

2014 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 caracterización de las empresas innovadoras de Bizkaia y la generación de una base de datos de empresas interesadas en la innovación, lleva realizándose por parte de la Cámara de Comercio de Bilbao desde el año 2007.



Diversas etapas se han llevado a cabo en los últimos años. En las primeras etapas, el propósito principal lo constituía la creación de dicha base de datos de empresas interesadas por la innovación.

	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
TOTAL CONTACTOS DISPONIBLES	3.468	3.468	4.293	3.677	2.832	2.605	5.947	5.571	5.049
PARTICIPAN EN EL ESTUDIO	1.713	1.785	1.178	1.162	970	973	1.995	2.005	2.001
ERROR MUESTRAL*	± 1,6%	± 1,5%	± 2,5%	± 2,4%	± 2,6%	± 2,5%	± 1,8%	± 1,8%	± 1,7%
ÍNDICE DE COMPROMISO**	49,4%	51,5%	27,4%	31,6%	34,3%	37,4%	33,5%	35,9%	39,6%

* 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.



Desde mayo de 2012 y en la presente ola que constituiría la novena del Innobarómetro, el planteamiento metodológico empleado se ha centrado en conocer la realidad del conjunto de empresas de Bizkaia respecto a la innovación, en concreto en obtener un “termómetro” de la actividad innovadora en el territorio.

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 5.049 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 **2.001 entrevistas**, siguiendo un **muestreo aleatorio** a las empresas de Bizkaia. 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 80.493 empresas*, ofrece un margen de error del **±2,2%**.

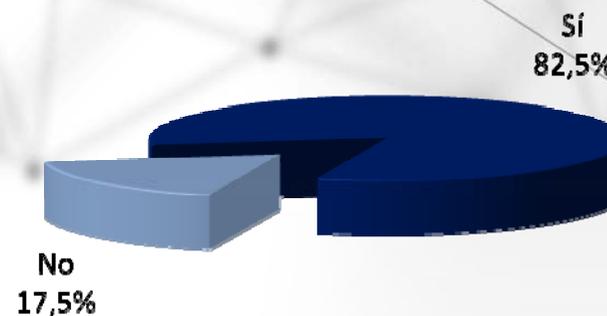
GENERACIÓN DE LA BASE DE DATOS

- ✓ 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 1/1/2013.

- ✓ Del total de empresas entrevistadas, algo más de ocho de cada diez ha accedido a formar parte de dicho registro, habiéndose incrementado respecto al barómetro de 2013.

Proporción de empresas entrevistadas que accede a proporcionar sus datos al Registro



FECHAS DE REALIZACIÓN DE LOS PROCESOS

- ✓ La investigación descrita se realizó en las fechas que se detallan a continuación:
 - ✓ Aprobación del cuestionario: 16 de abril de 2014.
 - ✓ Trabajo de campo: del 5 al 30 de mayo de 2014.
 - ✓ Proceso y tabulación estadística: del 2 al 4 de junio de 2014.
 - ✓ Realización de informe y presentación de resultados: del 5 al 13 de junio de 2014.

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:

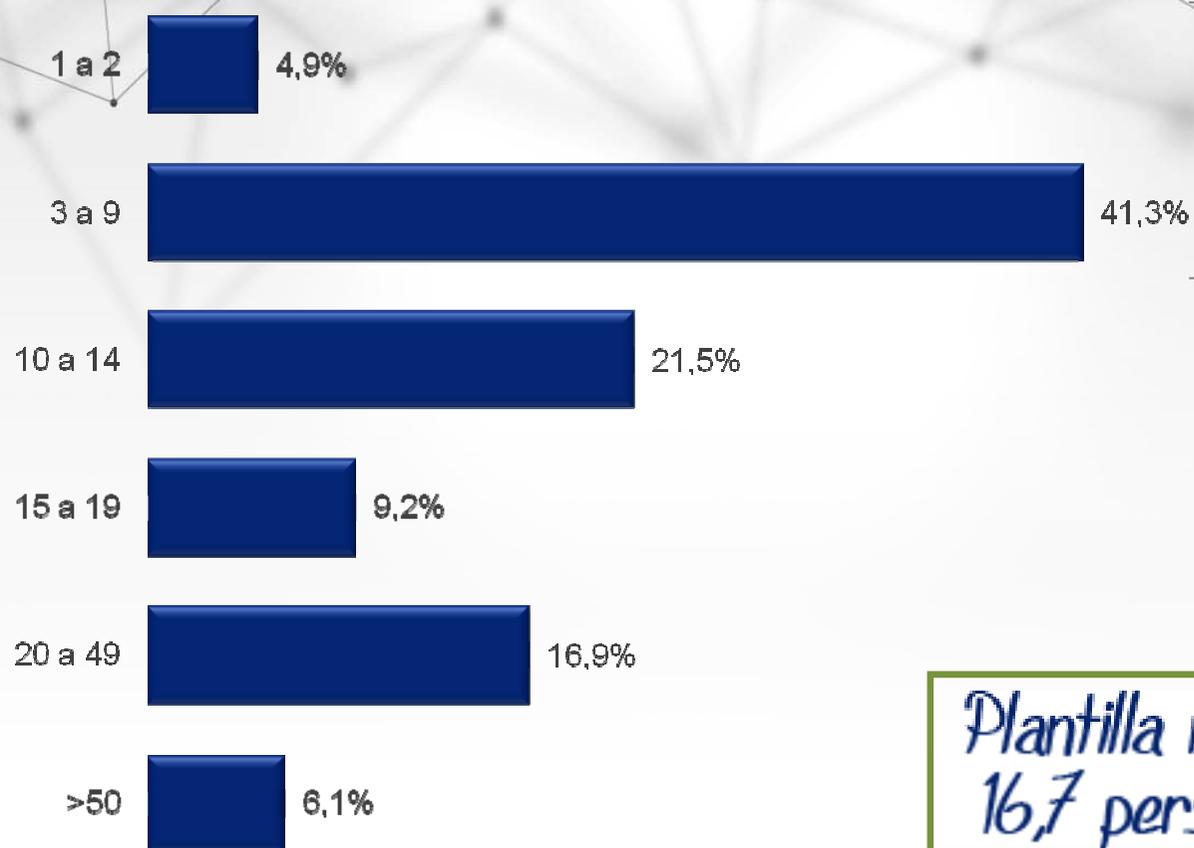
- ✓ Empresas con una plantilla media de 17 trabajadores si bien, de ellas, el 46,2% dispone de un plantilla inferior a los 9 trabajadores.
- ✓ El 65,1% adoptan la forma jurídica de Sociedad Limitada,
- ✓ Cuatro de cada diez, son empresas familiares.
- ✓ La mayoría son empresas con una antigüedad media; el 54,2%. La proporción de empresas de reciente creación es reducida; el 11,0%.
- ✓ El 75,3% de las empresas está radicada en la comarca del Gran Bilbao.
- ✓ Dos de cada diez empresas realiza una actividad exportadora, y para el 60,0% de ellas, el papel del mercado internacional se califica como muy relevante.
- ✓ El 61,7% 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 2014

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

Base: Total de empresas entrevistadas (n = 2001)



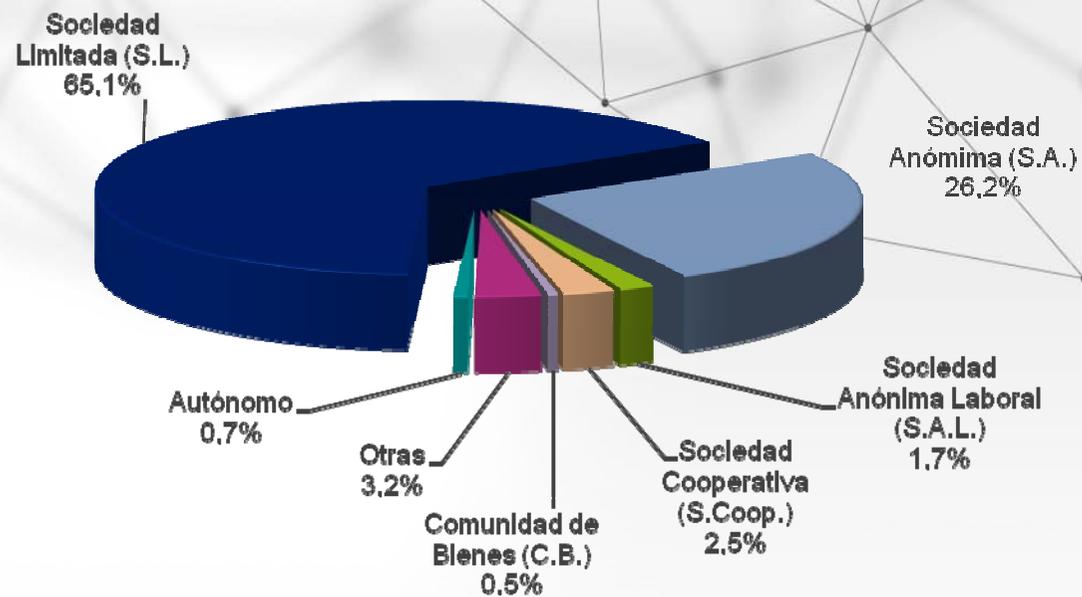
Un 46,2% de las empresas poseen menos de nueve personas en su plantilla

Plantilla media:
16,7 personas



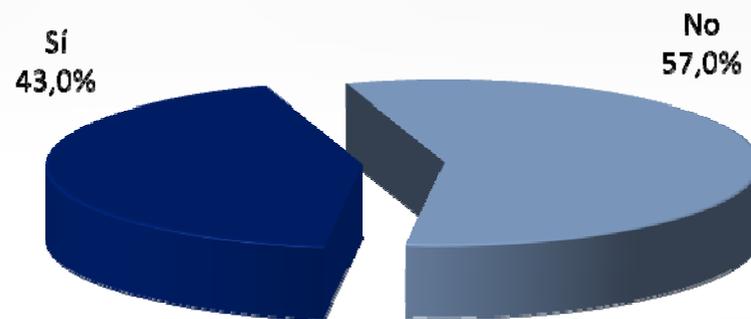
Forma Jurídica (D.1.)

Base: 2001 empresas entrevistadas



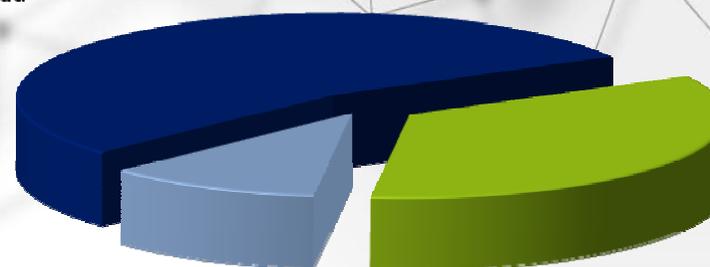
Empresa Familiar (D.2.)

Base: 2001 empresas entrevistadas



Fundación de la empresa (D.3.)
Base: 2001 empresas entrevistadas

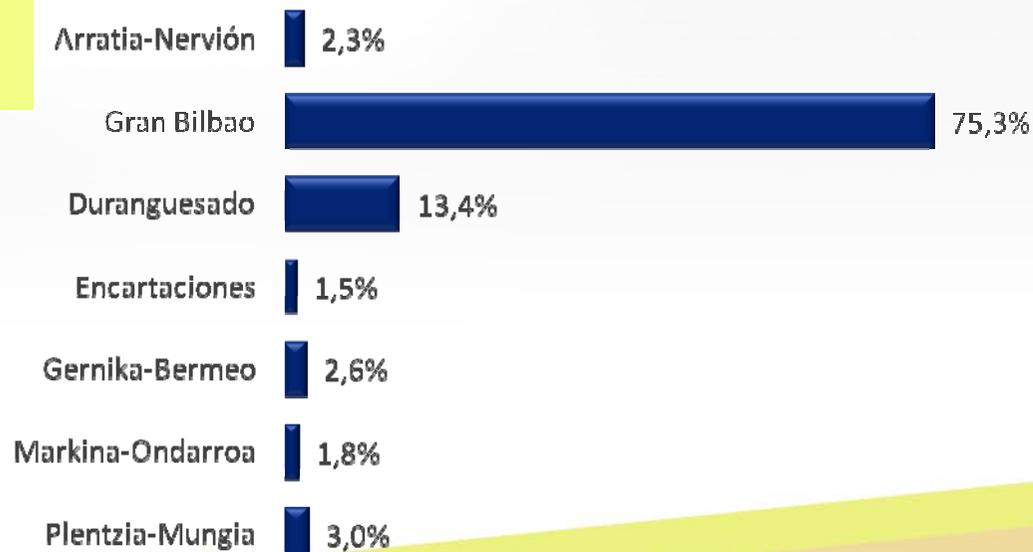
Entre 6 y 25 años.
Antigüedad media.
54,2%



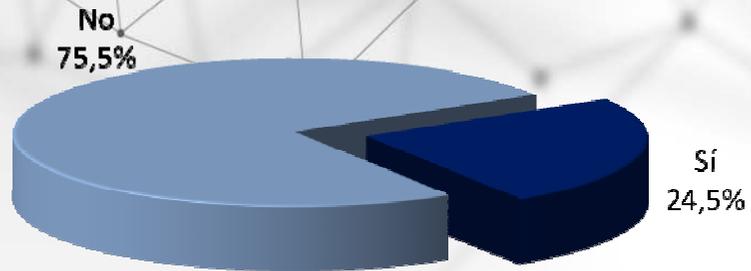
Últimos 5 años.
Antigüedad baja.
11,0%

Más de 25 años.
Antigüedad elevada
34,8%

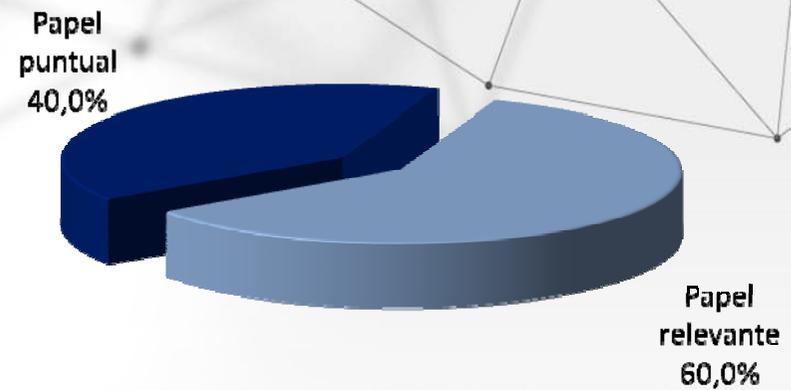
Ubicación de la empresa (D.3.)
Base: 2001 empresas entrevistadas



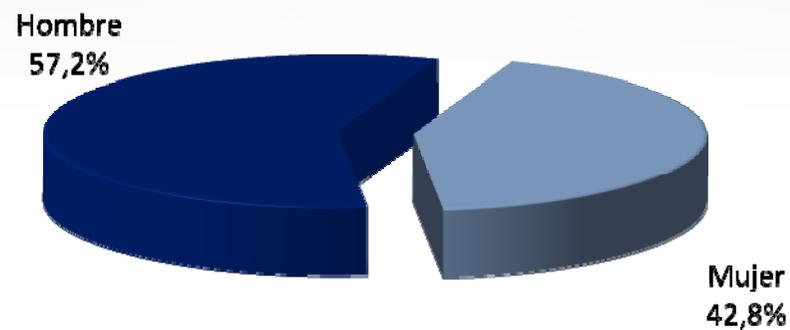
Empresas exportadoras (D.4.)
Base: 2001 empresas entrevistadas



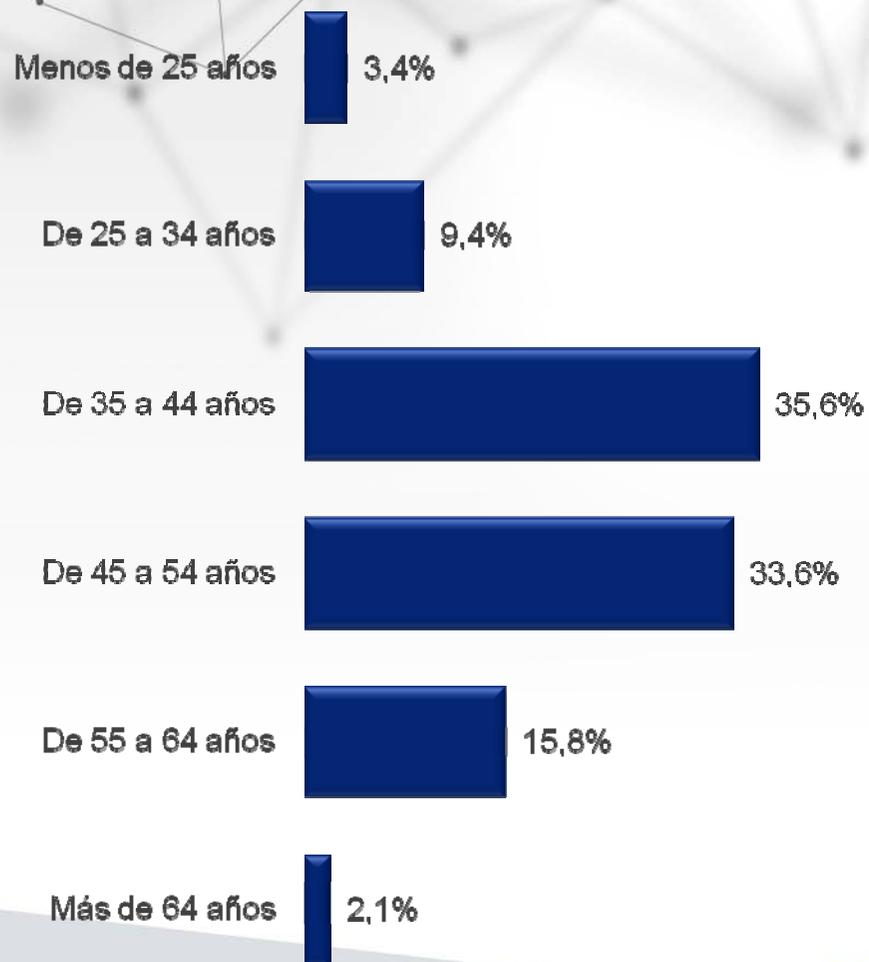
Papel del mercado internacional para la empresa (D.4.1.)
Base: 490 empresas exportadoras



Género del entrevistado (D.6.)
Base: 2001 empresas entrevistadas



Edad del entrevistado (D.7.)
Base: 2001 empresas entrevistadas



El 69,2% de los interlocutores tiene edades comprendidas entre los 35 y 54 años

Nivel de estudios (D.8.)

Base: 2001 empresas entrevistadas



Ciclo de vida del negocio (P.19.)

Base: 2001 empresas entrevistadas



2014 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

22

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

27

La valoración del contexto económico	28
La previsión a futuro	35

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.

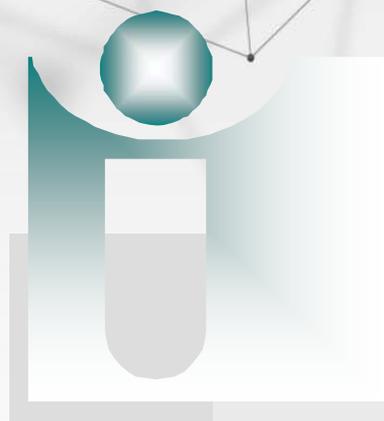


Por otra parte, **profundizar en los perfiles de empresas que no han acometido ninguna actividad innovadora**, pudiendo establecer la mayor o menor distancia a la que se sitúan, así como los motivos y necesidades detectadas para dar el salto a la innovación.

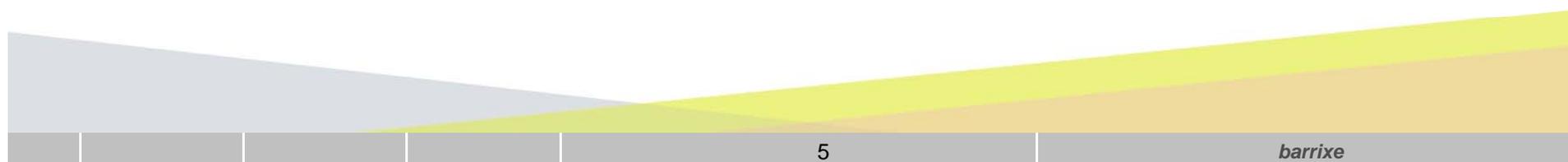


En definitiva, se trata de conocer la realidad del conjunto de empresas de Bizkaia respecto a la innovación





La participación en actividades innovadoras





Una de cada tres empresas consultadas manifiesta haber realizado alguna actividad innovadora durante el último ejercicio, correspondiente a 2013; el 34,6% del total entrevistado.



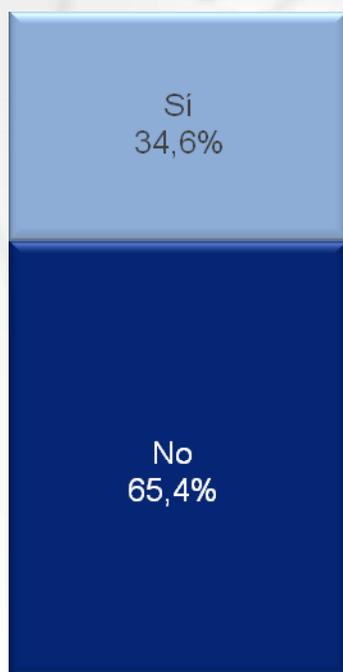
Una tipología de empresa que ha abordado la innovación de reciente creación, cuyo ciclo de vida del negocio está en fase de introducción y crecimiento y que lleva a cabo actividad exportadora, principalmente



Respecto a los ejercicios anteriores, echando la vista atrás a **un periodo de tres años**, la proporción de empresas que manifiesta haber acometido alguna iniciativa innovadora cae respecto a la ola anterior, cifrándose en el **44,2%** de las consultadas.

**P.1.: En este último ejercicio 2013,
¿su empresa ha llevado a cabo algún tipo de
actividad innovadora?***

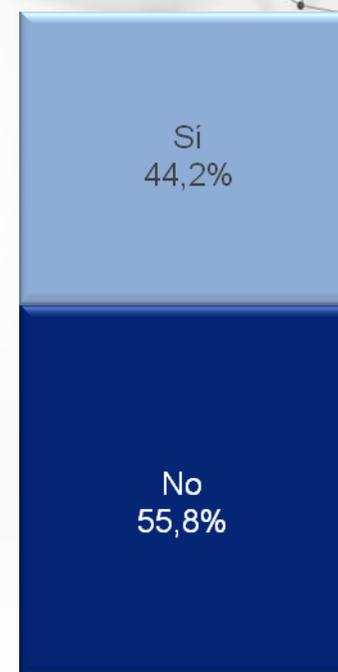
Base: Total de empresas entrevistadas



TOTAL
(n=2001)

**P.2.: En los tres ejercicios anteriores
(2010-2012), ¿su empresa ha llevado a cabo
algún tipo de actividad innovadora?***

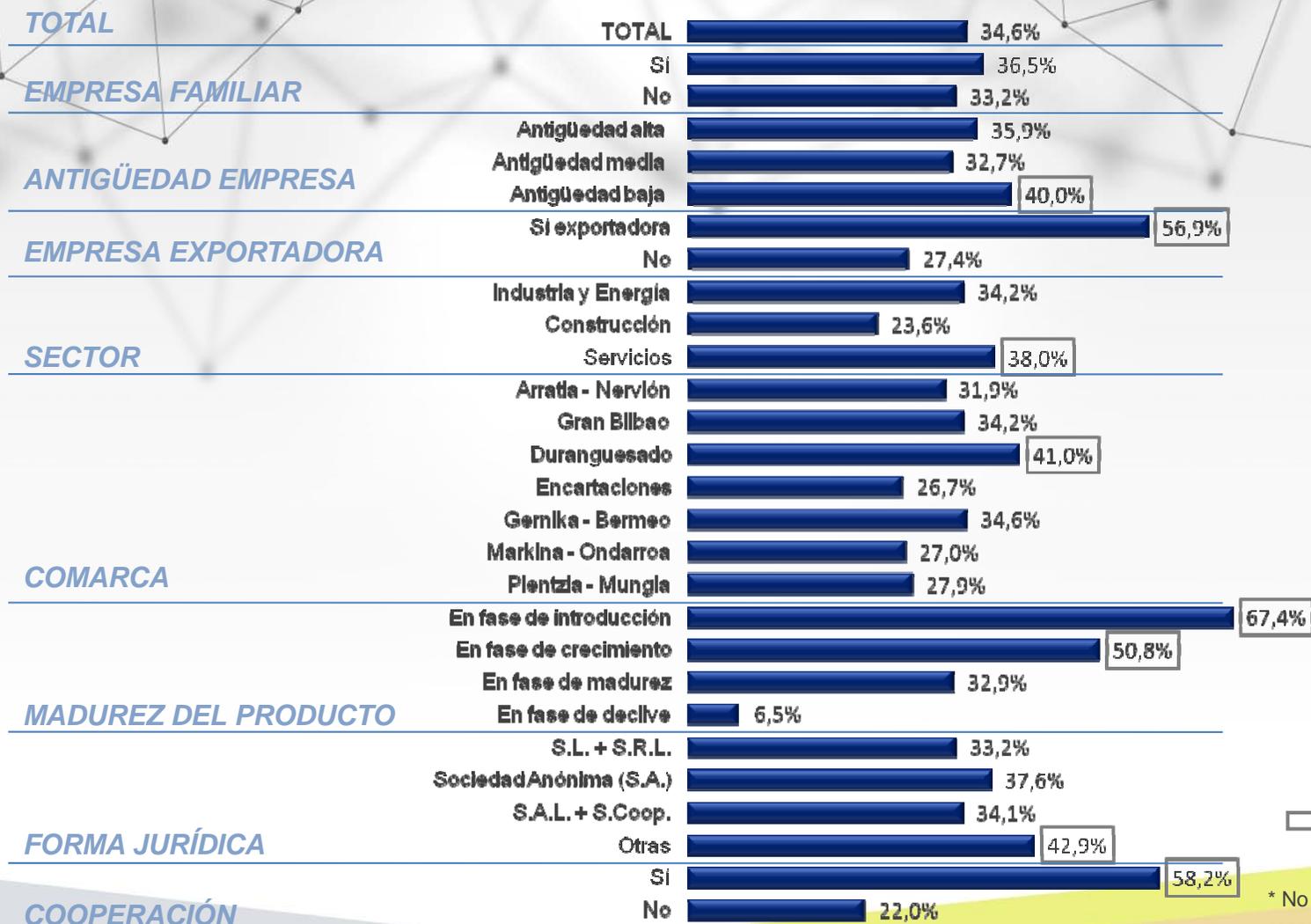
Base: Total de empresas entrevistadas



TOTAL
(n=2001)

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

**P.1.: En este último ejercicio 2013,
¿su empresa ha llevado a cabo algún tipo de actividad innovadora?***
Base: Total de empresas entrevistadas



▭ VARIABLES SIGNIFICATIVAS

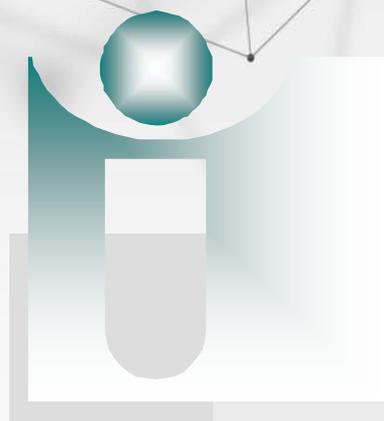
* No se sugirió ninguna respuesta. Solo se admitió una.

**P.2.: En los tres ejercicios anteriores (2010-2012),
¿su empresa ha llevado a cabo algún tipo de actividad innovadora?***
Base: Total de empresas entrevistadas

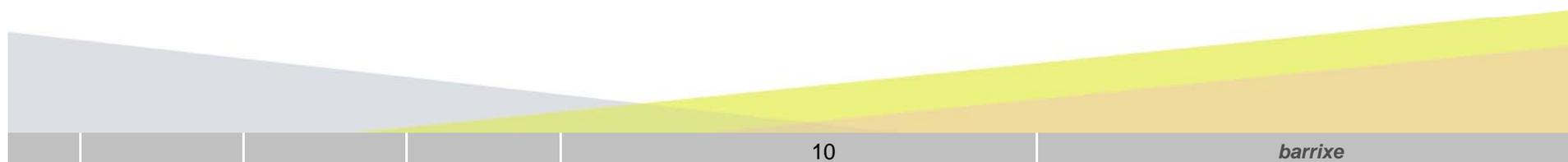


□ VARIABLES SIGNIFICATIVAS

* 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 «sentido amplio»**.

El 51,8% de las empresas de Bizkaia consultadas afirma haber desplegado algún tipo de actividad de innovación en los últimos cuatro años.



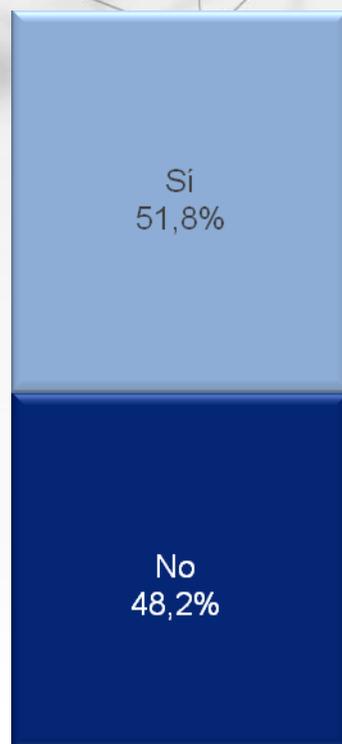
Iniciativas de cambio en algo más de la mitad de las empresas del territorio, aunque no sean fruto de una actividad sostenida.



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.

P.1 ó P.2.: En los ejercicios anteriores (2010-2013), su empresa ha llevado a cabo algún tipo de actividad innovadora?

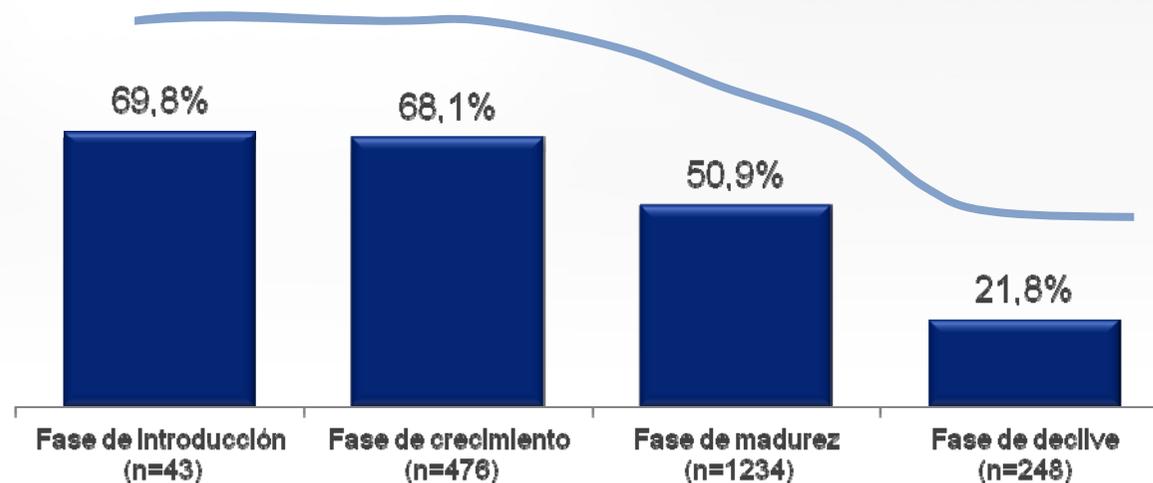
Base: Total de empresas entrevistadas (n = 2001)

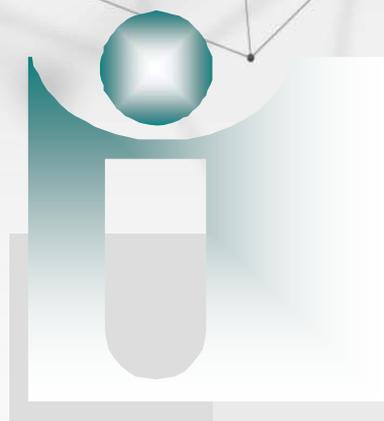


TOTAL
(n=2001)

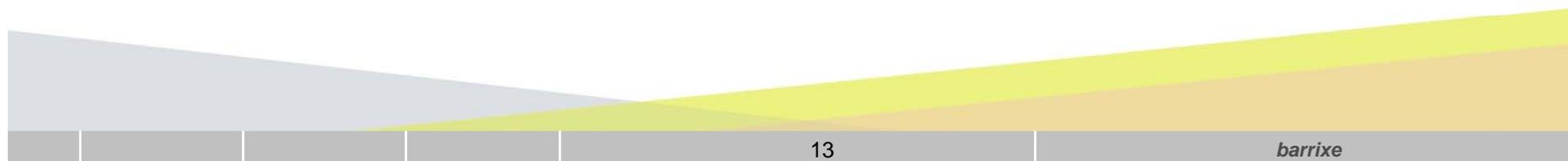
- POR CICLO DEL NEGOCIO -

% empresas que ha llevado a cabo algún tipo de actividad innovadora en los últimos cuatro años





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 casi tres de cada diez empresas (el 27,1%) manifiestan haber desarrollado iniciativas innovadoras sostenidas en el periodo de los últimos cuatro años.



Esta categoría de empresas con acciones innovadoras sistematizadas en el tiempo, tiene unas características claras que las distinguen:

- ✓ Empresas con actividad exportadora (46,7%).
- ✓ Con mayor presencia del sector servicios (30,7%).
- ✓ Y cuyo ciclo de vida del negocio se encuentra en fase de introducción (46,5%) o crecimiento (39,9%).

P.1 + P.2.: En los ejercicios anteriores (2010-2013), su empresa ha llevado a cabo algún tipo de actividad innovadora?

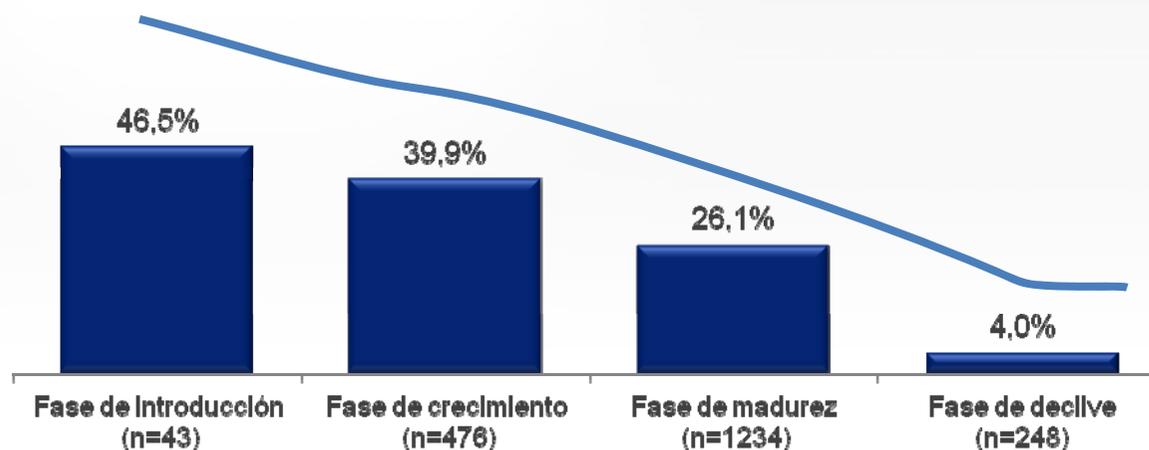
Base: Total de empresas entrevistadas

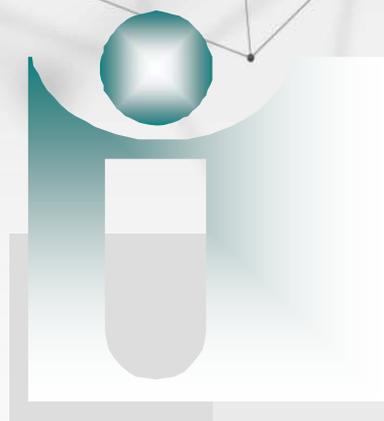


TOTAL
(n=2001)

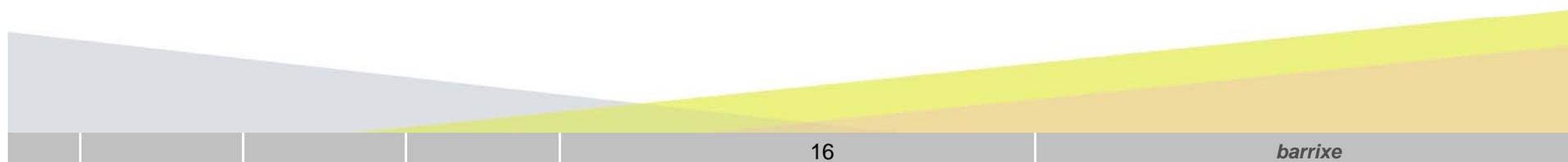
- POR CICLO DE VIDA DEL NEGOCIO -

% empresas que han sostenido iniciativas innovadoras en los cuatro últimos ejercicios





Caracterización de las empresas respecto a las actividades de innovación

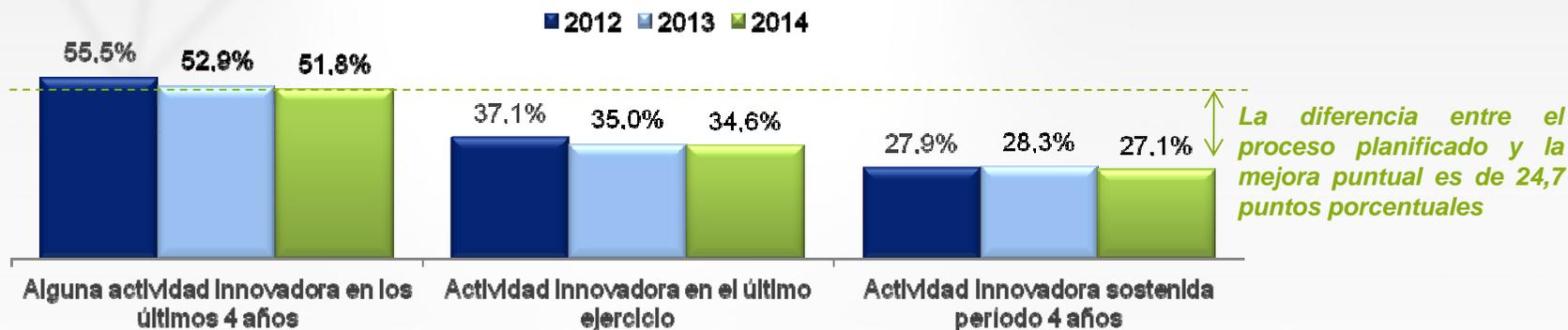




El dinamismo de la empresa vizcaína sigue patente a tenor del volumen de empresas que en el duro contexto económico en el que estamos inmersos ha abordado alguna iniciativa innovadora. Hoy por hoy, son una de cada dos; el 51,8%.



Si es cierto, que las cifras de empresas volcadas en la mejora competitiva han caído en los últimos dos años



El salto entre quienes manifiestan actividades innovadoras de menor recorrido en el tiempo y quienes llevan una actividad continuada, se sitúa en 24,7 puntos porcentuales. Y es que son las empresas que sostienen la innovación las que parecen mantenerse estables a lo largo de los últimos años



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.

P.1./P.2.: Empresas en relación al desarrollo de actividades innovadoras en los periodos analizados (2010-2013)

Base: Total de empresas entrevistadas (n = 2001)

		P.1.: ACTIVIDAD INNOVADORA EN EL ÚLTIMO AÑO		TOTAL
		SÍ	NO	
ACTIVIDAD INNOVADORA EN EL PERÍODO 2010-2012	SÍ	27,1%	7,5%	34,6%
	NO	17,1%	48,2%	65,4%
TOTAL		44,2%	55,8%	100,0%





El análisis comparativo de los resultados de la encuesta en los tres últimos años nos permite apreciar como descienden ligeramente las actividades innovadoras de las empresas vizcaínas consultadas.

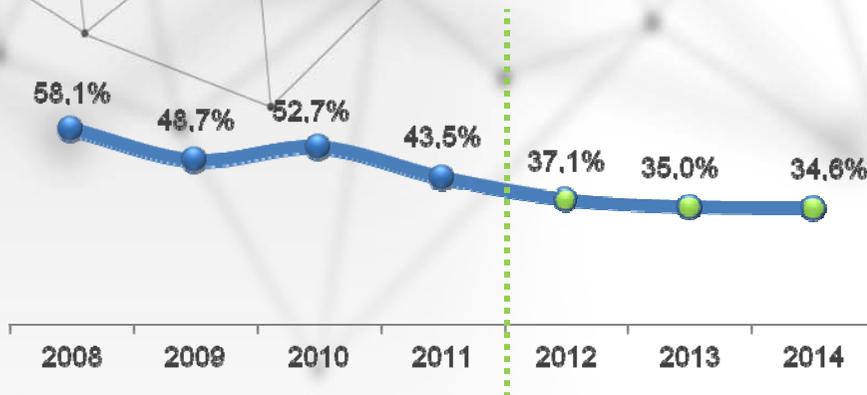


Tanto el acceso reciente, como en momentos puntuales parecen sufrir un retroceso...



Sin embargo, el «núcleo duro» de la innovación, quienes sostienen en el tiempo la actividad innovadora apenas se reduce un punto porcentual, situándose en niveles de 2012, lo que expresa continuidad.

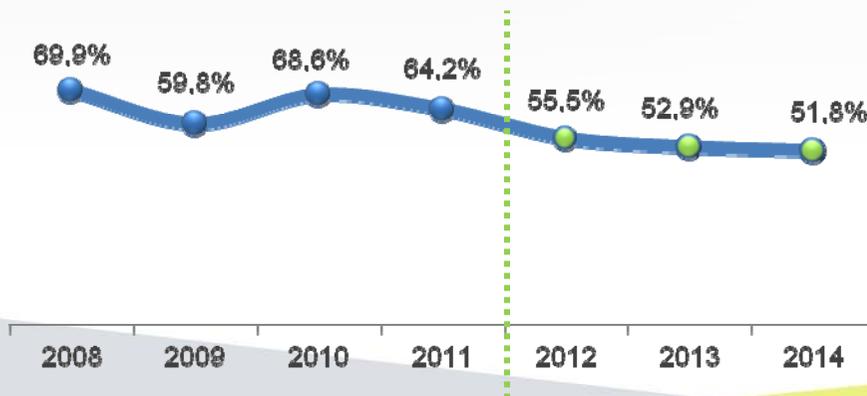
INNOVACIÓN EN EL ÚLTIMO EJERCICIO



INNOVACIÓN EN LOS EJERCICIOS ANTERIORES



EMPRESAS INNOVADORAS EN ALGÚN MOMENTO DE LOS CUATRO ÚLTIMOS EJERCICIOS



INNOVACIÓN SOSTENIDA EN LOS ÚLTIMOS CUATRO EJERCICIOS



■ Muestras representativas 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 27,6% del tejido empresarial señala tener actividades innovadoras en curso de desarrollo.
- ✓ Un 5,1% de las empresas indica un fuerte retraso en sus actividades innovadoras.
- ✓ Y un 7,9% ha abandonado alguna iniciativa en fase de concepción, mientras que el 4,4% lo hizo durante la fase de implantación. Un volumen de abandonos que se mantiene estable respecto al pasado año.



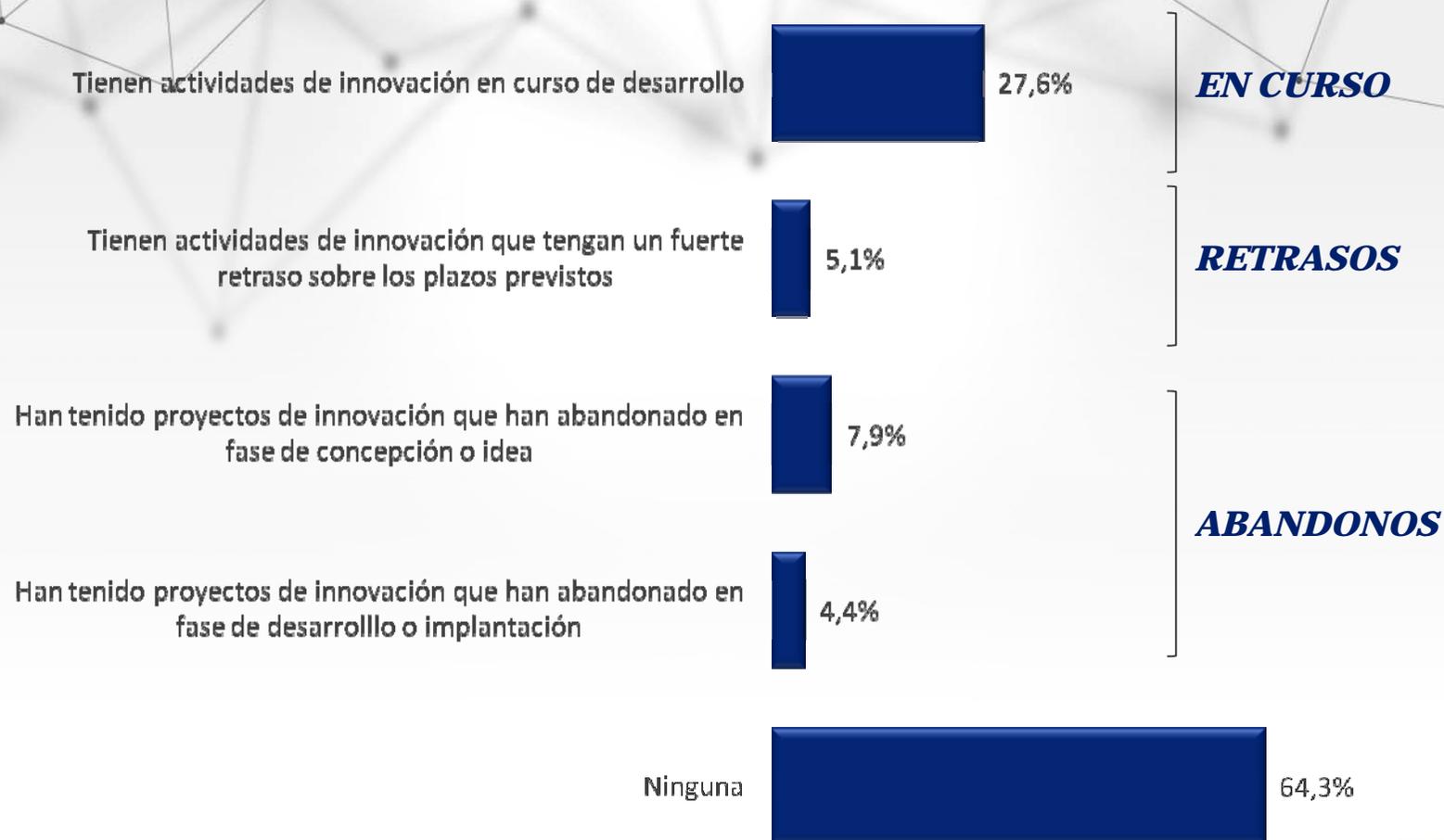
Por otro lado, el 64,3% no se reconoce en ninguna de las situaciones o ritmos planteados respecto a la innovación.



Respecto al pasado año, la tasa de acciones en curso se ha incrementado en dos puntos porcentuales, al tiempo que la de abandonos se mantiene estable

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 2010 y 2013*

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 2010 y 2013*

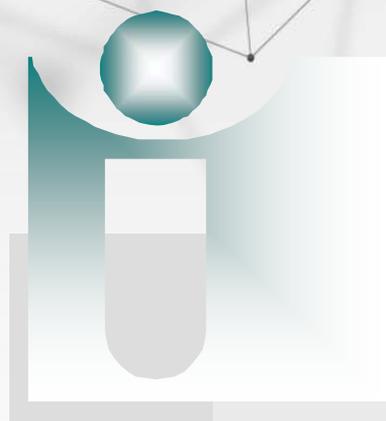
Base: Total empresas entrevistadas

	TOTAL	TIPO DE EMPRESA	
		Innovadora	No innovadora
Tiene actividades de innovación en curso de desarrollo	27,6%	48,6%	5,1%
Tiene actividades de innovación que tengan un fuerte retraso sobre los plazos previstos	5,1%	7,8%	2,2%
Han tenido proyectos de innovación que han abandonado en fase de concepción o idea	7,9%	10,7%	5,0%
Han tenido proyectos de innovación que han abandonado en fase de desarrollo o implantación	4,4%	6,4%	2,4%
Ninguna de las anteriores	64,3%	43,0%	87,3%

TASAS DE ABANDONO

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

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 40,3%** de las empresas consultadas considera que **el contexto** o coyuntura económica, **condiciona** en parte **el acceso a la innovación**.



Por otra parte, un 43,1% 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.



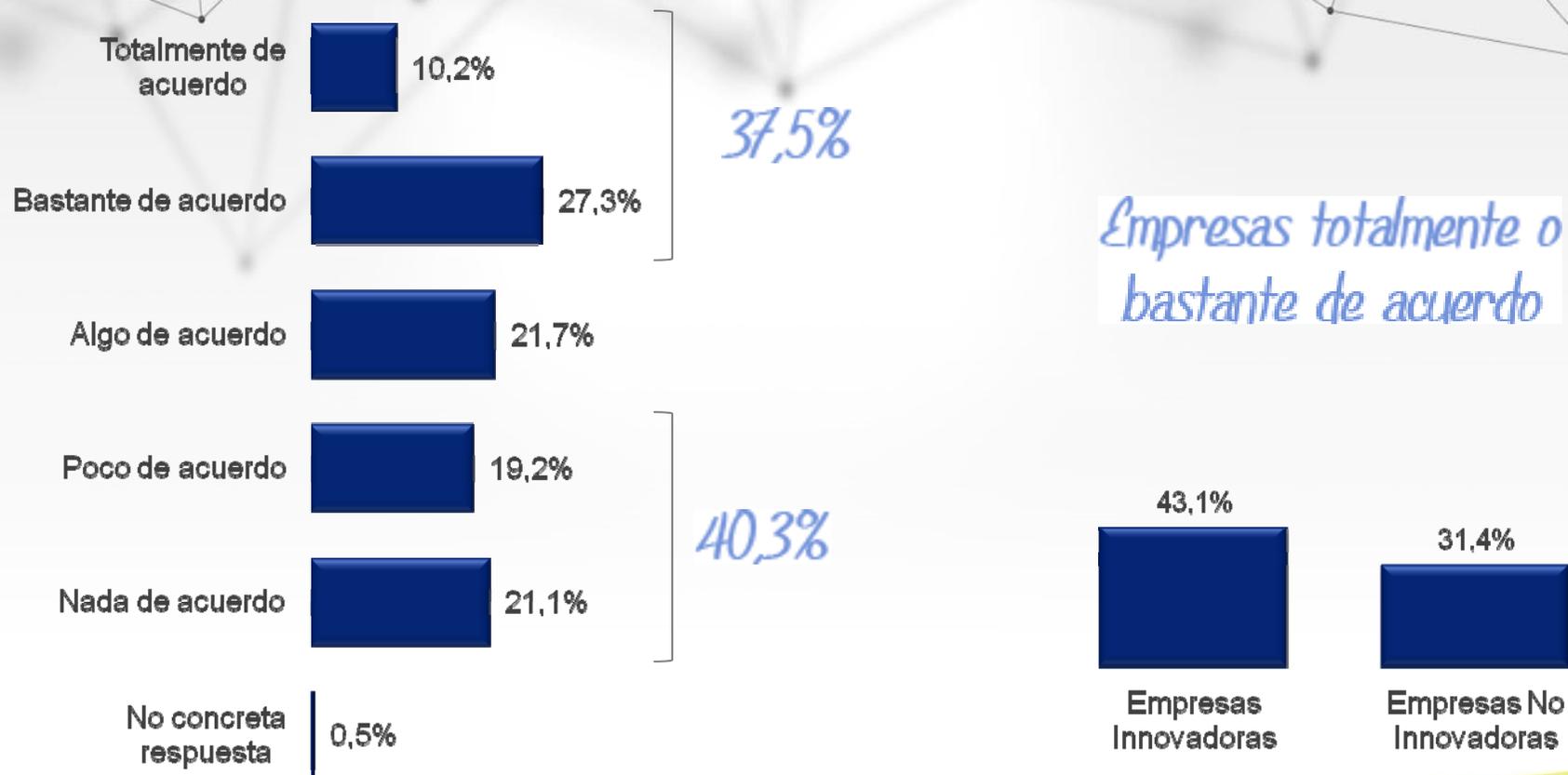
Son las empresas que mayor sistematización tienen de los procesos de innovación, las de mayor Índice de Intensidad, las que encuentran menor interdependencia con el contexto económico.



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 -



* 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

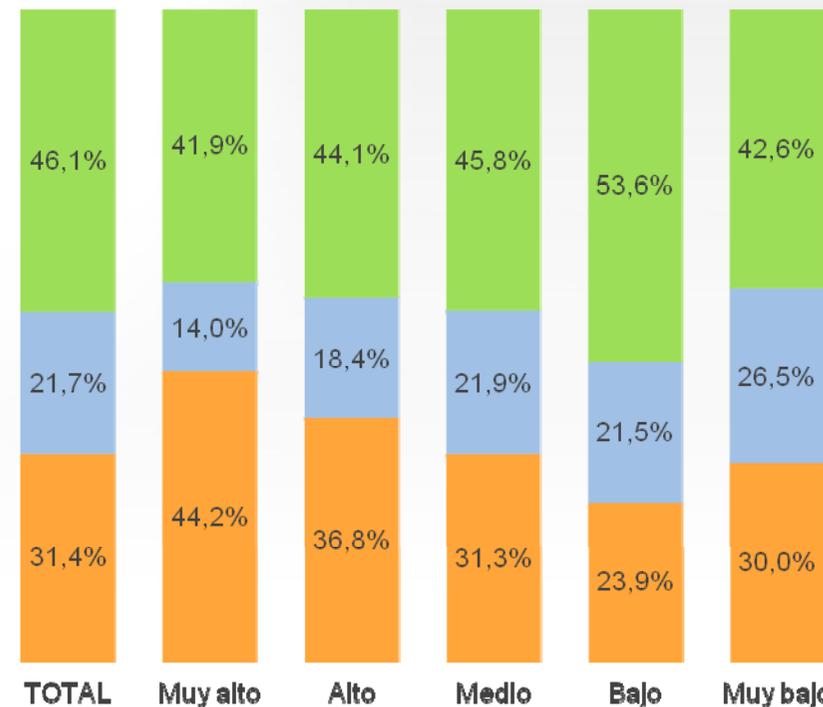
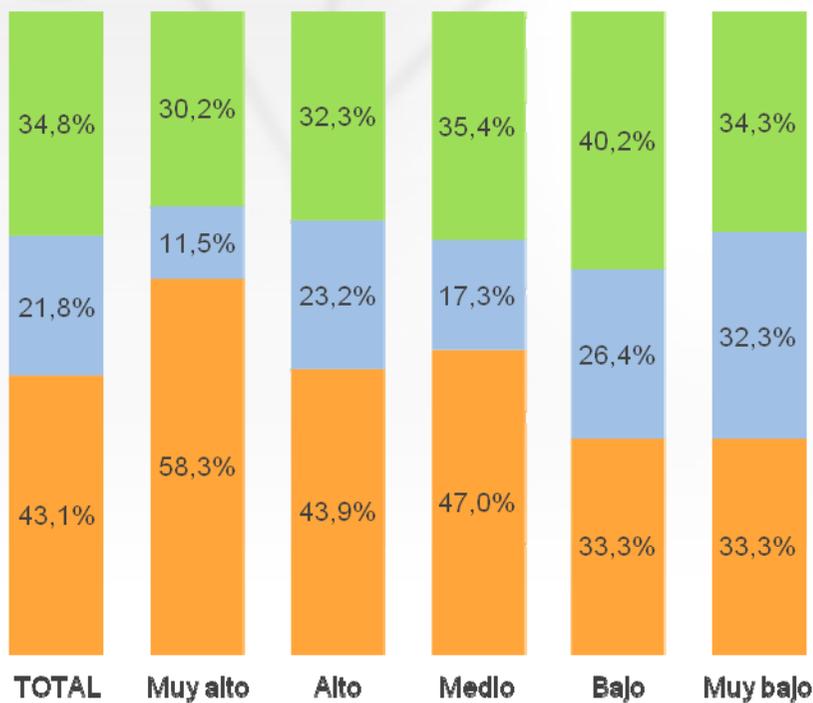
- ACOMETER PROCESOS DE INNOVACIÓN EN LA EMPRESA ES INDEPENDIENTE DEL CONTEXTO ECONÓMICO Y FINANCIERO -

EMPRESAS INNOVADORAS

- Según el Índice de Intensidad de la Innovación-

EMPRESAS NO INNOVADORAS

- Según el Índice de Propensión a la Innovación-



De acuerdo Algo de acuerdo Nada + poco 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 45,3%** del tejido empresarial vizcaíno **señala haberse visto condicionado** por este factor.

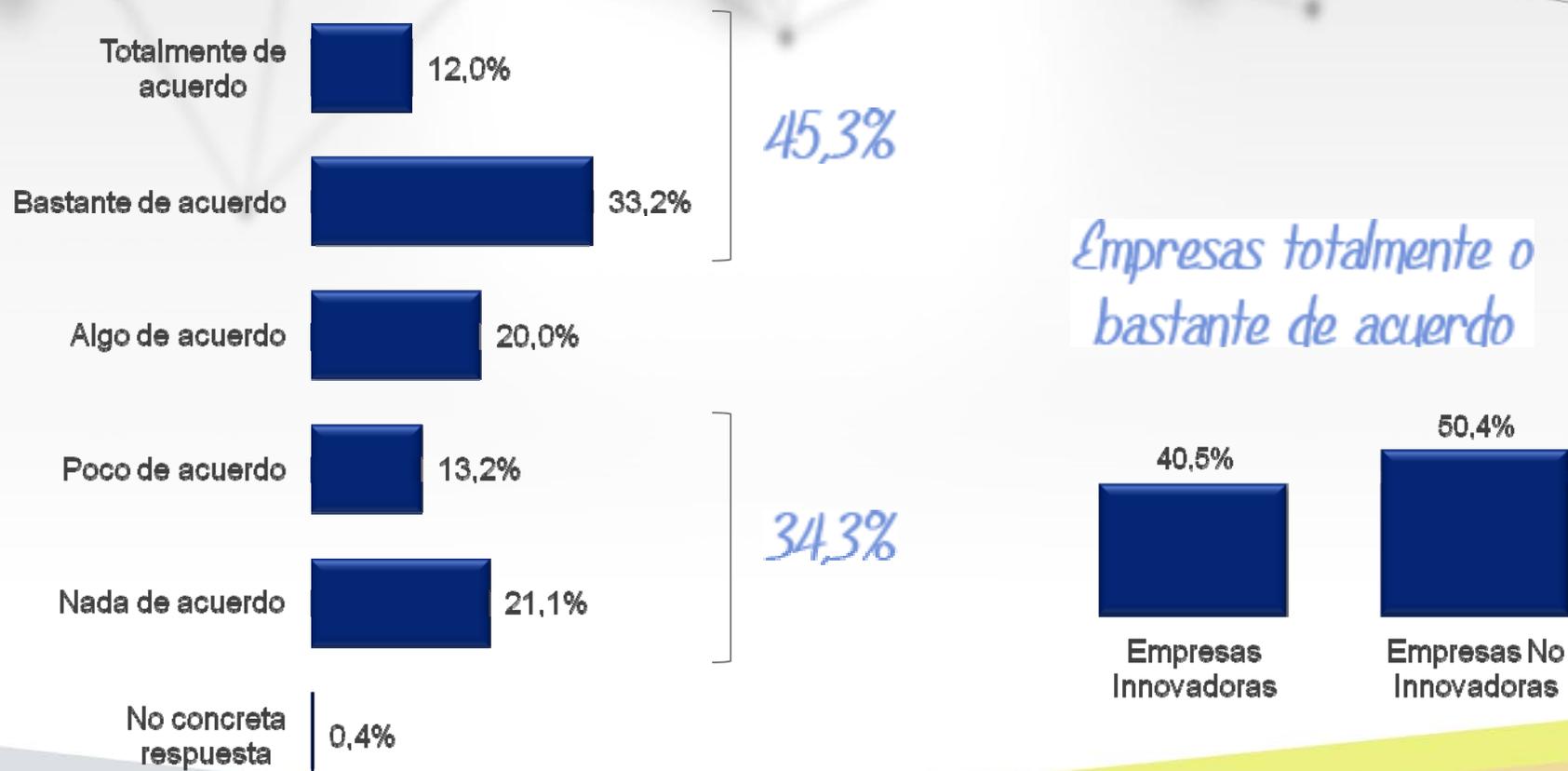


Cuatro de cada diez empresas autopercebidas como innovadoras también ha reducido los objetivos de innovación de la empresa

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

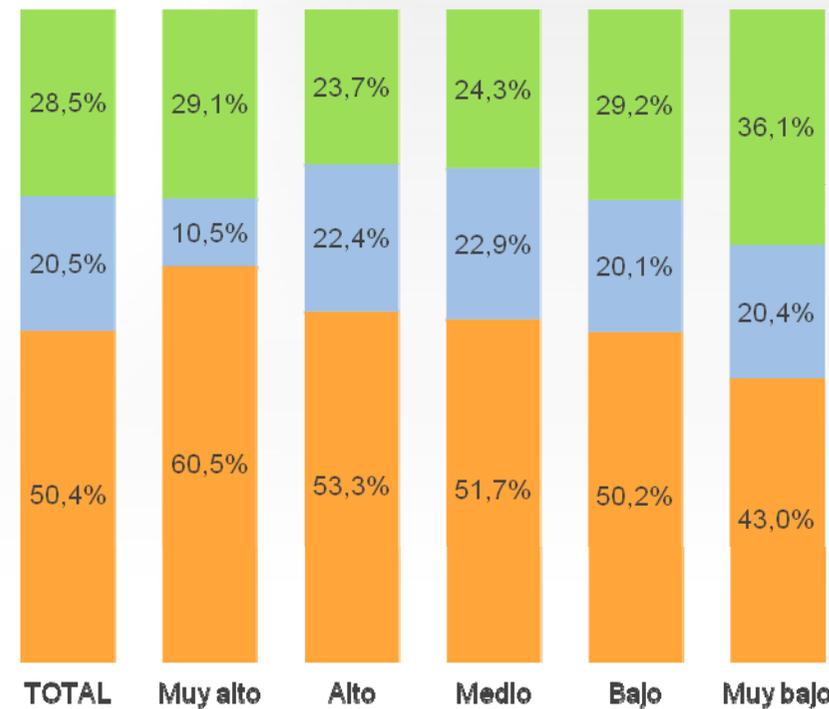
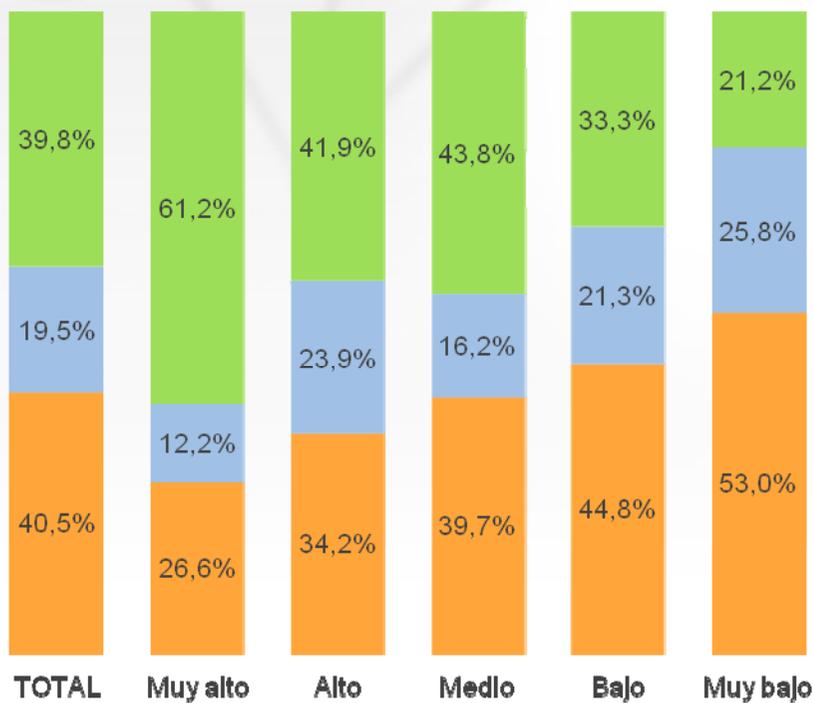
- CON LA SITUACIÓN ECONÓMICA EN LA QUE ESTAMOS INMERSOS, HEMOS REDUCIDO LOS OBJETIVOS DE INNOVACIÓN DE LA EMPRESA -

EMPRESAS INNOVADORAS

- Según el Índice de Intensidad de la Innovación-

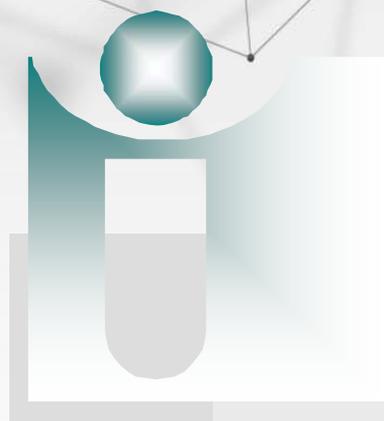
EMPRESAS NO INNOVADORAS

- Según el Índice de Propensión a la Innovación-

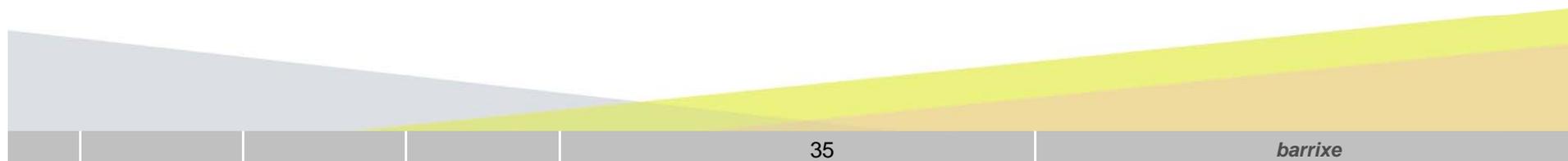


De acuerdo Algo de acuerdo Nada + poco de acuerdo

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



La previsión a futuro



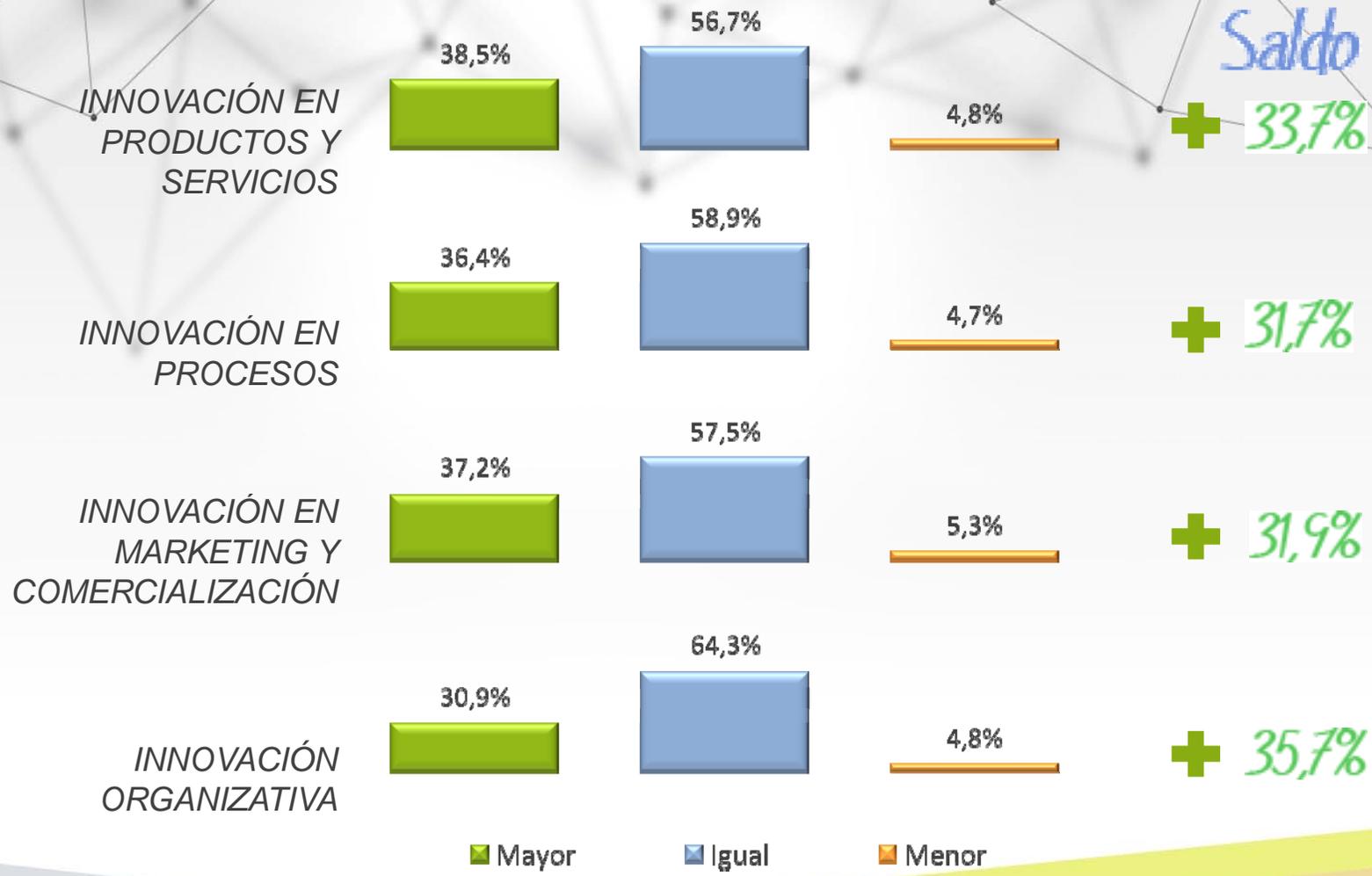


Preguntadas por el futuro inmediato (los próximos tres años), las empresas innovadoras de Bizkaia se muestran optimistas en términos generales. La gran mayoría cree que mantendrá su ritmo actual y entorno a dos o tres de cada diez, piensan intensificar los esfuerzos.



Las innovaciones en productos y servicios así como en el área de marketing y comercialización parecen ser las más 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: 1036 empresas con actividad innovadora en el período.



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



Es innegable que el contexto económico financiero pasa factura a las empresas del territorio en relación con la innovación.



Cuatro de cada diez considera que éste condiciona, e idéntica proporción ha reducido los objetivos de innovación de la empresa



No cabe duda que cuanto mayor es la actividad innovadora de la empresa, su Índice de Intensidad y por tanto, la sistematización de los procesos, mayor es también la independencia declarada del contexto económico.

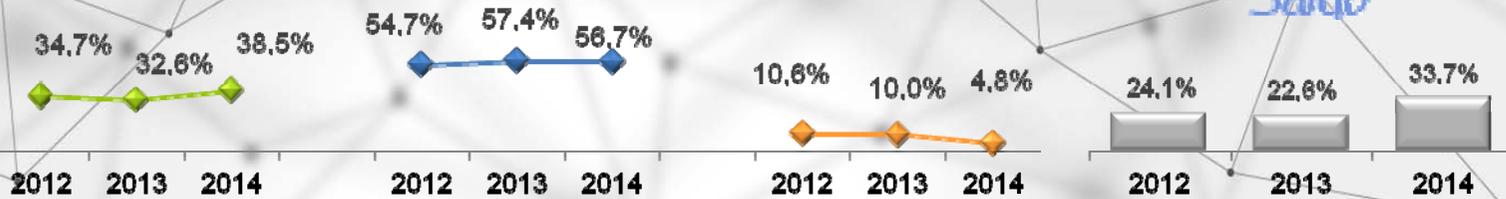


Y es que a futuro, estas empresas innovadoras pretenden mantener un nivel similar al actual en la mejora competitiva

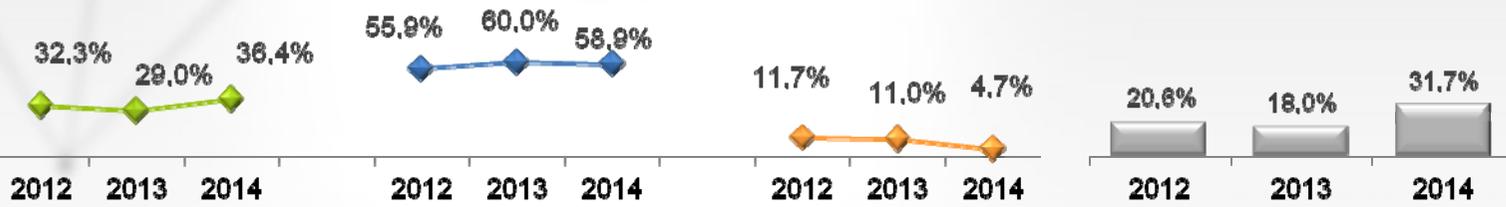
EVOLUCIÓN LA PREVISIÓN DE LA ACTIVIDAD INNOVADORA

Saldo

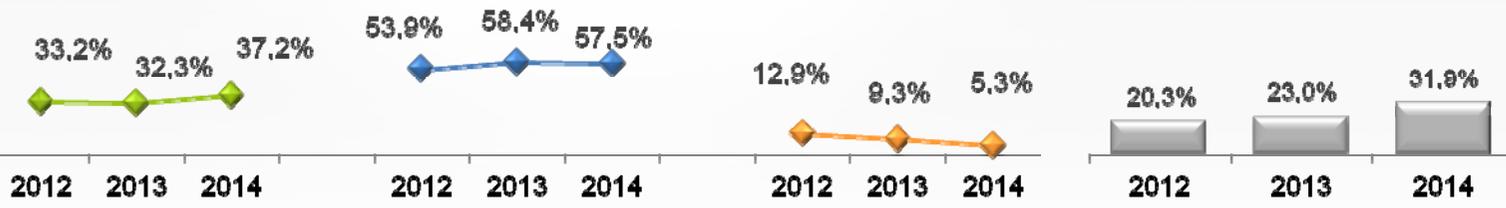
Innovación en productos y servicios



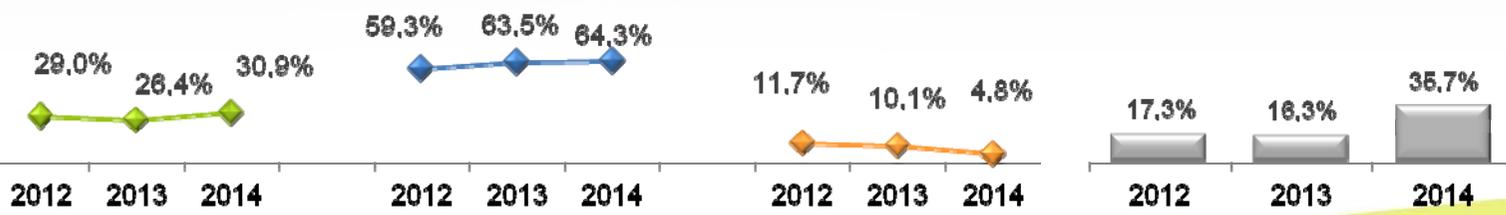
Innovación en procesos



Innovación en marketing y comercialización



Innovación organizativa



■ Mayor ■ Igual ■ Menor

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

2014 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

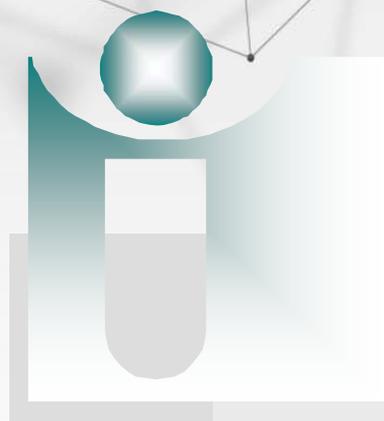


BILBOKO
MERKATARITZA
GANBERA
CÁMARA DE
COMERCIO
DE BILBAO

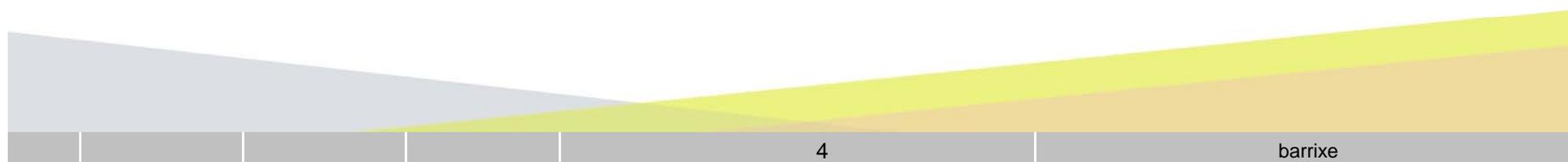
LOS INDICES DE CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS RESPECTO A LA INNOVACIÓN

	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 de las empresas innovadoras tecnológicas	15

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**.



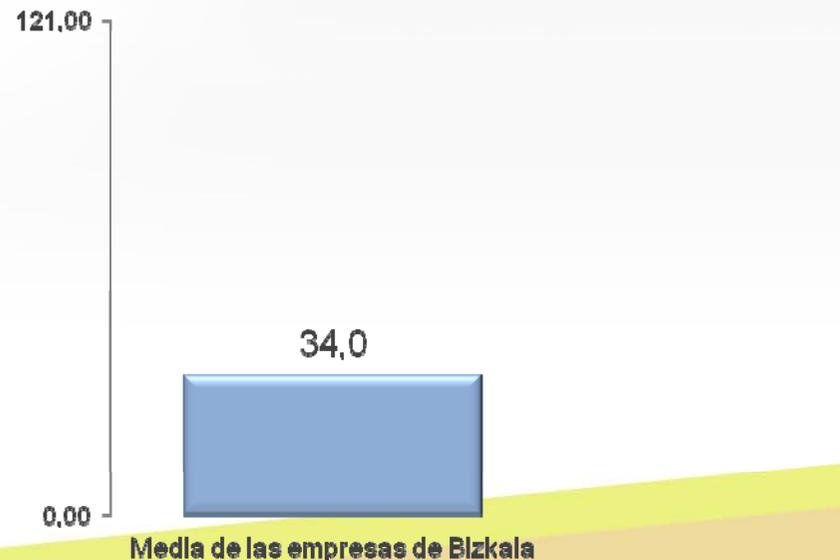
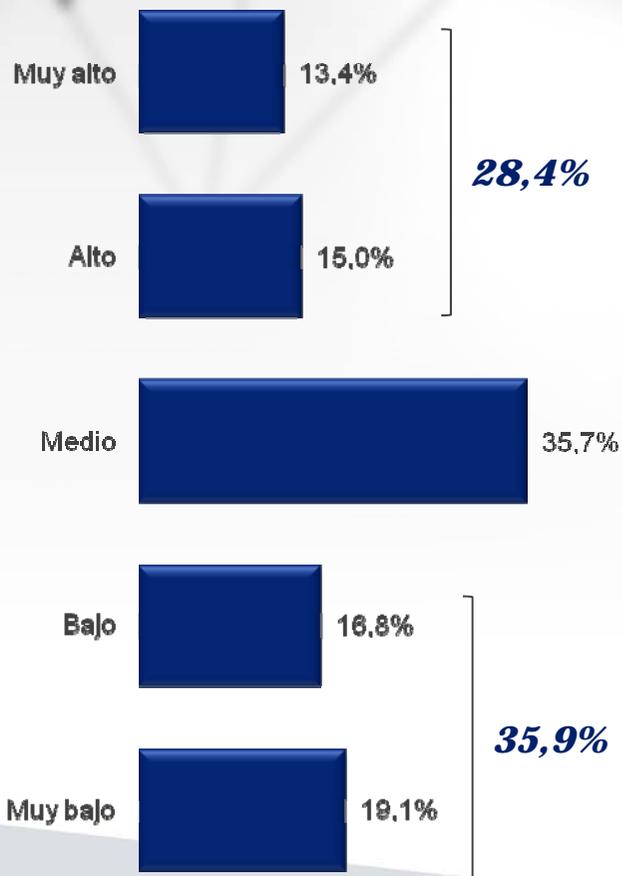
A mayor índice, mayor es la intensidad o sistematización de la innovación de la empresa

Índice de Intensidad de la Innovación (3I)
Base: 1036 empresas caracterizadas como innovadoras



En esta ola, la realidad innovadora de las empresas de Bizkaia nos arroja un balance que es preciso monitorizar a futuro.

Y es que la gran parte de las empresas innovadoras se sitúa en niveles medios o bajos de intensidad o sistematización de estos procesos, siendo casi tres de cada diez las que lo afrontan de forma intensa



Índice de Intensidad de la Innovación

FORMA JURÍDICA

S.L. + S.R.L.	33,6
Sociedad Anónima (S.A.)	34,8
S.A.L. + S.Coop.	34,6
Otras	34,5

EMPRESA FAMILIAR

SI	34,3
No	33,8

ANTIGÜEDAD

Alta	33,8
Medla	33,5
Baja	36,7

EMPRESA EXPORTADORA

Si exportadora	39,2
No	31,3

COMARCA

Arratia - Nervión	36,3
Gran Bilbao	33,8
Duranguésado	34,3
Encartaciones	34,2
Gernika - Bermeo	36,9
Markina - Ondarroa	36,9
Plentzia - Munjla	31,0

MADUREZ DEL PRODUCTO

En fase de introducción	38,4
En fase de crecimiento	39,4
En fase de madurez	32,1
En fase de declive	21,4

TIPO DE INNOVACIÓN

Tecnología	40,7
Organización o marketing	33,5

SECTOR

Industria y Energía	34,2
Construcción	31,6
Servicios	34,3

COLABORACIÓN

SI	41,4
No	27,2

MEDIA : 34,0

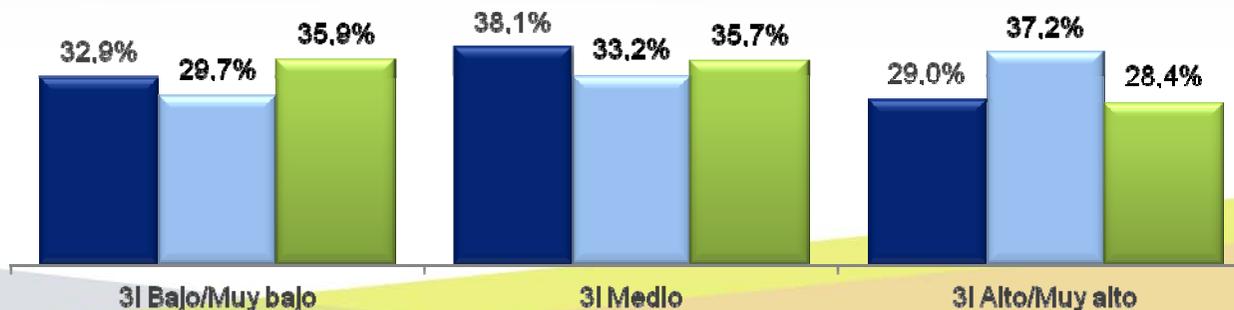


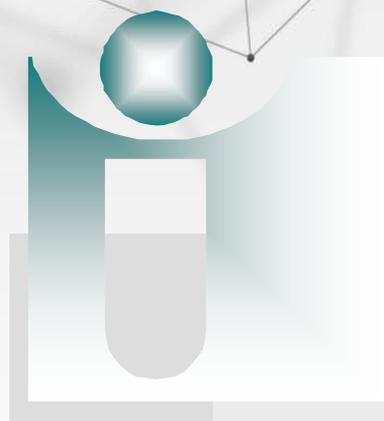
Analizar la evolución de la intensidad en la innovación respecto de años anteriores, no es tarea fácil ya que los cambios realizados en diferentes preguntas del cuestionario no permiten una comparativa «stricto sensu»



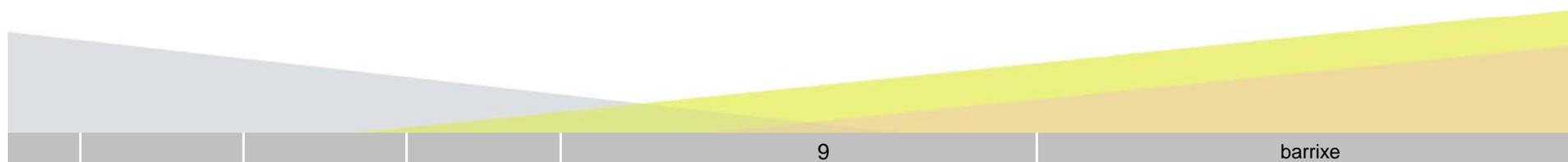
Este año en vez de preguntar por lo interesante de la cooperación, el cuestionario recoge el volumen de empresas que ha colaborado y las características y motivos de dicha cooperación. Del «terreno hipotético» pasamos al de los «hechos concretos», por lo que las puntuaciones son más restrictivas, pero también más certeras.

■ 2012 ■ 2013 ■ 2014





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:

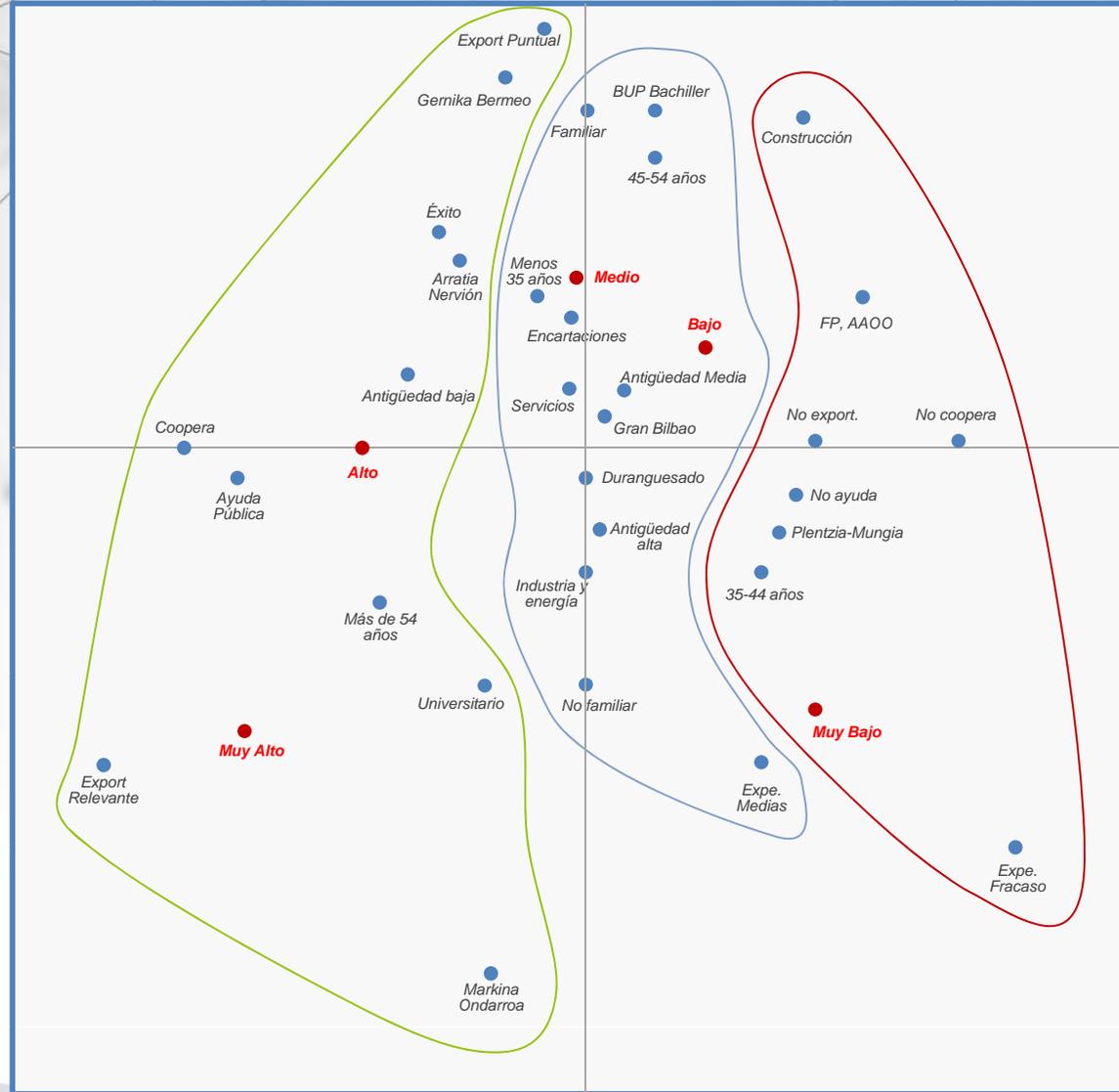
- ✓ Nos permite reducir la información que nos facilitan el conjunto de variables a un número menor de factores que son definidos en función de las mismas.
- ✓ Nos permite establecer semejanzas y diferencias entre unos y otros tipos de empresas en función de su situación de proximidad o distancia a los 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

Distancia para intensificar

Alto nivel de Innovación

Bajo nivel de Innovación



Oportunidades para intensificar

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.*
- *Un perfil de empresa de poca antigüedad.*
- *Cuyo interlocutor tiene un nivel de estudios universitarios superiores y edades por encima de los 54 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

Nivel de intensidad de la innovación medio/bajo

- ***Empresas de antigüedad media o alta.***
- ***Cuyo interlocutor tiene un nivel de estudios de BUP o Bachiller.***
- ***Con edades comprendidas entre los 45 y 54 años y, menores de 35 años.***
- ***Con presencia de los sectores de Industria y Servicios.***
- ***Son las empresas que habiendo realizado alguna actividad innovadora, el grado de cumplimiento de sus expectativas ha sido medio.***

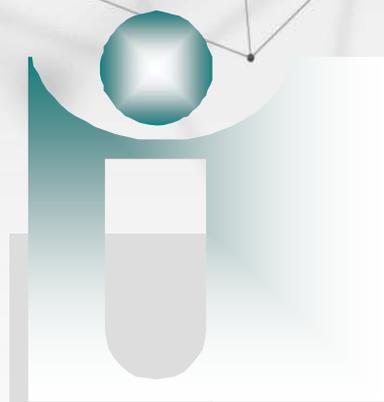


*Empresas innovadoras con un nivel bajo/medio de intensidad;
son el grueso de las empresas del territorio en materia
de creación de ideas para implementar en su negocio*

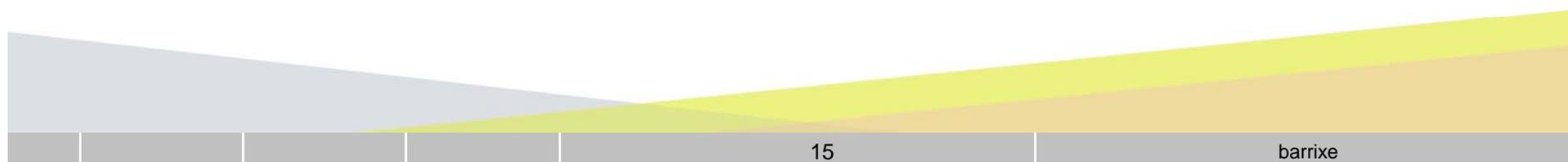
El nivel de intensidad de la innovación muy bajo

- *Corresponde en mayor medida con un perfil de empresa del sector construcción.*
- *Cuyo interlocutor tiene un nivel formativo de FP o Artes Gráficas y edades entre los 35 y 44 años.*
- *Son empresas que no han accedido a la ayuda pública para la financiación de sus actividades de innovación.*
- *Tampoco cooperan con otras empresas de su sector u otros agentes.*
- *No tienen actividad exportadora.*
- *Son las empresas que habiendo acometido acciones innovadoras, su percepción respecto a las expectativas depositadas en las mismas, no ha sido satisfactoria.*

Un perfil de empresa que se repite año tras año y que aborda la innovación de baja intensidad. Tiene voluntad de mejora competitiva pero sus expectativas no se ven cumplidas



El Índice de Intensidad de la Innovación de las empresas innovadoras tecnológicas



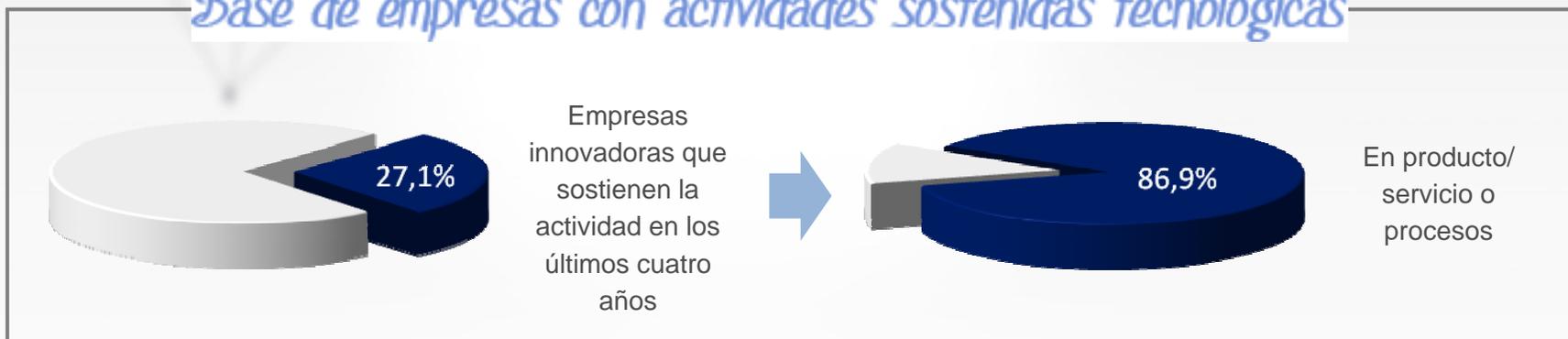


Afinando aún más los datos, se ha calculado el **Índice de Intensidad de la Innovación de las empresas que han nombrado actividades de innovación sostenidas en el tiempo, en ámbitos tecnológicos.**



Este Índice de Intensidad de la Innovación se construye igual pero sólo en el caso de estas empresas que hemos llamado de base tecnológica y actividad continuada.

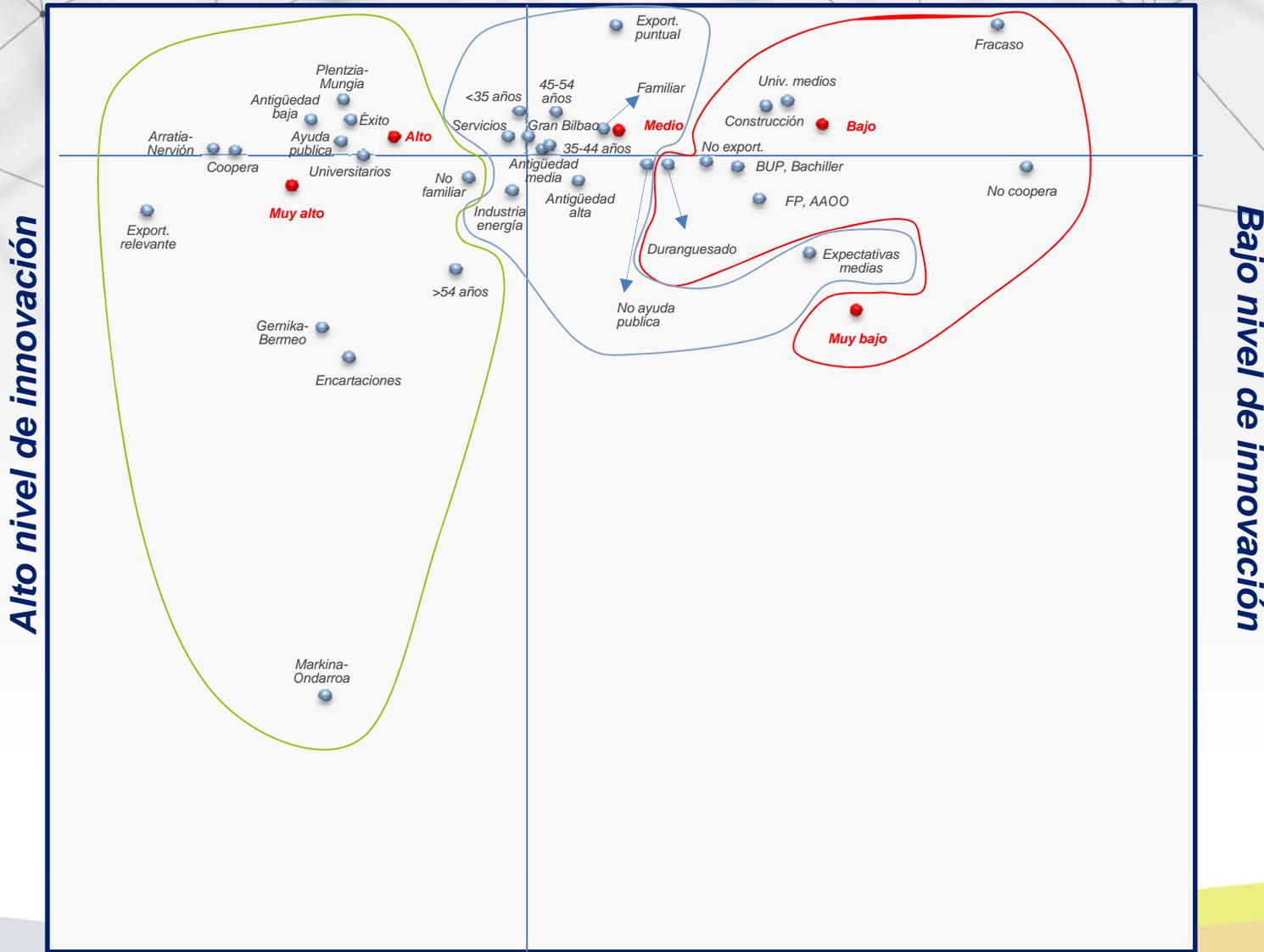
Base de empresas con actividades sostenidas tecnológicas



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

MAPA DEL ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS INNOVADORAS TECNOLÓGICAS

Mayor riesgo de visualización



Alto nivel de innovación

Bajo nivel de innovación

Menor riesgo a futuro

Nivel de intensidad de la innovación tecnológica alto/muy alto

- *Empresas cuya actividad exportadora es relevante.*
- *Con interlocutores que disponen de estudios universitarios.*
- *Empresas que han accedido a la Ayuda Pública.*
- *Con mayor presencia de empresas de reciente creación.*
- *Son empresas no familiares.*
- *Que realizan cooperación, bien con otras empresas del sector u otros, o con diversos agentes.*
- *Y cuyo nivel de cumplimiento de expectativas ha sido calificado como un éxito, tras años de iniciativas innovadoras.*

Nivel de intensidad de la innovación tecnológica bajo/muy bajo

- *Son las empresas que no tienen actividad exportadora.*
- *Responden a empresas radicadas en la comarca del Duranguesado.*
- *Cuyo interlocutor tiene un nivel de estudios de FP o Artes y oficios, BUP o Bachiller.*
- *Empresas del sector construcción principalmente.*
- *Son empresas que no cooperan con otras empresas u agentes.*
- *Y en definitiva, quienes han acometido innovaciones de forma continuada y de carácter tecnológico pero que no han visto cubiertas sus expectativas.*

Nivel de intensidad de la innovación tecnológica medio

- *Preferentemente empresas del Gran Bilbao.*
- *Con predominio de empresas familiares.*
- *De antigüedad media o alta.*
- *Son empresas exportadoras, pero esta actividad es más bien puntual.*
- *Del sector de Industria y Energía, así como del sector servicios.*
- *Y cuyo nivel de cumplimiento de las expectativas depositadas en la innovación ha sido moderado.*

2014 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



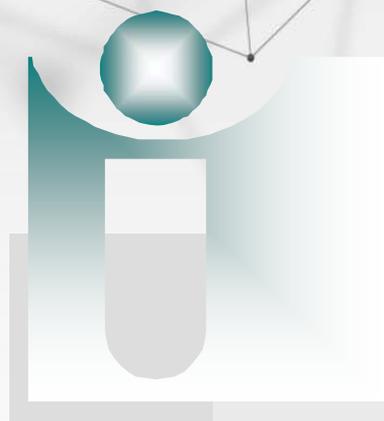
BILBOKO
MERKATARITZA
GANBERA
CÁMARA DE
COMERCIO
DE BILBAO

LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS

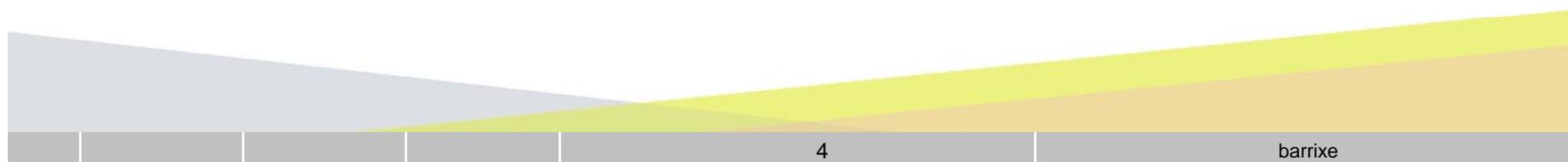
3

Los ámbitos de la innovación	4
El esfuerzo innovador y el cumplimiento de expectativas	13
Los efectos de la actividad innovadora	18
Las fuentes de innovación	24
El acceso a la ayuda pública	27

LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS



Los ámbitos de la innovación





En cuanto a los **ámbitos de innovación** abordados por las empresas vizcaínas, los preferentes están relacionados con:

- ✓ **Nuevas tecnologías productivas** (35,7%).
- ✓ **Productos/servicios nuevos** para el mercado (35,4%).
- ✓ Mejora de los **procesos productivos** (27,5%).
- ✓ **Productos/servicios actuales mejorados** (21,6%).
- ✓ **Productos/servicios nuevos** para la empresa (17,1%).

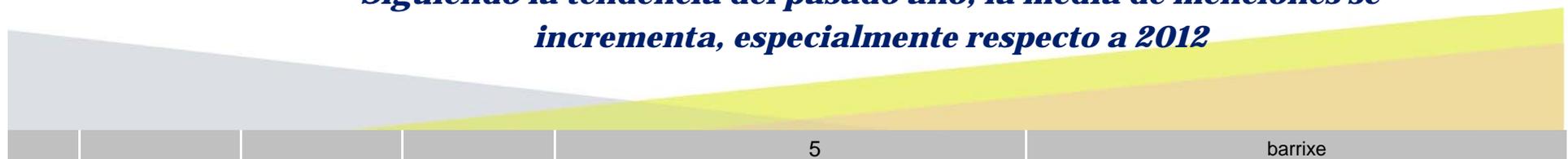


Cabe resaltar que respecto al pasado año crece el volumen de empresas que trabaja en el desarrollo de nuevos productos o servicios para el mercado (4,4 puntos porcentuales)



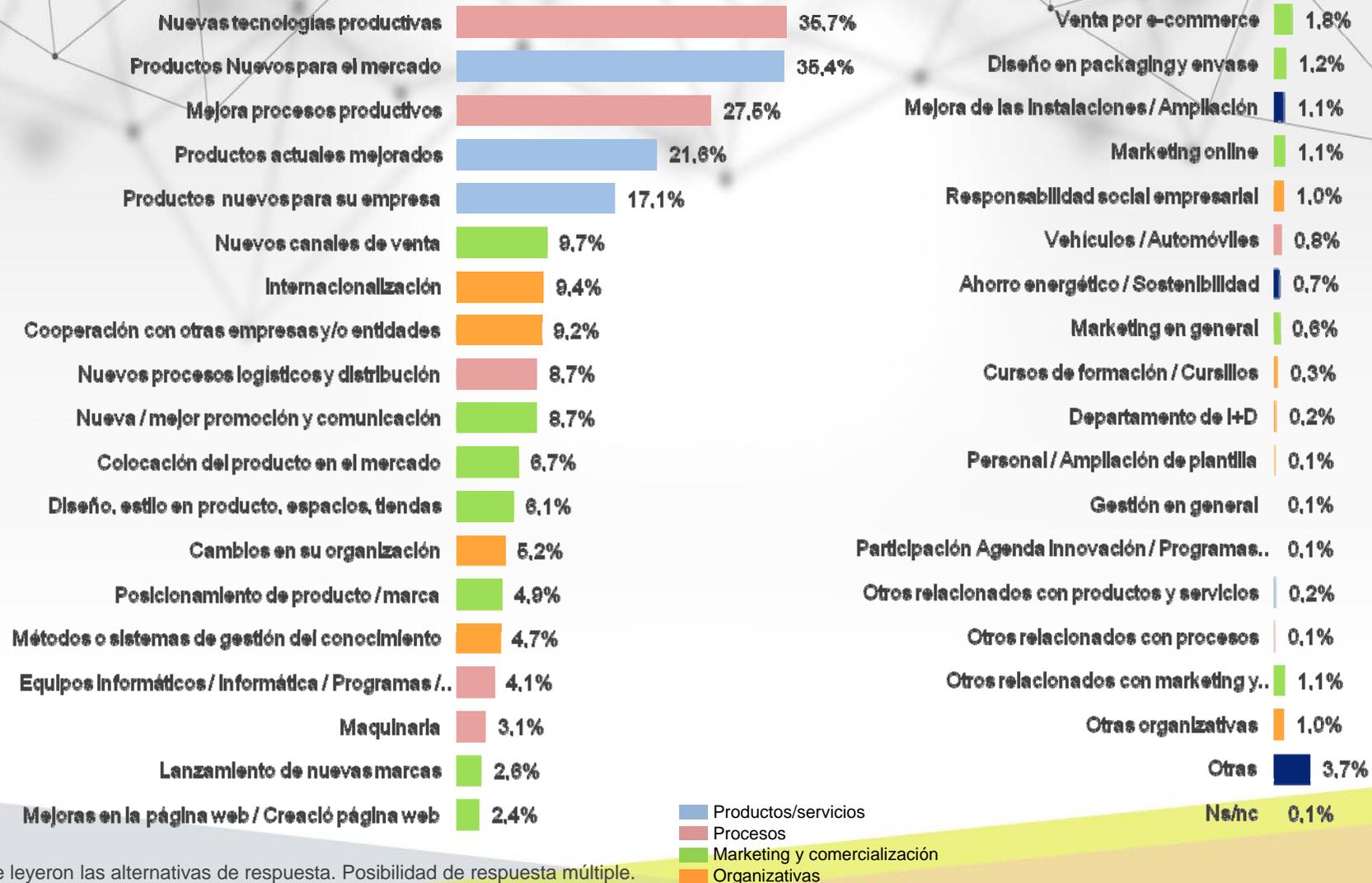
De media, las empresas que se perciben como innovadoras han nombrado 2,4 ámbitos de trabajo.

Siguiendo la tendencia del pasado año, la media de menciones se incrementa, especialmente respecto a 2012



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: 1036 empresas con alguna actividad innovadora en el período

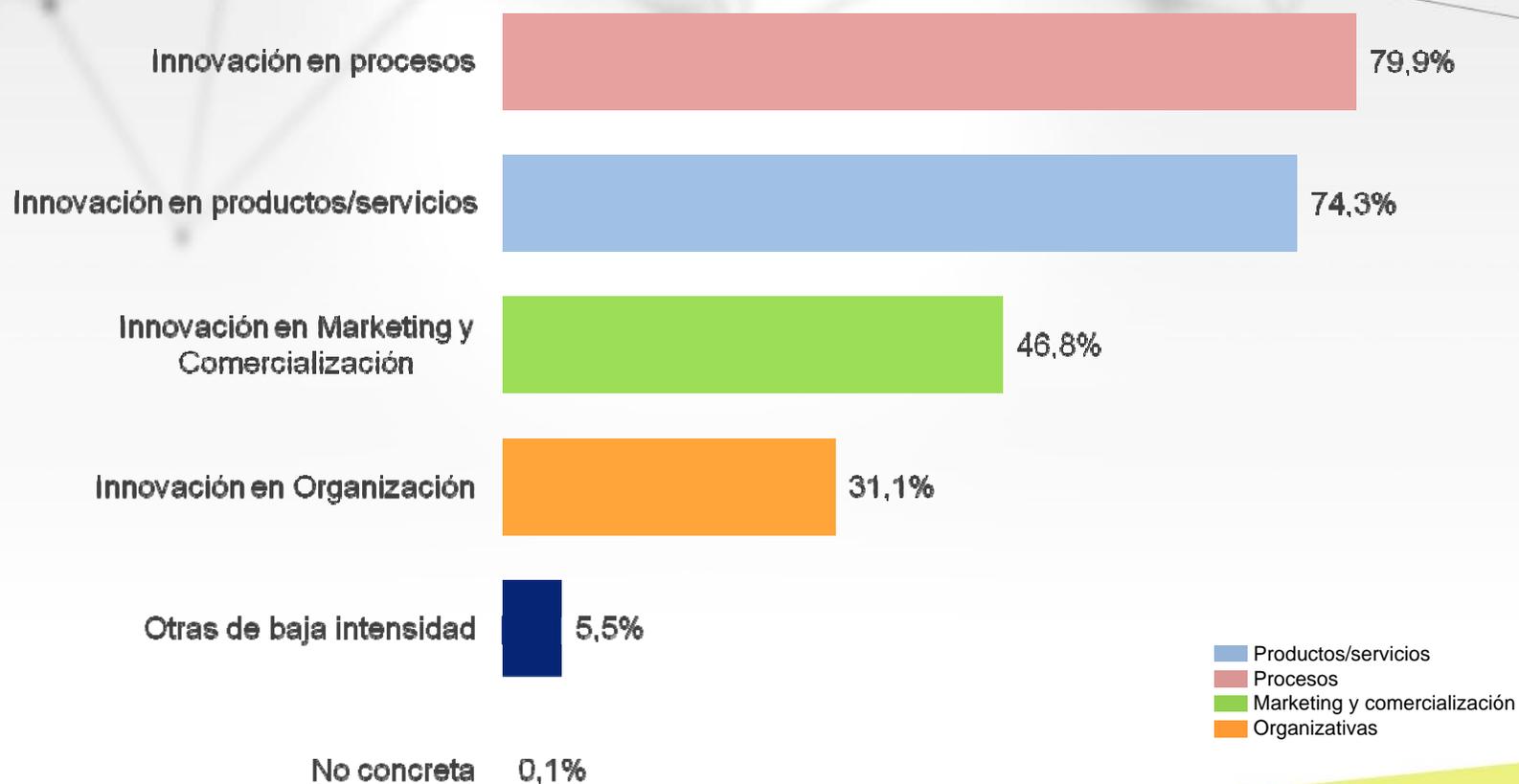


* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

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: 1036 empresas con alguna actividad innovadora en el período

- Total menciones realizadas -



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



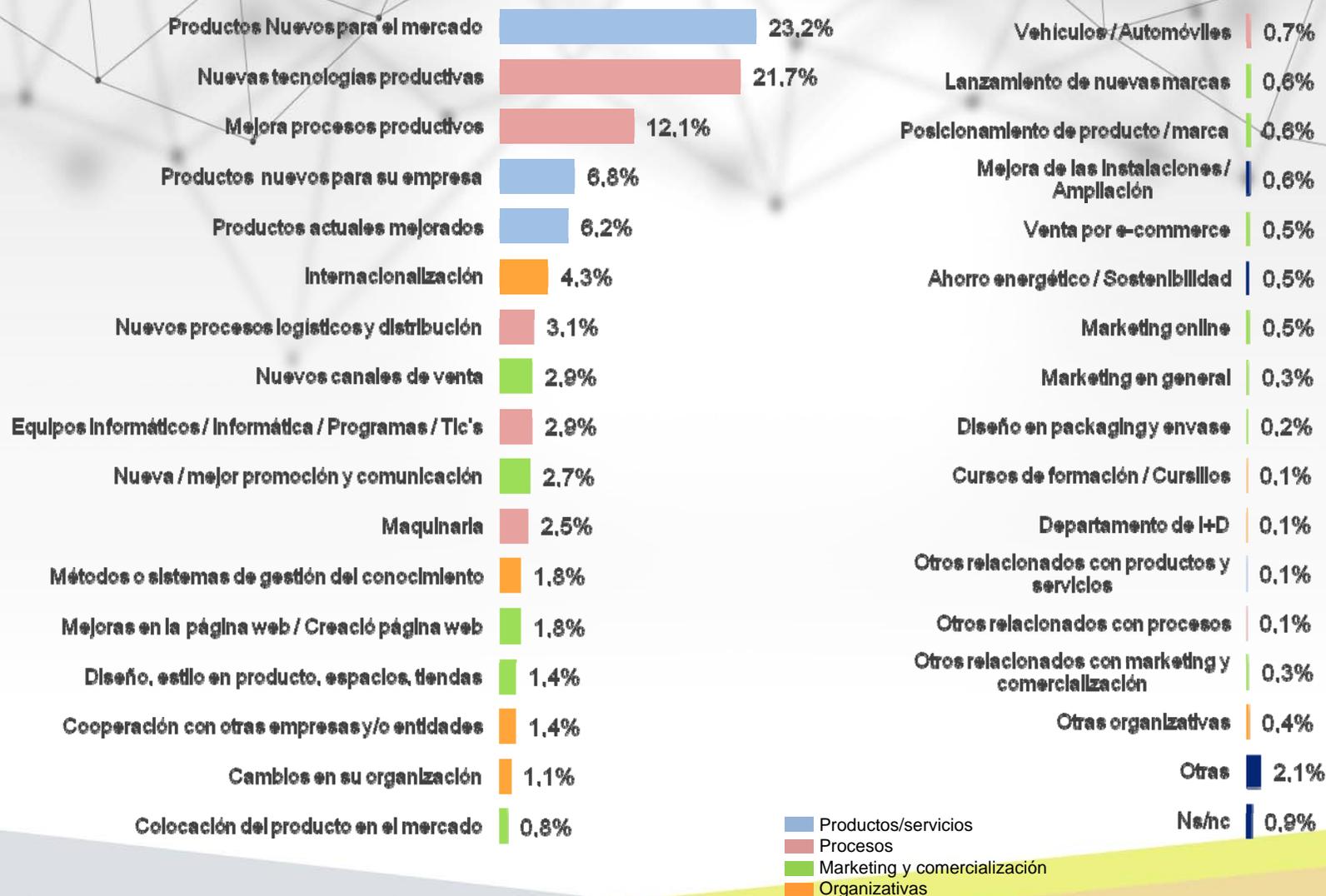
Así, en esta ola, las empresas innovadoras han puesto recientemente el acento en tres ámbitos:

- 1º La creación de **productos nuevos** para el mercado (23,2%)
- 2º La incorporación de nuevas **tecnologías productivas** (21,7%)
- 3º La mejora de sus **procesos productivos** (12,1%)

El cuidado de los procesos productivos, la incorporación de nuevas tecnologías y... la creación de productos y servicios novedosos para el mercado

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

P.4.: ¿Y cuál de ellos ha sido el último, el más reciente?*
Base: 1036 empresas con alguna actividad innovadora en el período



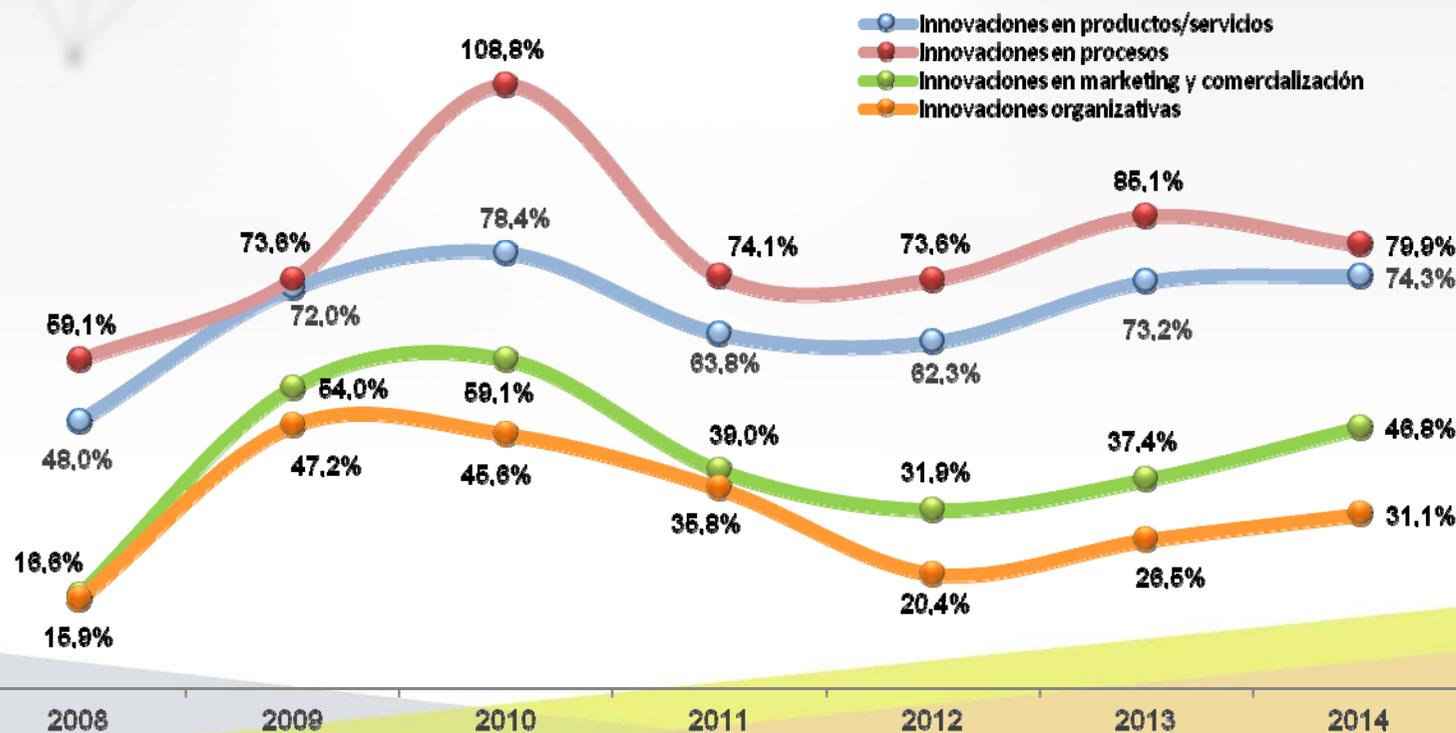
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Solo se admitió una respuesta.



Tomando como referencia el conjunto de ámbitos nombrados por las empresas, podemos observar como en los tres últimos años se incrementan las acciones de las empresas vizcaínas en materia de marketing y comercialización, así como en el terreno organizacional.

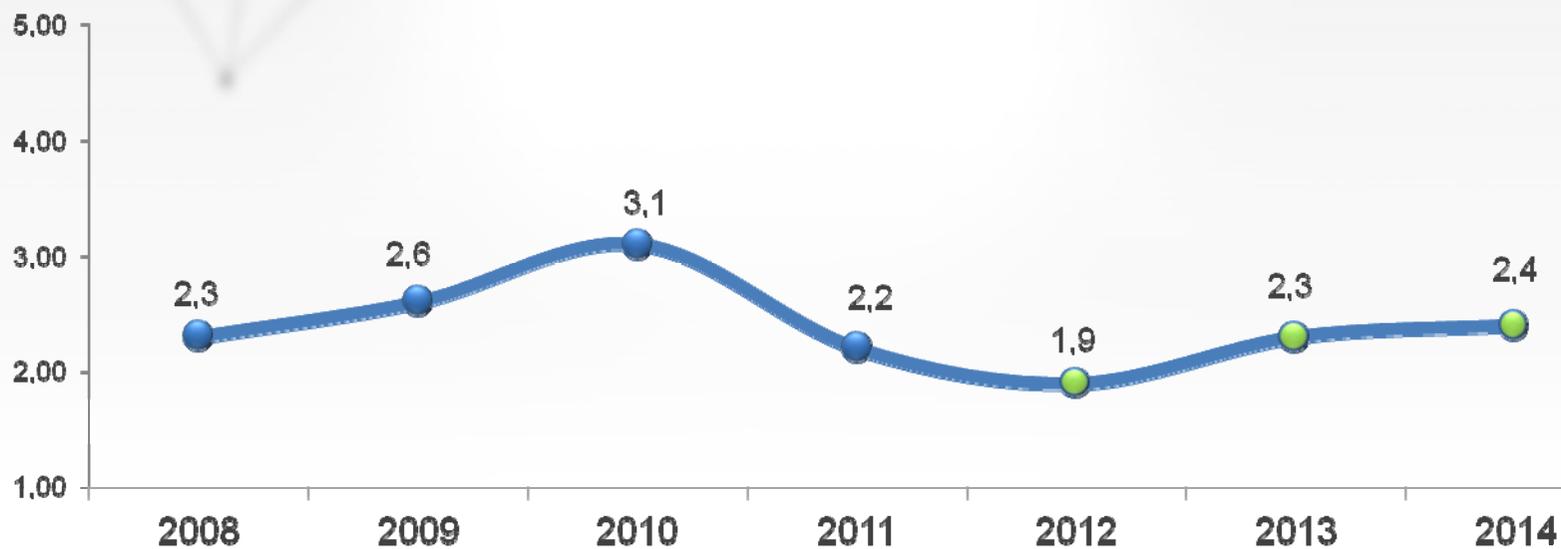


La creación, mejora de productos/servicios y las iniciativas en la propia organización, junto al marketing y comercialización, parecen ir ganando protagonismo



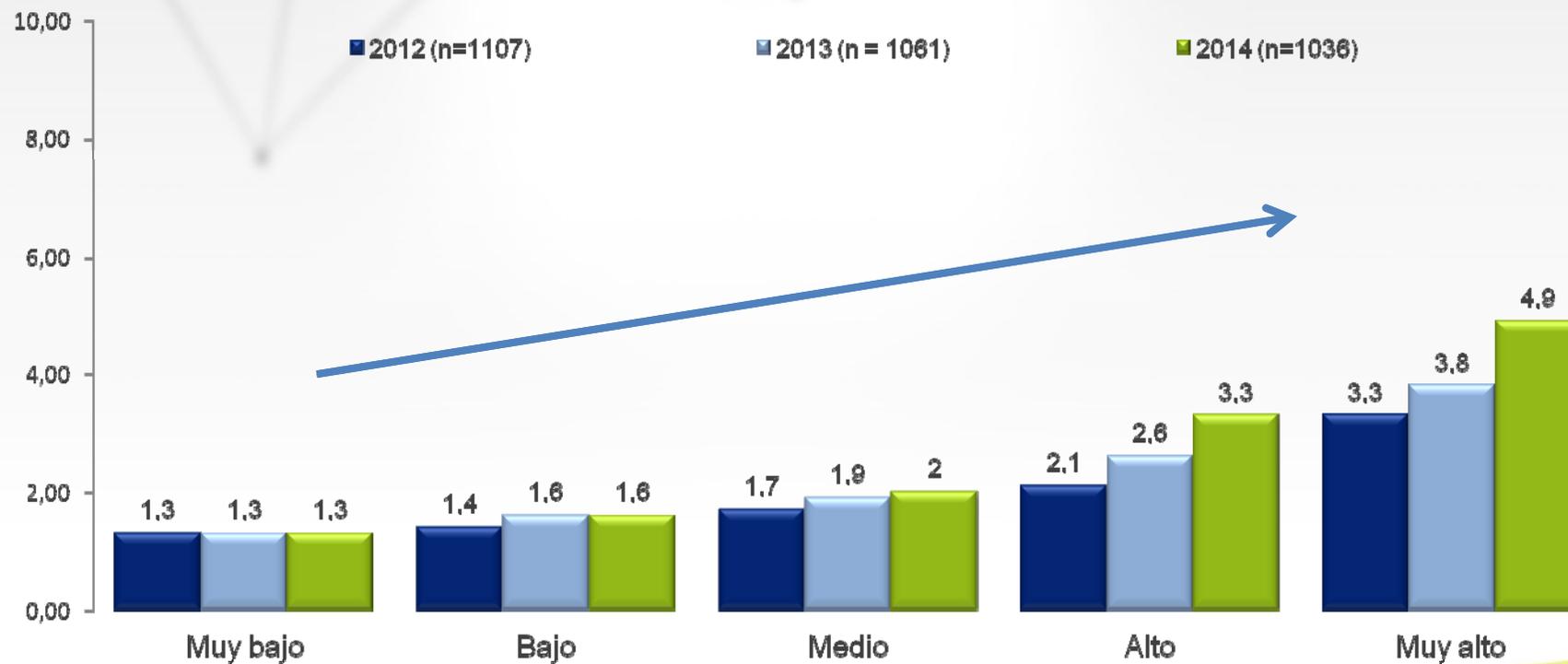


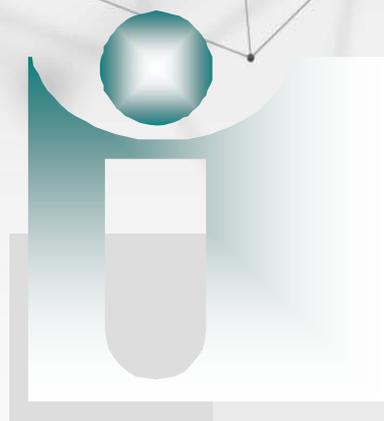
El número de ámbitos de procesos innovadores sobre los que trabajan las empresas se mantiene estable, superando los alcanzados en 2012, pese a que el número de empresas innovadoras se ha reducido.



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



En general, la mayoría de las empresas innovadoras señalan haber cumplido los objetivos que perseguían.

Seis de cada diez consultadas consideran que la experiencia ha sido bastante o totalmente un éxito. Un volumen que se ve reducido, respecto al pasado año

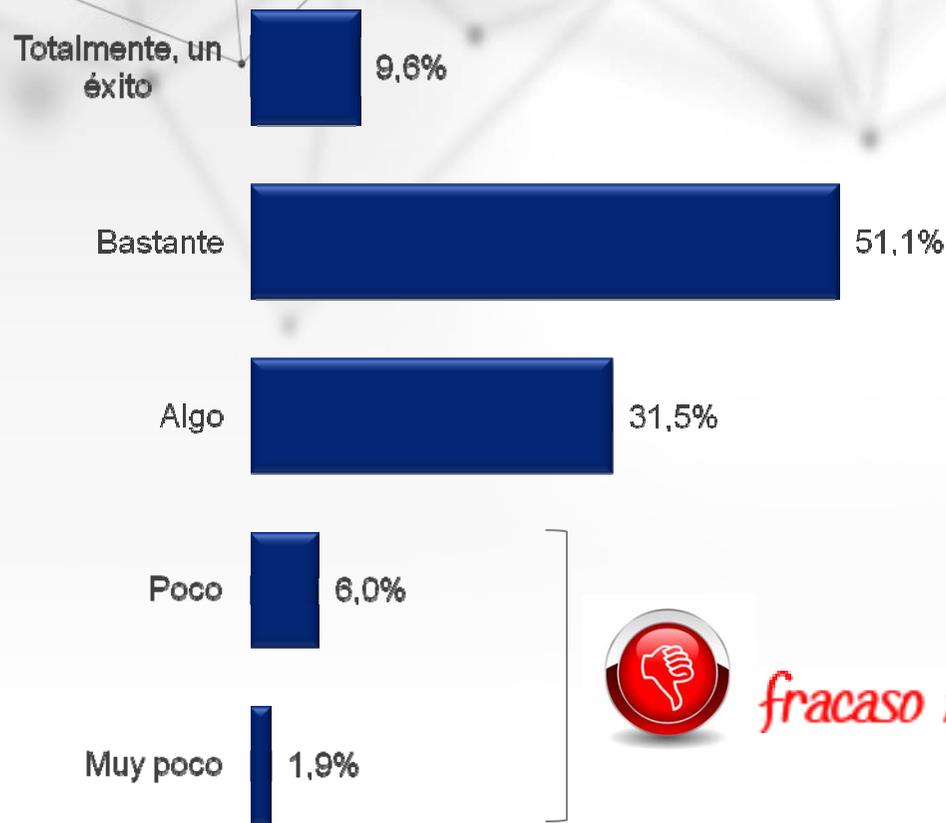


La percepción de fracaso permanece tras la experiencia para un 7,9% de las empresas innovadoras. De nuevo, algo más elevado que en los dos últimos sondeos.



Pareciera que las empresas se muestran más cautas a la hora de valorar su experiencia y el cumplimiento de sus expectativas, si bien es mayoritaria una experiencia satisfactoria

P.6.: Los resultados de esas actividades de innovación, ¿en qué grado han cumplido las expectativas y objetivos que tenían en su empresa?*
Base: 1036 empresas con alguna actividad innovadora en el período



éxito 60,7%

1.0 2.0 3.0 4.0 5.0

MEDIA**

3,6



fracaso 7,9%

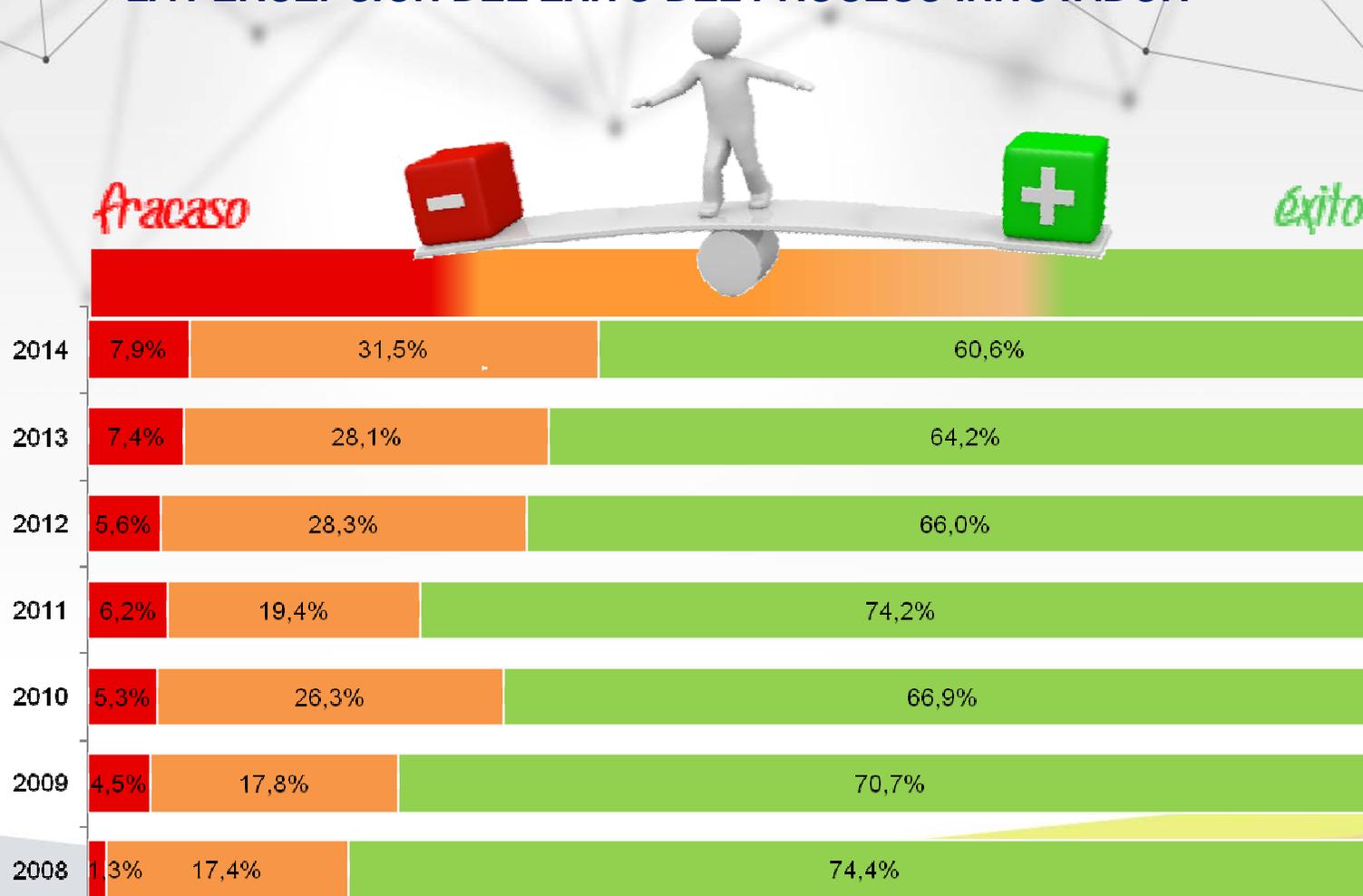
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

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



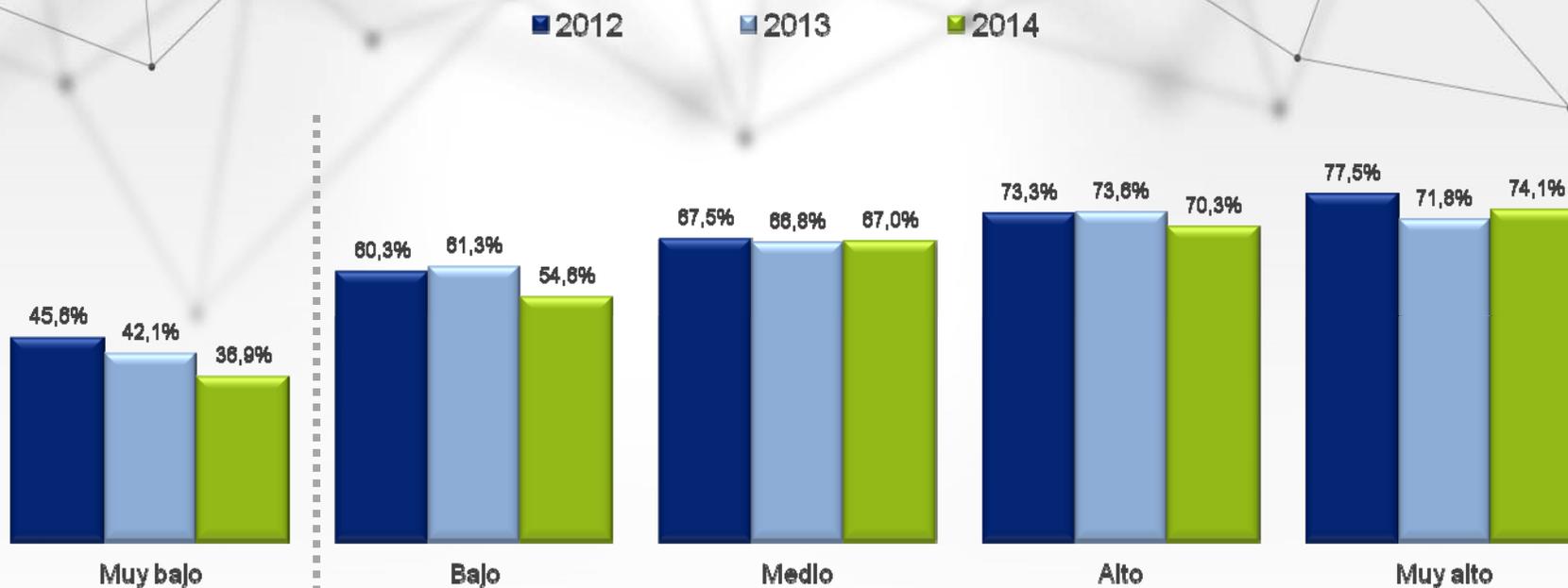
A tenor del cumplimiento de expectativas de las empresas, parece que asistimos a un mayor número de fracasos así como a situaciones intermedias que no se pueden considerar un éxito.

- LA PERCEPCIÓN DEL ÉXITO DEL PROCESO INNOVADOR -



P.6.: Cumplimiento alto (bastante o total) de las expectativas depositadas en las innovaciones implementadas

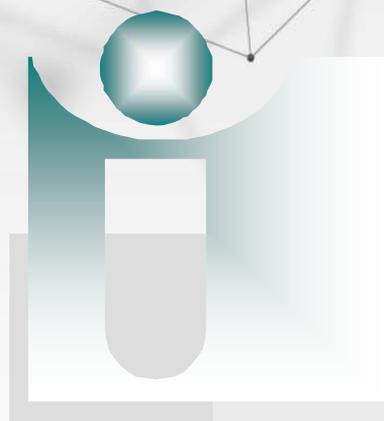
Base: Empresas con alguna actividad innovadora en el periodo



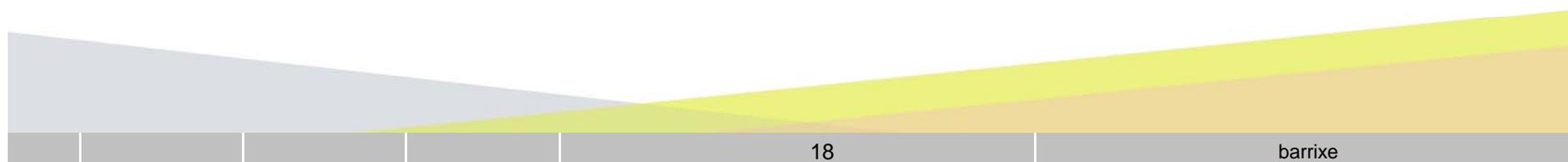
Lugar donde la mayoría no parecen apreciar los resultados de su actividad innovadora

¿POTENCIAL RIESGO DE ABANDONO?

	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
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:

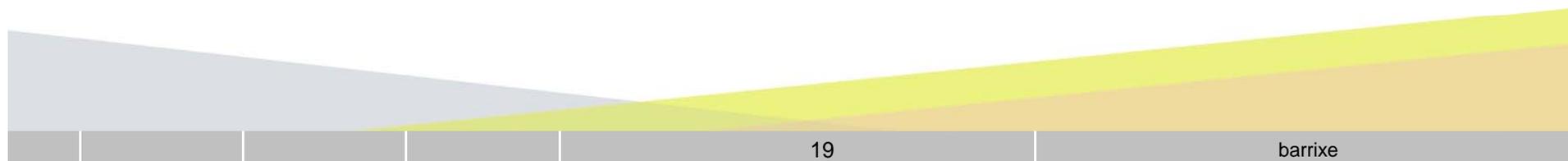
- ✓ La consecución de una mayor **calidad** de bienes y servicios
- ✓ La **ampliación** de la **gama** de productos y servicios
- ✓ El **cumplimiento** de los **requisitos normativos**



Tres ámbitos con un alto impacto para más de una de cada cuatro empresas innovadoras del territorio

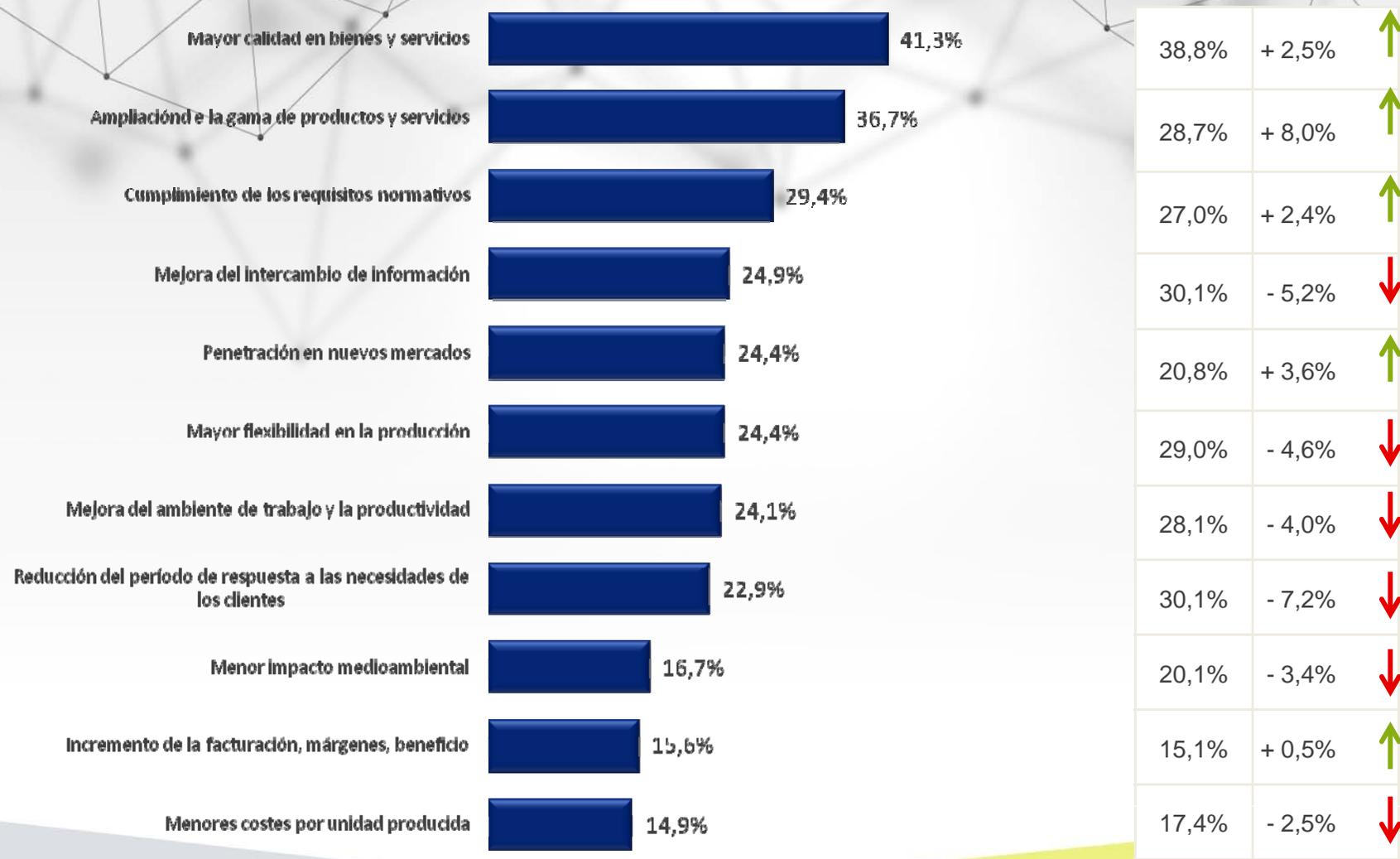


Respecto al pasado año, crece el número de empresas que percibe un alto impacto de sus innovaciones en la ampliación de la gama de productos y/o servicios



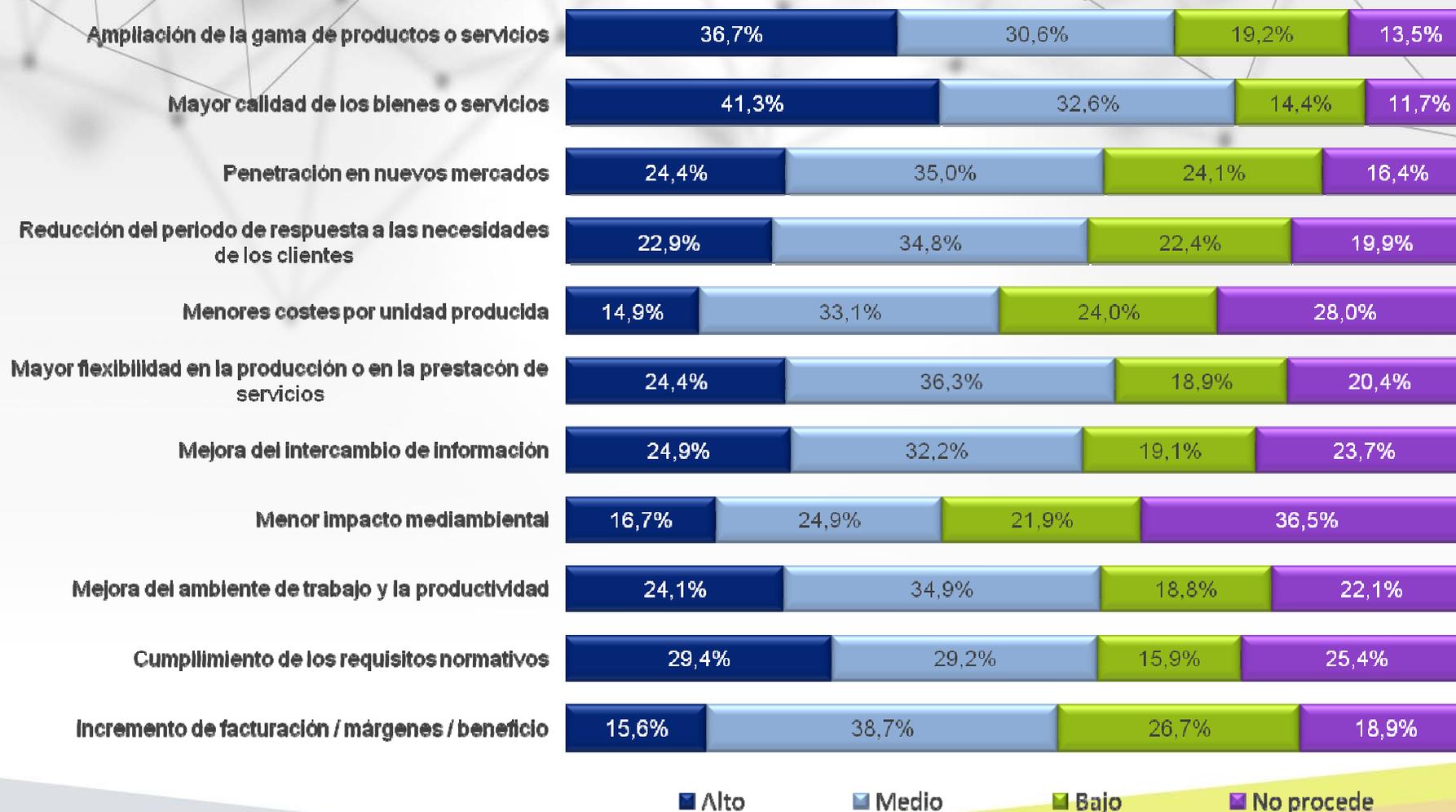
**P.7.: Efecto o impacto alto de las innovaciones
acometidas por las empresas***
Base: 1036 empresas con alguna actividad innovadora en el período

2013



* 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: 1036 empresas con alguna actividad innovadora en el período



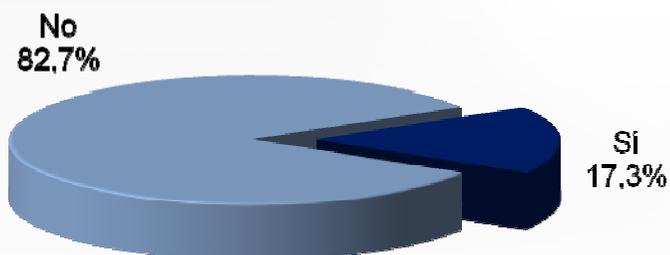
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.



Ocho de cada diez empresas no cuentan con una partida específica para realizar actividades de innovación. Y únicamente en dos de cada diez casos su contabilidad de gestión permite identificar los beneficios de las innovaciones implementadas.

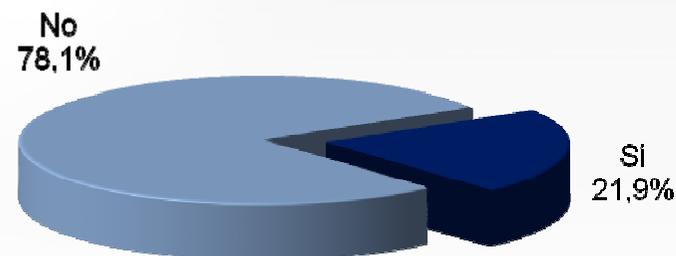
N.5B.: ¿El presupuesto de su empresa tiene una partida específica para actividades de innovación?

Base: 1036 empresas innovadoras



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

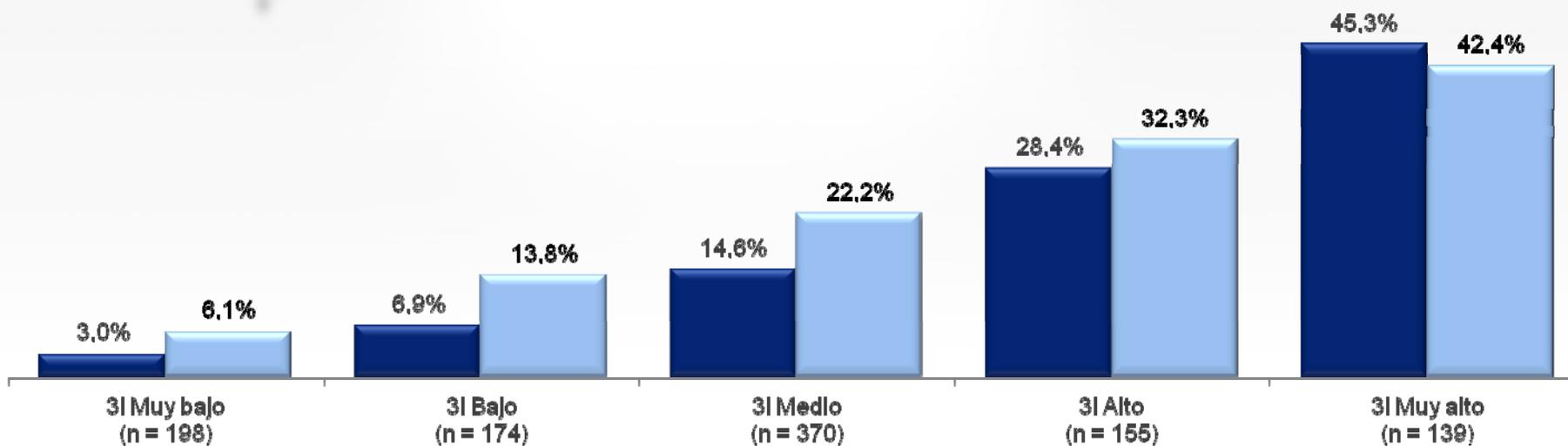
Base: 1036 empresas innovadoras

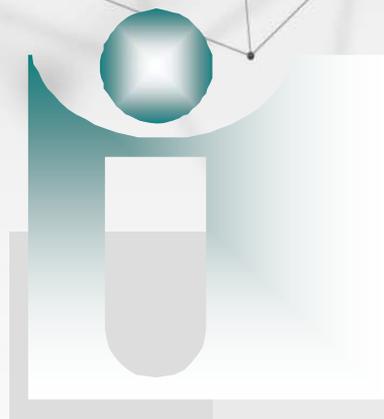


Dos herramientas de sistematización que no son habituales entre las empresas innovadoras

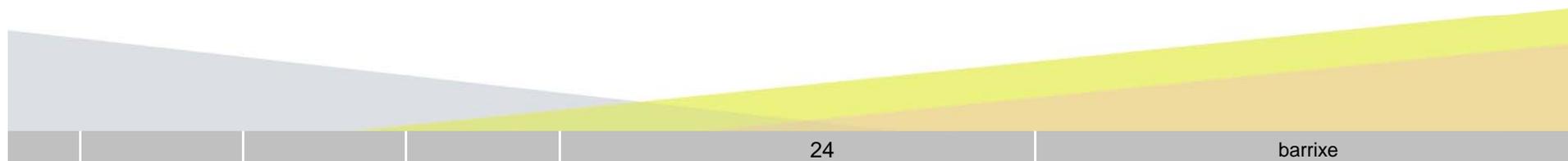
Disposición de herramientas para la sistematización innovación
Según el Índice de Intensidad de la Innovación

- Partida específica para actividades de Innovación
- La contabilidad de gestión permite identificar los beneficios de las innovaciones implementadas





Las fuentes de innovación





Para acceder a la innovación, las empresas mencionan como **fuentes principales**, aquellas internas de la **propia empresa**. El personal de gestión y producción, personal de marketing y ventas, departamento de I+D... o sus propias capacidades para desarrollar conocimiento. También, las que se derivan de la tecnología empleada.

Por cada mención a fuentes del mercado se producen tres a personal propio de la empresa como motor de la iniciativa innovadora

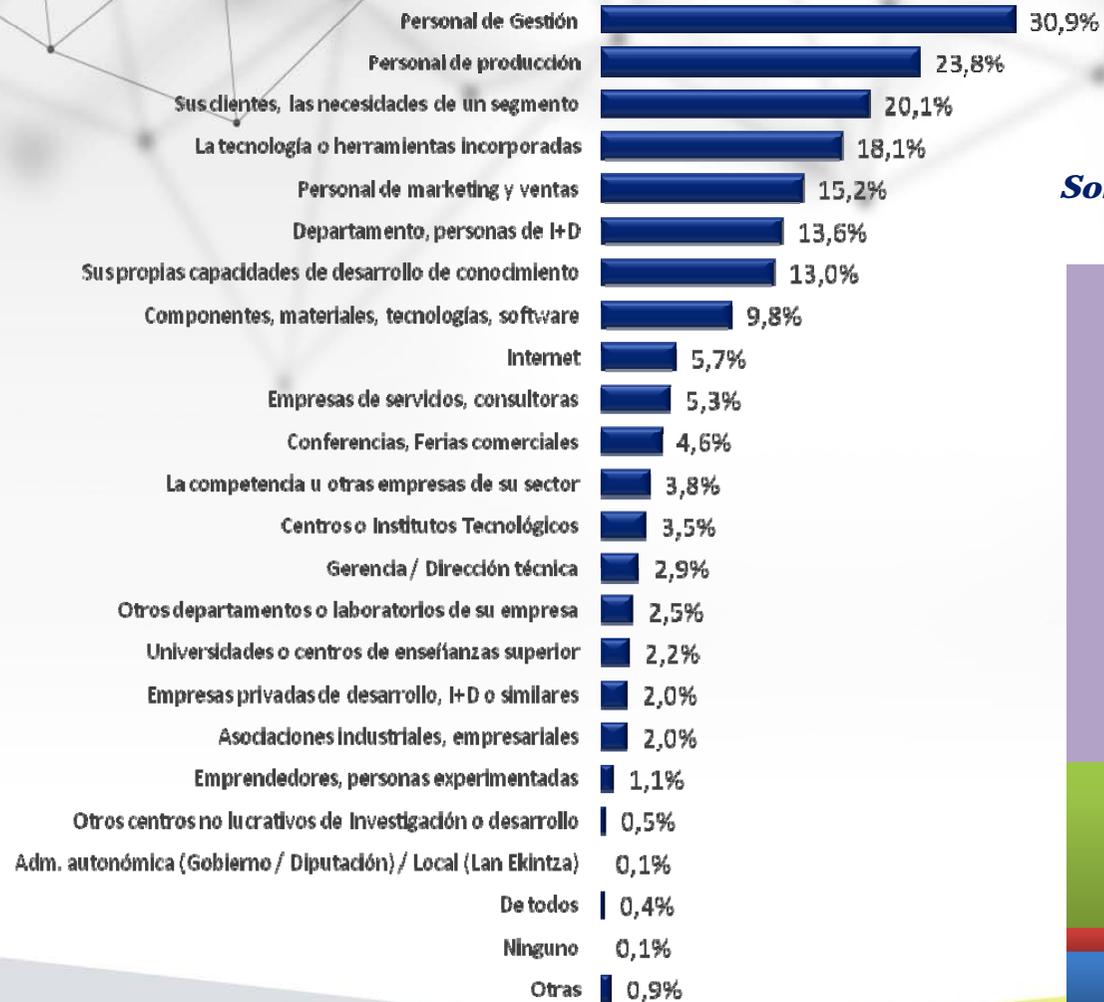


Junto a las que parten de la propia empresa, las **fuentes del mercado** con mayor grado de implicación son:

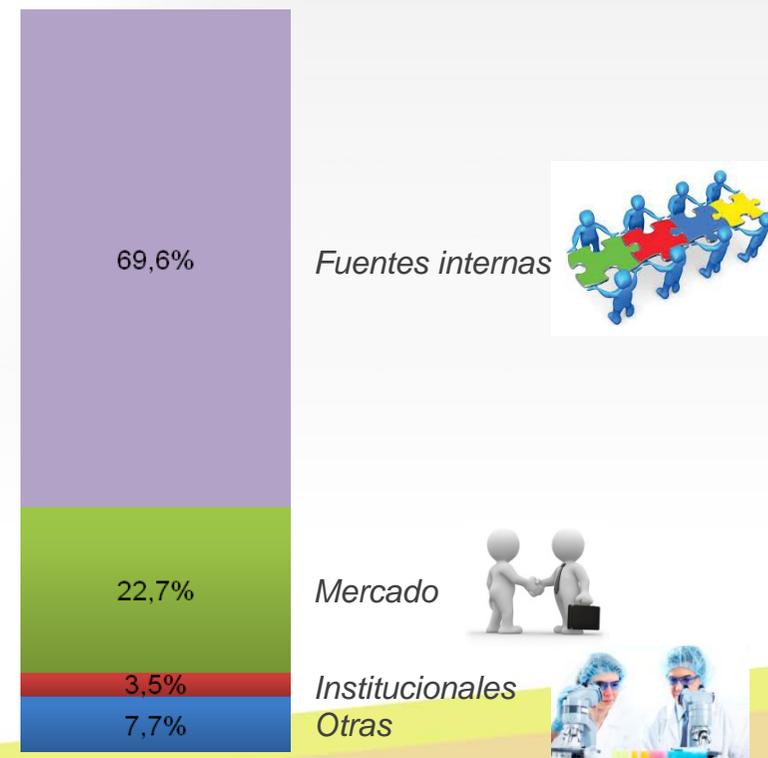
- ✓ Los **propios clientes** y sus necesidades.
- ✓ Los **proveedores** de componentes, materiales o tecnologías.

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?*

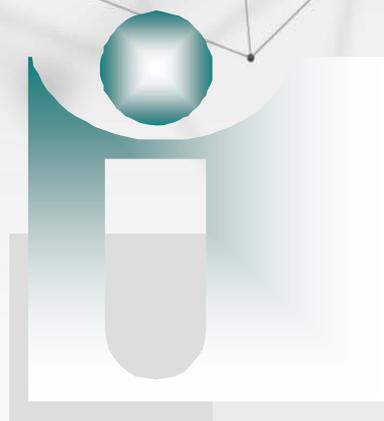
Base: 1036 empresas con alguna actividad innovadora en el periodo



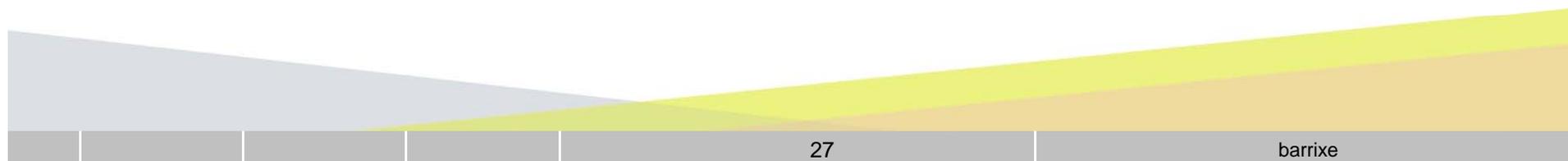
Sobre el total de menciones



* 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 70,4%.



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

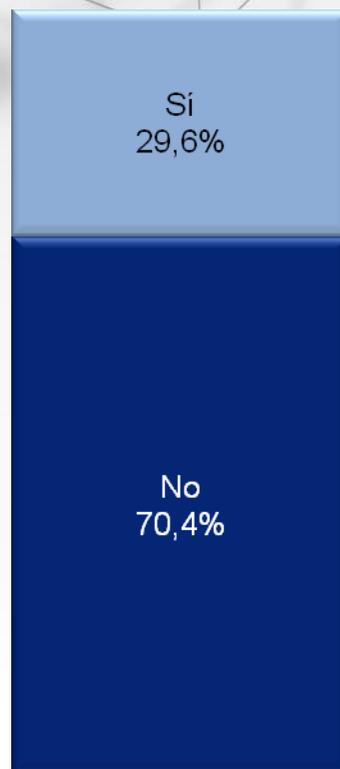


Si realizamos un perfil de empresa vizcaína que ha accedido a la ayuda pública en mayor medida, sus características serían:

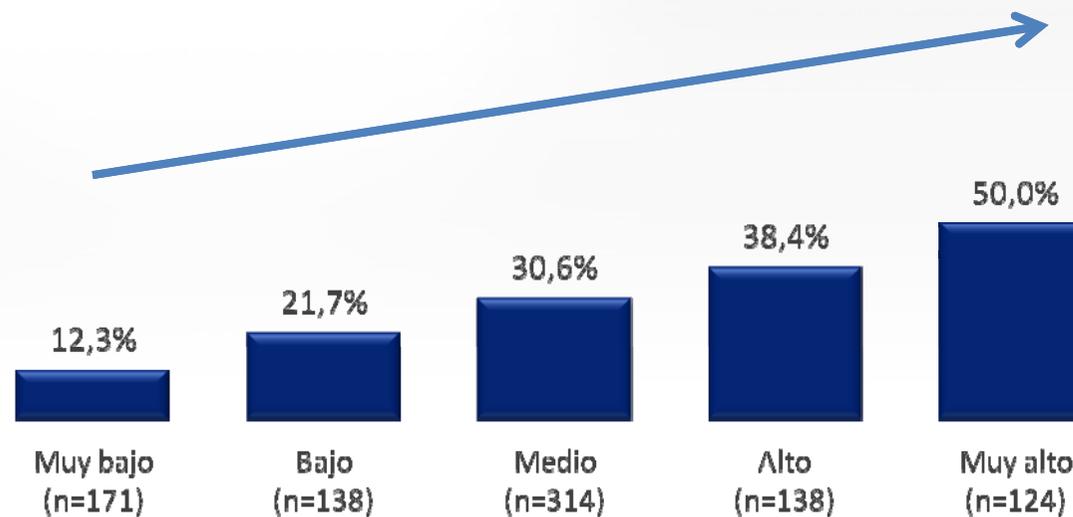
- ✓ Las de reciente creación (32,0%).
- ✓ Las empresas exportadoras (el 41,4%).
- ✓ Las del sector de industria y energía (el 35,7%).
- ✓ Cuyas empresas se encuentran en fase de introducción del producto (el 47,6%).

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

Base: 885 empresas con alguna innovación en el periodo.



ACCESO A LA AYUDA PÚBLICA EN FUNCIÓN DEL 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: 262 empresas que ha recibido ayuda pública

	LA MÁS VALIOSA. PRIMER LUGAR	LA MÁS VALIOSA. SEGUNDO LUGAR
Introducción de procesos nuevos	30,2%	18,7%
La investigación en la propia empresa	14,5%	8,4%
Formación del personal	13,0%	15,3%
La colaboración o innovación con otras empresas	9,2%	9,2%
Servicios de ayuda para actividades de innovación	8,4%	10,3%
Compra de maquinaria / tecnologías	4,6%	---
Financiación de proyectos	2,7%	---
La implementación de investigación de mercados	2,3%	5,3%
La contratación de nuevos licenciados	1,9%	2,3%
Participación, colaboración con instituciones públicas para el fomento de la innovación	1,9%	---
Nuevos productos surgidos de I+D+I	1,9%	---
Internacionalización	1,1%	---
Creación / Mejora página web	1,1%	---
Ayuda en una red de innovación en la que ha participado	0,8%	2,3%
Sistemas de calidad	0,8%	---
Formación	0,4%	---
Otras	4,6%	---
No concreta respuesta	0,8%	28,2%

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



El acceso de las empresas de Bizkaia a la financiación pública que sufrague los costes de la innovación es una realidad para el 29,6% de las consultadas con iniciativas en los tres últimos años.

- ACCESO A LA AYUDA PÚBLICA -



Respecto a los datos de oleadas anteriores, el volumen de empresas que accede a financiación o ayuda pública se va recortando



Este apoyo va encaminado a la introducción de nuevos procesos, la investigación interna, la formación del personal, y en menor medida, para el fomento de la colaboración interempresarial o la contratación de servicios de apoyo a la innovación.

2014 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

19

Los hipotéticos ámbitos de innovación

24

El paraguas de la innovación

32

LAS EMPRESAS NO INNOVADORAS



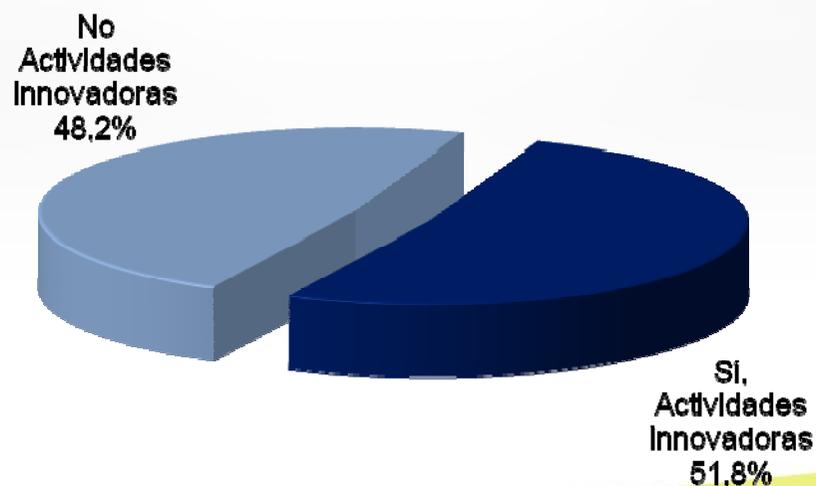
Como hemos analizado, del **total de las empresas** de Bizkaia, un **51,8%** afirma haber **tenido algún tipo de actividad innovadora** en el periodo de los últimos cuatro ejercicios (2010-2013).

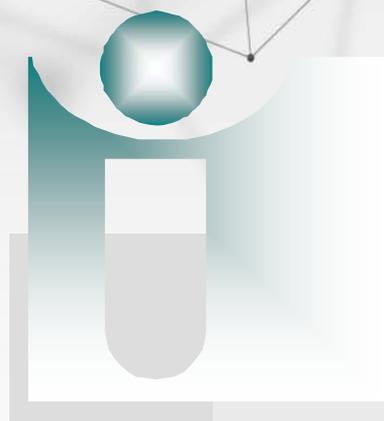


Por su parte, un **48,2%** no ha tenido ningún tipo de actividad innovadora en estos cuatro últimos años. A continuación se detallan sus características, así como los motivos de su distancia a la innovación.

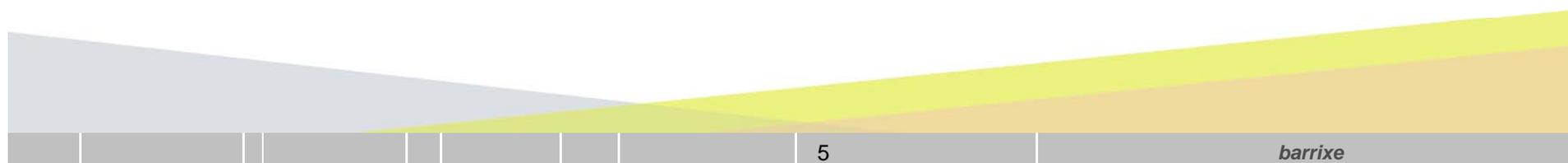
P.1/P.2.: En el periodo de 2010-2013, ¿su empresa ha llevado a cabo actividades innovadoras?

Base: Total empresas entrevistadas (n = 2001)





El Índice de Propensión a la Innovación (IPI)



El criterio de construcción del Índice de Propensión a la Innovación



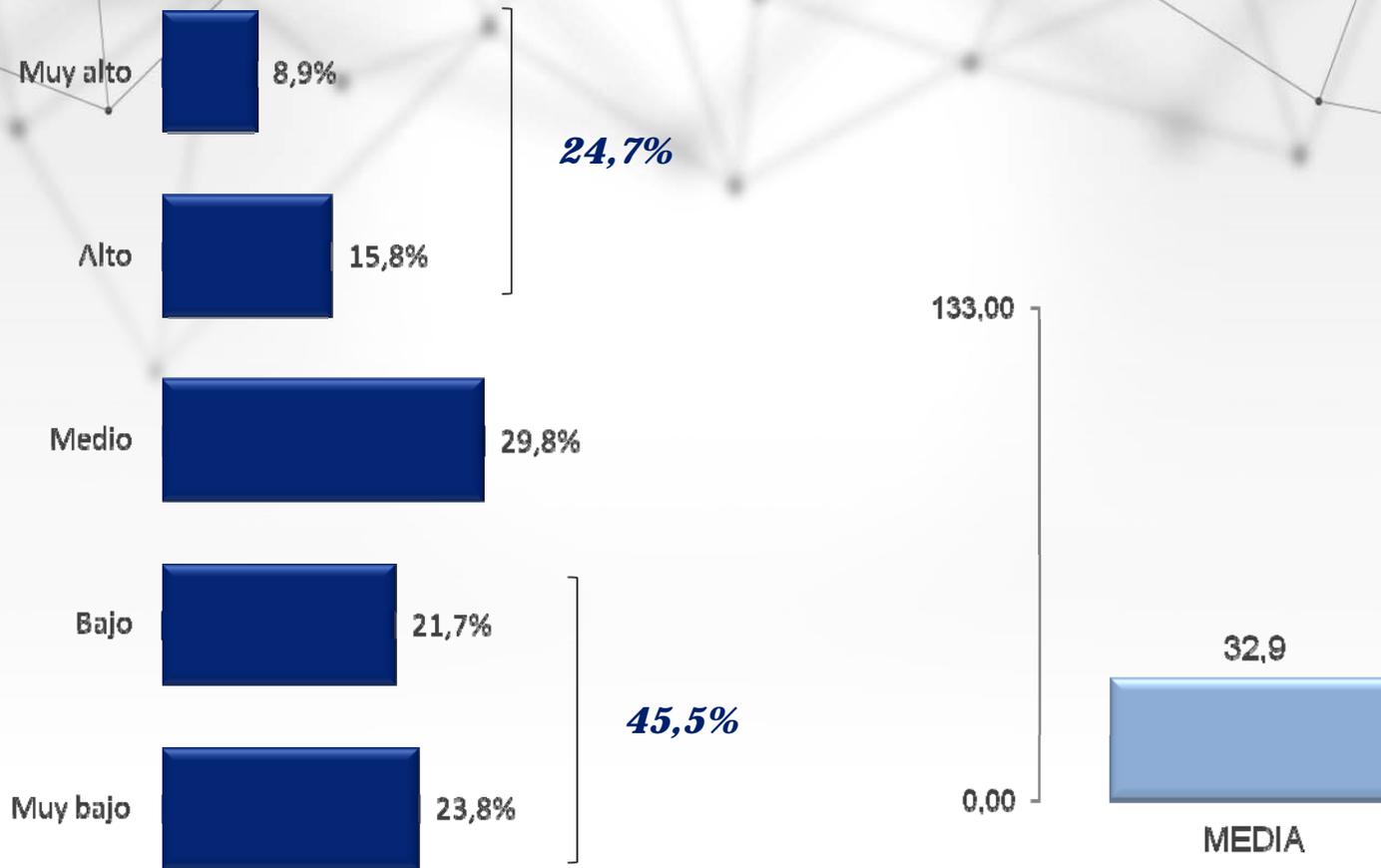
El Índice de Propensión a la Innovación (IPI) es un **Índice Síntesis** que mide el grado de propensión, de proximidad a la Innovación de las empresas de Bizkaia que se perciben como no innovadoras.



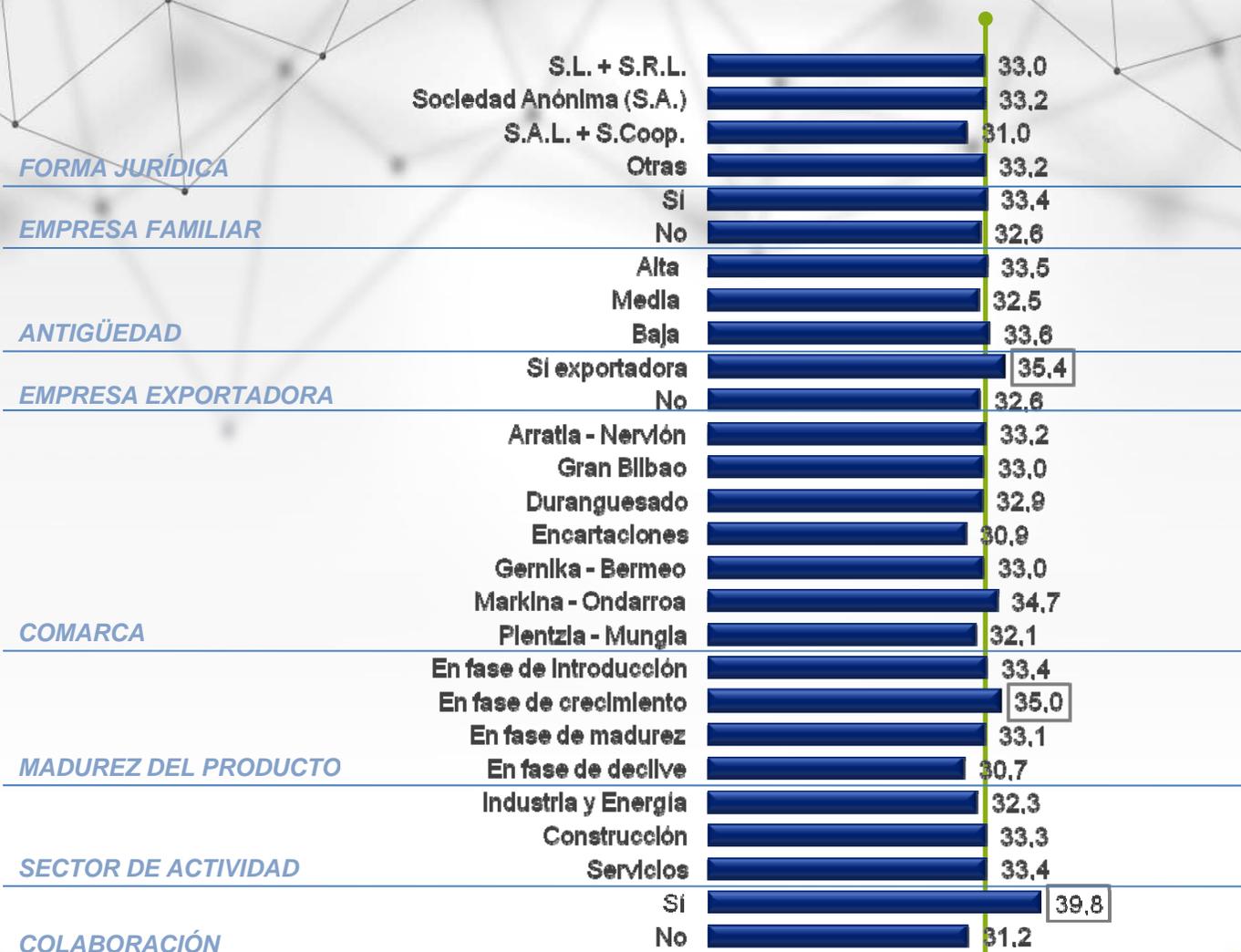
Este índice permite categorizar a las empresas en función de su Propensión a la Innovación estableciendo los siguientes grupos:

- ✓ 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: 965 empresas caracterizadas como no innovadoras



Índice de Propensión a la Innovación



MEDIA : 32,9



En términos generales, el 48,2% de las empresas del territorio de Bizkaia no ha acometido innovación alguna en los últimos cuatro ejercicios.



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

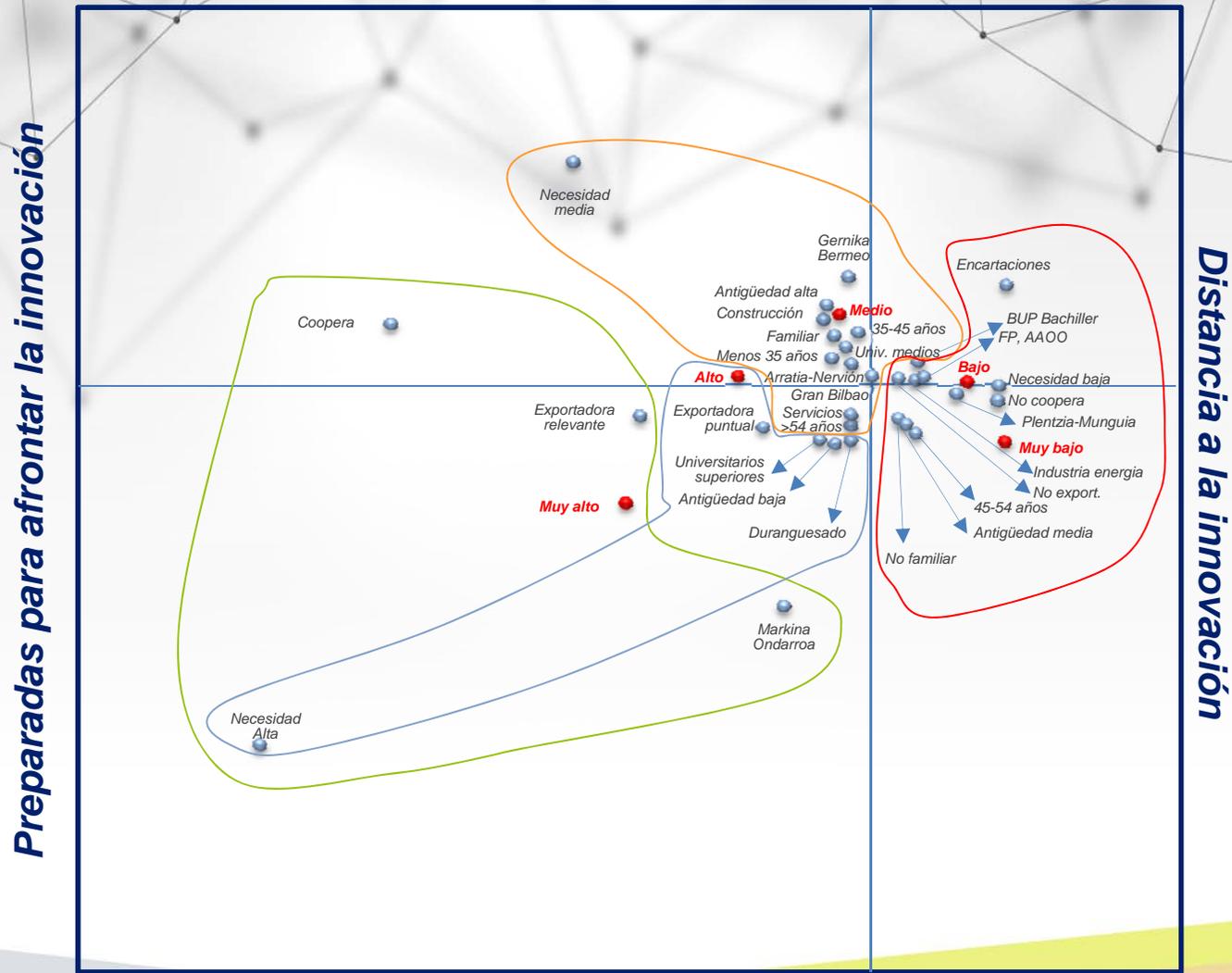


Tenemos mayor volumen de empresas más preparadas para dar el salto, pero también un nutrido grupo de ellas cada vez más alejado de estas iniciativas



MAPA DEL ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN

Relativización de la necesidad



Nivel de propensión a la innovación bajo/muy bajo

- **Son el mayor grupo de empresas que responde a las siguientes características:**
 - **Empresas que no cooperan con otras empresas u agentes.**
 - **No tienen actividad exportadora.**
 - **Con presencia en el sector de Industria y Energía.**
 - **Empresas no familiares.**
 - **Con una antigüedad media.**
 - **Cuyo interlocutor dispone de un nivel formativo de BUP, Bachiller, FP o Arte y Oficios.**
 - **Y, empresas que consideran que la necesidad de abordar la innovación es baja para su actividad, no demandándolo el mercado o los clientes.**



¿Un desconocimiento de lo que la actividad innovadora puede reportar o es consecuencia del ahogo fruto de la contracción de la demanda?

Nivel de propensión a la innovación medio/bajo

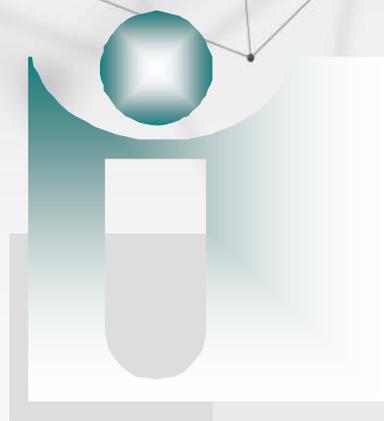
- **Responde a un perfil de empresas de elevada antigüedad.**
- **Con presencia del sector de la construcción y servicios.**
- **Empresas familiares.**
- **Y, son empresas que pese a no ser innovadoras, sí aprecian sus bondades si bien relativizan la necesidad que tiene para ellas en el actual contexto.**

Nivel de propensión a la innovación medio/alto

- **Se corresponde con un perfil de empresa con actividad exportadora pero de forma puntual.**
- **Con una antigüedad baja, de reciente creación.**
- **Y que consideran que abordar iniciativas innovadoras es importante para el desarrollo de su actividad.**

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.***
- ***Cuya actividad exportadora juega un papel relevante en su actividad.***
- ***Y que valoran la urgencia y necesidad elevada de abordar iniciativas innovadoras.***



La renuncia a la innovación



Los principales **frenos** o **motivos de rechazo** a la innovación, por parte de aquellas empresas categorizadas como no innovadoras, son:

- ✓ En primer lugar, el factor económico, es decir, la innovación se asocia con un coste económico elevado y, desde cierta perspectiva cortoplacista, se tiende a reconocer desde el riesgo económico o la ausencia de rentabilidad.
- ✓ En segundo lugar, la percepción de **no ser necesaria** para el desarrollo de su actividad empresarial.
- ✓ En tercer lugar, el freno de la «imposibilidad». Por un lado, la imposibilidad económica, no se cuenta con los fondos o recursos necesarios para abordar dicho proceso; y por otro lado, no se percibe un hueco o segmento de su mercado que demande u otorgue valor a los bienes o servicios innovadores, la lógica del mercado.



Una visión a corto plazo tanto del mercado como de la necesidad de la mejora competitiva, como de su rentabilidad

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

Base: 965 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: 965 empresas sin actividad innovadora en el período.

	TOTAL (n=965)	SECTOR DE ACTIVIDAD		
		Industria y energía (n=375)	Construcción (n=172)	Servicios (n=418)
Coste económico elevado	31,9%	35,2%	30,2%	29,7%
No hay necesidad / No necesitan	27,9%	25,6%	30,8%	28,7%
Riesgo económico excesivo, no es rentable	22,4%	25,1%	22,7%	19,9%
Falta de recursos, de fondos propios	14,0%	17,9%	14,0%	10,5%
No hay demanda bienes / servicios innovadores	13,0%	12,3%	14,5%	12,9%
Situación de crisis	7,0%	7,2%	7,0%	6,9%
Por el tipo de empresa / Por el sector al que pertenecen	4,9%	3,2%	4,1%	6,7%
Tamaño de la empresa, poco personal	3,8%	4,0%	4,1%	3,6%
Falta de financiación externa, apoyos y ayudas	3,6%	4,0%	3,5%	3,3%
Empresa en situación de riesgo / Falta de producción	3,3%	4,3%	2,9%	2,6%
Rigidez organizativa	2,2%	1,3%	1,7%	3,1%
Dependen de la central	2,1%	1,3%	0,6%	3,3%
Rigidez de su estructura de producción	1,3%	0,5%	1,2%	2,2%
Falta de formación	1,3%	1,6%	0,6%	1,4%
Lo hicieron hace unos años	1,3%	1,9%	1,2%	1,0%
Ausencia de cultura, actividad empresarial innovadora	1,2%	1,3%	0,6%	1,4%
No encaja en su actividad	1,1%	1,1%	0,6%	1,4%
Capacidad de innovación insuficiente	1,0%	1,1%	---	1,4%
Falta de tiempo	0,9%	0,8%	1,7%	0,7%

EL MERCADO EL RIESGO ECONÓMICO

* 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?*

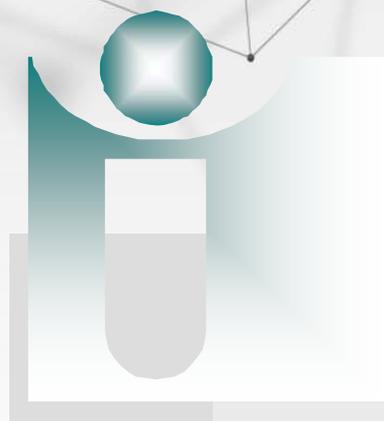
Base: 965 empresas sin actividad innovadora en el período.

	TOTAL (n=965)	ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN				
		Muy bajo (n=230)	Bajo (n=209)	Medio (n=288)	Alto (n=152)	Muy alto (n=86)
Coste económico elevado	31,9%	32,6%	37,3%	30,2%	29,6%	26,7%
No hay necesidad / No necesitan	27,9%	42,2%	21,1%	22,2%	30,3%	20,9%
Riesgo económico excesivo, no es rentable	22,4%	21,3%	27,3%	24,0%	19,1%	14,0%
Falta de recursos, de fondos propios	14,0%	11,3%	14,8%	15,6%	13,8%	14,0%
No hay demanda bienes / servicios innovadores	13,0%	10,9%	20,6%	15,3%	6,6%	3,5%
Situación de crisis	7,0%	8,3%	11,0%	4,9%	6,6%	2,3%
Por el tipo de empresa / Por el sector al que pertenecen	4,9%	8,3%	4,3%	3,8%	3,3%	3,5%
Tamaño de la empresa, poco personal	3,8%	6,1%	5,3%	3,1%	1,3%	1,2%
Falta de financiación externa, apoyos y ayudas	3,6%	5,2%	2,4%	3,5%	3,3%	3,5%
Empresa en situación de riesgo / Falta de producción	3,3%	5,2%	1,9%	3,8%	2,0%	2,3%
Rigidez organizativa	2,2%	0,4%	1,9%	1,7%	5,3%	3,5%
Dependen de la central	2,1%	0,4%	1,9%	1,7%	3,9%	4,7%
Rigidez de su estructura de producción	1,3%	0,4%	1,0%	1,4%	2,0%	3,5%
Falta de formación	1,3%	1,3%	---	1,0%	1,3%	5,8%
Lo hicieron hace unos años	1,3%	0,4%	2,4%	1,0%	1,3%	2,3%
Ausencia de cultura, actividad empresarial innovadora	1,2%	1,3%	1,0%	1,0%	0,7%	3,5%
No encaja en su actividad	1,1%	2,2%	0,5%	---	2,6%	1,2%
Capacidad de innovación insuficiente	1,0%	0,9%	0,5%	0,7%	2,6%	1,2%
Falta de tiempo	0,9%	---	1,0%	1,0%	---	4,7%

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

EL MERCADO

EL RIESGO ECONÓMICO



El futuro de la innovación en estas empresas



Entre las empresas vizcaínas, la **sensibilidad hacia la innovación** continúa reflejando los mismos ritmos:

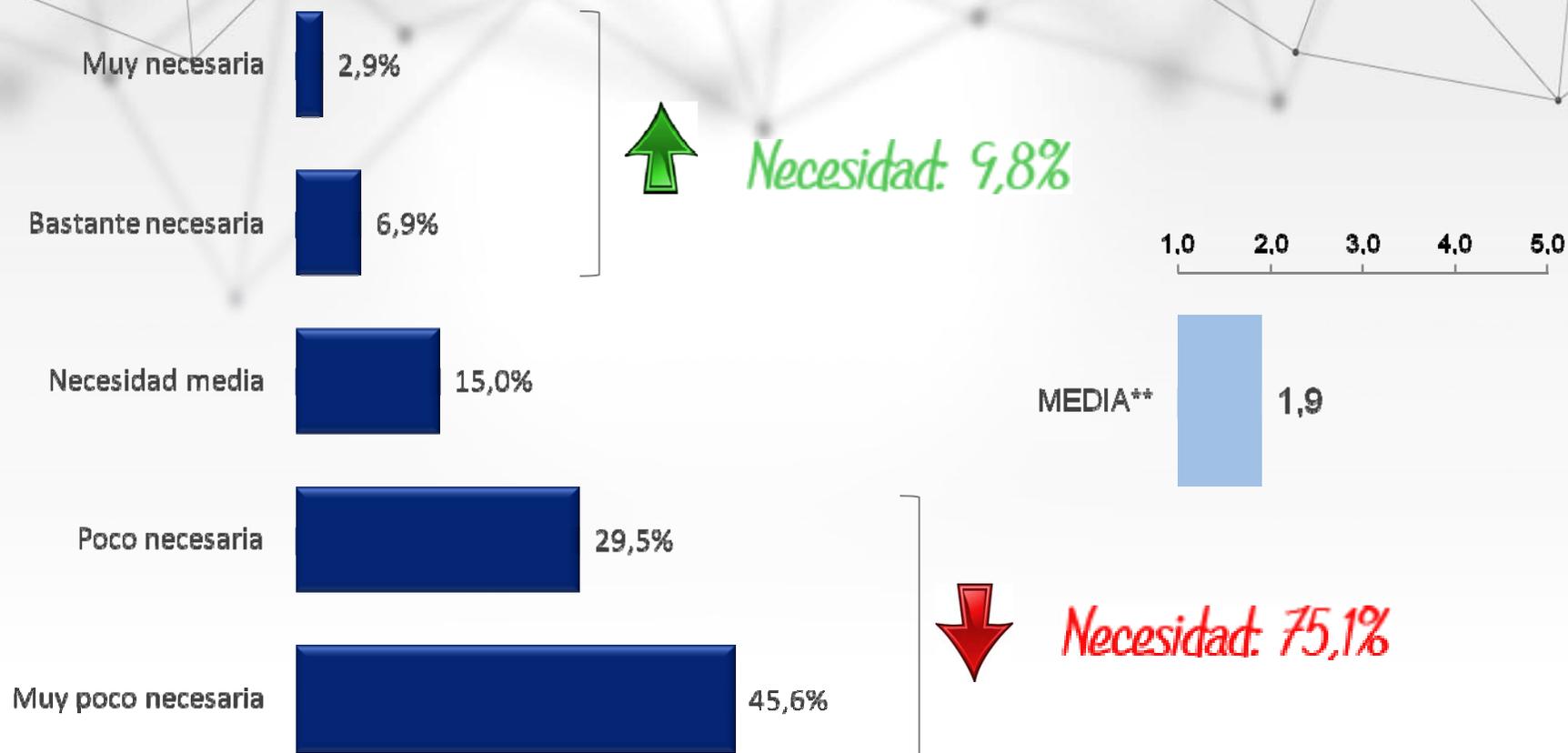
- ✓ **Tres cuartas partes de las** empresas entrevistadas (75,1%) que no ha realizado acciones innovadoras **percibe la innovación como “innecesaria”**.
- ✓ En cuanto al ritmo, es decir, a la **urgencia percibida** para acometer innovaciones, se observa como de nuevo para siete de cada diez (76,4%) no resulta urgente.

Entre las empresas que no han acometido innovaciones, la percepción de su necesidad o su urgencia se percibe por un segmento pequeño.



La innovación no está subrayada en rojo en la «agenda» de estas empresas

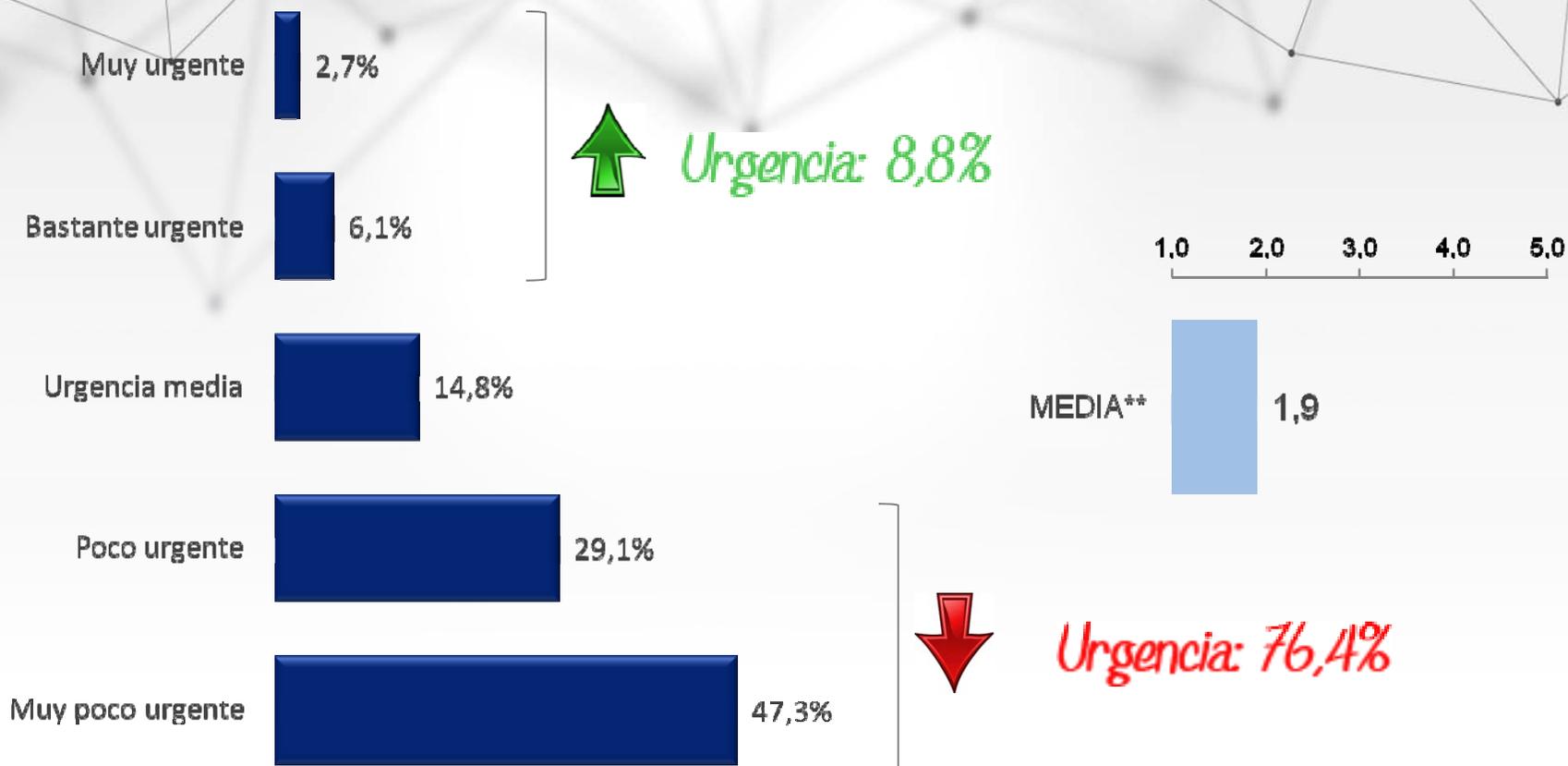
P.11A.: ¿Con qué intensidad se han planteado en su empresa la necesidad de innovar, de abordar procesos o actividades de innovación este año o en los dos o tres próximos años?*
Base: 965 empresas sin actividad innovadora en el periodo



* 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)

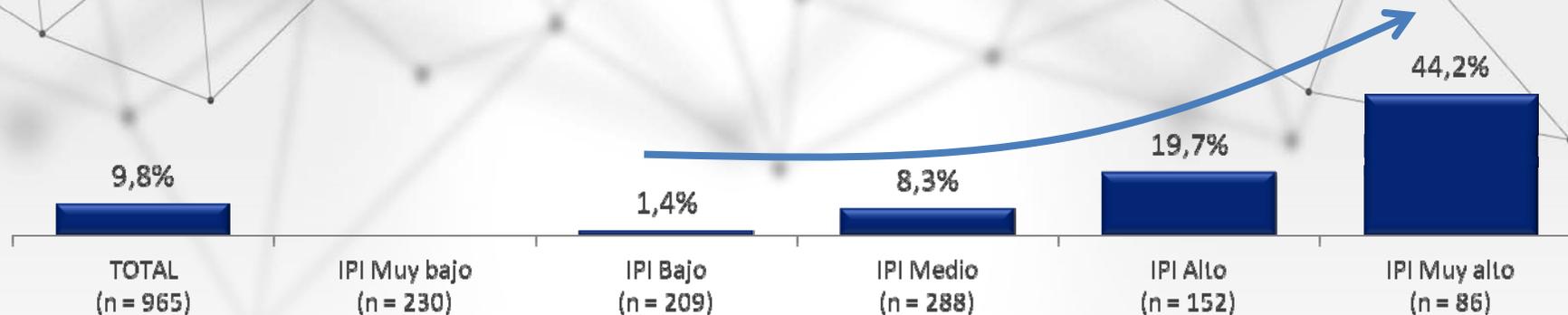
P.11B.: ¿Con qué intensidad se han planteado en su empresa la urgencia de innovar, de abordar procesos o actividades de innovación este año o en los dos o tres próximos?*
Base: 965 empresas sin actividad innovadora en el periodo



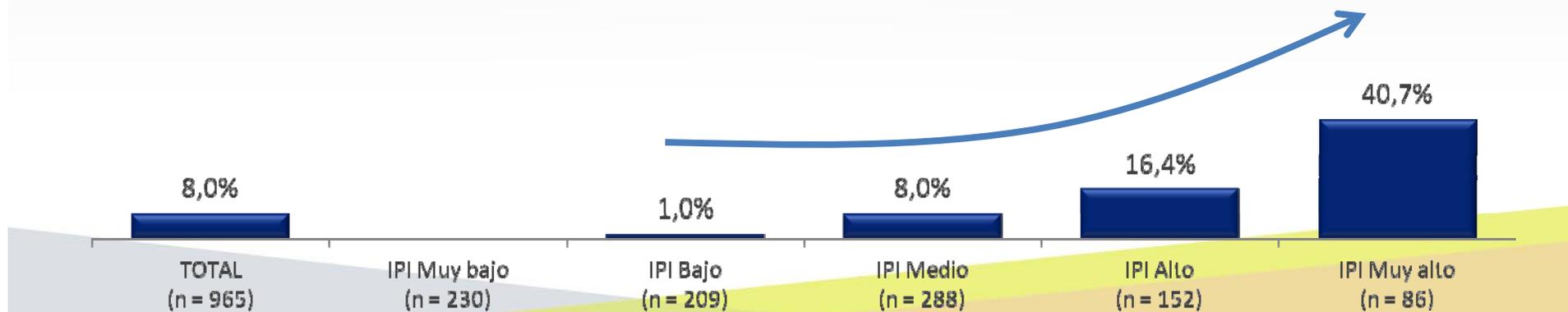
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

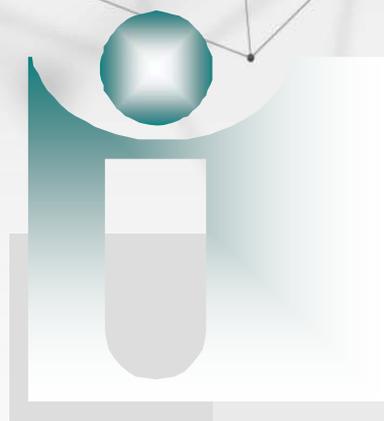
** Puntuación media sobre escala de mínimo 1 (muy poco necesaria) a máximo 5 (muy necesaria)

Nivel de necesidad alto de innovación entre las empresas no innovadoras



Nivel de urgencia alto para abordar la innovación entre las empresas no innovadoras





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** (23,2%)*
- ✓ Mejora de los **procesos productivos** (11,7%)
- ✓ **Productos nuevos** para el mercado (11,5%)
- ✓ **Nuevos canales de venta** (11,5%)



El número medio de ámbitos de innovación señalados es de 1,5. Este ratio se multiplica por dos (3,6) en el segmento de empresas con un Índice de Propensión a la Innovación (IPI) muy alto.



Respecto a la pasada ola, crecen las menciones a potenciales ámbitos de trabajo al tiempo que crece el interés por la incorporación de nuevas tecnologías productivas o la diversificación de canales de venta

* 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: 965 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: 965 empresas sin actividad innovadora en el periodo

	TOTAL (n=965)	ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN				
		Muy bajo (n=230)	Bajo (n=209)	Medio (n=288)	Alto (n=152)	Muy alto (n=86)
Nuevas tecnologías productivas	23,2%	22,2%	26,3%	18,4%	23,0%	34,9%
Mejora procesos productivos	11,7%	5,7%	9,1%	11,1%	15,8%	29,1%
Productos nuevos para el mercado	11,5%	3,5%	8,1%	11,1%	15,1%	36,0%
Nuevos canales de venta	11,5%	2,2%	6,7%	10,1%	22,4%	33,7%
Productos actuales mejorados	7,0%	0,4%	4,8%	9,0%	7,2%	23,3%
Productos nuevos para su empresa	6,4%	0,4%	3,8%	9,0%	7,2%	18,6%
Colocación del producto en el mercado	6,4%	1,7%	5,3%	5,6%	8,6%	20,9%
Nueva / mejor promoción y comunicación	5,8%	2,6%	1,0%	4,9%	9,2%	23,3%
Nuevos procesos logísticos y distribución	4,8%	2,2%	1,9%	3,5%	6,6%	19,8%
Cooperación con otras empresas y/o entidades	3,7%	0,4%	0,5%	3,5%	4,6%	19,8%
Posicionamiento de producto / marca	2,5%	---	0,5%	2,1%	3,3%	14,0%
Cambios en su organización para fomentar la participación	2,5%	0,9%	0,5%	1,7%	2,0%	15,1%
Internacionalización	2,4%	0,4%	0,5%	1,0%	3,9%	14,0%
Métodos o sistemas de gestión del conocimiento	2,0%	0,4%	0,5%	1,4%	3,3%	9,3%
Vender por e-commerce	1,7%	---	0,5%	0,7%	3,3%	9,3%
Maquinaria / Vehículos	1,5%	0,9%	1,0%	1,7%	2,6%	1,2%

* 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: 965 empresas sin actividad innovadora en el periodo

	TOTAL (n=965)	ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN				
		Muy bajo (n=320)	Bajo (n=185)	Medio (n=277)	Alto (n=119)	Muy alto (n=64)
Diseño, estilo de producto, espacios, tiendas	1,3%	0,9%	1,0%	1,4%	1,3%	3,5%
Mantenerse / Superar la crisis	1,0%	2,2%	1,0%	1,0%	---	---
Lanzar nuevas marcas	0,9%	---	---	0,3%	0,7%	8,1%
Responsabilidad social empresarial	0,8%	---	---	0,3%	2,0%	4,7%
En tecnologías de la información	0,6%	---	---	1,4%	---	2,3%
Diseño de packaging y envase	0,4%	---	0,5%	0,3%	---	2,3%
Nuevas tecnologías	0,3%	---	---	0,3%	0,7%	1,2%
Calidad y M. Ambiente	0,2%	---	---	0,7%	---	---
Formación y creación de cultura innovadora	0,2%	---	0,5%	---	0,7%	---
Gestión	0,1%	---	---	---	0,7%	---
Mejora servicios prestados	0,1%	---	---	---	0,7%	---
No sabe	3,6%	3,0%	4,8%	3,8%	2,6%	3,5%
Otras	0,9%	0,4%	0,5%	0,7%	2,0%	2,3%
Ninguno	26,7%	43,5%	32,1%	24,3%	11,2%	4,7%
No necesitan innovar	6,3%	9,6%	3,8%	4,9%	9,2%	3,5%

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



El carácter de urgente de las acciones o ámbitos sugeridos, nos presenta en primer término, los siguientes:

- ✓ **Nuevas tecnologías productivas** (17,9%)*
- ✓ **Productos nuevos** para el mercado (8,6%)
- ✓ Nuevos **canales de venta** (6,9%)
- ✓ **Mejora de los procesos productivos** (6,3%)

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

P.13.: ¿Y en cuál de ellos es más urgente innovar?*
Base: 965 empresas sin actividad innovadora en el periodo



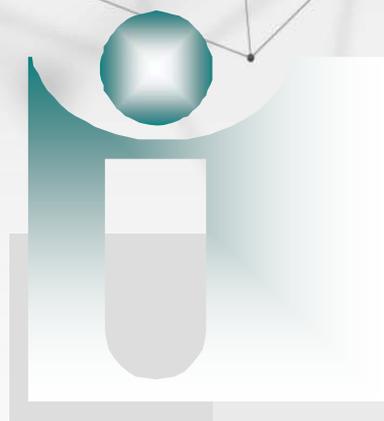
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Solo se admitió una respuesta.

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

Base: 965 empresas sin actividad innovadora en el periodo

	TOTAL (n=965)	ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN				
		Muy bajo (n=230)	Bajo (n=209)	Medio (n=288)	Alto (n=152)	Muy alto (n=86)
Nuevas tecnologías productivas	17,9%	20,4%	21,5%	14,9%	17,8%	12,8%
Productos nuevos para el mercado	8,6%	3,0%	7,2%	9,4%	10,5%	20,9%
Nuevos canales de venta	6,9%	1,7%	4,3%	7,6%	14,5%	11,6%
Mejora procesos productivos	6,3%	5,2%	5,7%	6,6%	7,2%	8,1%
Productos actuales mejorados	3,3%	0,4%	4,3%	4,5%	3,3%	4,7%
Productos nuevos para su empresa	3,0%	0,4%	3,3%	5,6%	2,0%	2,3%
Colocación del producto en el mercado	2,8%	1,7%	3,8%	1,7%	3,3%	5,8%
Nuevos procesos logísticos y distribución	2,2%	2,2%	1,9%	1,7%	2,6%	3,5%
Nueva / mejor promoción y comunicación	1,9%	2,2%	1,0%	1,7%	3,3%	1,2%
Cooperación con otras empresas y/o entidades	1,1%	0,4%	---	2,4%	2,0%	---
Internacionalización	1,1%	0,4%	0,5%	0,7%	2,6%	3,5%
Maquinaria / Vehículos	1,1%	0,9%	1,0%	1,4%	1,3%	1,2%
Diseño, estilo de producto, espacios, tiendas	0,9%	0,9%	1,0%	1,0%	---	2,3%
Cambios en su organización para fomentar la participación	0,9%	0,9%	0,5%	1,4%	---	2,3%
Mantenerse / Superar la crisis	0,9%	2,2%	0,5%	1,0%	---	---
Posicionamiento de producto / marca	0,7%	---	0,5%	1,0%	1,3%	1,2%
En tecnologías de la información	0,5%	---	---	1,4%	---	1,2%
Vender por e-commerce	0,3%	---	0,5%	---	0,7%	1,2%
Métodos o sistemas de gestión del conocimiento	0,3%	0,4%	0,5%	0,3%	---	---
Responsabilidad social empresarial	0,3%	---	---	---	1,3%	1,2%
Calidad y M. Ambiente	0,2%	---	---	0,7%	---	---
Formación y creación de cultura innovadora	0,2%	---	0,5%	---	0,7%	---
Nuevas tecnologías	0,1%	---	---	0,3%	---	---
No sabe	3,4%	3,0%	3,9%	3,8%	2,6%	3,5%
Otras	0,9%	0,4%	0,5%	0,7%	2,0%	2,3%
Ninguno	28,1%	43,9%	33,5%	25,7%	13,8%	5,8%
No necesitan innovar	5,7%	9,1%	3,8%	4,2%	7,2%	3,5%

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



El paraguas de la innovación



El factor económico, entendido en sentido amplio, es el principal freno a la innovación. Es por ello, que el principal apoyo demandado sea el soporte económico, de financiación de la innovación.



En un segundo plano, con una menor relevancia, se tiende a señalar el apoyo relativo a la orientación, consultoría.

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

Base: 965 empresas sin actividad innovadora en el periodo



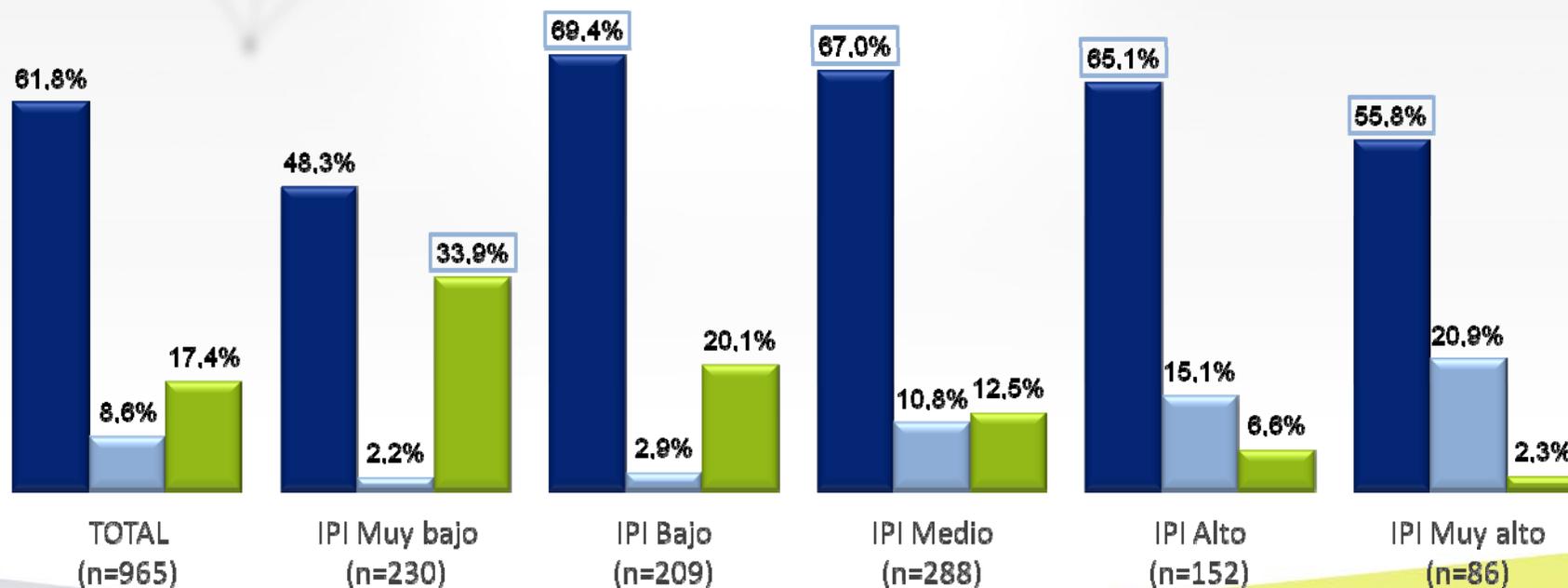
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

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

Base: 965 empresas sin actividad innovadora en el periodo

- SEGÚN EL ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN -

■ Apoyo económico ■ Consultoría ■ Ninguno





La barrera económica, el coste percibido de la innovación, es el principal argumento que justifica la no implementación de iniciativas innovadoras. Unido a esta barrera económica, también adquiere relevancia en el discurso de la no innovación, la barrera de la invisibilidad:

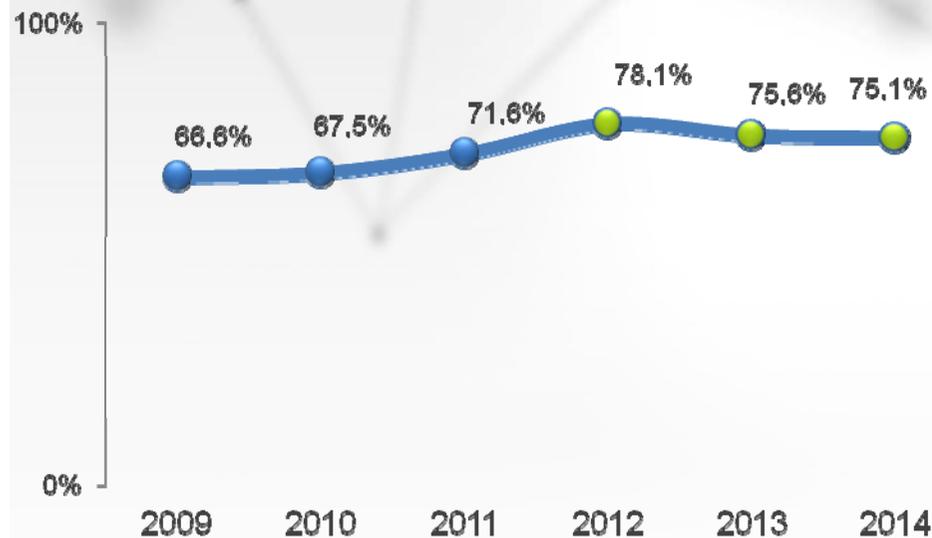


Por un lado, la propia empresa no encuentra, no hace visible una necesidad de innovación; y, por otro lado, si la empresa mira a su mercado, tampoco parece atisbar un segmento que pudiera otorgar valor a la innovación.



Más aún, la gran mayoría, incidiendo en estos aspectos, no ve ni necesario ni urgente implementar acciones en materia de innovación.

**Percepción de la necesidad de innovar
(innecesaria)**



**Percepción de la urgencia de innovar
(prorrogable)**



*Escenarios donde la cultura de la innovación tiene, a fecha de hoy,
difícil recorrido*

Percepción de la necesidad del apoyo económico



El apoyo o soporte económico, teniendo en cuenta los frenos manifestados, gana peso con relación a años anteriores, situándose casi diecinueve puntos porcentuales por encima del ratio de 2012

2014 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



La **gran mayoría** de las empresas entrevistadas **no dispone ni de departamento técnico** ni de departamento de **I+D ó I+D+i**, ni capital humano **cuya responsabilidad sea la innovación** (el 82,4%).



No hay una estructura dedicada a la innovación



Y en los casos que señalan disponer de personal o departamentos, un 7,0% de las empresas proyectan la responsabilidad de la innovación en una persona, con dedicación parcial, en mayor grado.

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

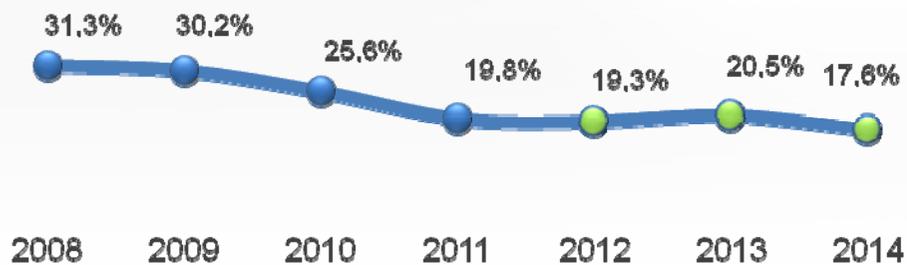


* Se leyeron las opciones de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

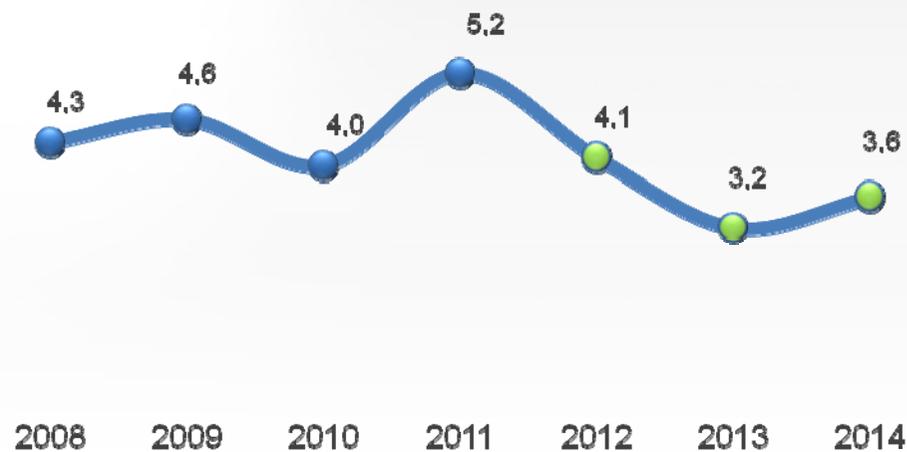


La gran mayoría de las empresas del territorio no dispone de personal o departamento que tenga la responsabilidad específica de la innovación. En 2014, quienes disponen de estructura son el 17,6%, principalmente categorizadas como innovadoras.

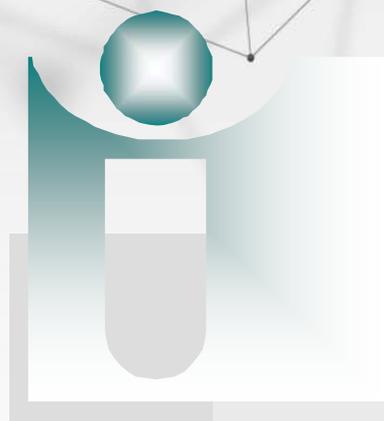
Disponen de personal dedicado a la innovación



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 arroja un balance positivo para el conjunto.



Casi una de cada tres empresas consultados señala que la capacitación esta planificada, aportando la empresa tiempo y recursos y propiciando la creación de foros



En sentido contrario, algo más de dos de cada diez empresas sostienen entornos de trabajo donde el conocimiento es individual y no se comparte, o donde el aprendizaje esta basado en las iniciativas personales.

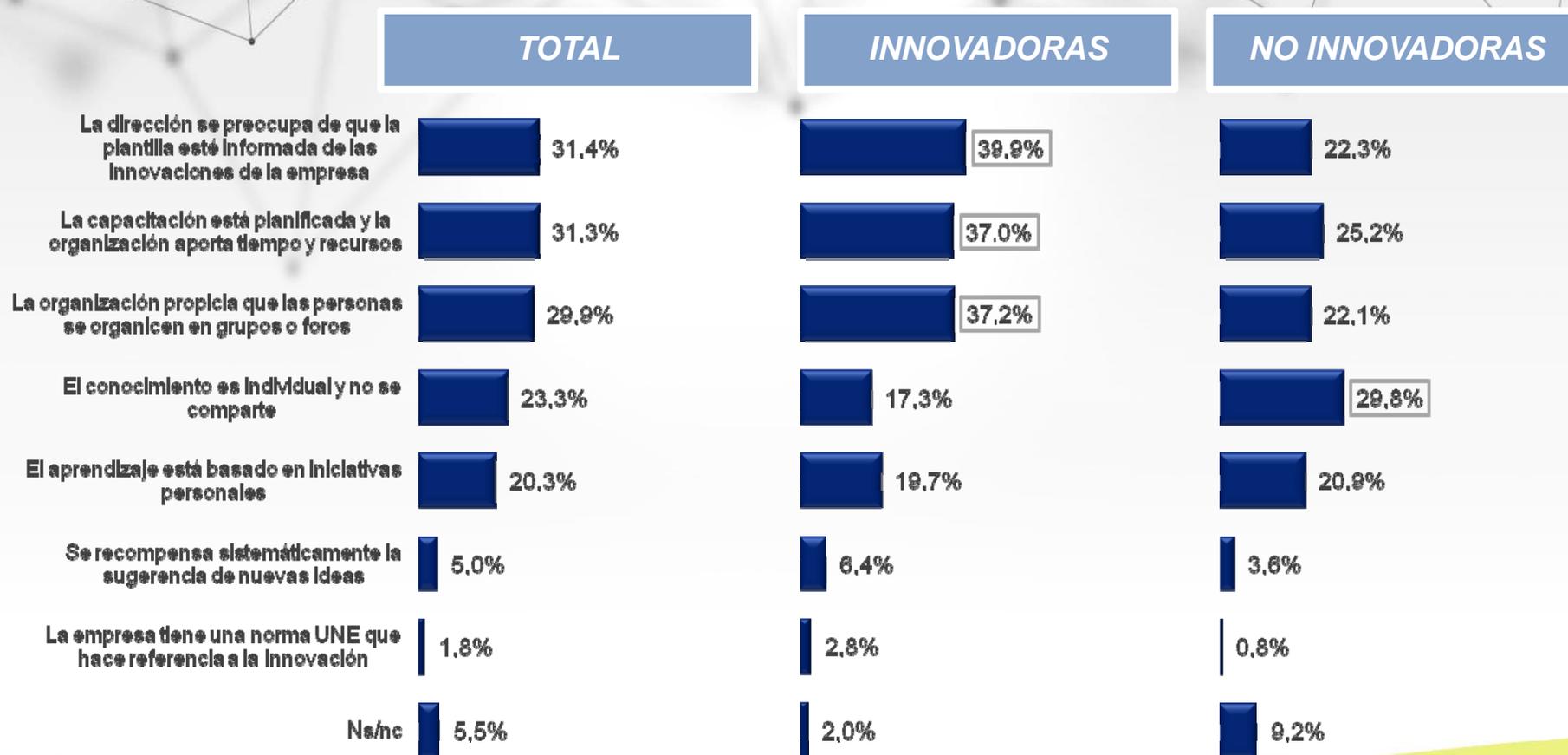


En términos generales, los entornos flexibles y de interacción ganan la partida a los que pivotan en el individualismo o personalismo



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 categorizadas como Innovadoras (1036)

	Innovadoras (n=1036)	ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN				
		Muy bajo (n=198)	Bajo (n=174)	Medio (n=370)	Alto (n=155)	Muy alto (n=139)
El conocimiento es individual y no se comparte	17,3%	49,5%	17,2%	8,9%	5,8%	6,5%
El aprendizaje está basado en iniciativas personales	19,7%	22,2%	21,3%	15,9%	20,0%	23,7%
La capacitación está planificada y la organización aporta tiempo y recursos	37,0%	16,2%	35,6%	38,6%	38,7%	61,9%
La organización propicia que las personas se organicen en grupos o foros	37,2%	6,1%	20,7%	44,3%	54,2%	64,0%
La dirección se preocupa de que la plantilla esté informada de las innovaciones de la empresa	39,9%	7,6%	17,8%	46,8%	54,8%	78,4%
Se recompensa sistemáticamente la sugerencia de nuevas ideas	6,4%	---	---	2,4%	10,3%	29,5%
La empresa tiene una norma UNE que hace referencia a la innovación	2,8%	---	1,1%	1,1%	6,5%	9,4%
Ns/nc	2,0%	1,5%	5,2%	2,2%	---	0,7%

* 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?*

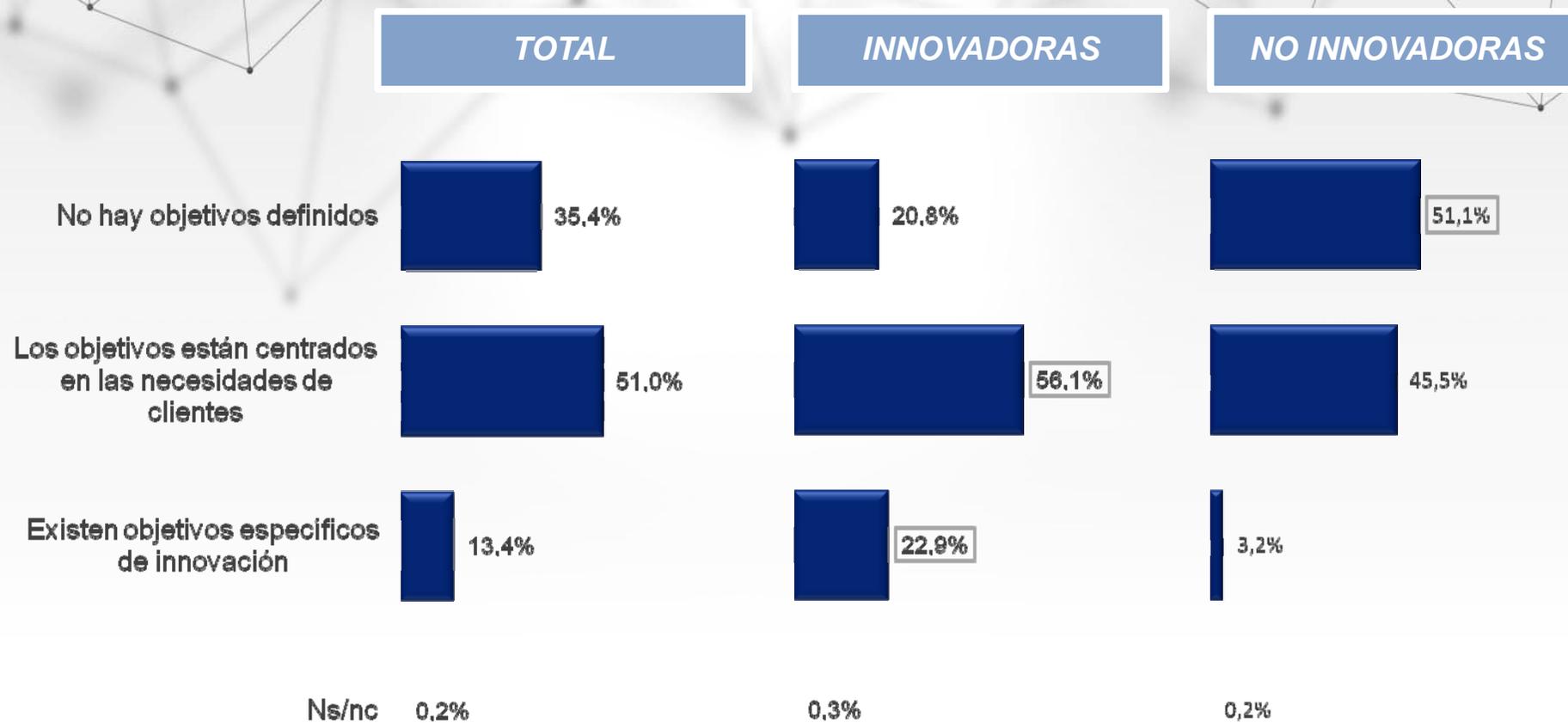
Base: Total empresas entrevistadas categorizadas como no innovadoras (965)

	No Innovadoras (n=965)	ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN				
		Muy bajo (n=230)	Bajo (n=209)	Medio (n=288)	Alto (n=152)	Muy alto (n=86)
El conocimiento es individual y no se comparte	29,8%	55,2%	34,4%	21,2%	12,5%	10,5%
El aprendizaje está basado en iniciativas personales	20,9%	13,9%	24,4%	19,1%	25,0%	30,2%
La capacitación está planificada y la organización aporta tiempo y recursos	25,2%	7,0%	22,5%	29,2%	36,2%	47,7%
La organización propicia que las personas se organicen en grupos o foros	22,1%	---	9,6%	22,9%	47,4%	64,0%
La dirección se preocupa de que la plantilla esté informada de las innovaciones de la empresa	22,3%	---	3,8%	22,6%	50,0%	76,7%
Se recompensa sistemáticamente la sugerencia de nuevas ideas	3,6%	---	---	0,7%	5,9%	27,9%
La empresa tiene una norma UNE que hace referencia a la innovación	0,8%	---	---	---	1,3%	7,0%
Ns/nc	9,2%	23,9%	7,7%	4,5%	2,6%	1,2%

* 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. Solo se admitió una respuesta.



Sobre las respuestas aportadas por las empresas del territorio podemos afirmar que la forma de abordar el conocimiento en el tejido empresarial es mayoritariamente compartido.



Un 55,7% de las empresas permiten o facilitan el conocimiento compartido, lo que repercute en la mejora competitiva. Una práctica más habitual entre las innovadoras

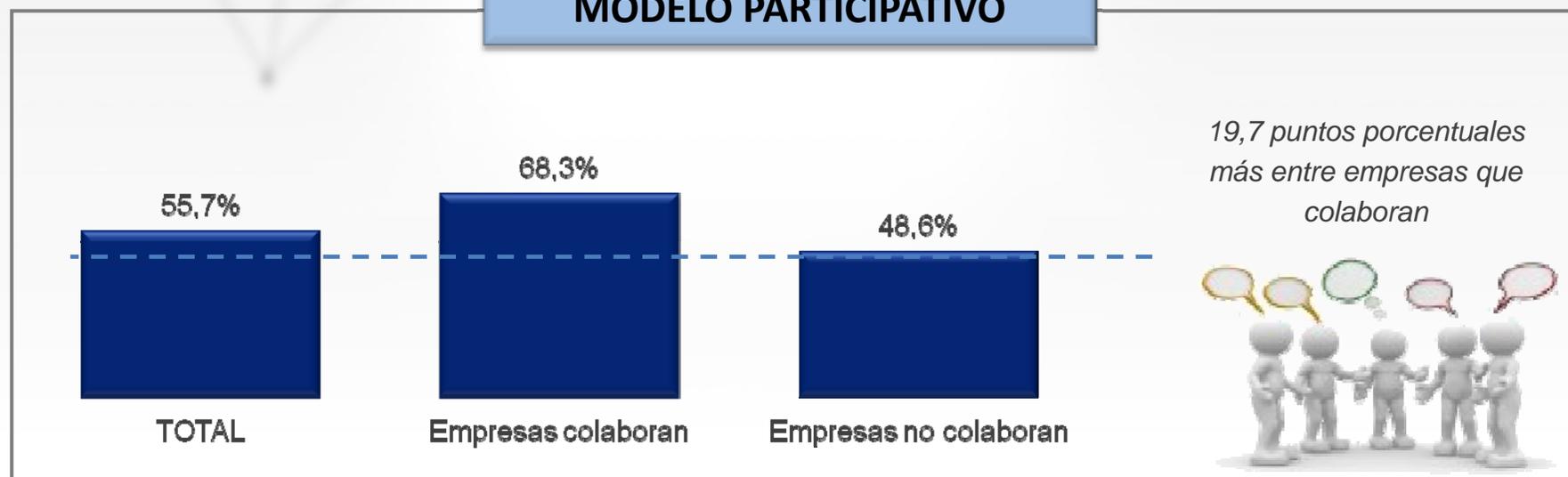
Forma de abordar el conocimiento





Queda patente que el modelo participativo esta mas presente entre las empresas que colaboran con otras empresas o entidades.

MODELO PARTICIPATIVO



LOS MÉTODOS PARA LA PROTECCIÓN DE LA INNOVACIÓN Y EL CONOCIMIENTO



Ocho de cada diez empresas de Bizkaia **no sigue método** alguno para proteger sus innovaciones, ideas o conocimientos; así lo indica un 81,6% 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



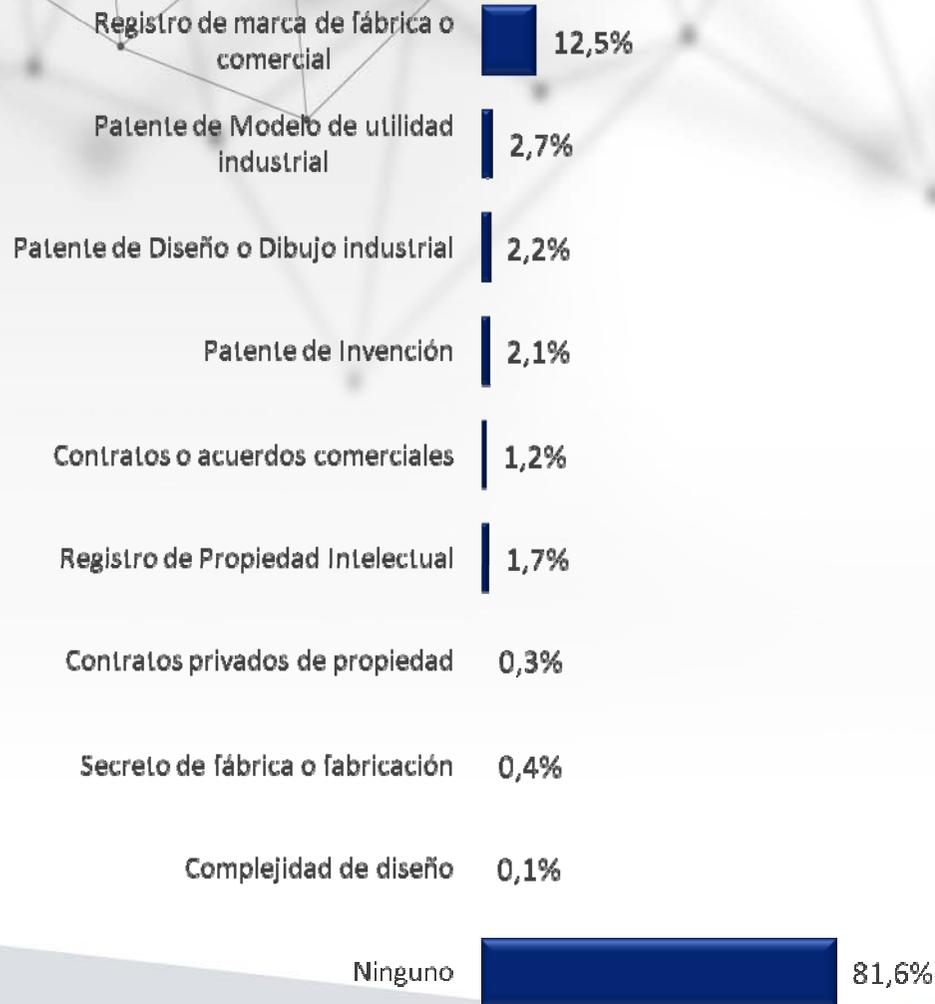
Entre las empresas que protegen sus conocimientos o actividades, el **registro de la marca de fábrica o comercial** continúa siendo el procedimiento más recurrente, constituyendo este método el que mayor porcentaje de menciones obtiene (12,5%)*.



* 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?*

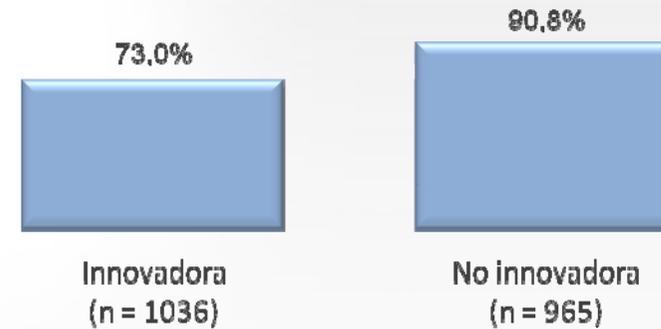
Base: Total de empresas innovadoras (n = 2001)



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

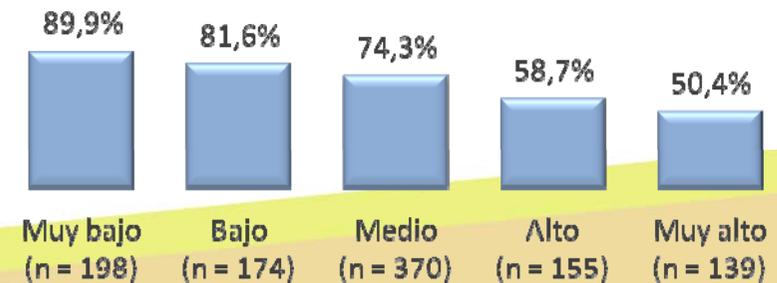
Tipo de empresa

- Señalan que no siguen método alguno -



Empresas innovadoras según índice de intensidad de la innovación

- Señalan que no siguen método alguno -



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

Base: Total de empresas innovadoras (n = 2001)

	TOTAL (n=2001)	ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN				
		Muy bajo (n=198)	Bajo (n=174)	Medio (n=370)	Alto (n=155)	Muy alto (n=139)
Registro de marca de fábrica o comercial	12,5%	6,6%	16,1%	19,2%	23,9%	27,3%
Patente de Modelo de utilidad industrial	2,7%	1,0%	2,3%	4,1%	5,8%	9,4%
Patente de Diseño o Dibujo industrial	2,2%	1,0%	1,7%	3,8%	3,9%	7,2%
Patente de Invención	2,1%	0,5%	1,1%	1,4%	4,5%	15,1%
Registro de Propiedad Intelectual	1,7%	2,5%	1,1%	0,5%	4,5%	7,9%
Contratos o acuerdos comerciales	1,2%	---	---	0,8%	4,5%	6,5%
Secreto de fábrica o fabricación	0,4%	---	---	0,3%	1,3%	4,3%
Contratos privados de propiedad	0,3%	---	---	---	---	3,6%
Complejidad de diseño	0,1%	---	---	---	---	1,4%
Velocidad de desarrollo y lanzamiento sobre los competidores	0,0%	---	---	---	---	0,7%
Ninguno	81,6%	89,9%	81,6%	74,3%	58,7%	50,4%

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

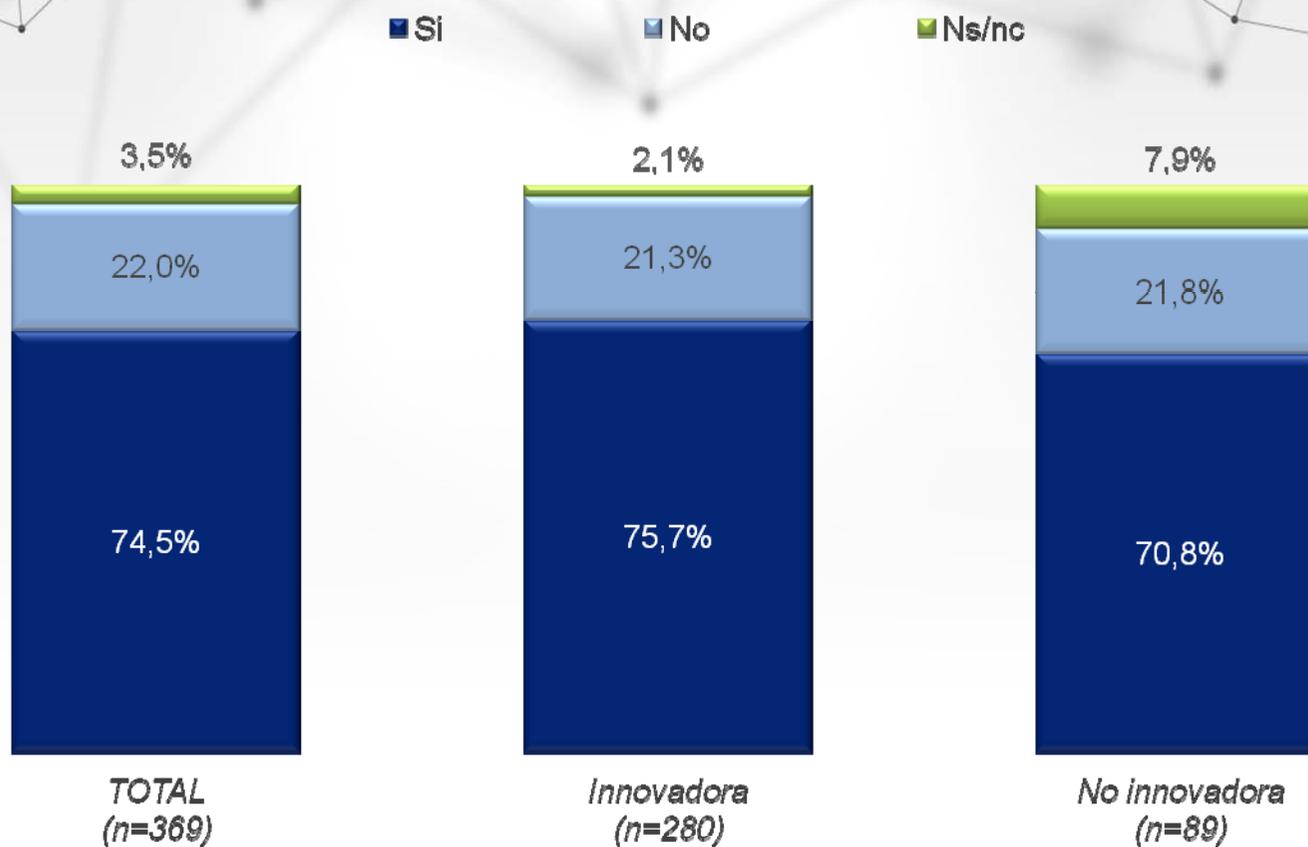


El análisis de la implementación de algún tipo de acción para proteger innovaciones, conocimientos, pone de manifiesto lo siguiente:

- ✓ Que en torno a tres de cada cuatro empresas entrevistados que protegen su innovaciones (74,5%), tienen alguna patente, modelo de utilidad, dibujo industrial, marca o derecho de autor inscrito en el registro de patentes o de la propiedad intelectual.
- ✓ Que en el 14,1% de estas empresas que actualmente se encuentra en proceso de registro de alguna patente, marca o de derecho de autor.
- ✓ Que a medida que el Índice de Intensidad de la Innovación es más elevado, mayor es el ratio de empresas que se hallan en un proceso de registro de alguna patente, marca o derecho de autor.

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?

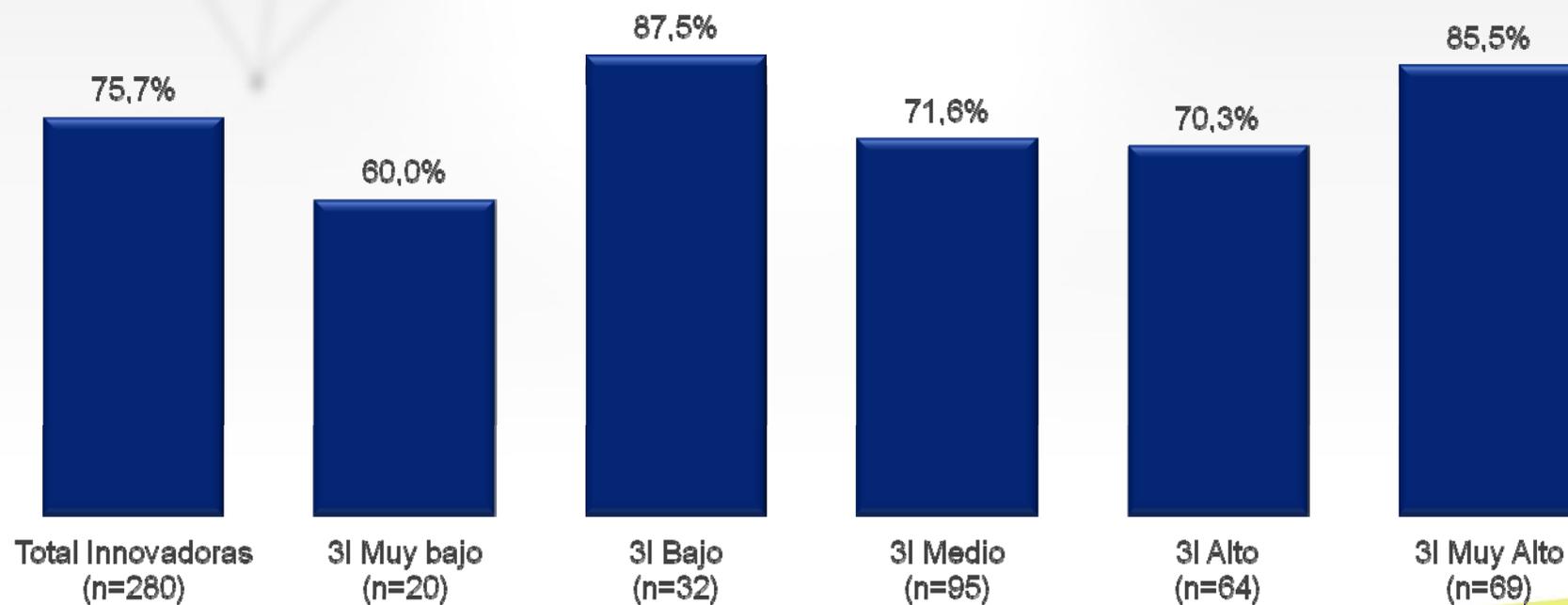
Base: 369 empresas entrevistadas que han implementado alguna acción para proteger innovaciones



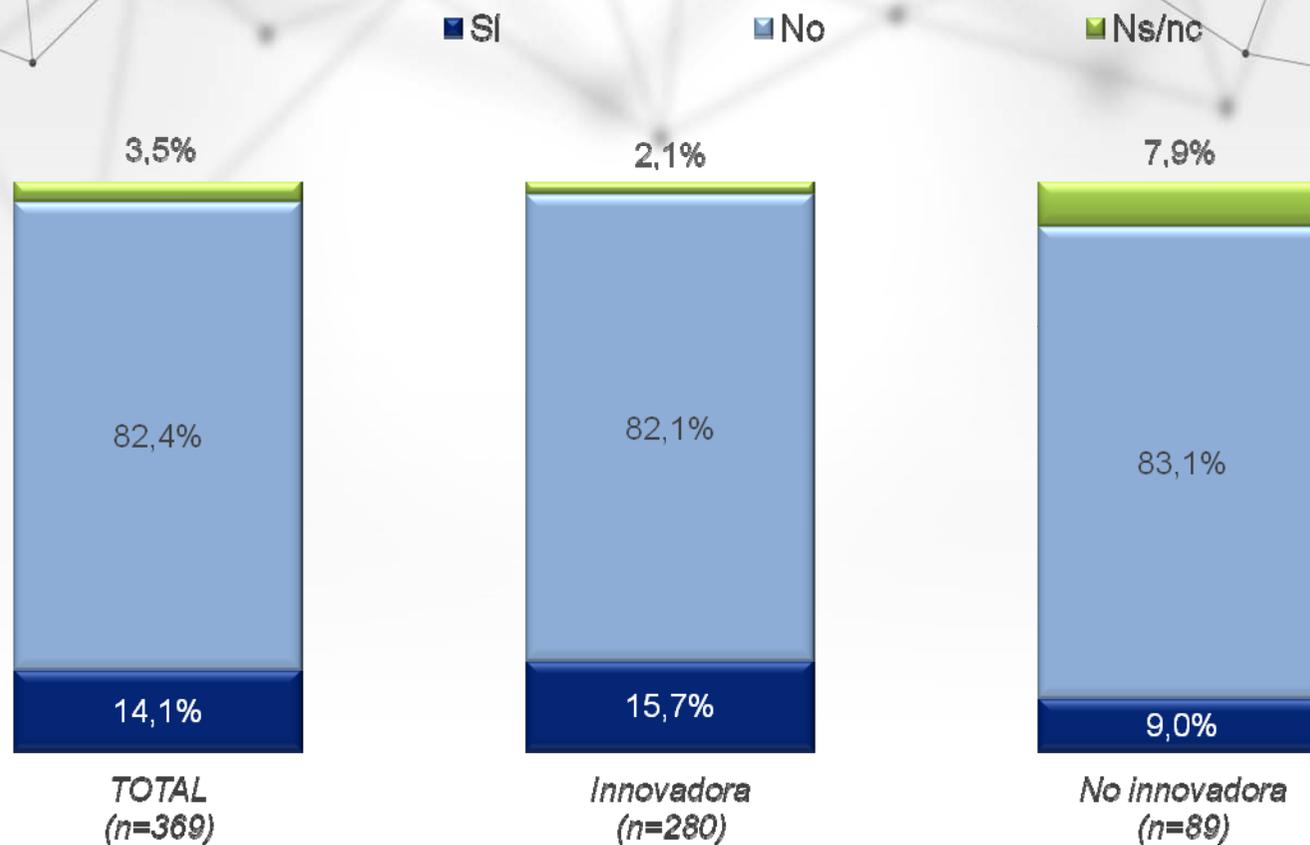
P.16.: ¿ Tiene su empresa alguna patente, modelo de utilidad, dibujo industrial, marca o derecho de autor inscrita en el registro de patentes o de la propiedad intelectual que estén vigentes?

Base: Empresas categorizadas como innovadoras que siguen métodos de protección

- SEGÚN EL ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN (3I) -



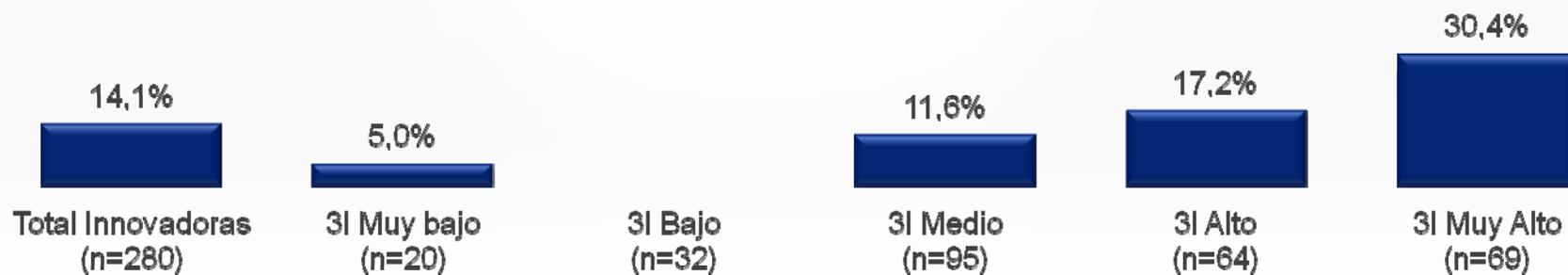
P.17.: ¿Y ahora tiene su empresa alguna patente, marca o derecho de autor en proceso de registro?
Base: 369 empresas entrevistadas que han implementado alguna acción para proteger innovaciones



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

Base: Empresas categorizadas como innovadoras que siguen métodos de protección

- Según el Índice de Intensidad de la Innovación (3I) -





El 18,4% de las empresas vizcaínas sigue algún método de protección de sus invenciones, innovaciones o conocimientos.

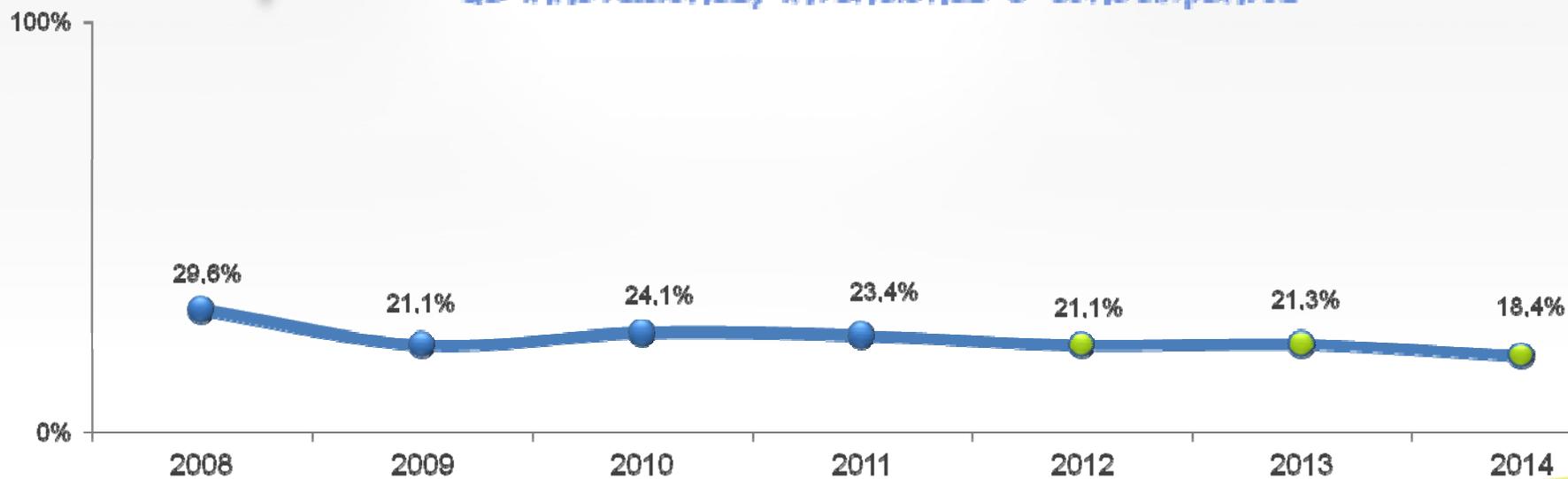


El registro de marca de fábrica o comercial continúa siendo el método común más empleado, junto a las patentes de utilidad, dibujo industrial o invención, aunque estas en menor medida.



La protección de los conocimientos, invenciones o innovaciones de las empresas desciende, situándose por primera vez en la serie histórica por debajo del ratio de dos de cada diez empresas.

Empresas que siguen algún método de protección de innovaciones, invenciones o conocimientos



2014 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 **34,8%** 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 que duplican en número a las no innovadoras en materia de colaboración



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, especialmente las no innovadoras.



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 o proveedores de equipos y tecnología o, centros tecnológicos y clientes, son también elegidos.

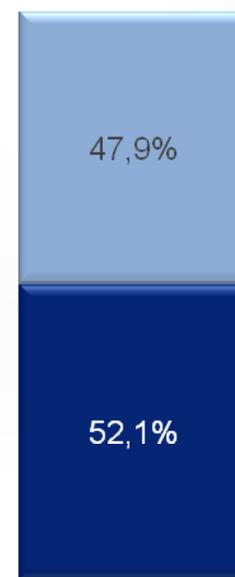
N.20.: Si definimos la cooperación como un acuerdo entre dos o más empresas que uniendo o compartiendo parte de sus capacidades tienen una interrelación, con objeto de incrementar sus ventajas competitivas, ¿ha llevado su empresa procesos de cooperación en el último año?

Base: Total de empresas entrevistadas

- Según su aproximación a la innovación -

■ No

■ SI



TOTAL
(2001)

Empresas
Innovadoras
(n = 1036)

Empresas
No innovadoras
(n = 965)

N.21.: Dicha cooperación se realizó con...*
Base: 697 empresas que han cooperado en el último año



	Empresa Innovadora (n = 496)	Empresa no Innovadora (n = 201)
Otras empresas de su sector	59,9%	76,1%
Otras empresas de otros sectores	30,6%	22,9%
Proveedores de equipos o tecnología	20,4%	6,0%
Centros tecnológicos u organismos públicos de la investigación	17,3%	4,5%
Clientes	15,9%	7,0%
Expertos y firmas consultoras	8,7%	2,0%
Universidades	6,0%	1,0%
Otras	0,6%	1,0%

* Se leyeron las opciones. Posible respuesta múltiple.



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

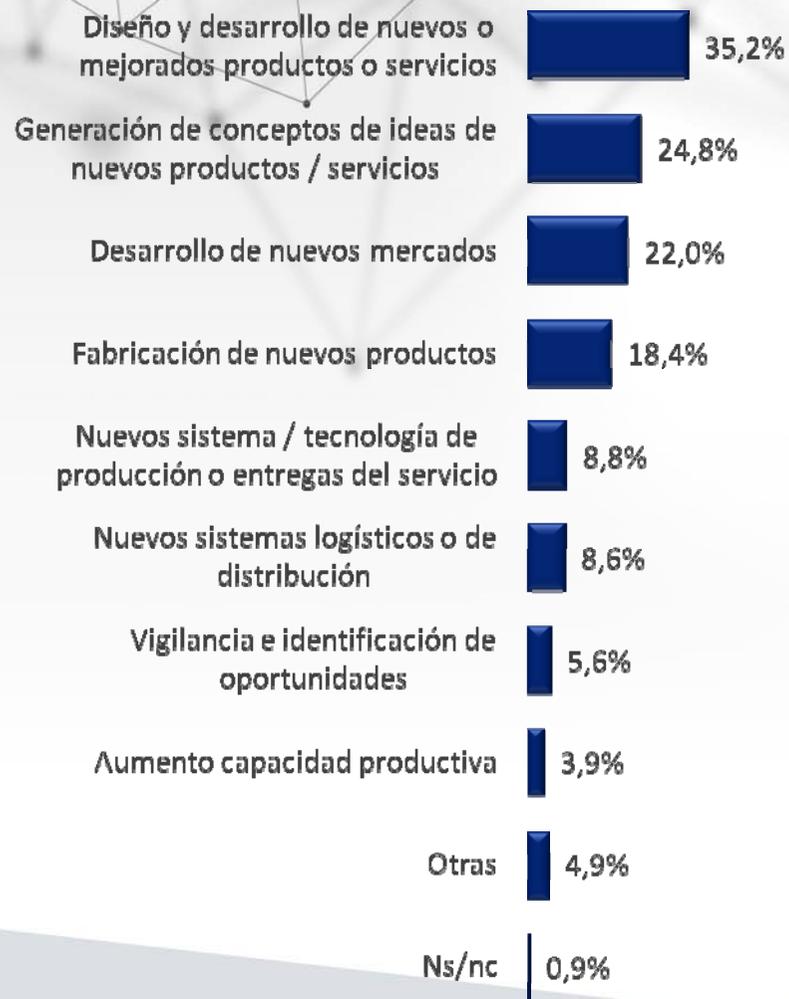
- ✓ El **diseño y desarrollo** de **nuevos o mejorados productos o servicios** (35,2%)
- ✓ La **generación de conceptos e ideas** de nuevos productos o servicios (24,8%)
- ✓ El **desarrollo de nuevos mercados** (22,0%)



En el caso de las empresas no innovadoras los acuerdos, se orientan en mayor grado a los nuevos sistemas logísticos y de distribución así como al incremento de la capacidad productiva.

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

Base: 697 empresas que han cooperado en el último año



	Empresa Innovadora (n = 496)	Empresa no Innovadora (n = 201)
Diseño y desarrollo de nuevos o mejorados productos o servicios	39,7%	23,9%
Generación de conceptos de ideas de nuevos productos / servicios	25,6%	22,9%
Desarrollo de nuevos mercados	22,8%	19,9%
Fabricación de nuevos productos	19,6%	15,4%
Nuevos sistema / tecnología de producción o entregas del servicio	8,9%	8,5%
Nuevos sistemas logísticos o de distribución	7,7%	10,9%
Vigilancia e identificación de oportunidades	5,8%	5,0%
Aumento capacidad productiva	2,4%	7,5%
Otras	5,0%	5,0%
Ns/nc	0,2%	2,5%

* Se leyeron las opciones. Posible respuesta múltiple.

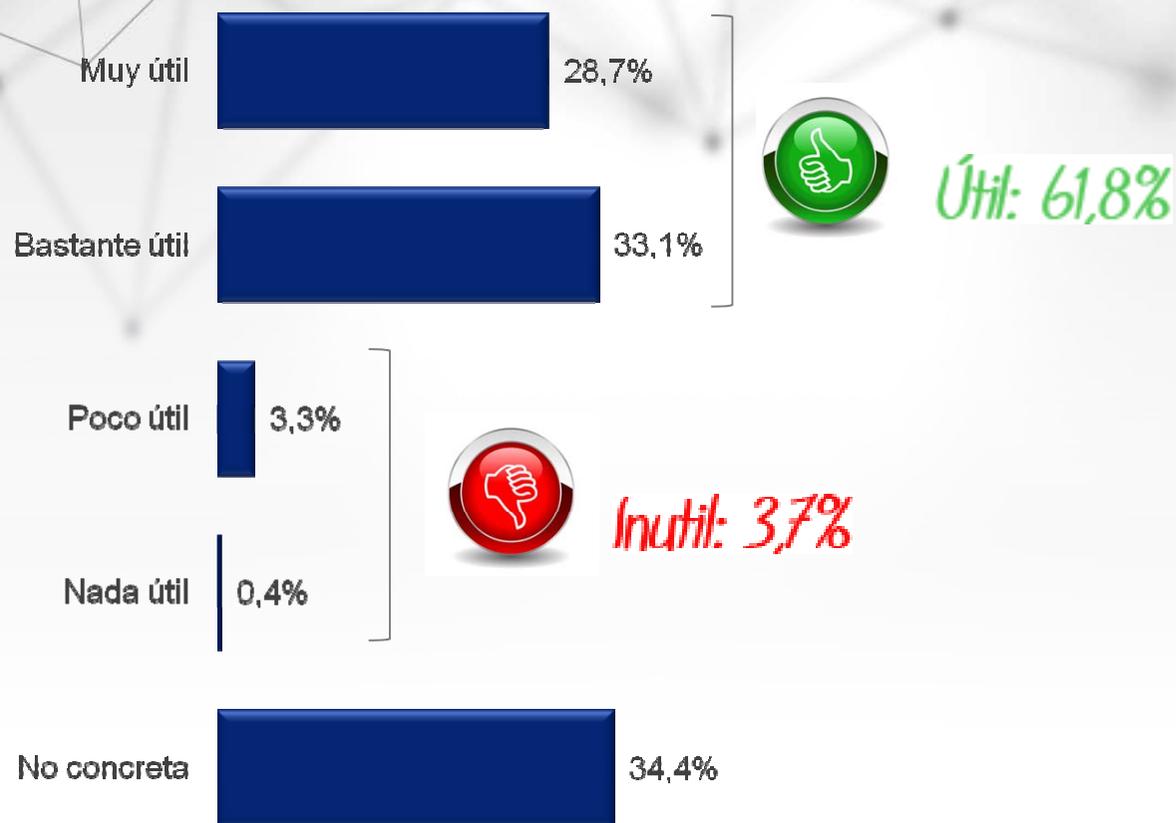


La **valoración** que las empresas realizan de su **experiencia en cooperación** es mayoritariamente **positiva**. Un 61,8% de las consultadas valora la experiencia como útil o muy útil, frente a un reducido 3,7% que lo tacha de poco fructífero o satisfactorio.



La experiencia resulta mayoritariamente satisfactoria, al margen del índice de Intensidad de la Innovación o de Propensión a ella

N.23.: Dicha cooperación le ha resultado?...*
Base: 697 empresas que han cooperado este año



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

N.23.: Dicha cooperación le ha resultado?...*
Base: 697 empresas que han cooperado este año

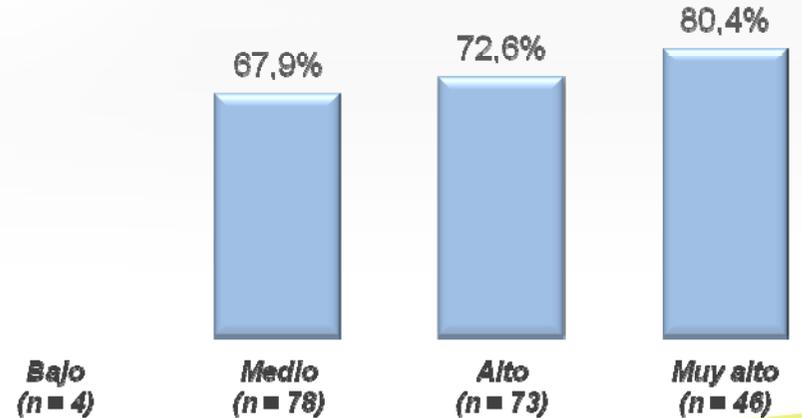
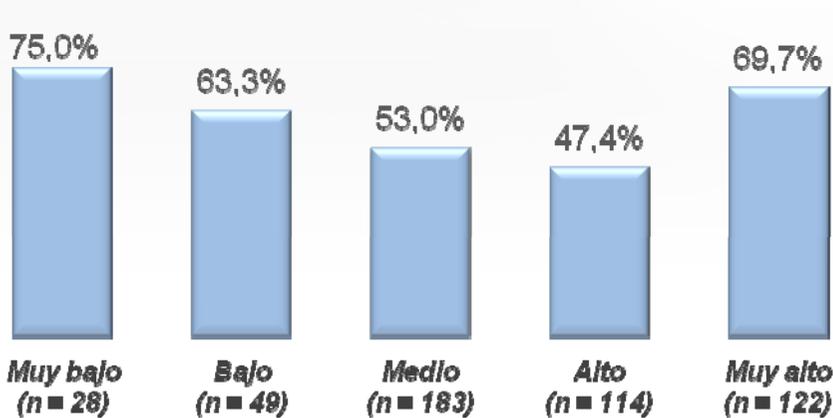
ÚTIL O MUY ÚTIL

Empresas Innovadoras

Empresas No Innovadoras

- Según Índice de Intensidad de la Innovación -

- Según Índice de Propensión a la Innovación -





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

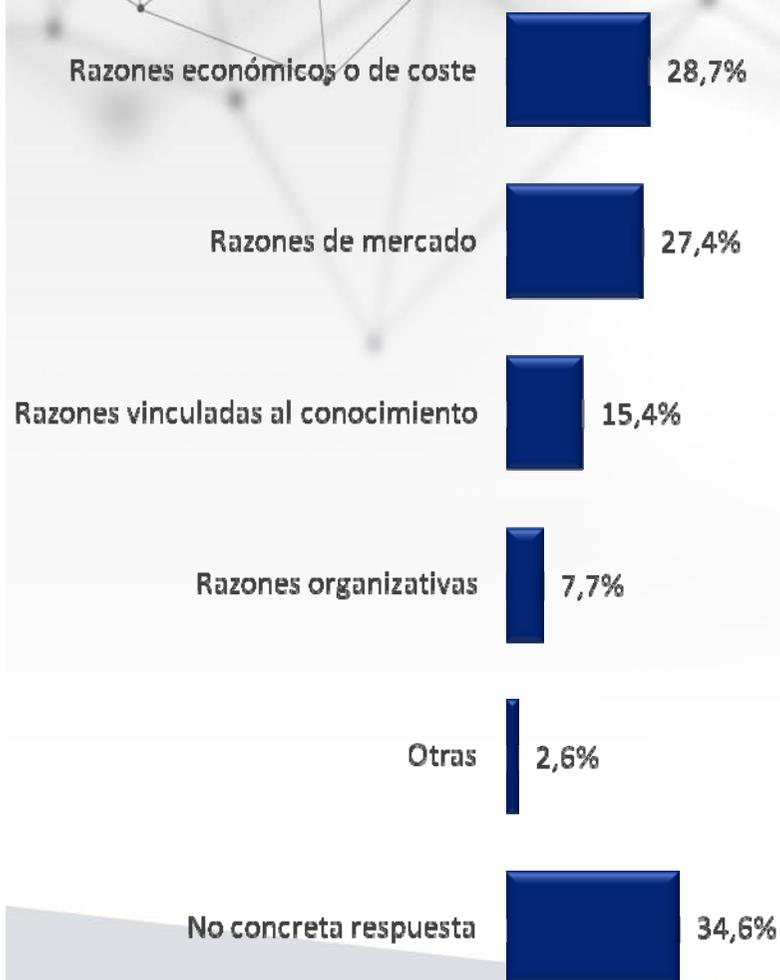
- ✓ Razones económicas (riesgo económico, costes elevados, falta de recursos, reducir o compartir costes...) 28,7%
- ✓ Razones de mercado (abrirse a nuevos mercados) 27,4%



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.

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

Base: 697 empresas que han cooperado este año



	Empresa Innovadora (n = 496)	Empresa no Innovadora (n = 201)
Razones económicas o de coste	24,8%	38,3%
Razones de mercado	28,2%	25,4%
Razones vinculadas al conocimiento	17,9%	9,0%
Razones organizativas	7,3%	9,0%
Otras	1,8%	4,5%
Ns/nc	38,9%	23,9%

* 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 (26,3%)
- ✓ Que no lo necesitan o hace falta (19,6%)
- ✓ Que encuentran dificultades para buscar socios (15,2%)
- ✓ Que el coste económico es elevado (13,7%)



La desconfianza en posibles socios, la falta de interés o desconocimiento son también motivos esgrimidos.

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

Base: 1304 empresas que no han cooperado



* Se leyeron las opciones. Posible respuesta múltiple.



Un 34,8% de las empresas de Bizkaia manifiesta haber cooperado, es decir, llegado a un acuerdo con otras empresas con el objeto de incrementar sus ventajas competitivas.



Una práctica más presente en el seno de las empresas innovadoras en parte porque obedece a una sistematización de este tipo de procesos orientados a la mejora competitiva



Esta cooperación en el territorio va encaminada principalmente al desarrollo de nuevos o mejorados productos o servicios, la generación de ideas y la conquista de nuevos mercados.

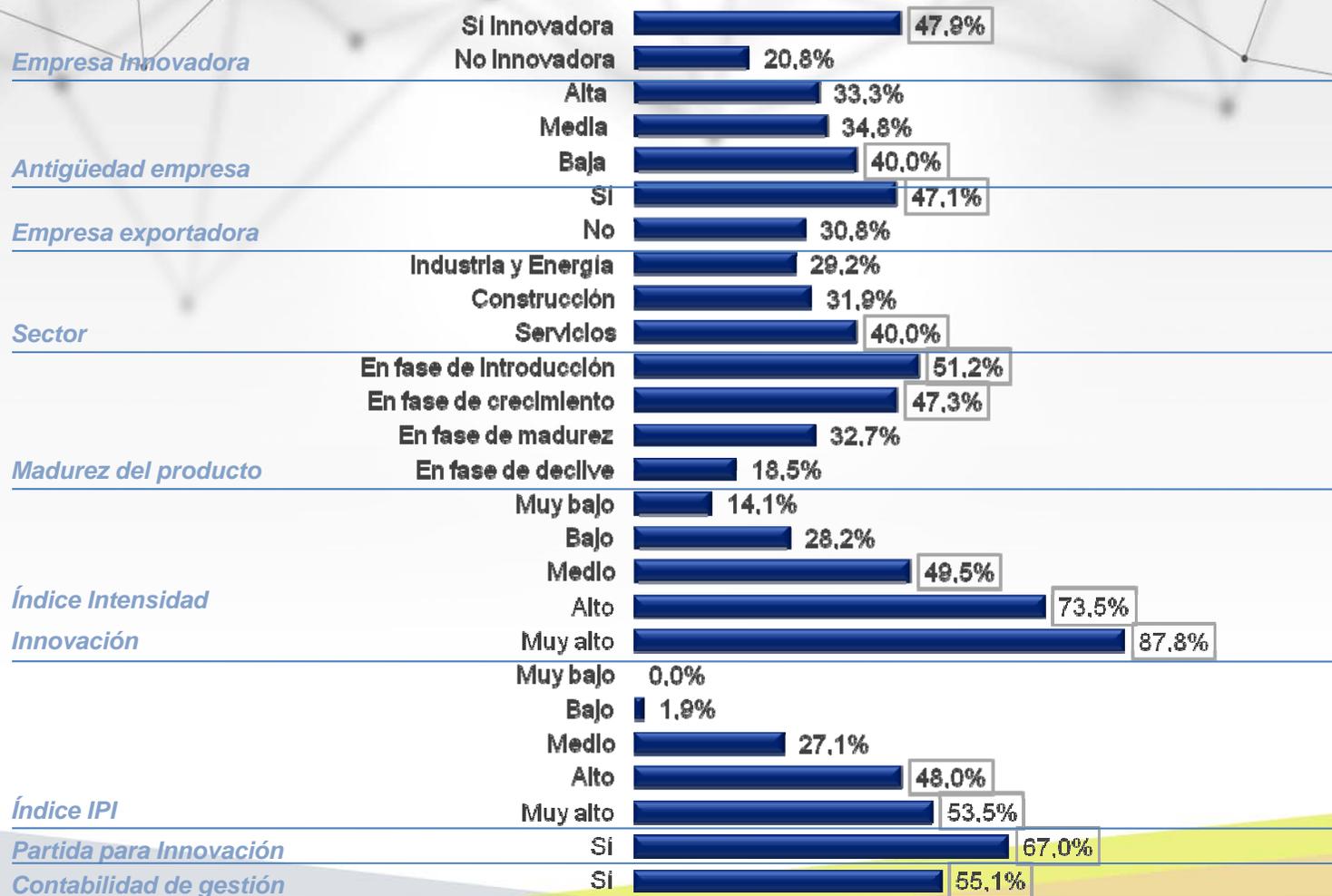


La experiencia es mayoritariamente satisfactoria; el 61,8% de las empresas la considera muy o bastante útil

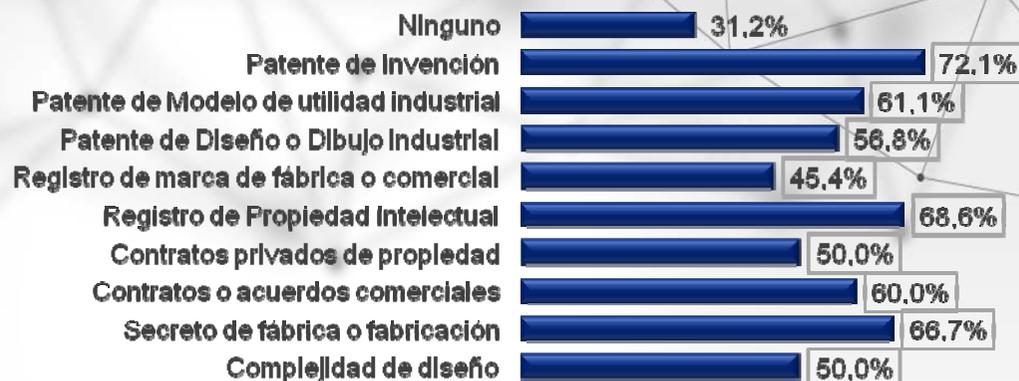
No obstante, parece una práctica más útil para quienes se encuentran en niveles menos desarrollados de la sistematización de la Innovación o de las empresas más preparadas para abordarla



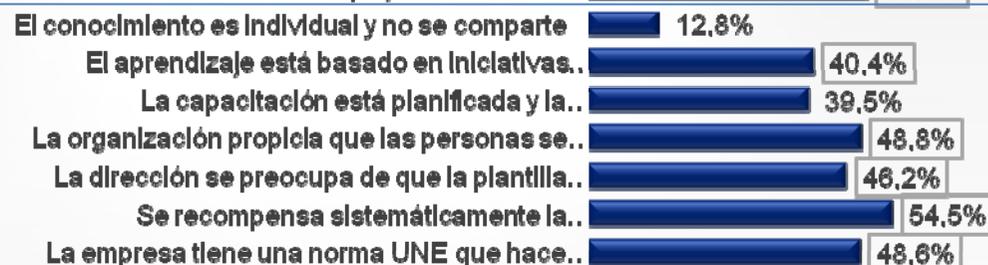
La practica de la cooperación está relacionada con algunas variables que suponen un mayor grado de sistematización de la actividad de mejora continua.



Método de protección del conocimiento



Desarrollo del conocimiento



Objetivos de Innovación



Departamento/personal Innovación



2014 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



Llevamos unos años asistiendo a un crecimiento de las acciones desarrolladas por las empresas en el ámbito del Marketing y la Comercialización de productos.



En esta ola, un 26,5% de las empresas que se definen como innovadoras ha nombrado algún tipo de iniciativa en este ámbito.

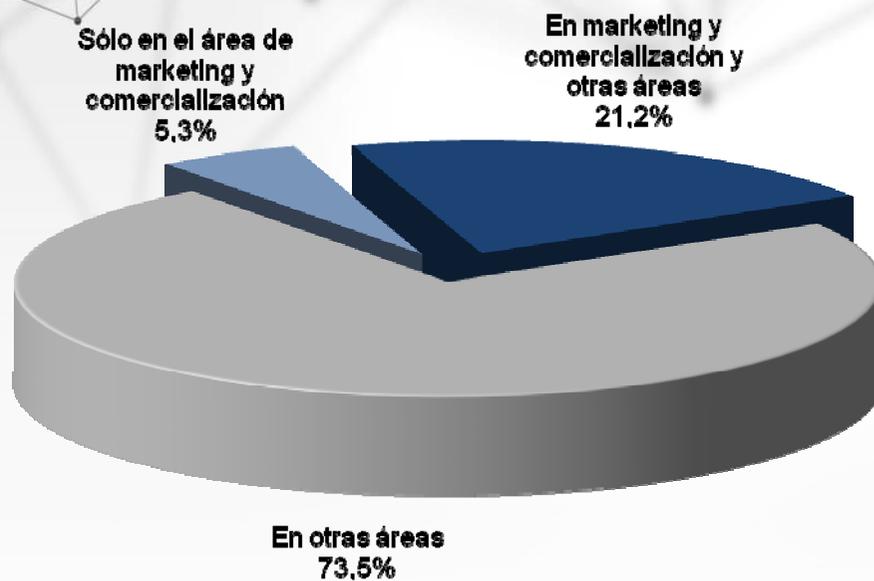


Respecto al pasado año, se incrementa su número de forma manifiesta (suben 5,3 puntos porcentuales)



Es frecuente que quien ha citado alguna iniciativa en esta área, lo combine con otras innovaciones en procesos o productos.

Las empresas que realizan actividades innovadoras en marketing y comercialización
Base: 1036 empresas innovadoras



Sobre el total de 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.

P.1.: La actividad innovadora en el último ejercicio
Base: Total de empresas innovadoras

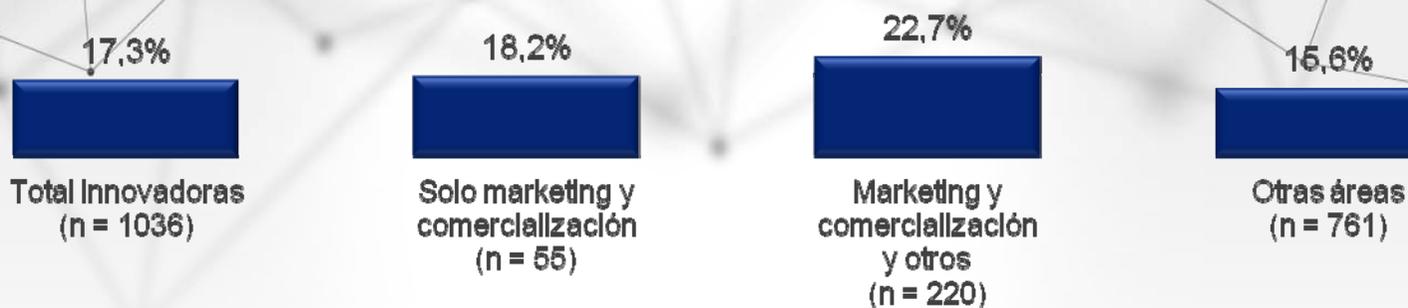


Solo marketing y comercialización

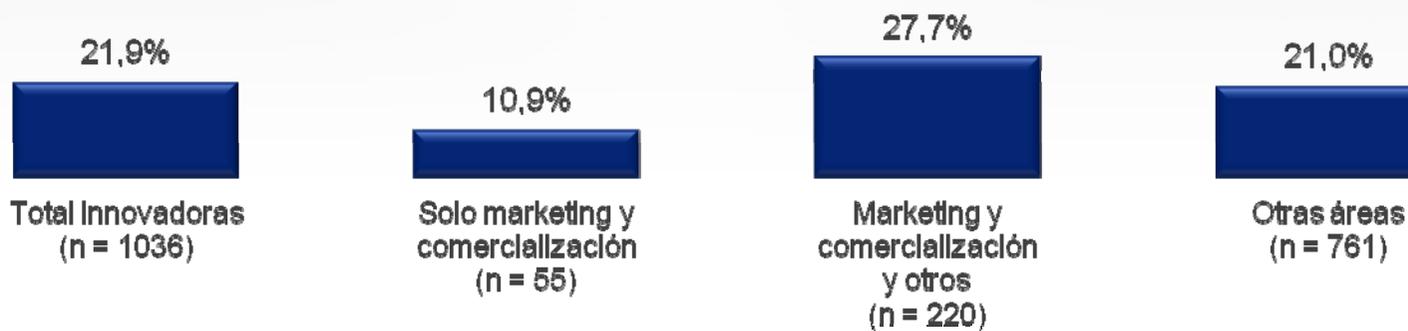
Marketing, comercialización y otras

Otras áreas

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

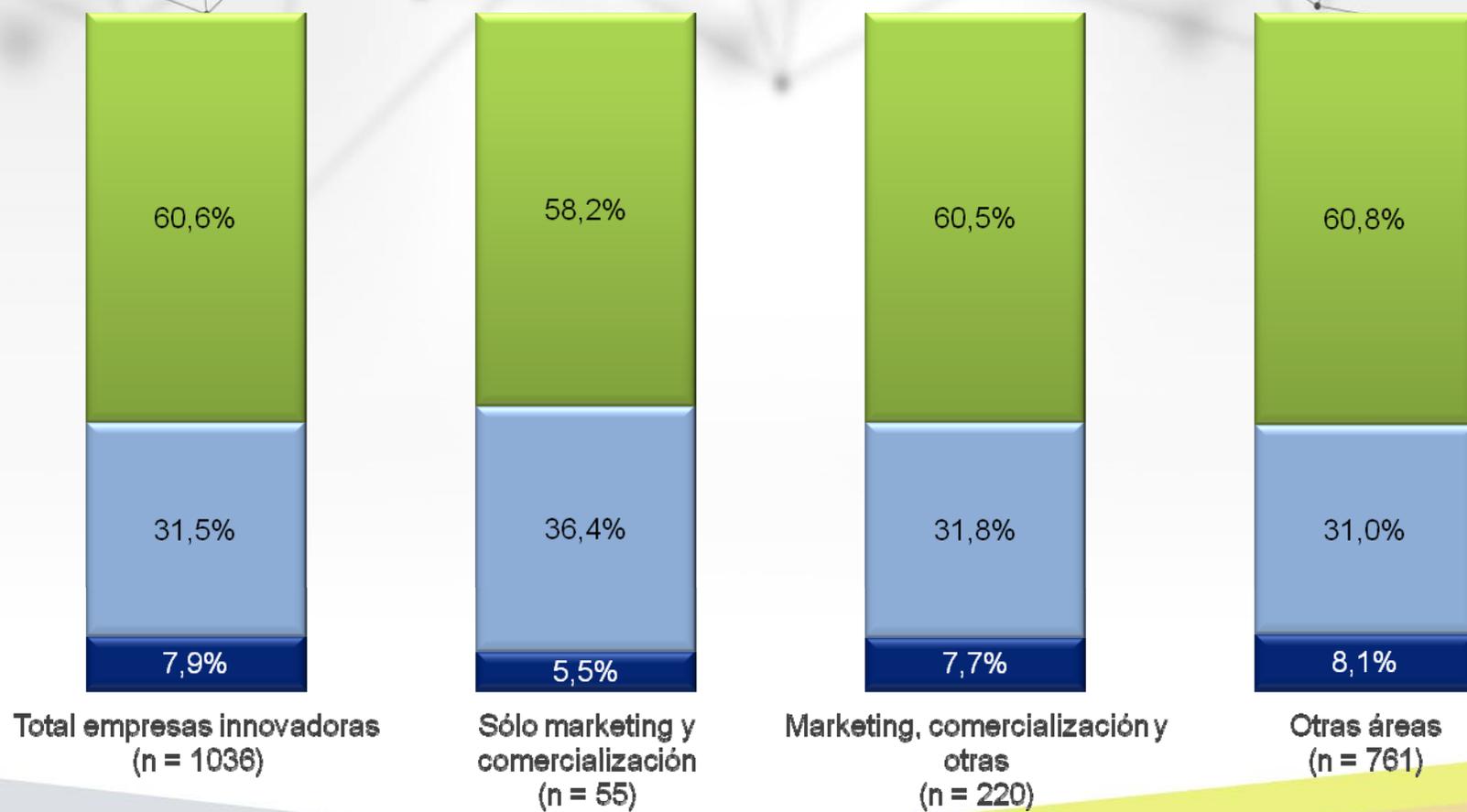


N.5C.: La contabilidad de la gestión permite identificar los beneficios de las innovaciones implementadas



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

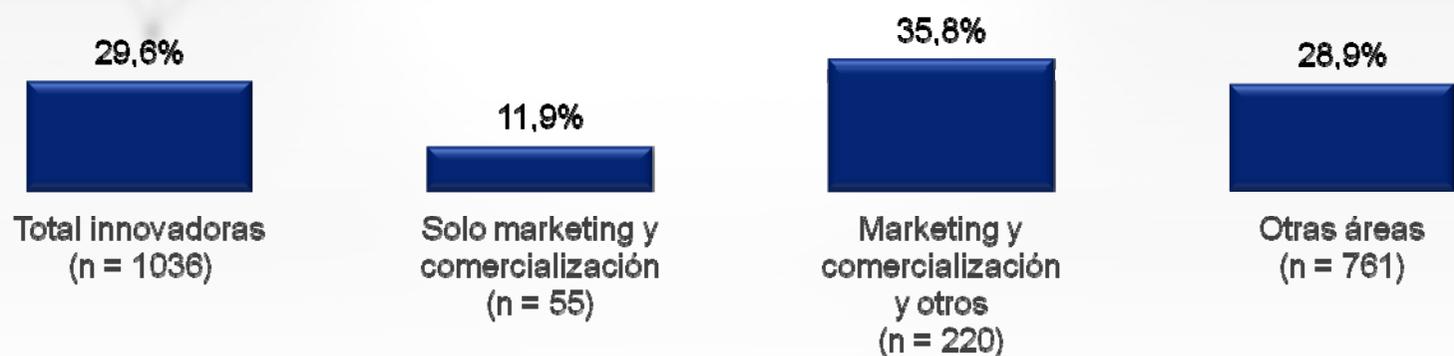
■ Muy poco/poco ■ A medias ■ Bastante/totalmente





El acceso a la ayuda pública ha sido mayor en el caso de las empresas innovadoras en marketing y comercialización, entre otras áreas.

P.8.: Acceso a la ayuda pública





Son aproximadamente 11.049 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.

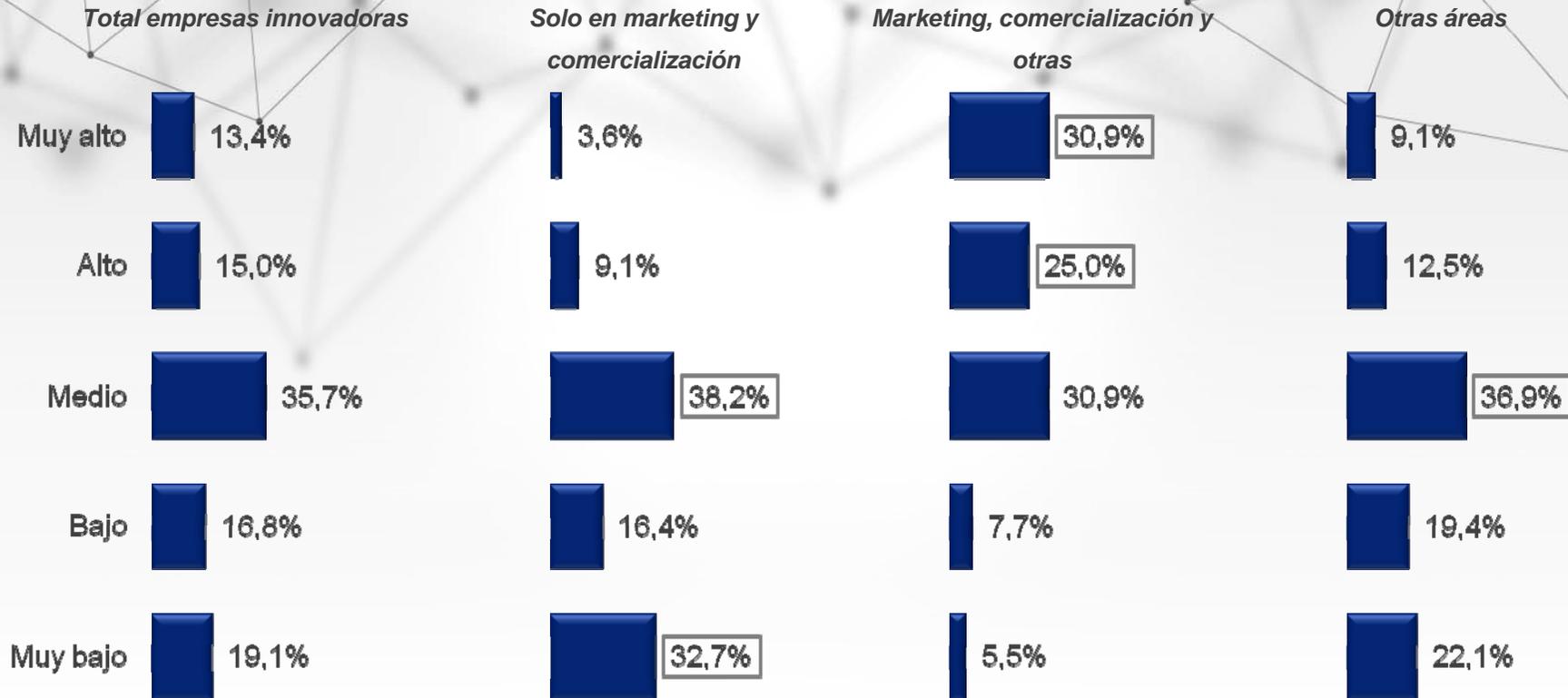


Y es que las empresas que nombran iniciativas en marketing y comercialización son las que citan un mayor número de áreas de acción; una media de 5.

Número de ámbitos de la innovación



El Índice de Intensidad de la Innovación



Índice 3I

