

2017 NORA BIDEA



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

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

www.barrixe.com

 @barrixe

 /barrixe

 **Bizkaia**
foru aldundia
diputación foral


CÁMARABILBAO

2017 NORA BIDEA



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

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

www.barrixe.com

 @barrixe

 /barrixe

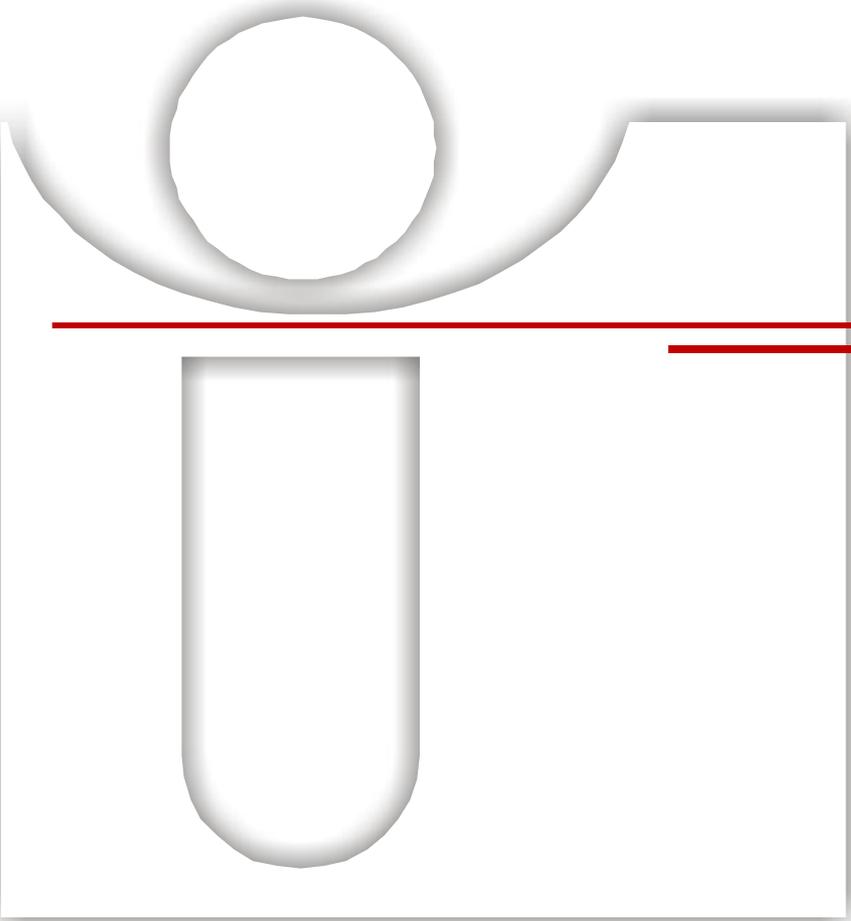


1.- METODOLOGÍA

 **Bizkaia**
foru aldundia
diputación foral

 **CÁMARABILBAO**

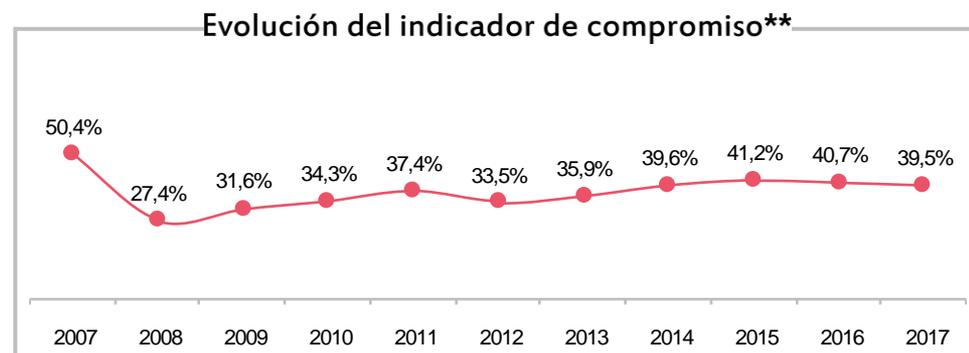
ANTECEDENTES	3
OBJETIVOS GENERALES	5
METODOLOGÍA Y FICHA TÉCNICA	7
CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA	11



ANTECEDENTES

- ✓ El estudio de innovación en la empresas de Bizkaia lleva realizándose por parte de Cámara Bilbao desde el año 2007 con diferentes objetivos.
- ✓ Desde el año 2012, el propósito de la investigación es tomar el pulso a una muestra seleccionada por Cámara Bilbao de empresas del territorio, sobre su experiencia en Innovación.
- ✓ En esta ocasión abordamos la 12ª ola con un muestreo a 2.012 empresas vizcaínas, y una tasa de participación igualmente elevada.

OLA	Contactos	Participan	Error*
1ª, 2007, marzo	3.468	1.713	± 1,6%
2ª, 2007, junio	3.468	1.785	± 1,5%
3ª, 2008, Abril	4.293	1.178	± 2,5%
4ª, 2009, Junio	3.677	1.162	± 2,4%
5ª, 2010, Mayo	2.832	970	± 2,6%
6ª, 2011, Junio	2.605	973	± 2,5%
7ª, 2012, Mayo	5.947	1.195	± 1,8%
8ª, 2013, Mayo	5.571	2.005	± 1,8%
9ª, 2014, Junio	5.049	2.001	± 1,7%
10ª, 2015, Mayo	4.871	2.005	± 1,7%
11ª, 2016, Febrero	4.940	2.013	± 1,7%
12ª, 2017 Febrero	5.094	2.012	± 1,7%



* 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.

OBJETIVOS GENERALES

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

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 15 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 5.094 empresas facilitado por Cámara Bilbao.

ÁMBITO GEOGRÁFICO

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

DETALLE DEL PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO: TAMAÑO DE LA MUESTRA

- ✓ Se han realizado un total de **2.012 entrevistas**, siguiendo un **muestreo aleatorio** a las empresas incluidas en la BBDD. Este tamaño muestral ofrece un **margen de error** 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.

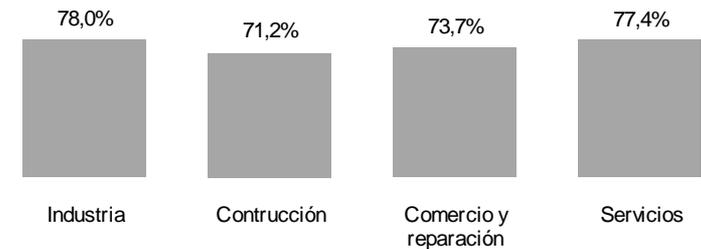
GENERACIÓN DE LA BASE DE DATOS

- ✓ En el muestreo realizado a la BBDD proporcionada por Cámara 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 Cámara Bilbao, en colaboración con el Departamento de Desarrollo Económico y Territorial de la Diputación Foral de Bizkaia y el Observatorio de la Innovación de Bizkaia (BARRIXE).

- ✓ Del total de empresas entrevistadas, algo más de siete de cada diez ha accedido a formar parte de dicho registro, valor algo inferior al del pasado año.

Según sector

**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: 25 de enero de 2017.
 - ✓ Trabajo de campo: del 20 de febrero al 21 de marzo de 2017.
 - ✓ Proceso y tabulación estadística: del 22 al 29 de marzo de 2017.
 - ✓ Realización de informe y presentación de resultados: del 30 de marzo al 10 de abril de 2017.

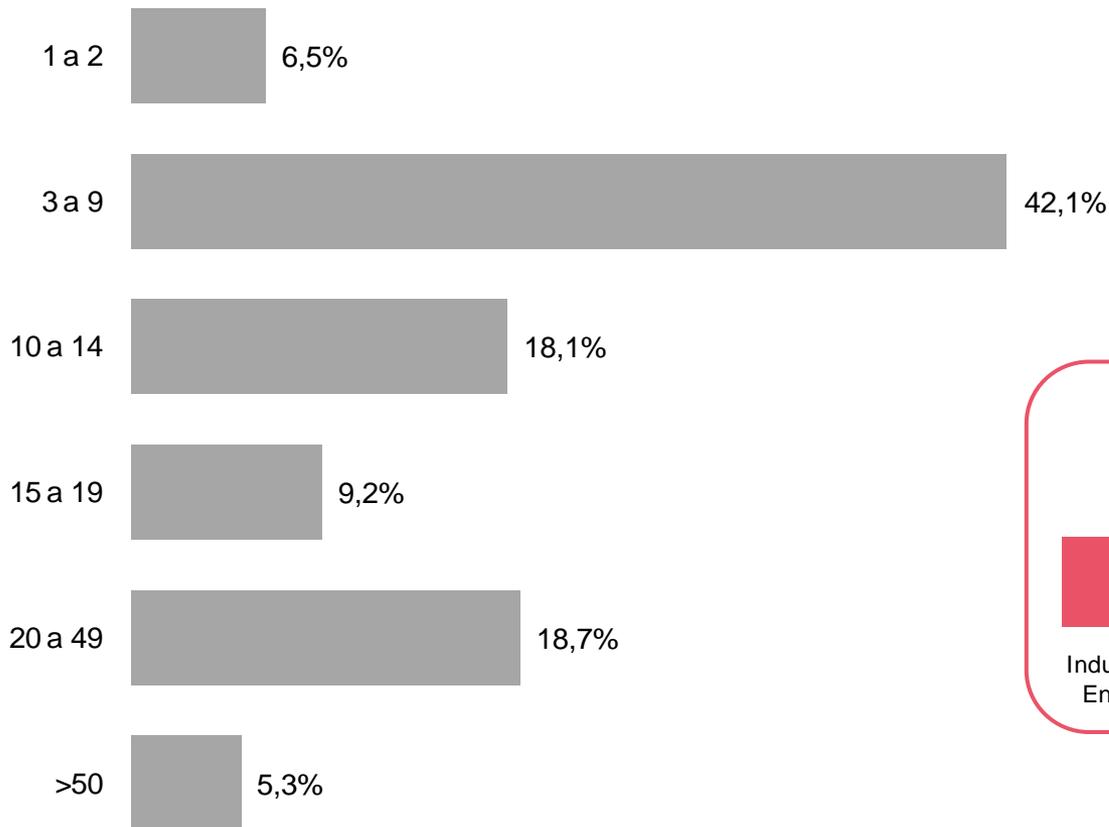


CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA DE EMPRESAS PARTICIPANTES EN LA INVESTIGACIÓN

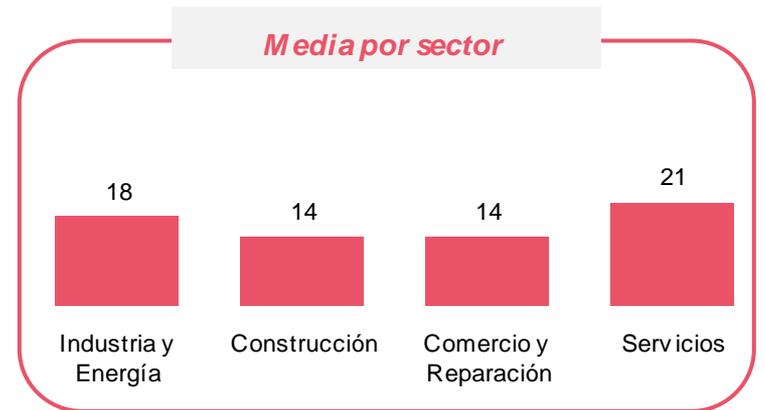
- ✓ A continuación, se detallan las características de las empresas vizcaínas que han participado en la investigación.
- ✓ El perfil de las empresas se correspondería con:
 - ✓ Empresas con una plantilla media de 17,8 trabajadores si bien, de ellas, el 48,7% dispone de un plantilla inferior a los 9 trabajadores.
 - ✓ El 65,6% adoptan la forma jurídica de Sociedad Limitada.
 - ✓ El 48,7%, son empresas familiares.
 - ✓ Cerca de la mitad son empresas con una antigüedad elevada; el 47,6%. La proporción de empresas de reciente creación es mayor que en otras ocasiones; 8,1%.
 - ✓ El 72,2% de las empresas está radicada en la comarca del Gran Bilbao.
 - ✓ El 29,4% de las empresas realiza una actividad exportadora, y para el 59,3% de ellas, el papel del mercado internacional se califica como muy relevante.
 - ✓ El 58,1% de las empresas indica que su actividad se encuentra en el ciclo de madurez de la vida del negocio y un 7,0% en fase de declive.

El perfil de empresas que colabora con Norabidea 2017

PLANTILLA ACTUAL DE SU EMPRESA

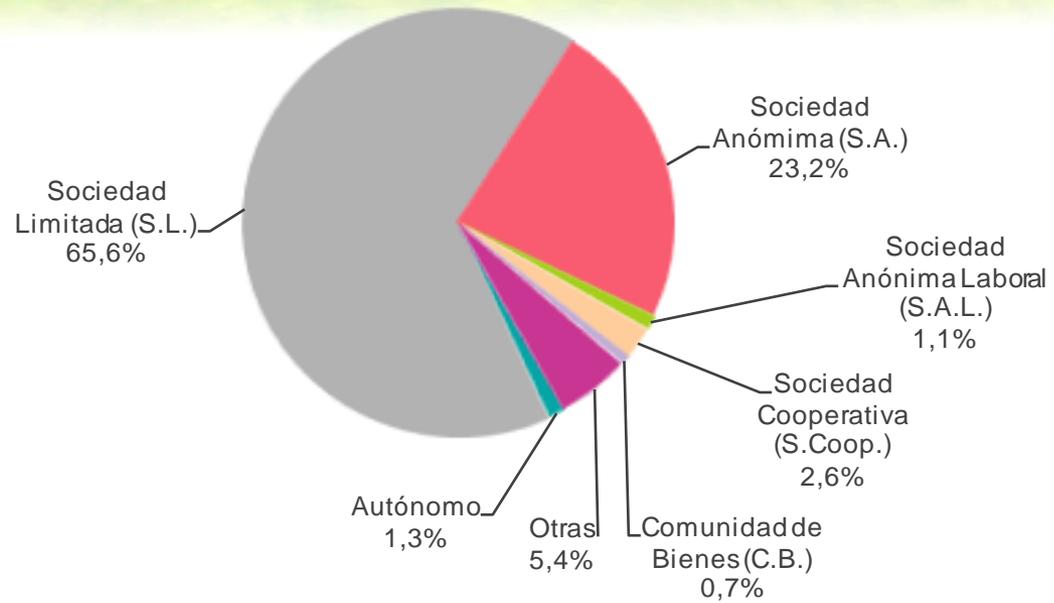


Un 48,7% de las empresas dan empleo a menos de 9 personas



*Plantilla media
17,8 personas*

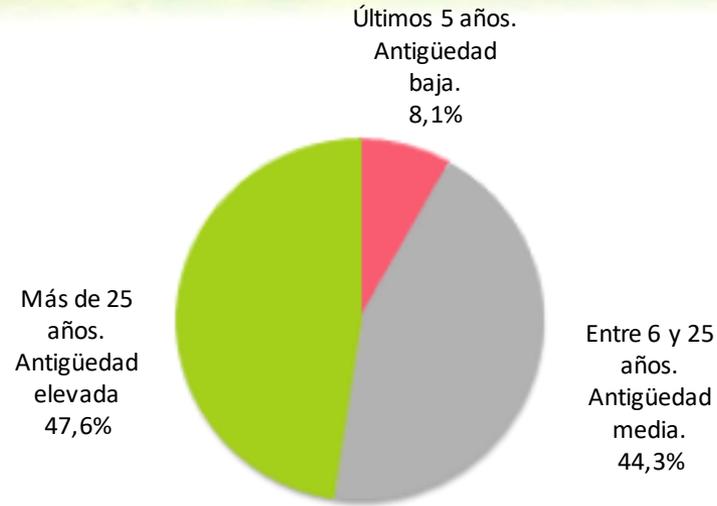
Forma Jurídica



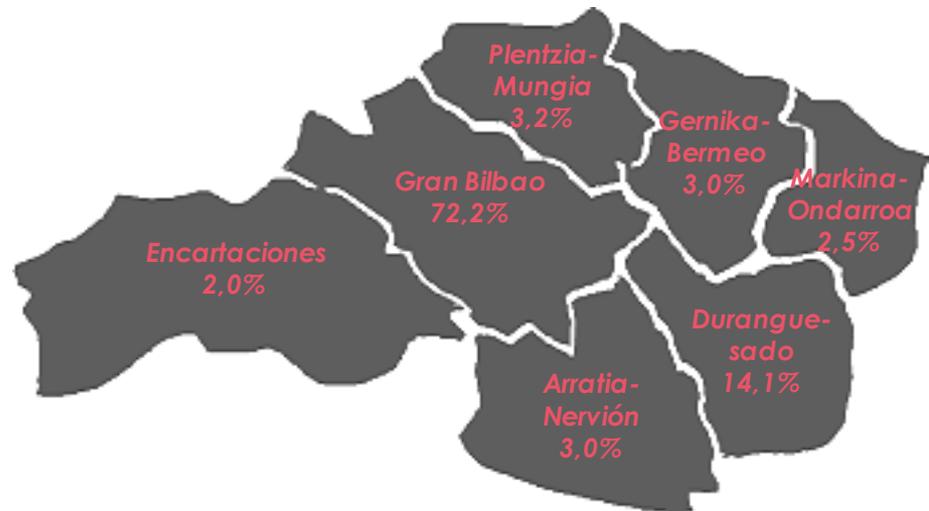
Empresa Familiar



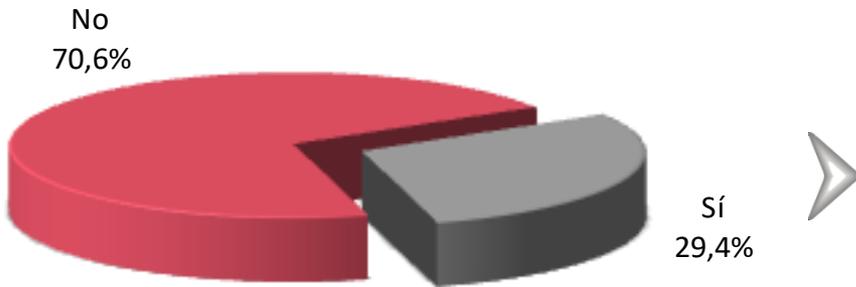
Fundación de la empresa



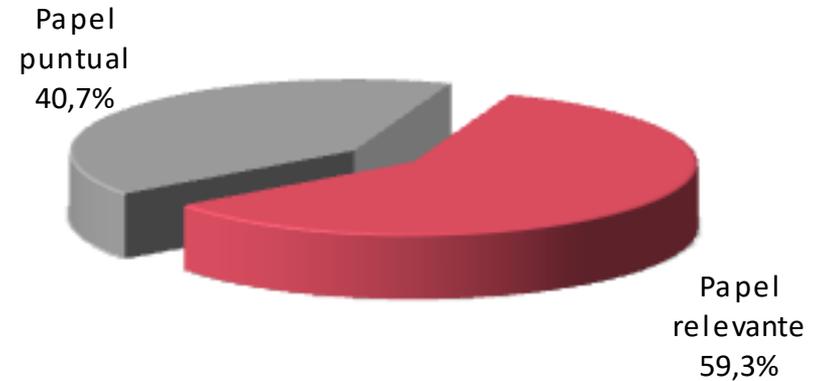
Ubicación de la empresa



Empresas exportadoras



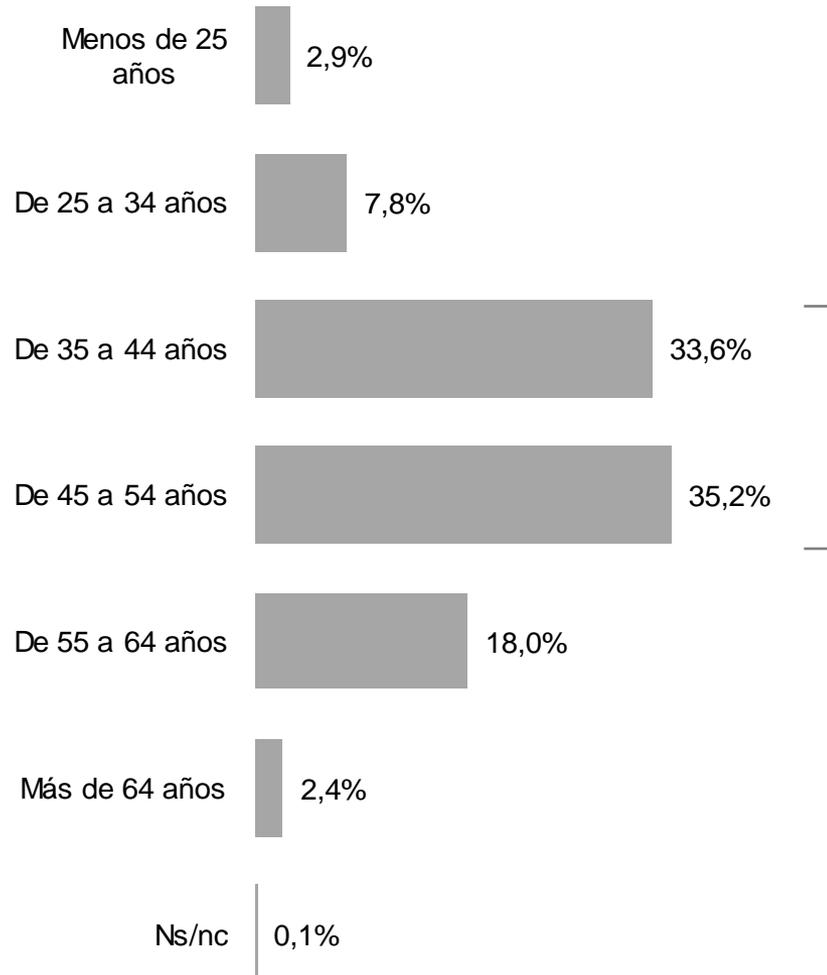
Papel del mercado internacional para la empresa



Género del entrevistados

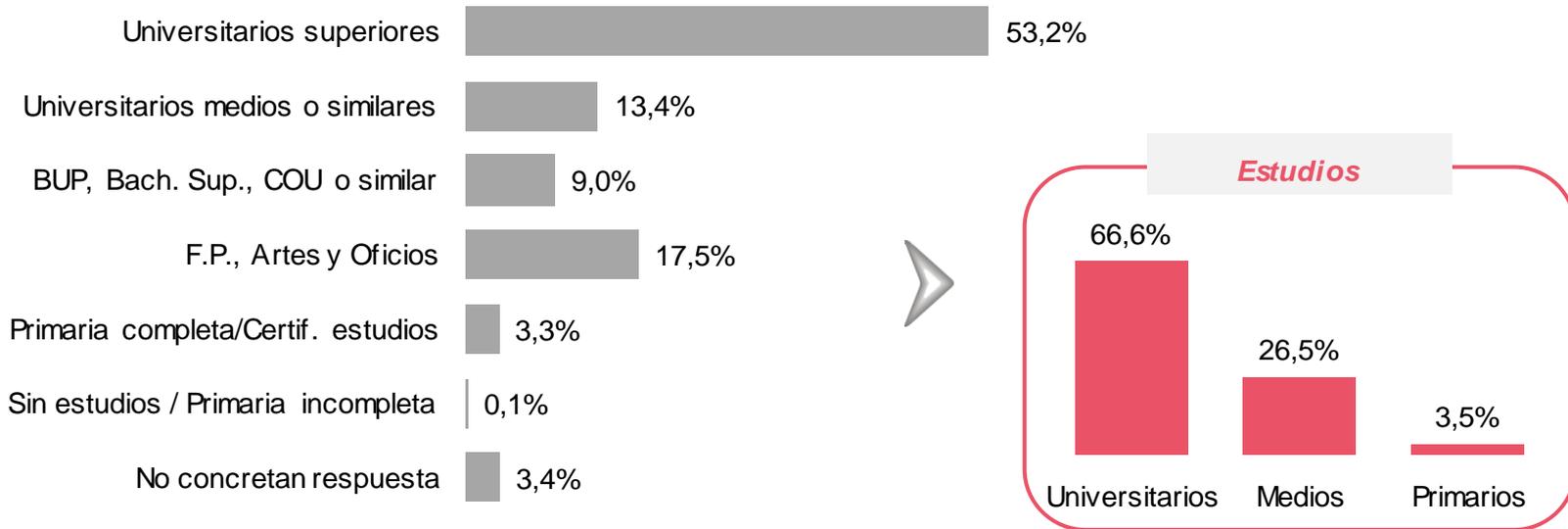


Edad del entrevistado

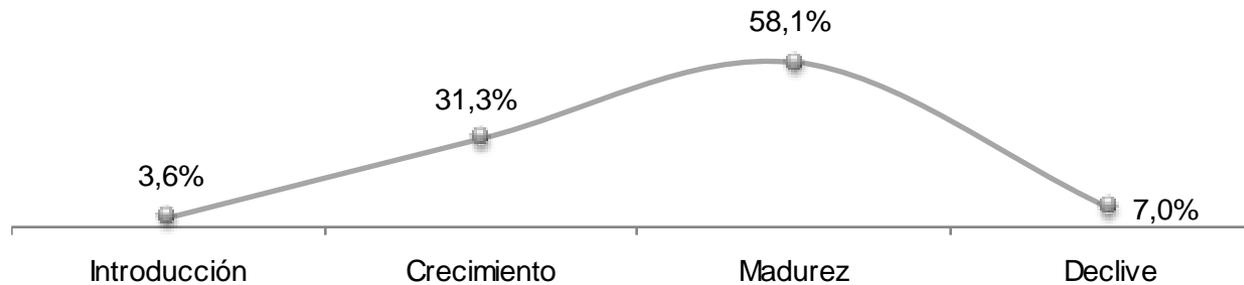


El 68,8% de los interlocutores tiene edades comprendidas entre los 35 y 54 años

Nivel de Estudios



Ciclo de Vida del Negocio



2017 NORA BIDEA



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

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

www.barrixe.com

 @barrixe

 /barrixe



2.- LA ACTIVIDAD INNOVADORA EN LAS EMPRESAS DE BIZKAIA

 **Bizkaia**
foru aldundia
diputación foral

 **CÁMARABILBAO**

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
Caracterización de las empresas respecto a las actividades de innovación	13
LOS RITMOS DE LA INNOVACIÓN	20
EL CONTEXTO ECONÓMICO Y FINANCIERO Y EL VALOR OTORGADO A LA INNOVACIÓN	27
La valoración del contexto económico	28
La previsión a futuro	37



LA ACTIVIDAD INNOVADORA EN LAS EMPRESAS DE BIZKAIA

Objetivo general



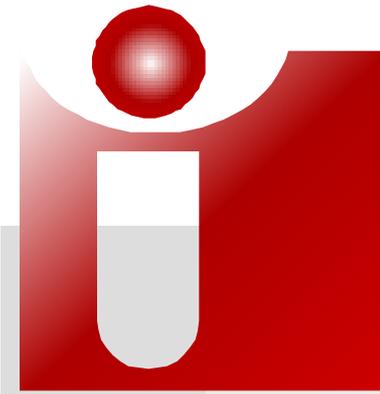
- ✓ El objetivo general lo constituye el análisis de la **relación de las empresas de Bizkaia** con respecto a **la actividad innovadora**, pudiendo establecer el **perfil** de la empresa innovadora, los **ámbitos** en los que están trabajando, así como el **grado de cumplimiento** de sus **expectativas** 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



- ✓ **Cuatro de cada diez** empresas que ha colaborado con Norabidea 2017 **ha realizado** algún tipo de **actividad innovadora** durante el pasado ejercicio: Un 40,3% del total.



- ✓ Preguntadas por los años previos, las empresas que llevaban realizando algún tipo de actividad de I+D+i, son algunas más; el 45,2%.

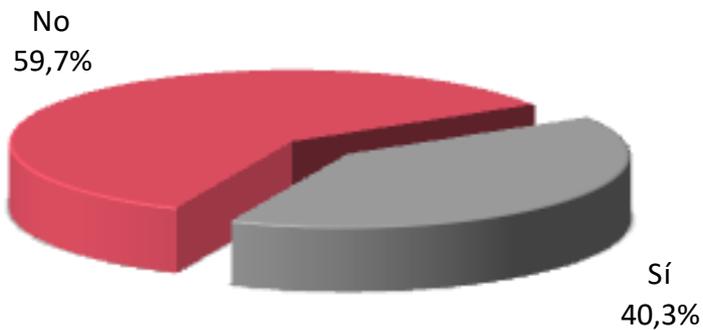


Respecto al pasado año, el número de empresas que se autopercibe como innovadoras ha vuelto a crecer un punto porcentual, apreciándose una nueva tendencia al alza desde 2015.

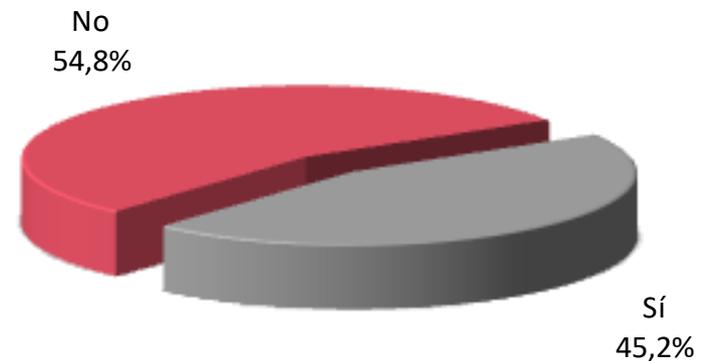


Hay que destacar que parte de estas iniciativas se han abandonado en el último ejercicio. En términos totales, son un 14,0% las empresas que han cesado esta actividad durante 2016, manteniéndose estable respecto al pasado año.

**EMPRESAS QUE HAN LLEVADO A CABO
ALGÚN TIPO DE ACTIVIDAD
INNOVADORA EN ESTE ÚLTIMO
EJERCICIO 2016***

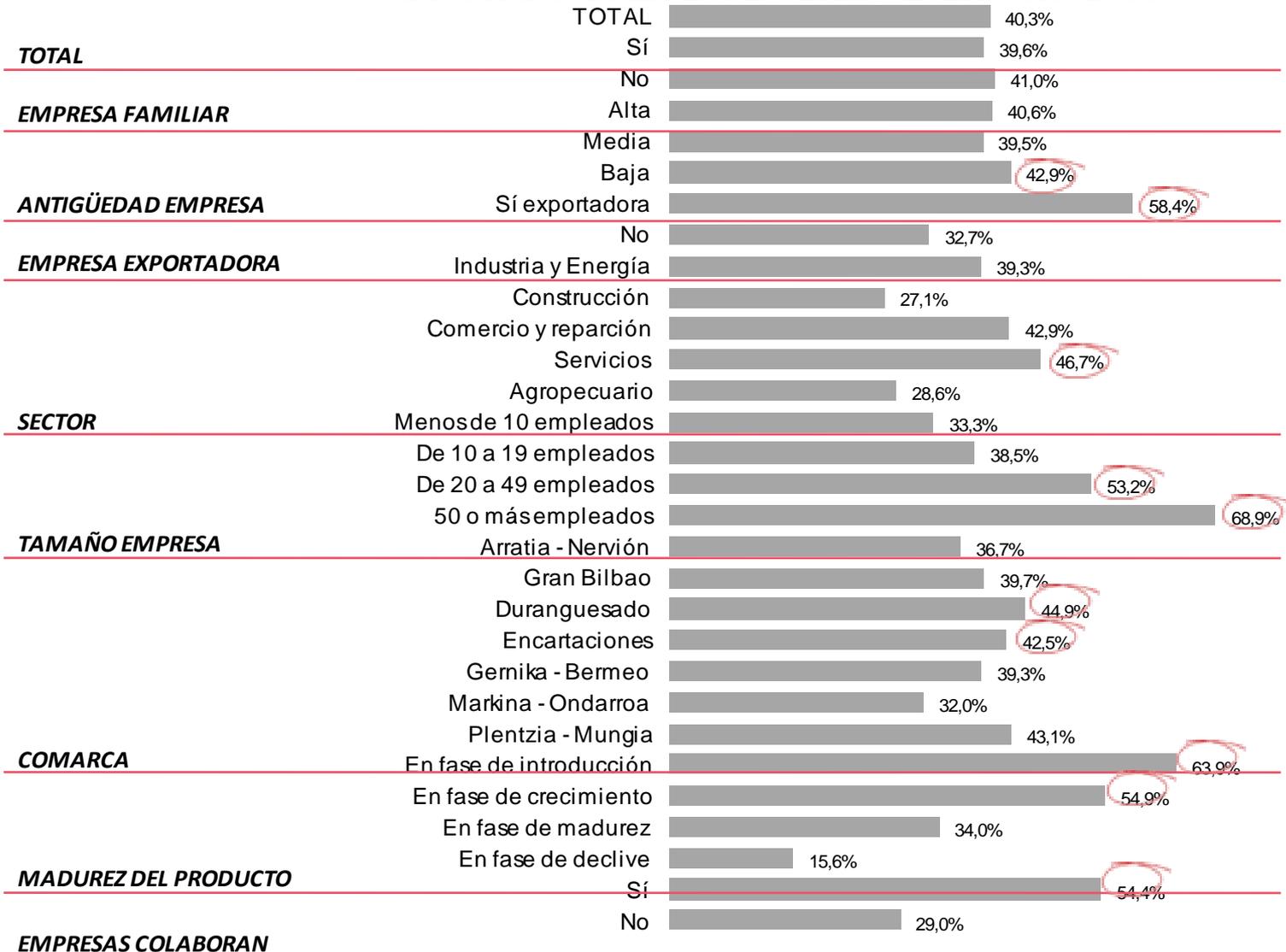


**EMPRESAS QUE HAN LLEVADO A CABO
ALGÚN TIPO DE ACTIVIDAD
INNOVADORA EN LOS TRES
EJERCICIOS ANTERIORES
(2013-2015)***



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

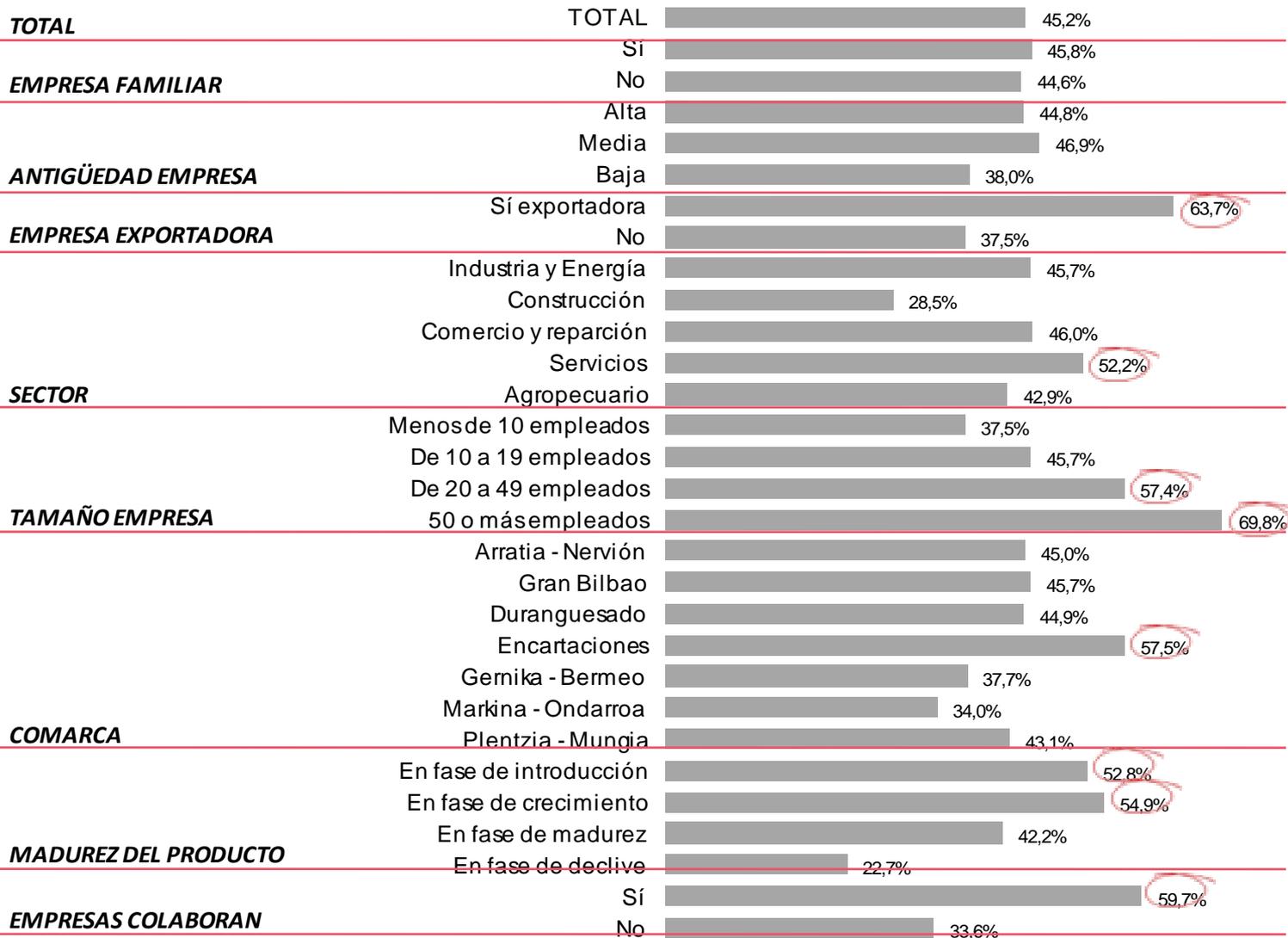
EMPRESA QUE HAN LLEVADO A CABO ALGÚN TIPO DE ACTIVIDAD INNOVADORA EN ESTE ÚLTIMO EJERCICIO 2016*



VARIABLES SIGNIFICATIVAS

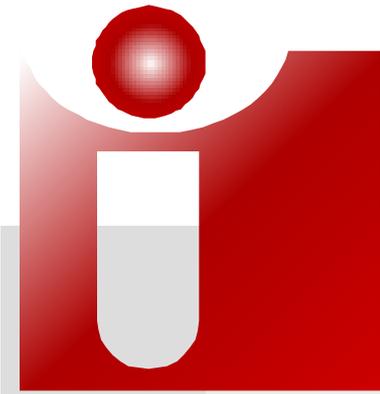
* No se sugirió ninguna respuesta. Solo se admitió una.

EMPRESAS QUE HAN LLEVADO A CABO ALGÚN TIPO DE ACTIVIDAD INNOVADORA EN LOS TRES EJERCICIOS ANTERIORES (2013-2015)*



 VARIABLES SIGNIFICATIVAS

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



La participación en la Innovación en los últimos cuatro años



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



El 54,3% de las empresas de Bizkaia consultadas afirma haber desplegado algún tipo de actividad de innovación en los últimos cuatro años.



Son mayoría, las empresas del territorio que en diferente grado trabajan en la cultura de innovación

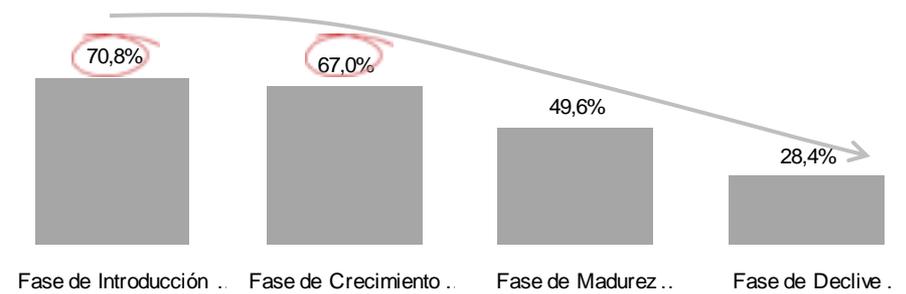


- ✓ El **ciclo de vida** del negocio evidencia mayor participación en acciones innovadoras en las fases de **introducción** y **crecimiento**, frente a la de declive, principalmente. Asimismo, el **sector servicios** muestra una tasa de acercamiento a la innovación superior.

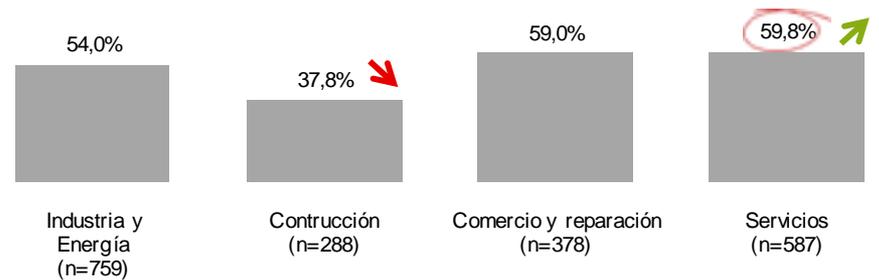
EMPRESAS QUE HAN LLEVADO A CABO ALGÚN TIPO DE ACTIVIDAD INNOVADORA EN LOS EJERCICIOS 2013-2016 – CRITERIO AMPLIO

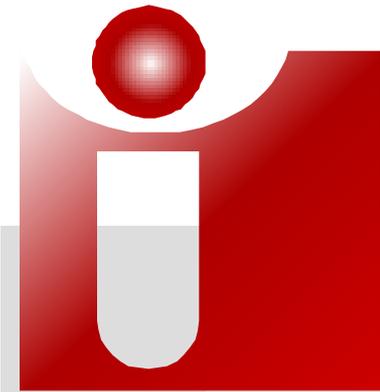


Según ciclo de vida del negocio



Según sector





Caracterización de las empresas respecto a las actividades de innovación



- ✓ 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”.

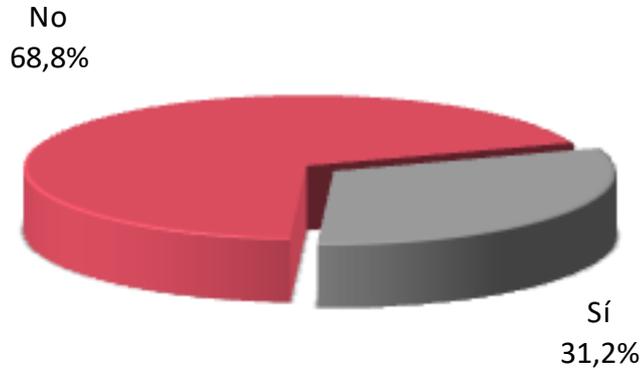


Asumiendo la perspectiva de la acción continua en el tiempo como parte de la sistematización de la actividad innovadora, obtenemos que tres de cada diez empresas (el 31,2%) manifiestan haber desarrollado iniciativas innovadoras sostenidas en el período de los últimos cuatro años

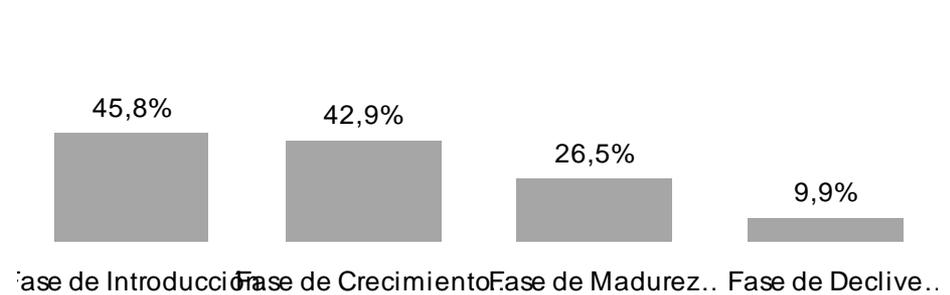


- ✓ Esta categoría de empresas con acciones innovadoras sostenidas en el tiempo, tiene unas características claras que las distinguen:
 - ✓ Empresas con actividad **exportadora** (49,7%).
 - ✓ Con mayor presencia del sector **servicios** (39,0%).
 - ✓ Y cuyo ciclo de vida del negocio se encuentra en fase de **introducción** (45,8%).

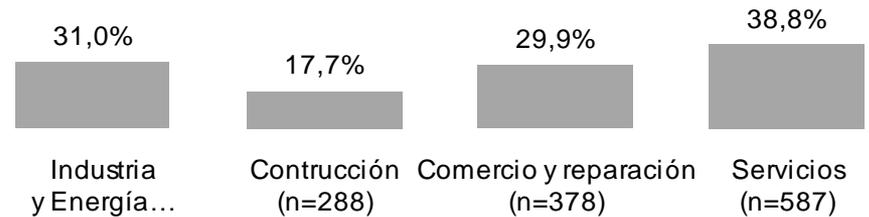
EMPRESAS QUE HAN LLEVADO A CABO ALGÚN TIPO DE ACTIVIDAD INNOVADORA EN LOS EJERCICIOS 2013-2016. CRITERIO ESTRICTO



Según ciclo de vida del negocio



Según sector

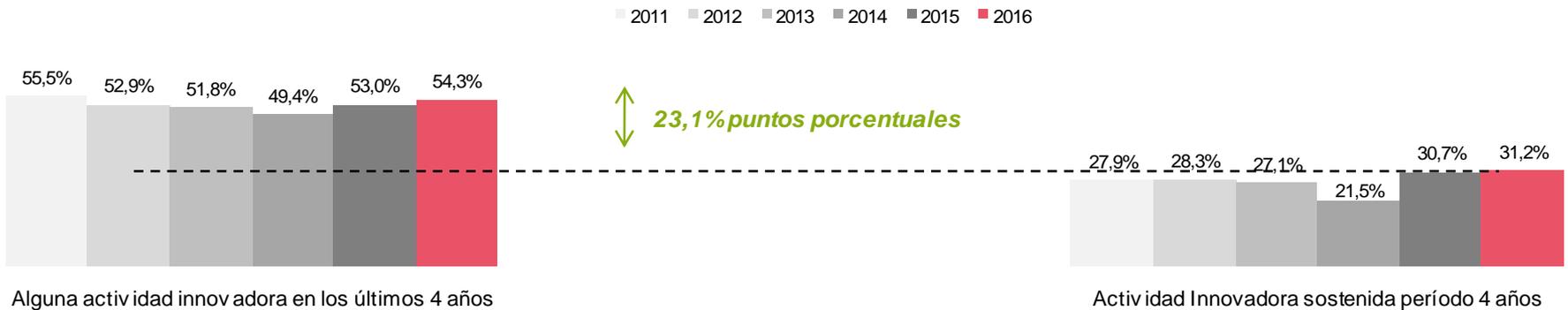




- **El escenario del tejido empresarial de Bizkaia con respecto a la innovación muestra estabilidad con respecto al pasado año aunque se aprecia un repunte de un punto porcentual tanto en la mejora concreta como en la acción continuada. Desde 2015 asistimos a un nuevo escenario con tendencia al alza, tras unos años de descenso de la actividad.**

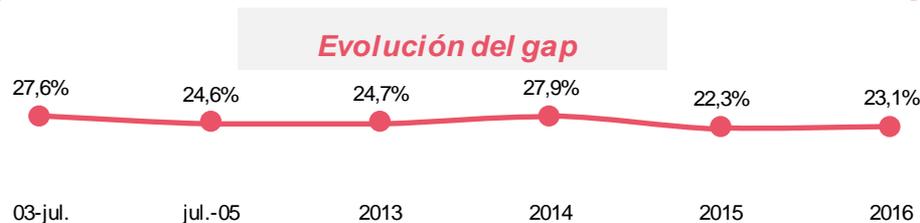


Si 2015 fue el año crítico en el barómetro de innovación, parece que asistimos a un leve repunte de la actividad sistematizada de mejora continua



CRITERIO AMPLIO

CRITERIO ESTRICTO





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

Empresas con procesos de innovación continuados

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

Empresas recién llegadas a la innovación

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

Empresas que suspenden las iniciativas innovadoras en el último año

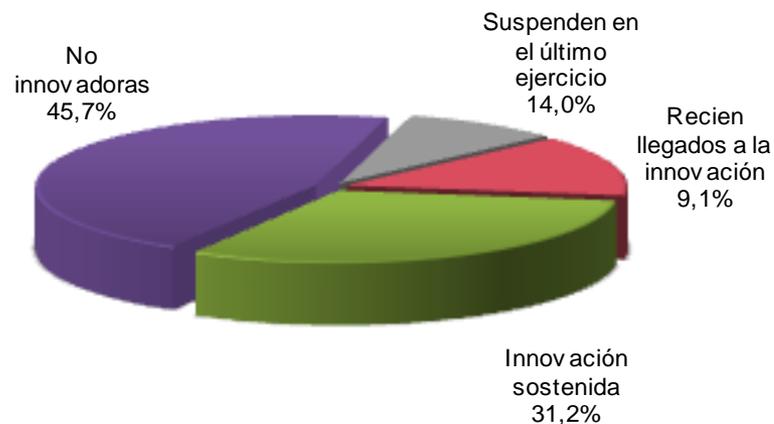
Son las empresas que venían desarrollando actividades Innovadoras y que durante el último ejercicio no han acometido ninguna o lo han abandonado.

Empresas no innovadoras

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

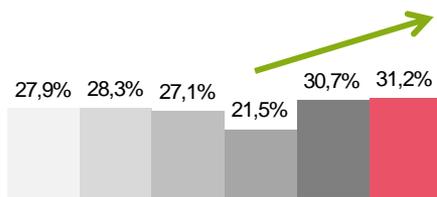
LA INNOVACIÓN EN EL PERIODO ANALIZADO

		INNOVACIÓN ÚLTIMO AÑO		TOTAL
		✓	✗	
INNOVACIÓN AÑOS ANTERIORES	✓	31,2%	14,0%	45,2%
	✗	9,1%	45,7%	54,8%
TOTAL		40,3%	59,7%	100,0%

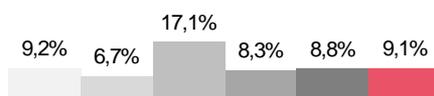


La evolución

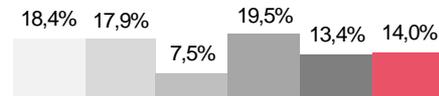
2011 2012 2013 2014 2015 2016



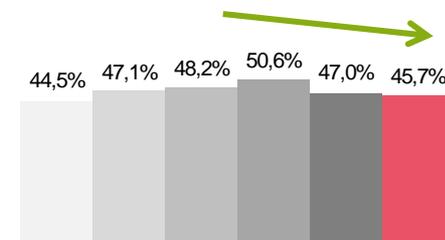
Innovación continuada



Recien llegados

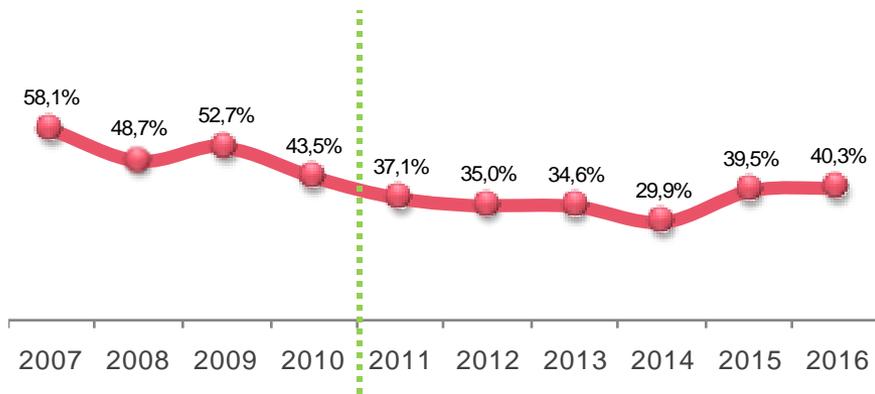


Suspenden en el último ejercicio

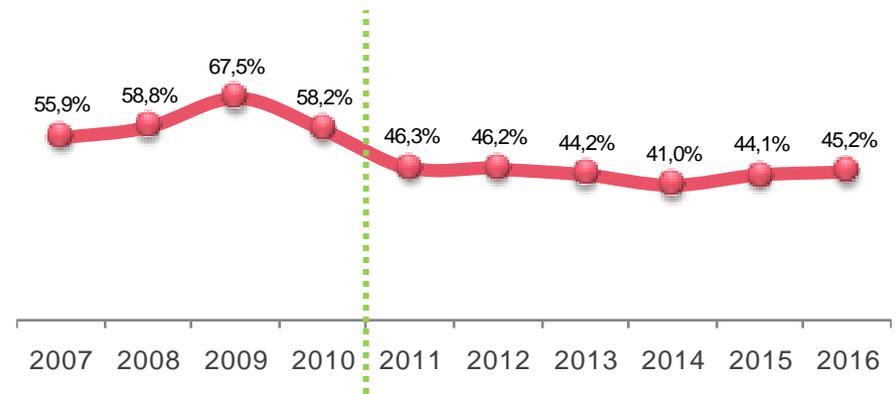


No innovadoras

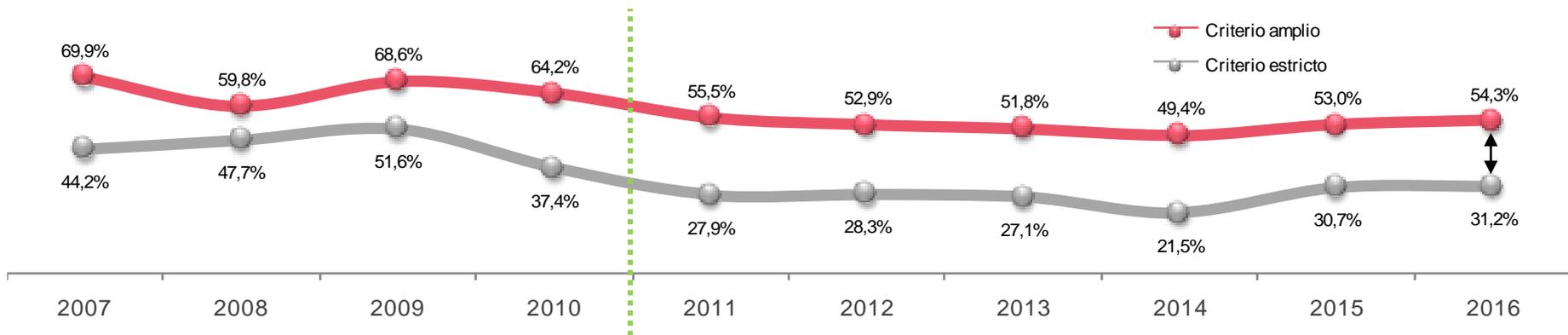
INNOVACIÓN EN EL ÚLTIMO EJERCICIO



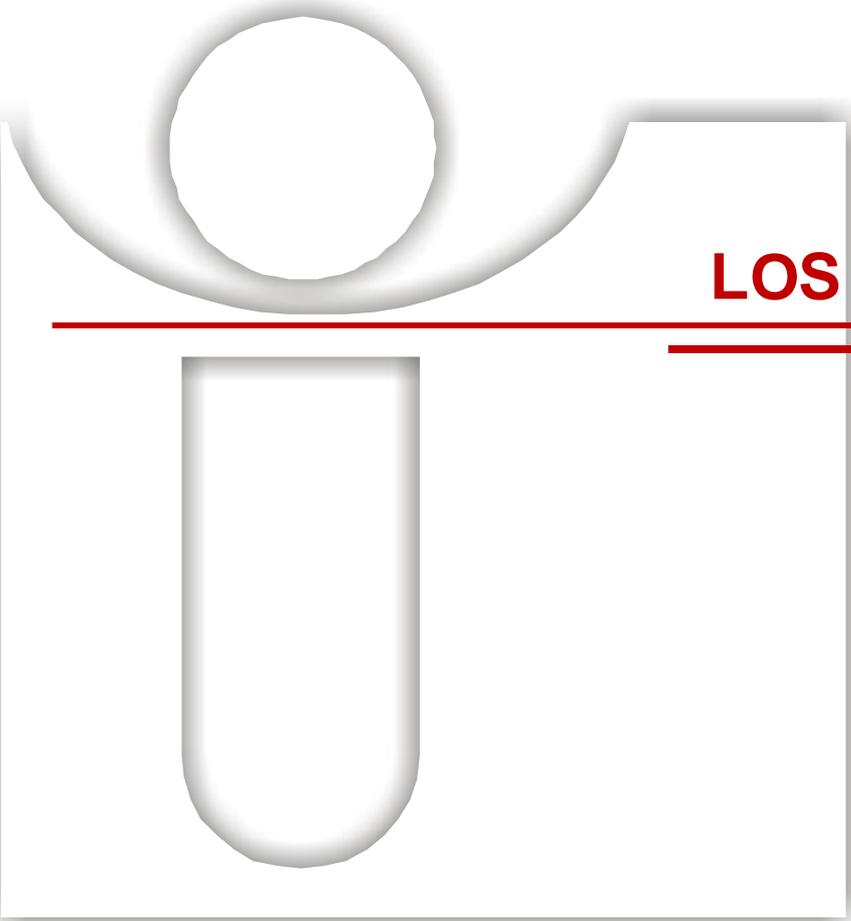
INNOVACIÓN EN LOS EJERCICIOS ANTERIORES



DIFERENTES FORMAS DE ABORDAR LA INNOVACIÓN



■ 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.*



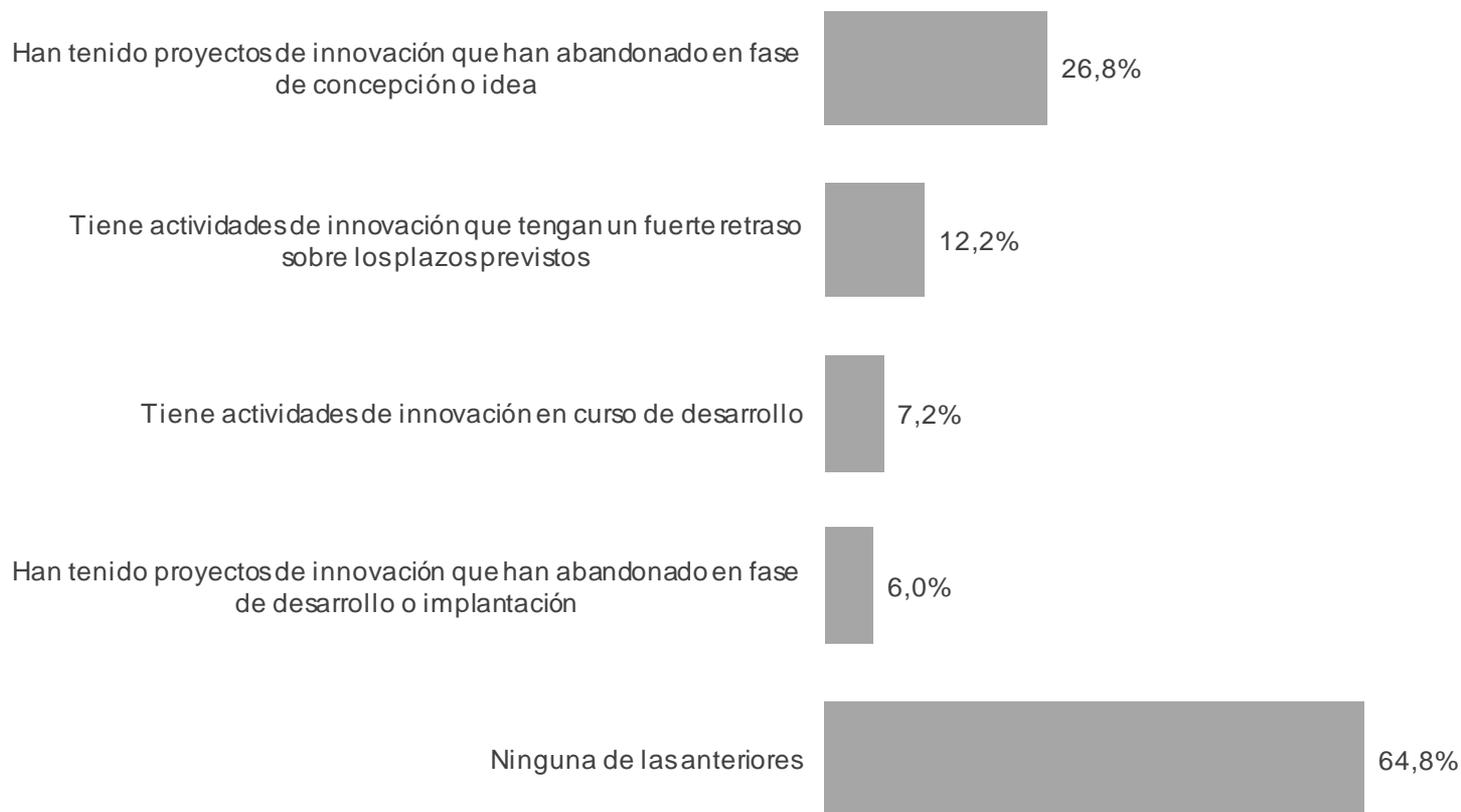
- ✓ El pulso tomado a las empresas del territorio respecto a los ritmos de la innovación nos permite advertir los siguientes datos:
 - ✓ El **7,2%** del tejido empresarial señala tener actividades innovadoras **en curso** de desarrollo.
 - ✓ Un **12,2%** de las empresas indica un **fuerte retraso** en sus actividades innovadoras.
 - ✓ Y un **26,8%** **ha abandonado** alguna iniciativa en fase de **concepción**, mientras que el **6,0%** lo hizo durante la fase de **implantación**.

Un escenario similar a los años anteriores



- ✓ Por otro lado, el 64,8% no se reconoce en ninguna de las situaciones o ritmos planteados respecto a la innovación.

SITUACIONES RESPECTO A LA INNOVACIÓN EN LAS QUE LA EMPRESA SE PUEDE ENCONTRAR EN LA ACTUALIDAD O HA PODIDO ENCONTRARSE ENTRE 2013-2016*



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

SITUACIONES RESPECTO A LA INNOVACIÓN EN LAS QUE LA EMPRESA SE PUEDE ENCONTRAR EN LA ACTUALIDAD O HA PODIDO ENCONTRARSE ENTRE 2013-2016*

	TOTAL	TIPO DE EMPRESA	
		Innovadora	No Innovadora
Han tenido proyectos de innovación que han abandonado en fase de concepción o idea	26,8%	45,4%	4,8%
Tiene actividades de innovación que tengan un fuerte retraso sobre los plazos previstos	12,2%	17,6%	5,8%
Tiene actividades de innovación en curso de desarrollo	7,2%	10,5%	3,2%
Han tenido proyectos de innovación que han abandonado en fase de desarrollo o implantación	6,0%	9,8%	1,4%
Ninguna de las anteriores	64,8%	44,6%	88,8%

Iniciativas de generación de ideas aunque no se desarrollen

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

SITUACIONES RESPECTO A LA INNOVACIÓN EN LAS QUE LA EMPRESA SE PUEDE ENCONTRAR EN LA ACTUALIDAD O HA PODIDO ENCONTRARSE ENTRE 2013-2016*

	TOTAL	SECTOR				TAMAÑO EMPRESA			
		Industria y Energía	Construcción	Comercio y reparación	Servicios	Menos de 10 empleados	De 10 a 19 empleados	De 20 a 49 empleados	50 o más empleados
Han tenido proyectos de innovación que han abandonado en fase de concepción o idea	26,8%	28,2%	13,2%	25,9%	32,4%	20,3%	24,9%	40,2%	50,0%
Tiene actividades de innovación que tengan un fuerte retraso sobre los plazos previstos	12,2%	13,0%	7,3%	9,3%	15,3%	9,6%	12,5%	14,9%	24,5%
Tiene actividades de innovación en curso de desarrollo	7,2%	8,2%	4,2%	6,3%	7,8%	5,7%	7,6%	8,0%	15,1%
Han tenido proyectos de innovación que han abandonado en fase de desarrollo o implantación	6,0%	6,2%	2,1%	5,3%	8,0%	3,9%	5,4%	11,4%	8,5%
Ninguna de las anteriores	64,8%	63,0%	80,6%	66,9%	57,9%	71,7%	65,0%	54,3%	36,8%

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



En términos generales son algo menos de dos de cada diez el 19,3% las empresas del territorio que señalan tener actividades de innovación bien en curso de desarrollo o bien con retraso sobre los plazos previstos.



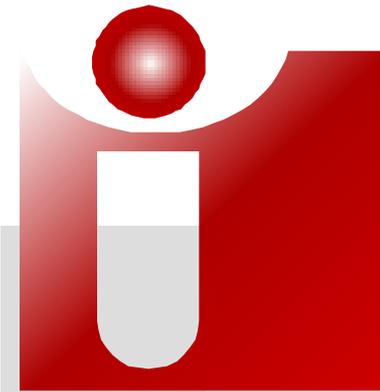
En el caso de las empresas que no se categorizan como innovadoras, un 5,8% tiene en curso alguna iniciativa con retraso y un 3,2% algún tipo de proyectos en marcha



Pasos en la buena dirección...



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



La valoración del contexto económico





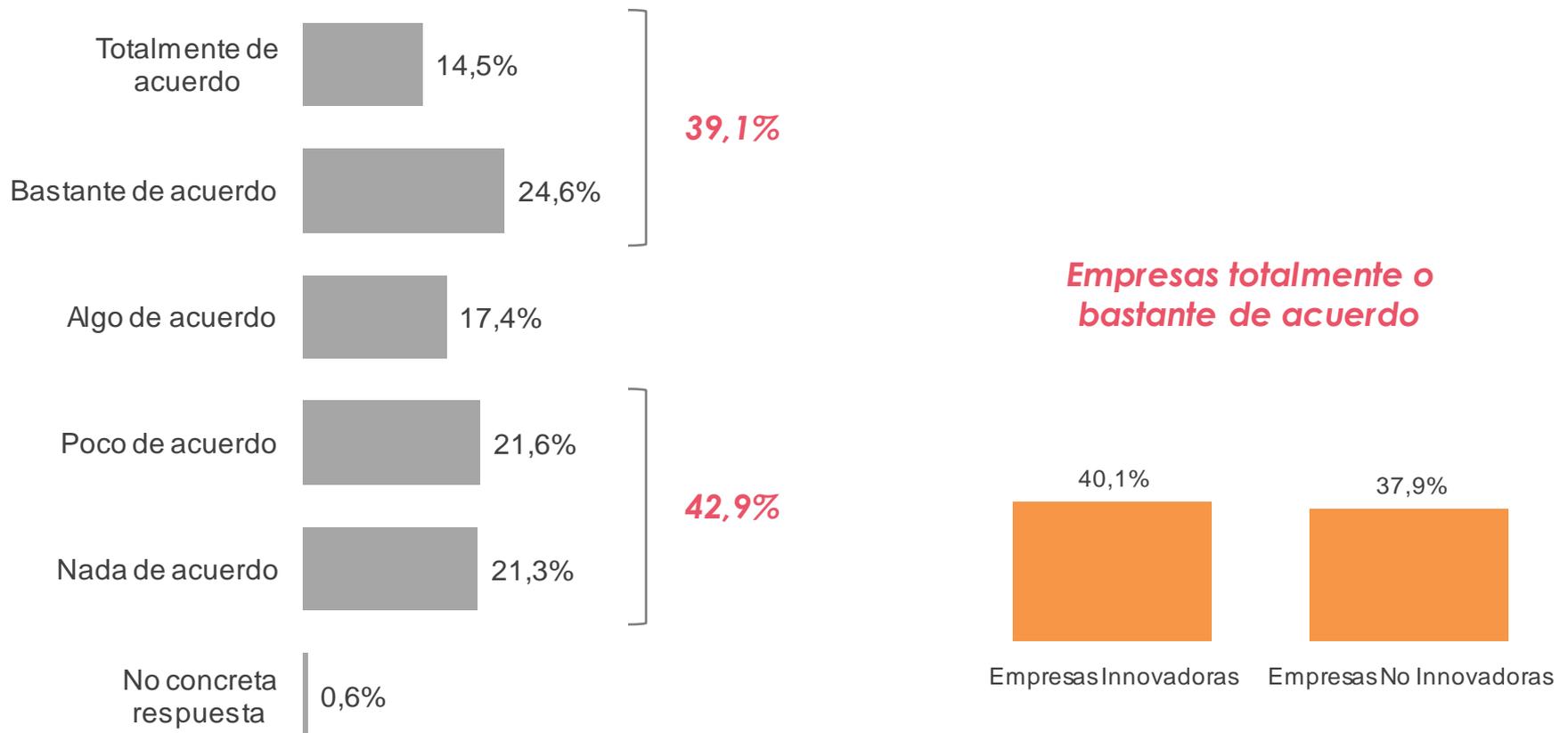
- ✓ De nuevo en este barómetro podemos apreciar como un 39,1% de las empresas de Bizkaia considera que el contexto económico e innovación no deben de ir asociados en la toma de decisiones estratégicas de las empresas. Pero si es cierto que son más, el 42,9%, quienes no pueden evitar confrontar ambas situaciones o al menos, ponerlas en relación.



- ✓ En esta tesitura, más vinculada a la coyuntura económica, se encuentran principalmente las empresas categorizadas como no innovadoras.

GRADO DE ACUERDO DECLARADO CON LAS AFIRMACIONES PLANTEADAS*

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

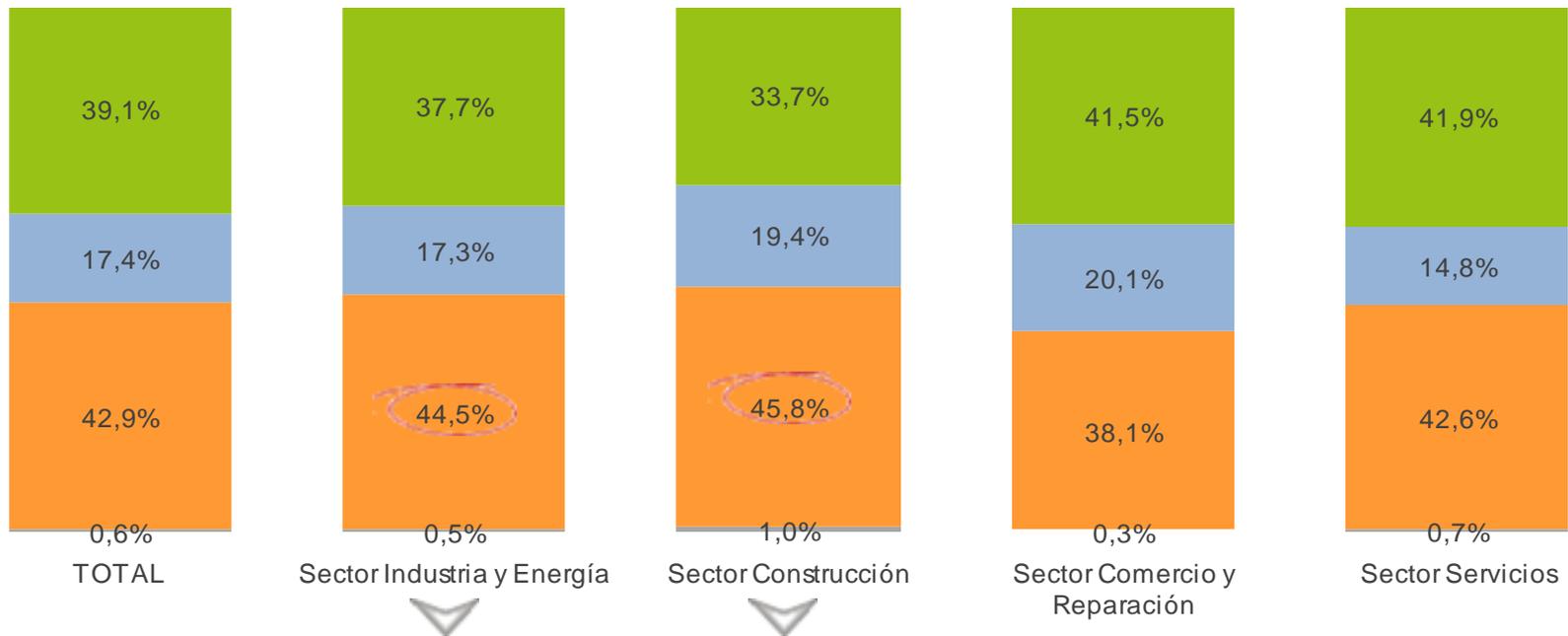


* Se leyeron las opciones de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

GRADO DE ACUERDO DECLARADO CON LAS AFIRMACIONES PLANTEADAS*

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

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



Mayor presión del contexto

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

GRADO DE ACUERDO DECLARADO CON LAS AFIRMACIONES PLANTEADAS*

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

EMPRESAS INNOVADORAS

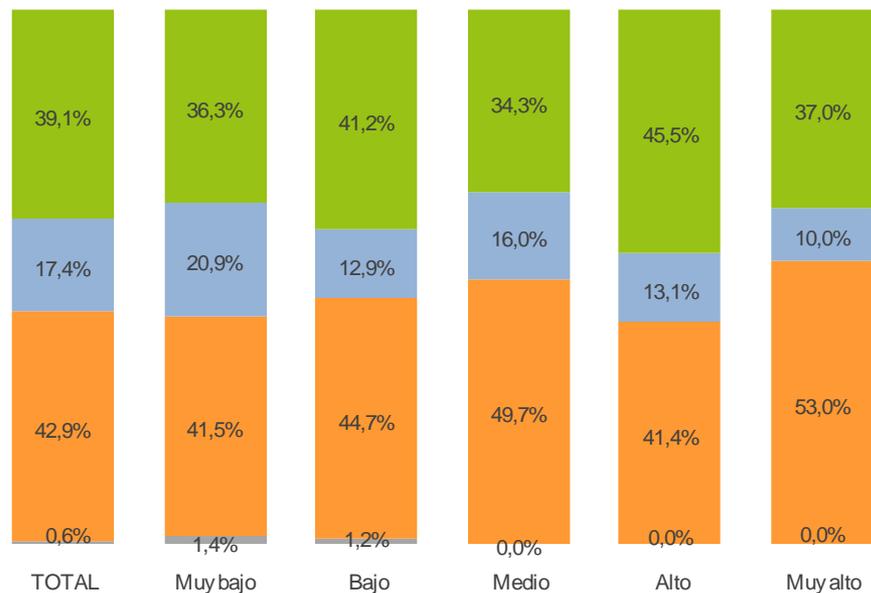
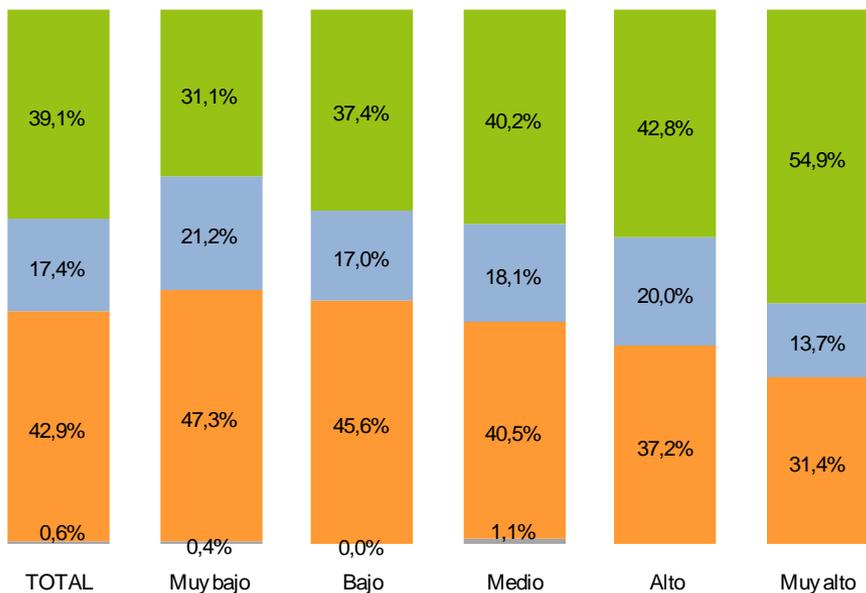
- Según el Índice de Intensidad de la Innovación -

EMPRESAS NO INNOVADORAS

- Según el Índice de Propensión a la Innovación -

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

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



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



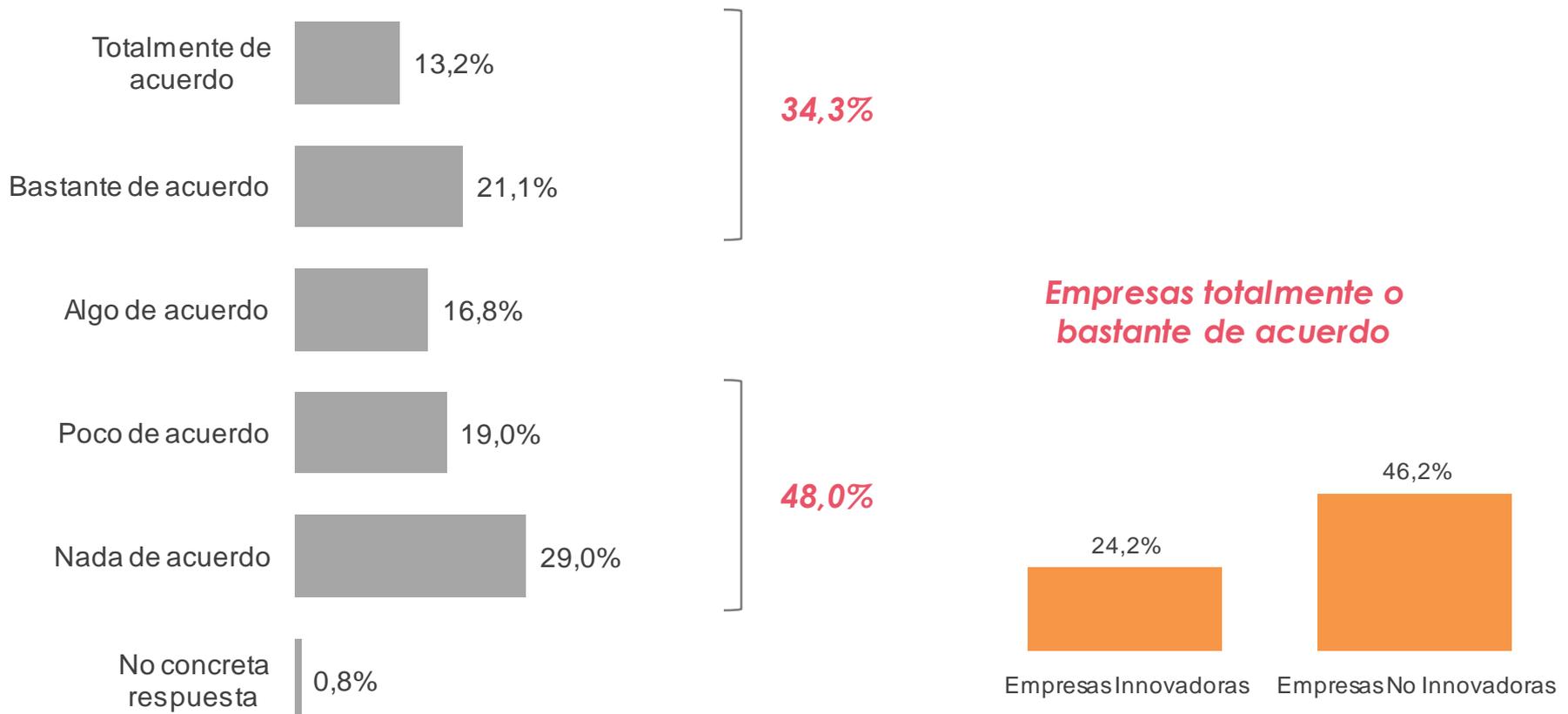
- ✓ El contexto económico viene condicionando el despegue de la participación en innovación del tejido empresarial vizcaíno, ya que como muestran los resultados, una de cada tres empresas dice haber reducido sus objetivos por la situación económica en la que estamos inmersos.



Un freno que afecta especialmente a las empresas no innovadoras

GRADO DE ACUERDO DECLARADO CON LAS AFIRMACIONES PLANTEADAS*

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

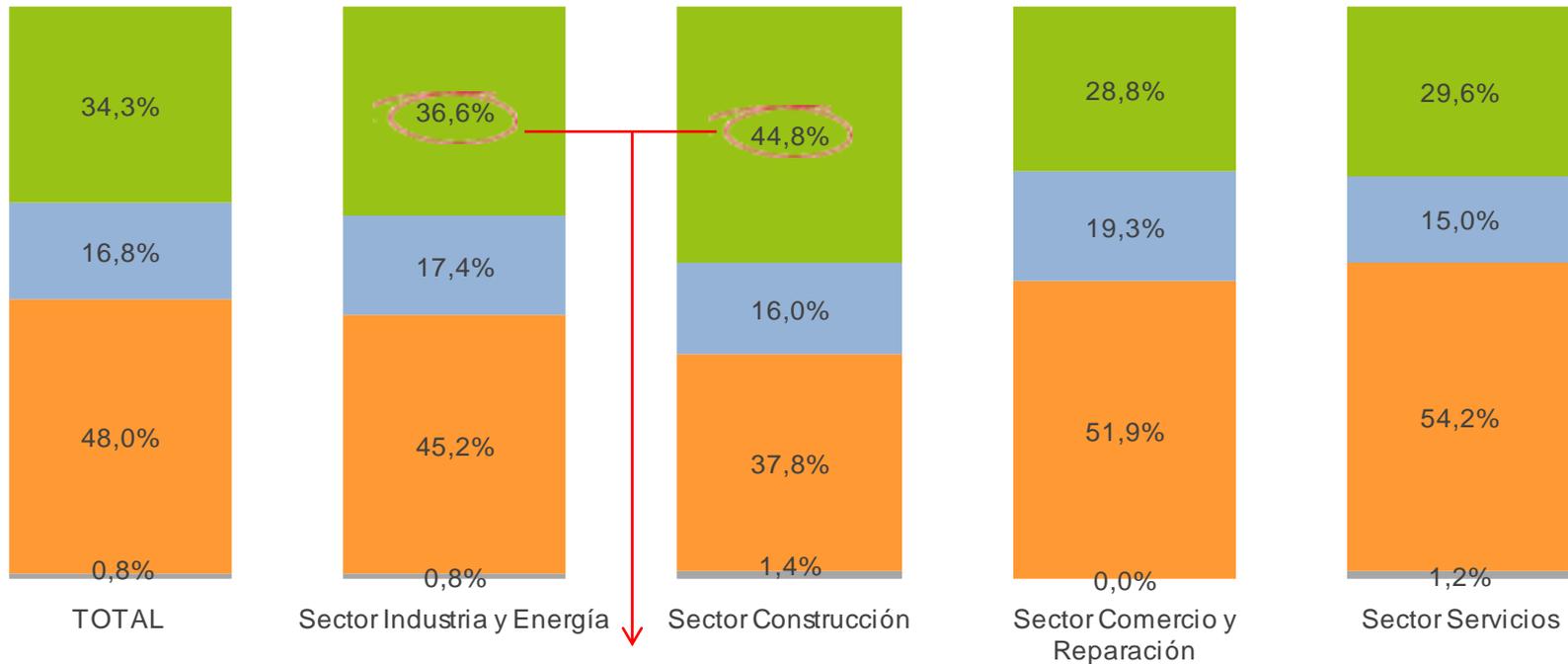


* Se leyeron las opciones de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

GRADO DE ACUERDO DECLARADO CON LAS AFIRMACIONES PLANTEADAS*

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

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



Mayor reducción declarada de objetivos

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

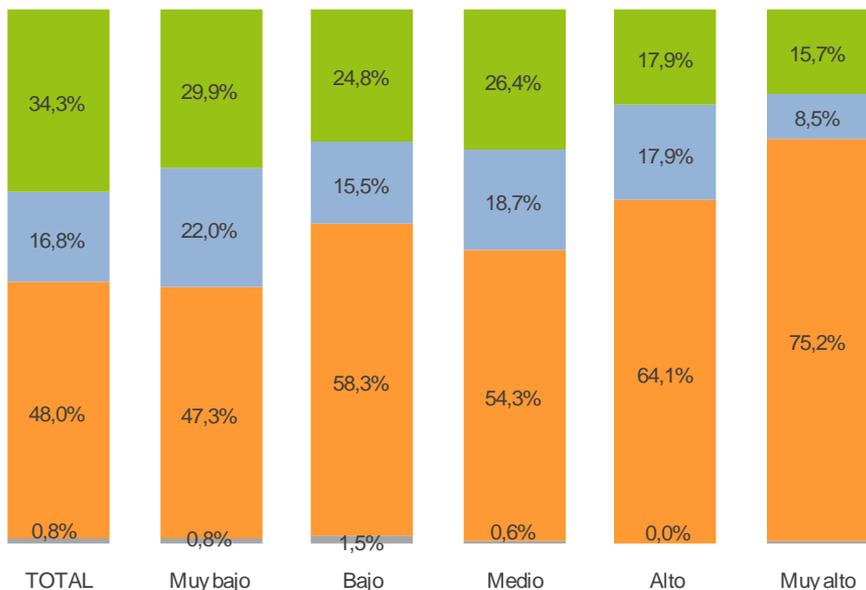
GRADO DE ACUERDO DECLARADO CON LAS AFIRMACIONES PLANTEADAS*

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

EMPRESAS INNOVADORAS

- Según el Índice de Intensidad de la Innovación -

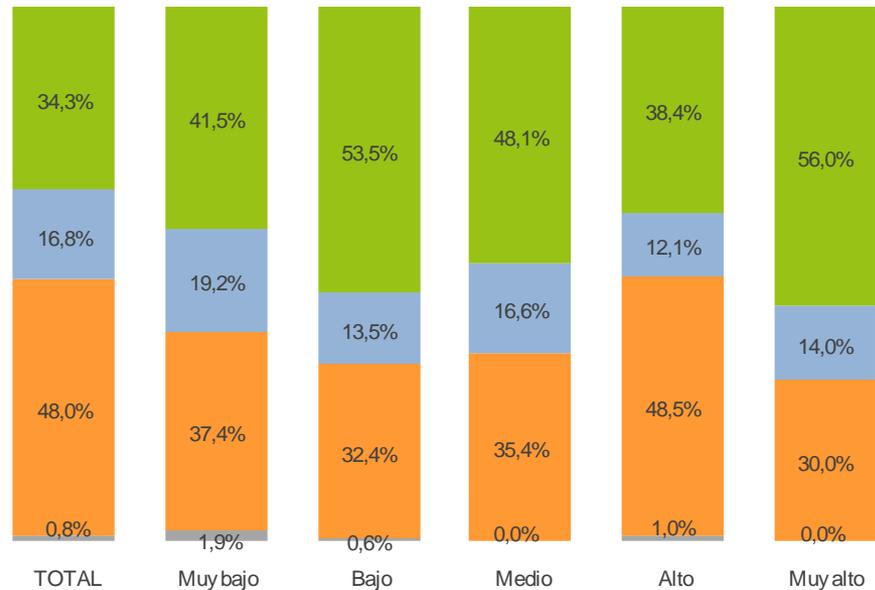
■ Ns/nc ■ Nada + poco de acuerdo ■ Algo de acuerdo ■ Bastante + totalmente de acuerdo



EMPRESAS NO INNOVADORAS

- Según el Índice de Propensión a la Innovación -

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



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



La previsión a futuro



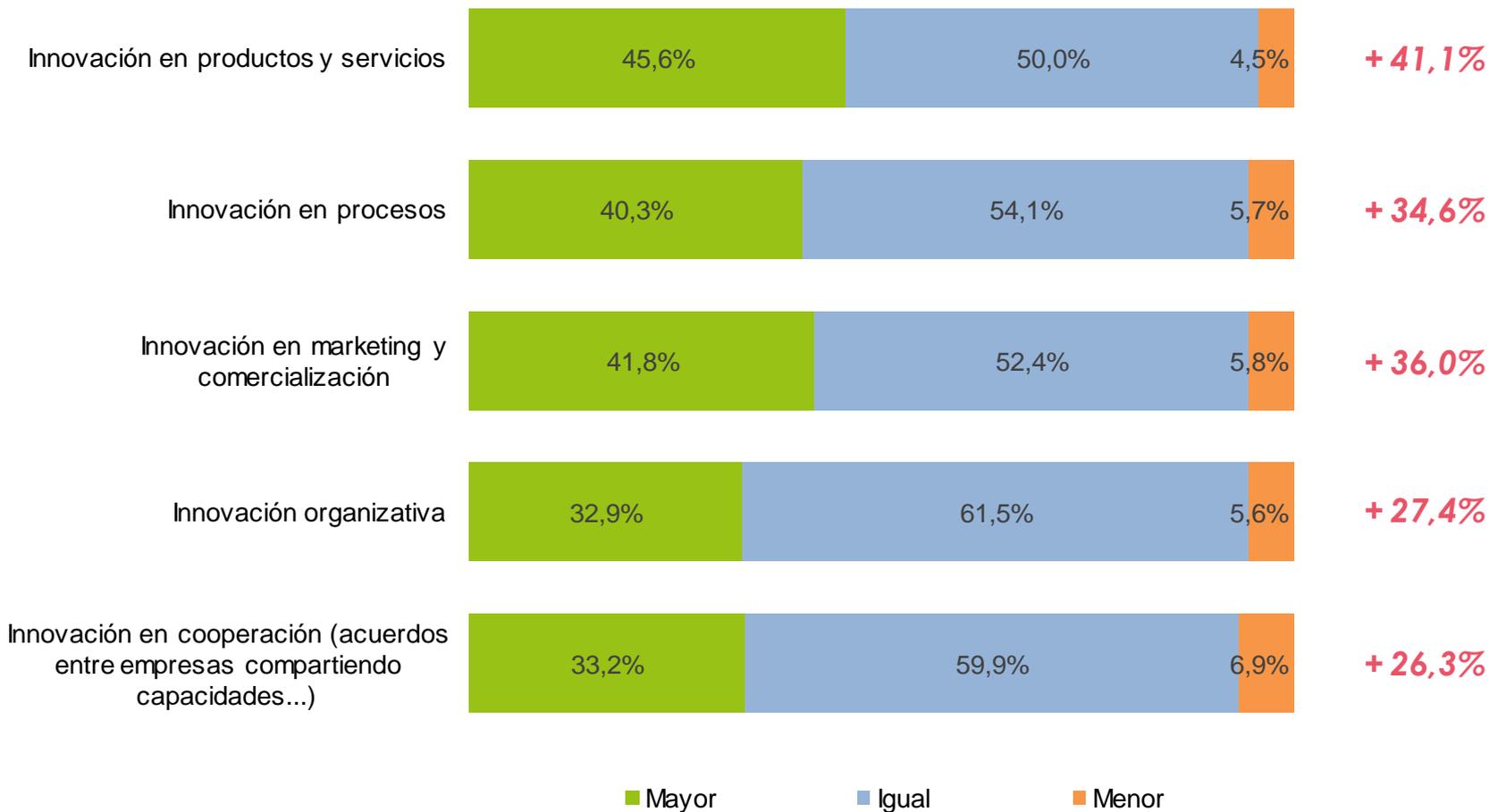
Preguntadas por el futuro inmediato (los próximos tres años), las empresas innovadoras de Bizkaia se muestran optimistas en términos generales. La gran mayoría cree que mantendrá su ritmo actual y en torno a cuatro de cada diez, piensan intensificar los esfuerzos.



Las innovaciones en productos y servicios así como en el área de procesos y marketing y comercialización, parecen ser las más interesantes para las empresas consultadas

PREVISIONES DE FUTURO DE LA ACTIVIDAD INNOVADORA DE LA EMPRESA *

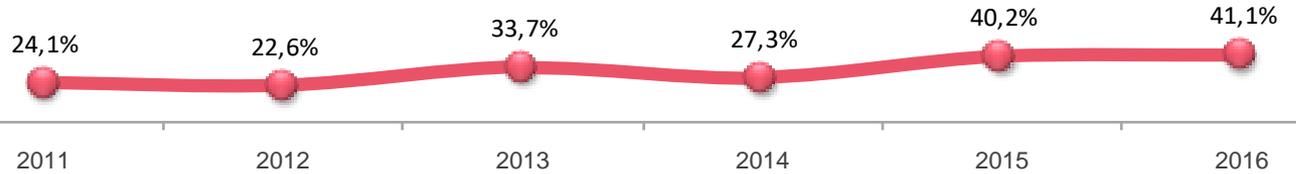
Saldo



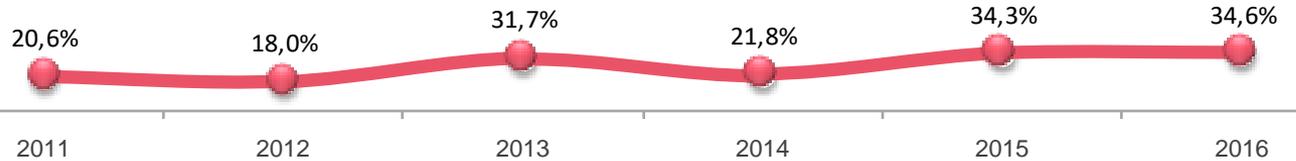
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

SALDO DE LA VARIACIÓN DE LA PREVISIÓN DE LA ACTIVIDAD INNOVADORA

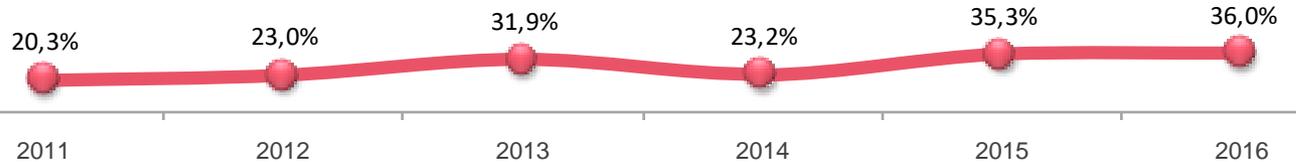
INNOVACIÓN EN PRODUCTOS Y SERVICIOS



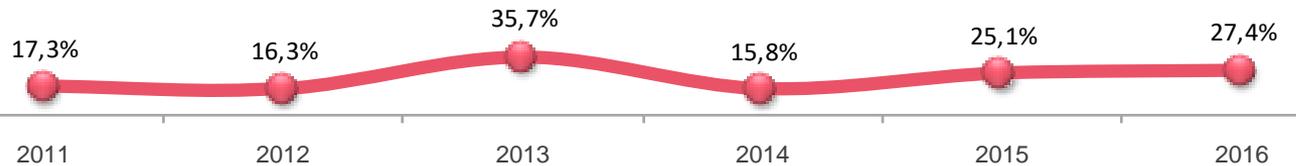
INNOVACIÓN EN PROCESOS



INNOVACIÓN EN MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN



INNOVACIÓN ORGANIZATIVA



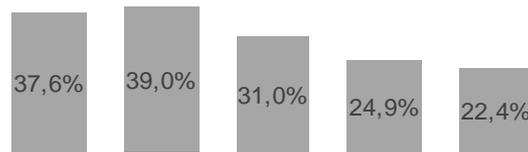
INNOVACIÓN EN COOPERACIÓN



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

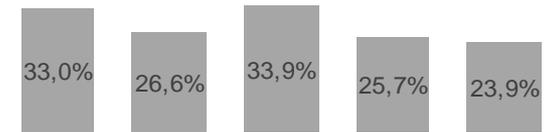
SALDO DE LA PREVISIÓN DE LA ACTIVIDAD INNOVADORA SEGÚN EL SECTOR DE ACTIVIDAD.

Sector Industria y Energía



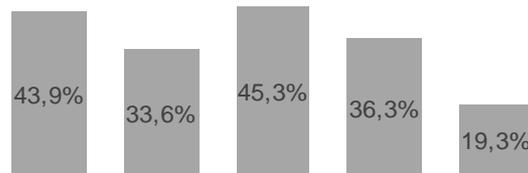
Innovación en producción Innovación en servicios Innovación en sostenibilidad Innovación en comercialización Innovación en organización (acumulada)

Sector Construcción



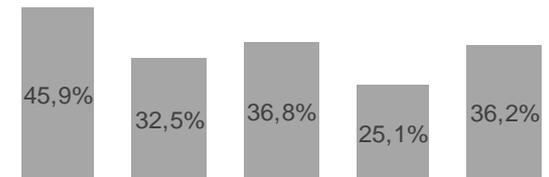
Innovación en producción Innovación en servicios Innovación en sostenibilidad Innovación en comercialización Innovación en organización (acumulada)

Sector Comercio

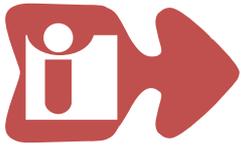


Innovación en producción Innovación en servicios Innovación en sostenibilidad Innovación en comercialización Innovación en organización (acumulada)

Sector Servicios



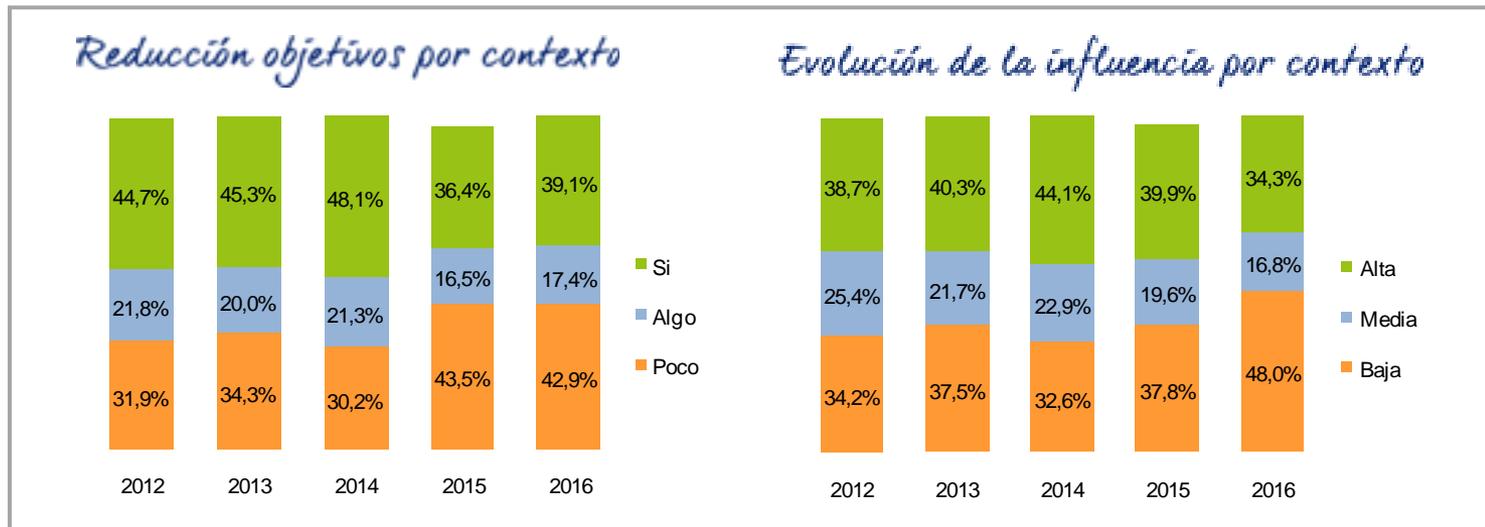
Innovación en producción Innovación en servicios Innovación en sostenibilidad Innovación en comercialización Innovación en organización (acumulada)



- *Sabemos que las empresas están muy pendientes del mercado, de los clientes y de la coyuntura económica y esto en cierto modo condiciona su planteamiento respecto a la innovación.*



- *Así, cuatro de cada diez empresas ha reducido sus objetivos de innovación por el contexto económico y una de cada tres se ve muy influenciada o tensionada por la propia marcha de la coyuntura económica.*



No obstante... parece que se va asentando un mayor optimismo entre el tejido empresarial de Bizkaia

2017 NORA BIDEA



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

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

www.barrixe.com

 @barrixe

 /barrixe



3.- EL ÍNDICE DE INTENSIDAD DE INNOVACIÓN

 **Bizkaia**
foru aldundia
diputación foral

 **CÁMARABILBAO**

LOS INDICES DE CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS RESPECTO A LA INNOVACIÓN

3

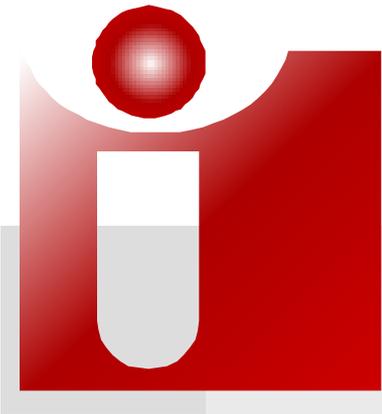
El Índice de Intensidad de la Innovación

4

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

9

EL ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN



El Índice de Intensidad de la Innovación

El Índice de Intensidad de la Innovación

Definición



- ✓ El Índice de Intensidad de la Innovación 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.

Metodología de elaboración



- ✓ Este índice se mueve entre un rango de variabilidad de mínimo 1, a un valor máximo de 122.

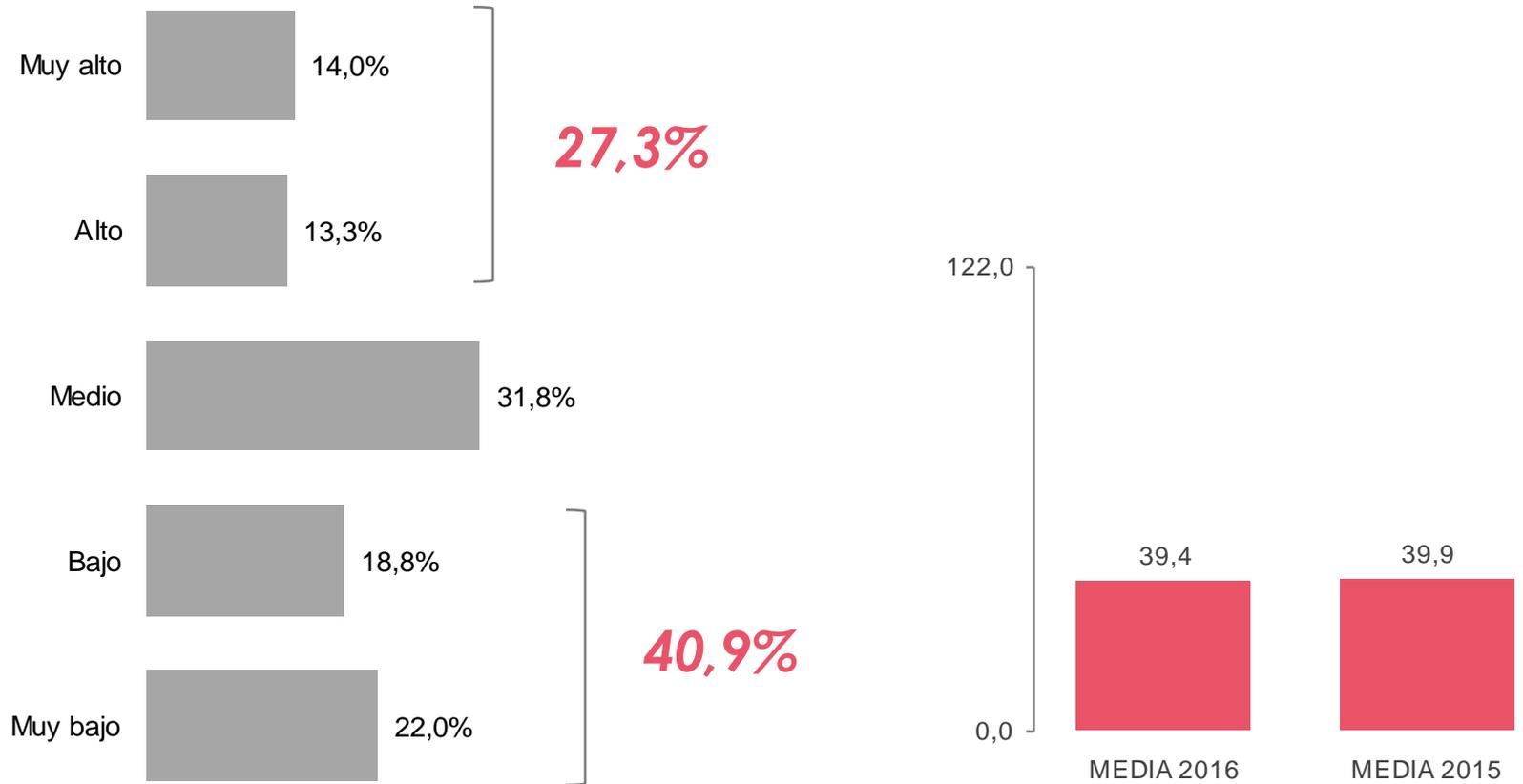
Lectura e interpretación



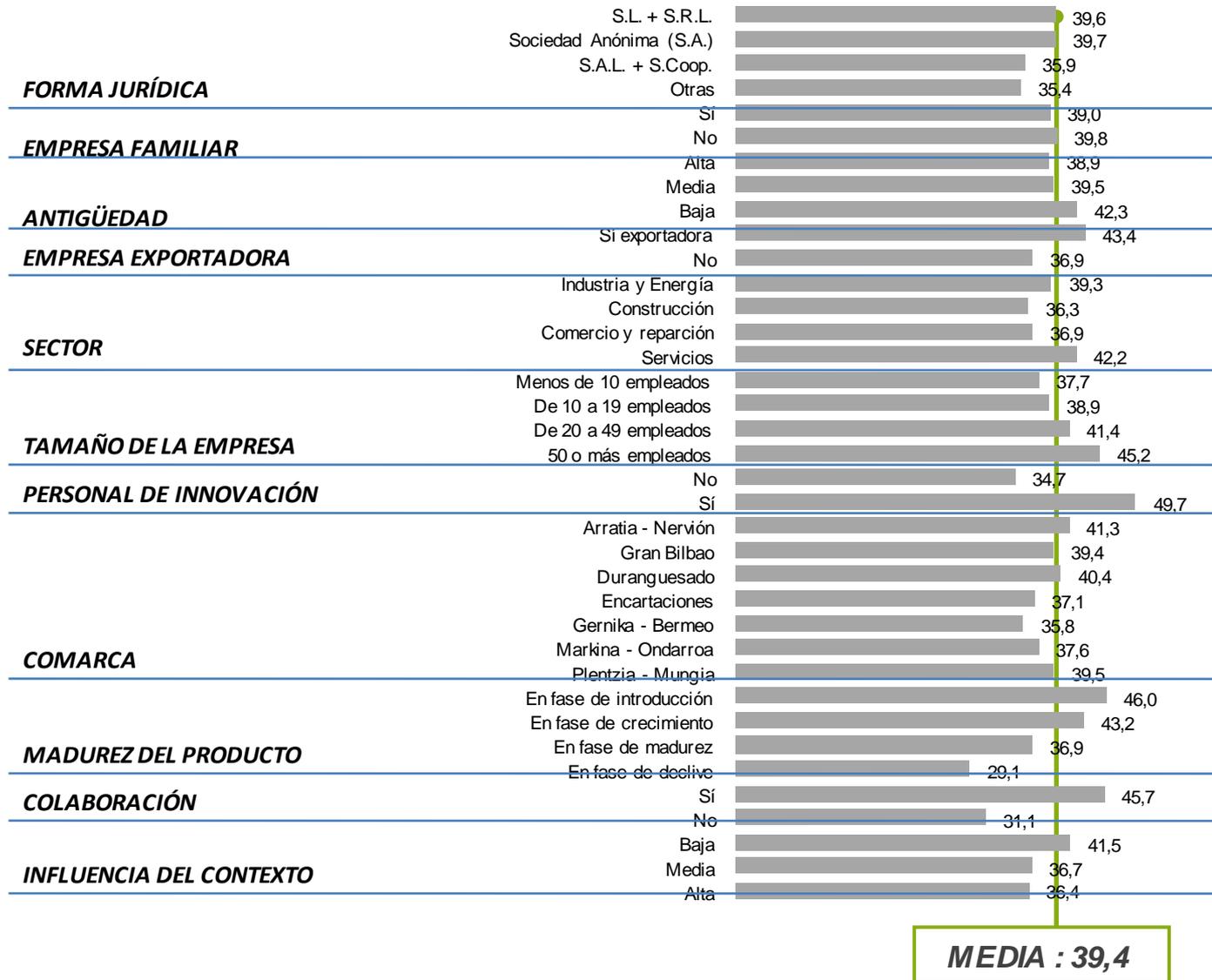
- ✓ Este índice permite categorizar a las empresas en función de su intensidad de Innovación estableciendo los siguientes grupos:
 - ✓ Índice de Intensidad de la Innovación **Muy bajo**.
 - ✓ Índice de Intensidad de la Innovación **Bajo**.
 - ✓ Índice de Intensidad de la Innovación **Medio**.
 - ✓ Índice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

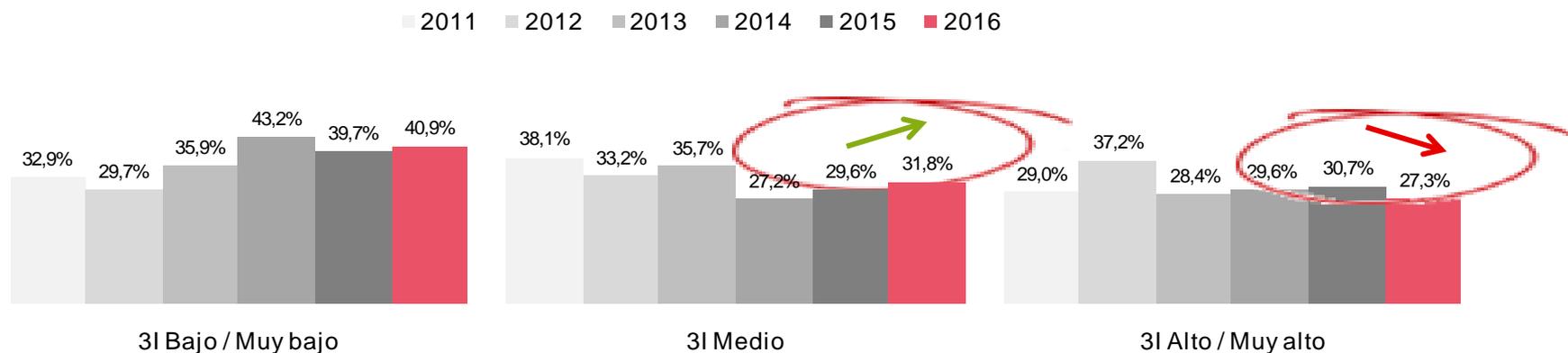


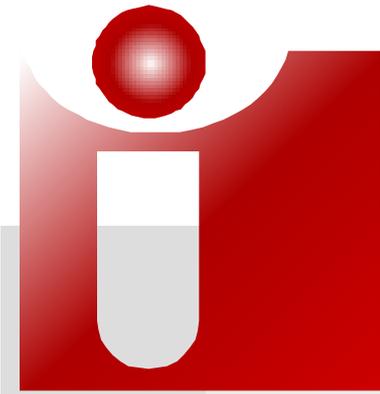
Índice de Intensidad de la Innovación





En este barómetro la variación del grado de sistematización sufre un retroceso respecto al pasado año, reduciéndose el volumen de empresas que se encuentra en los estadios más altos y creciendo en el nivel intermedio.





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.



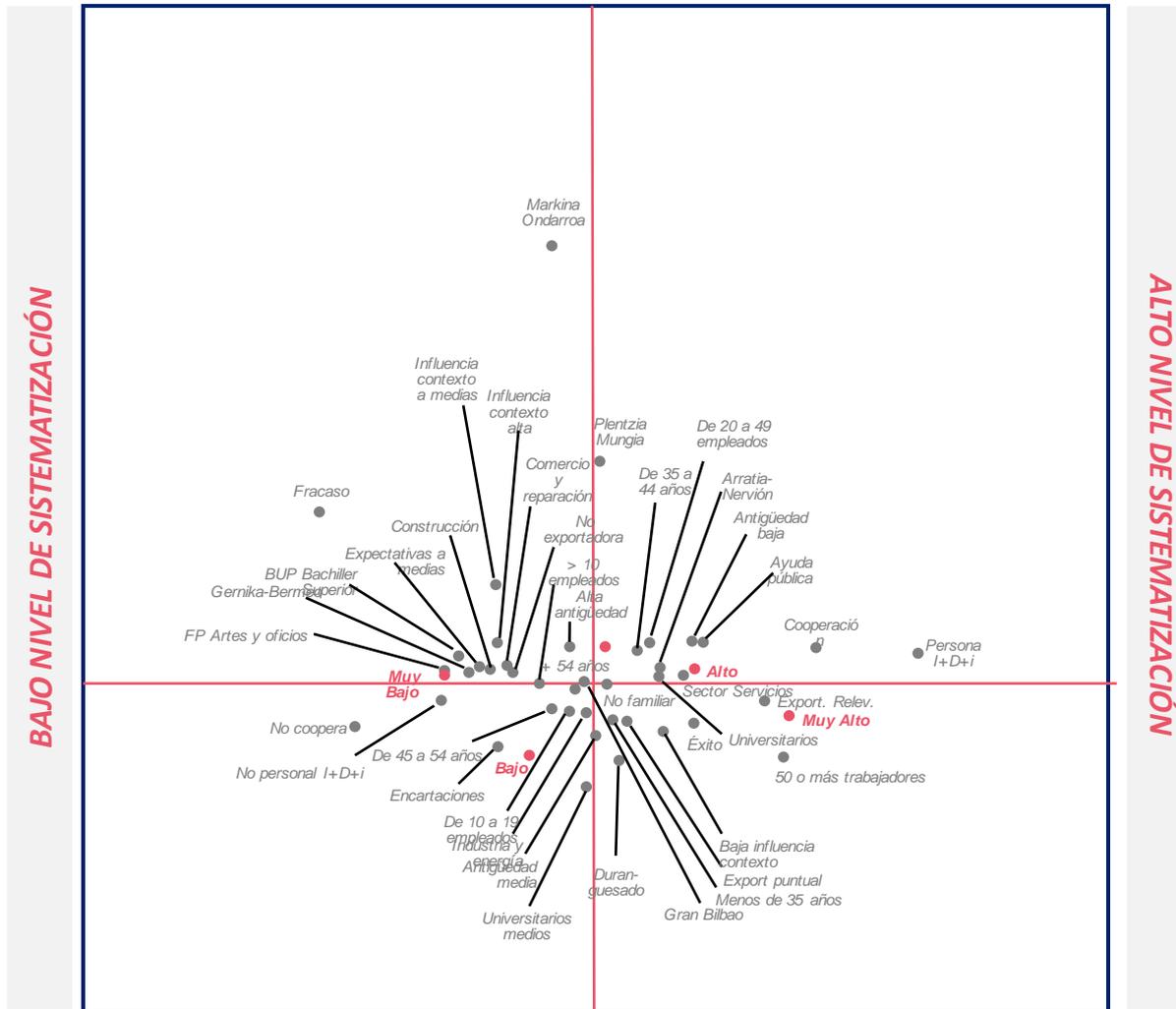
✓ Con el objetivo de sintetizar la relación entre los cinco niveles de intensidad de la innovación que definen este índice y las variables de las empresas categorizadas como innovadoras, hemos implementado una técnica de **análisis multivariante**; el **análisis factorial de correspondencias simples**.



✓ 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



TRES ESCENARIOS DE INNOVACIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL Y SUS RASGOS ASOCIADOS

Nivel de Intensidad de la Innovación muy bajo

- Un perfil de empresa influenciada de algún modo por la coyuntura económica.
- No tienen actividad exportadora
- No han cooperado con otras empresas u agentes
- No cuentan con personal específico dedicado a labores de I+D+i
- Son preferentemente empresas pequeñas, que emplean a menos de de 10 trabajadores
- Mayor presencia de empresas de Encartaciones, Gernika-Bermeo y Markina-Ondarroa
- Se corresponde en mayor grado con un perfil de empresa del sector Construcción y Comercio y Reparación
- Y cuyo interlocutor tiene un nivel de estudios de FP o Artes y Oficios, edad entre los 45 y 54 años.
- Y cuyo cumplimiento de expectativas con las innovaciones realizadas ha sido bajo o muy bajo, considerándose un fracaso.

Nivel de Intensidad de la Innovación medio/bajo

- El grueso de las empresas, asociadas a características como estar radicadas en el Gran Bilbao o Plentzia y Mungua.
- Empresas no familiares.
- Que no han tenido acceso a la Ayuda Pública.
- Pertenecientes al sector de Industria y Energía.
- Con una antigüedad media o alta y un ciclo de producto maduro.
- Cuyo interlocutor tiene un nivel de estudios universitarios medios.

Nivel de Intensidad de la Innovación alto/muy alto

- Empresas radicadas en Arratia-Nerviión y el Duranguesado.
- Son empresas de mayor tamaño, dan empleo a más de 50 trabajadores.
- Entre sus rasgos esta la cooperación con otros agentes o empresas.
- Han accedido a la Ayuda Pública.
- Pertenecen en gran medida al sector servicios.
- La exportación representa una parte relevante de su funcionamiento.
- En mayor grado de reciente creación y con un ciclo de negocio en despegue.
- Que disponen de personal de I+D+i
- Poco influenciadas por el mercado, contexto.
- Y que han cumplido expectativas con las iniciativas desarrolladas.

2017 NORA BIDEA



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

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

www.barrixe.com

 @barrixe

 /barrixe

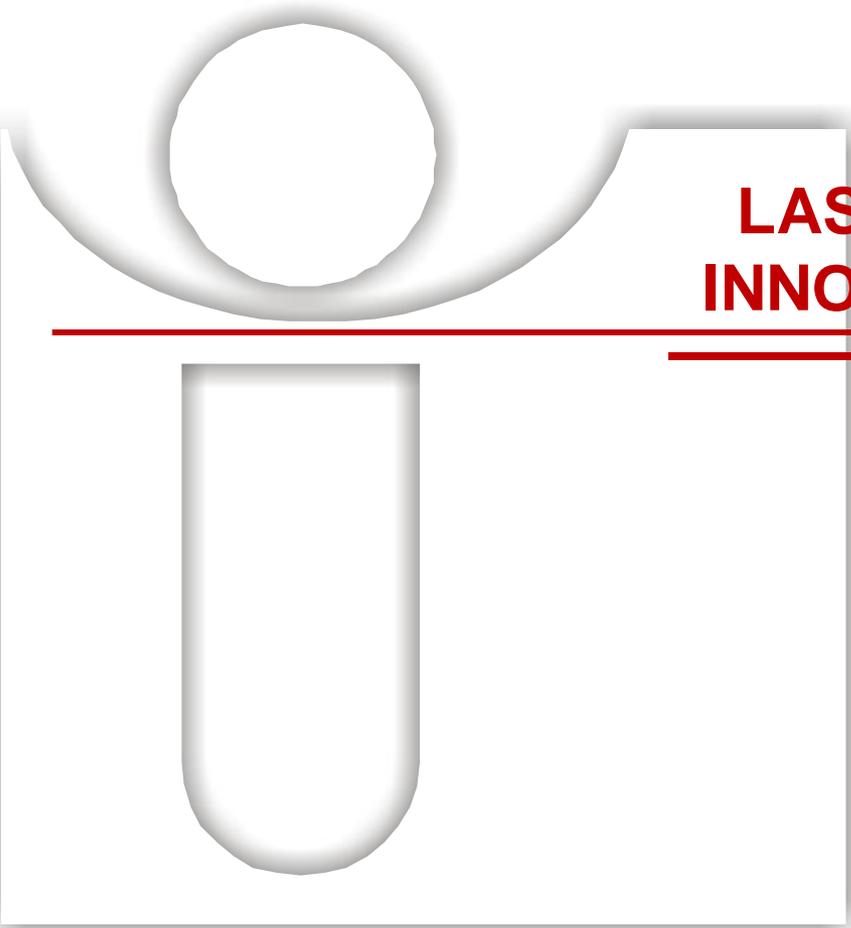


4.- LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS

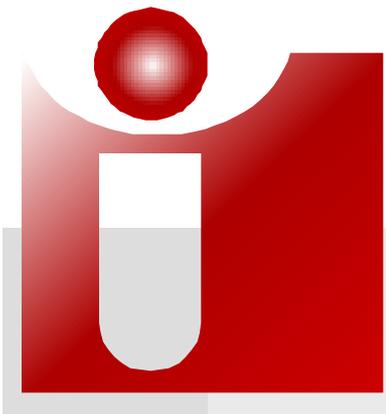
 **Bizkaia**
foru aldundia
diputación foral

 **CÁMARABILBAO**

LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS	3
Los ámbitos de la innovación	4
El esfuerzo innovador y el cumplimiento de expectativas	14
Los efectos de la actividad innovadora	19
Las fuentes de innovación	29
El acceso a la ayuda pública	33



LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS



Los ámbitos de la innovación



- ✓ Las empresas innovadoras de Bizkaia han nombrado una media de 2,8 ámbitos sobre los que trabajan, habiendo crecido ligeramente el número de menciones.



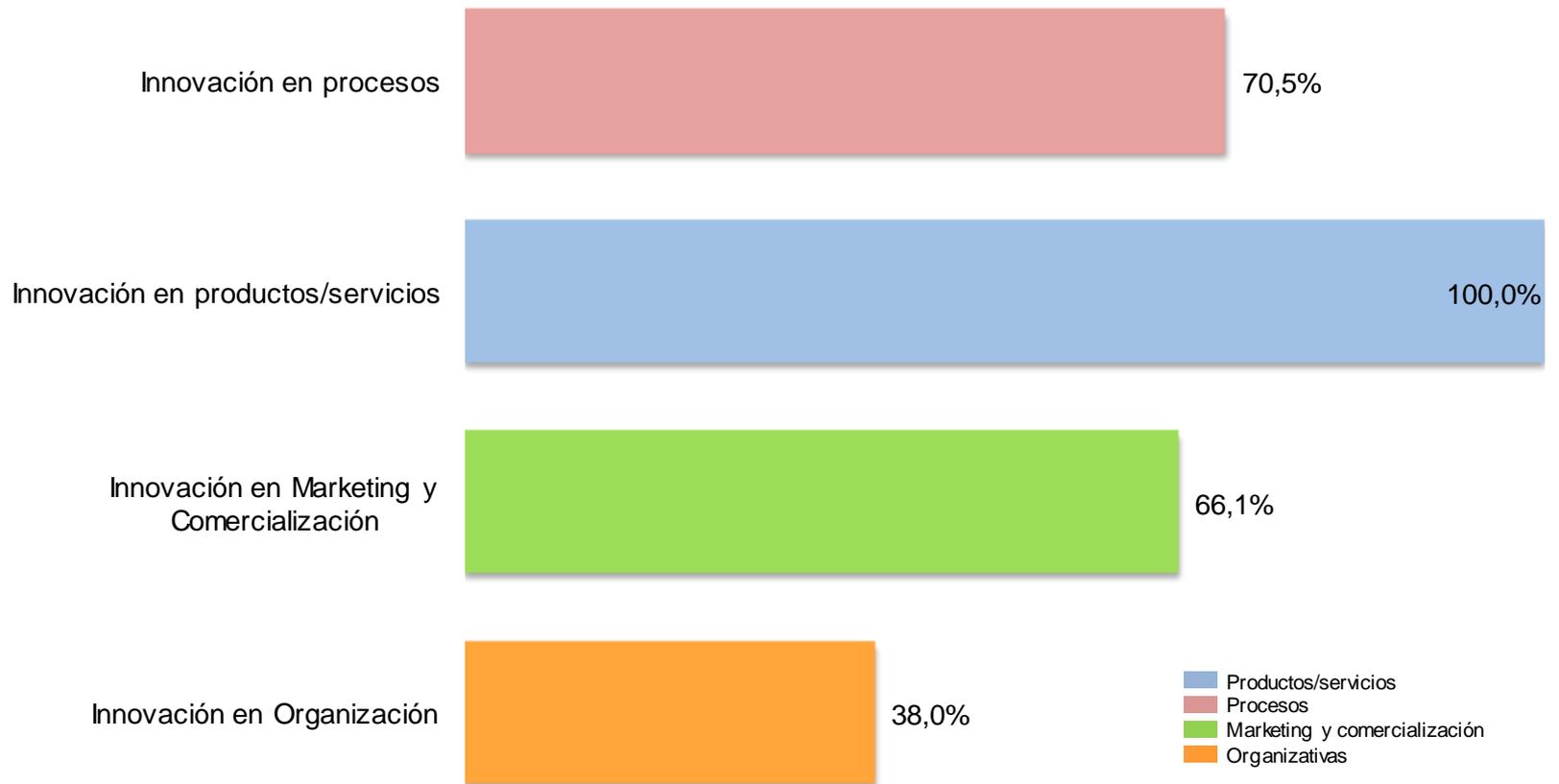
- ✓ Así, los preferentes en el contexto actual son:
 - ✓ Nuevos productos para la empresa (39,0%).
 - ✓ Mejora de los procesos productivos (31,3%)
 - ✓ Productos nuevos para el mercado (31,0%).
 - ✓ Productos actuales mejorados (29,6%)



Las empresas innovadoras de Bizkaia centran sus esfuerzos en el desarrollo de nuevos productos o servicios en su mejora, así como en los propios procesos productivos de las empresas

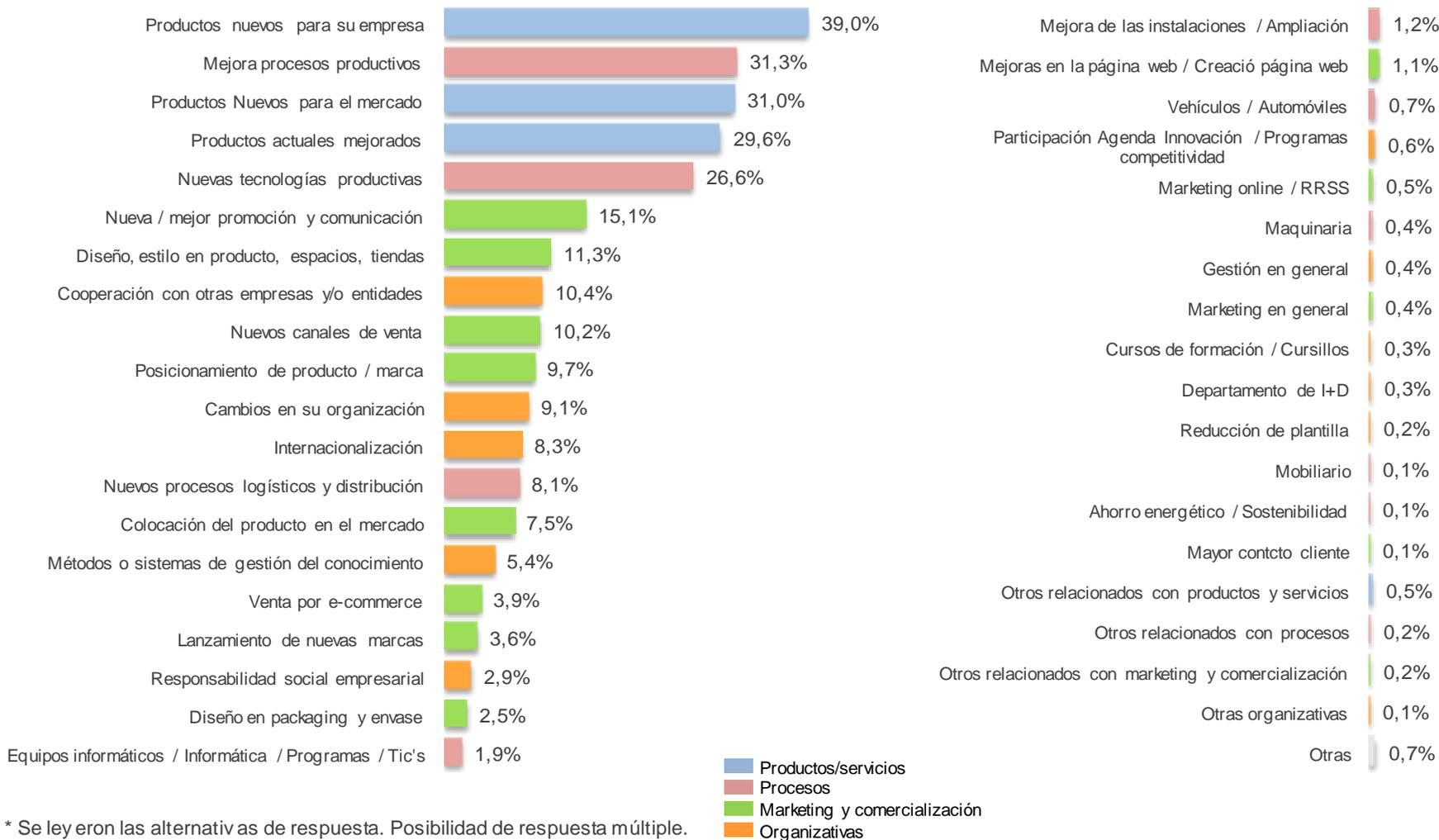
ÁMBITOS EN LOS QUE SE HAN REALIZADO INNOVACIONES EN LOS DOS O TRES ÚLTIMOS AÑOS*

- Total menciones realizadas -



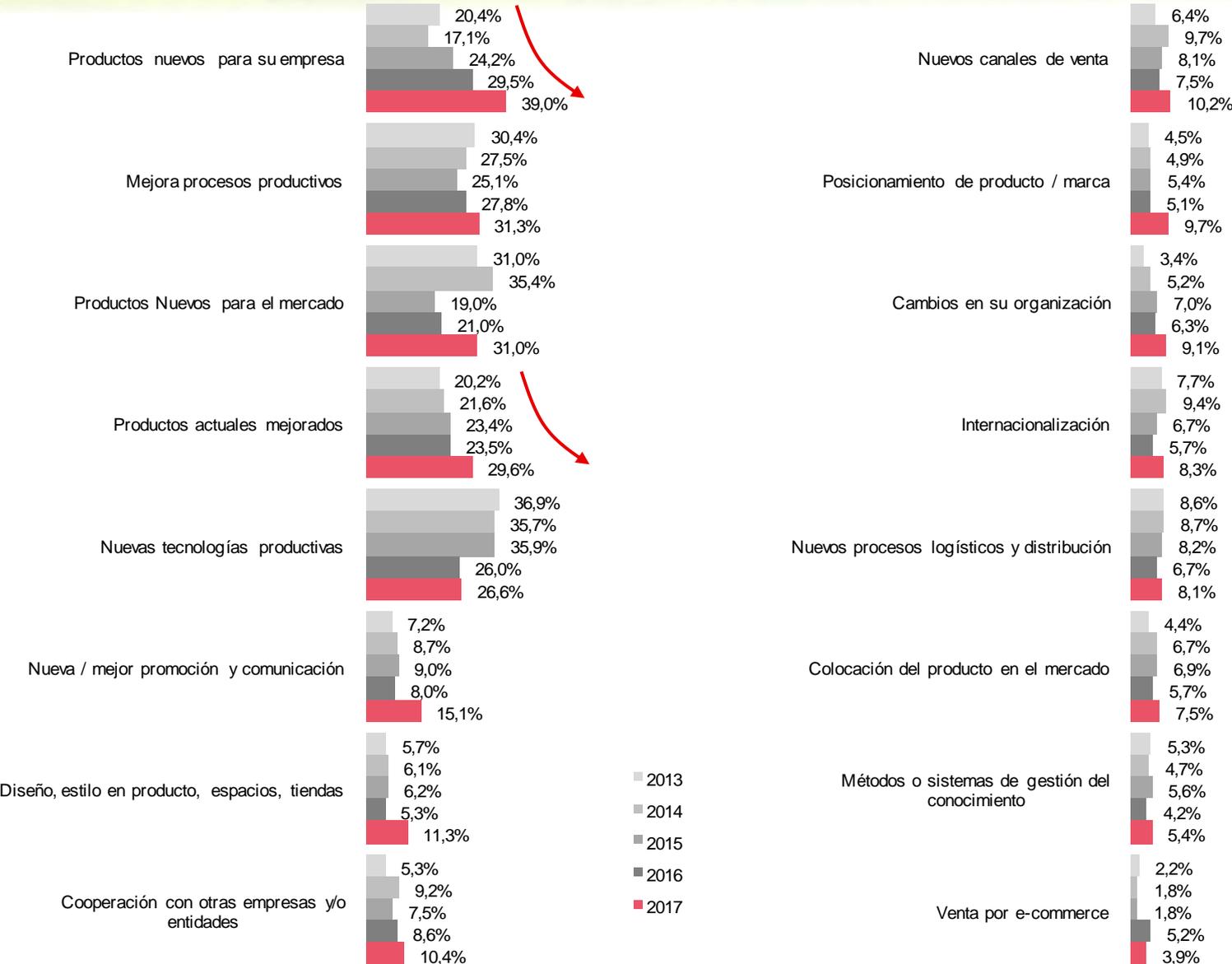
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

ÁMBITOS EN LOS QUE SE HAN REALIZADO INNOVACIONES EN LOS DOS O TRES ÚLTIMOS AÑOS*



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

EVOLUCIÓN RECIENTE DE LOS ÁMBITOS DE INNOVACIÓN



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



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

- ✓ Productos nuevos para el mercado: 14,5%
- ✓ Productos nuevos para la empresa: 20,4%
- ✓ Productos actuales mejorados: 11,0%



En esta ola del barómetro la innovación más reciente en Bizkaia esta centrada en los productos o servicios que se ofrecen al mercado y los clientes

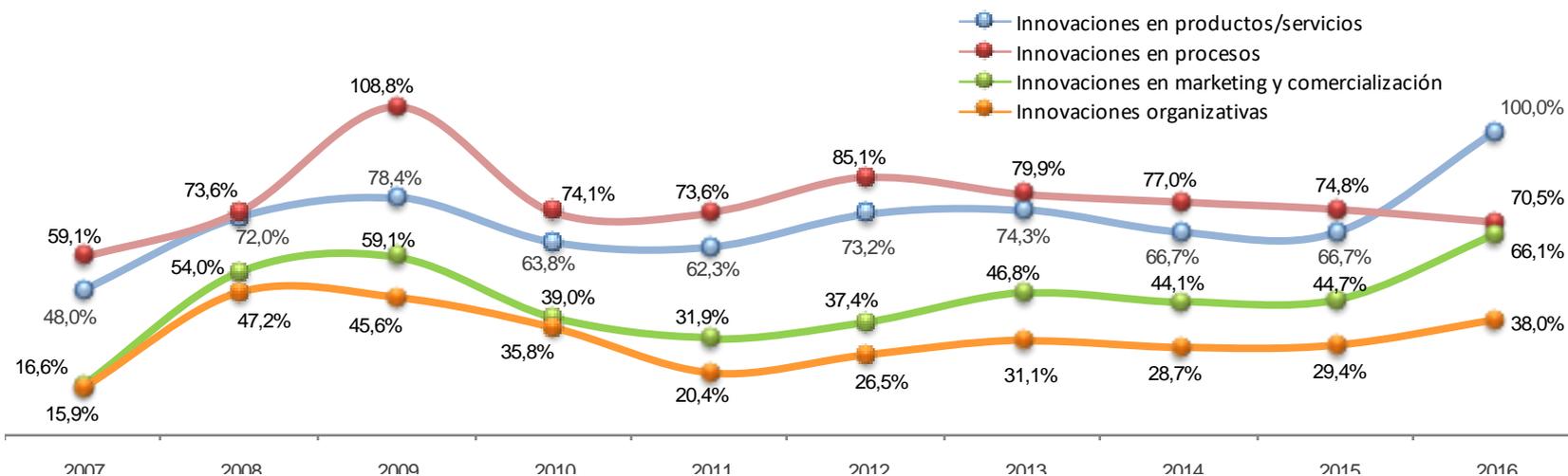
ÁMBITOS DE INNOVACIÓN MÁS RECIENTES



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



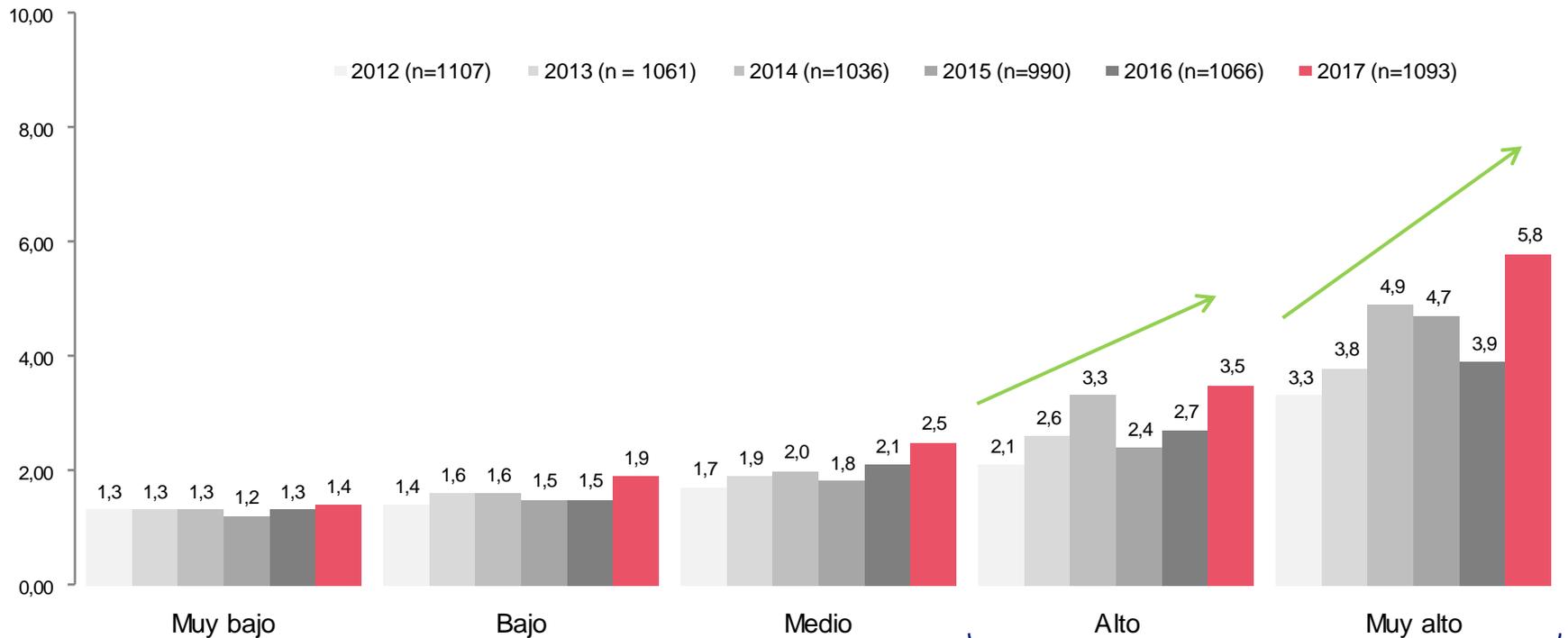
- **Las empresas de Bizkaia parecen dirigir sus esfuerzos hacia la renovación de productos o servicios que activen el mercado, dado el crecimiento observado. También las innovaciones organizativas y en marketing y comercialización han tenido más impacto.**



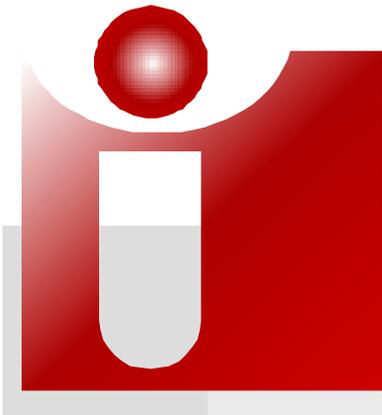
- **El número de ámbitos de procesos innovadores sobre los que trabajan las empresas consigue un breve repunte pero sin superar el dato alcanzado en 2010.**



NÚMERO MEDIO DE ÁMBITOS DE INNOVACIÓN EN FUNCIÓN DEL ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN

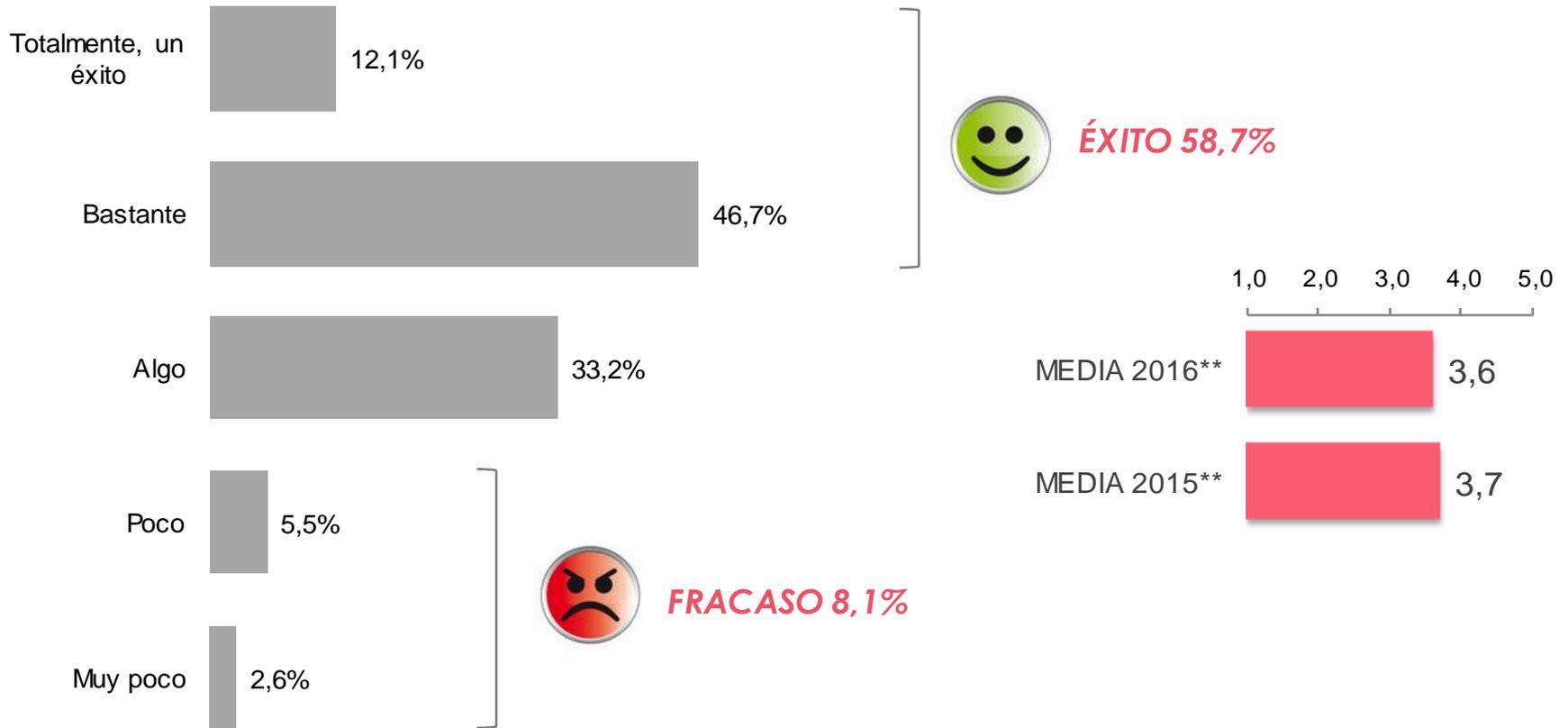


Repuntan el número de áreas de trabajo en las empresas con mayor nivel de sistematización



El esfuerzo innovador y el cumplimiento de expectativas

GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LAS EXPECTATIVAS*

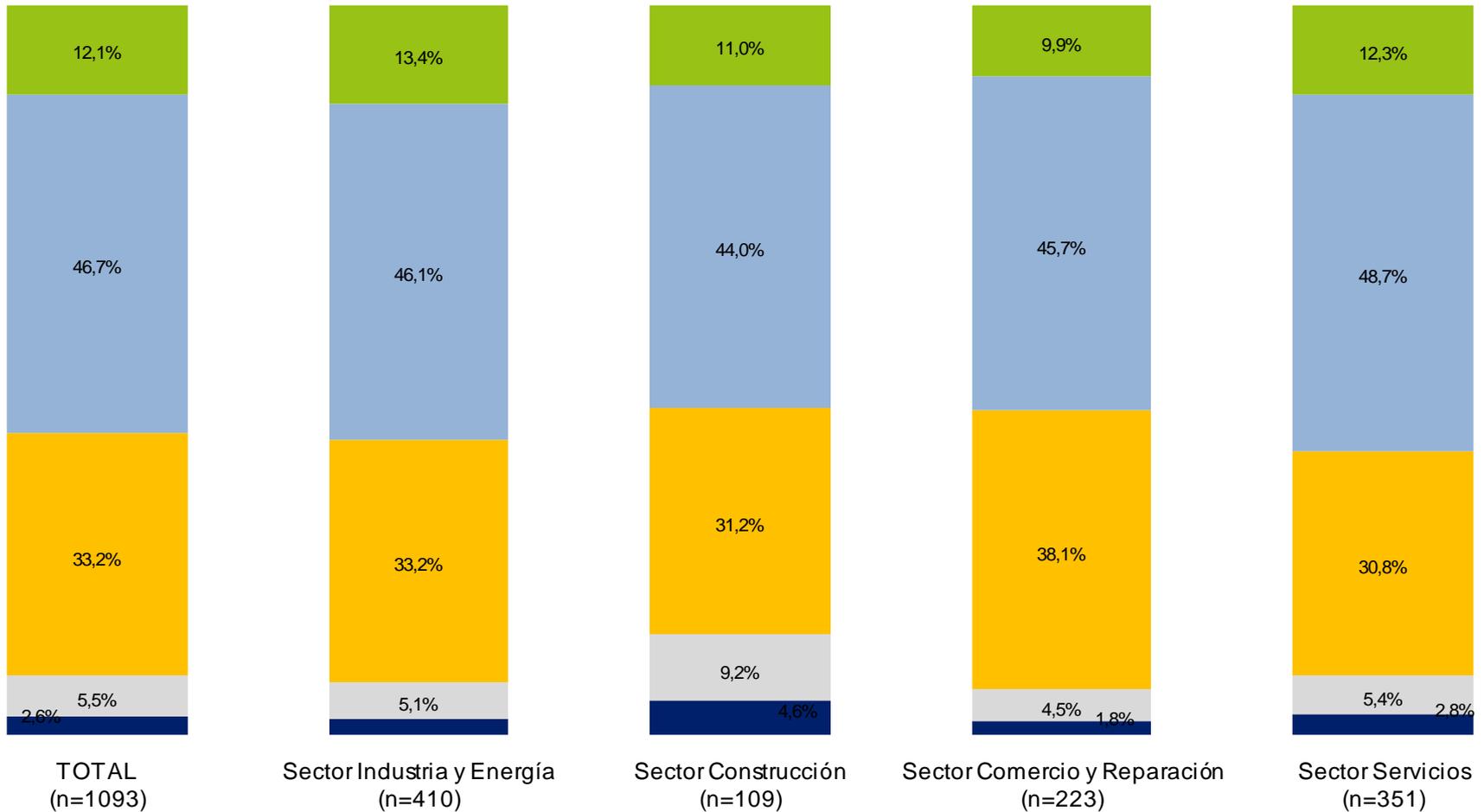


* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

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

GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LAS EXPECTATIVAS*

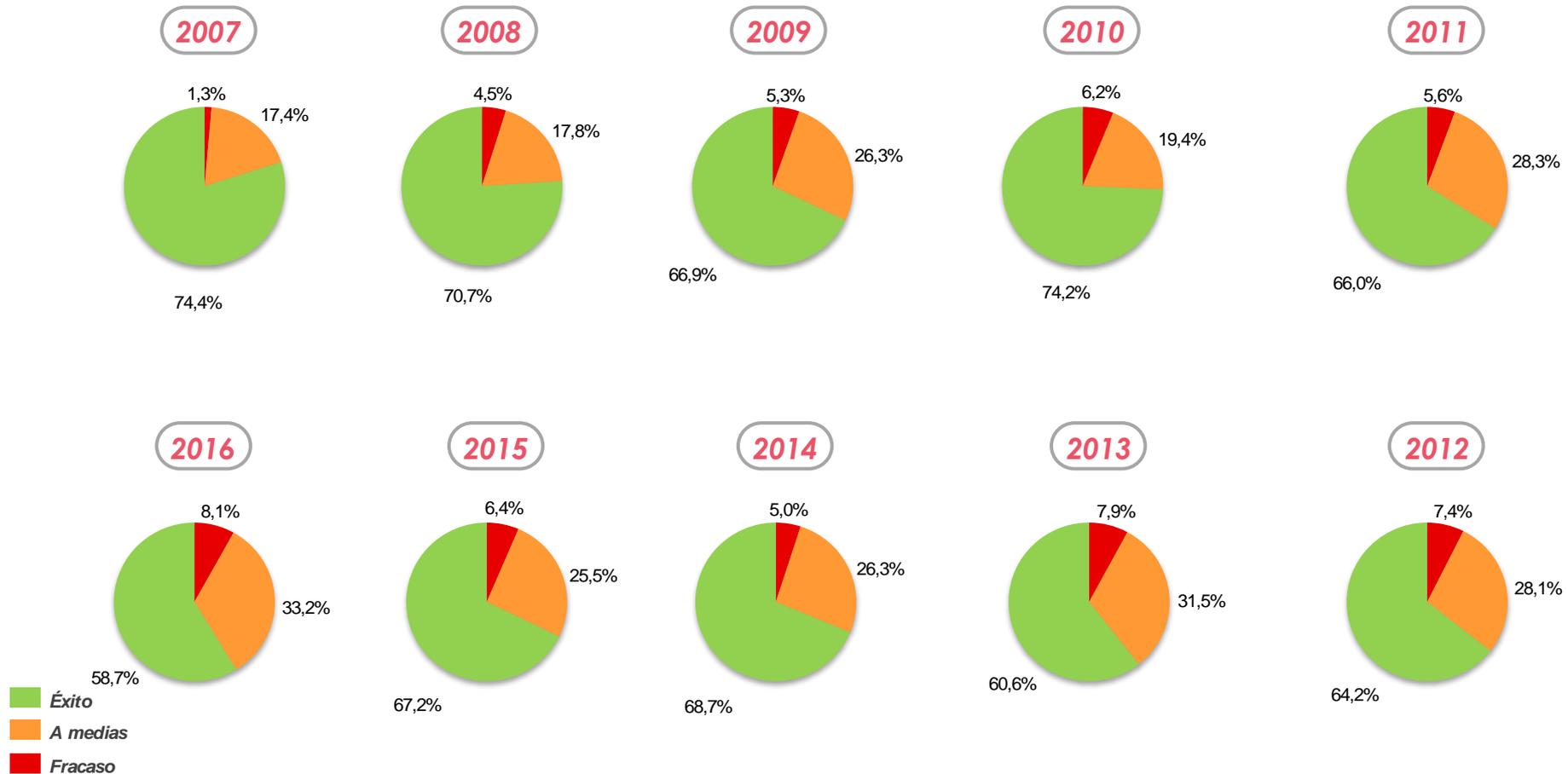
- Muy poco, un fracaso
- Bastante, hemos cumplido muchos objetivos
- Poco, nos hemos alejado bastante de lo esperado
- Totalmente, un éxito, todos los objetivos de sobra
- Algo, a medias, hemos quedado a medio camino



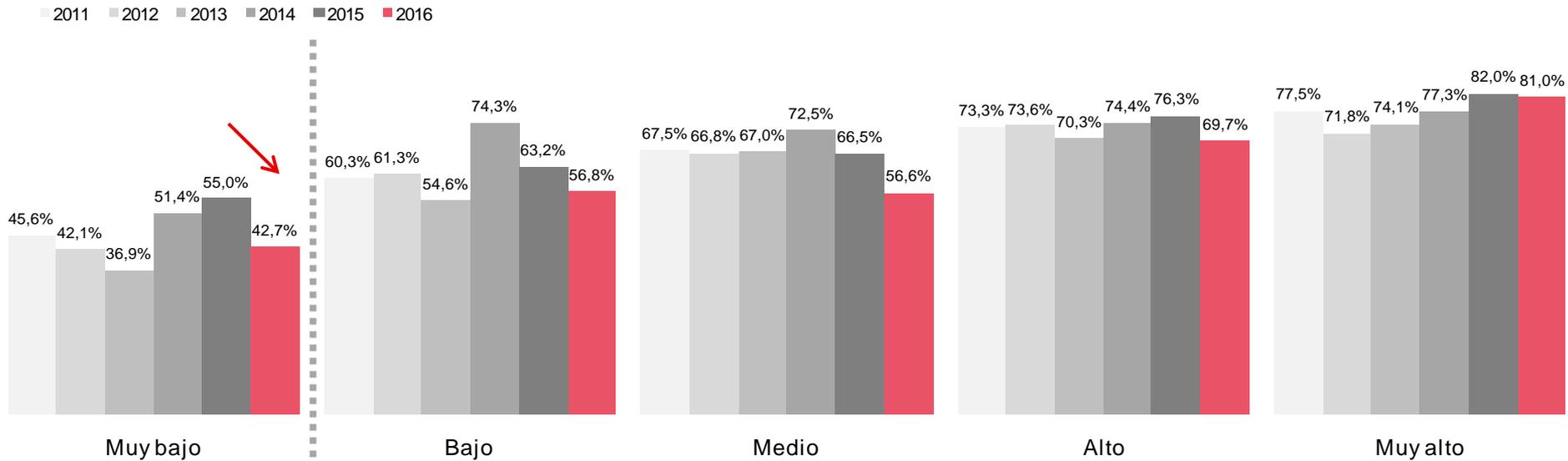


• *A tenor del cumplimiento de expectativas de las empresas, la mayoría consigue los objetivos planeados y son pocas las que lo viven como un fracaso. Ahora bien, se incrementan los que alcanzan solo parte de sus objetivos.*

- LA PERCEPCIÓN DEL ÉXITO DEL PROCESO INNOVADOR -

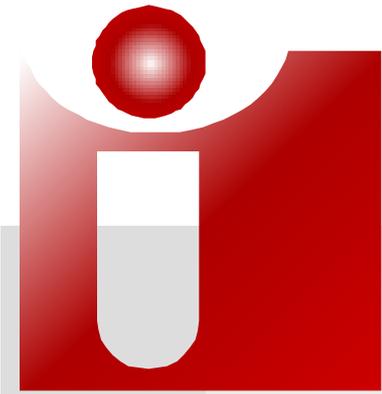


CUMPLIMIENTO ALTO (BASTANTE O TOTAL) DE LAS EXPECTATIVAS DEPOSITADAS EN LAS INNOVACIONES IMPLEMENTADAS EN FUNCIÓN DEL ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN



Mayor riesgo de abandono

Caen las empresas que con incipiente desarrollo innovador cumplen las expectativas



Los efectos de la actividad innovadora



✓ Las innovaciones llevadas a cabo por las empresas pueden tener un impacto mayor o menor diferentes áreas de la actividad. Teniendo en cuenta el volumen de empresas catalogadas como innovadoras que aprecian un impacto de algún tipo a consecuencia de las innovaciones, podemos establecer las más visibles:

- ✓ La consecución de una mayor **calidad** de bienes y servicios (82,3%)
- ✓ El **incremento** de la **facturación** márgenes/beneficio (79,2%)
- ✓ **Ampliación** de la **gama de productos** o **servicios** (77,2%)
- ✓ Y, **reducción** del **período** de **respuestas** a las necesidades de los clientes (75,8%).

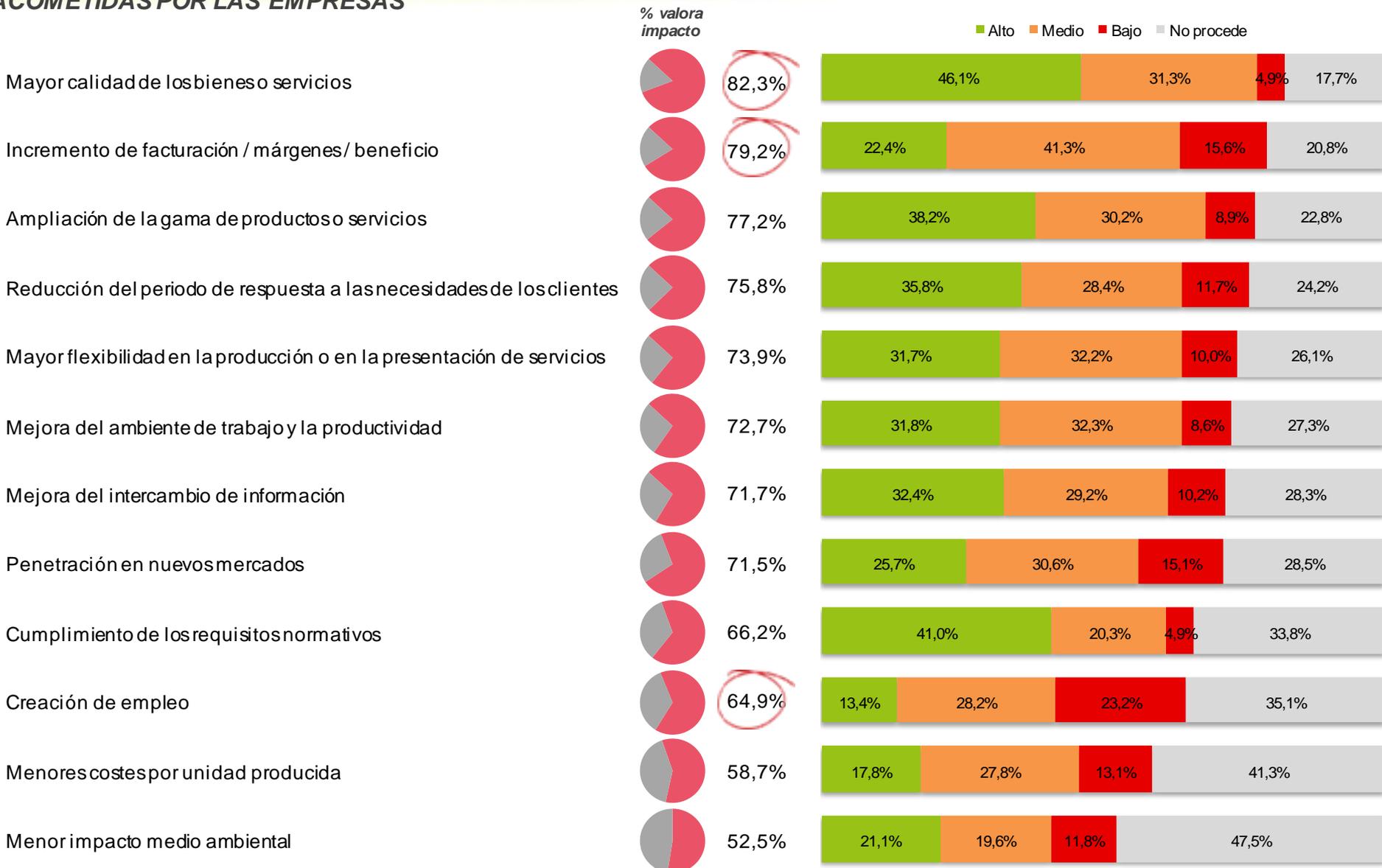


No cabe duda que la actividad innovadora tiene efectos visibles positivos en mayor o menor grado para las empresas. Más de ocho de cada diez aprecia una mayor calidad en los bienes y servicios que produce o comercializa



Un argumento que es preciso trasladar a las empresas más preparadas para abordar estas iniciativas

**EFFECTO O IMPACTO ALTO DE LAS INNOVACIONES
ACOMETIDAS POR LAS EMPRESAS***



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

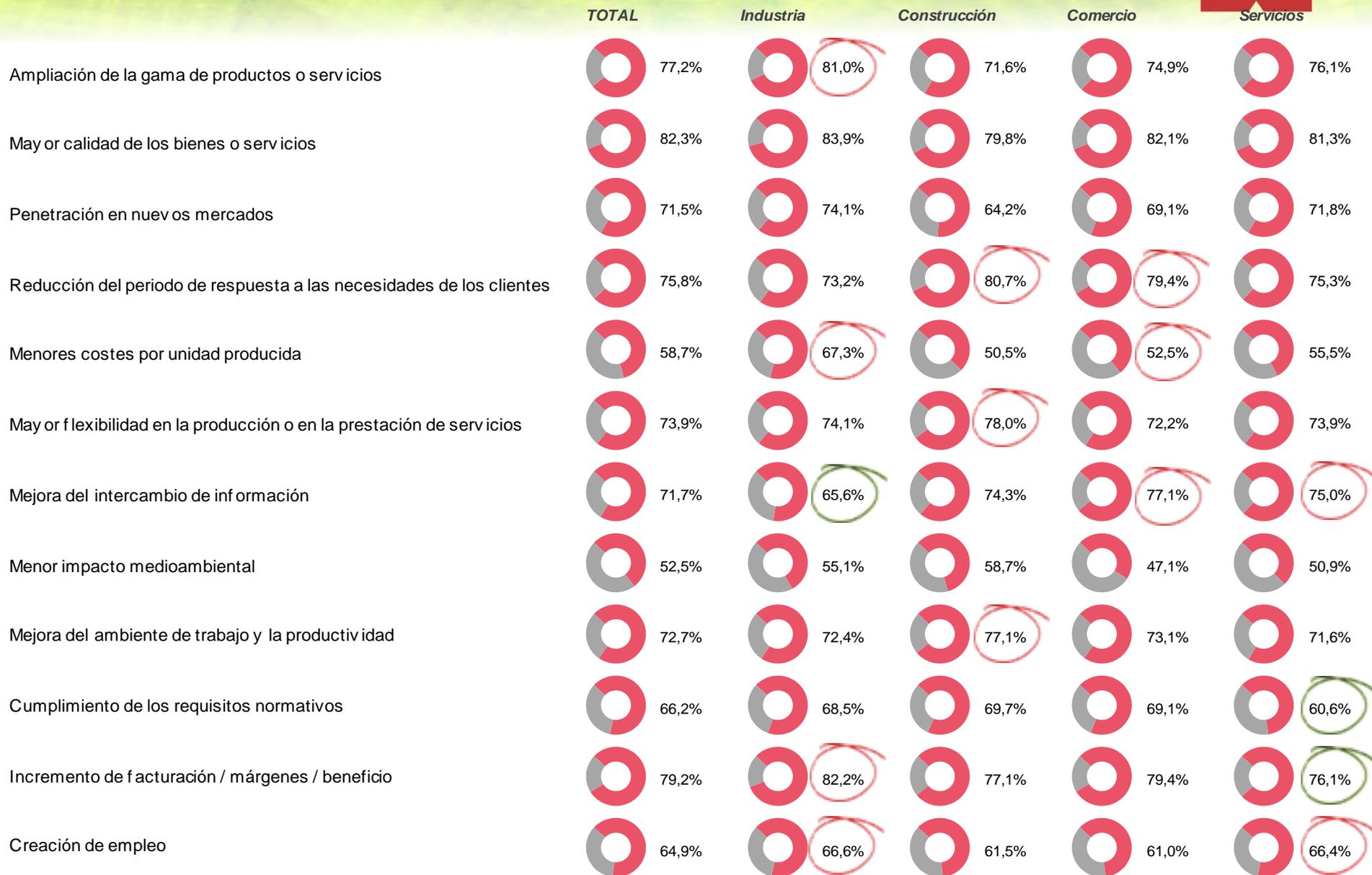
EFFECTOS DE LAS INNOVACIONES REALIZADAS

	2016	2015	2014	Dif 2016/2015
Ampliación de la gama de productos o servicios	77,2%	79,1%	87,4%	-1,9%
Mayor calidad de los bienes o servicios	82,3%	83,5%	90,9%	-1,1%
Penetración en nuevos mercados	71,5%	73,2%	81,8%	-1,7%
Reducción del periodo de respuesta a las necesidades de los clientes	75,8%	73,8%	80,8%	2,0%
Menores costes por unidad producida	58,7%	59,1%	76,4%	-0,4%
Mayor flexibilidad en la producción o en la prestación de servicios	73,9%	74,5%	82,5%	-0,6%
Mejora del intercambio de información	71,7%	67,0%	70,2%	4,7%
Menor impacto mediambiental	52,5%	49,8%	68,5%	2,7%
Mejora del ambiente de trabajo y la productividad	72,7%	69,4%	79,1%	3,3%
Cumplimiento de los requisitos normativos	66,2%	64,6%	73,4%	1,6%
Incremento de facturación / márgenes / beneficio	79,2%	77,2%	81,5%	2,0%
Creación de empleo	64,9%	60,7%	---	4,2%

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

IMPACTO DE LAS INNOVACIONES POR SECTORES

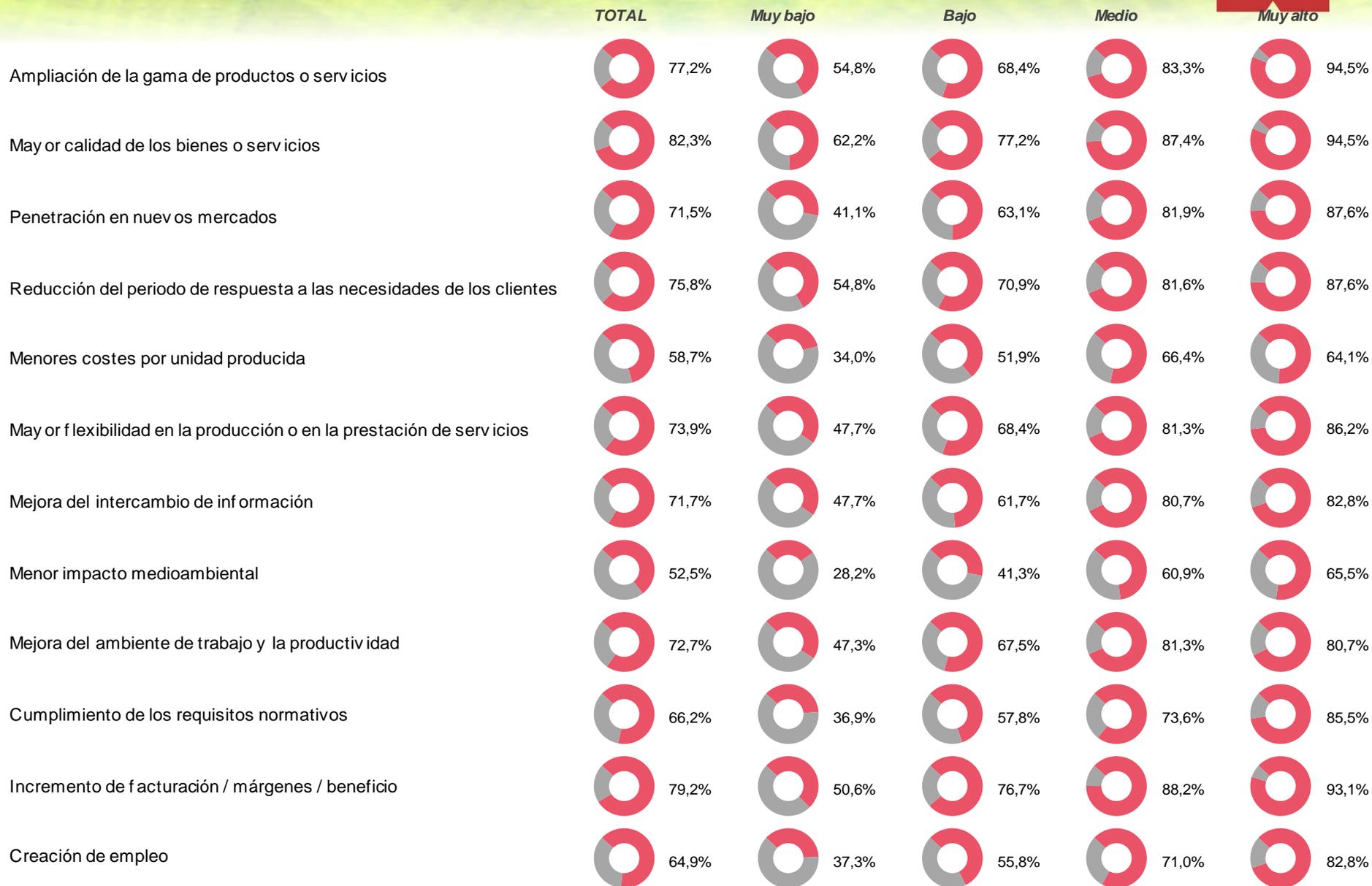
2017
NORA
BIDEA



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

IMPACTO DE LAS INNOVACIONES SEGÚN ÍNDICE 3I

2017
NORA
BIDEA



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



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

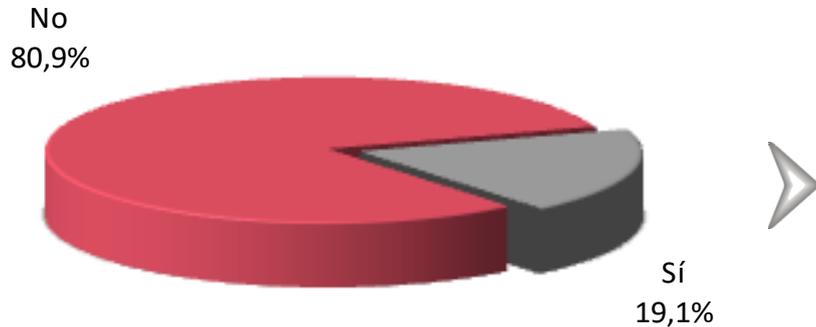


No es de extrañar por tanto, que algo menos de dos de cada diez dispongan de una partida específica para acometer estas actividades y que casi cuatro de cada diez cuenten con un sistema de contabilidad de gestión que permite identificar los beneficios derivados del esfuerzo realizado

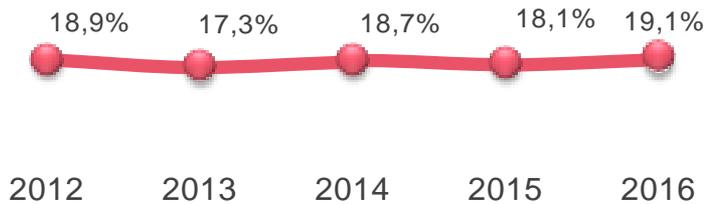
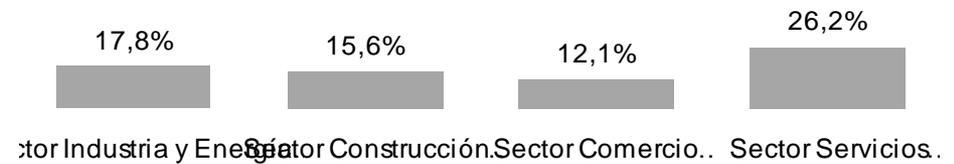


- ✓ Este tipo de sistematización está más presente entre las empresas de **mayor número de trabajadores** y entre las del **sector servicios**.

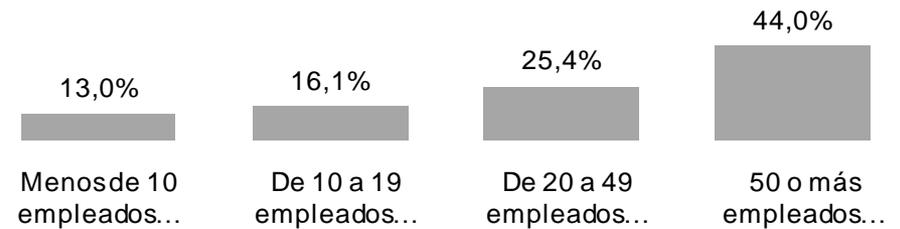
EMPRESAS QUE CUENTAN EN SU PRESUPUESTO CON UNA PARTIDA ESPECÍFICA PARA ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN



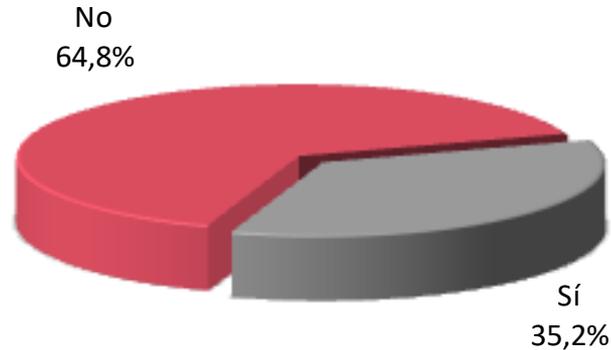
Según sector de actividad



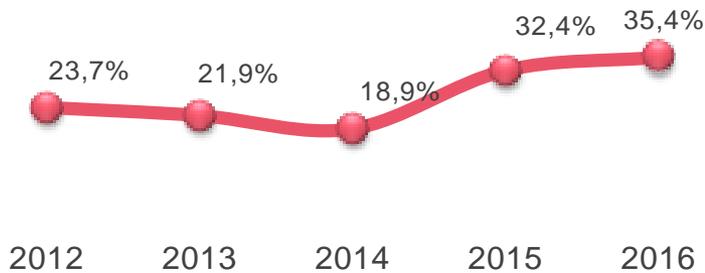
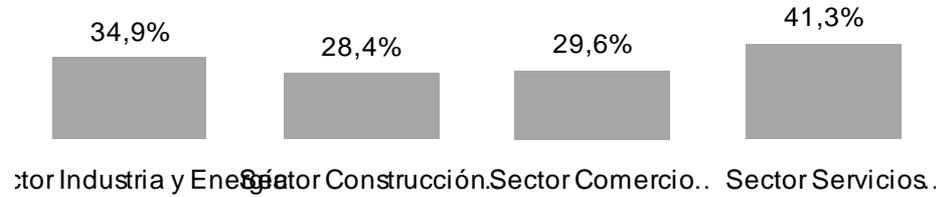
Según número de empleados



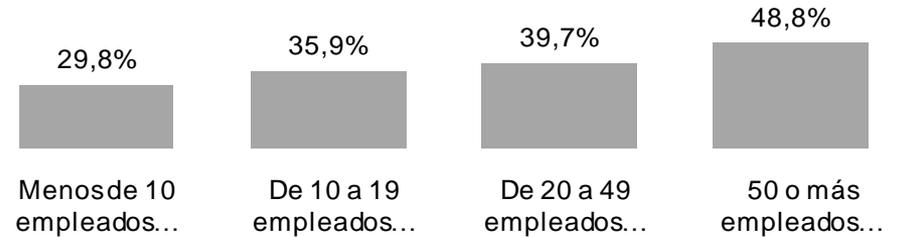
EMPRESAS EN LAS QUE LA CONTABILIDAD DE GESTIÓN LES PERMITE IDENTIFICAR LOS BENEFICIOS DE LAS INNOVACIONES IMPLEMENTADAS



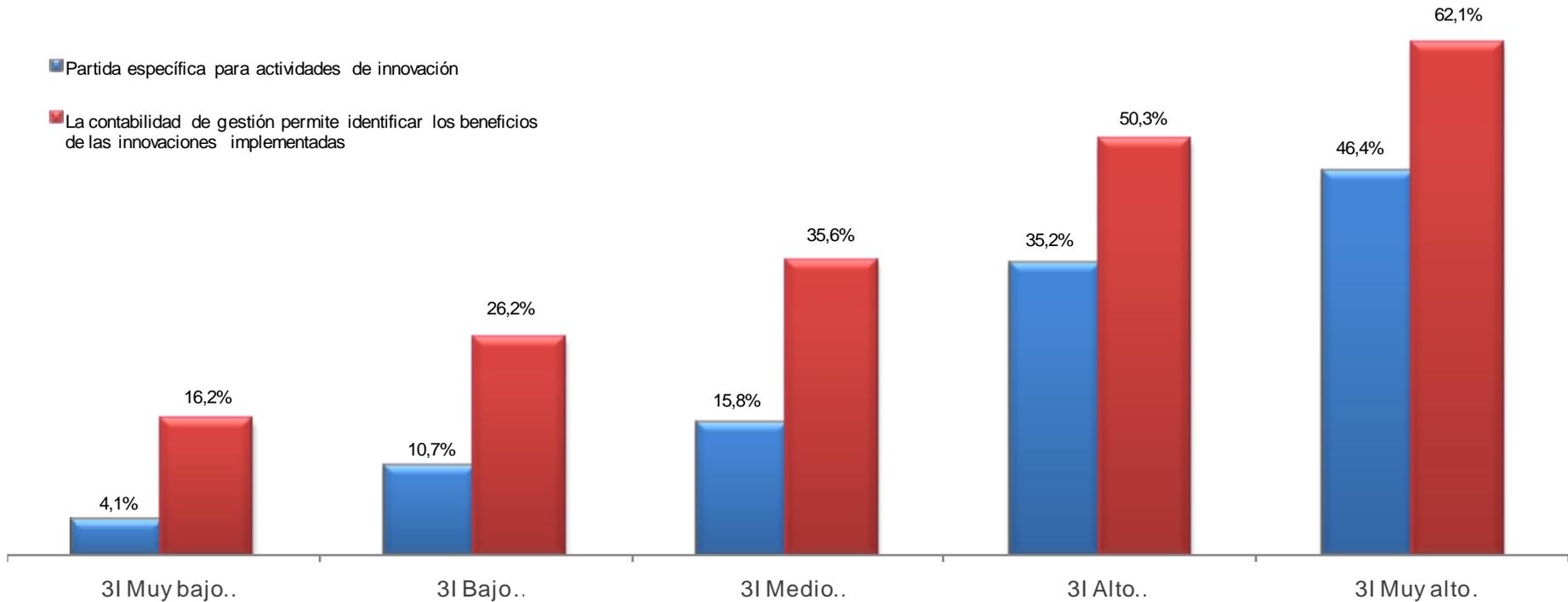
Según sector de actividad



Según número de empleados



DISPOSICIÓN DE HERRAMIENTAS PARA LA SISTEMATIZACIÓN DE LA INNOVACIÓN SEGÚN EL ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN





Las fuentes de innovación



- ✓ Para este acceso a la innovación, las empresas han bebido principalmente de sus **propias fuentes internas**. El personal de gestión, y en menor medida el de producción, soportan la mayor parte del esfuerzo innovador.



- ✓ En segundo lugar, las **fuentes del mercado**, si bien la necesidad de dar respuesta a las necesidades de los **clientes** es el aspecto más nombrado, seguido de cerca de los **proveedores**.

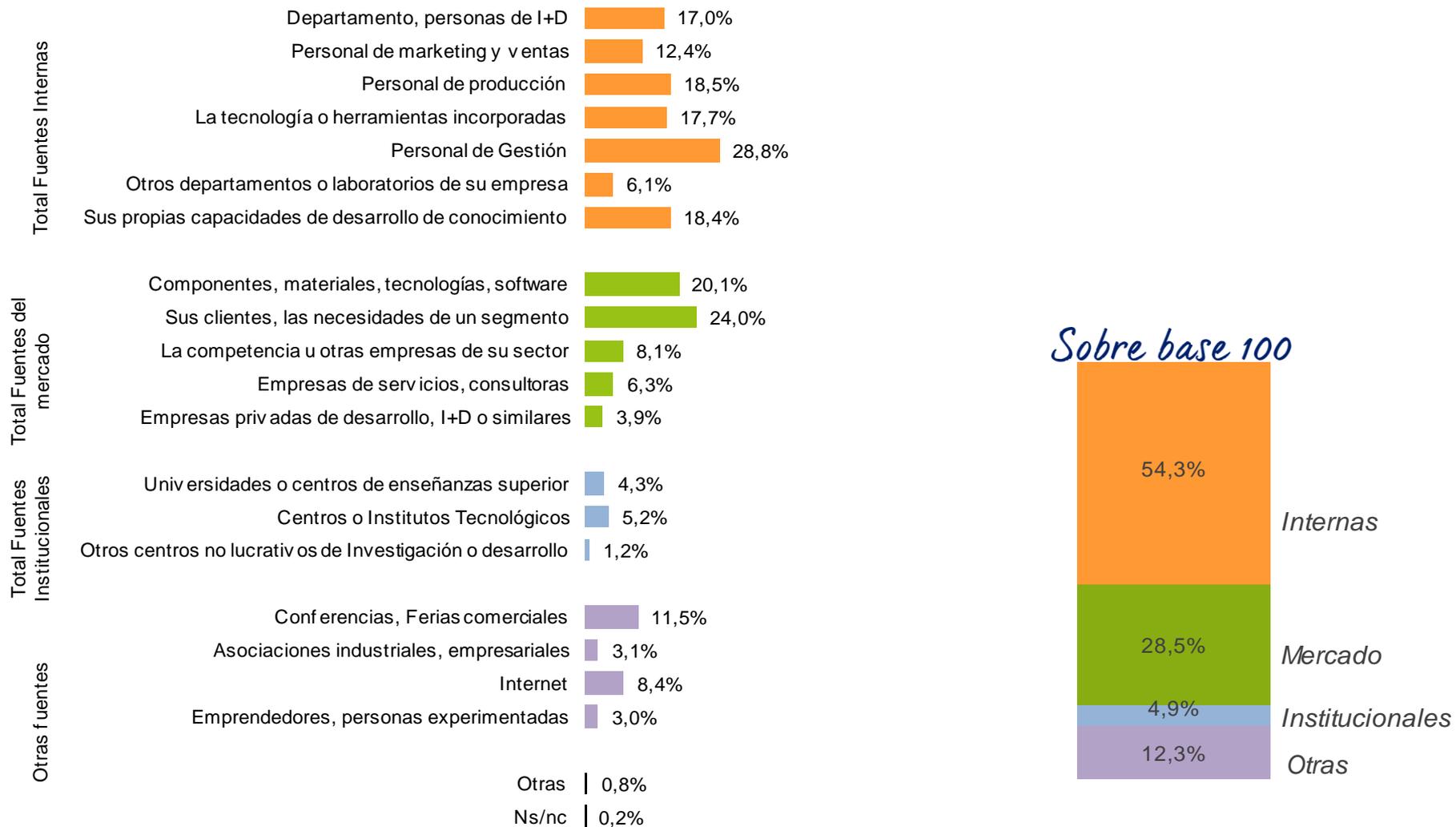


- ✓ Agran distancia, las fuentes institucionales o públicas.



De nuevo la necesidad de dar respuesta a los clientes esta en el fondo del impulso del propio personal de las empresas para acometer procesos innovadores

PRINCIPALES FUENTES DE INFORMACIÓN PARA ACOMETER INNOVACIONES EN LA EMPRESA*

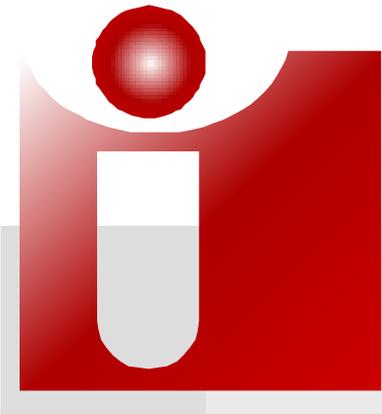


* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.

PRINCIPALES FUENTES DE INFORMACIÓN PARA ACOMETER INNOVACIONES EN LA EMPRESA*

	TOTAL (n=1093)	SECTOR			
		Industria y Energía (n=410)	Construcción (n=109)	Comercio y reparación (n=223)	Servicios (n=351)
Departamento, personas de I+D	17,0%	18,0%	6,4%	10,3%	23,4%
Personal de marketing y ventas	12,4%	10,5%	9,2%	16,1%	13,4%
Personal de producción	18,5%	23,7%	14,7%	15,7%	15,4%
La tecnología o herramientas incorporadas	17,7%	18,3%	13,8%	14,8%	19,9%
Personal de Gestión	28,8%	29,0%	31,2%	33,2%	25,1%
Otros departamentos o laboratorios de su empresa	6,1%	7,3%	4,6%	4,5%	6,3%
Sus propias capacidades de desarrollo de conocimiento	18,4%	19,5%	18,3%	14,3%	19,7%
Fuentes Internas					
Componentes, materiales, tecnologías, software	20,1%	17,3%	21,1%	21,5%	22,2%
Sus clientes, las necesidades de un segmento	24,0%	25,1%	22,0%	21,1%	25,1%
La competencia u otras empresas de su sector	8,1%	10,0%	7,3%	5,4%	8,0%
Empresas de servicios, consultoras	6,3%	6,1%	5,5%	6,3%	6,8%
Empresas privadas de desarrollo, I+D o similares	3,9%	3,9%	2,8%	4,0%	4,3%
Fuentes del Mercado					
Universidades o centros de enseñanzas superior	4,3%	3,9%	0,9%	2,2%	7,1%
Centros o Institutos Tecnológicos	5,2%	7,3%	3,7%	2,2%	5,1%
Otros centros no lucrativos de Investigación o desarrollo	1,2%	1,0%		1,8%	1,4%
Fuentes Institucionales o Públicas					
Conferencias, Ferias comerciales	11,5%	8,5%	11,0%	13,0%	14,2%
Asociaciones industriales, empresariales	3,1%	3,2%	3,7%	2,2%	3,4%
Internet	8,4%	6,3%	8,3%	8,1%	11,1%
Emprendedores, personas experimentadas	3,0%	1,7%	3,7%	2,7%	4,6%
Otras	0,8%	0,7%	0,9%		1,4%
Otras Fuentes					
Ns/nc	0,2%				0,6%

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



El acceso a la ayuda pública

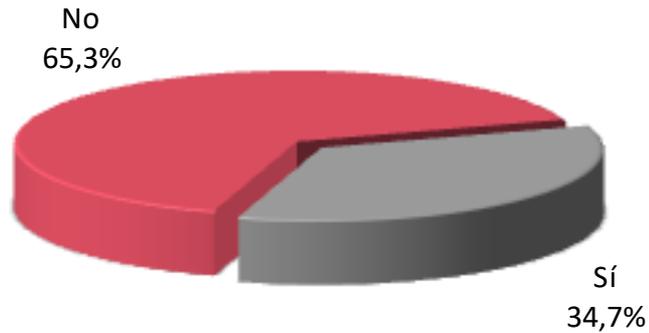


- ✓ La gran mayoría de las empresas vizcaínas que en los tres años anteriores ha realizado innovaciones, ha abordado sus iniciativas sin recurrir a la ayuda pública; el 65,3%.

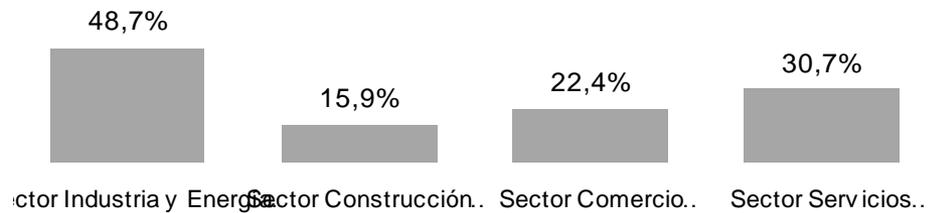


- ✓ Si realizamos un perfil de empresa vizcaína que ha accedido a la ayuda pública, sus características serían:
 - ✓ Las empresas exportadoras (el 49,1%).
 - ✓ Que dispone de personal específico para actividades de innovación (50,5%).
 - ✓ Mayor número de empleados (58,1%).
 - ✓ Las del sector de industria y energía (el 48,7%).
 - ✓ Empresas que colaboran con otras (37,0%).

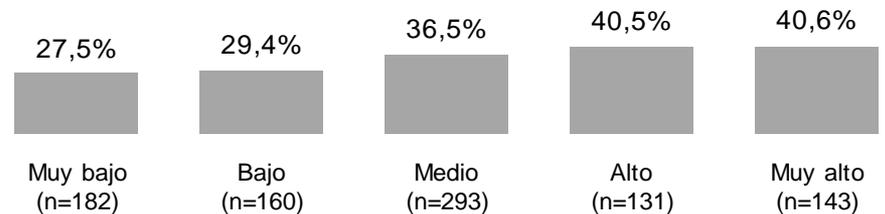
EMPRESAS QUE HAN OBTENIDO ALGUNA AYUDA PÚBLICA O SUBVENCIÓN DE APOYO A LA INNOVACIÓN



Según sector de actividad



Según índice de intensidad de la innovación



VALORACIÓN DEL DESTINO Y UTILIDAD DE LA AYUDA PÚBLICA*

	1er LUGAR	2º LUGAR
Introducción de procesos nuevos	28,9%	8,3%
La investigación en la propia empresa	16,5%	4,8%
Formación del personal	11,1%	2,9%
Servicios de ayuda para actividades de innovación	8,6%	3,5%
La colaboración o innovación con otras empresas	8,3%	9,8%
Compra de maquinaria / tecnologías	6,0%	3,2%
La implementación de investigación de mercados	4,1%	3,5%
Nuevos productos surgidos de I+D+I	3,8%	1,9%
Financiación de proyectos	2,2%	0,6%
Participación, colaboración con instituciones públicas para el fomento de la innovación	1,9%	--
La contratación de nuevos licenciados	1,6%	2,9%
Ayuda en una red de innovación en la que ha participado	1,3%	1,3%
Internacionalización	1,0%	1,0%
Eficiencia Energética	0,3%	--
Creación / Mejora página web	0,3%	--
Sistemas de calidad	0,3%	--
Mejora de la capacidad financiera	--	0,3%
Otras	2,9%	1,9%
Ns/nc	1,0%	54,3%

 Aspectos más valiosos

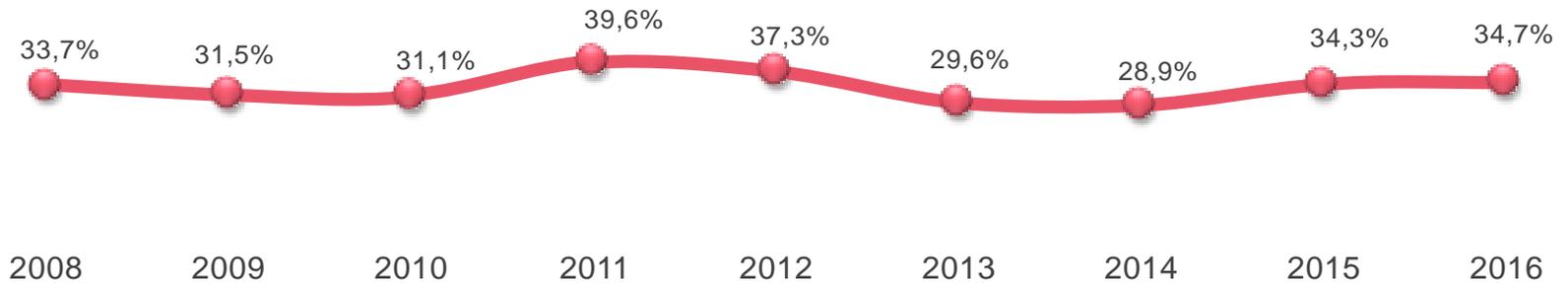
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitieron 2 respuestas como máximo.



- *El volumen de empresas que en los últimos tres años ha obtenido alguna ayuda pública o subvención para el desarrollo de actividades de innovación se mantiene estable respecto al pasado barómetro.*



Son algo más de una de cada tres empresas que ha llevado a cabo innovaciones en los tres años anteriores, las beneficiadas por la financiación de la administración



2017 NORA BIDEA



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

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

www.barrixe.com

 @barrixe

 /barrixe



5.- LAS EMPRESAS NO INNOVADORAS

 **Bizkaia**
foru aldundia
diputación foral

 **CÁMARABILBAO**

LAS EMPRESAS NO INNOVADORAS

3

El Índice de Propensión a la Innovación (IPI)

5

La renuncia a la innovación

12

El futuro de la innovación en estas empresas

16

Los hipotéticos ámbitos de innovación

22

El paraguas de la innovación

29



LAS EMPRESAS NO INNOVADORAS

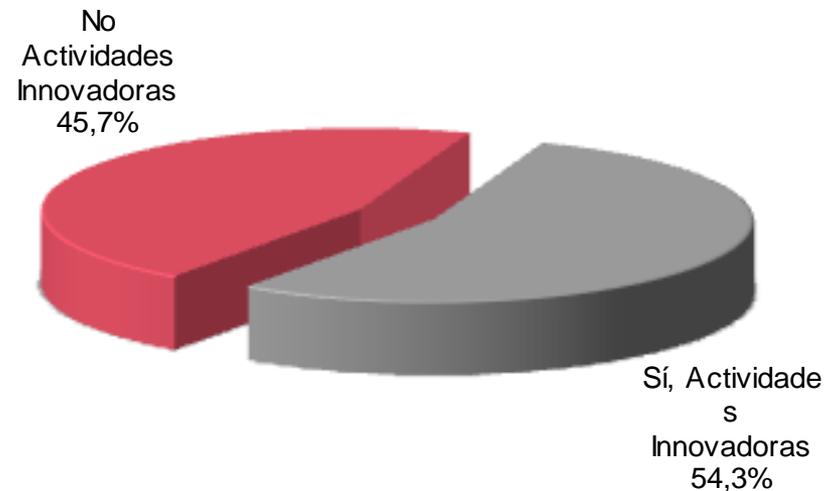


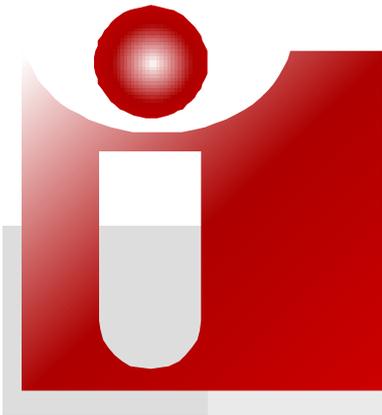
- ✓ Como hemos analizado, del **total de las empresas** de Bizkaia, **un 54,3% afirma haber tenido algún tipo de actividad innovadora** en el periodo de los últimos cuatro ejercicios (2013-2016).



- ✓ Por su parte, **un 45,7% 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.

EMPRESAS QUE HAN REALIZADO ACTIVIDADES INNOVADORAS EN EL PERÍODO 2013-2016





El Índice de Propensión a la Innovación (IPI)

El Índice de Propensión a la Innovación

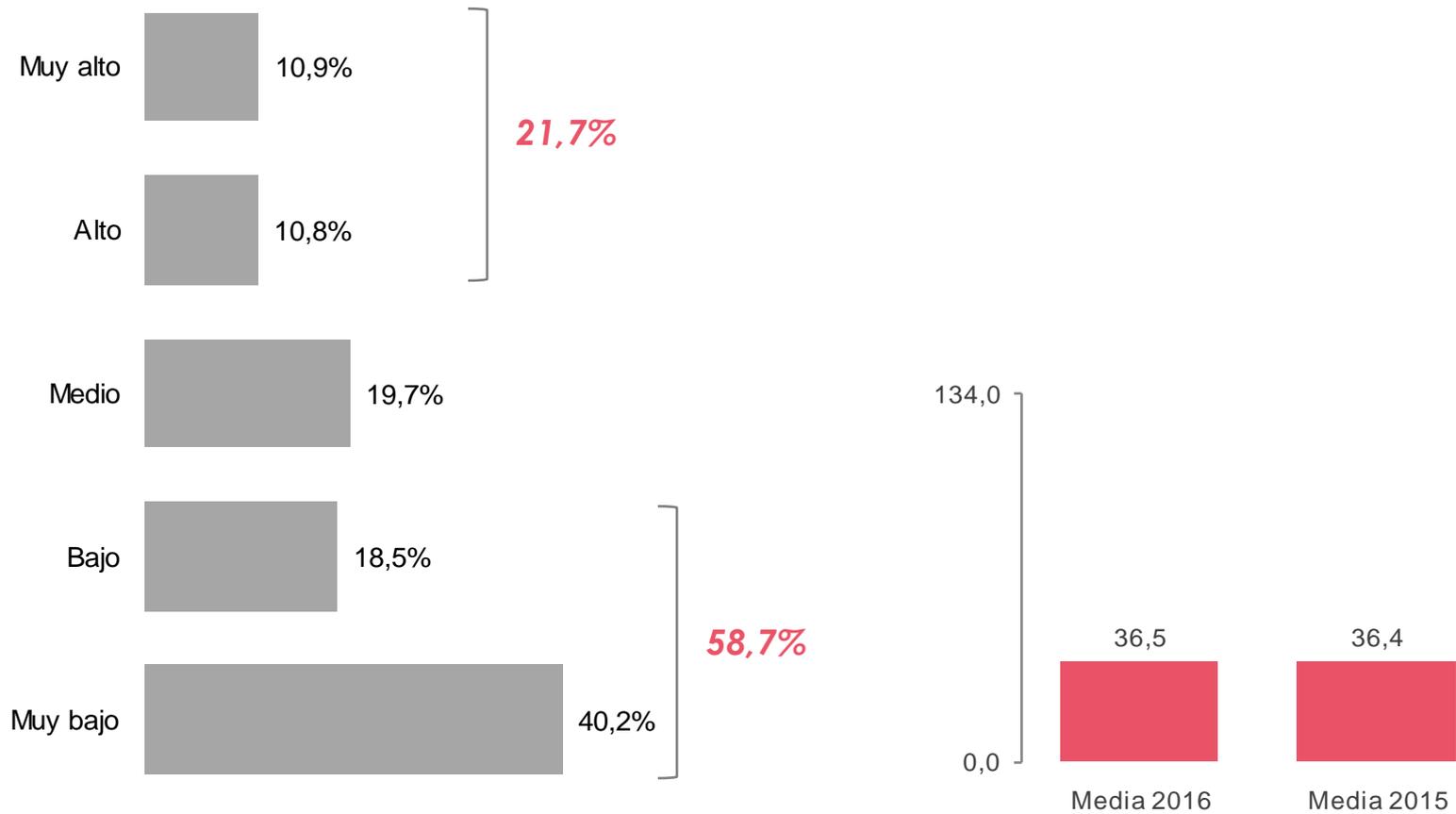
Definición  ✓ El Índice de Propensión a la Innovación (IPI) es un **Índice Síntesis** que mide el grado de propensión, de proximidad a la Innovación de las empresas de Bizkaia que se perciben como no innovadoras.

Metodología de elaboración  ✓ Este índice se puede mover entre un valor mínimo de 0 y un máximo de 134 puntos.

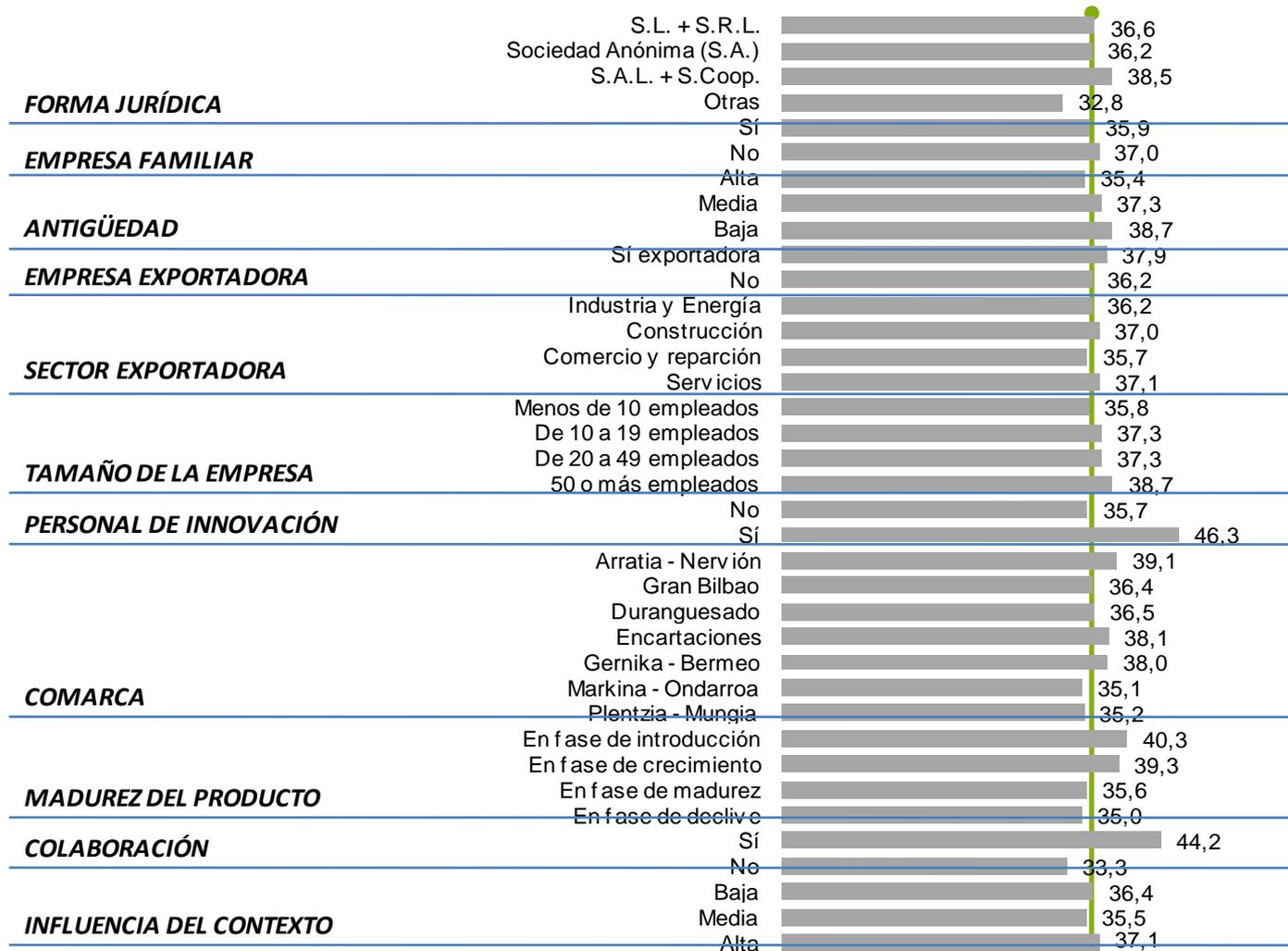
Lectura e interpretación  ✓ Este índice permite categorizar a las empresas en función de su Propensión a la Innovación estableciendo los siguientes grupos:

- ✓ 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)



Índice de Propensión a la Innovación



MEDIA : 36,5



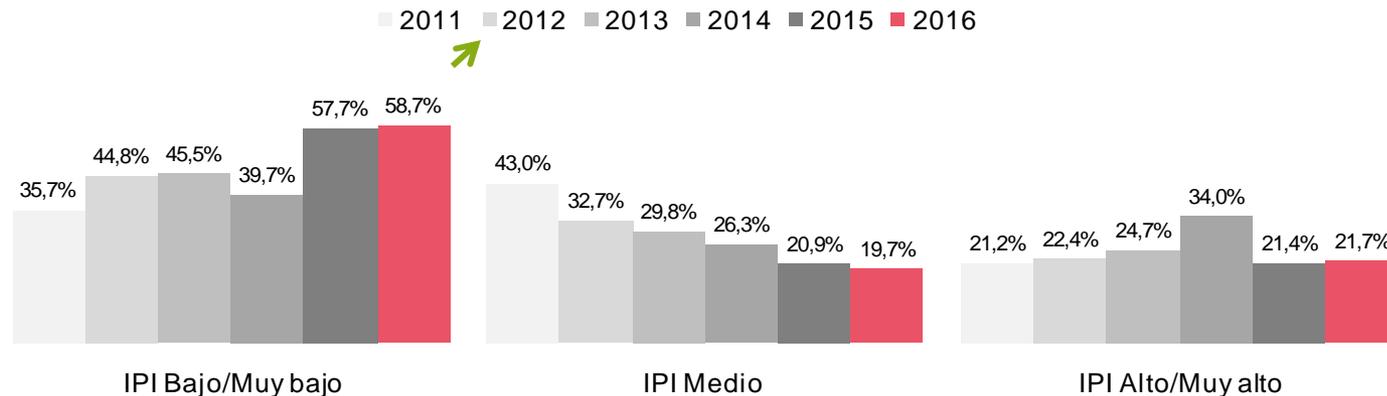
En términos generales, el 45,7% de las empresas del territorio de Bizkaia no ha acometido innovación alguna en los últimos cuatro ejercicios.



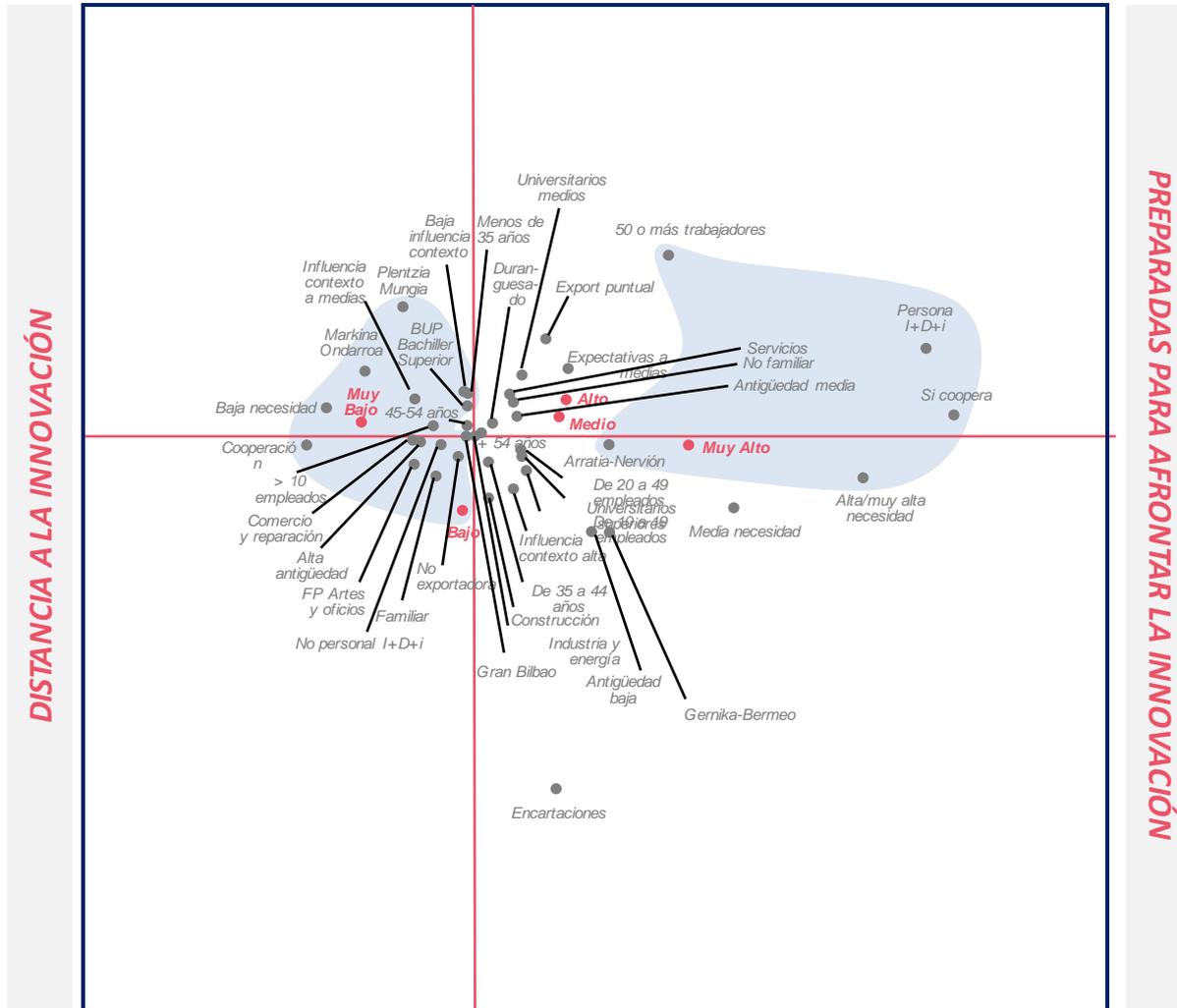
Pese a que se han producido a lo largo de las olas del barómetro variaciones en la confección de los índices, hemos ido viendo como se polarizan los resultados creciendo la distancia entre las empresas no preparadas para abordar la innovación y las que si lo están, desapareciendo el término medio.



Se afianza el volumen de empresas más distanciadas de la sistematización de potenciales procesos de innovación, como ya vimos el pasado año.



MAPA DEL ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN



TRES ESCENARIOS DE ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL Y LOS RASGOS ASOCIADOS

Nivel de Propensión a la Innovación bajo/muy bajo

- Empresas que no han cooperado con otros agentes o empresas.
- Presencia del sector comercio y reparaciones.
- Empresas radicadas en Markina-Ondarroa y Plentzia-Mungia.
- Empresas de elevada antigüedad y en un ciclo de negocio maduro.
- Empresas de carácter familiar.
- Y que ven una baja necesidad a la hora de abordar iniciativas innovadoras.

Empresas tradicionales que no ven necesidad de abordar la innovación

Nivel de Propensión a la Innovación medio

- Empresas exportadoras pero que esta actividad no tiene un papel relevante, sino puntual.
- Con presencia de empresas del sector servicios, Industria y Energía y Construcción.
- Empresas no familiares.
- Con una gestión con formación de estudios universitarios medios.
- De antigüedad media.
- Y transversal en las comarcas del territorio.

Nivel de Propensión a la Innovación alto/muy alto

- Son empresas que dan empleo a mayor número de trabajadores.
- Disponen por tanto de personal específico en materia de I+D+i
- El rasgo fundamental es que cooperan con otras empresas u agentes.
- Son empresas que exportan y esta exportación tiene un papel relevante en la empresa.
- Con presencia de empresas de reciente creación.
- Radicadas en Arratia-Nervión.

Preparadas para dar el salto



La renuncia a la innovación

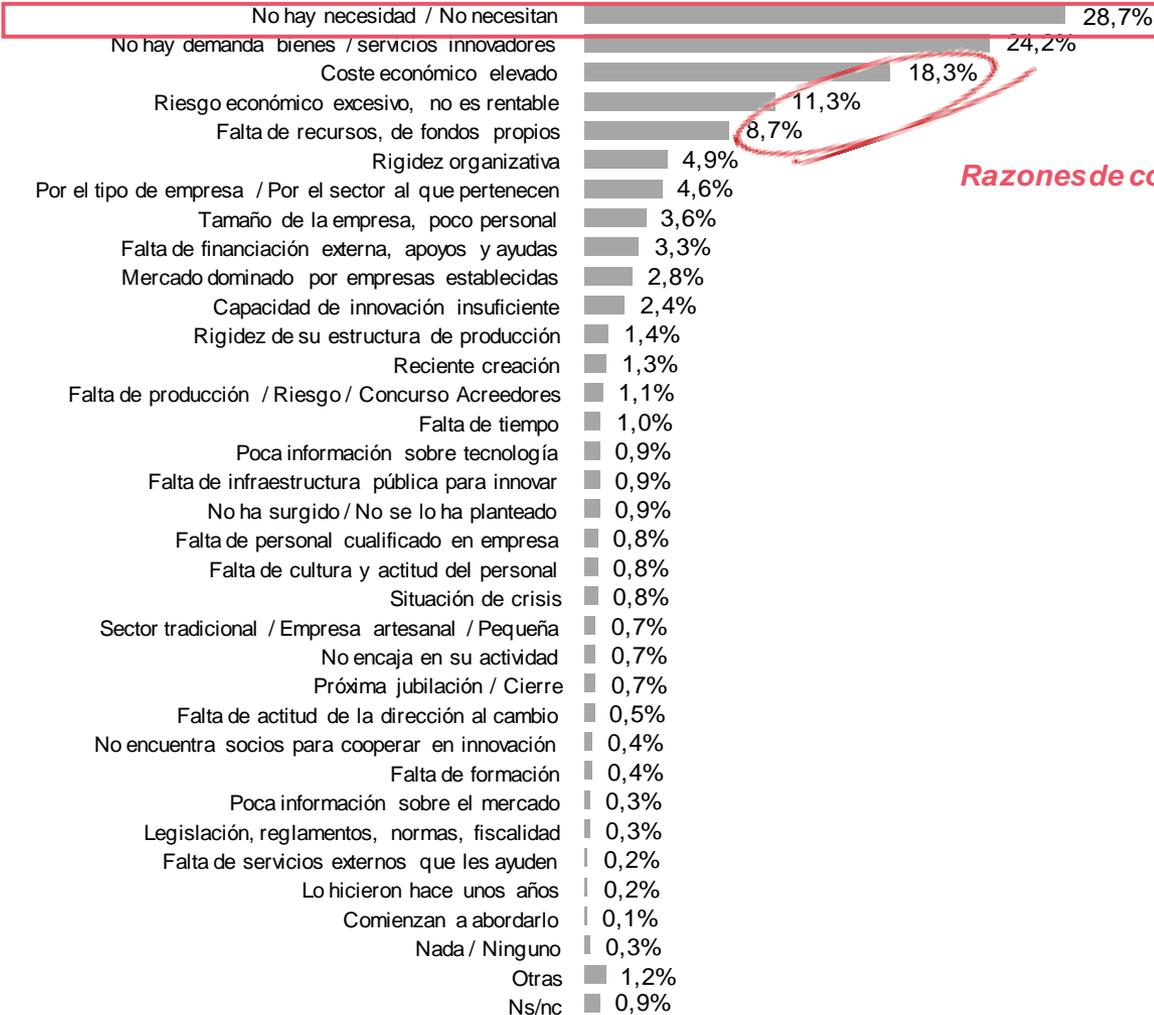


- ✓ Tres son las principales ideas que explican el porque las empresas no han abordado iniciativas innovadoras. Una información que nos permite conocer los argumentos y trabajar en pos de su eliminación.
 - ✓ Un **28,7%** de las empresas esta convencida de que **no tiene necesidad** de innovar. Aspecto que expresa un papel inmovilista de la actividad empresarial que no ve ventajas aunque sean intangibles, en la puesta en marcha de procesos de mejora continua.
 - ✓ Un **24,2%** considera que el **mercado** se encuentra en un momento de **bajo dinamismo** donde no se premia este tipo de esfuerzo. Es el mercado el que no demanda innovación.
 - ✓ Y, un **29,6%** indica de una u otra forma, que las **barreras** son de **tipo económico**, bien por convencimiento de que no es rentable, falta de recursos o coste excesivo.



El coste atribuido, un mercado «paralizado» y la falta de cultura innovadora como barreras a romper

MOTIVOS PARA NO INNOVAR*



→ El convencimiento que expresa cierto conformismo y falta de cultura innovadora

Razones de coste

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

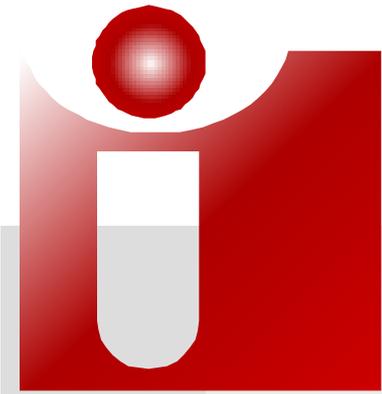
MOTIVOS PARA NO INNOVAR*

	TOTAL (n=919)	SECTOR				
		Industria y Energía (n=349)	Construcción (n=179)	Comercio y reparación (n=155)	Servicios (n=236)	
No hay necesidad / No necesitan	28,7%	24,1%	34,1%	31,6%	29,7%	→ Mayor inmovilismo
No hay demanda bienes/ servicios innovadores	24,2%	25,2%	22,3%	21,9%	25,4%	
Coste económico elevado	18,3%	22,1%	17,9%	18,1%	13,1%	
Riesgo económico excesivo, no es rentable	11,3%	15,8%	10,6%	9,0%	6,8%	
Falta de recursos, de fondos propios	8,7%	12,3%	7,8%	6,5%	5,5%	
Rigidez organizativa	4,9%	4,9%	3,4%	2,6%	7,6%	
Por el tipo de empresa / Por el sector al que pertenecen	4,6%	4,0%	5,0%	7,1%	3,4%	
Tamaño de la empresa, poco personal	3,6%	3,7%	5,0%	1,3%	3,8%	
Falta de financiación externa, apoyos y ayudas	3,3%	4,3%	1,7%	3,2%	3,0%	
Mercado dominado por empresas establecidas	2,8%	3,2%	3,4%	1,9%	2,5%	
Capacidad de innovación insuficiente	2,4%	2,3%	2,2%	---	4,2%	
Rigidez de su estructura de producción	1,4%	1,7%	1,1%	1,3%	1,3%	
Reciente creación	1,3%	1,4%	1,1%	0,6%	1,7%	
Falta de producción/ Riesgo / Concurso Acreedores	1,1%	1,7%	0,6%	1,3%	0,4%	
Falta de tiempo	1,0%	0,9%	1,1%	---	1,7%	

↓
Un mercado menos dinámico

 **Principal motivo**  **Otros importantes**

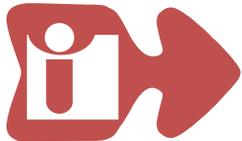
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.



El futuro de la innovación en estas empresas



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



El 64,2% de las empresas entrevistadas no aprecia necesidad para innovar y mucho menos que esto este fijado en su agenda con urgencia

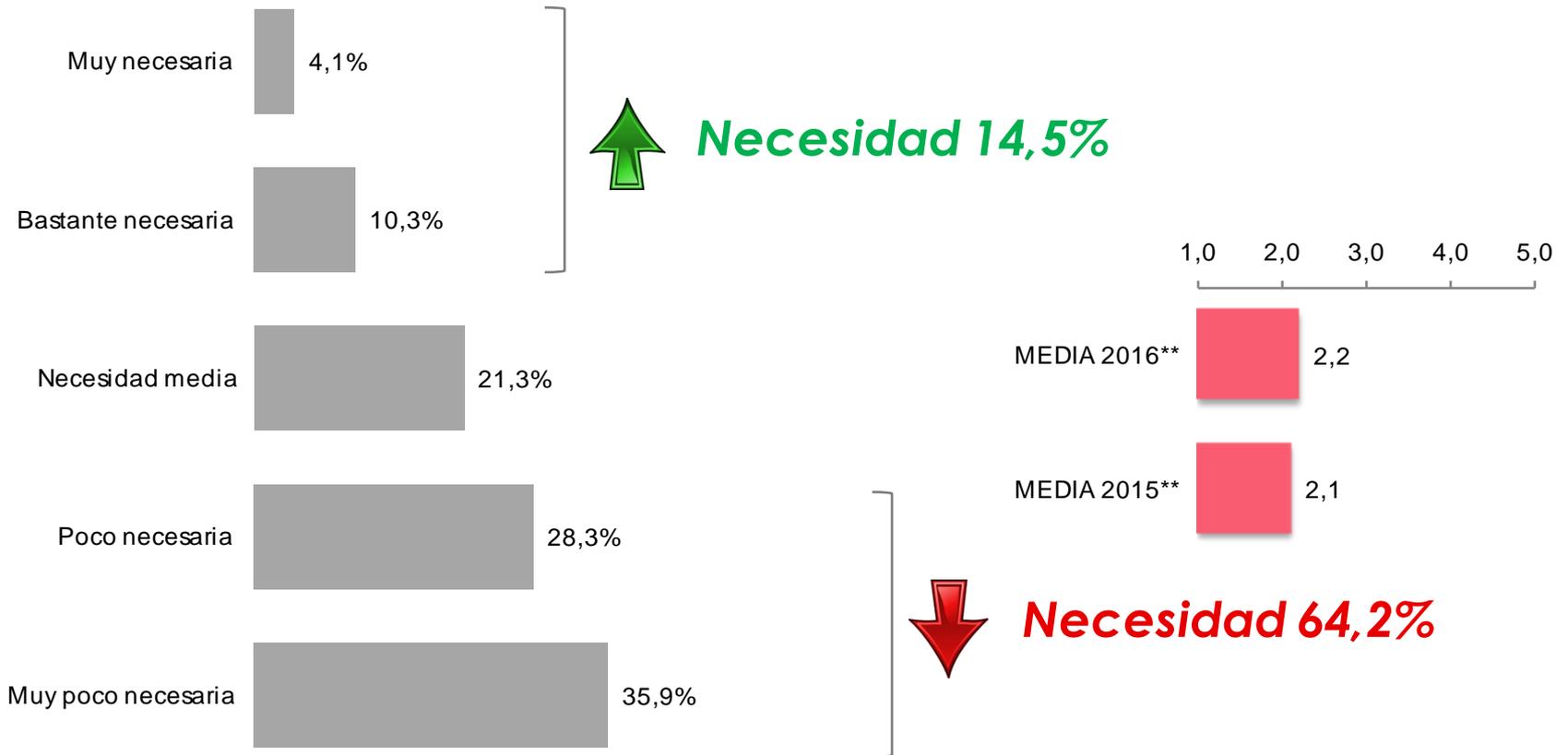


Son algo más de una de cada diez (el 14,5%) empresas del territorio las que consideran muy o bastante necesario abordar la innovación



- ✓ Y son las empresas del sector Industria y Energía y Comercio y Reparación las que en mayor grado visualizan la necesidad de innovación como ventaja competitiva.

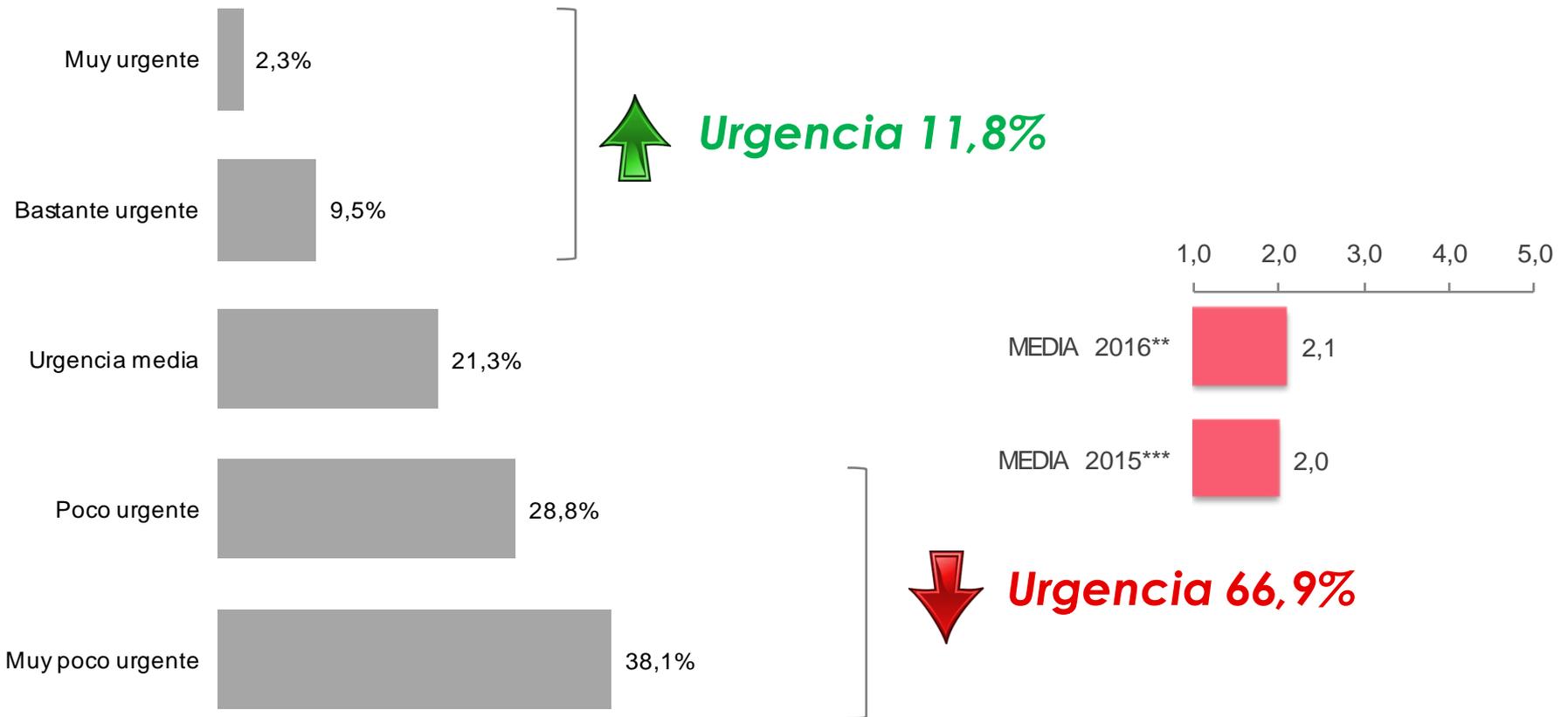
NECESIDAD DE INNOVAR, DE ABORDAR PROCESOS O ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN ESTE AÑO O EN LOS DOS O TRES PRÓXIMOS AÑOS*



* 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)

URGENCIA DE INNOVAR, DE ABORDAR PROCESOS O ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN ESTE AÑO O EN LOS DOS O TRES PRÓXIMOS*

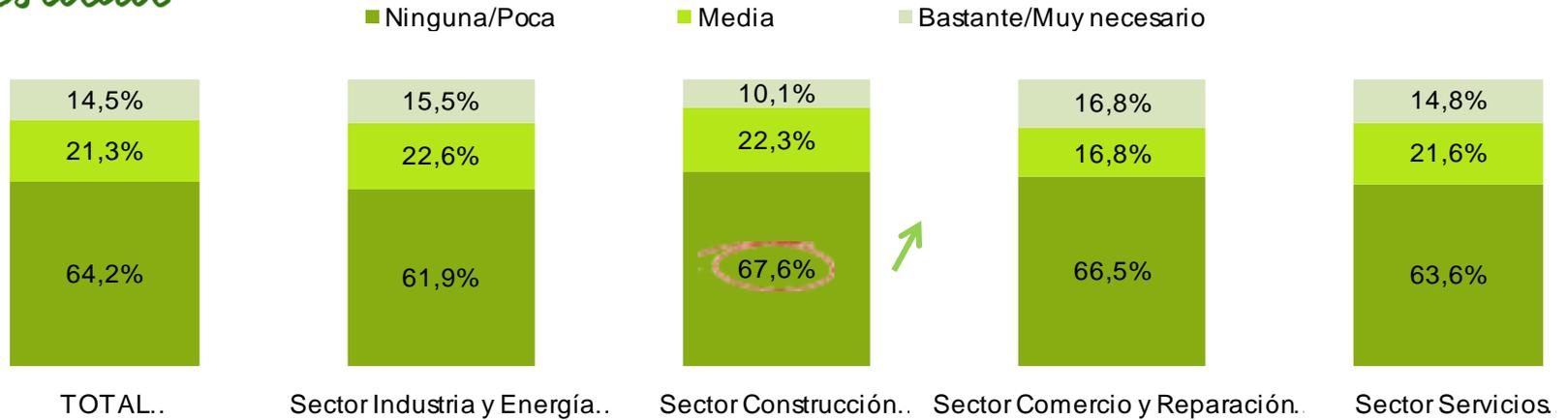


* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

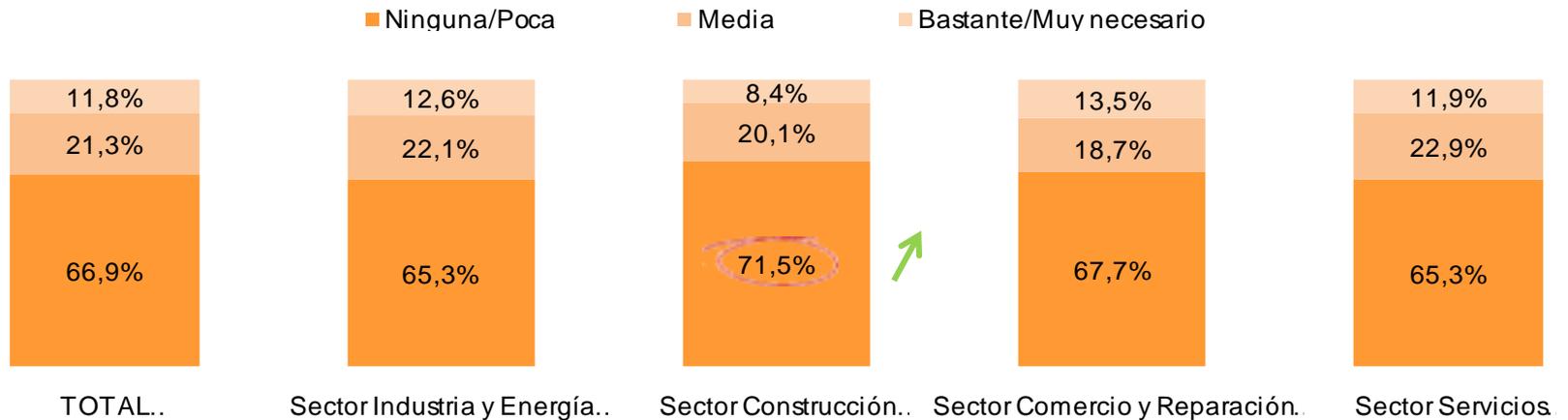
** Puntuación media sobre escala de mínimo 1 (muy poco necesaria) a máximo 5 (muy necesaria)

PERCEPCIÓN DE NECESIDAD/URGENCIA PARA ABORDAR LA INNOVACIÓN

Necesidad

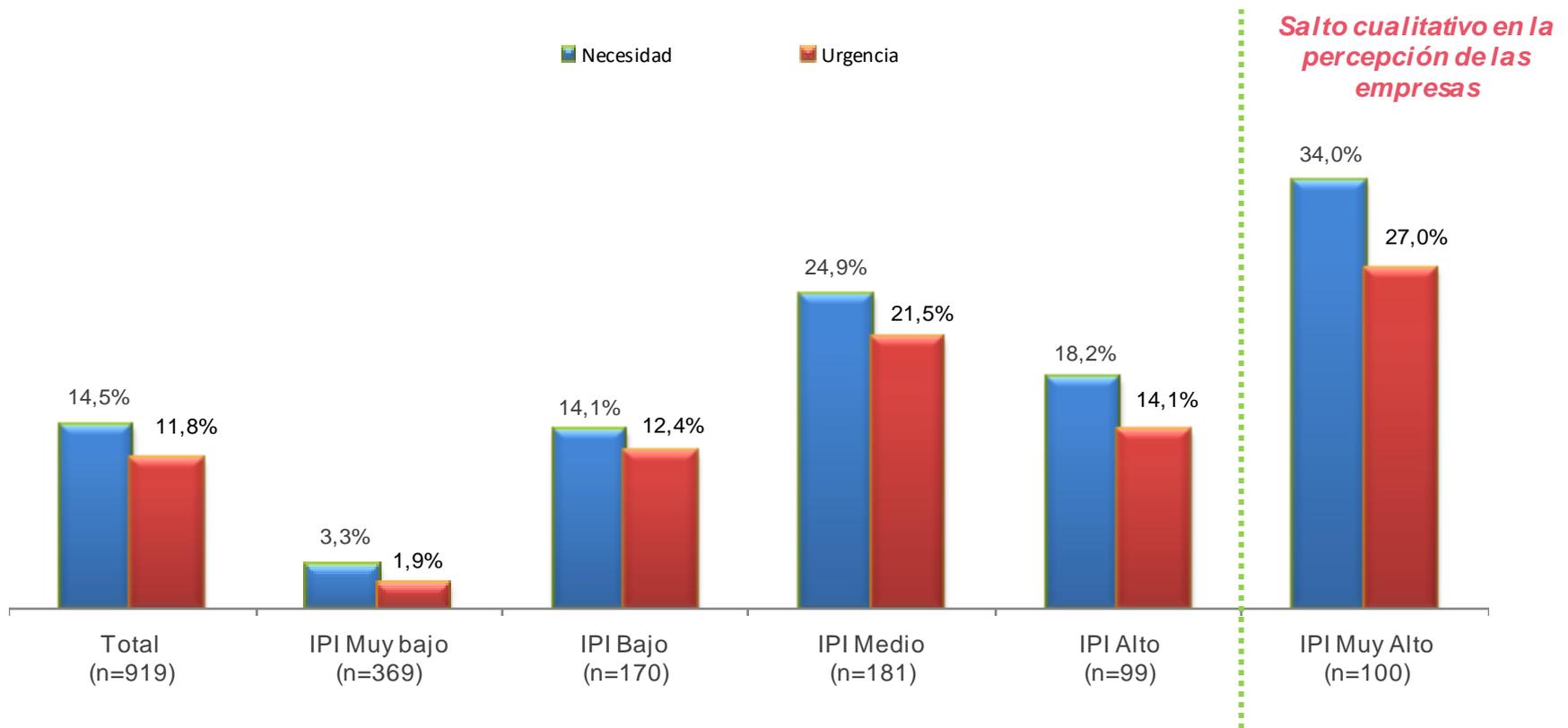


Urgencia



PERCEPCIÓN DE NECESIDAD / URGENCIA MUY/BASTANTE ALTA DE INNOVACIÓN

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





Los hipotéticos ámbitos de innovación



✓ El foco de la innovación, de los hipotéticos ámbitos de actuación en materia de innovación, se concreta en:

- ✓ Nuevas **tecnologías productivas** (17,6%)*
- ✓ Mejora de los **procesos productivos** (14,6%)
- ✓ **Productos** actuales, **mejorados** (12,0%)



✓ El número medio de ámbitos de innovación señalados es de 1,6, siendo ligeramente superior en el caso del sector Comercio y Reparación.

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

ÁMBITOS EN LOS QUE LAS EMPRESAS NECESITARÍAN HACER O LANZAR CAMBIOS O INNOVACIONES EN LOS DOS O TRES PRÓXIMOS AÑOS*



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

ÁMBITOS EN LOS QUE LAS EMPRESAS NECESITARÍAN HACER O LANZAR CAMBIOS O INNOVACIONES EN LOS DOS O TRES PRÓXIMOS AÑOS*

	TOTAL (n=919)	SECTOR			
		Industria y Energía (n=349)	Construcción (n=179)	Comercio y reparación (n=155)	Servicios (n=236)
Ninguno	27,9%	26,4%	31,8%	26,5%	28,0%
No necesitan innovar	3,3%	3,4%	1,1%	5,2%	3,4%
Nuevas tecnologías productivas	17,6%	21,5%	14,5%	16,8%	14,8%
Mejora procesos productivos	14,6%	22,6%	10,1%	9,7%	9,3%
Productos actuales mejorados	12,0%	11,5%	10,1%	12,3%	14,0%
Nuevos canales de venta	10,2%	8,9%	12,3%	14,2%	8,1%
Productos nuevos para el mercado	10,1%	9,7%	8,9%	11,6%	10,6%
Productos nuevos para su empresa	9,2%	10,9%	7,8%	9,0%	8,1%
Nueva / mejor promoción y comunicación	8,1%	5,4%	11,7%	11,0%	7,2%
Diseño, estilo de producto, espacios, tiendas	7,2%	5,7%	8,9%	11,6%	5,1%
Cambios en su organización para fomentar la participación	5,8%	5,2%	8,4%	4,5%	5,5%
Posicionamiento de producto / marca	4,6%	2,9%	4,5%	7,1%	5,5%
Cooperación con otras empresas y/o entidades	4,0%	3,2%	5,6%	3,2%	4,7%
Métodos o sistemas de gestión del conocimiento	4,0%	2,9%	6,1%	2,6%	5,1%
Colocación del producto en el mercado	3,5%	3,2%	2,8%	5,2%	3,4%
Nuevos procesos logísticos y distribución	3,4%	3,4%	1,7%	5,8%	3,0%
Internacionalización	2,4%	3,7%	0,6%	3,2%	1,3%
Vender por e-commerce	1,8%	1,1%	1,7%	5,2%	0,8%
Responsabilidad social empresarial	1,4%	1,1%	2,2%	0,6%	1,7%
Lanzar nuevas marcas	1,2%	1,1%	1,1%	3,2%	---
Maquinaria / Vehículos	0,5%	0,9%	---	---	0,8%
En próximo cese de actividad	0,4%	0,3%	---	1,3%	0,4%
Diseño de packaging y envase	0,3%	0,6%	---	0,6%	---
Otros comercialización y marketing	0,3%	0,3%	0,6%	---	0,4%
No sabe	2,1%	1,4%	2,8%	1,3%	3,0%
Otras	1,2%	0,9%	0,6%	1,3%	2,1%
Ns/nc	0,2%	0,6%	---	---	---

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



- ✓ A la hora de priorizar algún potencial ámbito de innovación, cabe destacar el volumen de entrevistados que no considera **ninguno importante**; son el **28,3%** de las empresas no innovadoras.



- ✓ Quienes señalan alguno, apuestan decididamente por:

- ✓ Nuevas tecnologías productivas (11,4%)
- ✓ Mejora de los procesos productivos (9,6%)
- ✓ Nuevos canales de venta (6,7%)
- ✓ Productos actuales mejorados (6,3%)
- ✓ Productos nuevos para su empresa (6,2%)

ÁMBITOS EN LOS QUE ES MÁS URGENTE INNOVAR*



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

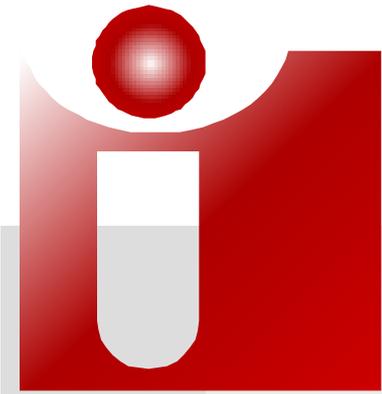
ÁMBITOS EN LOS QUE ES MÁS URGENTE INNOVAR*

	TOTAL (n=919)	SECTOR			
		Industria y Energía (n=349)	Construcción (n=179)	Comercio y reparación (n=155)	Servicios (n=236)
Ninguno	28,3%	26,6%	31,8%	27,1%	28,8%
No necesitan innovar	3,3%	3,4%	1,1%	5,2%	3,4%
Nuevas tecnologías productivas	11,4%	14,3%	10,1%	10,3%	8,9%
Mejora procesos productivos	9,6%	15,2%	6,7%	6,5%	5,5%
Nuevos canales de venta	6,7%	4,3%	8,9%	11,0%	5,9%
Productos actuales mejorados	6,3%	5,7%	6,1%	3,2%	9,3%
Productos nuevos para su empresa	6,2%	6,3%	4,5%	6,5%	7,2%
Productos nuevos para el mercado	5,7%	5,7%	3,4%	5,8%	7,2%
Nueva / mejor promoción y comunicación	4,0%	2,0%	6,1%	5,8%	4,2%
Cambios en su organización para fomentar la participación	2,9%	2,9%	5,6%		3,0%
Diseño, estilo de producto, espacios, tiendas	2,8%	2,9%	2,8%	3,2%	2,5%
Nuevos procesos logísticos y distribución	1,6%	1,7%		3,2%	1,7%
Colocación del producto en el mercado	1,5%	1,7%	1,1%	1,3%	1,7%
Posicionamiento de producto / marca	1,4%	1,1%	1,7%	1,3%	1,7%
Métodos o sistemas de gestión del conocimiento	1,4%	0,6%	2,8%	0,6%	2,1%
Vender por e-commerce	0,8%	0,6%	---	3,2%	
Cooperación con otras empresas y/o entidades	0,8%	0,3%	1,7%	0,6%	0,8%
Internacionalización	0,7%	0,6%	0,6%	0,6%	0,8%
Maquinaria / Vehículos	0,5%	0,9%			0,8%
Diseño de packaging y envase	0,2%	0,3%		0,6%	
Lanzar nuevas marcas	0,2%		0,6%	0,6%	
Responsabilidad social empresarial	0,1%		0,6%		
En próximo cese de actividad	0,1%			0,6%	
Otros comercialización y marketing	0,3%	0,3%	0,6%		0,4%
Otras	0,8%	0,6%		1,3%	1,3%
No sabe	2,1%	1,4%	3,4%	1,3%	2,5%
Ns/nc	0,2%	0,6%			

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

 Principal

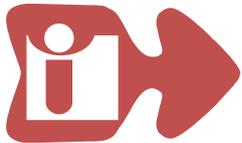
 Otros importantes



El paraguas de la innovación

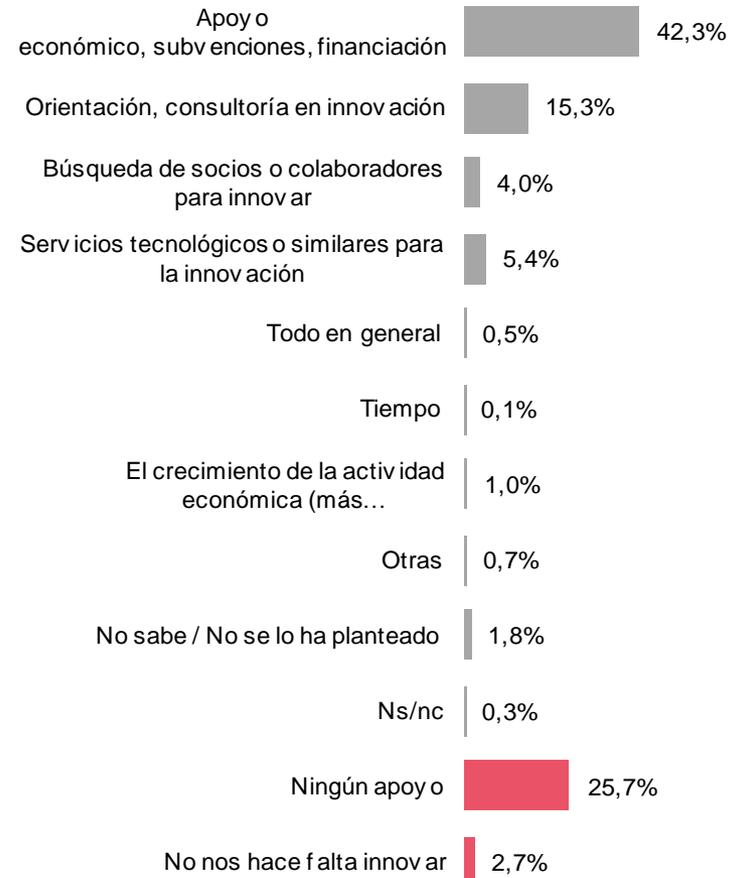
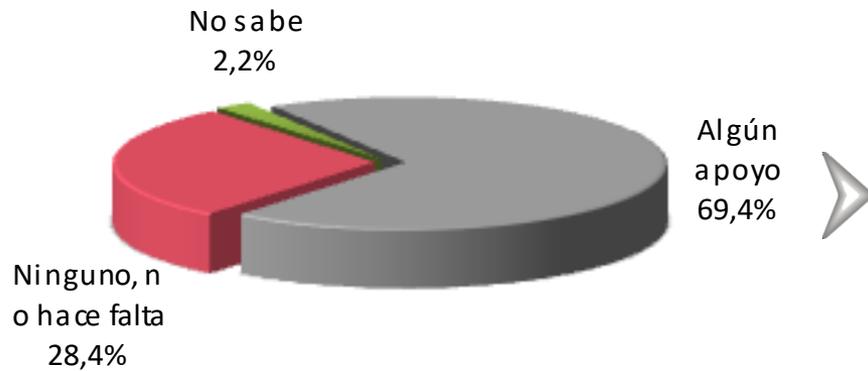


- ✓ Pensando en posibles apoyos para afrontar la innovación, son casi siete de cada diez las empresas que identifican alguno. Las **tres de cada diez** restantes **no consideran ningún apoyo** necesario o desconocen que podría resultar de ayuda.



La financiación de proyectos es el principal respaldo que ven las empresas que consideran de utilidad algún impulso. Le sigue el «coachig», el acompañamiento y consultoría en innovación.

AYUDAS NECESARIAS PARA ACOMETER LAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN *

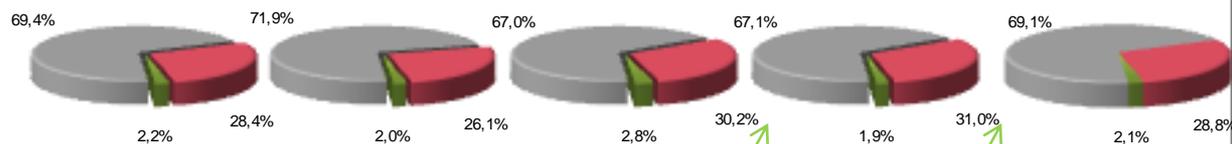


* Se leyeron las alternativas de respuesta. Solo se admitió una.

AYUDAS NECESARIAS PARA ACOMETER LAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN *

	TOTAL (n=919)	SECTOR			
		Industria y Energía (n=349)	Construcción (n=179)	Comercio y reparación (n=155)	Servicios (n=236)
Apoyo económico, subvenciones, financiación	42,3%	47,9%	40,8%	34,2%	40,7%
Orientación, consultoría en innovación	15,3%	14,6%	15,1%	15,5%	16,5%
Búsqueda de socios o colaboradores para innovar	4,0%	4,0%	3,4%	4,5%	4,2%
Servicios tecnológicos o similares para la innovación	5,4%	3,4%	5,0%	8,4%	6,8%
Todo en general	0,5%	0,9%	---	1,3%	---
Tiempo	0,1%	0,3%	---	---	---
El crecimiento de la actividad económica (más clientes, pedidos, trabajo, mercado estable, crecimiento...)	1,0%	0,3%	2,2%	1,9%	0,4%
Otras	0,7%	0,6%	0,6%	1,3%	0,4%
No sabe / No se lo ha planteado	1,8%	1,4%	2,8%	1,3%	2,1%
Ns/nc	0,3%	0,6%	---	0,6%	---
Ningún apoyo	25,7%	23,8%	28,5%	26,5%	25,8%
No nos hace falta innovar	2,7%	2,3%	1,7%	4,5%	3,0%

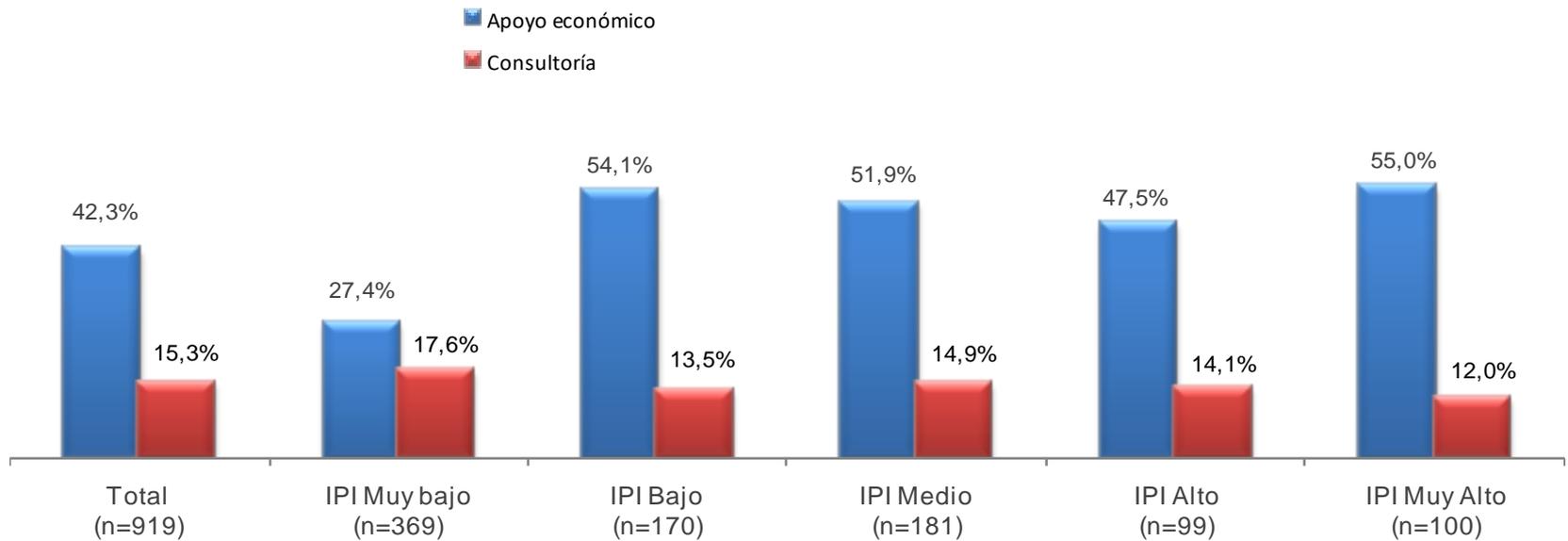
Percepción general



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

AYUDAS NECESARIAS PARA ACOMETER LAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN *

- SEGÚN EL ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN -



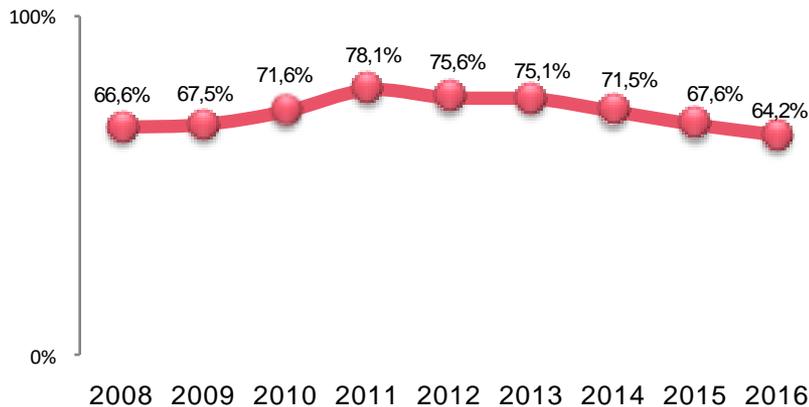


- *Algo parece que van cambiando las cosas en el planteamiento de las empresas respecto a la necesidad y urgencia para abordar estas iniciativas de innovación y su relación con el éxito empresarial. Poco a poco van descendiendo las empresas que lo califican como innecesario y absolutamente prorrogable pese a que sigan siendo una gran mayoría.*

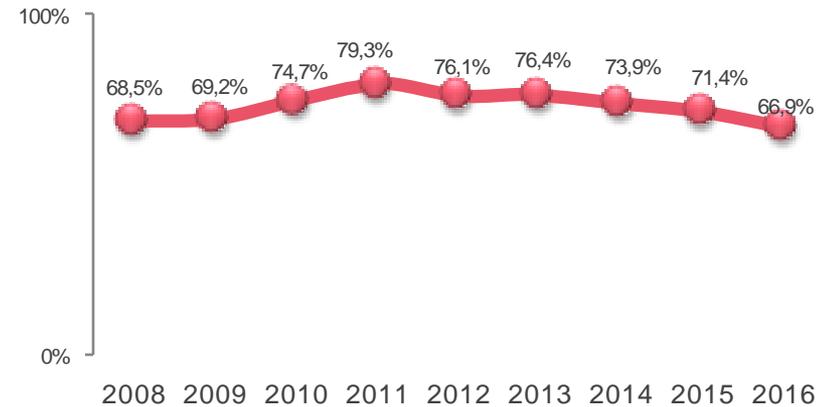


- *Volvemos a valores por debajo de los obtenidos en el primer barómetro de innovación.*

**PERCEPCIÓN DE LA NECESIDAD DE INNOVAR
(INNECESARIA)**



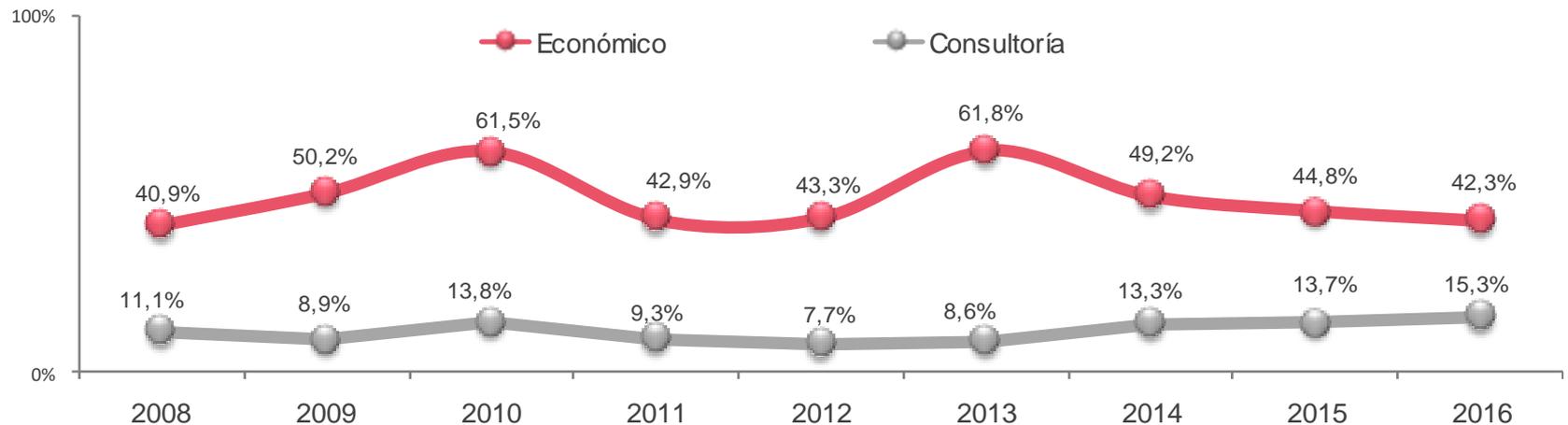
**PERCEPCIÓN DE LA URGENCIA DE INNOVAR
(PRORROGABLE)**



Pese al descenso... la mayoría que no ve necesario ni urgente innovar es significativa

- *Llevamos unos años en que el apoyo económico para abordar la innovación va perdiendo algo de terreno en favor de la consultoría, la orientación y el acompañamiento. En cierto modo, las empresas están más distantes de estos procesos precisando de una figura de “coaching”.*

PERCEPCIÓN DE LA NECESIDAD DEL APOYO



2017 NORA BIDEA



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

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

www.barrixe.com

 @barrixe

 /barrixe



6.- LA CULTURA DE LA INNOVACIÓN

 **Bizkaia**
foru aldundia
diputación foral

 **CÁMARABILBAO**

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	15



CAPITAL HUMANO Y ESTRUCTURAL DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS



- ✓ Casi ocho de cada diez empresas entrevistadas no dispone de departamento técnico, de I+D+i o de alguna persona con responsabilidad específica de innovación (el 79,4%).

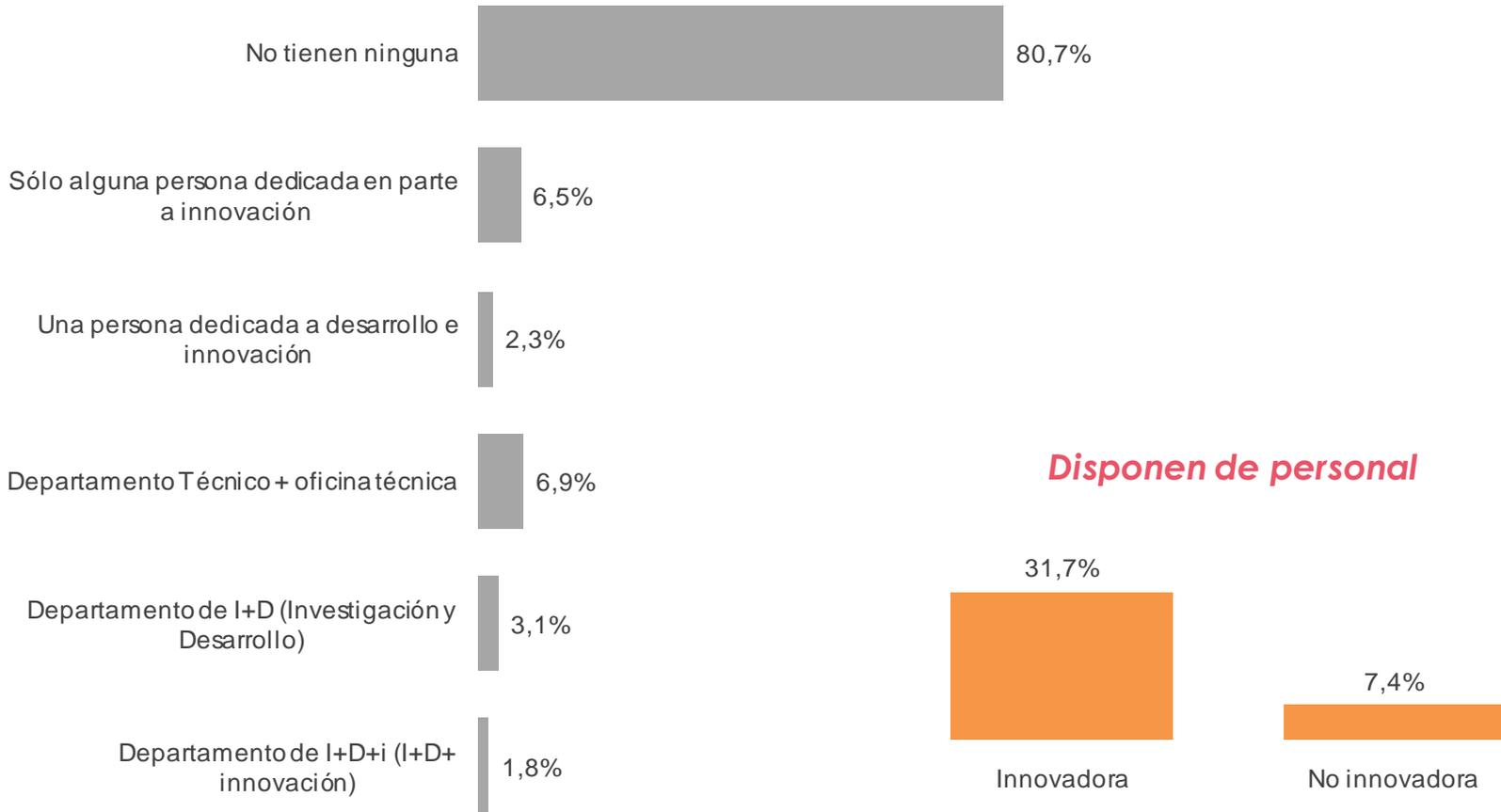


- ✓ En el caso de las empresas categorizadas como innovadoras, el 31,7% dispone de personal o departamentos específicos con competencias en innovación. Un dato que se repite respecto al pasado año.



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

EMPRESAS CON DEPARTAMENTO TÉCNICO O DEPARTAMENTO DE I+D Ó I+D+I O ALGUNA PERSONA QUE TIENE LA RESPONSABILIDAD DE INNOVACIÓN*



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

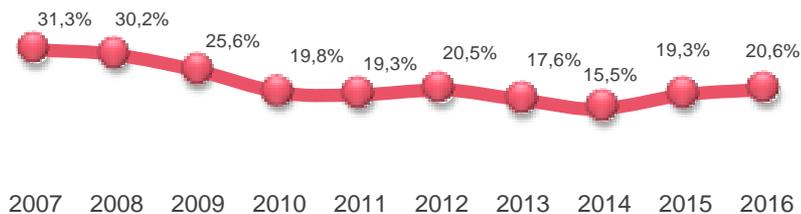


- *La gran mayoría de las empresas del territorio no dispone de personal o departamento que tenga la responsabilidad específica de la innovación.*

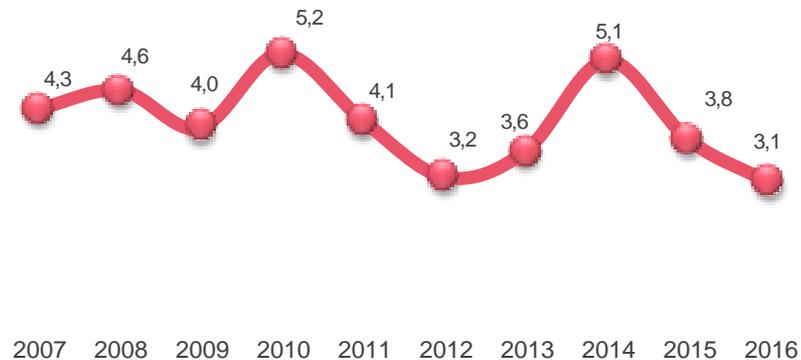


- *Son cerca de dos de cada diez empresas vizcaínas las que cuentan con departamento de I+D+i o personal con estas responsabilidades.*

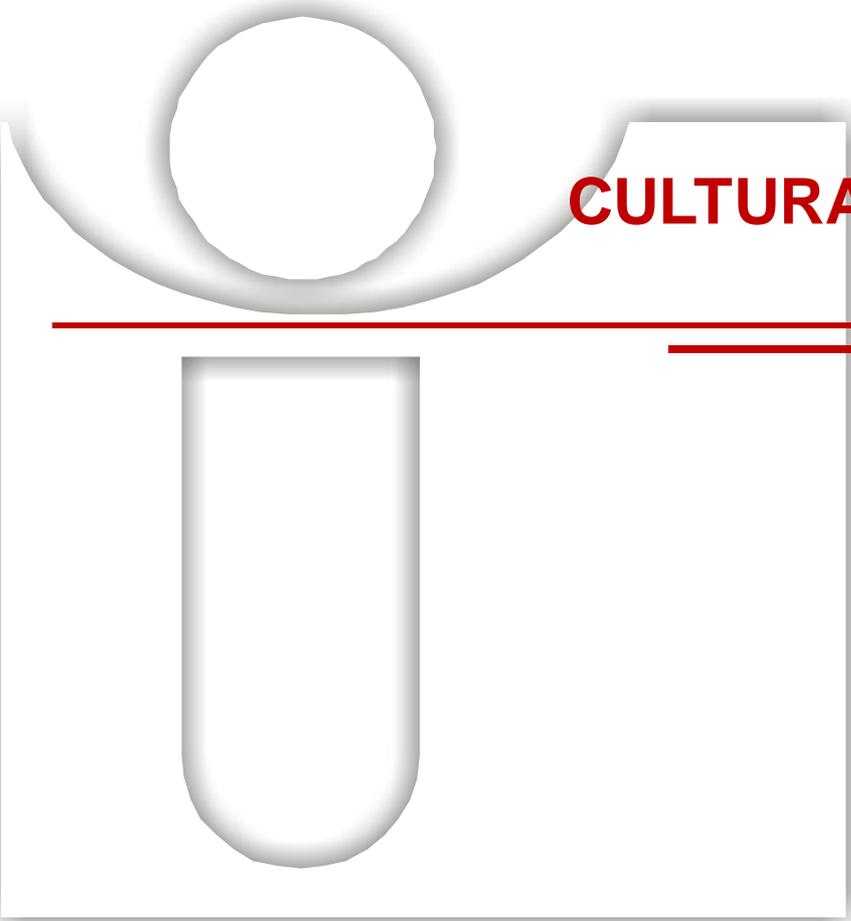
DISPONEN DE PERSONAL DEDICADO A LA INNOVACIÓN



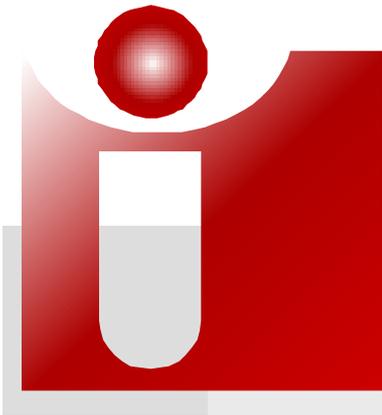
MEDIA DE PERSONAS



Un esfuerzo en innovación que en pocas ocasiones recae sobre personal específico con competencias expresas en esta materia



CULTURA EMPRESARIAL EN RELACIÓN A LA INNOVACIÓN



Comportamiento en relación a la gestión del conocimiento



- ✓ La forma en la que la empresa vizcaína aborda el conocimiento, la concepción y gestión de nuevas ideas dice mucho del contexto empresarial y su preparación para la actividad innovadora. Así, casi cinco de cada diez empresas indica que:
 - ✓ La dirección se preocupa de que la plantilla esté informada de las innovaciones de la empresa (46,9%).
 - ✓ Por otro lado, en el caso de tres de cada diez:
 - ✓ La organización propicia que las personas se organicen en grupos o foros (30,9%).
 - ✓ La capacitación esta planificada y la organización aporta tiempo y recursos (27,8%).

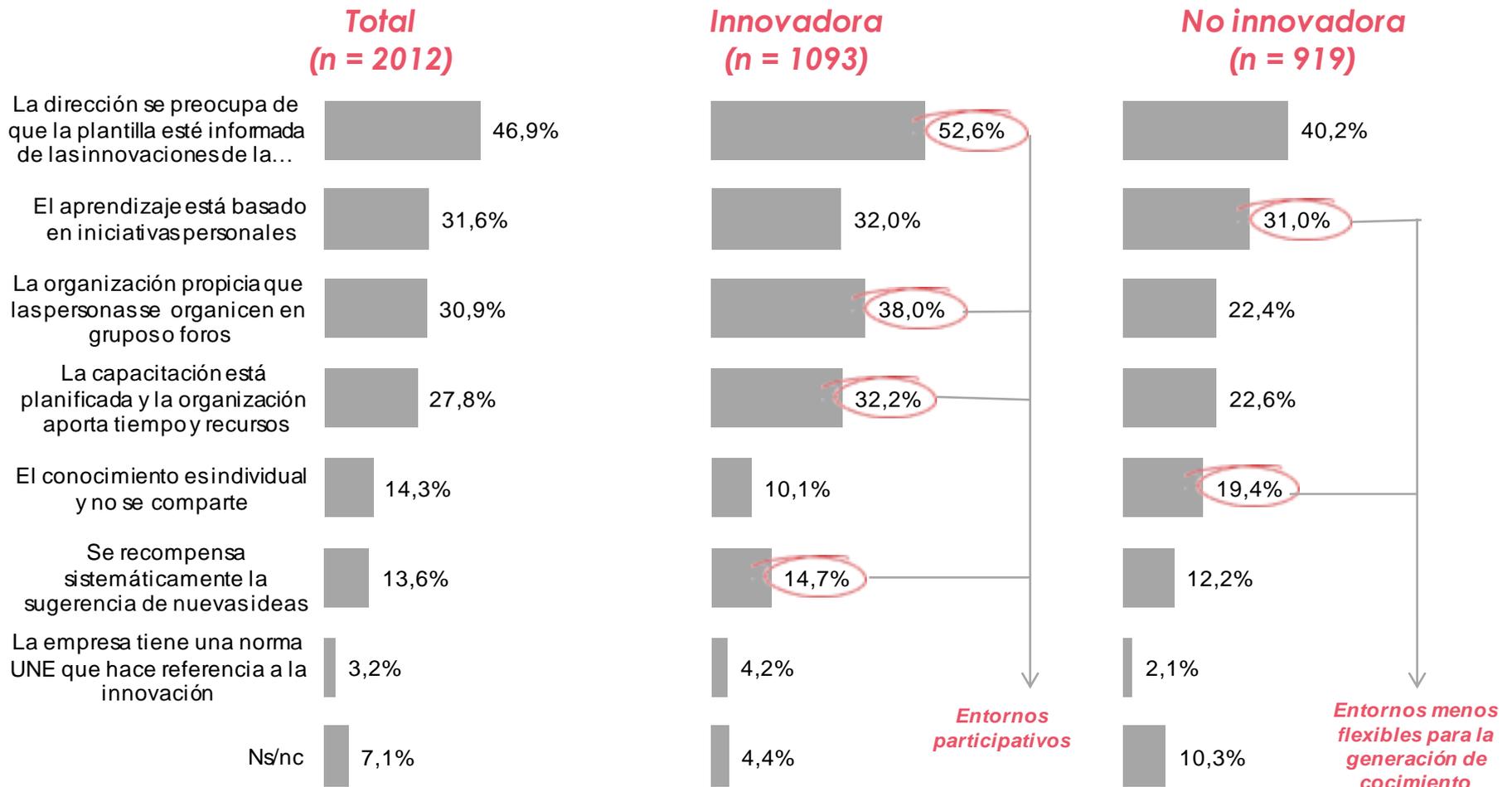


- ✓ No obstante, también un 14,3% de las empresas analizadas indica que el conocimiento es individual y no se comparte.



Dos formas antagónicas de propiciar un entorno favorable para la innovación

CÓMO ABORDA LA EMPRESA LAS NECESIDADES DE IDENTIFICAR, CAPTURAR, GENERAR, COMPARTIR Y EVALUAR CONOCIMIENTOS *



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

CÓMO ABORDA LA EMPRESA LAS NECESIDADES DE IDENTIFICAR, CAPTURAR, GENERAR, COMPARTIR Y EVALUAR CONOCIMIENTOS *

	TOTAL (n=2012)	SECTOR DE ACTIVIDAD			
		Industria y Energía (n=759)	Construcción (n=288)	Comercio y reparación (n=378)	Servicios (n=587)
La dirección se preocupa de que la plantilla esté informada de las innovaciones de la empresa	46,9%	47,8%	45,5%	47,1%	46,3%
El aprendizaje está basado en iniciativas personales	31,6%	32,5%	33,7%	29,1%	30,8%
La organización propicia que las personas se organicen en grupos o foros	30,9%	28,7%	28,5%	29,4%	35,8%
La capacitación está planificada y la organización aporta tiempo y recursos	27,8%	28,3%	25,3%	22,0%	32,2%
El conocimiento es individual y no se comparte	14,3%	16,5%	14,2%	12,4%	12,8%
Se recompensa sistemáticamente la sugerencia de nuevas ideas	13,6%	11,7%	15,3%	12,4%	15,8%
La empresa tiene una norma UNE que hace referencia a la innovación	3,2%	3,8%	3,5%	2,9%	2,6%
Ns/nc	7,1%	5,9%	10,1%	7,7%	6,8%

 Diferencias respecto a la media

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

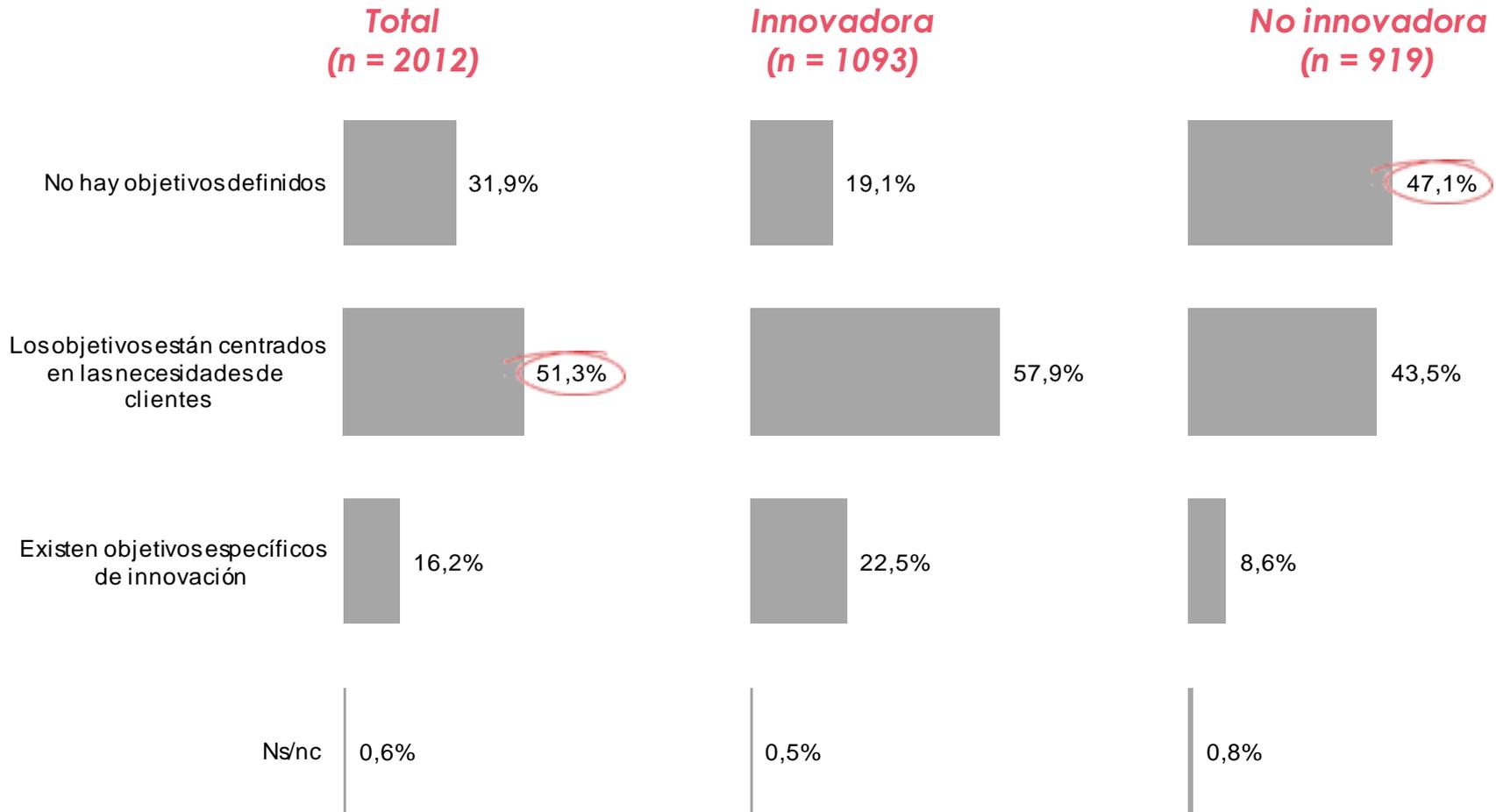
CÓMO ABORDA LA EMPRESA LAS NECESIDADES DE IDENTIFICAR, CAPTURAR, GENERAR, COMPARTIR Y EVALUAR CONOCIMIENTOS *

	TOTAL (n=2012)	SECTOR DE ACTIVIDAD			
		Menos de 10 empleados (n = 979)	De 10 a 19 empleados (n = 551)	De 20 a 49 empleados (n = 376)	50 o más empleados (n = 106)
La dirección se preocupa de que la plantilla esté informada de las innovaciones de la empresa	46,9%	45,0%	47,5%	48,7%	54,7%
El aprendizaje está basado en iniciativas personales	31,6%	32,3%	33,6%	29,3%	22,6%
La organización propicia que las personas se organicen en grupos o foros	30,9%	29,7%	29,8%	30,3%	49,1%
La capacitación está planificada y la organización aporta tiempo y recursos	27,8%	23,4%	29,6%	32,2%	44,3%
El conocimiento es individual y no se comparte	14,3%	15,6%	13,1%	12,5%	15,1%
Se recompensa sistemáticamente la sugerencia de nuevas ideas	13,6%	14,1%	15,1%	10,6%	11,3%
La empresa tiene una norma UNE que hace referencia a la innovación	3,2%	2,8%	2,7%	4,3%	6,6%
Ns/nc	7,1%	7,5%	8,0%	6,6%	0,9%

 *Diferencias respecto a la media*

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

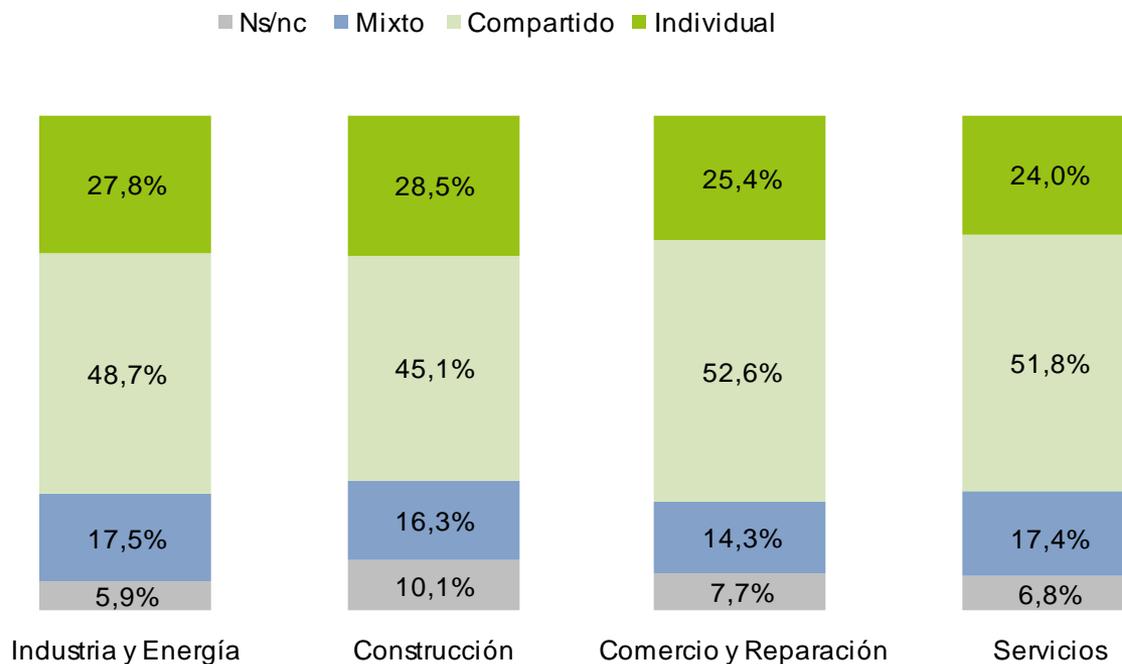
RESPECTO A LOS OBJETIVOS DE INNOVACIÓN DE LA EMPRESA, SITUACIONES QUE DEFINEN MEJOR LA COMPRENSIÓN DE LOS OBJETIVOS DE INNOVACIÓN*



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



Nuevamente priman los entornos de trabajo con formas compartidas de abordar el conocimiento. El 49,9% de las empresas cita algún modelo de tipo flexible, aunque un 26,3% muestra rigidez organizativa.



Hay variables que están relacionadas con la existencia de un contexto o cultura empresarial más flexible. En el caso del sector se aprecian modelos más rígidos en Industria y Energía o Construcción.



LOS MÉTODOS PARA LA PROTECCIÓN DE LA INNOVACIÓN Y EL CONOCIMIENTO



- ✓ Al igual que en olas anteriores, **cerca de ocho de cada diez** empresas de Bizkaia **no sigue método alguno para proteger sus innovaciones, ideas o conocimientos**; así lo indica un **75,0% de las empresas consultadas**.



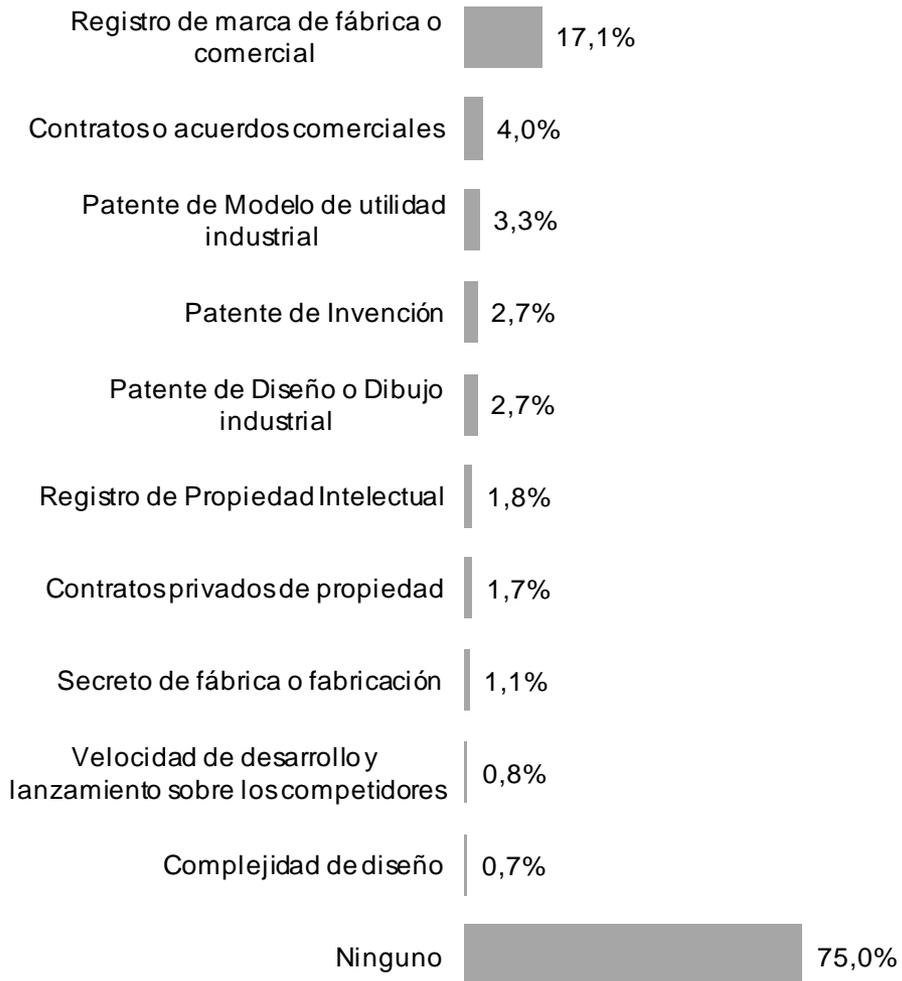
Dentro del conjunto de las empresas innovadoras, la protección de los conocimientos e innovaciones es más elevado a medida que incrementan los niveles de sistematización de la actividad de mejora continua y pasan a ser altos o muy altos



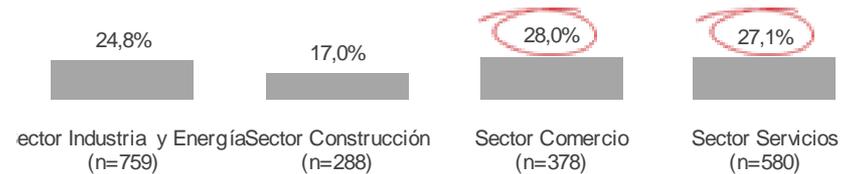
- ✓ Entre las empresas que protegen sus conocimientos o actividades, el **registro de la marca de fábrica o comercial** continúa siendo el procedimiento más recurrente, constituyendo este método el que mayor porcentaje de menciones obtiene (17,1%)*.

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

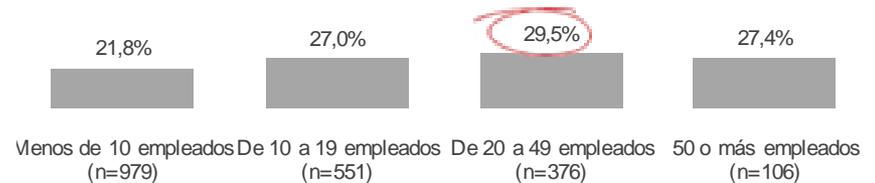
UTILIZACIÓN DE MÉTODOS PARA PROTEGER LAS INNVENCIONES, INNOVACIONES O CONOCIMIENTOS*



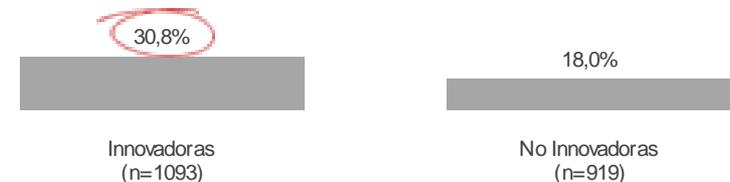
Según sector de actividad



Según tamaño de la empresa



Según tipo de empresa



UTILIZACIÓN DE MÉTODOS PARA PROTEGER LAS INNVENCIONES, INNOVACIONES O CONOCIMIENTOS*

	ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN				
	Muy bajo (n=241)	Bajo (n=206)	Medio (n=348)	Alto (n=145)	Muy Alto (n=153)
Patente de Invención	0,4%	2,9%	3,4%	7,6%	11,8%
Patente de Modelo de utilidad industrial	1,7%	0,5%	4,9%	4,8%	14,4%
Patente de Diseño o Dibujo industrial	0,4%	1,5%	4,9%	5,5%	9,2%
Registro de marca de fábrica o comercial	8,3%	17,0%	21,6%	25,5%	37,3%
Registro de Propiedad Intelectual	---	1,5%	2,6%	3,4%	9,2%
Contratos privados de propiedad	0,4%	1,5%	0,9%	4,8%	7,8%
Contratos o acuerdos comerciales	1,2%	2,4%	3,2%	5,5%	17,0%
Secreto de fábrica o fabricación	---	0,5%	1,4%	2,1%	8,5%
Complejidad de diseño	---	---	---	0,7%	7,8%
Velocidad de desarrollo y lanzamiento sobre los competidores	---	0,5%	0,3%	1,4%	6,5%
Ninguno	88,0%	75,2% ↗	66,4%	59,3%	47,1% ↘

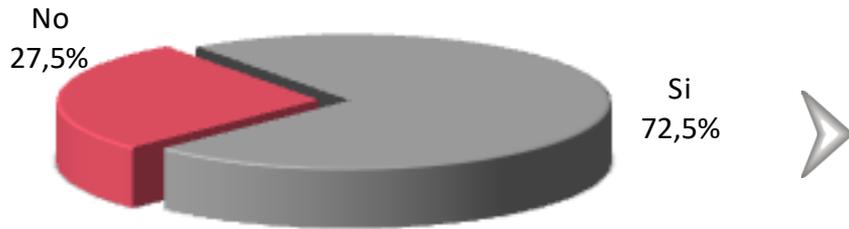
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posible respuesta múltiple.

UTILIZACIÓN DE MÉTODOS PARA PROTEGER LAS INNVENCIONES, INNOVACIONES O CONOCIMIENTOS*

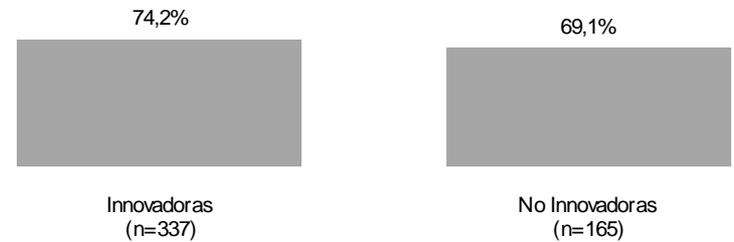
	ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN				
	Muy bajo (n=369)	Bajo (n=170)	Medio (n=181)	Alto (n=99)	Muy Alto (n=100)
Patente de Invención	---	0,6%	---	---	6,0%
Patente de Modelo de utilidad industrial	0,3%	1,8%	0,6%	2,0%	8,0%
Patente de Diseño o Dibujo industrial	---	0,6%	1,7%	2,0%	5,0%
Registro de marca de fábrica o comercial	6,5%	14,1%	16,0%	17,2%	26,0%
Registro de Propiedad Intelectual	0,3%	0,6%	---	2,0%	1,0%
Contratos privados de propiedad	0,3%	1,2%	1,1%	1,0%	2,0%
Contratos o acuerdos comerciales	0,5%	3,5%	4,4%	5,1%	6,0%
Secreto de fábrica o fabricación	---	0,6%	---	---	---
Complejidad de diseño	---	---	---	---	1,0%
Velocidad de desarrollo y lanzamiento sobre los competidores	0,3%	0,6%	---	1,0%	---
Ninguno	92,4%	80,0% ↗	77,9%	74,7%	62,0% ↘

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

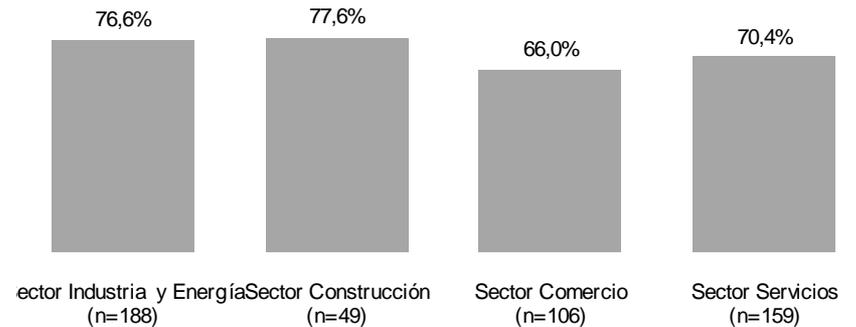
EMPRESAS QUE TIENEN ALGUNA PATENTE, MODELO DE UTILIDAD, DIBUJO INDUSTRIAL, MARCA O DERECHO DE AUTOR INSCRITA EN EL REGISTRO DE PATENTES O DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL QUE ESTÉN VIGENTES



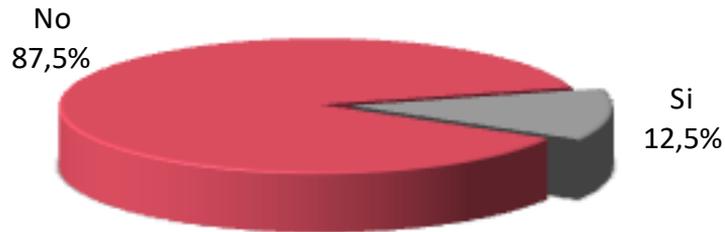
Según tipo de empresa



Según sector de actividad



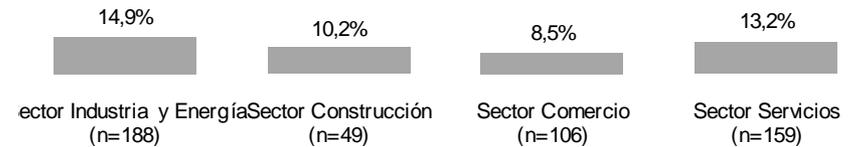
EMPRESA CON ALGUNA PATENTE, MARCA O DERECHO DE AUTOR EN PROCESO DE REGISTRO



Según tipo de empresa



Según sector de actividad





Una de cada cuatro empresas vizcaínas sigue algún método de protección de sus invenciones, innovaciones o conocimientos. En este barómetro han sido el 25,0%, 1,9 puntos porcentuales más que el pasado año.

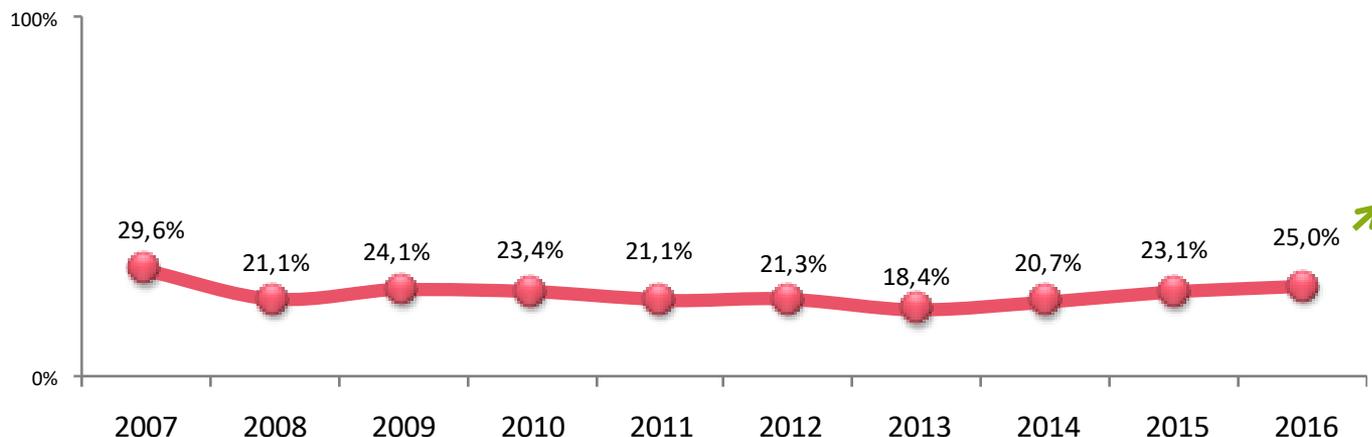


Son principalmente empresas que se perciben como innovadoras, así como las de los sectores comercio y reparación y sector servicios



El registro de marca de fábrica o comercial continúa siendo el método común más empleado, junto a los acuerdos comerciales o las patentes de modelo de utilidad.

Empresas que protegen el conocimiento



2017 NORA BIDEA



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

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

www.barrixe.com

 @barrixe

 /barrixe



7.- LA COOPERACIÓN COMO ACCESO A LA INNOVACIÓN

 **Bizkaia**
foru aldundia
diputación foral

 **CÁMARABILBAO**

LA COOPERACIÓN COMO ACCESO A LA INNOVACIÓN

3

LA COOPERACIÓN COMO ACCESO A LA INNOVACIÓN



✓ El **40,0%** 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, pero no es exclusivo de ellas



✓ El sector **Servicios** es el terreno en el que la colaboración entre empresas ha sido mayor, siendo una práctica llevada a cabo por la mayoría de las consultadas.



✓ Si ampliamos el plazo a los tres ejercicios anteriores, las empresas han colaborado descendiendo ligeramente al 38,8%.

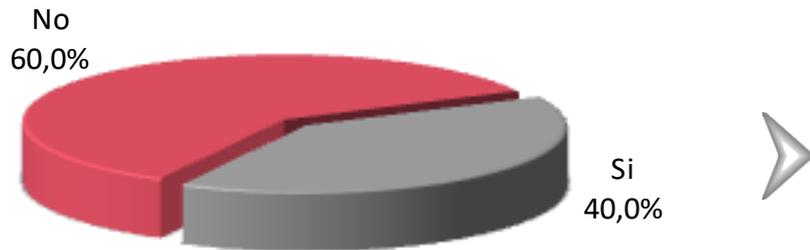


✓ Las **empresas del propio sector** son las elegidas para la cooperación por la mayoría de las empresas que durante este año han abordado esta iniciativa colaborativa.

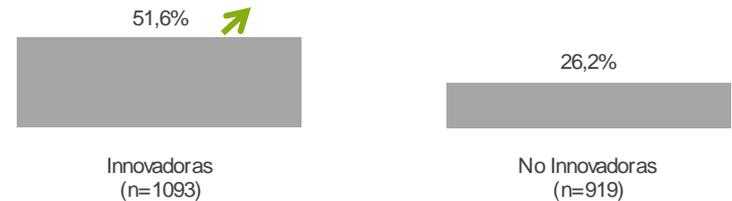


✓ Por su parte, las empresas que llevan a cabo actividad innovadora diversifican en mayor grado los agentes con quienes entablan relación; Así, empresas de otros sectores, clientes o proveedores de equipos y tecnología o centros tecnológicos u organismos públicos de investigación, son también nombrados.

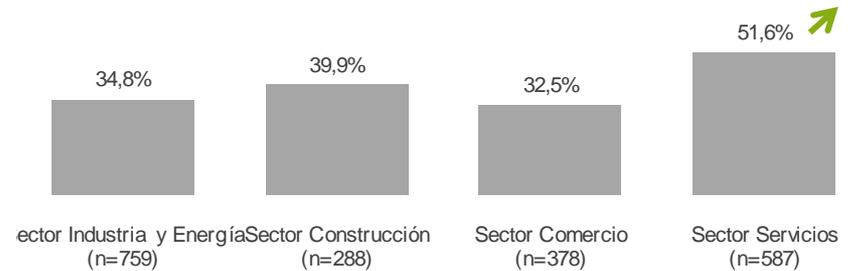
EMPRESAS QUE HAN REALIZADO PROCESOS DE COOPERACIÓN EN EL ÚLTIMO AÑO



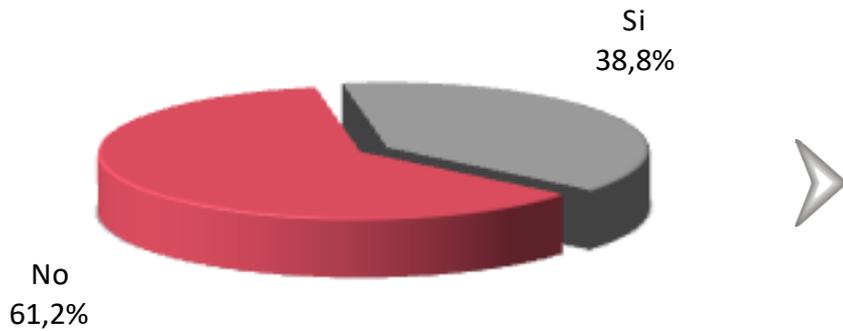
Según tipo de empresa



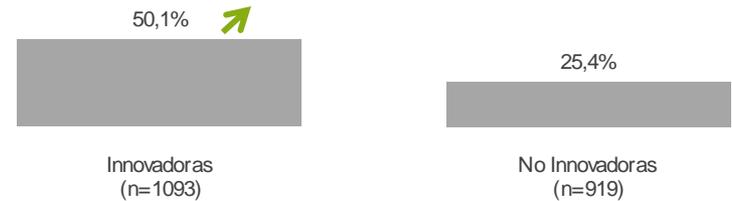
Según sector de actividad



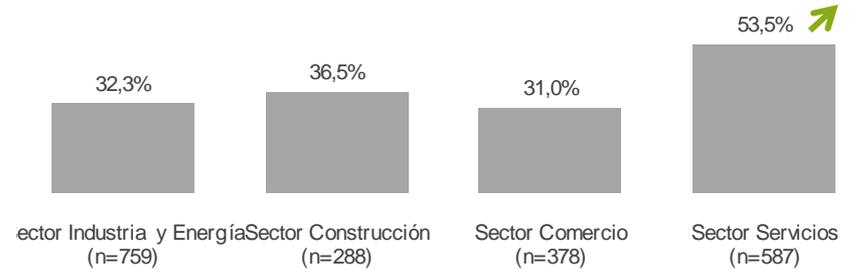
EMPRESAS QUE HAN REALIZADO PROCESOS DE COOPERACIÓN EN LOS TRES EJERCICIOS ANTERIORES



Según tipo de empresa



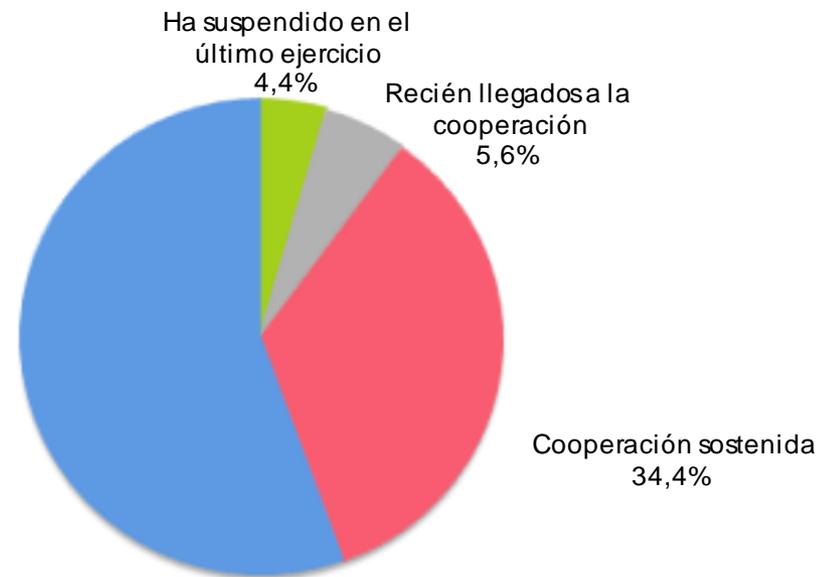
Según sector de actividad



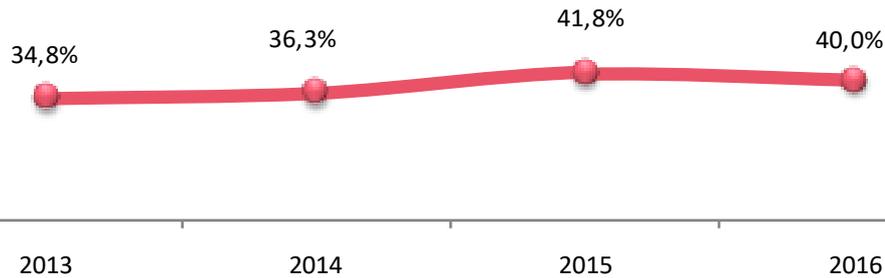
La cooperación en el período analizado

		COOPERACIÓN ÚLTIMO AÑO		TOTAL
		✓	✗	
COOPERACIÓN AÑOS ANTERIORES	✓	34,4%	4,4%	38,8%
	✗	5,6%	55,6%	61,2%
TOTAL		40,0%	60,0%	100,0%

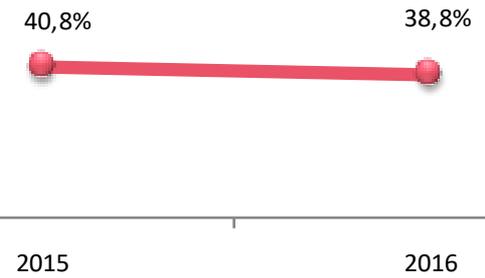
No cooperan
55,6%



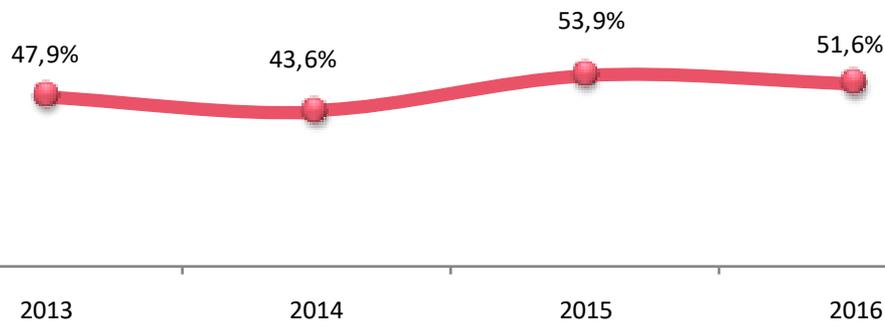
Evolución de la cooperación *(último ejercicio)*



Evolución de la cooperación *(3 ejercicios anteriores)*



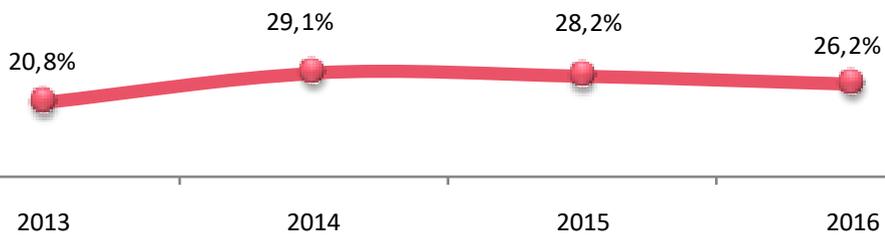
Evolución de la cooperación Empresas Innovadoras *(último ejercicio)*



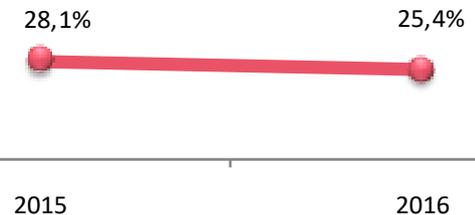
Evolución de la cooperación Empresas Innovadoras *(3 ejercicios anteriores)*



Evolución de la cooperación Empresas No Innovadoras *(último ejercicio)*



Evolución de la cooperación Empresas No Innovadoras *(3 ejercicios anteriores)*



CON QUIÉN SE HA RELIZADO LA COOPERACIÓN*



	TIPO DE EMPRESA		
	Innovadora (n=625)	No Innovadora (n=268)	
Otras empresas de su sector	71,0%	79,5%	→ <i>Preferencia</i>
Otras empresas de otros sectores	30,7%	21,6%	
Proveedores de equipos o tecnología	25,8%	17,2%	
Clientes	20,3%	13,8%	
Centros tecnológicos u organismos públicos de la investigación	19,8%	4,1%	
Universidades	9,6%	3,7%	
Expertos y firmas consultoras	9,1%	4,5%	
Centros de estudios	0,3%	---	
Asociaciones empresariales	0,2%	---	
Otras	0,8%	0,4%	

↓
Centros y organismos públicos y privados

* Se leyeron las opciones. Posible respuesta múltiple.

CON QUIÉN SE HA RELIZADO LA COOPERACIÓN*

	TOTAL (n=893)	SECTOR			
		Industria y Energía (n=294)	Construcción (n=121)	Comercio y reparación (n=136)	Servicios (n=342)
Otras empresas de su sector	73,6%	71,1%	82,6%	75,0%	71,9%
Otras empresas de otros sectores	28,0%	25,9%	26,4%	17,6%	34,5%
Proveedores de equipo so tecnología	23,2%	21,1%	16,5%	37,5%	21,6%
Clientes	18,4%	19,7%	7,4%	19,1%	20,8%
Centros tecnológicos u organismos públicos de la investigación	15,1%	19,4%	4,1%	8,1%	18,1%
Universidades	7,8%	7,1%	0,8%	4,4%	12,3%
Expertos y firmas consultoras	7,7%	6,1%	4,1%	7,4%	10,5%
Centros de estudios	0,2%	---	---	---	0,6%
Asociaciones empresariales	0,1%	0,3%	---	---	---
Otras	0,7%	0,3%	0,8%	2,2%	0,3%

 Valores destacados respecto a la media

* Se leyeron las opciones. Posible respuesta múltiple.



✓ **La cooperación** de las empresas vizcaínas tiene **cuatro propósitos** fundamentales:

- ✓ El **diseño y desarrollo** de **nuevos o mejorados productos o servicios** (36,4%)
- ✓ El **desarrollo de nuevos mercados** (32,1%)
- ✓ La **generación** de conceptos **ideas** de nuevos productos o servicios (29,3%)
- ✓ **Fabricación** de **nuevos productos** (19,5%)



Idear, desarrollar, fabricar nuevos productos o servicios y abrir nuevos mercados



Los propósitos de la cooperación empresarial

DESTINO DE LA COOPERACIÓN*



	TIPO DE EMPRESA	
	Innovadora (n=625)	No Innovadora (n=268)
Diseño y desarrollo de nuevos o mejorados productos o servicios	40,5%	26,9%
Desarrollo de nuevos mercados	33,0%	30,2%
Generación de conceptos de ideas de nuevos productos / servicios	31,7%	23,9%
Fabricación de nuevos productos	21,4%	14,9%
Vigilancia e identificación de oportunidades	13,1%	11,9%
Nuevos sistema / tecnología de producción o entregas del servicio	13,4%	3,7%
Nuevos sistemas logísticos o de distribución	7,2%	4,9%
Aumento capacidad productiva	2,4%	6,7%
Colaboración genérica	1,3%	5,2%
Potenciación Comercial / Ventas	0,6%	1,5%
Compras	0,3%	0,4%
Reducción gastos indirectos	0,2%	
Certificaciones / Homologaciones		0,4%
Otras	1,4%	3,7%
Ns/nc	0,2%	0,4%

 Principal

 Otros importantes

* Se leyeron las opciones. Posible respuesta múltiple.

DESTINO DE LA COOPERACIÓN*

	TOTAL (n=893)	SECTOR			
		Industria y Energía (n=294)	Construcción (n=121)	Comercio y reparación (n=136)	Servicios (n=342)
Diseño y desarrollo de nuevos o mejorados productos o servicios	36,4%	35,0%	28,9%	33,8%	41,2%
Desarrollo de nuevos mercados	32,1%	28,2%	32,2%	36,0%	33,9%
Generación de conceptos de ideas de nuevos productos/ servicios	29,3%	25,2%	20,7%	36,8%	33,0%
Fabricación de nuevos productos	19,5%	31,6%	14,0%	14,0%	13,2%
Vigilancia e identificación de oportunidades	12,8%	8,5%	14,0%	19,9%	13,2%
Nuevos sistema / tecnología de producción o entregas del servicio	10,5%	9,2%	9,1%	10,3%	12,3%
Nuevos sistemas logísticos o de distribución	6,5%	4,1%	3,3%	11,0%	7,9%
Aumento capacidad productiva	3,7%	2,7%	9,1%	1,5%	3,5%
Colaboración genérica	2,5%	1,4%	5,8%	2,2%	2,3%
Potenciación Comercial / Ventas	0,9%	1,0%	1,7%	0,7%	0,6%
Compras	0,3%	0,7%	---	0,7%	---
Reducción gastos indirectos	0,1%	---	---	---	0,3%
Certificaciones/ Homologaciones	0,1%	---	0,8%	---	---
Otras	2,1%	1,4%	4,1%	0,7%	2,6%
Ns/nc	0,2%	0,3%	0,8%	---	---

 *Principal*
 *Otros importantes*

* Se leyeron las opciones. Posible respuesta múltiple.

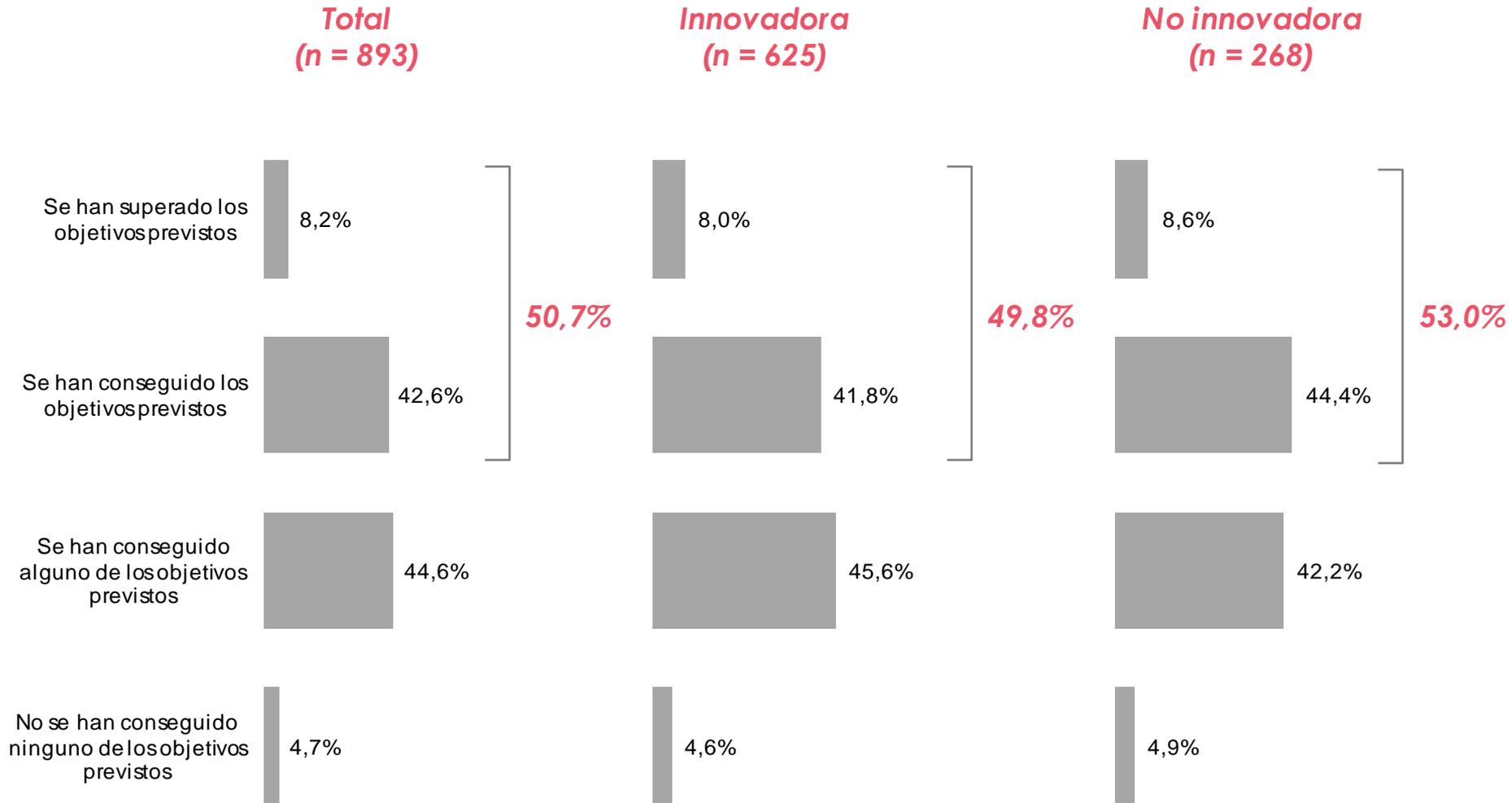


✓ La consecución de los objetivos previstos es mayoritaria en el caso de la cooperación.



Tanto las empresas innovadoras como las no innovadoras se muestran satisfechos con los resultados de la colaboración

CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DE COOPERACIÓN*





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

- ✓ Razones de **mercado** (53,8%)
- ✓ Razones vinculadas al **conocimiento** (34,2%)
- ✓ Razones **económicas** o de **coste** (31,8%)



Las empresas sitúan de nuevo al mercado como el principal impulsor de la cooperación empresarial. Ya en Norabidea 2016 las menciones al “mercado” habían crecido 24,4 puntos porcentuales, continuando este año con el incremento en dos puntos más

RAZONES PARA COOPERAR CON OTRAS EMPRESAS U AGENTES DE LA INNOVACIÓN*



	TIPO DE EMPRESA	
	Innovadora (n=625)	No Innovadora (n=268)
Razones de mercado	53,3%	54,9%
Razones económicas o de coste	37,8%	25,7%
Razones vinculadas al conocimiento	31,7%	32,1%
Razones organizativas	20,0%	18,3%
Mejorar, ampliar productos / servicios al cliente	1,0%	1,9%
Razones tecnológicas/ Maquinaria / Herramientas	0,3%	1,1%
Competitividad del mercado	0,2%	0,4%
Razones filosofía de empresa	0,2%	
Razones logísticas	0,3%	0,7%
Otras	0,2%	
Ns/nc	53,3%	54,9%

Primer factor

Segundo

* Se leyeron las opciones. Posible respuesta múltiple.

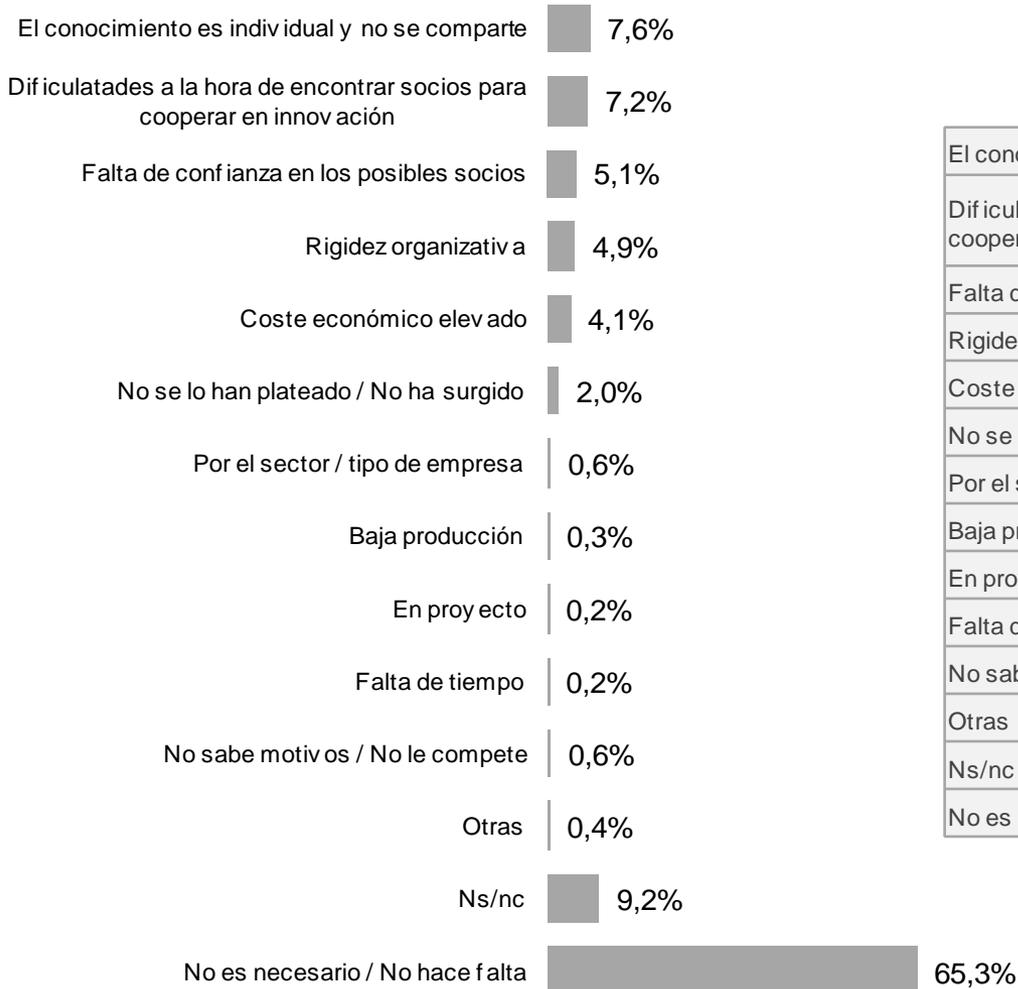


- ✓ En cuanto a los motivos por los que las empresas no han cooperado en el último ejercicio, el principal tiene que ver con el convencimiento de que no lo ha necesitado, como cita el 65,3%.



- ✓ El resto de empresas nombra otro tipo de factores, entre ellos que el conocimiento es individual y no se comparte, las dificultades para encontrar socios con los que colaborar, o la falta de confianza en los mismos.

RAZONES PARA NO COOPERAR



	TIPO DE EMPRESA	
	Innovadora (n=545)	No Innovadora (n=686)
El conocimiento es individual y no se comparte	9,0%	6,4%
Dificultades a la hora de encontrar socios para cooperar en innovación	8,8%	6,0%
Falta de confianza en los posibles socios	5,0%	5,2%
Rigidez organizativa	5,7%	4,2%
Coste económico elevado	3,3%	4,7%
No se lo han planteado / No ha surgido	2,0%	2,0%
Por el sector / tipo de empresa	0,2%	0,9%
Baja producción	--	0,6%
En proyecto	0,6%	--
Falta de tiempo	0,4%	0,1%
No sabe motivos / No le compete	0,9%	0,4%
Otras	0,4%	0,4%
Ns/nc	14,1%	5,2%
No es necesario, no hace falta	58,5%	70,7%

* Se leyeron las opciones. Posible respuesta múltiple.

RAZONES PARA NO COOPERAR

	TOTAL (n=1231)	SECTOR			
		Industria y Energía (n=514)	Construcción (n=183)	Comercio y reparación (n=261)	Servicios (n=273)
El conocimiento es individual y no se comparte	7,6%	8,0%	6,0%	6,9%	8,4%
Dificultades a la hora de encontrar socios para cooperar en innovación	7,2%	6,2%	6,0%	8,0%	9,2%
Falta de confianza en los posibles socios	5,1%	5,3%	2,7%	5,7%	5,9%
Rigidez organizativa	4,9%	4,9%	3,8%	5,7%	4,8%
Coste económico elevado	4,1%	4,1%	3,8%	5,0%	3,3%
No se lo han planteado / No ha surgido	2,0%	2,9%	1,1%	1,9%	1,1%
Por el sector / tipo de empresa	0,6%	0,6%	---	0,8%	0,7%
Baja producción	0,3%	---	0,5%	0,8%	0,4%
En proyecto	0,2%	0,2%	---	---	0,7%
Falta de tiempo	0,2%	0,6%	---	---	---
No sabe motivos / No le compete	0,6%	1,0%	0,5%	0,4%	0,4%
Otras	0,4%	0,2%	1,6%	---	0,4%
Ns/nc	9,2%	9,7%	8,7%	7,3%	10,3%
No es necesario/no hace falta	65,3%	64,4%	68,9%	65,9%	64,1%

 *Principal*
 *Otros importantes*

* Se leyeron las opciones. Posible respuesta múltiple.

2017 NORA BIDEA



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

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

www.barrixe.com

 @barrixe

 /barrixe



8.- LA INNOVACIÓN EN MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

 **Bizkaia**
foru aldundia
diputación foral

 **CÁMARABILBAO**

LAS INNOVACIONES EN EL ÁREA DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN 3



LAS INNOVACIONES EN EL ÁREA DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

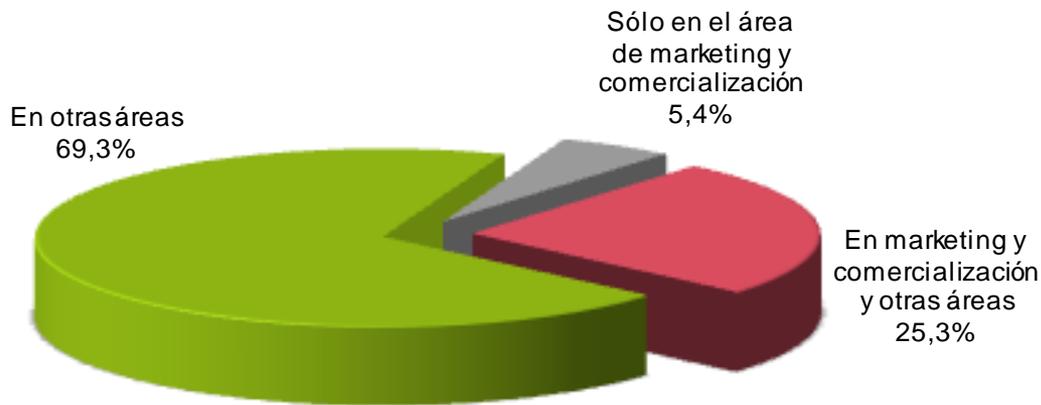
LAS EMPRESAS QUE REALIZAN ACTIVIDADES INNOVADORAS EN MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN



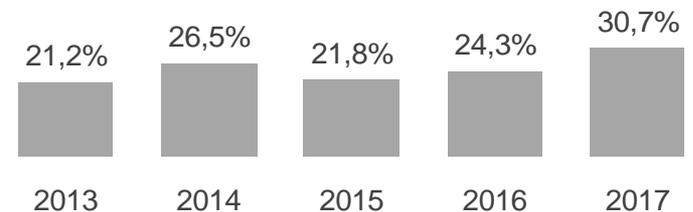
✓ En esta ocasión el volumen de empresas entrevistadas que ha acometido innovaciones en el área de marketing y comercialización vuelve crecer respecto los años anteriores del barómetro.



Tres de cada diez empresas innovadoras han abordado iniciativas novedosas en el área de marketing y comercialización



Sobre el total de empresas innovadoras





- ✓ La participación reciente en innovación es superior entre las empresas que han combinado iniciativas de marketing y comercialización y otras.

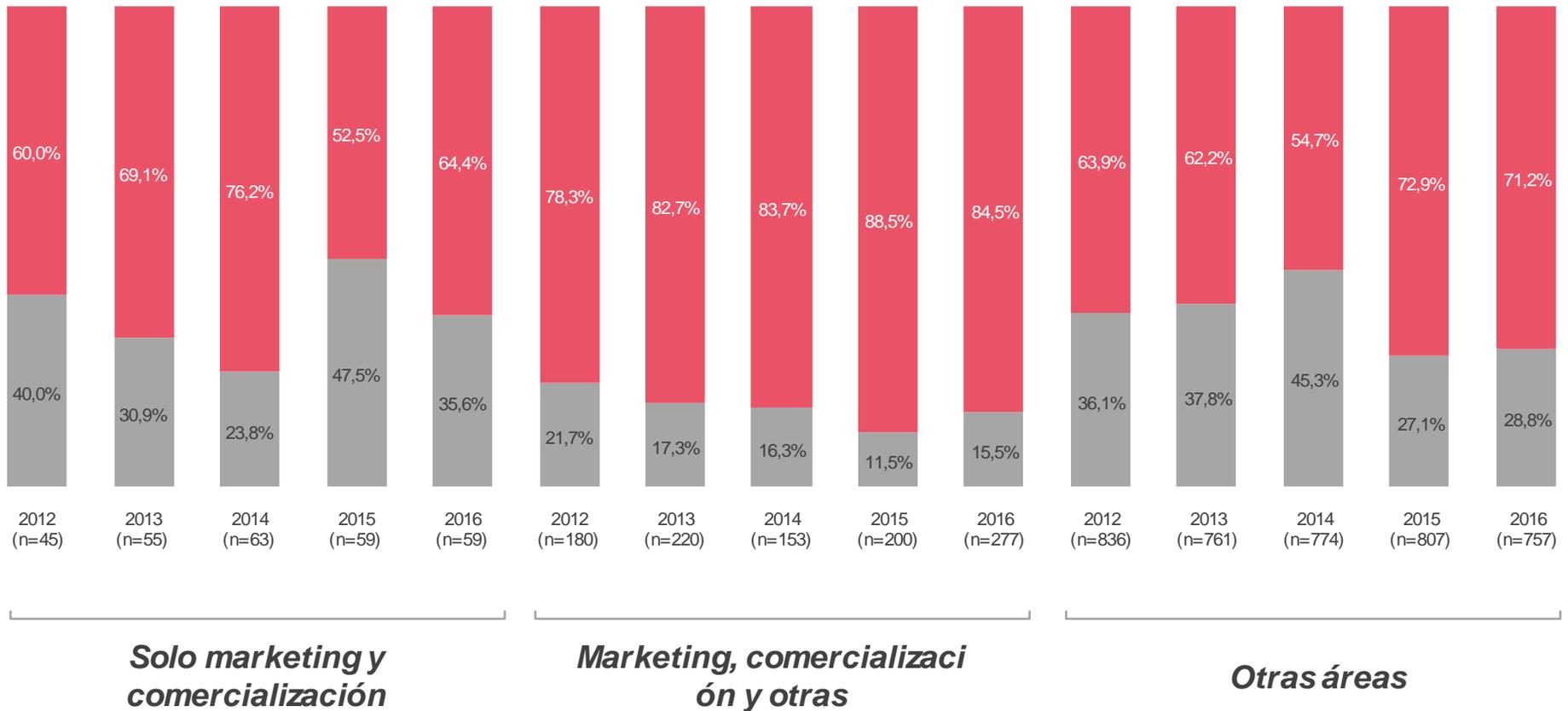


- ✓ Para las empresas que han dedicado sus esfuerzos al ámbito del marketing y la comercialización exclusivamente, la visualización del cumplimiento de sus expectativas parece menor. Es en el momento que se combinan con otras tipologías, cuando la satisfacción se incrementa significativamente.

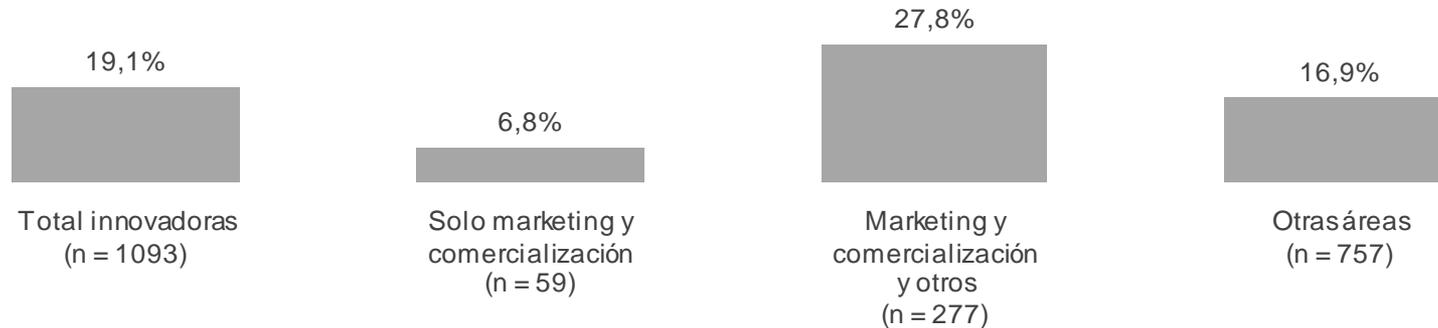


- ✓ Igualmente, el acceso a la ayuda pública ha sido superior entre quienes combinan marketing y comercialización y otras áreas.

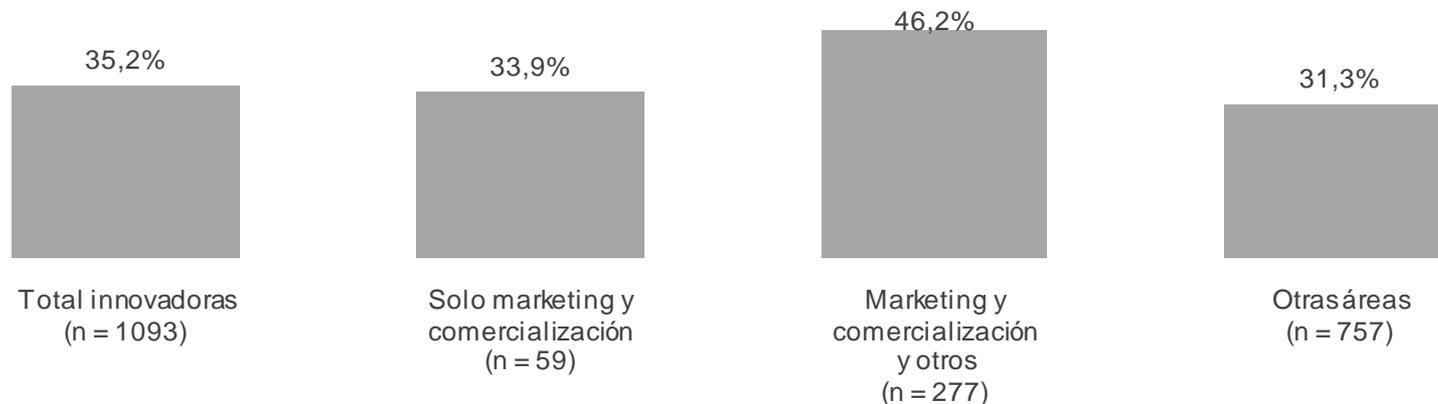
LA ACTIVIDAD INNOVADORA EN EL ÚLTIMO EJERCICIO



DISPOSICIÓN DE UNA PARTIDA ESPECÍFICA PARA ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN

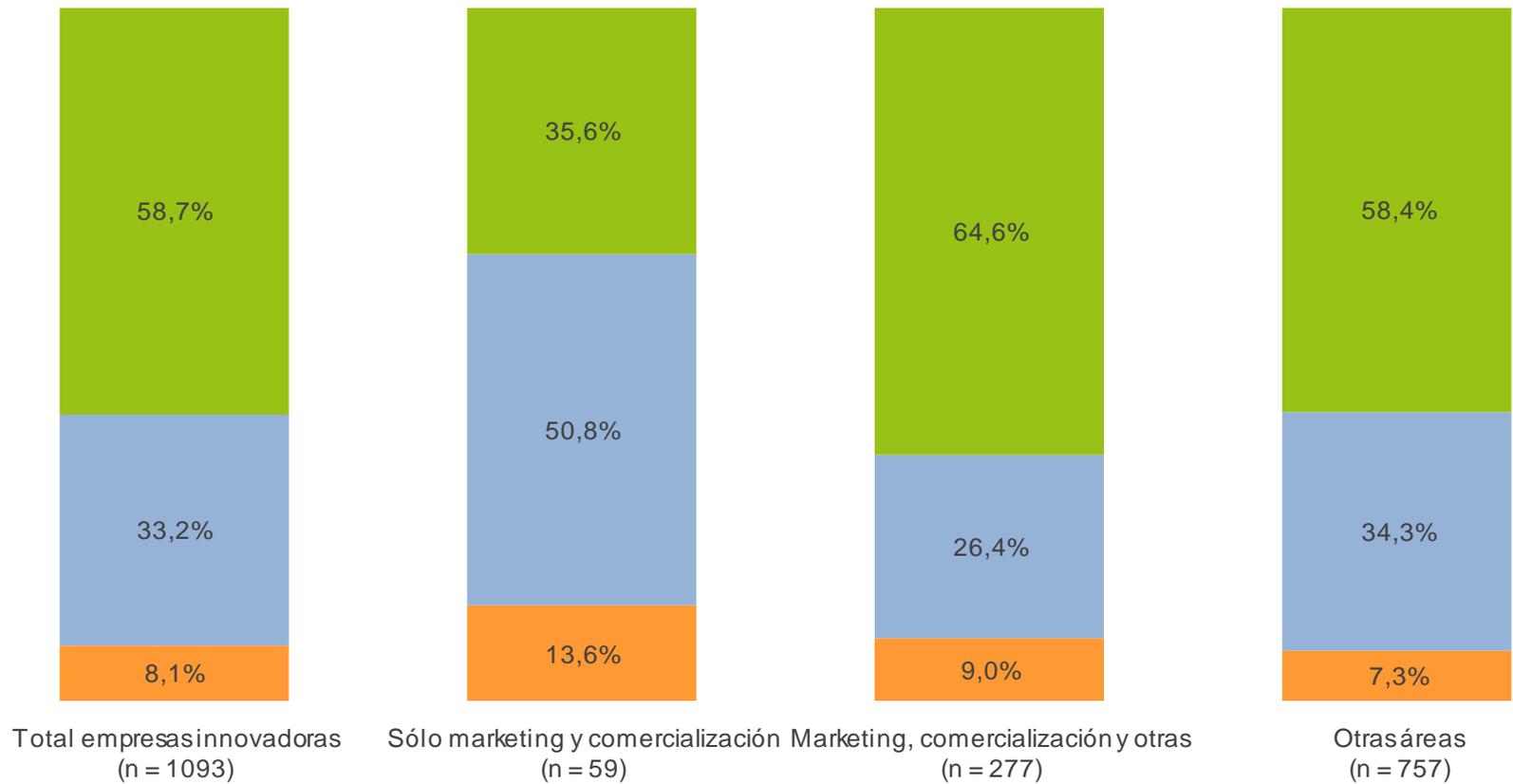


LA CONTABILIDAD DE LA GESTIÓN PERMITE IDENTIFICAR LOS BENEFICIOS DE LAS INNOVACIONES IMPLEMENTADAS

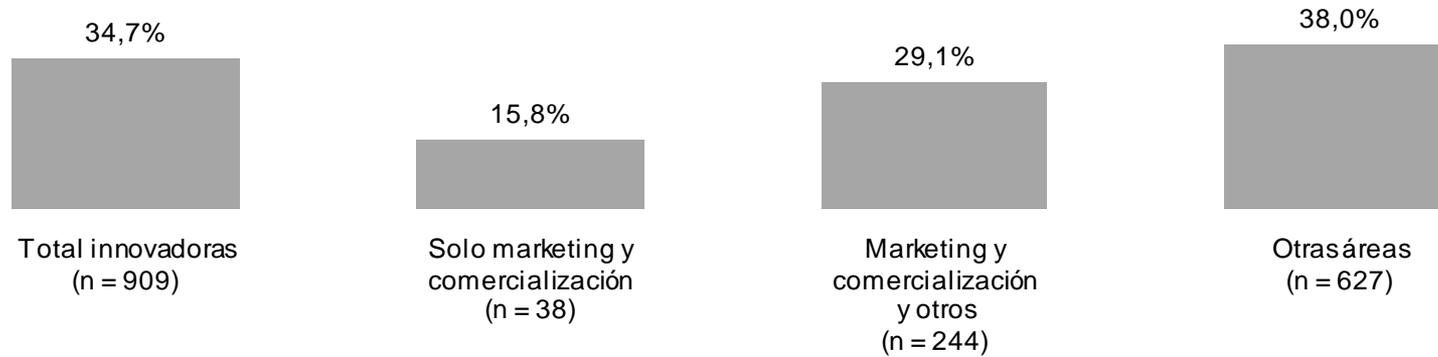


GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LAS EXPECTATIVAS CON LAS ACTIVIDADES INNOVADORAS

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



ACCESO A LA AYUDA PÚBLICA



De total de empresas innovadoras radicadas en el territorio vizcaíno, un 30,7% ha realizado innovaciones en el área de marketing y comercialización.

Un tipo de actividades con mayor incidencia en el sector comercio y reparación

