



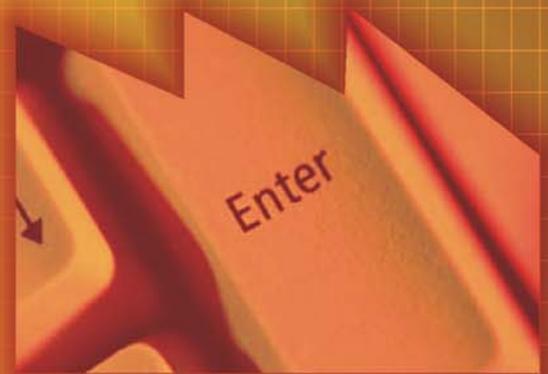
Bizkaiko Foru
Aldundia
Diputación
Foral de Bizkaia

Berrikuntza eta Ekonomi
Sustapen Salla
Departamento de Innovación
y Promoción Económica



BILBOKO
MERKATARITZA
GANBERA

CÁMARA DE
COMERCIO
DE BILBAO



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



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

NOVIEMBRE **2007**

RESUMEN EJECUTIVO



LA EMPRESA INNOVADORA DE BIZKAIA

	Objetivos de la investigación	3
	Conclusiones	4
	Tablas resumen	6
	Ficha técnica.....	11



Objetivos de la investigación

Objetivos generales

ANALIZAR LA IMPORTANCIA DE LA INNOVACIÓN PARA LAS EMPRESAS DE BIZKAIA

- ✓ CON EL OBJETIVO ÚLTIMO DE:



“OBTENER UNA RADIOGRAFÍA DE LA REALIDAD DE LAS EMPRESAS DE BIZKAIA EN CUESTIONES RELACIONADAS CON LA INNOVACIÓN”

- ✓ Se entiende la **innovación** como un proceso de creación de valor que se fundamenta en la introducción en el mercado de un producto o un servicio nuevo o sensiblemente mejorado (innovación de producto , la creación de un proceso nuevo o mejorar sensiblemente uno existente (innovación de proceso), llevar a cabo cambios significativos en la organización y gestión (innovación organizativa), y mejoras radicales en la cualificación del capital humano.

Objetivos específicos

Los **objetivos específicos** sobre los que se ha basado la investigación han sido los siguientes:

- ✓ **Analizar** la importancia de la innovación para las empresas de Bizkaia: *su capacidad de innovación en los últimos dos años, la inversión en innovación, los principales motivos para innovar, el comportamiento innovador de las empresas con relación a sus principales competidores, y la actitud de los clientes frente a los esfuerzos innovadores realizados.*
- ✓ **Ahondar** en la actividad innovadora en las empresas: *las mejoras introducidas en innovación, la búsqueda de asesores para las actividades innovadoras, el acceso a las tecnologías más avanzadas, los principales motores y frenos a la innovación en las empresas.*
- ✓ **Determinar** la importancia de compartir conocimientos entre las empresas: *importancia de los nuevos métodos de interconexión, las experiencias en materia de colaboración e interconexión, las experiencias en materia de colaboración e intercambio de conocimientos, la utilidad de la cooperación con otras empresas, y la participación en redes de innovación.*
- ✓ **Establecer** los nuevos enfoques de innovación y la receptividad del mercado en el futuro: *las fortalezas y carencias de las empresas en materia de innovación, la receptividad futura de los mercados, y las tendencias futuras de los mercados y de las empresas en materia de innovación.*



Conclusiones

LA INNOVACIÓN NO TECNOLÓGICA CONTINÚA SIENDO UNA ASIGNATURA PENDIENTE

- ✓ El 71% de los esfuerzos en innovación realizados en 2007 se centran en la mejora de los procesos de producción y en la creación de nuevos productos/servicios, situación similar a la observada en 2006. En un segundo plano se sitúan los cambios organizacionales (21,1%), estando, todavía, muy por debajo de los niveles europeos.

LOS CLIENTES, EN GENERAL, SE HAN VUELTO MÁS EXIGENTES

- ✓ La clientela y la necesidad de responder a sus demandas se convierte en el pilar clave para el desarrollo de la innovación en las empresas de Bizkaia. Hoy en día, los clientes pueden comparar con mayor facilidad los productos de cualquier proveedor y procedente de cualquier parte del mundo. Además, esperan precios más bajos y un servicio más rápido y personalizado. Esto obliga a las empresas a reaccionar como así lo atestigua que la necesidad de responder a las necesidades de los clientes es el principal inductor de la innovación en las empresas de Bizkaia.

SE EVIDENCIA UN GAP ENTRE EL MUNDO DE LA INVESTIGACIÓN Y EL DE LA EMPRESA

- ✓ Pocas empresas contratan investigaciones externas. Según los resultados del estudio de mercado, éstas no tienen claro si podría resultarles interesante, no obstante, también hay que observar que la gran mayoría no ha recibido propuestas de asesoramiento externo.

LA NECESIDAD DE MOVILIZAR O ENCONTRAR RECURSOS FINANCIEROS ES PERCIBIDO POR LAS EMPRESAS COMO EL PRINCIPAL FRENO A LA HORA DE INNOVAR

- ✓ Los principales ámbitos de mejora de cara a facilitar y potenciar los procesos de innovación entre las empresas de Bizkaia se centran en la financiación, la cualificación del personal y la formación de éste.

LAS EMPRESAS EN BIZKAIA COLABORAN ESCASAMENTE CON OTRAS, NO OBSTANTE, CONSIDERAN QUE SERÁ IMPORTANTE HACERLO EN LOS PRÓXIMOS AÑOS.

- ✓ Las empresas de Bizkaia no alcanzan los niveles de colaboración con otras empresas alcanzadas en Europa o en España, y participan poco en redes de innovación. Sin embargo, y de cara al futuro, consideran útil la posibilidad de cooperar con otras empresas para lanzar nuevos productos/servicios al mercado.

LAS EMPRESAS DE BIZKAIA NO PERCIBEN LA IMPORTANCIA DE IMPLANTAR SISTEMAS DE INFORMACIÓN ESTRATÉGICA

- ✓ Un 38,5% de las empresas de Bizkaia no cree que la falta de información sobre innovaciones que se producen en su sector les resta oportunidades para innovar.

LAS EMPRESAS TIENEN PUESTA SU CONFIANZA EN EL MERCADO COMO FUERZA MOTORA DE LA INNOVACIÓN EN EL FUTURO

- ✓ Se mantiene la idea de unos mercados abiertos al proceso de innovación y se pone de manifiesto su receptividad futura a este fenómeno.



Tablas resumen



P.1.: Comparando con hace dos años, ¿Usted diría que la capacidad de innovación de su empresa...?

CAPACIDAD DE INNOVACIÓN	UE 15	BIZKAIA Enero 2006	BIZKAIA Enero 2007	BIZKAIA Noviembre 2007
Ha mejorado	63,0%	73,1%	60,1%	58,9%



P.2.: Aproximadamente, ¿Qué porcentaje de su facturación proviene de nuevos o renovados productos y/o servicios introducidos durante los dos últimos años?

PORCENTAJE DE FACTURACIÓN	UE 15	BIZKAIA Enero 2006	BIZKAIA Enero 2007	BIZKAIA Noviembre 2007
<10%	60,0%	66,4%	72,9%	66,4%
>10%	40,0%	33,5%	20,6%	18,9%
Ns/nc	-	-	6,5%	14,7%



P.3.: En los últimos dos años, aproximadamente, ¿Qué porcentaje de su inversión se ha destinado a innovación tanto en productos, procesos, organización o márketing?

PORCENTAJE DE LA INVERSIÓN	UE 15	BIZKAIA Enero 2006	BIZKAIA Enero 2007	BIZKAIA Noviembre 2007
<10%%	58,0%	60,7%	54,4%	64,5%
>10%	42,0%	39,3%	38,7%	20,0%
Ns/nc	0,0%	0,0%	6,9%	15,5%



P.4.: ¿Sus esfuerzos innovadores se han concentrado principalmente en nuevos productos, procesos de producción, cambios organizativos y/o márketing?

TIPOS DE INNOVACIÓN	UE 15	BIZKAIA Enero 2006	BIZKAIA Enero 2007	BIZKAIA Noviembre 2007
Nuevos procesos de producción	35,0%	51,0%	52,8%	47,5%
Nuevos productos	38,0%	41,3%	28,9%	31,3%



P.5.: ¿Cuáles de los siguientes factores han influido de forma más intensa en su empresa a la hora de decidir innovar en los dos últimos años?

FACTORES ENDÓGENOS Y EXÓGENOS	UE 15	BIZKAIA Enero 2006	BIZKAIA Enero 2007	BIZKAIA Noviembre 2007
Responder a la demanda de los clientes	35,0%	53,5%	42,8%	38,6%



P.6: En general, ¿Cómo describiría la actitud de sus clientes hacia sus esfuerzos innovadores?

ACTITUD DE LOS CLIENTES	UE 15	BIZKAIA Enero 2006	BIZKAIA Enero 2007	BIZKAIA Noviembre 2007
Motivadora	85,5%	62,5%	52,6%	56,1%



P.7: En los últimos dos años, ¿su empresa qué tipo de actividades relacionadas con la innovación ha desarrollado...?

TIPO DE ACTIVIDAD INNOVADORA	UE 15	BIZKAIA Enero 2006	BIZKAIA Enero 2007	BIZKAIA Noviembre 2007
Investigaciones propias (internas)	54,0%	24,1%	11,6%	14,5%
Ha contratado investigación con otras empresas universidades o centros de investigación	20,0%	10,1%	3,0%	2,4%



P.8: ¿Podría resultar interesante para su empresa la contratación de investigadores externos, centros tecnológicos, universidades...?

INTERÉS POR LA CONTRATACIÓN EXTERNA DE...	BIZKAIA Enero 2006	BIZKAIA Enero 2007	BIZKAIA Noviembre 2007
No concretan respuesta	69,3%%	76,4%	76,4%



P.9.: En los últimos dos años, ¿Ha obtenido propuestas de servicios de ayuda para sus actividades de innovación como: planes de negocio, investigación de mercados, patentes...?

PROPUESTA DE AYUDA EXTERNA A LA INNOVACIÓN	UE 15	BIZKAIA Enero 2006	BIZKAIA Enero 2007	BIZKAIA Noviembre 2007
No	73,0%	64,7%	71,2%	70,4%



P.10.: ¿Cuáles son los principales frenos a la innovación en su empresa, de entre los siguientes...?

NECESIDADES INSATISFECHAS EN TÉRMINOS DE INNOVACIÓN	UE 15	BIZKAIA Enero 2006	BIZKAIA Enero 2007	BIZKAIA Noviembre 2007
Encontrar o movilizar los recursos financieros	26,0%	24,8%	48,9%	40,8%
Encontrar o movilizar recursos humanos	35,0%	55,5%	43,8%	29,2%



P.11.: ¿Cuáles son los dos factores más importantes que mejor explican las fortalezas de su empresa en innovación?

FORTALEZAS EN INNOVACIÓN	UE 15	BIZKAIA Noviembre 2006	BIZKAIA Noviembre 2007
Adaptabilidad a las necesidades del mercado	38,0%	26,2%	34,3%
Personal cualificado	49,0%	65,8%	29,5%
Métodos de producción eficientes	17,0%	14,5%	25,8%



P.12.: ¿Cuáles son las dos necesidades insatisfechas más importantes en materia de innovación en su empresa?

NECESIDADES INSATISFECHAS	BIZKAIA Noviembre 2006	BIZKAIA Noviembre 2007
Financiación para la innovación	18,8%	33,0%
Incorporar personal especializado	29,5%	32,5%
Formación de la plantilla	31,9%	34,6%
Comprar equipos y maquinaria	35,8%	17,1%



P.13.: En los últimos tres años, ¿ha obtenido alguna ayuda pública o subvención de apoyo a la innovación?

AYUDA PÚBLICA PARA LA INNOVACIÓN	UE 15	BIZKAIA Noviembre 2006	BIZKAIA Noviembre 2007
Si	8,0%	28,8%	27,3%
No	92,0%	71,2%	72,7%



P.14.: ¿Para qué fue más valiosa la ayuda pública para su empresa?*

DESTINO DE LA AYUDA PÚBLICA PARA LA INNOVACIÓN	UE 15	BIZKAIA Noviembre 2006	BIZKAIA Noviembre 2007
Introducción de procesos nuevos o significativamente mejorados	68,0	53,2	39,3%
La investigación en la propia empresa (in-house) o la contratada a otras organizaciones	60,0	23,7	26,1%
Ns/Nc	--	--	44,4%



P.15.: La innovación se realiza frecuentemente a través de nuevos métodos de interconexión (en red) entre empresas innovadoras (desarrollo combinado de nuevos productos, compartir conocimientos) para su empresa estos nuevos métodos de interconexión son...

LA IMPORTANCIA DE LOS INTERCAMBIOS E INTERCONEXIÓN	UE 15	BIZKAIA Enero 2006	BIZKAIA Enero 2007	BIZKAIA Noviembre 2007
Importante	65,1%	60,8%	39,7%	41,9%



P.16.: Su empresa, ¿colabora con otras para lanzar nuevos productos o servicio o para introducir nuevos procesos?

LA COLABORACIÓN ENTRE EMPRESAS PARA LA INNOVACIÓN	UE 15	BIZKAIA Enero 2006	BIZKAIA Enero 2007	BIZKAIA Noviembre 2007
Sí, desde hace tiempo	45,0%	25,6%	19,2%	10,3%
Sí, sólo recientemente	18,0%	11,5%	6,3%	11,3%
No	27,0%	60,4%	67,1%	62,4%



P.17.: La cooperación con otras empresas para lanzar nuevos productos o servicios o para introducir nuevos procesos será para su empresa en los próximos años...

UTILIDAD FUTURA DE LA COOPERACIÓN CON OTRAS EMPRESAS	UE 15	BIZKAIA Enero 2006	BIZKAIA Enero 2007	BIZKAIA Noviembre 2007
Útil	81,0%	54,3%	37,6%	45,7%



P.18: En los últimos dos años, ¿Ha participado su empresa en alguna red de innovación con otras empresas, universidades o institutos de investigación?

PARTICIPACIÓN EN REDES DE INNOVACIÓN	UE 15	BIZKAIA Enero 2006	BIZKAIA Enero 2007	BIZKAIA Noviembre 2007
Sí	14,0%	27,7%	18,6%	10,5%
No	85,0%	72,3%	78,6%	77,4%



P.19: ¿Me podría decir para cada una de la siguientes proposiciones si usted está de acuerdo o en desacuerdo

	DE ACUERDO				NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO				EN DESACUERDO			
	UE 15	BIZK Ene. 2006	BIZK En. 2007	BIZK Nov. 2007	UE 15	BIZK Ene. 2006	BIZK En. 2007	BIZK Nov. 2007	UE 15	BIZK 2006	BIZK En. 2007	BIZK Nov. 2007
a) La falta de información sobre innovaciones que se producen en mi sector me resta oportunidades para innovar	--	50,4%	35,1%	44,1%	--	9,2%	24,9%	12,7%	--	40,4%	37,1%	38,5%
b) Teniendo en cuenta el mercado en el que opera su compañía, hoy por hoy están obligados a innovar	86,0%	78,8%	62,7%	55,3%	--	8,7%	22,8	21,2%	14,0%	12,5%	10,6	19,2%
c) La globalización de los mercados es una oportunidad para la innovación	73,0%	51,5%	41,8%	53,4%	--	16,2%	36,0	24,2%	24,0%	32,3%	11,7%	15,4%



P.20.: En comparación con la situación actual, ¿Usted espera que su mercado para introducir productos innovadores en los próximos años será...?

RECEPTIVIDAD DEL MERCADO A LA INNOVACIÓN EN EL FUTURO	UE 15	BIZKAIA Enero 2006	BIZKAIA Enero 2007	BIZKAIA Noviembre 2007
Más receptivo	54,0%	65,6%	57,9%	50,8%



Ficha técnica

Metodología

- ✓ Metodología de exploración y **Análisis Cuantitativo**.

Técnica de estudio

- ✓ **Entrevista telefónica** aplicada por sistema C.A.T.I. (Computer Aided Telephone Interview), realizadas a lo largo del mes de Noviembre de 2007.

Universo objeto del estudio

- ✓ Directores de empresas de 10 ó más trabajadores de Bizkaia.

Estructura de la muestra

- ✓ El tamaño de la muestra final es de **358 entrevistas** telefónicas, lo que supone un margen de error muestral para un nivel de confianza del 95,5%, $p = q = 0,5$, 2σ respecto de μ de $e = \pm 4,9\%$ para todas las estimaciones que se quieran realizar sobre este colectivo.

Diseño muestral

- ✓ Las entrevistas han sido distribuidas en función del tamaño de empresa y el sector de actividad según el peso correspondiente a estos segmentos en la Base de Datos disponible para el trabajo de encuestación, realizándose una distribución muestral mediante afijación proporcional por tamaño de empresa y sector de actividad.
- ✓ Posteriormente, los datos han sido equilibrados para obtener una representatividad de la distribución real de las empresas en Bizkaia.

La **distribución muestral** resultante ha sido la siguiente:

 MUESTRA	10-19	20-49	>=50	TOTAL
	trabajadores	trabajadores	trabajadores	
Industria	87	60	33	180
Construcción	59	29	11	99
Actividades inmobiliarias y de alquiler, servicios empresariales	37	27	15	79
Total	183	116	50	358

Innobarómetro

✓ Con el fin de poder comparar la situación relativa de Bizkaia con la Europea se han utilizado como referente comparativo los últimos datos disponibles de una selección de preguntas obtenidas de distintos Innobarómetros europeos.