---	---	---	1,1%	3,0%
Lanzar nuevas marcas	0,5%	---	0,4%	0,7%	0,6%	0,6%
Responsabilidad social empresarial	0,5%	---	0,4%	---	---	2,4%
Otros comercialización y marketing	0,3%	---	---	0,4%	1,1%	---
En productos	0,2%	---	---	---	---	1,2%
Mantenerse / Superar la crisis	0,2%	0,6%	---	0,4%	---	---
Calidad y M. Ambiente	0,2%	---	---	---	---	1,2%
Mejora servicios prestados	0,2%	---	---	0,4%	0,6%	---
Nuevas tecnologías	0,1%	---	---	---	0,6%	---
Otras	1,3%	0,6%	1,3%	1,9%	1,1%	1,2%
No necesitan innovar	4,7%	11,7%	5,4%	3,7%	2,3%	1,2%
Ninguno	36,0%	57,7%	44,2%	35,2%	22,2%	18,9%
No sabe	3,0%	6,1%	2,1%	3,4%	2,3%	1,2%

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posible respuesta múltiple.

Continúa →



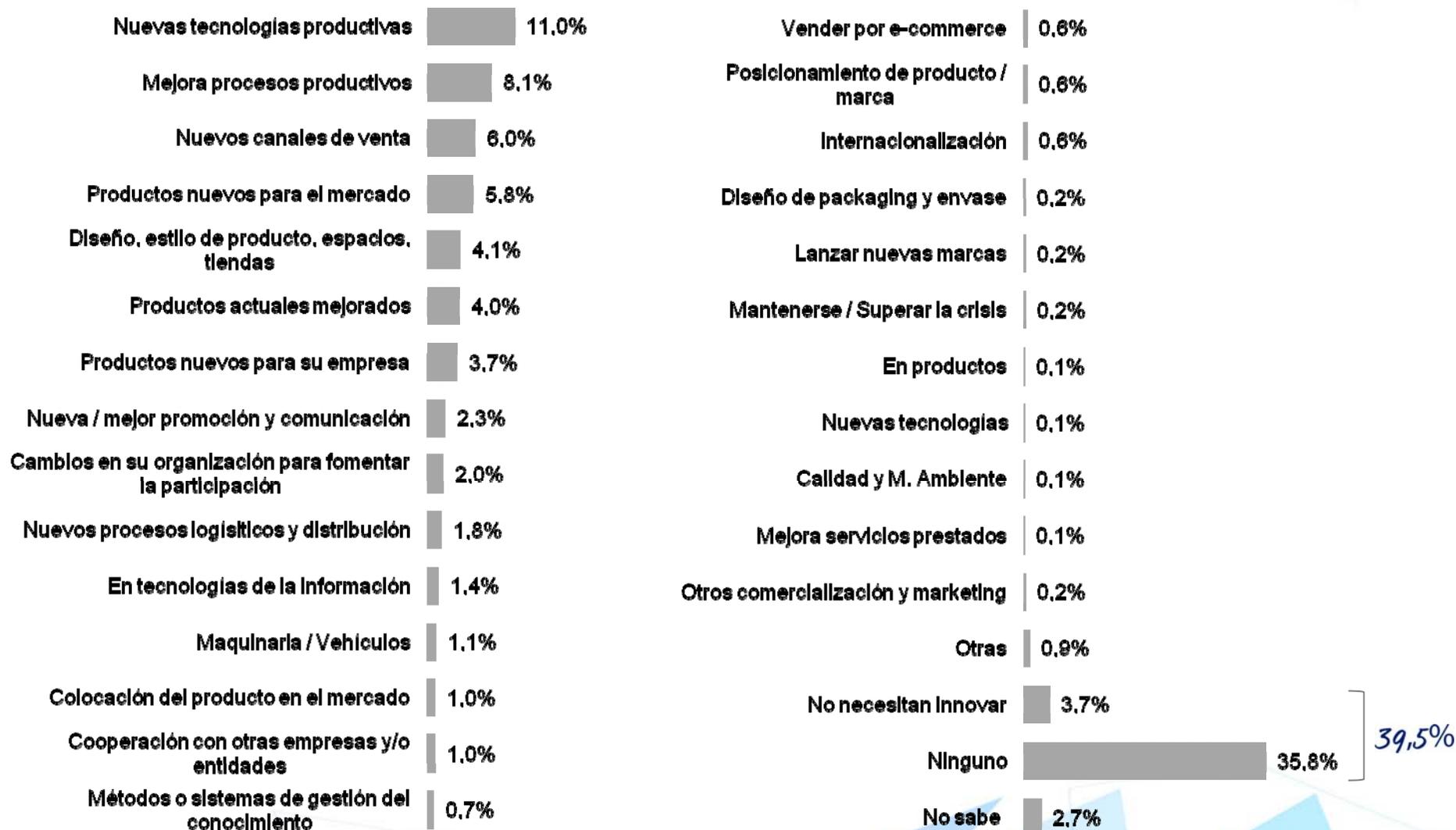
- ✓ A la hora de priorizar algún potencial ámbito de innovación, cabe destacar el volumen de entrevistados que no considera **ninguno importante**; son el **39,5%** de las empresas no innovadoras.



- ✓ Quienes señalan alguno, apuesta principalmente por:
 - ✓ Nuevas tecnologías productivas (11,0%)
 - ✓ Mejora de los procesos productivos (8,1%)
 - ✓ Nuevos canales de venta (6,0%)

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

P.13.: ¿Y en cuál de ellos es más urgente innovar?*
Base: 1015 empresas sin actividad innovadora en el periodo



* Se leyeron las alternativas de respuesta. Solo se admitió una respuesta.

P.13.: ¿Y en cuál de ellos es más urgente innovar?*

Base: 1015 empresas sin actividad innovadora en el periodo

	TOTAL (n=1015)	SECTOR			
		Industria y Energía (n=390)	Construcción (n=180)	Comercio y reparación (n=209)	Servicios (n=236)
Nuevas tecnologías productivas	11,0%	13,8%	12,2%	5,7%	10,2%
Mejora procesos productivos	8,1%	12,8%	6,1%	2,9%	6,4%
Nuevos canales de venta	6,0%	3,3%	6,7%	10,0%	6,4%
Productos nuevos para el mercado	5,8%	6,4%	3,9%	5,3%	6,8%
Diseño, estilo de producto, espacios, tiendas	4,1%	3,3%	5,6%	5,3%	3,4%
Productos actuales mejorados	4,0%	6,7%	3,3%	1,4%	2,5%
Productos nuevos para su empresa	3,7%	5,4%	4,4%	2,4%	1,7%
Nueva / mejor promoción y comunicación	2,3%	1,0%	1,7%	2,4%	4,7%
Cambios en su organización para fomentar la participación	2,0%	1,0%	3,3%	2,9%	1,7%
Nuevos procesos logísticos y distribución	1,8%	0,5%	1,1%	3,8%	2,5%
En tecnologías de la información	1,4%	0,8%	---	1,4%	3,4%
Maquinaria / Vehículos	1,1%	1,8%	0,6%	0,5%	0,8%
Colocación del producto en el mercado	1,0%	1,5%	---	0,5%	1,3%
Cooperación con otras empresas y/o entidades	1,0%	0,5%	1,7%	0,5%	1,7%
Métodos o sistemas de gestión del conocimiento	0,7%	0,3%	0,6%	1,0%	1,3%



Principal



Otros importantes

Continúa →

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

P.13.: ¿Y en cuál de ellos es más urgente innovar?*

Base: 1015 empresas sin actividad innovadora en el periodo

	TOTAL (n=1015)	SECTOR			
		Industria y Energía (n=390)	Construcción (n=180)	Comercio y reparación (n=209)	Servicios (n=236)
Vender por e-commerce	0,6%	0,3%	0,6%	1,4%	0,4%
Posicionamiento de producto / marca	0,6%	0,3%	0,6%	1,0%	0,8%
Internacionalización	0,6%	0,5%	0,6%	0,5%	0,8%
Diseño de packaging y envase	0,2%	---	---	1,0%	---
Lanzar nuevas marcas	0,2%	0,3%	0,6%	---	---
Mantenerse / Superar la crisis	0,2%	0,3%	---	---	0,4%
En productos	0,1%	---	---	0,5%	---
Nuevas tecnologías	0,1%	---	---	---	0,4%
Calidad y M. Ambiente	0,1%	---	---	---	0,4%
Mejora servicios prestados	0,1%	---	---	---	0,4%
Otros comercialización y marketing	0,2%	0,3%	---	0,5%	---
Otras	0,9%	1,0%	---	1,4%	0,8%
No necesitan innovar	3,7%	3,3%	3,9%	6,2%	2,1%
Ninguno	35,8%	32,1%	38,9%	39,2%	36,4%
No sabe	2,7%	2,6%	3,9%	2,4%	2,1%

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

P.13.: ¿Y en cuál de ellos es más urgente innovar?*
Base: 1015 empresas sin actividad innovadora en el periodo

	TOTAL (n=1015)	ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN				
		IPI Muy bajo (n=163)	IPI Bajo (n=240)	IPI Medio (n=267)	IPI Alto (n=176)	IPI Muy Alto (n=169)
Nuevas tecnologías productivas	11,0%	10,4%	11,7%	9,4%	13,6%	10,7%
Mejora procesos productivos	8,1%	3,1%	5,4%	10,9%	7,4%	13,0%
Nuevos canales de venta	6,0%	1,8%	7,9%	5,2%	6,8%	7,7%
Productos nuevos para el mercado	5,8%	1,2%	3,8%	4,9%	6,3%	14,2%
Diseño, estilo de producto, espacios, tiendas	4,1%	1,8%	3,8%	4,5%	5,1%	5,3%
Productos actuales mejorados	4,0%	1,2%	2,1%	5,6%	4,5%	6,5%
Productos nuevos para su empresa	3,7%	3,1%	2,5%	3,0%	6,3%	4,7%
Nueva / mejor promoción y comunicación	2,3%	0,6%	1,7%	2,2%	4,5%	2,4%
Cambios en su organización para fomentar la participación	2,0%	1,2%	0,8%	2,2%	4,5%	1,2%
Nuevos procesos logísticos y distribución	1,8%	0,6%	2,9%	1,1%	1,7%	2,4%
En tecnologías de la información	1,4%	1,2%	1,3%	1,5%	1,7%	1,2%
Maquinaria / Vehículos	1,1%	---	0,8%	1,1%	1,7%	1,8%
Colocación del producto en el mercado	1,0%	0,6%	1,7%	1,1%	0,6%	0,6%
Cooperación con otras empresas y/o entidades	1,0%	---	0,4%	0,4%	3,4%	1,2%
Métodos o sistemas de gestión del conocimiento	0,7%	---	---	1,1%	1,1%	1,2%

 **Principal**

 **Otros importantes**

Continúa →

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

P.13.: ¿Y en cuál de ellos es más urgente innovar?*
Base: 1015 empresas sin actividad innovadora en el periodo

	TOTAL (n=1015)	ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN				
		IPI Muy bajo (n=163)	IPI Bajo (n=240)	IPI Medio (n=267)	IPI Alto (n=176)	IPI Muy Alto (n=169)
Vender por e-commerce	0,6%	---	1,3%	1,1%	---	---
Posicionamiento de producto / marca	0,6%	---	0,4%	0,7%	---	1,8%
Internacionalización	0,6%	0,6%	---	0,4%	1,1%	1,2%
Diseño de packaging y envase	0,2%	---	---	---	0,6%	0,6%
Lanzar nuevas marcas	0,2%	---	0,4%	0,4%	---	---
Mantenerse / Superar la crisis	0,2%	0,6%	---	0,4%	---	---
En productos	0,1%	---	---	---	---	0,6%
Nuevas tecnologías	0,1%	---	---	---	0,6%	---
Calidad y M. Ambiente	0,1%	---	---	---	---	0,6%
Mejora servicios prestados	0,1%	---	---	---	0,6%	---
Otros comercialización y marketing	0,2%	---	---	0,4%	0,6%	---
Otras	0,9%	---	0,8%	1,5%	1,1%	0,6%
No necesitan innovar	3,7%	9,2%	4,2%	3,0%	1,7%	1,2%
Ninguno	35,8%	57,1%	44,2%	34,8%	22,2%	18,9%
No sabe	2,7%	5,5%	2,1%	3,0%	2,3%	0,6%

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.



El paraguas de la innovación



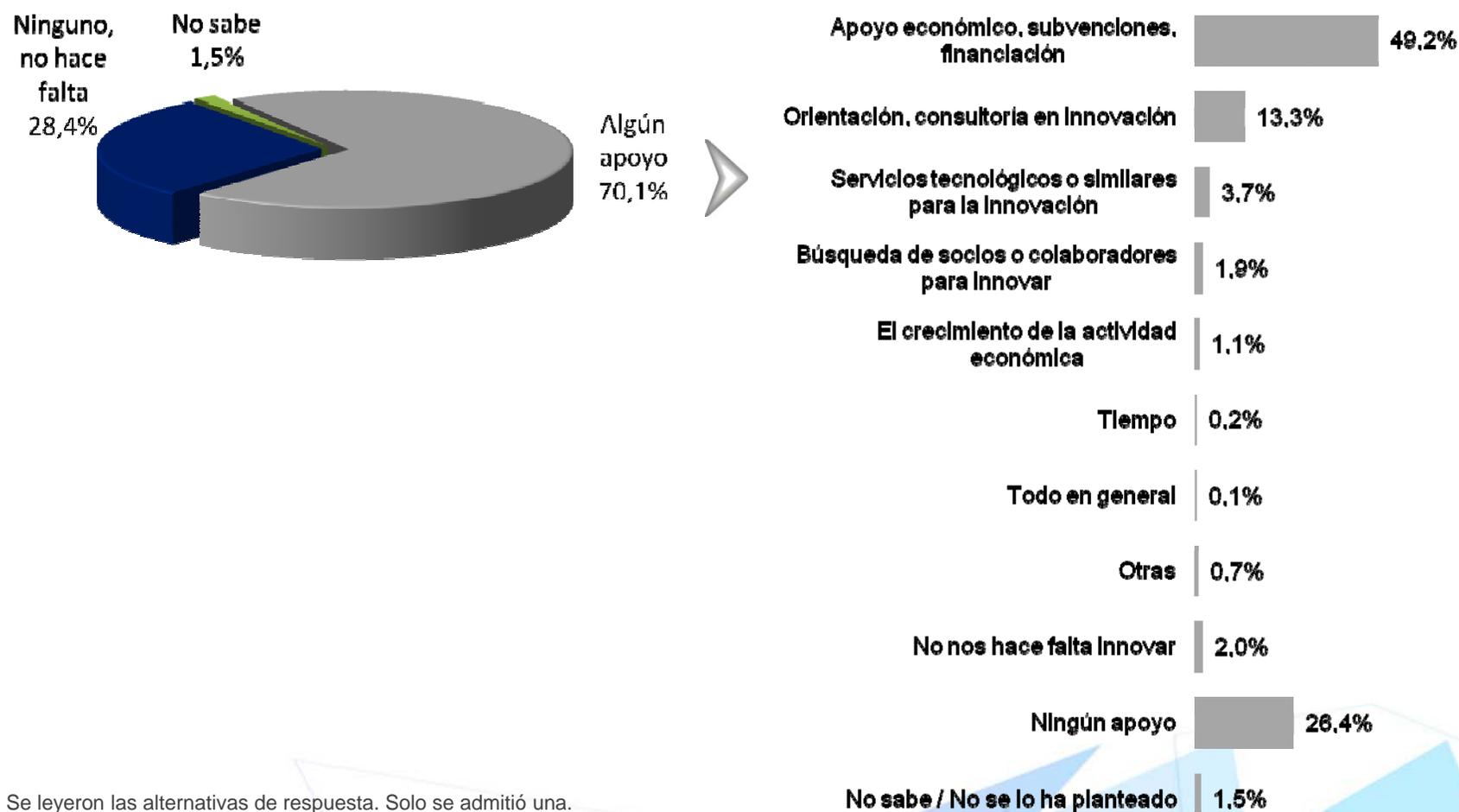
- ✓ Pensando en posibles apoyos para afrontar la innovación, son siete de cada diez las empresas que identifican alguno. Las **tres de cada diez** restantes **no consideran ningún apoyo** o no lo han pensado.



*En primer lugar el respaldo económico en forma de subvenciones o financiación
A significativa distancia y nombrado por una de cada diez empresas,
la orientación y consultoría en innovación*

P.14.: ¿Qué tipo de ayudas necesita su empresa para acometer las actividades de innovación que necesitan?*

Base: 1015 empresas sin actividad innovadora



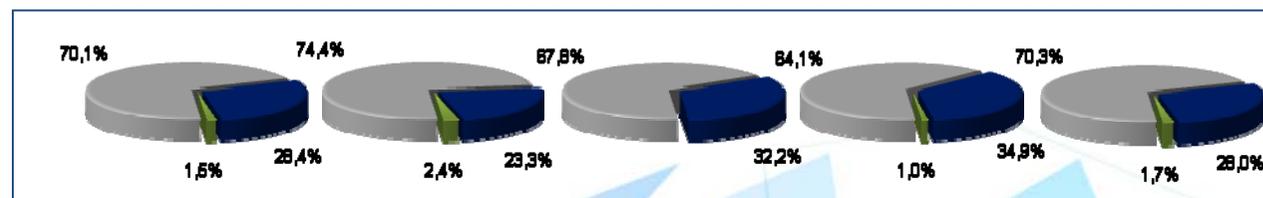
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Solo se admitió una.

P.14.: ¿Qué tipo de ayudas necesita su empresa para acometer las actividades de innovación que necesitan?*

Base: 1015 empresas sin actividad innovadora

	TOTAL (n=1015)	SECTOR			
		Industria y Energía (n=390)	Construcción (n=180)	Comercio y reparación (n=209)	Servicios (n=236)
Apoyo económico, subvenciones, financiación	49,2%	54,6%	48,9%	42,1%	46,6%
Orientación, consultoría en innovación	13,3%	13,3%	12,2%	14,8%	12,7%
Servicios tecnológicos o similares para la innovación	3,7%	2,1%	4,4%	2,4%	7,2%
Búsqueda de socios o colaboradores para innovar	1,9%	2,8%	1,7%	1,9%	0,4%
El crecimiento de la actividad económica	1,1%	0,8%	0,6%	1,4%	1,7%
Otras	0,7%	0,5%	0,0%	1,4%	0,8%
Tiempo	0,2%	0,3%	0,0%	0,0%	0,4%
Todo en general	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%
No nos hace falta innovar	2,0%	1,3%	2,8%	3,3%	1,3%
Ningún apoyo	26,4%	22,1%	29,4%	31,6%	26,7%
No sabe / No se lo ha planteado	1,5%	2,4%	0,0%	1,0%	1,7%

Percepción general

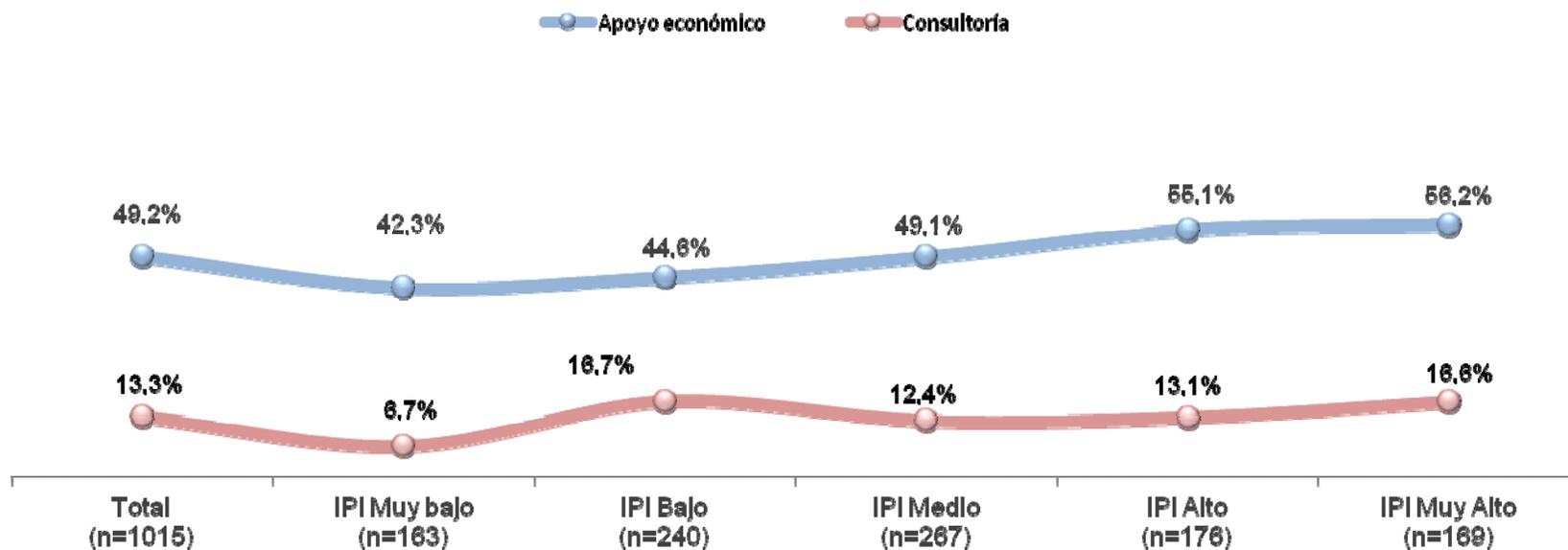


* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

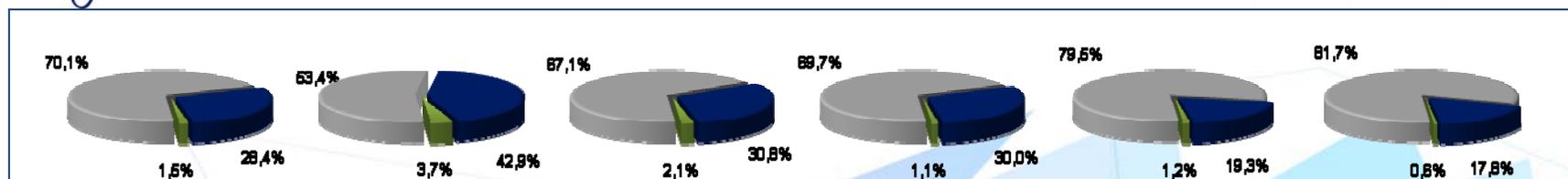
P.14.: ¿Qué tipo de ayudas necesita su empresa para acometer las actividades de innovación que necesitan?*

Base: 1015 empresas sin actividad innovadora

- SEGÚN EL ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN -

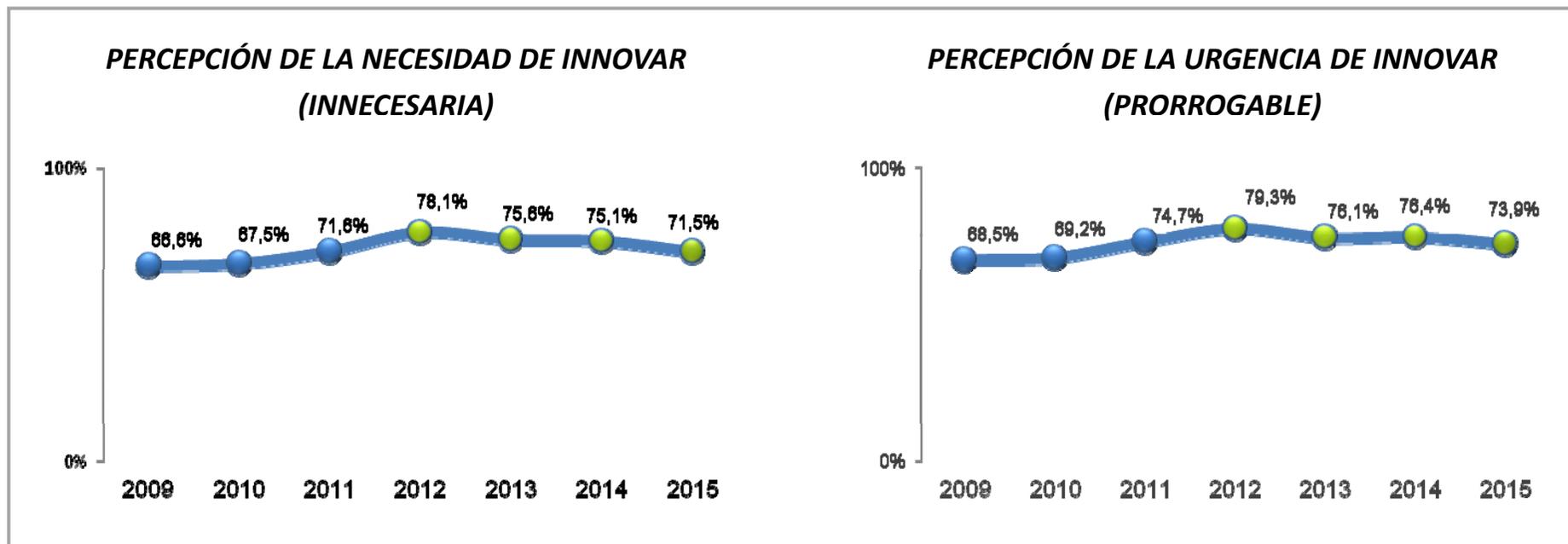


Percepción general



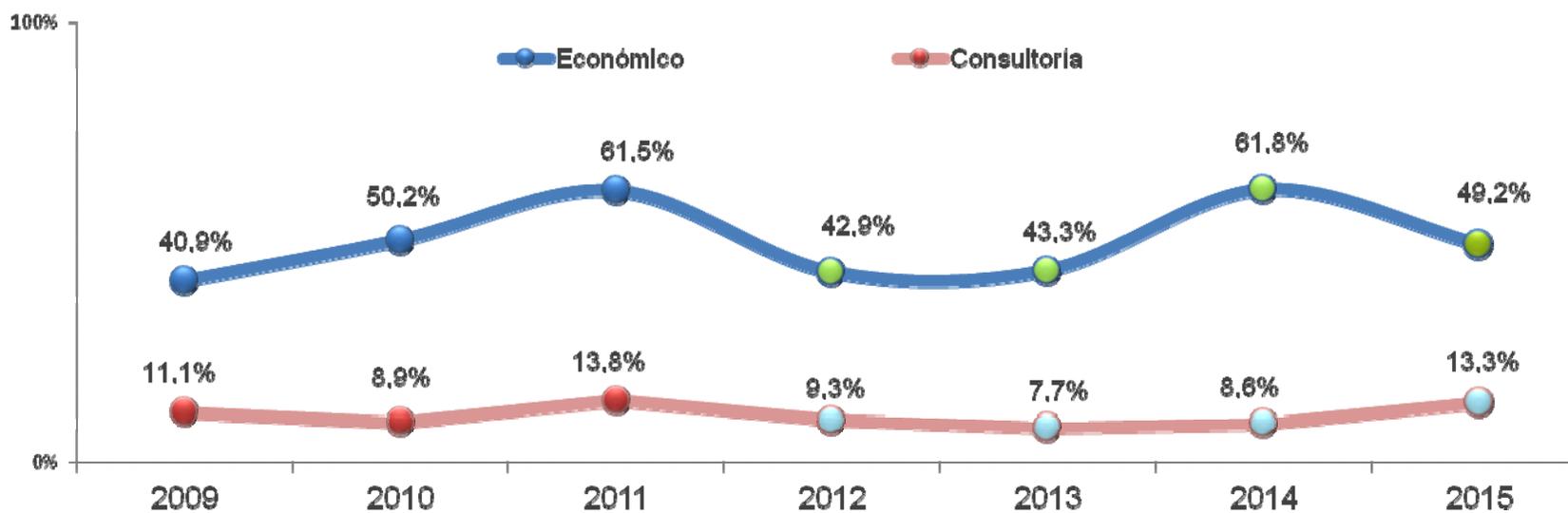
- *Son cerca de una de cada cuatro las empresas que visualizan la necesidad de abordar los procesos de innovación, mientras que la gran mayoría no parece advertir ni la necesidad ni la oportunidad que puede representar.*

Para quienes ven alguno, las nuevas tecnologías productivas, la mejora de los procesos o los nuevos canales de venta, son las prioritarias



Respecto a la pasada ola, hay más empresas que advierten de esta necesidad o urgencia

PERCEPCIÓN DE LA NECESIDAD DEL APOYO



La distancia de la mayor parte de las empresas es tal que crecen en esta ocasión las menciones a la necesidad de consultoría de innovación, si bien el principal apoyo es el respaldo económico.

2015

NORA BIDEA



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

ENCUESTA SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS DE BIZKAIA



6.- LA CULTURA DE LA INNOVACIÓN

www.barrixe.com

 @barrixe

 /barrixe



Bizkaiko Foru
Aldundia
Diputación
Foral de Bizkaia



BILBOKO
MERKATARITZA
GANBERA
CÁMARA DE
COMERCIO
DE BILBAO

CAPITAL HUMANO Y ESTRUCTURAL DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS	3
CULTURA EMPRESARIAL EN RELACIÓN A LA INNOVACIÓN	7
Comportamiento en relación a la gestión del conocimiento	8
LOS MÉTODOS PARA LA PROTECCIÓN DE LA INNOVACIÓN Y EL CONOCIMIENTO	16

CAPITAL HUMANO Y ESTRUCTURAL DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS



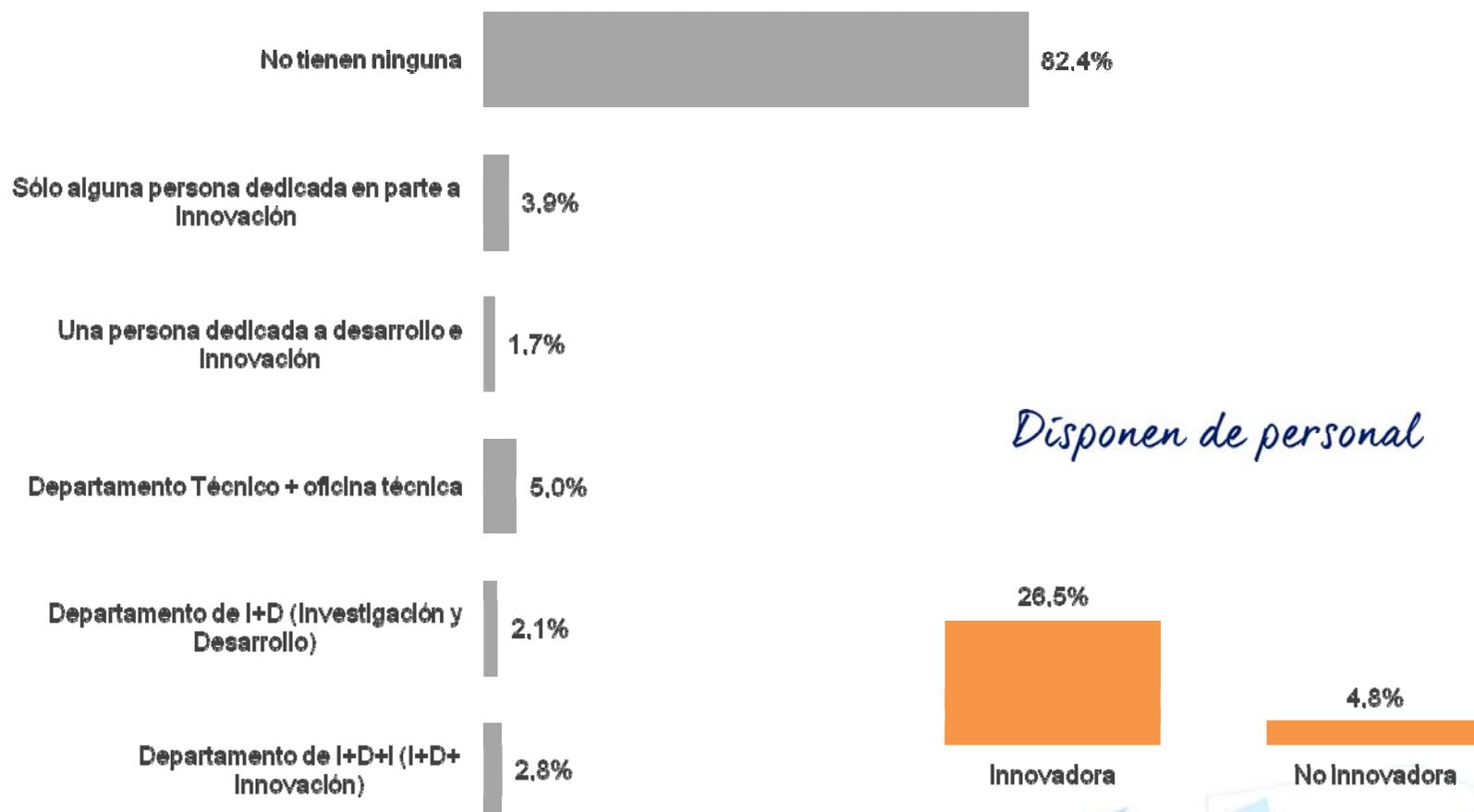
✓ Ocho de cada diez empresas entrevistadas no dispone de departamento técnico, de I+D+i o de alguna persona con responsabilidad específica de innovación (el 84,5%).



Son las empresas con mayor tamaño, las que emplean a más de 50 trabajadores las que disponen de departamentos con competencias de innovación

P.29.: ¿Tiene su empresa departamento técnico o departamento de I+D ó I+D+I o alguna persona que tiene la responsabilidad de innovación?*

Base: Total de empresas entrevistadas

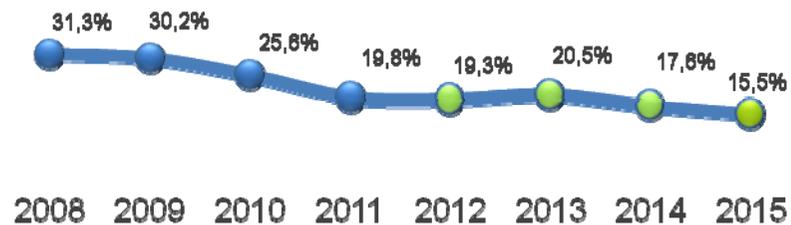


* Se leyeron las opciones de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

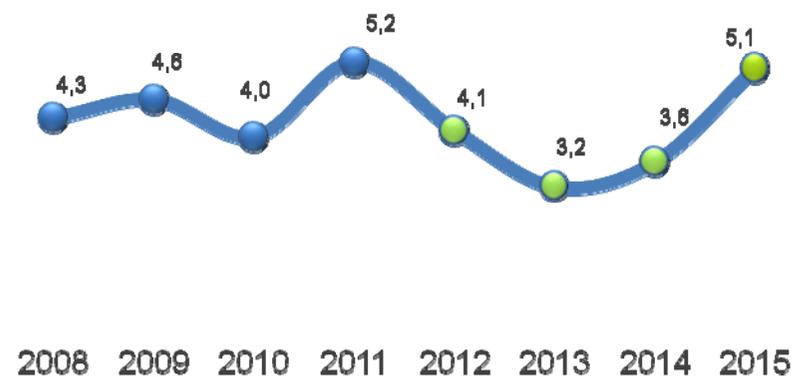


- *La gran mayoría de las empresas del territorio no dispone de personal o departamento que tenga la responsabilidad específica de la innovación. En 2015, quienes disponen de estructura son el 15,5%, principalmente empresas categorizadas como innovadoras.*

DISPONEN DE PERSONAL DEDICADO A LA INNOVACIÓN



MEDIA DE PERSONAS



CULTURA EMPRESARIAL EN RELACIÓN A LA INNOVACIÓN



Comportamiento en relación a la gestión del conocimiento



- ✓ La forma en que la empresa vizcaína aborda el conocimiento y la gestión de nuevas ideas, pone de manifiesto una brecha entre las empresas innovadoras y las no innovadoras.



Casi cuatro de cada diez empresas innovadoras señala que la organización propicia que las personas se organicen en grupos o foros o que esta planificada aportando tiempo y recursos.



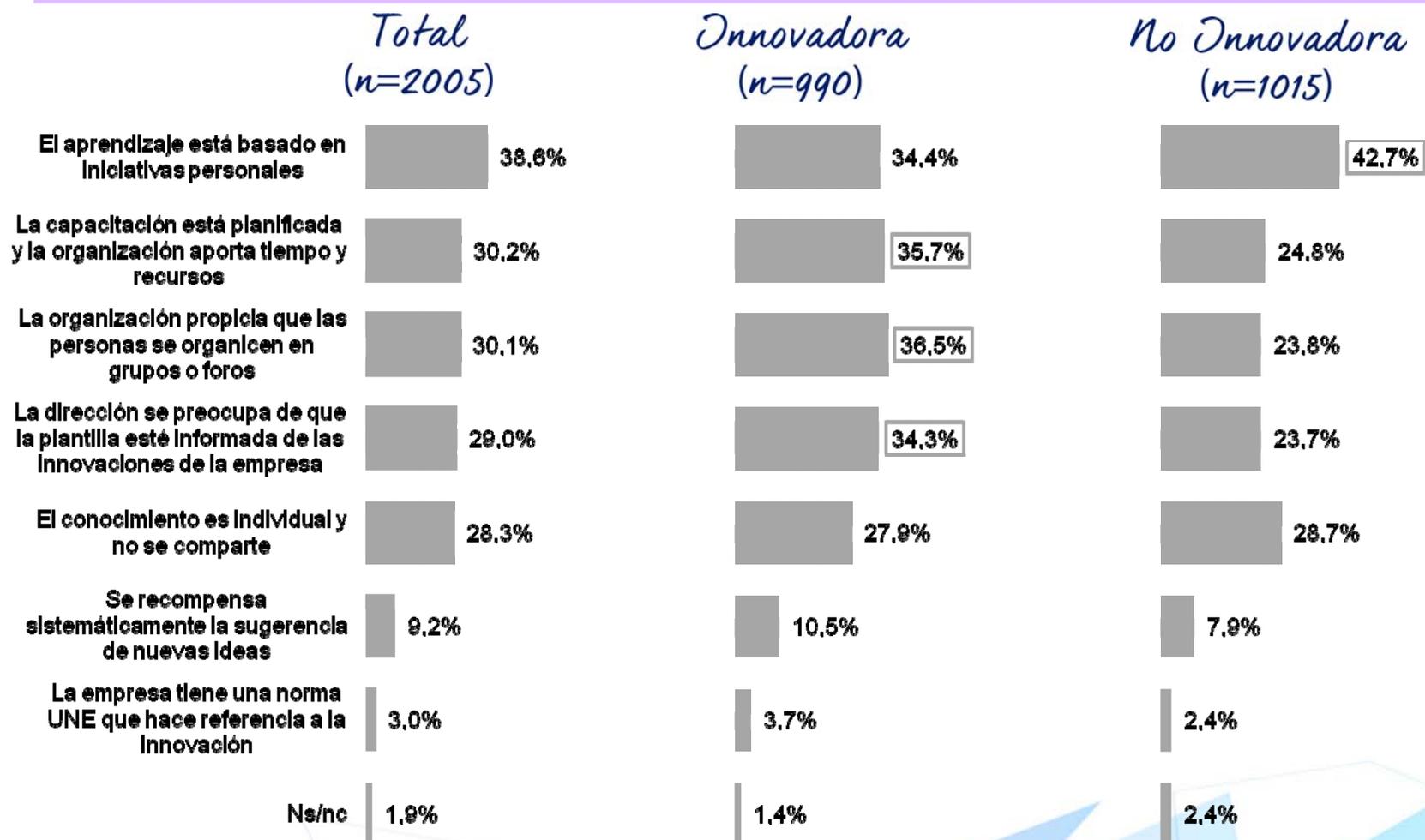
Por el contrario, la misma proporción de empresas no innovadoras manifiesta que el aprendizaje esta basado en iniciativas personales



Y en esta ocasión los entornos donde la forma de abordar el conocimiento es individual ganan en proporción

P.26.: ¿Con cuál de los siguientes comportamientos coincide en mayor medida el cómo aborda su empresa las necesidades de identificar, capturar, generar, compartir y evaluar conocimientos?*

Base: Total empresas entrevistadas



* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posible respuesta múltiple.

P.26.: ¿Con cuál de los siguientes comportamientos coincide en mayor medida el cómo aborda su empresa las necesidades de identificar, capturar, generar, compartir y evaluar conocimientos?*

Base: Total empresas entrevistadas

	TOTAL (n=2005)	SECTOR DE ACTIVIDAD			
		Industria y Energía (n=796)	Construcción (n=266)	Comercio y reparación (n=404)	Servicios (n=539)
El aprendizaje está basado en iniciativas personales	38,6%	40,2%	39,5%	37,9%	36,4%
La capacitación está planificada y la organización aporta tiempo y recursos	30,2%	29,5%	30,8%	30,2%	30,8%
La organización propicia que las personas se organicen en grupos o foros	30,1%	28,5%	26,3%	28,0%	35,8%
La dirección se preocupa de que la plantilla esté informada de las innovaciones de la empresa	29,0%	28,3%	25,6%	29,2%	31,5%
El conocimiento es individual y no se comparte	28,3%	31,3%	28,6%	30,9%	21,7%
Se recompensa sistemáticamente la sugerencia de nuevas ideas	9,2%	7,9%	8,6%	9,2%	11,3%
La empresa tiene una norma UNE que hace referencia a la innovación	3,0%	2,4%	2,6%	3,5%	3,9%
Ns/nc	1,9%	2,0%	3,4%	1,5%	1,3%

Entornos
más flexibles

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posible respuesta múltiple.

P.26.: ¿Con cuál de los siguientes comportamientos coincide en mayor medida el cómo aborda su empresa las necesidades de identificar, capturar, generar, compartir y evaluar conocimientos?*

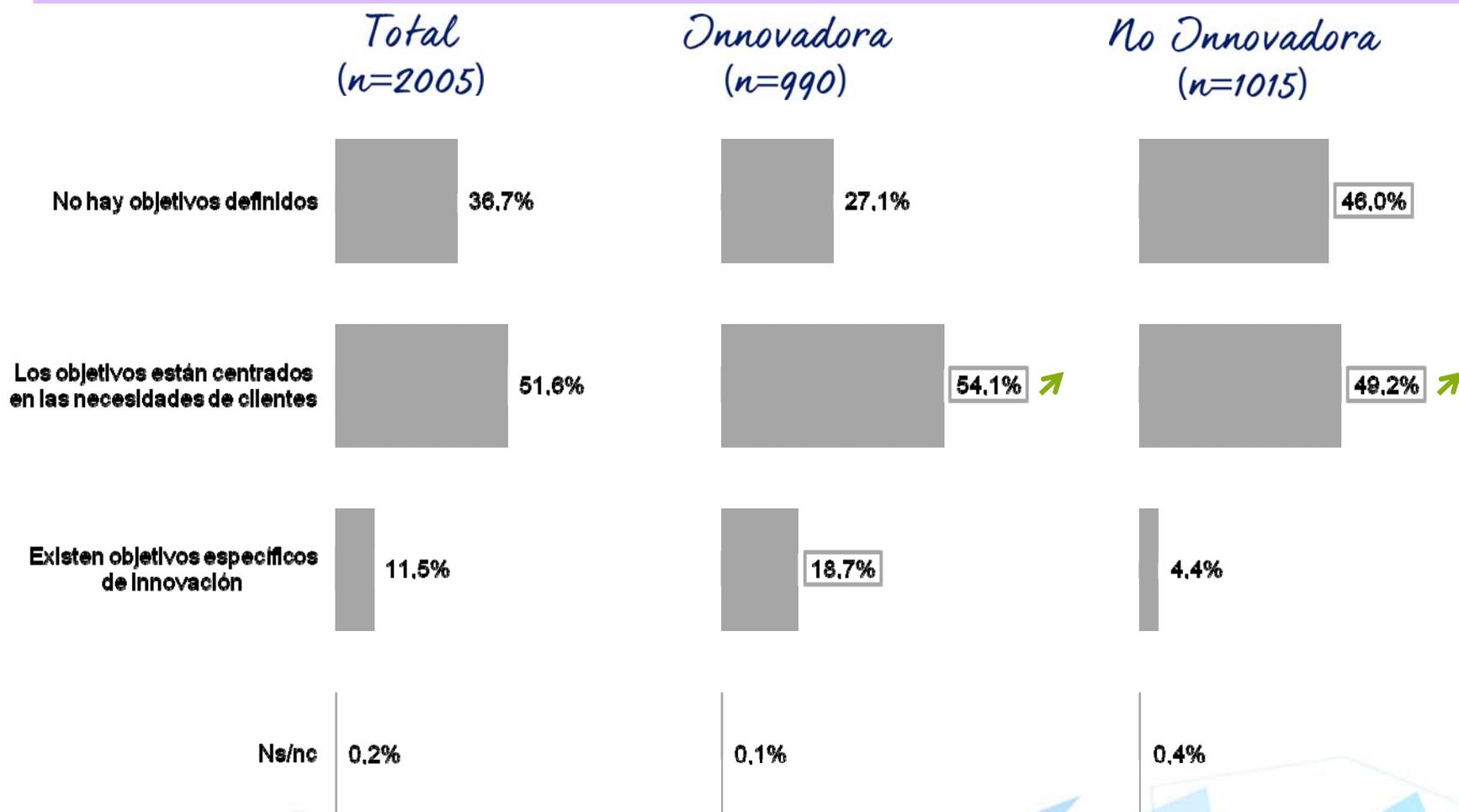
Base: Total empresas entrevistadas

	TOTAL (n=2005)	SECTOR DE ACTIVIDAD			
		Menos de 10 empleados (n=921)	De 10 a 19 empleados (n=603)	De 20 a 49 empleados (n=376)	50 o más empleados (n=105)
El aprendizaje está basado en iniciativas personales	38,6%	41,5% ↗	39,1%	33,0%	30,5%
La capacitación está planificada y la organización aporta tiempo y recursos	30,2%	25,4%	30,7%	35,6%	49,5% ↗
La organización propicia que las personas se organicen en grupos o foros	30,1%	28,3%	27,4%	34,8%	43,8% ↗
La dirección se preocupa de que la plantilla esté informada de las innovaciones de la empresa	29,0%	25,7%	28,4%	34,0%	42,9%
El conocimiento es individual y no se comparte	28,3%	29,6%	28,5%	24,5%	28,6%
Se recompensa sistemáticamente la sugerencia de nuevas ideas	9,2%	8,4%	9,0%	10,4%	13,3% ↗
La empresa tiene una norma UNE que hace referencia a la innovación	3,0%	2,3%	2,3%	4,0%	10,5%
Ns/nc	1,9%	2,4%	1,7%	1,6%	

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posible respuesta múltiple.

P.27.: Respecto a los objetivos de innovación de la empresa, ¿cuál de las siguientes situaciones define mejor la comprensión de los objetivos de innovación de su empresa?*

Base: Total empresas entrevistadas



* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posible respuesta múltiple.



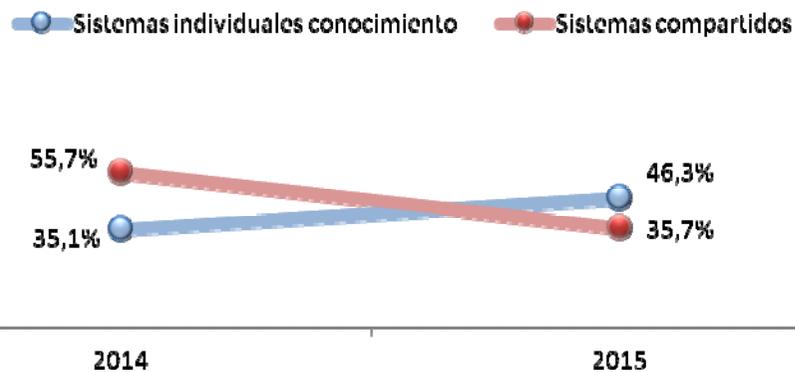
En esta ocasión la rigidez organizativa de las empresas en la forma de abordar el conocimiento gana la partida.



El 46,3% de las empresas tiene una forma individual de abordar el conocimiento frente al 35,7% que prima un entorno flexible, de comunicación

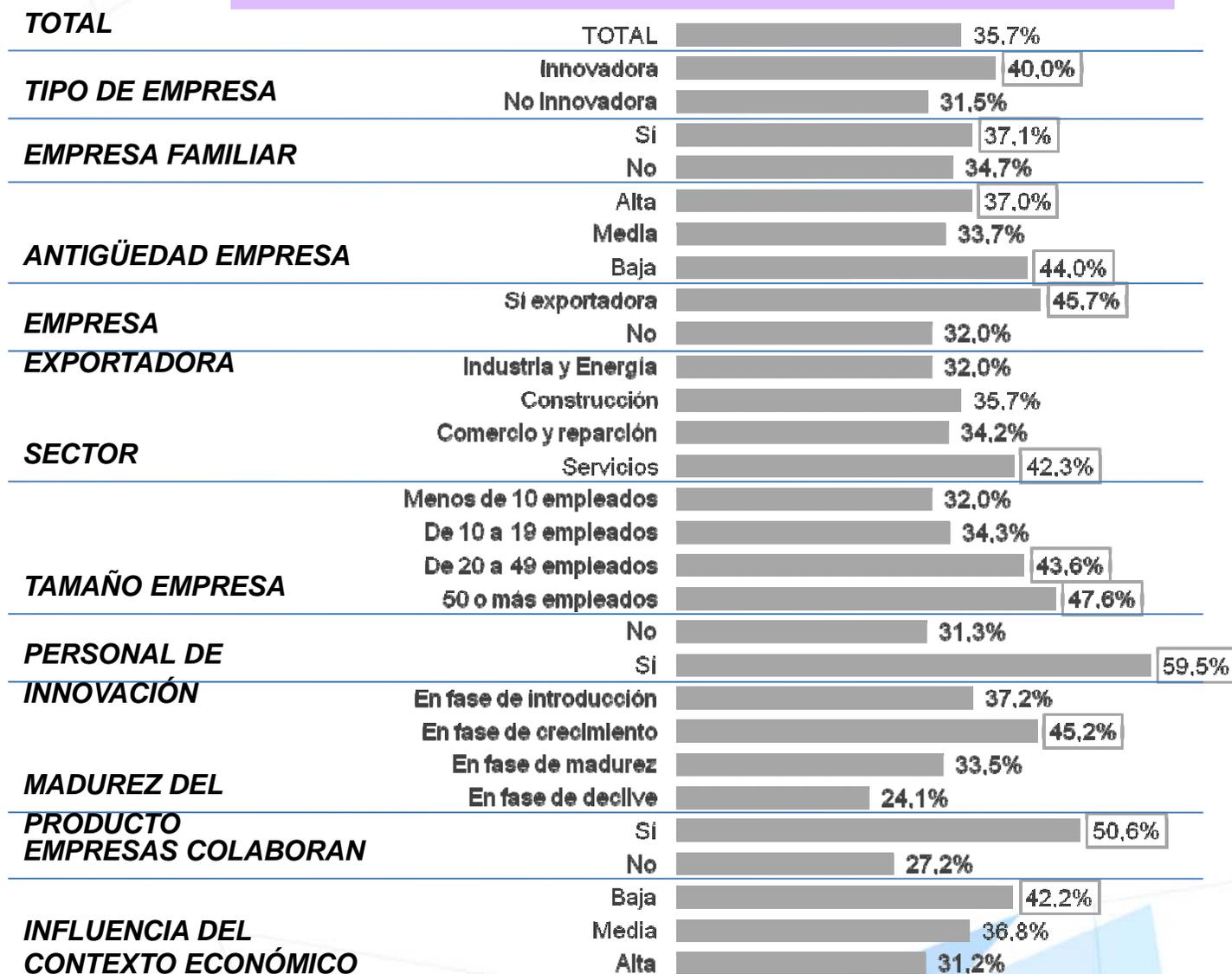


Con mayor peso entre las empresas no innovadoras



Hay variables que están relacionadas con la existencia de un contexto o cultura empresarial más flexible.

VARIABLES QUE INCIDEN EN LA CULTURA EMPRESARIAL FLEXIBLE



LOS MÉTODOS PARA LA PROTECCIÓN DE LA INNOVACIÓN Y EL CONOCIMIENTO



- ✓ Cerca de ocho de cada diez empresas de Bizkaia **no sigue método** alguno para proteger sus innovaciones, ideas o conocimientos; así lo indica un 79,3% de las empresas consultadas.



Dentro del conjunto de las empresas innovadoras, la protección de los conocimientos e innovaciones es más elevado a medida que incrementan los niveles de sistematización de la actividad de mejora continua y pasan a ser altos o muy altos

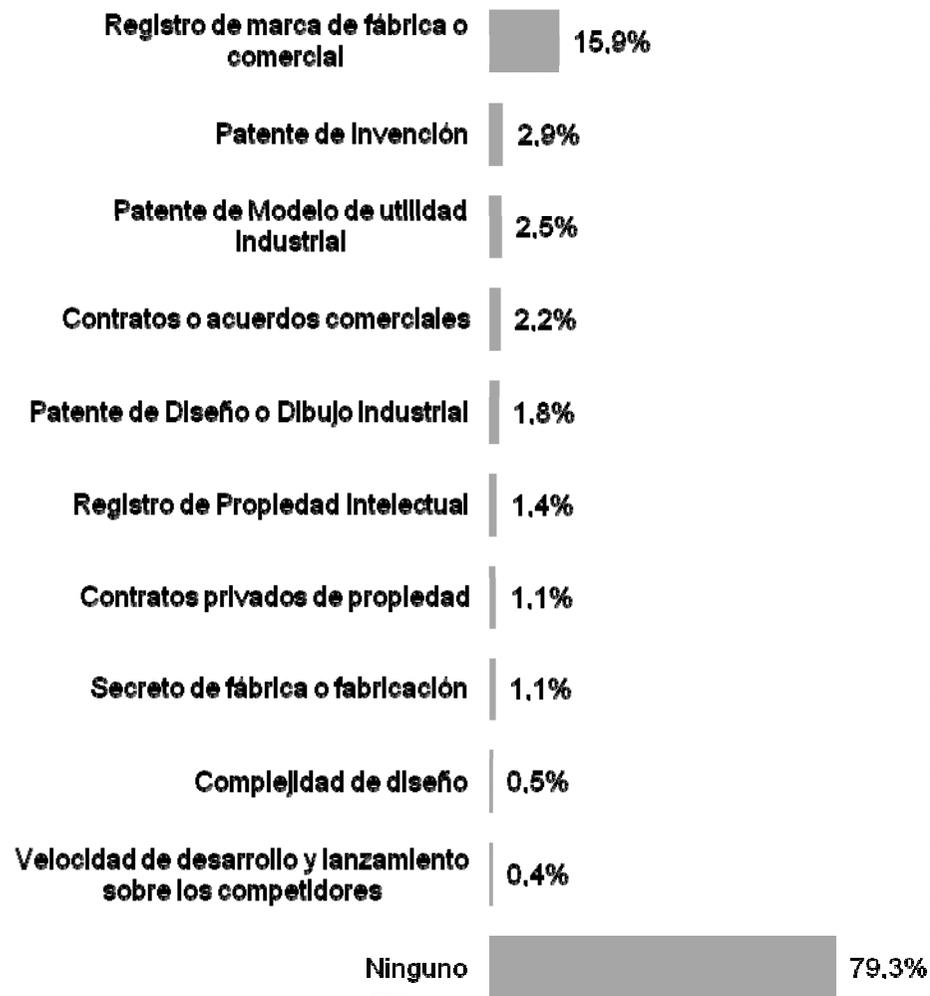


- ✓ Entre las empresas que protegen sus conocimientos o actividades, el **registro de la marca de fábrica o comercial** continúa siendo el procedimiento más recurrente, constituyendo este método el que mayor porcentaje de menciones obtiene (15,9%)*.

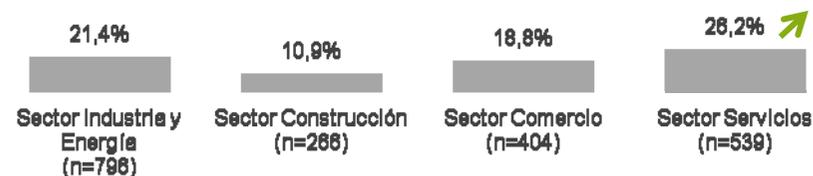
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

P.15.: ¿En su empresa siguen alguno de los siguientes métodos para proteger sus invenciones, innovaciones o conocimientos?*

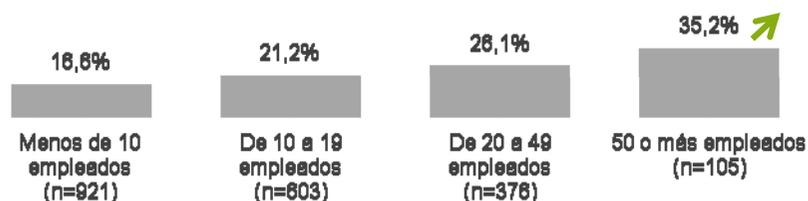
Base: Total de empresas entrevistadas



Según sector de actividad



Según tamaño de la empresa



Según tipo de empresa



* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

P.15.: ¿En su empresa siguen alguno de los siguientes métodos para proteger sus invenciones, innovaciones o conocimientos?*

Base: Total de empresas innovadoras (n=990)

	ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN				
	Muy bajo (n=245)	Bajo (n=183)	Medio (n=269)	Alto (n=121)	Muy Alto (n=172)
Registro de marca de fábrica o comercial	7,3%	13,1%	23,8%	30,6%	45,3%
Patente de Invención	0,8%	1,6%	2,6%	9,1%	17,4%
Patente de Modelo de utilidad industrial	0,4%	4,9%	2,2%	4,1%	13,4%
Contratos o acuerdos comerciales	---	---	1,5%	3,3%	15,1%
Patente de Diseño o Dibujo industrial	---	2,7%	1,5%	3,3%	8,1%
Registro de Propiedad Intelectual	1,2%	0,5%	0,7%	4,1%	8,7%
Contratos privados de propiedad	---	0,5%	0,7%	0,8%	8,1%
Secreto de fábrica o fabricación	---	---	1,1%	1,7%	9,3%
Complejidad de diseño	---	0,5%	0,4%	---	4,1%
Velocidad de desarrollo y lanzamiento sobre los competidores	---	---	---	0,8%	2,9%
Ninguno	91,4%	80,9% ↗	69,1%	57,9%	39,0% ↘

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posible respuesta múltiple.

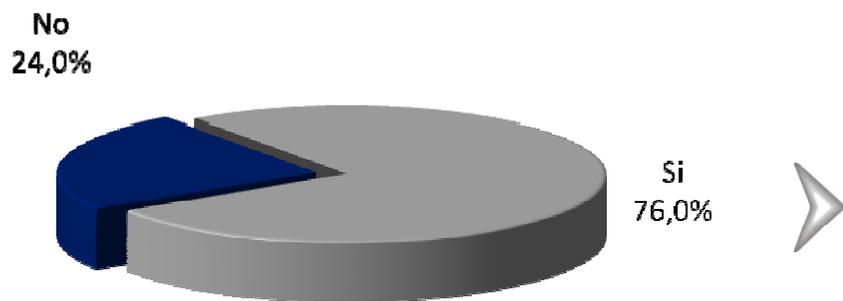
P.15.: ¿En su empresa siguen alguno de los siguientes métodos para proteger sus invenciones, innovaciones o conocimientos?*

Base: Total de empresas no innovadoras (n=1015)

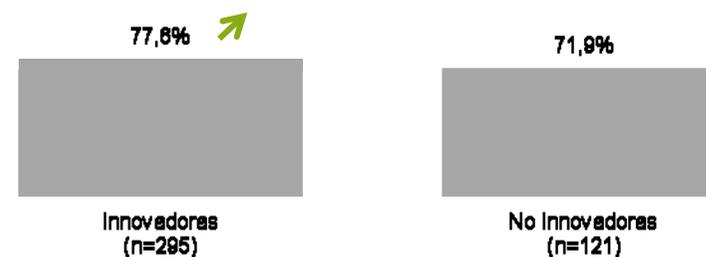
	ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN				
	Muy bajo (n=245)	Bajo (n=183)	Medio (n=269)	Alto (n=121)	Muy Alto (n=172)
Registro de marca de fábrica o comercial	0,6%	3,3%	10,1%	13,6%	21,9%
Patente de Invención	---	0,4%	0,4%	0,6%	1,8%
Patente de Modelo de utilidad industrial	0,6%	0,4%	0,4%	0,6%	1,8%
Contratos o acuerdos comerciales	---	0,4%	---	1,7%	4,1%
Patente de Diseño o Dibujo industrial	---	---	0,4%	2,3%	2,4%
Registro de Propiedad Intelectual	---	---	---	0,6%	1,2%
Contratos privados de propiedad	---	---	0,4%	0,6%	1,8%
Secreto de fábrica o fabricación	---	---	---	---	0,6%
Complejidad de diseño	---	---	---	---	1,2%
Velocidad de desarrollo y lanzamiento sobre los competidores	---	---	---	---	1,2%
Ninguno	98,8%	95,4% ↗	89,1%	81,3%	72,8% ↘

* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posible respuesta múltiple.

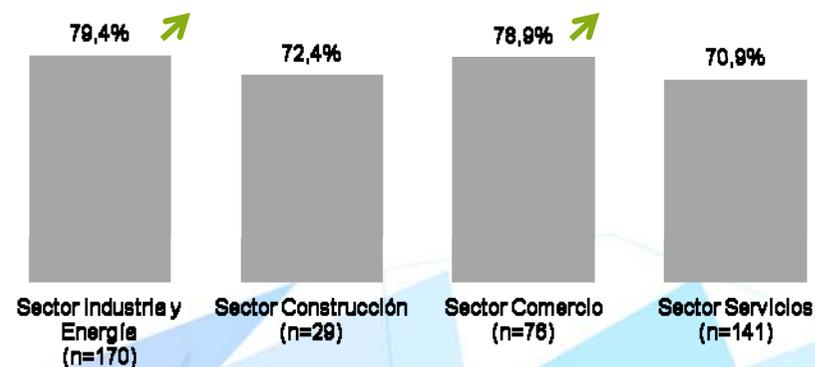
P.16.: ¿Tiene su empresa alguna patente, modelo de utilidad, dibujo industrial, marca o derecho de autor inscrita en el registro de patentes o de la propiedad intelectual que estén vigentes?
 Base: 416 entrevistados que siguen métodos para proteger sus invenciones



Según tipo de empresa

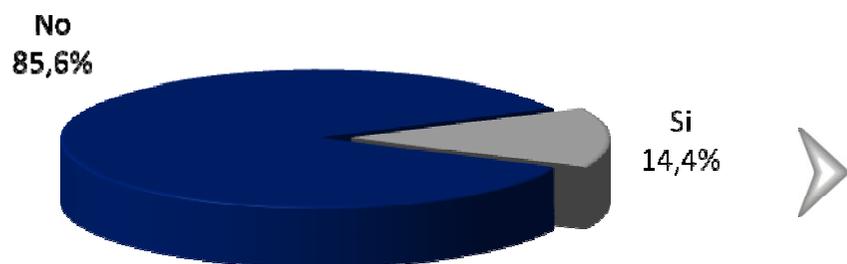


Según sector de actividad



P.17.: ¿Y ahora tiene su empresa alguna patente, marca o derecho de autor en proceso de registro?

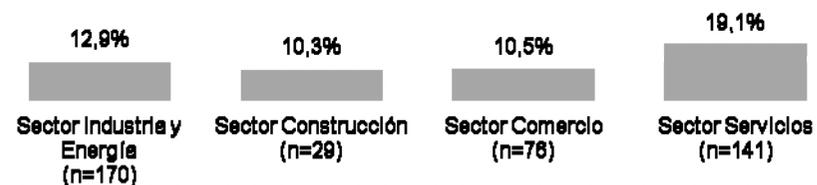
Base: 416 entrevistados que siguen métodos para proteger sus invenciones



Según tipo de empresa



Según sector de actividad





Resumiendo, dos de cada diez empresas vizcaínas sigue algún método de protección de sus invenciones, innovaciones o conocimientos; el 20,7%.



Son fundamentalmente empresas que han llevado a cabo actividad innovadora del sector Servicios o Industria y Energía y que tienen mayor número de empleados

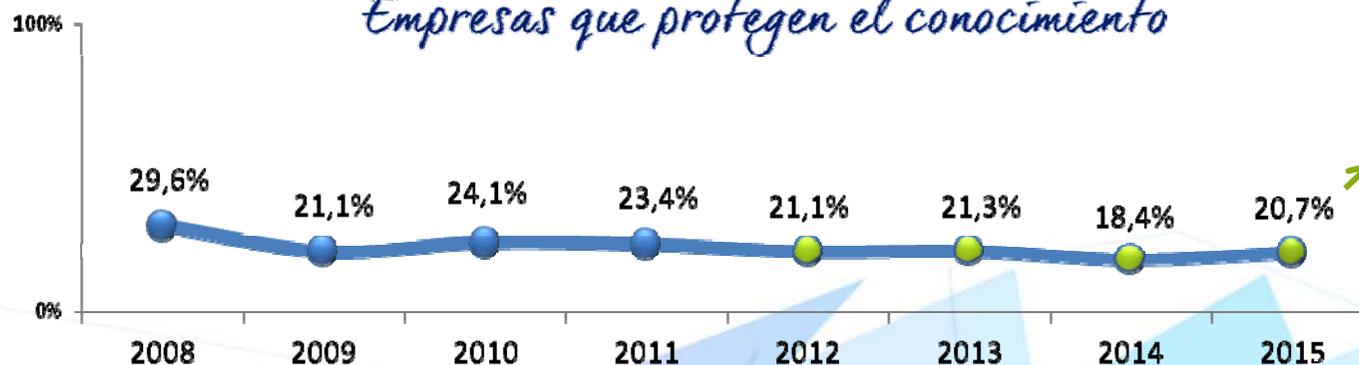


Respecto al pasado año, se recupera la caída observada en la protección del conocimiento.



El registro de marca de fábrica o comercial continúa siendo el método común más empleado, junto a las patentes de invención o utilidad, aunque estas en menor medida.

Empresas que protegen el conocimiento



2015

NORA BIDEA



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

ENCUESTA SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS DE BIZKAIA



7.- LA COOPERACIÓN COMO ACCESO A LA INNOVACIÓN

www.barrixe.com

 @barrixe

 /barrixe



Bizkaiko Foru
Aldundia
Diputación
Foral de Bizkaia



BILBOKO
MERKATARITZA
GANBERA
CÁMARA DE
COMERCIO
DE BILBAO

LA COOPERACIÓN COMO ACCESO A LA INNOVACIÓN

3

LA COOPERACIÓN COMO ACCESO A LA INNOVACIÓN



- ✓ El **36,3%** de las empresas del territorio **ha cooperado** en el **último año**, entendiendo por cooperación un acuerdo entre dos o más empresas que unen o comparten parte de sus capacidades con el objetivo de incrementar sus ventajas competitivas.



La cooperación entre empresas como práctica, está más extendida entre las empresas categorizadas como innovadoras, si bien no es exclusivo de ellas



- ✓ El sector **Servicios** es el terreno en el que la colaboración entre empresas ha sido mayor, afectando a una de cada dos empresas consultadas.



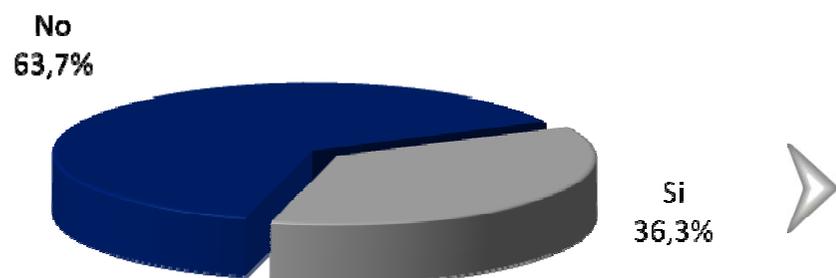
- ✓ Las **empresas del propio sector** son las elegidas para la cooperación por la mayoría de las empresas que durante este año han abordado esta iniciativa colaborativa.



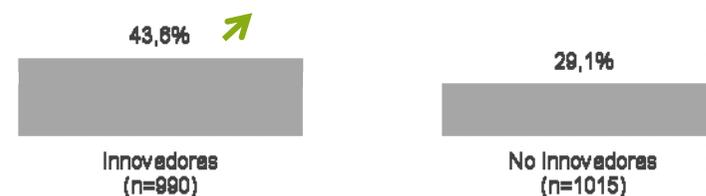
- ✓ Por su parte, las empresas que llevan a cabo actividad innovadora diversifican en mayor grado los agentes con quienes entablan relación; Así, empresas de otros sectores, clientes o proveedores de equipos y tecnología o centros tecnológicos, son también elegidos.

N.20.: Si definimos la cooperación como un acuerdo entre dos o más empresas que uniendo o compartiendo parte de sus capacidades tienen una interrelación, con objeto de incrementar sus ventajas competitivas, ¿ha llevado su empresa procesos de cooperación en el último año?

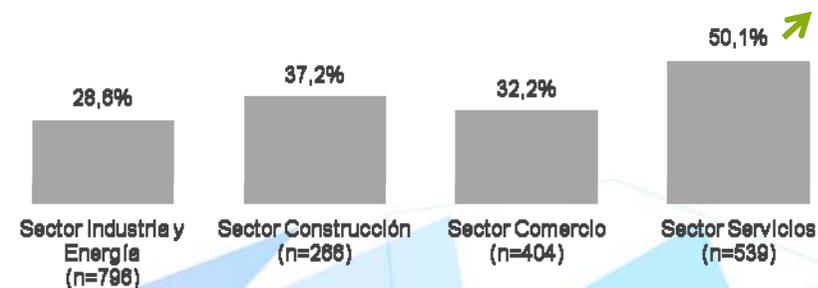
Base: Total de empresas entrevistadas



Según tipo de empresa



Según sector de actividad



N.21.: Dicha cooperación se realizó con...*
Base: 727 empresas que han cooperado en el último año



	TIPO DE EMPRESA	
	Innovadora (n=432)	No Innovadora (n=295)
Otras empresas de su sector	70,6%	73,9%
Otras empresas de otros sectores	36,3%	27,5%
Clientes	26,2%	16,9%
Proveedores de equipos o tecnología	18,1%	11,9%
Centros tecnológicos u organismos públicos de la investigación	16,2%	3,7%
Expertos y firmas consultoras	8,3%	4,7%
Universidades	9,7%	2,4%
Otras	1,2%	0,7%

* Se leyeron las opciones. Posible respuesta múltiple.

N.21.: Dicha cooperación se realizó con...*

Base: 727 empresas que han cooperado en el último año

	TOTAL (n=727)	SECTOR			
		Industria y Energía (n=228)	Construcción (n=99)	Comercio y reparación (n=130)	Servicios (n=270)
Otras empresas de su sector	71,9%	70,2%	75,8%	73,8%	71,1%
Otras empresas de otros sectores	32,7%	31,6%	37,4%	29,2%	33,7%
Clientes	22,4%	24,6%	14,1%	21,5%	24,1%
Proveedores de equipos o tecnología	15,5%	14,9%	15,2%	19,2%	14,4%
Centros tecnológicos u organismos públicos de la investigación	11,1%	13,6%	4,0%	6,2%	14,1%
Expertos y firmas consultoras	6,9%	5,3%	5,1%	4,6%	10,0%
Universidades	6,7%	4,8%	5,1%	2,3%	11,1%
Otras	1,0%	0,9%	1,0%	0,8%	1,1%

* Se leyeron las opciones. Posible respuesta múltiple.



✓ **La cooperación** de las empresas vizcaínas tiene **tres propósitos** principalmente:

- ✓ El **diseño y desarrollo** de **nuevos o mejorados productos o servicios** (42,8%)
- ✓ El **desarrollo de nuevos mercados** (36,5%)
- ✓ La **generación de conceptos e ideas** de nuevos productos o servicios (35,9%)



El desarrollo de nuevos mercados aparece como principal motivo de la cooperación entre las empresas del sector Comercio y Reparaciones

N.22.: Y en concreto esa cooperación se centra en...?*

Base: 727 empresas que han cooperado en el último año



	TIPO DE EMPRESA	
	Innovadora (n=432)	No Innovadora (n=295)
Diseño y desarrollo de nuevos o mejorados productos o servicios	50,5%	31,5%
Desarrollo de nuevos mercados	37,7%	34,6%
Generación de conceptos de ideas de nuevos productos / servicios	43,3%	25,1%
Fabricación de nuevos productos	24,8%	17,3%
Nuevos sistemas logísticos o de distribución	14,4%	15,6%
Vigilancia e identificación de oportunidades	16,2%	9,2%
Nuevos sistema / tecnología de producción o entregas del servicio	14,1%	7,1%
Aumento capacidad productiva	2,5%	5,4%
Formación	0,5%	0,3%
Otras	1,6%	3,7%

Principal

Otros importantes

* Se leyeron las opciones. Posible respuesta múltiple.

N.22.: Y en concreto esa cooperación se centra en...?*

Base: 727 empresas que han cooperado en el último año

	TOTAL (n=727)	SECTOR			
		Industria y Energía (n=228)	Construcción (n=99)	Comercio y reparación (n=130)	Servicios (n=270)
Diseño y desarrollo de nuevos o mejorados productos o servicios	42,8%	46,5%	34,3%	39,2%	44,4%
Desarrollo de nuevos mercados	36,5%	31,1%	30,3%	45,4%	38,9%
Generación de conceptos de ideas de nuevos productos / servicios	35,9%	36,0%	28,3%	33,1%	40,0%
Fabricación de nuevos productos	21,7%	32,0%	14,1%	22,3%	15,6%
Nuevos sistemas logísticos o de distribución	14,9%	7,5%	16,2%	27,7%	14,4%
Vigilancia e identificación de oportunidades	13,3%	7,5%	12,1%	19,2%	15,9%
Nuevos sistema / tecnología de producción o entregas del servicio	11,3%	12,3%	9,1%	14,6%	9,6%
Aumento capacidad productiva	3,7%	2,2%	9,1%	3,1%	3,3%
Formación	0,4%	---	1,0%	0,8%	0,4%
Otras	2,5%	1,8%	2,0%	1,5%	3,7%

 Principal

 Otros importantes

* Se leyeron las opciones. Posible respuesta múltiple.

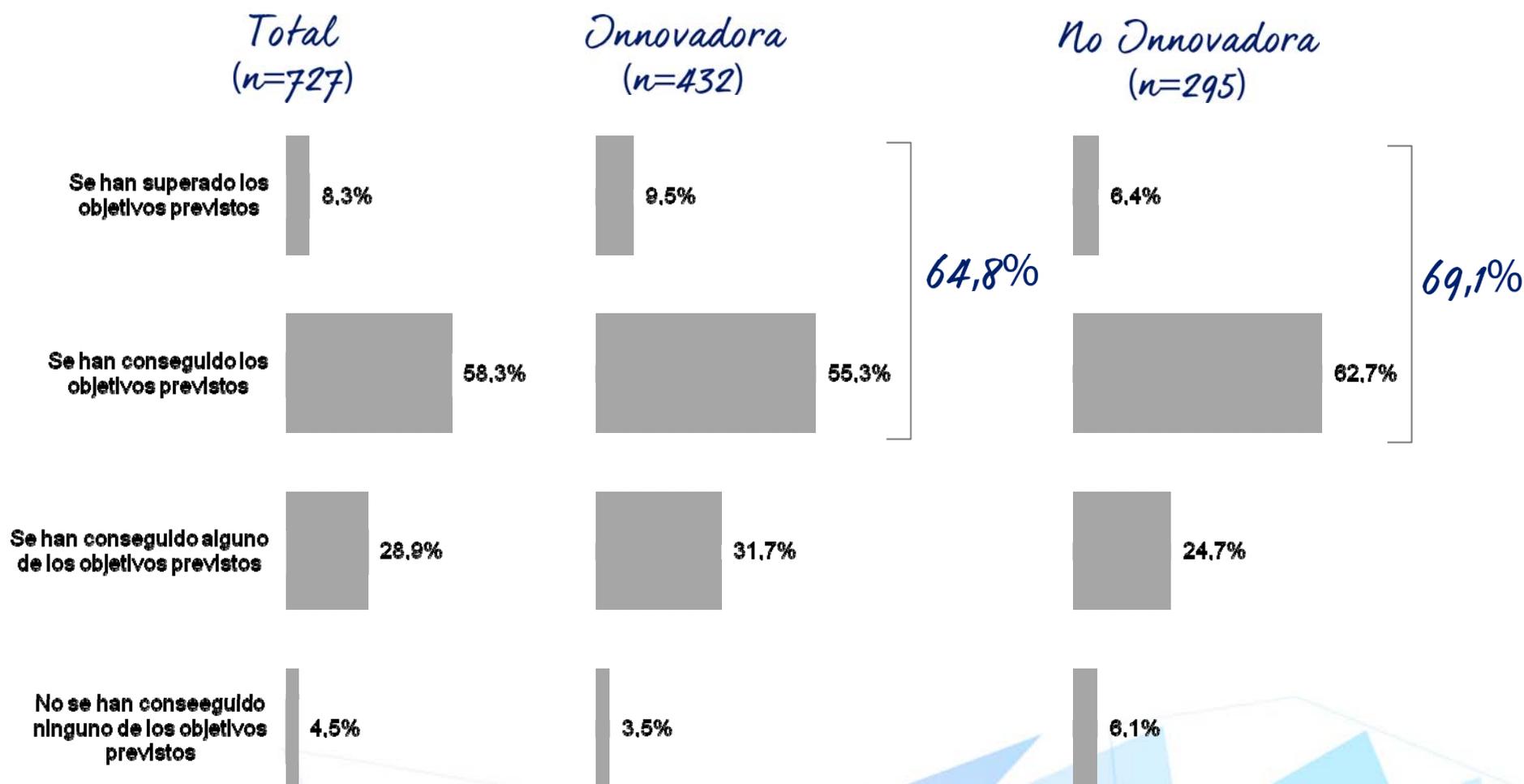


✓ El 58,3% de las empresas que ha cooperado señala haber conseguido los objetivos previstos. Además un 8,3% manifiesta haberlos superado con creces.



Esta percepción de éxito es superior en el caso de las empresas no innovadoras que han abordado procesos de cooperación

N.23.: Dicha cooperación le ha resultado?...*
Base: 727 empresas que han cooperado este año





✓ Respecto a las **razones** para abordar la **colaboración**, dos son las principales señaladas por los consultados:

- ✓ Razones de **mercado** (64,9%)
- ✓ Razones **económicas** o de coste (23,7%)



✓ Las empresas innovadoras señalan también razones vinculadas al conocimiento en mayor grado que las no innovadoras, de lo que se deduce que la búsqueda de conocimiento especializado o específico, es motor de colaboración en el tejido empresarial vizcaino.



Si anteriormente las razones de coste superaban en importancia a las de mercado para afrontar la cooperación, en esta ola, pareciera que el mercado impone el ritmo

N.24.B: ¿Cuáles fueron las razones que le llevaron a cooperar con otras empresas u agentes de la innovación?*

Base: 727 empresas que han cooperado este año



	TIPO DE EMPRESA	
	Innovadora (n=432)	No Innovadora (n=295)
Razones de mercado	65,3%	64,4%
Razones económicas o de coste	24,5%	22,4%
Razones vinculadas al conocimiento	28,2%	13,9%
Razones organizativas	22,0%	20,7%
Mejorar productos / servicios al cliente	0,5%	0,3%
Otras	1,6%	2,0%
Ns/nc	0,2%	---

* Se leyeron las opciones. Posible respuesta múltiple.



✓ Por último, apuntar que las **empresas** que **no han cooperado** en el último ejercicio aducen como motivos, cuatro principales ideas:

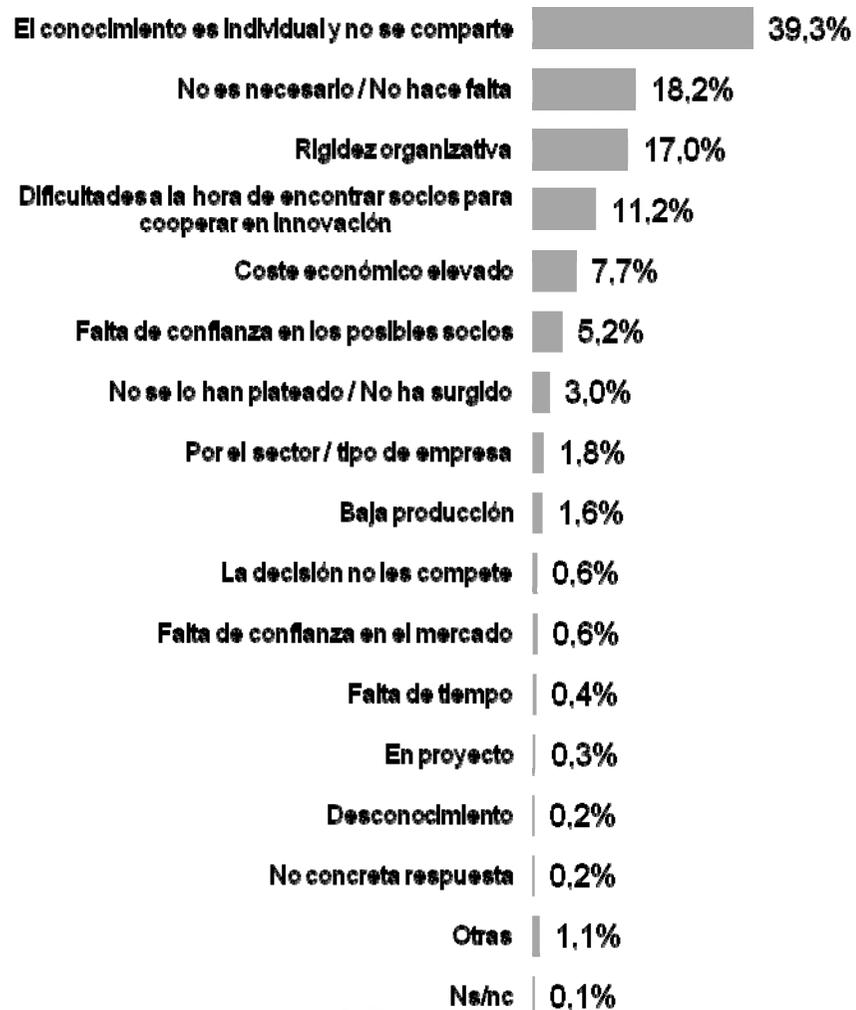
- ✓ Que el conocimiento no se comparte (39,3%)
- ✓ Que no lo necesitan o hace falta (18,2%)
- ✓ La rigidez organizativa (17,0%)
- ✓ Las dificultades para encontrar socios (11,2%)



La negativa a compartir el conocimiento evidencia cierta desconfianza de las empresas ante un texto poco favorable

N.25.: Me ha dicho que su empresa no ha realizado procesos de cooperación en el último año, esto se ha debido a...

Base: 1278 empresas que no han cooperado



	TIPO DE EMPRESA	
	Innovadora (n=558)	No Innovadora (n=720)
El conocimiento es individual y no se comparte	48,4%	32,2%
No es necesario / No hace falta	15,1%	20,7%
Rigidez organizativa	15,6%	18,1%
Dificultades a la hora de encontrar socios para cooperar en innovación	10,4%	11,8%
Coste económico elevado	5,7%	9,3%
Falta de confianza en los posibles socios	5,0%	5,4%
No se lo han planteado / No ha surgido	2,9%	3,1%
Por el sector / tipo de empresa	1,3%	2,2%
Baja producción	0,4%	2,5%
La decisión no les compete	0,2%	1,0%
Falta de confianza en el mercado	0,4%	0,8%
Falta de tiempo	0,5%	0,3%
En proyecto	0,4%	0,3%
Desconocimiento	0,2%	0,3%
No concreta respuesta	0,4%	---
Otras	1,6%	0,7%
Ns/nc	---	0,1%

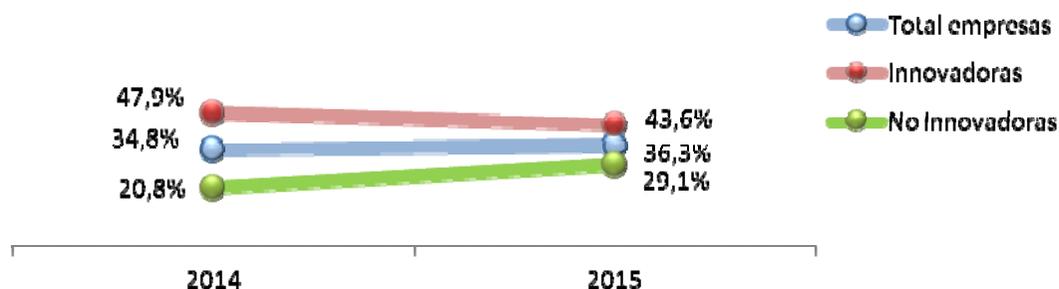
Falta de confianza
Diversidad de criterios

* Se leyeron las opciones. Posible respuesta múltiple.



En resumen, más de una de cada tres empresas consultadas ha llegado a acuerdos con otras empresas con el objeto de incrementar sus ventajas competitivas; el 36,3%

La evolución de la cooperación



En el sector servicios la práctica de la cooperación empresarial afecta a una de cada dos empresas.



El objetivo de esta cooperación se centra en el diseño y desarrollo de nuevos o mejorados productos o servicios, nuevos mercados o en la generación de ideas.



Casi siete de cada diez empresas manifiestan satisfacción por una práctica a la que parece que ha impulsado las exigencias del mercado, principalmente.

2015

NORA BIDEA



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

ENCUESTA SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS DE BIZKAIA



8.- LA INNOVACIÓN EN MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

www.barrixe.com

 @barrixe

 /barrixe



Bizkaiko Foru
Aldundia
Diputación
Foral de Bizkaia



BILBOKO
MERKATARITZA
GANBERA
CÁMARA DE
COMERCIO
DE BILBAO

LAS INNOVACIONES EN EL ÁREA DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN 3

LAS INNOVACIONES EN EL ÁREA DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN



✓ En esta ocasión el volumen de empresas entrevistadas que ha acometido innovación en marketing y comercialización se sitúa por debajo del dato del pasado año, volviendo a niveles de 2013.



Son 21,8% las empresas vizcáinas que ha llevado a cabo innovaciones en marketing y comercialización

Las empresas que realizan actividades innovadoras en marketing y comercialización

Base: 990 empresas innovadoras





- ✓ Comparativamente con el pasado año, y tratándose del último ejercicio, las empresas innovadoras han incrementado sus incursiones en el área del marketing y la comercialización de productos al llevar a cabo acciones o procesos de innovación en sus organizaciones.



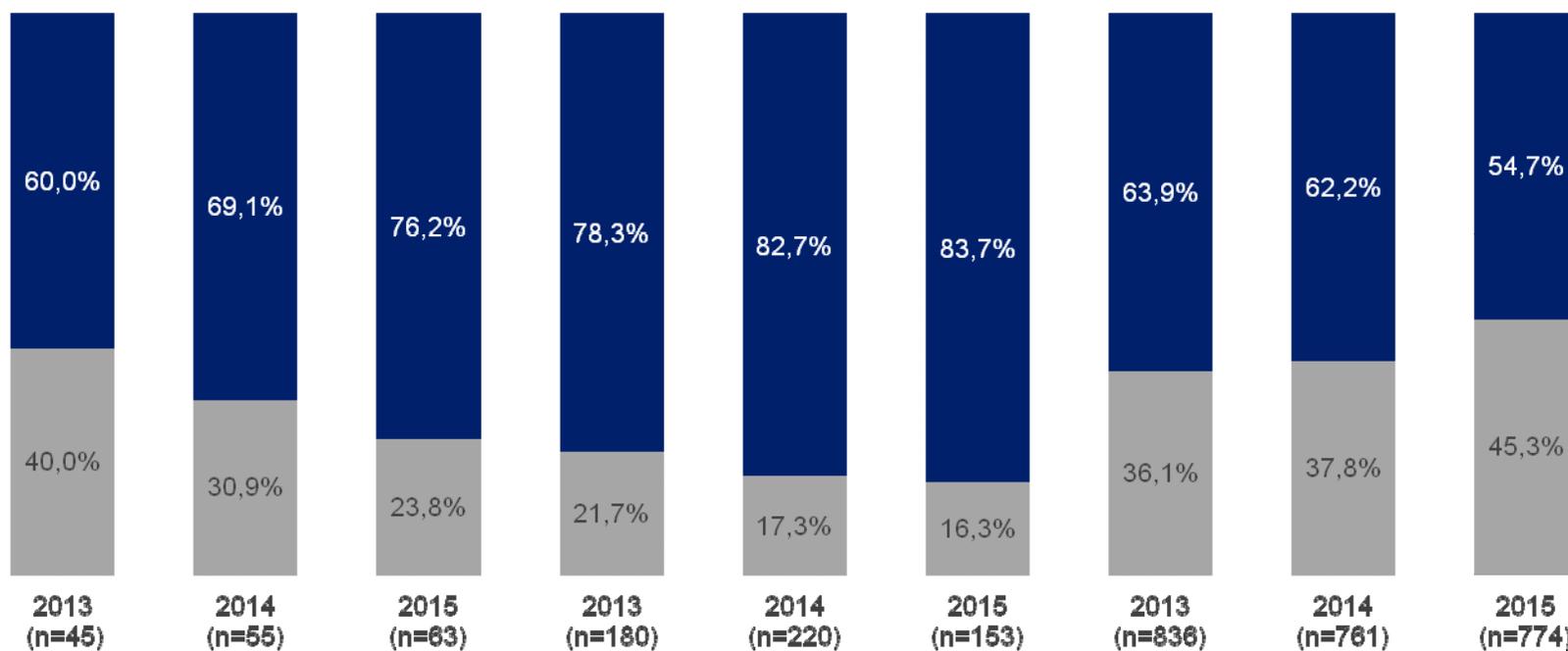
- ✓ Para las empresas que han dedicado sus esfuerzos al ámbito del marketing y la comercialización exclusivamente, la visualización del cumplimiento de sus expectativas parece menor.



- ✓ Este año el acceso a la ayuda pública entre quienes solo han abordado innovaciones en esta materia, ha sido superior.

P.1.: La actividad innovadora en el último ejercicio

Base: Total de empresas innovadoras

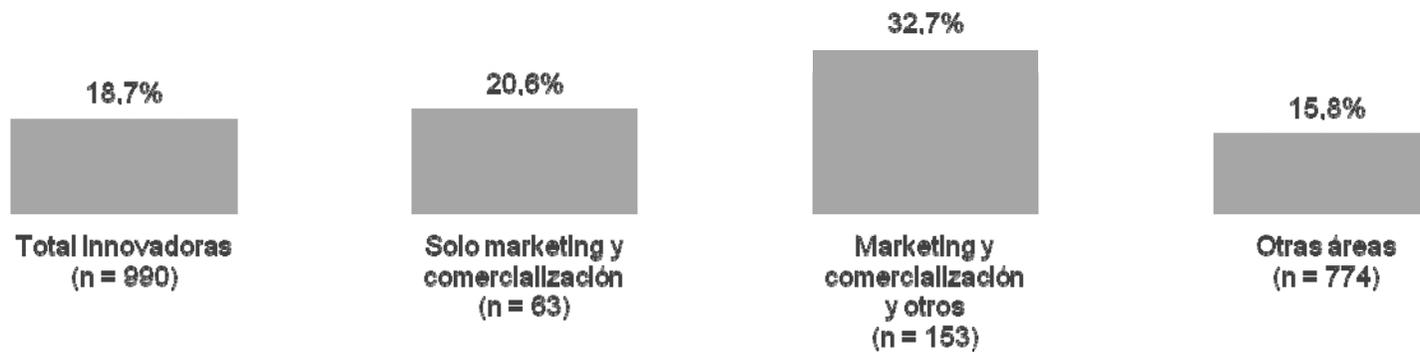


Solo marketing y comercialización

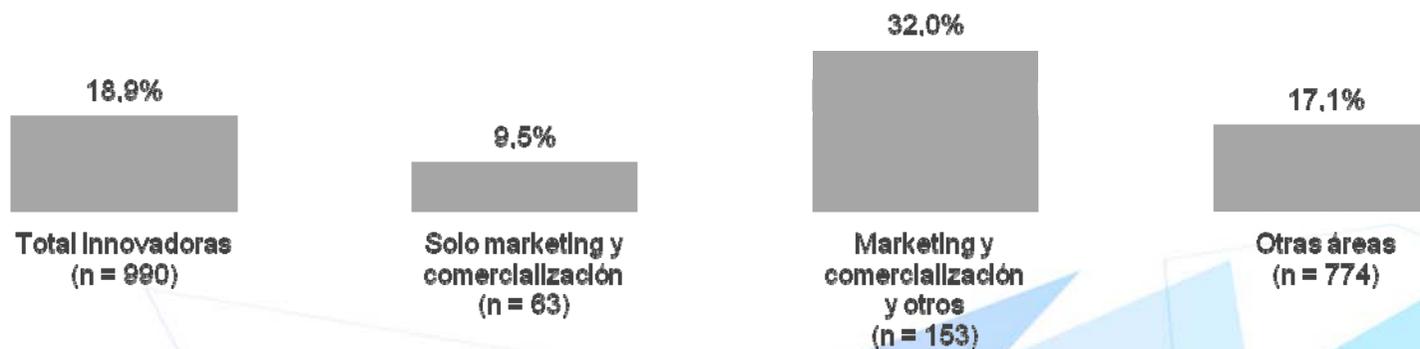
Marketing, comercialización y otras

Otras áreas

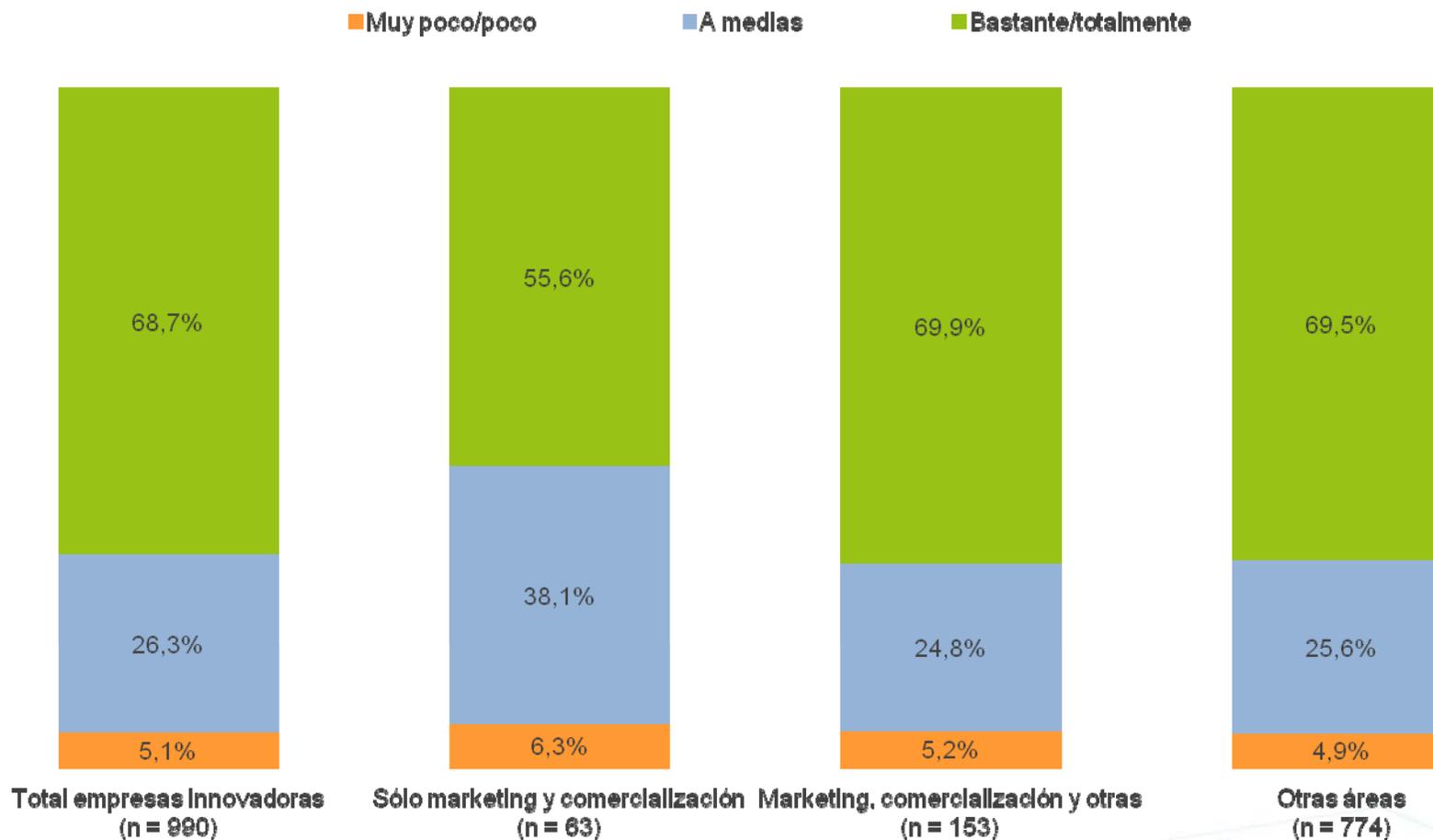
N.5B.: Disposición de una partida específica para actividades de innovación



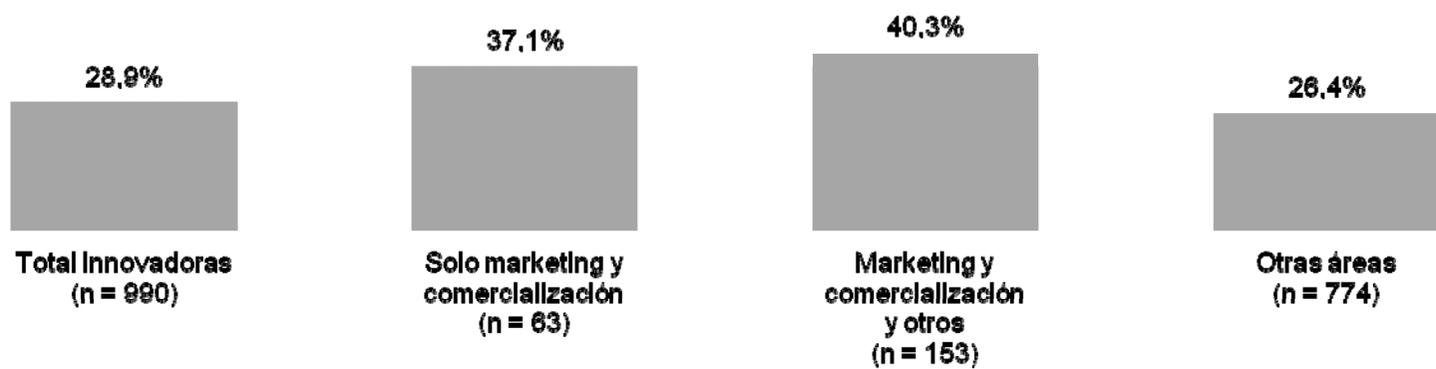
N.5C.: La contabilidad de la gestión permite identificar los beneficios de las innovaciones implementadas



P.6.: Grado de cumplimiento de las expectativas con las actividades innovadoras



P.8.: Acceso a la ayuda pública





Resumiendo, del total de empresas innovadoras radicadas en el territorio vizcaíno, un 21,8% ha realizado innovaciones en el área de marketing y comercialización.



Son aproximadamente 8.620 empresas de las que en su gran mayoría las actividades innovadoras no se han circunscrito exclusivamente a este ámbito sino que también han afectado a otras áreas.



Y es que las empresas que nombran iniciativas en marketing y comercialización son, como en otras ocasiones, las que citan un mayor número de áreas de acción; una media de 6.

Número de ámbitos de la innovación

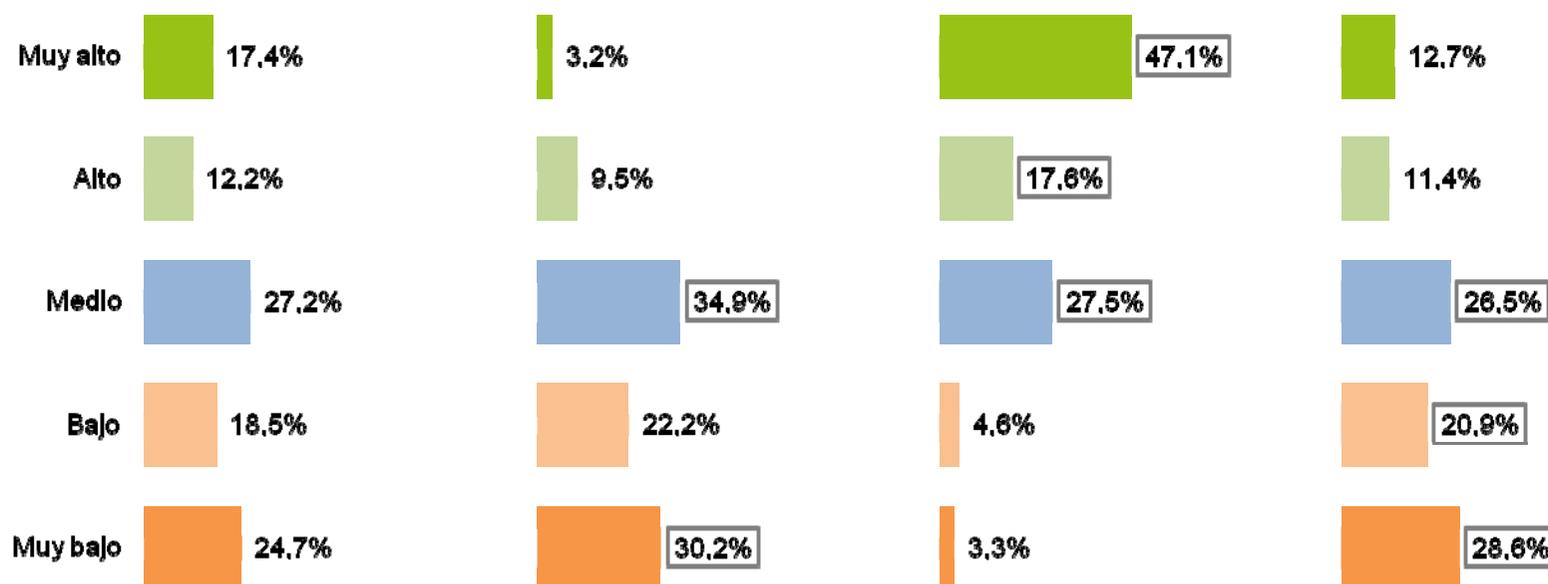
2.2
Total Innovadoras
(n = 990)

1.3
Solo marketing y
comercialización
(n = 63)

6.1
Marketing y
comercialización
y otros
(n = 153)

1.5
Otras áreas
(n = 774)

El Índice de Intensidad de la Innovación



Índice 3I

34.2
Total Innovadoras
(n = 990)

28.2
Solo marketing y
comercialización
(n = 63)

50.8
Marketing y
comercialización
y otros
(n = 153)

31.4
Otras áreas
(n = 774)