



bizkaiko berrikuntza
behatokia
observatorio de la innovación
de bizkaia

INFORME DE RESULTADOS

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

www.barrixe.com

 @barrixe



nora**bide**ea 2013



Bizkaiko Foru Aldundia
Diputación Foral de Bizkaia



BILBOKO
MERKATARITZA
GANBERA CÁMARA DE
COMERCIO
DE BILBAO



1.-PRINCIPALES CONCLUSIONES	4
2.- LA ACTIVIDAD INNOVADORA DE LA EMPRESA DE BIZKAIA	22
2.1. La participación en actividades innovadoras	24
2.2. La participación en la Innovación en los últimos cuatro años	29
2.3. La Innovación sostenida en el tiempo	32
2.4. Caracterización de las empresas respecto a las actividades de innovación	35
3.- LOS INDICES DE CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS RESPECTO A LA INNOVACIÓN	41
3.1. El Índice de Intensidad de la Innovación	42
3.2. La relación entre el Índice de Intensidad de la Innovación y las variables empresariales	46
3.3. El Índice de Intensidad de la Innovación de las empresas innovadoras tecnológicas	52
4.- LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS	57
4.1. Los ámbitos de la innovación	58
4.2. El esfuerzo innovador y el cumplimiento de expectativas	67
4.3. Los efectos de la actividad innovadora	72
4.4. Las fuentes de innovación	77
4.5. El acceso a la ayuda pública	80
5.- LOS MÉTODOS PARA LA PROTECCIÓN DE LA INNOVACIÓN Y EL CONOCIMIENTO	85
6.- LOS RITMOS DE LA INNOVACIÓN	95



7.- LA COOPERACIÓN COMO ACCESO A LA INNOVACIÓN	100
7.1. La actitud hacia la cooperación en materia de innovación	101
7.2. Reconocimiento de agentes desde la cooperación	105
7.3. El comportamiento ante la cooperación en materia de innovación	110
8.- CULTURA EMPRESARIAL EN RELACIÓN A LA INNOVACIÓN	116
8.1. Comportamiento en relación a la gestión del conocimiento	117
9.- CAPITAL HUMANO Y ESTRUCTURAL DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS	121
10.- EL CONTEXTO ECONÓMICO Y FINANCIERO Y EL VALOR OTORGADO A LA INNOVACIÓN	125
10.1. La valoración del contexto económico	126
10.2. La previsión a futuro	133
11.- LAS INNOVACIONES EN EL ÁREA DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN	138
12.- LAS EMPRESAS NO INNOVADORAS	151
12.1. El Índice de Propensión a la Innovación (IPI)	153
12.2. La renuncia a la innovación	162
12.3. El futuro de la innovación en estas empresas	169
12.4. Los hipotéticos ámbitos de innovación	174
12.5. El paraguas de la innovación	183
13.- PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO: FICHA TÉCNICA	190



PRINCIPALES CONCLUSIONES

1



FICHA TÉCNICA



2.005 ENTREVISTAS A DIRECTORES DE EMPRESAS BIZKAIA

OBJETIVOS



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 de trabajo, o el grado de cumplimiento de sus expectativas.



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.

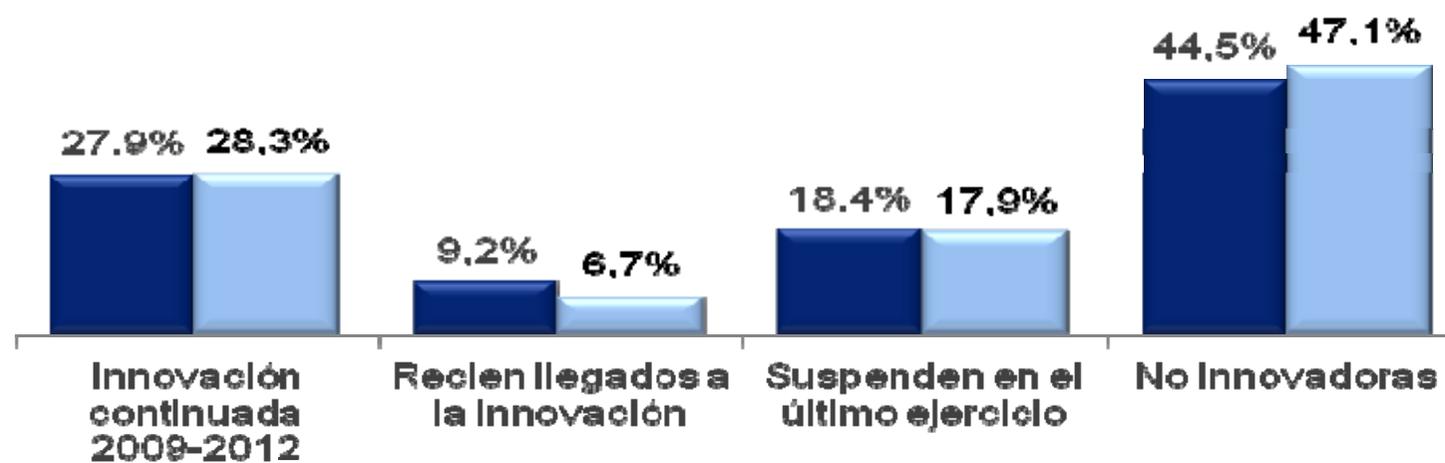


EVALUACIÓN DE LA INNOVACIÓN



EL 52,9% DE EMPRESAS CONSULTADAS RECONOCEN O AFIRMAN HABER REALIZADO ALGUNA ACTIVIDAD INNOVADORA EN LOS CUATRO ÚLTIMOS AÑOS

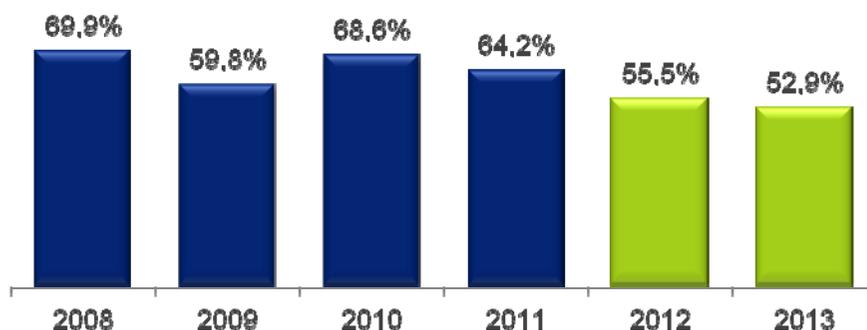
■ 2012 ■ 2013





EVALUACIÓN DE LA INNOVACIÓN

EMPRESAS INNOVADORAS EN ALGÚN MOMENTO DE LOS CUATRO ÚLTIMOS EJERCICIOS

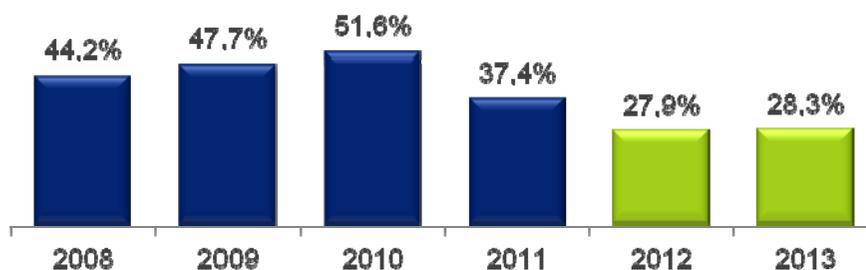


El porcentaje de **empresas que se autoperciben como innovadoras** sufre un descenso de 2,6 puntos porcentuales, pero...



acercándonos a la **actividad sostenida en el tiempo**, los datos de 2013 se corresponden con los del pasado año, indicador claro del volumen de empresas en Bizkaia que trabaja en procesos innovadores que exigen continuidad.

INNOVACIÓN SOSTENIDA EN LOS ÚLTIMOS CUATRO EJERCICIOS





LOS ÁMBITOS DE LA INNOVACIÓN



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

- Nuevas tecnologías productivas (36,9%).
- Productos/servicios nuevos para el mercado (31,0%).
- Mejora de los procesos productivos (30,4%).
- Productos/servicios nuevos para la empresa (20,4%).
- Productos/servicios actuales mejorados (20,2%).



El **número de ámbitos** de procesos innovadores sobre los que trabajan las empresas **se ha visto incrementado**, superando los alcanzados en 2012 y como consecuencia de una mayor presencia de empresas con mayor intensidad de actividades innovadoras.





EL CUMPLIMIENTO DE EXPECTATIVAS Y LOS EFECTOS DE LA ACTIVIDAD INNOVADORA



el **64,6%** de las empresas entrevistadas afirma que las innovaciones **han cumplido totalmente o bastante los objetivos que perseguían**. Por otra parte, el volumen de empresas que considera que han fracasado constituye un **7,4%** del total.



...pero el porcentaje desciende en **1,4 puntos** con respecto a 2012



Éxito 64,6%

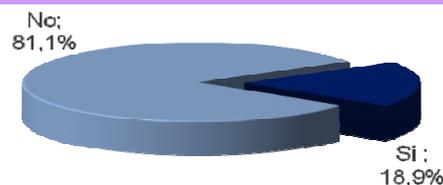


fracaso 7,4%

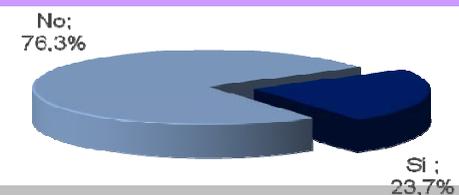


Los **beneficios más palpables** se concentran en la consecución de una mayor calidad de bienes y servicios y la reducción del período de respuesta a las necesidades de los clientes. La reducción de costes, el incremento de la facturación o márgenes son beneficios más difíciles de visualizar. Máxime, cuando **no se disponen de herramientas de gestión apropiadas**.

El presupuesto de su empresa tiene una partida específica para actividades de innovación



¿Su contabilidad de la gestión permite identificar los beneficios de las innovaciones implementadas?





LAS FUENTES DE INNOVACIÓN



INTERNA

- EL PERSONAL DE PRODUCCIÓN (23,1%)
- PROPIA CAPACIDAD DE DESARROLLO DEL CONOCIMIENTO (22,0%)
- EL PERSONAL DE GESTIÓN (20,1%)



EXTERNA

- LA TECNOLOGÍA O HERRAMIENTAS INCORPORADAS (27,8%)
- LOS CLIENTES (15,7%)

Personal interno, proveedores y clientes con necesidades específicas como el motor de dinamización de las empresas vizcaínas.



EL ACCESO A LA AYUDA PÚBLICA

En su mayoría, las empresas han abordado sus iniciativas innovadoras sin la ayuda pública



EL ACCESO DE LAS EMPRESAS DE BIZKAIA A LA FINANCIACIÓN PÚBLICA QUE SUFRAGUE LOS COSTES DE LA INNOVACIÓN ES UNA REALIDAD PARA CASI CUATRO DE CADA DIEZ EMPRESAS (37,3%) CARACTERIZADAS COMO INNOVADORAS.



PRINCIPALMENTE PARA:

- Introducción de nuevos procesos.
- Investigación en la propia empresa.
- Formación de personal.
- Mejora de procesos.
- Servicios de ayuda para actividades de innovación.



EL ACCESO A LA AYUDA PÚBLICA



Hay un perfil de empresa vizcaína que ha accedido a la ayuda pública en mayor medida, siendo principalmente:

- Las de reciente creación.
- Las empresas exportadoras.
- Las del sector de industria y energía.
- Cuyas empresas se encuentran en fase de introducción o crecimiento del producto.
- Preferentemente empresas que sostienen en el tiempo las innovaciones.

- ACCESO A LA AYUDA PÚBLICA -



Respecto a los datos de oleadas anteriores, se aprecia un descenso en la solicitud o acceso a la ayuda pública



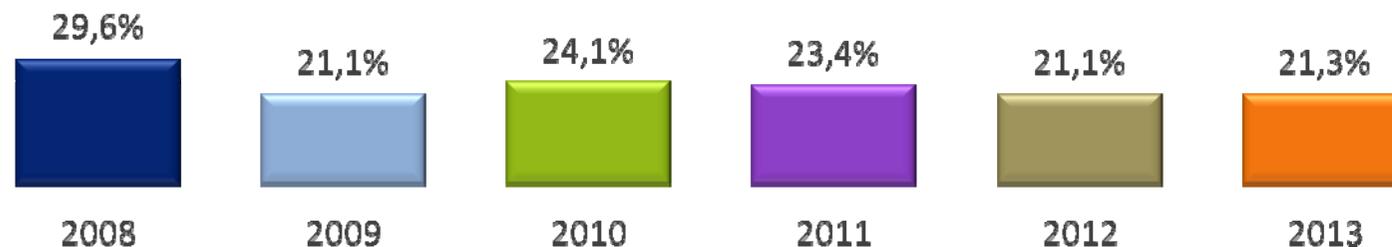
LOS MÉTODOS PARA LA PROTECCIÓN DE LA INNOVACIÓN Y EL CONOCIMIENTO



EL 78,7% NO CONTEMPLA ACCIÓN O MÉTODO ALGUNO



RESPECTO A 2008 DISMINUYE EL VOLUMEN DE EMPRESAS QUE PROTEGE SU CONOCIMIENTO DE MANERA FORMAL



Siete de cada diez (72%) empresas entrevistadas que protege sus innovaciones afirma que en el registro de patentes o de la propiedad intelectual está vigente alguna patente, marca o derecho de autor



Además, el 18% de estas empresas entrevistadas señala que, en el momento actual, está en proceso el registro de alguna patente, marca o derecho de autor



LA COOPERACIÓN COMO ACCESO A LA INNOVACIÓN

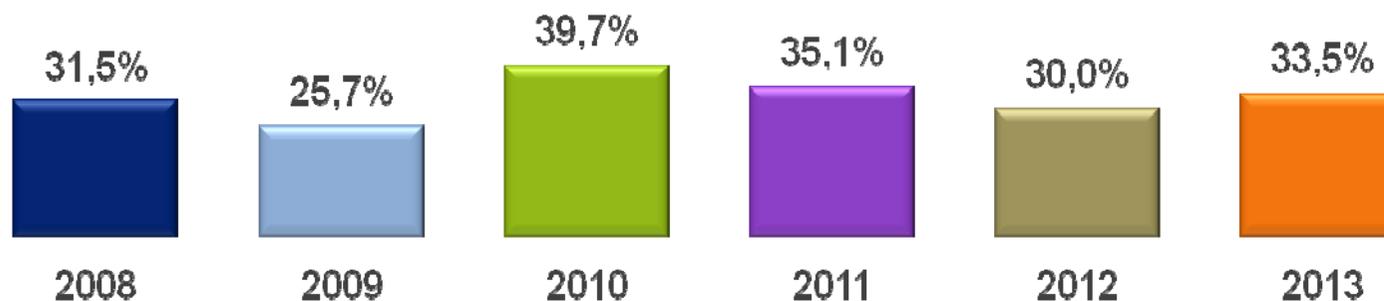


TRES DE CADA DIEZ EMPRESAS ENTREVISTADAS AFIRMA COOPERAR CON OTROS AGENTES O EMPRESAS PARA LANZAR NUEVOS PRODUCTOS, SERVICIOS, O PARA INTRODUCIR NUEVOS PROCESOS



Esta cooperación se centra sobre todo en el diseño y desarrollo de nuevos o mejorados productos o servicios.

Situación de estabilidad en la cooperación en el territorio





LA COOPERACIÓN COMO ACCESO A LA INNOVACIÓN



EL 44,4% DE LAS EMPRESAS ENTREVISTADAS CONSIDERA LA COOPERACIÓN COMO MUY O BASTANTE ÚTIL

ÚTIL: 44,4%

NO ÚTIL: 21,2%



La cooperación con otros agentes en materia de innovación resulta más interesante cuando esta se plantea con otras empresas que desarrollan su trabajo en el mismo sector de actividad.

La similitud de escenarios, retos y problemáticas a las que enfrentarse parecen centrales a la hora de establecer una cooperación.

En algo menor medida parece interesarles colaborar con:

- Las empresas de otros sectores (35,0%).
- Los clientes (33,9%).
- Proveedores de equipos y tecnología (27,6%).



ORGANISMOS PÚBLICOS, UNIVERSIDADES, CENTROS TECNOLÓGICOS O FIRMAS CONSULTORAS ÚNICAMENTE SON DE INTERÉS PARA TRES DE CADA DIEZ EMPRESAS CONSULTADAS



CAPITAL HUMANO Y ESTRUCTURAL DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS



EL 79,5% DE LAS EMPRESAS ENTREVISTADAS NO DISPONE NI DE DEPARTAMENTO TÉCNICO NI DE DEPARTAMENTO DE I+D, NI DEPARTAMENTO DE I+D+i, NI DE CAPITAL HUMANO CUYA RESPONSABILIDAD SEA LA INNOVACIÓN

Siguen siendo minoritarias las empresas con departamentos específicos para la innovación



EL VOLUMEN DE EMPRESAS DE BIZKAIA QUE DISPONE DE UN DEPARTAMENTO U OFICINA TÉCNICA, O UN DEPARTAMENTO DE I+D+i, SE MANTIENE EN NIVELES SIMILARES A 2012, UN 11,5%



CAPITAL HUMANO Y ESTRUCTURAL DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS

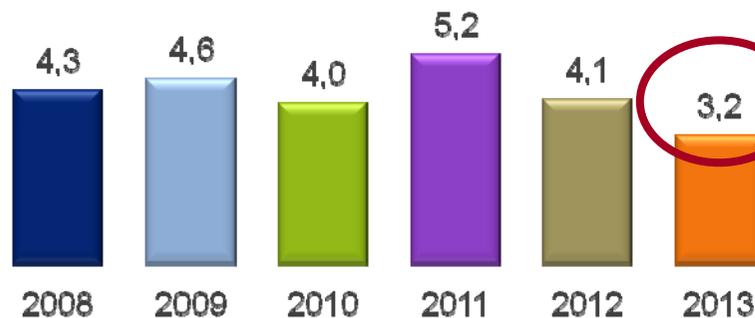


En el conjunto de empresas de Bizkaia, en 2013, la proporción de empresas con personal específico dedicado a la innovación es dos de cada diez...

Disponen de personal dedicado a la innovación



Media de personas



... pero el número medio de personas dedicadas a estas actividades, se ha reducido desde el pasado año.



EMPRESAS NO INNOVADORAS



UN 47,1% DE LAS EMPRESAS NO HA TENIDO NINGÚN TIPO DE ACTIVIDAD INNOVADORA EN ESTOS CUATRO ÚLTIMOS AÑOS



LAS EMPRESAS QUE MANIFIESTAN NO HABER ABORDADO INICIATIVAS INNOVADORAS SEÑALAN QUE SU DISTANCIAMIENTO DE ESTE ÁMBITO RESPONDE A QUE ACTUALMENTE EL MERCADO NO SE LO REQUIERE Y ADEMÁS SUPONE UN ELEVADO COSTE ECONÓMICO AL QUE NO SE LE ADSCRIBE UNA CLARA RENTABILIDAD.

Razones que evidencian una evidente falta de conocimiento sobre lo que podría suponer de mejora para ellos la implantación de cultura innovadora



EMPRESAS NO INNOVADORAS



EN CONSECUENCIA, EN SU GRAN MAYORÍA NO CONSIDERAN NECESARIO NI URGENTE ACOMETER ALGÚN TIPO DE INICIATIVA EN ESTE SENTIDO.

NECESIDAD: 9,7%

NO NECESIDAD: 75,5%

URGENCIA: 9,0%

NO URGENCIA: 76,4%

En este escenario contar con ayuda pública no parece ser un motor suficiente para propiciar el cambio en ellas.



Sólo aquellas más preparadas para afrontar la innovación valoran el apoyo económico como factor incentivador



Peroel contexto de crisis parece estar ahondando en la brecha entre las empresas innovadoras y no innovadoras, ya que éstas perciben en mayor grado que hay una relación estrecha entre el contexto económico favorable y las iniciativas de cambio o transformación.



RADIOGRAFÍA DE LA EMPRESA INNOVADORA DE BIZKAIA



Empresas no familiares



Empresas que cooperan con otras así como con agentes de innovación



Empresas que han accedido a ayuda pública para llevar a cabo sus actividades



Con actividad exportadora



Perfil de empresa de poca antigüedad



El interlocutor tiene estudios universitarios o superiores y una edad entre 45 y 54 años



El grado de cumplimiento de las expectativas es elevado



LA INNOVACIÓN Y EL CONTEXTO ECONÓMICO



Ante el escenario económico en el que nos encontramos, la previsión de las empresas respecto a la innovación parece mantenerse estable en intención.

Las empresas son conscientes de que el escenario condiciona, si bien en su gran mayoría apuestan por el mantenimiento de la actividad



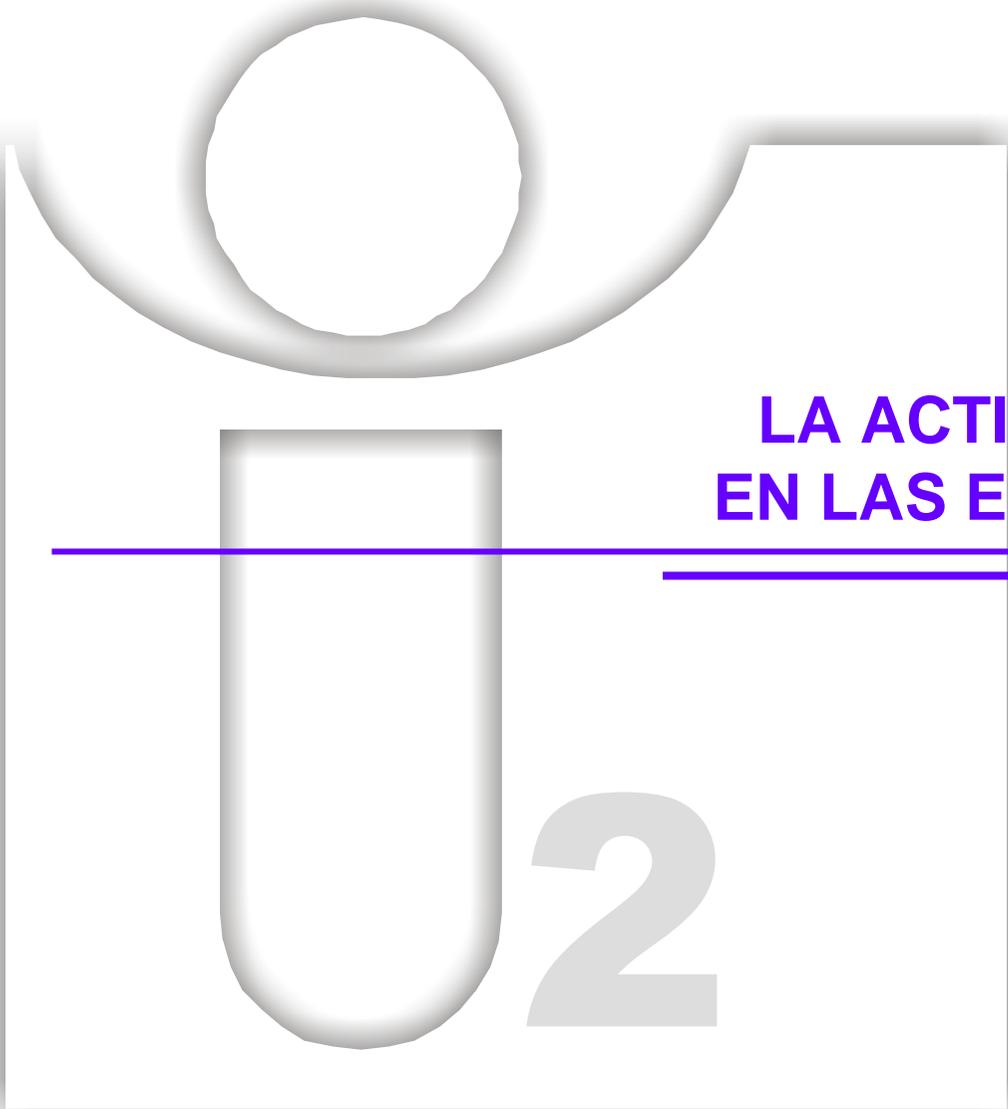
Pero... respecto a 2012 el balance positivo de la actividad innovadora se contrae ligeramente



Sólo las innovaciones en materia de marketing y comercialización parecen cobrar protagonismo



LA ACTIVIDAD INNOVADORA EN LAS EMPRESAS DE BIZKAIA





Objetivos generales



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 de trabajo, o el grado de cumplimiento de sus expectativas.



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





2.1. La participación en actividades innovadoras



Tres de cada diez empresas consultadas manifiesta haber realizado alguna actividad innovadora durante el último ejercicio correspondiente a 2012.



La relación de la actividad innovadora y algunas variables ya puede apreciarse, especialmente en lo que concierne a las empresas exportadoras, de reciente creación, no familiares, del sector servicios y cuyo ciclo de negocio se encuentra en fase de introducción.

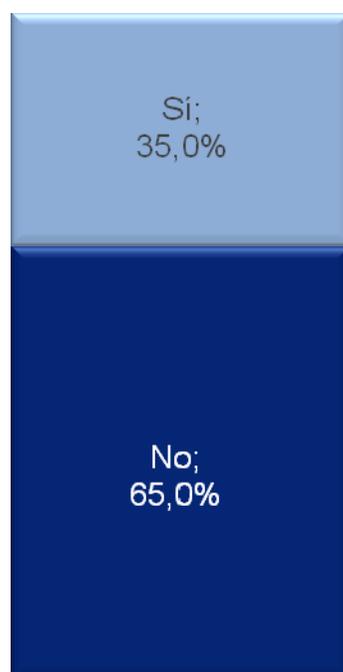


Respecto a los ejercicios anteriores, echando la vista atrás a **un periodo de tres años**, la proporción de empresas que manifiesta haber acometido alguna iniciativa innovadora se ha visto incrementada, cifrándose en el **46,2% de las consultadas**.



P.1.: EN ESTE ÚLTIMO EJERCICIO 2012, ¿SU EMPRESA HA LLEVADO A CABO ALGÚN TIPO DE ACTIVIDAD INNOVADORA?*

Base: Total de empresas entrevistadas



TOTAL
(n=2005)

P.2.: EN LOS TRES EJERCICIOS ANTERIORES (2009-2011), ¿SU EMPRESA HA LLEVADO A CABO ALGÚN TIPO DE ACTIVIDAD INNOVADORA?*

Base: Total de empresas entrevistadas



TOTAL
(n=2005)

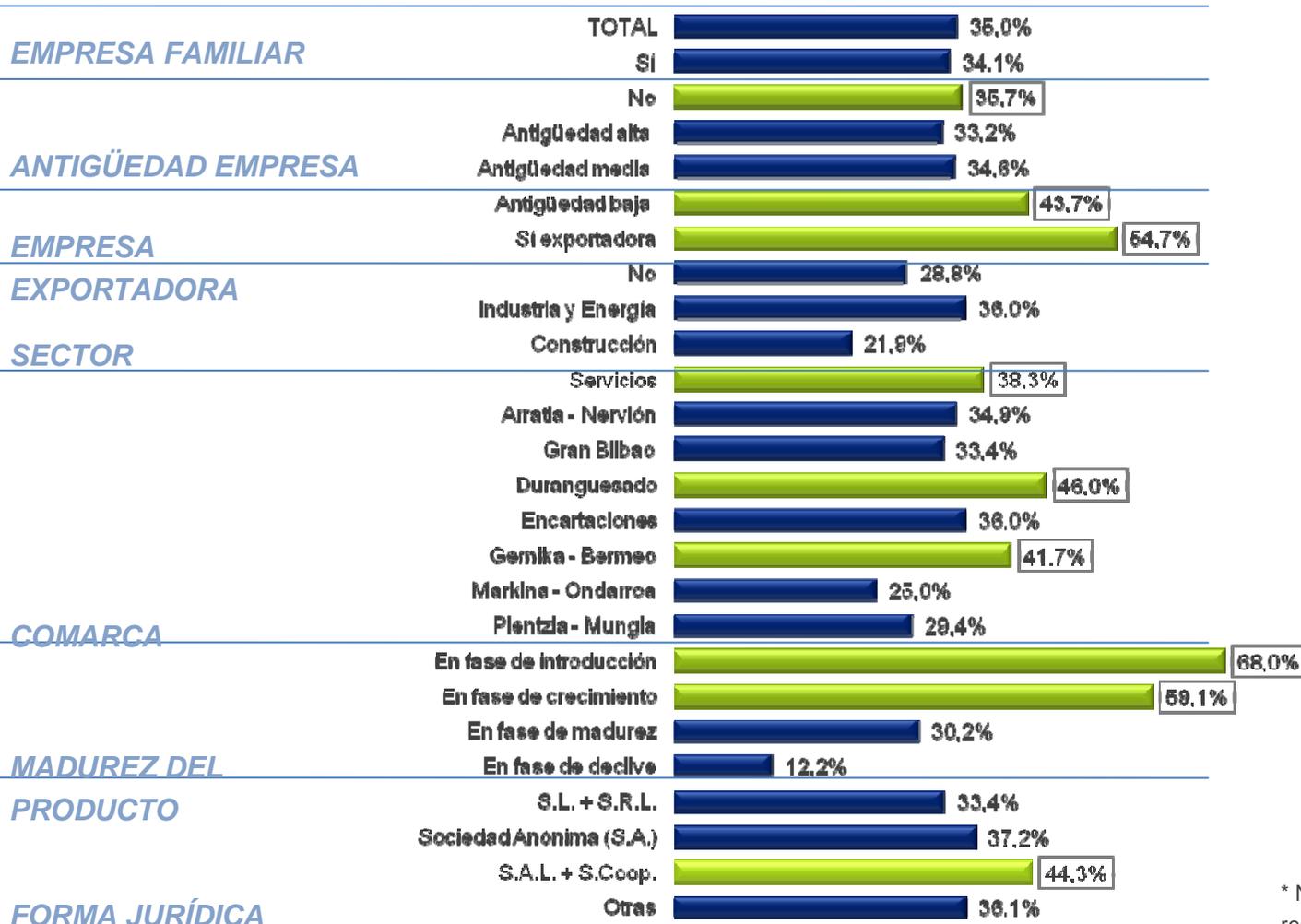
* No se sugirió ninguna respuesta. Solo se admitió una.



**P.1.: EN ESTE ÚLTIMO EJERCICIO 2012,
¿SU EMPRESA HA LLEVADO A CABO ALGÚN TIPO DE ACTIVIDAD
INNOVADORA?***

Base: Total de empresas entrevistadas

TOTAL



VARIABLES SIGNIFICATIVAS

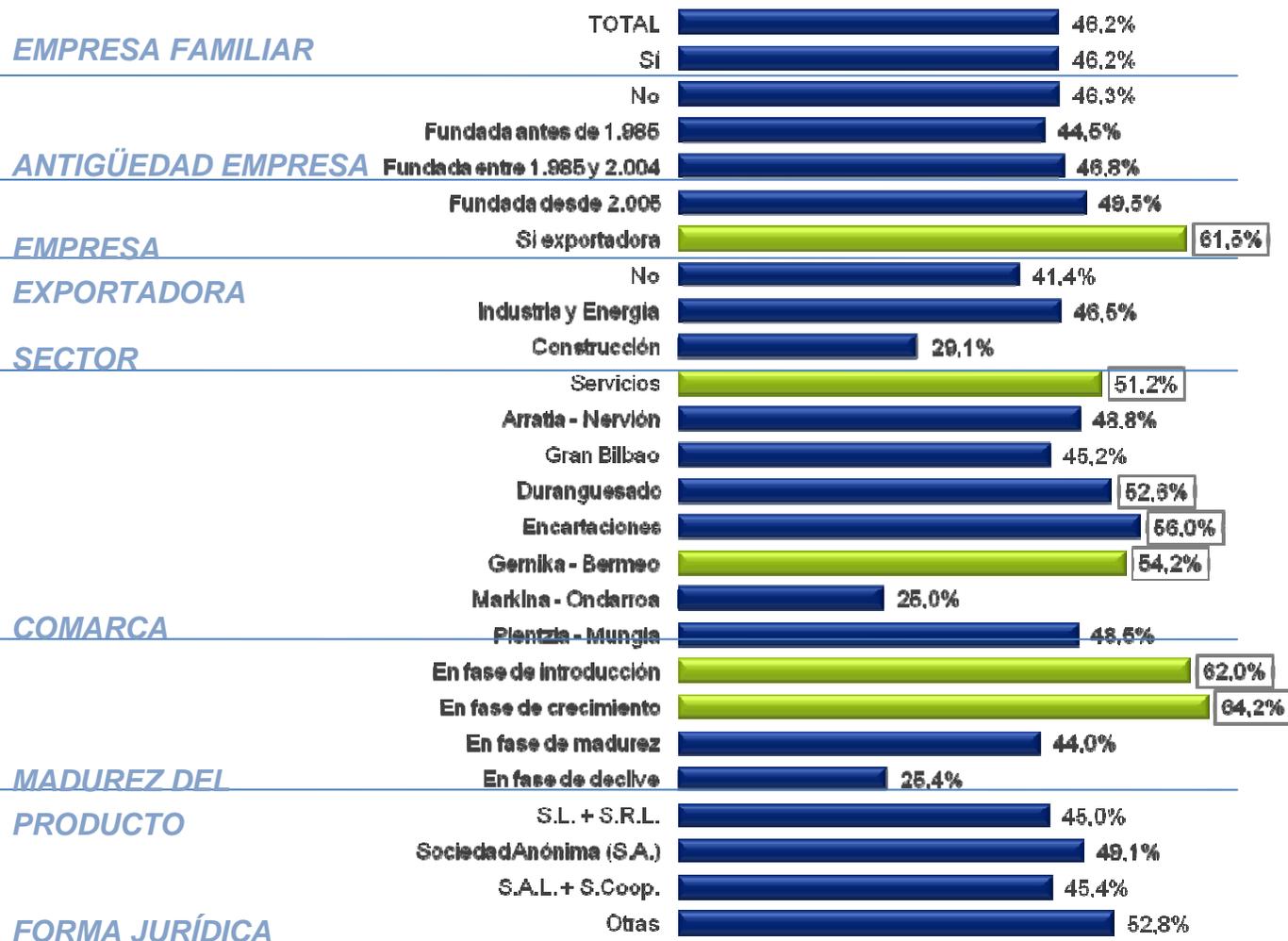
* No se sugirió ninguna respuesta. Solo se admitió una.



**P.2.: EN LOS TRES EJERCICIOS ANTERIORES (2009-2011),
¿SU EMPRESA HA LLEVADO A CABO ALGÚN TIPO DE ACTIVIDAD
INNOVADORA?***

Base: Total de empresas entrevistadas

TOTAL



VARIABLES SIGNIFICATIVAS

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



2.2. 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**, en los últimos cuatro años. Esto es a lo que hemos llamado innovación en «sentido amplio».



El 52,9% de las empresas de Bizkaia consultadas afirma haber desplegado algún tipo de actividad de innovación en los últimos cuatro años.



Más de la mitad de las empresas llevan a cabo iniciativas de cambio

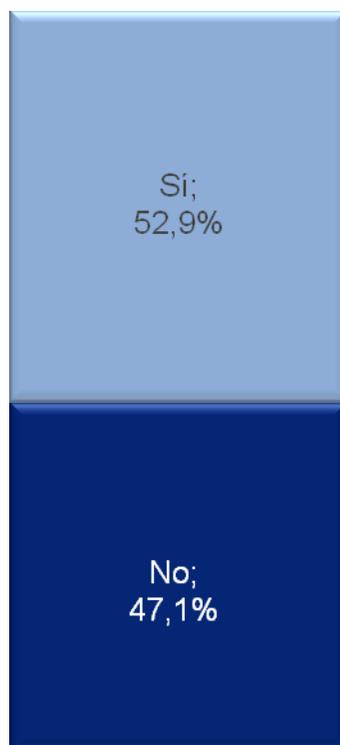


El ciclo de vida del negocio evidencia mayor participación en las fases de introducción y en las fases de crecimiento.



P.1 ó P.2.: EN LOS EJERCICIOS ANTERIORES (2009-2012), SU EMPRESA HA LLEVADO A CABO ALGÚN TIPO DE ACTIVIDAD INNOVADORA?

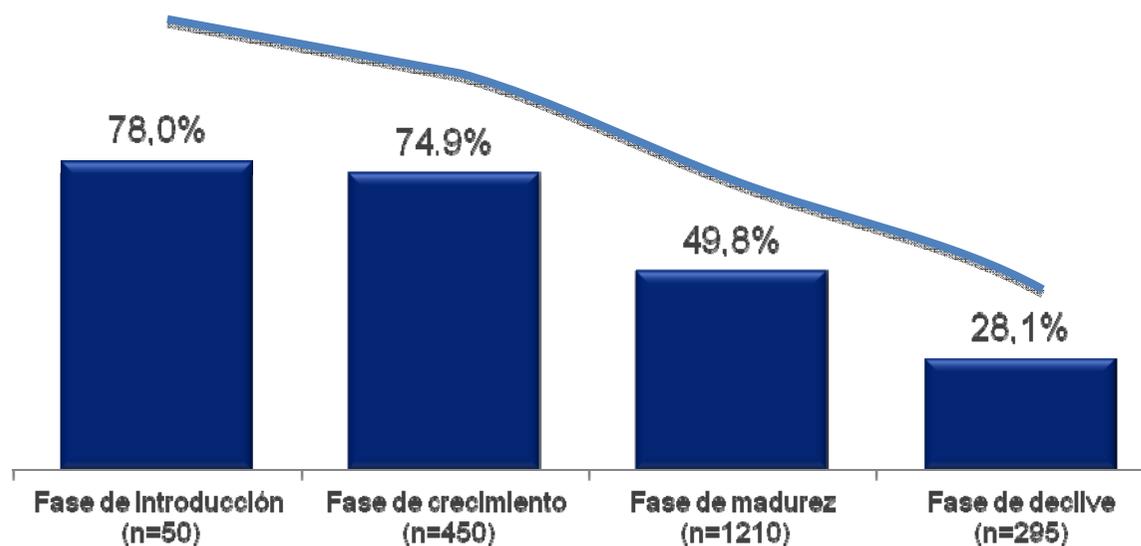
Base: Total de empresas entrevistadas (n = 2005)



TOTAL
(n=2005)

- POR CICLO DEL NEGOCIO -

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





2.3. La innovación sostenida en el tiempo



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



Asumiendo la perspectiva de la acción continuada en el tiempo como la actividad innovadora, son casi tres de cada diez las empresas (el 28,3%) que manifiestan haber desarrollado iniciativas innovadoras en el periodo de los últimos cuatro años.



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

- ✓ Empresas de reciente creación (35,0%).
- ✓ Con actividad exportadora (44,9%).
- ✓ Con mayor presencia del sector servicios (32,0%).
- ✓ Y cuyo ciclo de vida del negocio se encuentra en fase de introducción (52,0%) o crecimiento (48,4%).



P.1 + P.2.: EN LOS EJERCICIOS ANTERIORES (2009-2012), SU EMPRESA HA LLEVADO A CABO ALGÚN TIPO DE ACTIVIDAD INNOVADORA?

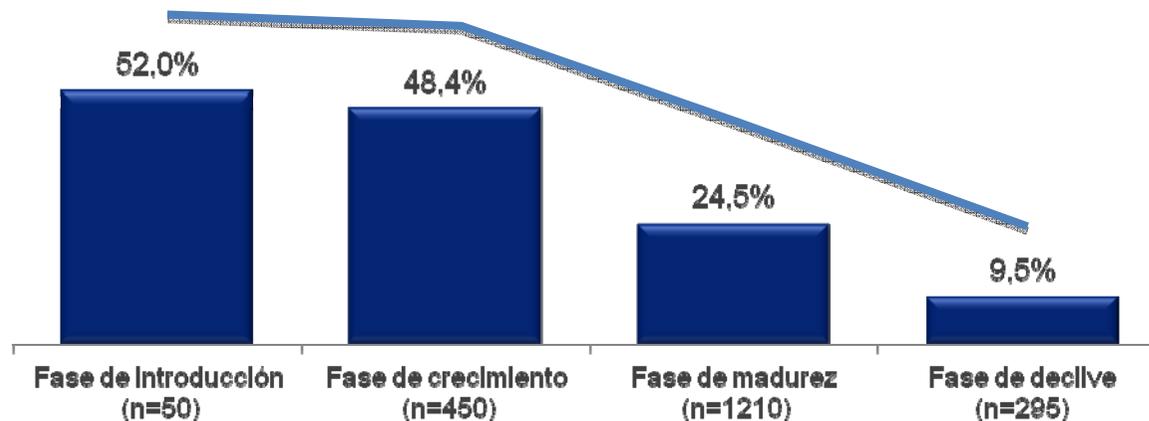
Base: Total de empresas entrevistadas

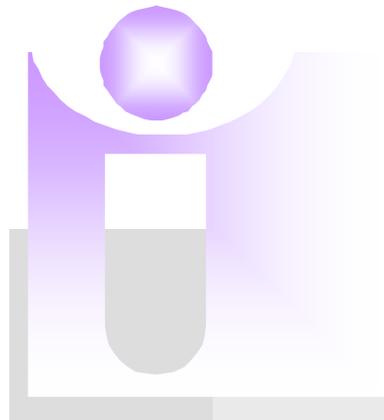


TOTAL
(n=2005)

- POR CICLO DE VIDA DEL NEGOCIO -

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





2.4. Caracterización de las empresas respecto a las actividades de innovación



En el contexto actual en el que nos encontramos, la innovación como concepto continúa estando muy presente entre las empresas vizcaínas. De hecho, más de la mitad de las consultadas señala haber abordado alguna acción de este tipo en los últimos cuatro años; el 52,9%.



El escenario de crisis económica y financiera que vivimos parece no haber impedido a un significativo número de empresas de Bizkaia abordar algún proceso



El salto entre quienes manifiestan actividades innovadoras de menor recorrido en el tiempo y quienes llevan una actividad continuada, se sitúa en 24,6 puntos porcentuales



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



Empresas con procesos de innovación continuados

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



Empresas recién llegadas a la innovación

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



Empresas que suspenden las iniciativas innovadoras en el último año

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



Empresas no innovadoras

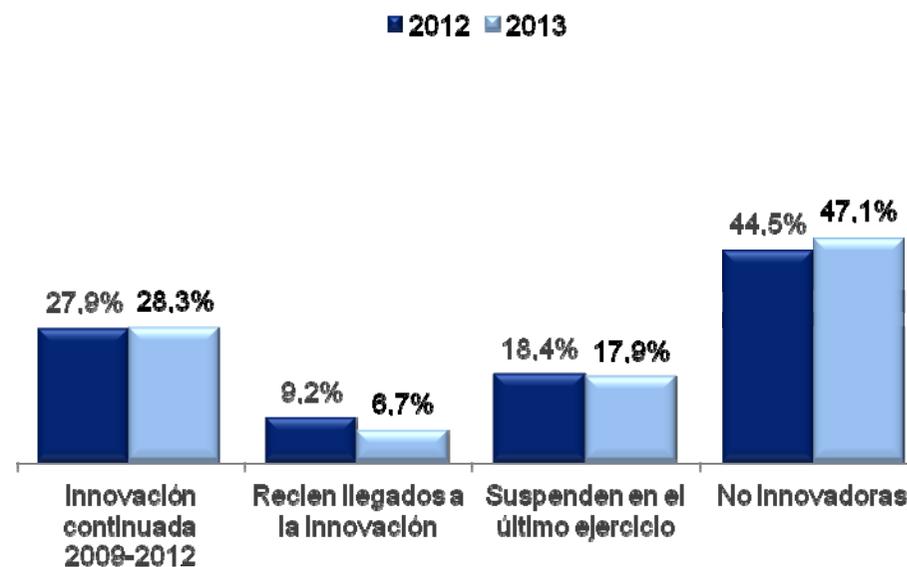
Son las empresas que manifiestan ausencia de actividad innovadora en los últimos cuatro años.



P.1./P.2.: EMPRESAS EN RELACIÓN AL DESARROLLO DE ACTIVIDADES INNOVADORAS EN LOS PERIODOS ANALIZADOS (2009-2012)

Base: Total de empresas entrevistadas (n = 2005)

		P.1.: ACTIVIDAD INNOVADORA EN EL ÚLTIMO AÑO		TOTAL
		SÍ	NO	
ACTIVIDAD INNOVADORA EN EL PERÍODO 2009-2011	SÍ	28,3%	17,9%	46,2%
	NO	6,7%	47,1%	53,8%
TOTAL		35,0%	65,0%	100,0%





Observando la evolución del fenómeno de la innovación desde el 2009, se ve cómo de nuevo el porcentaje de empresas que se autoperciben como innovadoras sufre un descenso.



Respecto al pasado año, las actividades innovadoras recientes han caído 2 puntos porcentuales



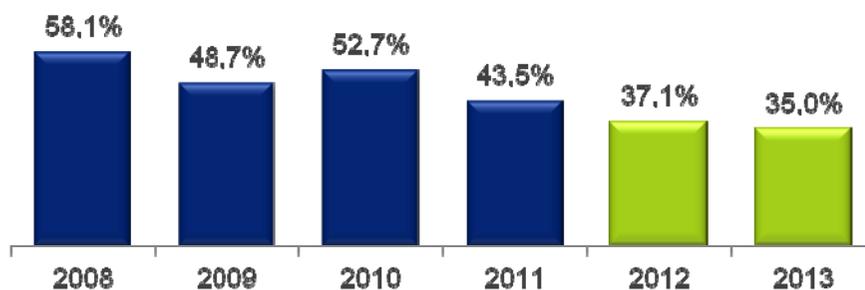
Este descenso también se ve ralentizado en los datos de la innovación actual frente a ejercicios anteriores y en las empresas que han realizado innovación en algún momento de los últimos cuatro ejercicios.



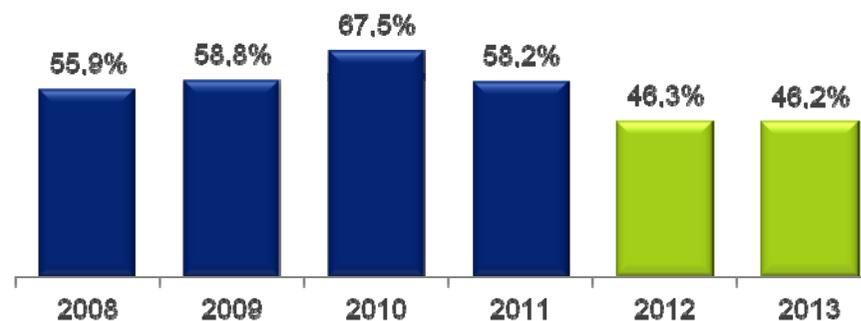
Acercándonos a la actividad sostenida en el tiempo, los datos de 2013 se corresponden con los del pasado año, indicador claro del volumen de empresas en Vizcaya que trabaja en procesos innovadores que exigen continuidad.



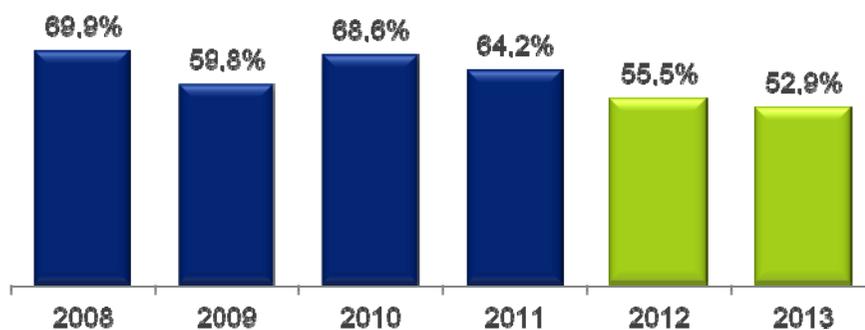
INNOVACIÓN EN EL ÚLTIMO EJERCICIO



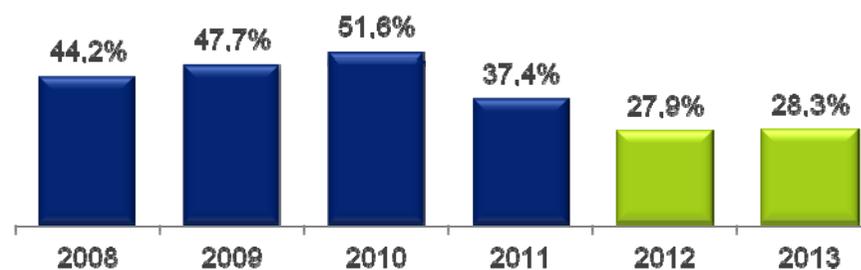
INNOVACIÓN EN LOS EJERCICIOS ANTERIORES



EMPRESAS INNOVADORAS EN ALGÚN MOMENTO DE LOS CUATRO ÚLTIMOS EJERCICIOS



INNOVACIÓN SOSTENIDA EN LOS ÚLTIMOS CUATRO EJERCICIOS

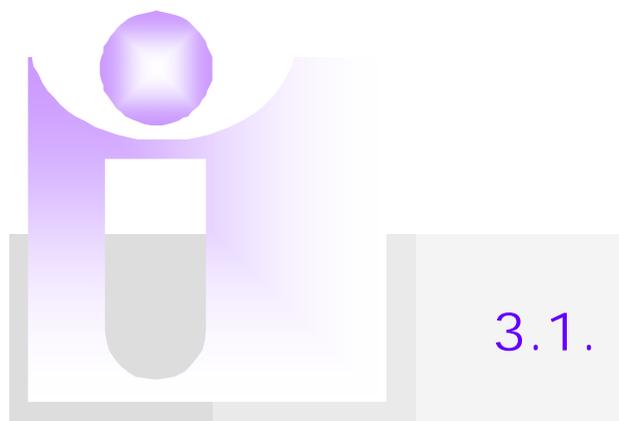


■ Muestras representativas de la realidad de la empresa vizcaína.



EL ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN

3



3.1. El Índice de Intensidad de la Innovación



Partimos del conjunto de empresas vizcaínas que se han declarado innovadoras por realizar iniciativas innovadoras en 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**; en concreto, hemos implementado un **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.



El criterio de construcción del Índice de Intensidad de la Innovación



El Índice de Intensidad de la Innovación (3I) es un Índice Síntesis que **mide el grado de intensidad respecto a las actividades innovadoras de las empresas de Bizkaia**. Un índice que se mueve entre un valor mínimo de 1 y un valor máximo de 143.



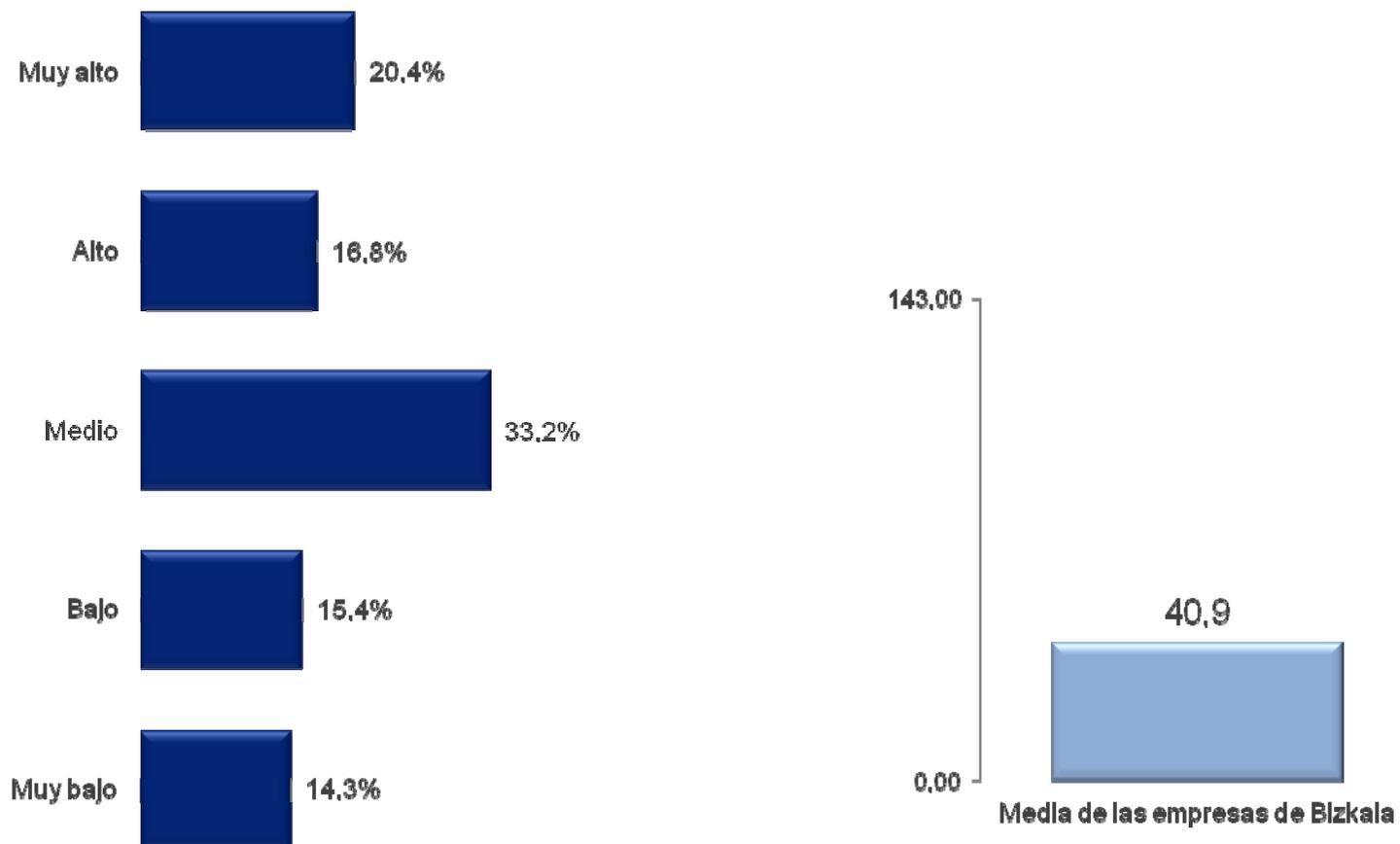
Este índice permite categorizar a las empresas en función de su intensidad de Innovación estableciendo los siguientes grupos:

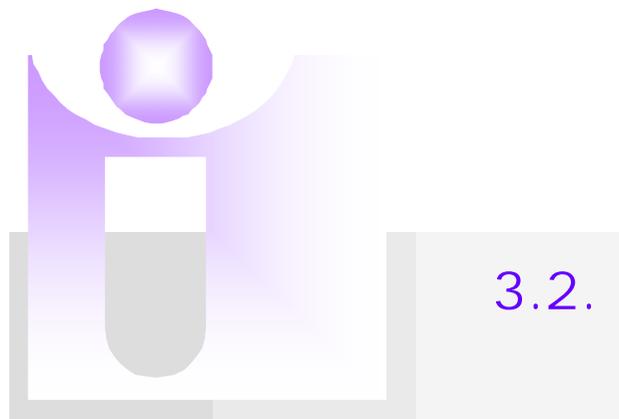
- ✓ Índice de Intensidad de la Innovación **Muy bajo**.
- ✓ Índice de Intensidad de la Innovación **Bajo**.
- ✓ Índice de Intensidad de la Innovación **Medio**.
- ✓ Índice de Intensidad de la Innovación **Alto**.
- ✓ Índice de Intensidad de la Innovación **Muy alto**.



ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN (3I)

Base: 1061 empresas caracterizadas como innovadoras

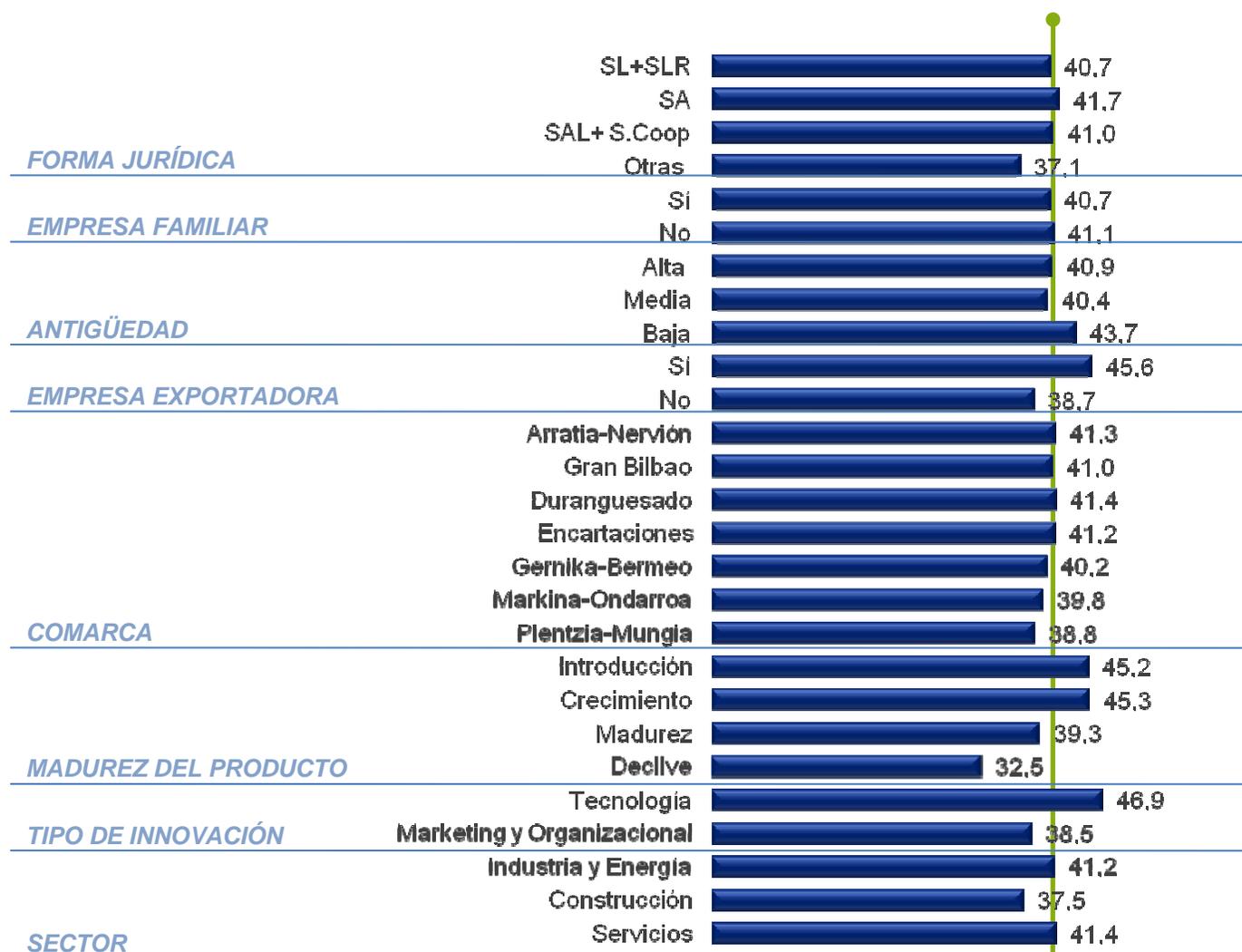




3.2. La relación entre el Índice de Intensidad de la Innovación y las variables empresariales



Índice de Intensidad de la Innovación



MEDIA : 40,9



Nivel de intensidad de la innovación alto o muy alto

La baja dispersión entre quienes se sitúan en un estadio muy elevado o elevado de innovación, apunta a un grupo de empresas caracterizadas por:

- *Empresas no familiares.*
- *Radicadas en la comarca de Arratia-Nerviión.*
- *Empresas que cooperan con otras del mismo sector o de otros así como agentes de innovación.*
- *Que han accedido a la Ayuda Pública para llevar a cabo sus actividades.*
- *Son empresas exportadoras, especialmente las que la exportación constituye una parte importante de su actividad, pero también quienes lo hacen de forma puntual.*
- *Un perfil de empresa de poca antigüedad.*
- *Cuyo interlocutor tiene un nivel de estudios universitarios superiores y edades comprendidas entre los 45 y 54 años.*
- *Son empresas que han cumplido sus expectativas con las acciones implementadas.*

El perfil de la empresa activa de intensidad innovadora en el territorio de Bizkaia



Nivel de intensidad de la innovación medio

- *Es el grupo constituido por empresas familiares.*
- *Empresas radicadas en Gernika-Bermeo y en Encartaciones.*
- *Son también las empresas de elevada antigüedad.*
- *Cuyo interlocutor tiene un nivel de estudios FP, Artes y Oficios o Universitarios medios.*
- *Con edades comprendidas entre los 35-44 años y de más de 54 años.*
- *Son las empresas que habiendo realizado alguna actividad innovadora el grado de cumplimiento de sus expectativas ha sido medio.*

¿Qué les falta a estas empresas para continuar o intensificar su actividad innovadora?



¿Cómo podemos ayudarlas?



El nivel de intensidad de la innovación bajo/muy bajo

- *Corresponde en mayor medida con un perfil de empresa del sector construcción.*
- *Empresas de las comarcas de Plentzia-Mungia y Markina-Ondarroa.*
- *Cuyo interlocutor tiene un nivel formativo de BUP, Bachiller.*
- *Son empresas que no han accedido a la ayuda pública para la financiación de sus actividades de innovación.*
- *Tampoco cooperan con otras empresas de su sector u otros agentes.*
- *Son las empresas que habiendo acometido acciones innovadoras, su percepción respecto a las expectativas depositadas en las mismas, no han sido satisfactorias.*

*Ante el reto de implementar acciones innovadoras,
la percepción de fracaso limita las posibilidades de intensificar*



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



Afinando aún más los datos, se ha calculado el **Índice de Intensidad de la Innovación de las empresas que han nombrado actividades de innovación en ámbitos tecnológicos** frente a las que han introducido o implementado acciones en el ámbito organizacional o de marketing.



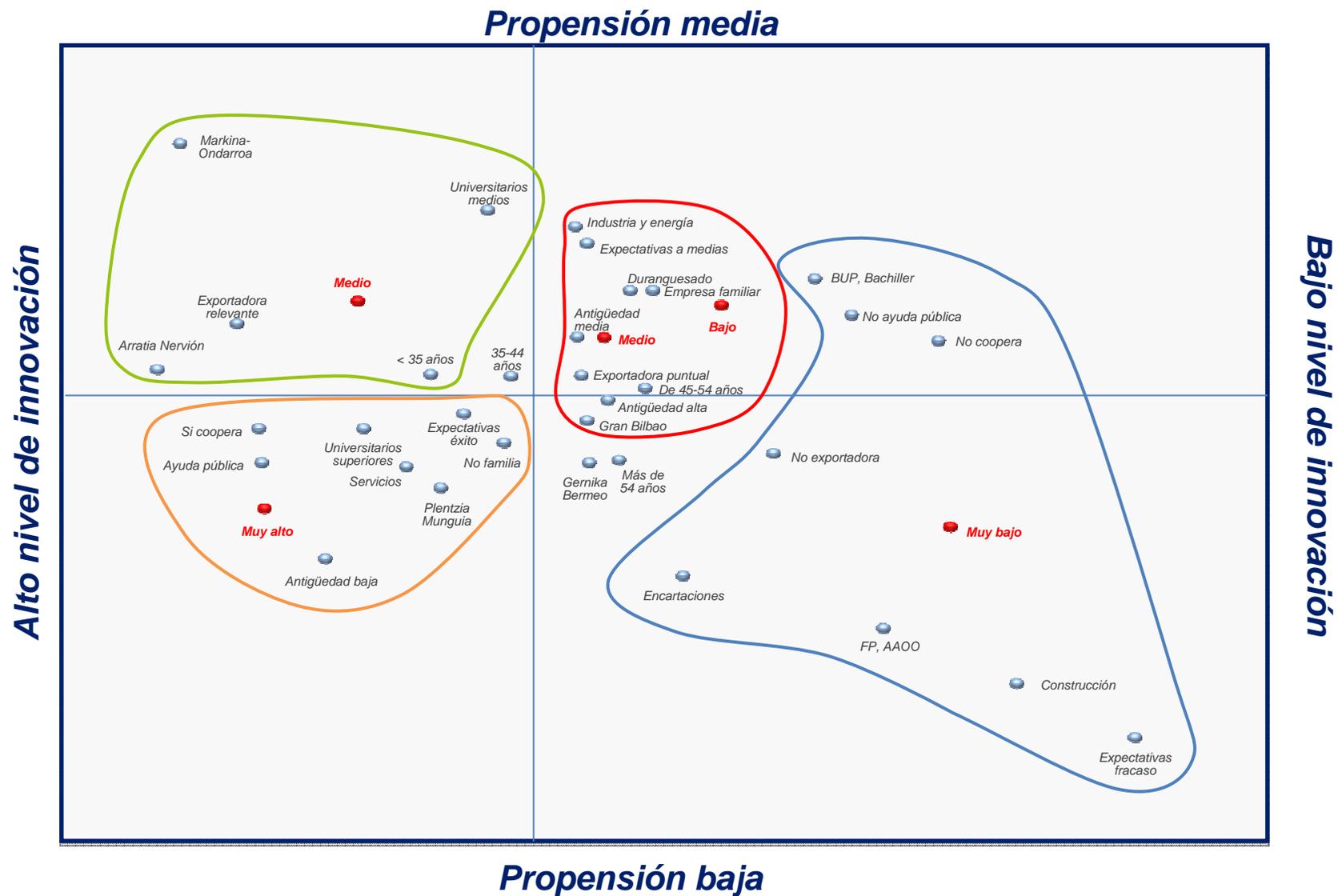
Este Índice de Intensidad de la Innovación se construye igual pero sólo en el caso de estas empresas que hemos llamado de base tecnológica.



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



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





Nivel de intensidad de la innovación tecnológica muy alto

- *Son las empresas que participan de sistemas de cooperación.*
- *Empresas que han accedido a la ayuda pública.*
- *Con presencia de empresas del sector servicios.*
- *Empresas no familiares.*
- *Radicadas en Plentzia-Mungia.*
- *De antigüedad baja, es decir, de reciente creación.*
- *Y cuyo cumplimiento de las expectativas ha sido muy elevado, tras años de actividad innovadora sostenida, la valoración es altamente positiva.*



Nivel de intensidad de la innovación tecnológica alto

- *Se corresponde con empresas de la comarca de Markina-Ondarroa y Arratia-Nervión.*
- *Empresas cuya actividad exportadora es relevante.*
- *Con interlocutores menores de 35 años y con estudios universitarios medios.*



Nivel de intensidad de la innovación tecnológica medio-bajo

- *Preferentemente empresas del Duranguesado y el Gran Bilbao.*
- *Con predominio de empresas familiares.*
- *De antigüedad media o alta.*
- *Son empresas exportadoras, pero esta actividad es más bien puntual.*
- *Del sector de industria y energía.*
- *Cuyo interlocutor tiene edades comprendidas entre los 45 y 54 años.*
- *Y cuyo nivel de cumplimiento de las expectativas depositadas en la innovación ha sido moderado.*



Nivel de intensidad de la innovación tecnológica muy baja

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



LAS CARACTERÍSTICAS DE LA INNOVACIÓN DE LAS EMPRESAS

4



4.1. Los ámbitos de la innovación



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

- ✓ **Nuevas tecnologías productivas** (36,9%).
- ✓ **Productos/servicios nuevos** para el mercado (31,0%).
- ✓ Mejora de los **procesos productivos** (30,4%).
- ✓ **Productos/servicios** nuevos para la empresa (20,4%).
- ✓ **Productos/servicios** actuales **mejorados** (20,2%).



De media, las empresas que se perciben como innovadoras han nombrado 2,3 ámbitos de trabajo.

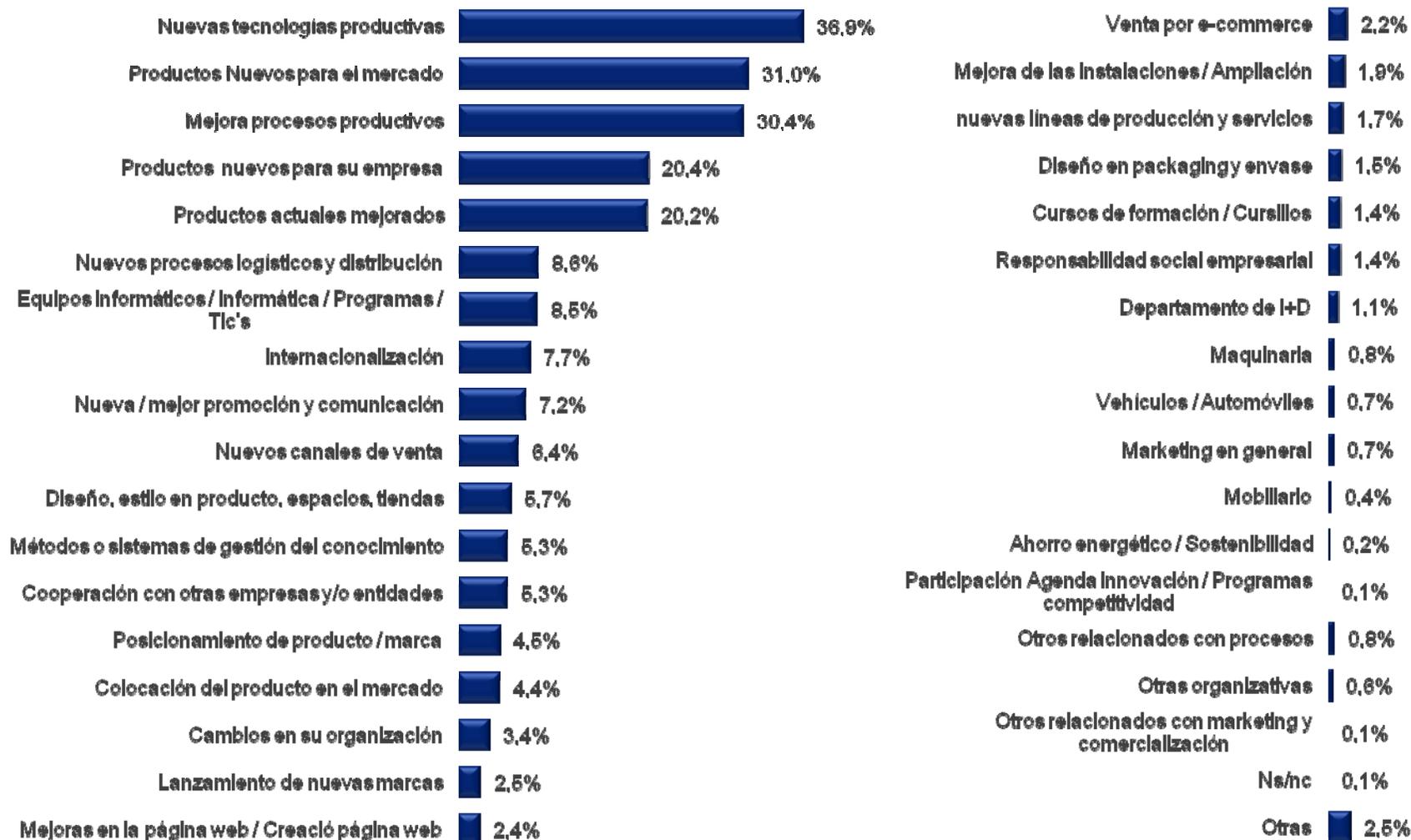


Respecto a otros años, los ámbitos de trabajo se han incrementado. El año pasado la media de menciones ascendía a 1,9 ámbitos de trabajo.



P.3.: DE LOS ÁMBITOS QUE LE VOY A LEER, ¿EN CUÁLES HA REALIZADO INNOVACIONES SU EMPRESA EN LOS DOS O TRES ÚLTIMOS AÑOS?*

Base: 1061 empresas con alguna actividad innovadora en el período

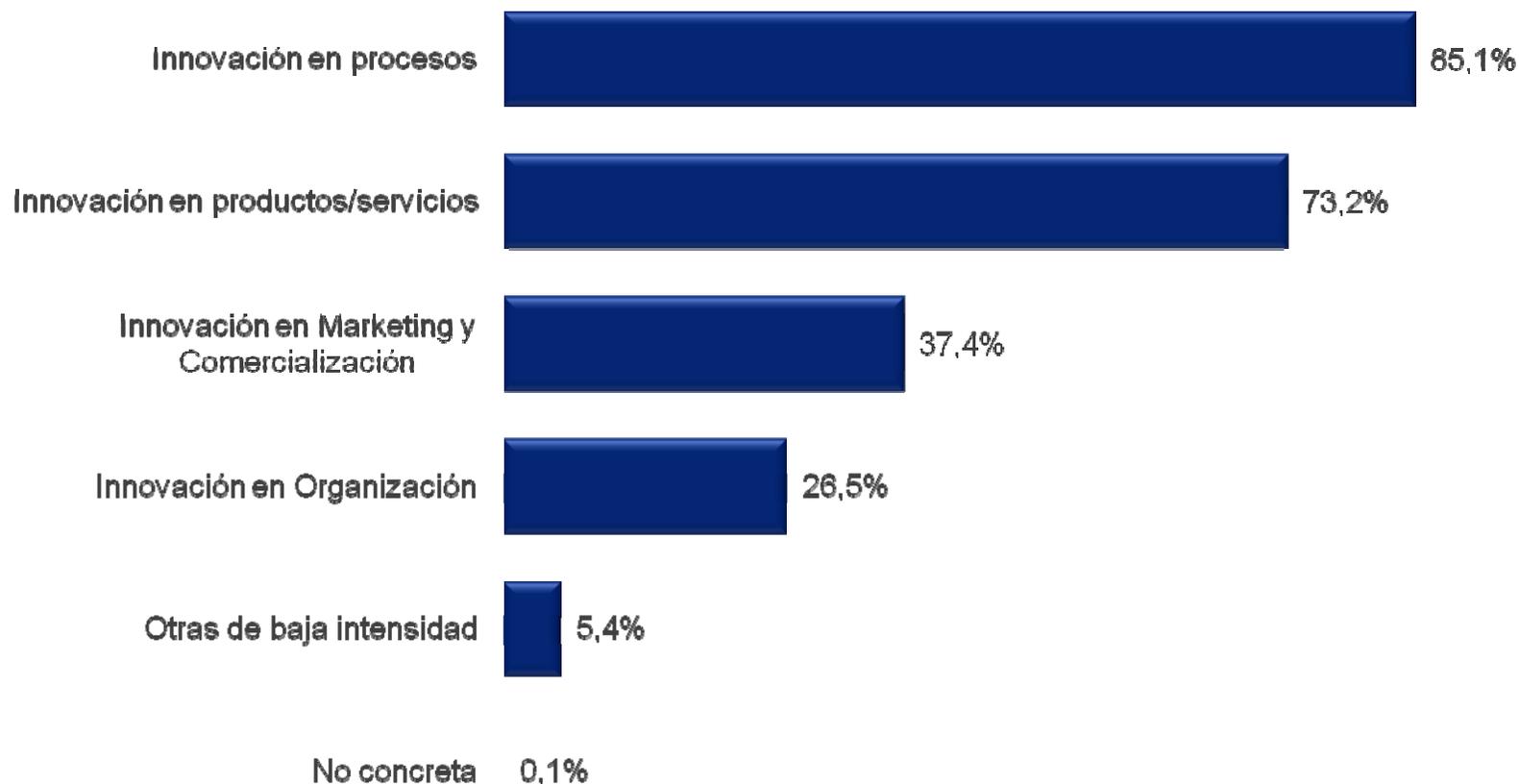


* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.



P.3.: DE LOS ÁMBITOS QUE LE VOY A LEER, ¿EN CUÁLES HA REALIZADO INNOVACIONES SU EMPRESA EN LOS DOS O TRES ÚLTIMOS AÑOS?*

Base: 1061 empresas con alguna actividad innovadora en el período



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



Los ámbitos de innovación más recientes en los que han realizado actuaciones las empresas innovadoras y que marcan la tendencia son:

- ✓ Las **nuevas tecnologías** productivas (25,4%), aunque descienden ligeramente respecto a 2012.
- ✓ Los **productos nuevos** para el mercado (22,9%), que por el contrario sufren un incremento respecto al año pasado.

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



P.4.: ¿Y CUÁL DE ELLOS HA SIDO EL ÚLTIMO, EL MÁS RECIENTE?*

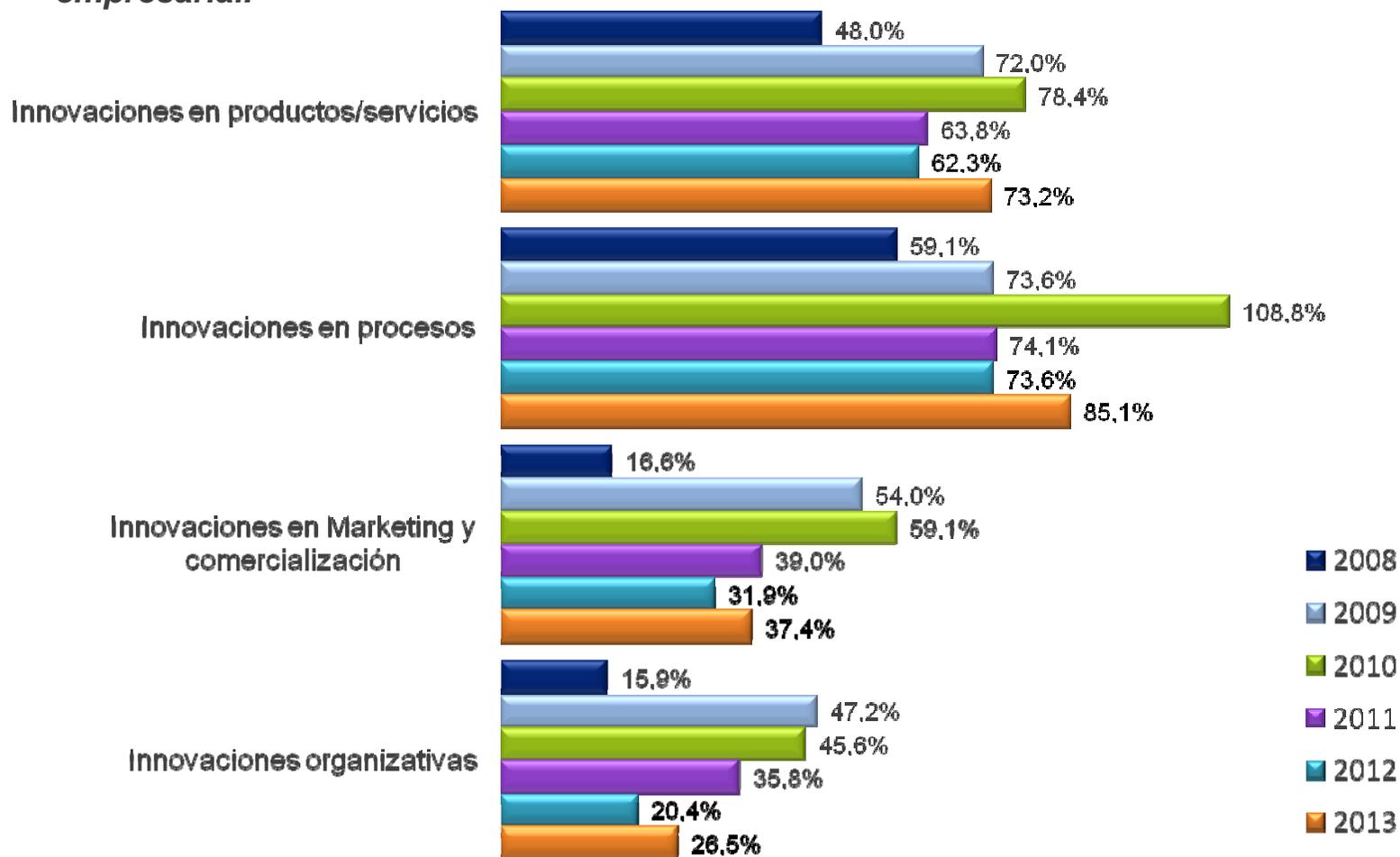
Base: 1061 empresas con alguna actividad innovadora en el período



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

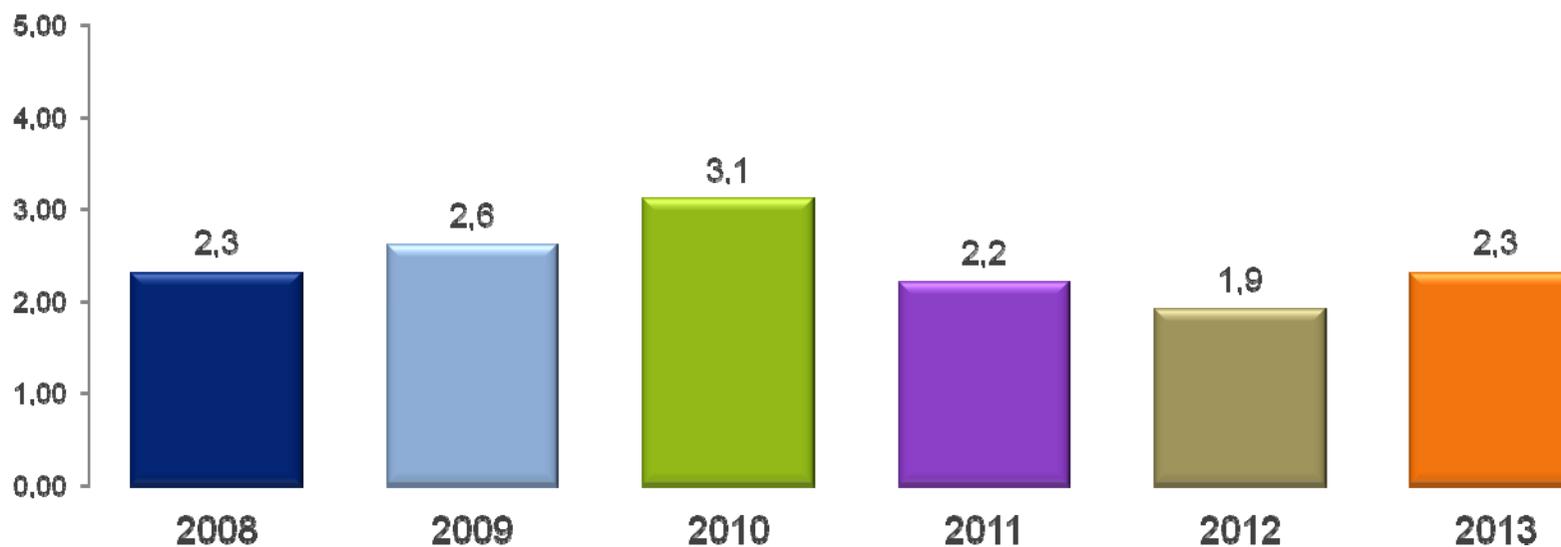


Los ámbitos de trabajo de las empresas innovadoras no han variado respecto a los últimos años, aunque sí se observa un incremento de menciones en todas ellas. Aquella que sigue manteniendo su preeminencia es la que tiene que ver con los procesos de la actividad empresarial.





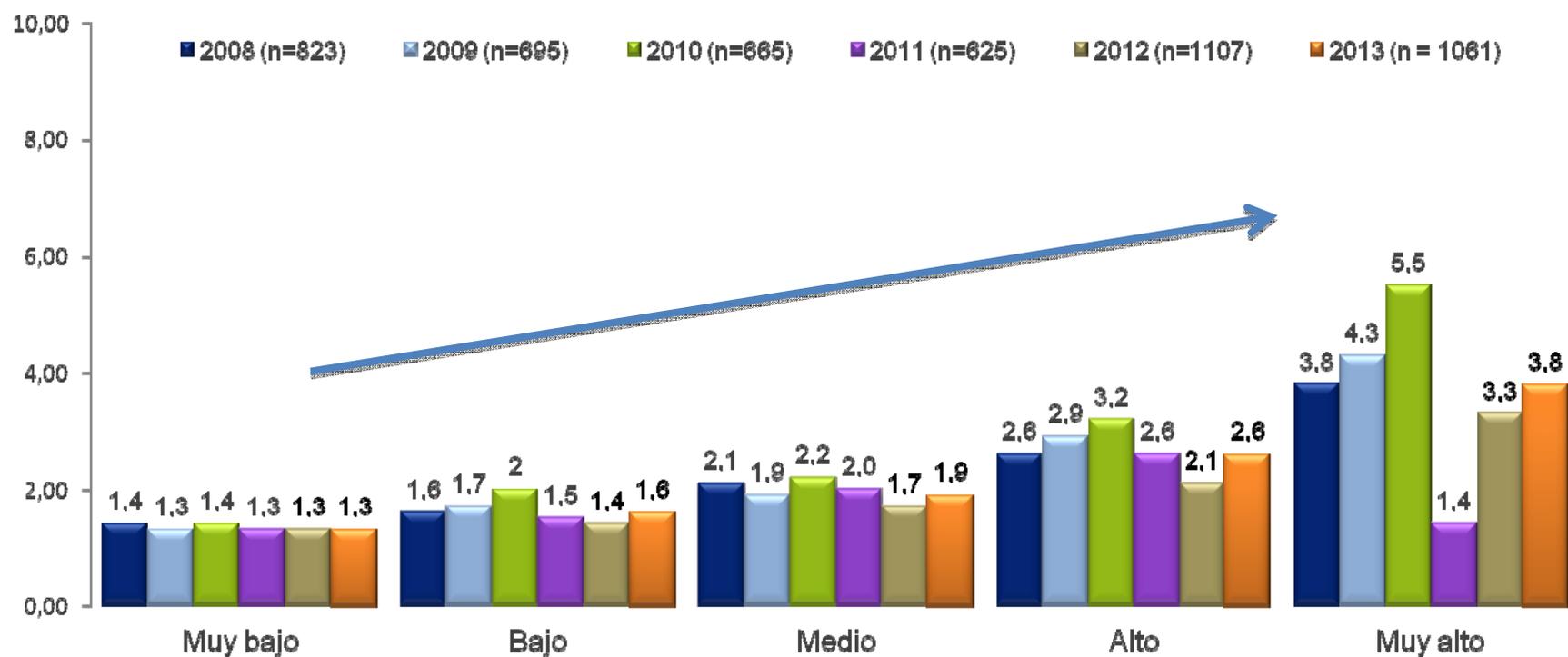
El número de ámbitos de procesos innovadores sobre los que trabajan las empresas se ha visto incrementado, superando los alcanzados en 2012 y como consecuencia de una mayor presencia de empresas con mayor intensidad de actividades innovadoras.





P.3.: NÚMERO MEDIO DE ÁMBITOS DE INNOVACIÓN EN FUNCIÓN DEL ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN

Base: Empresas con alguna actividad innovadora en el periodo





4.2. El esfuerzo innovador y el cumplimiento de expectativas



Un **64,2%** de las empresas vizcaínas entrevistadas afirma que las innovaciones implementadas han cumplido **totalmente o bastante los objetivos que perseguían.**



Por otra parte, la percepción de fracaso es reducida en términos totales, como indica un **7,4%** de las empresas, si bien resulta algo más elevada que en 2012.



Seis de cada diez empresas que ha acometido algún tipo de innovación se muestran satisfechas con el resultado obtenido.

Por otra parte, el 28,1% se muestra algo más cauto a la hora de valorar el cumplimiento de las expectativas

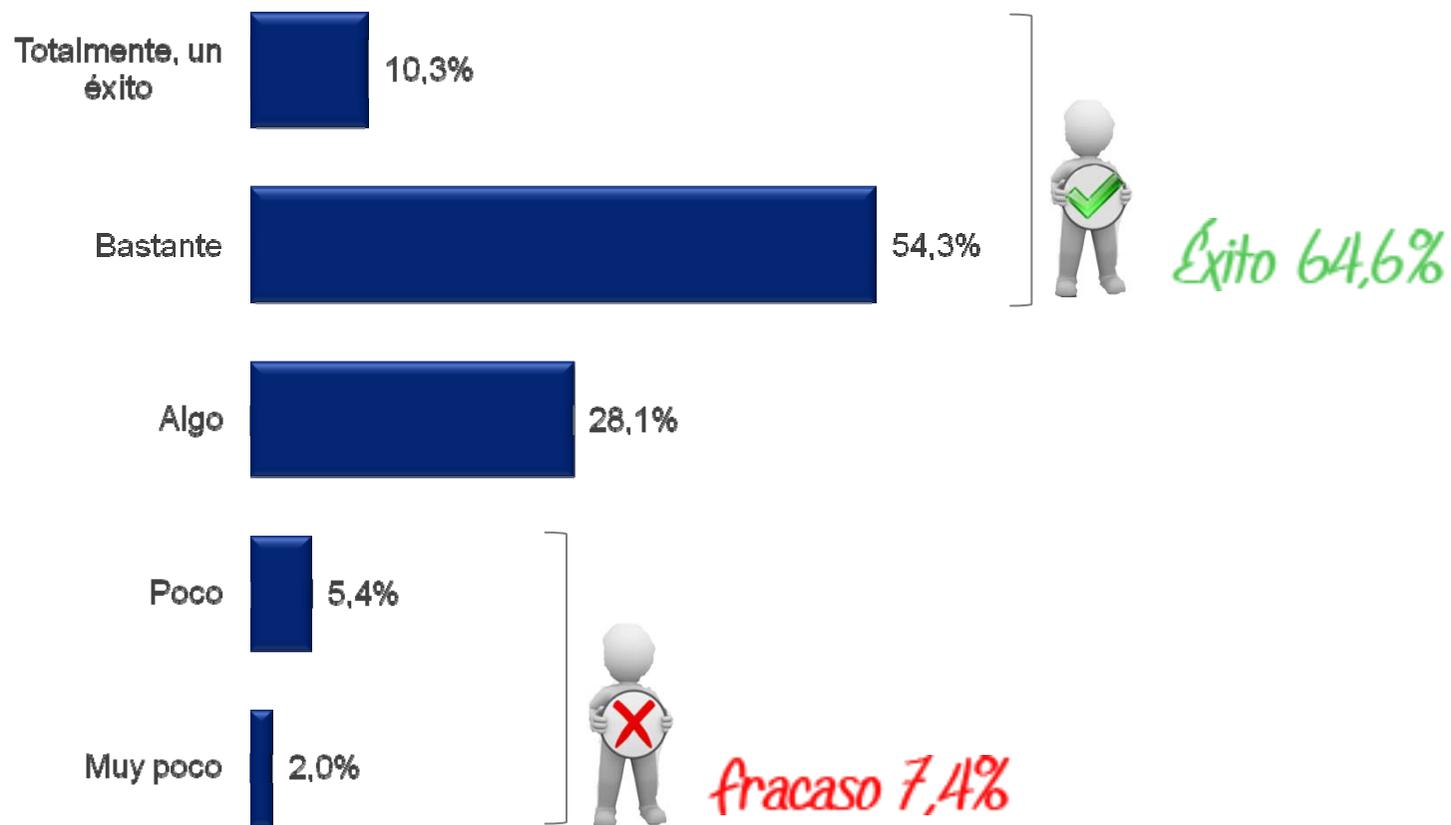


La innovación deja una sensación de satisfacción en la mayor parte de las empresas



P.6.: LOS RESULTADOS DE ESAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN, ¿EN QUÉ GRADO HAN CUMPLIDO LAS EXPECTATIVAS Y OBJETIVOS QUE TENÍAN EN SU EMPRESA?*

Base: 1061 empresas con alguna actividad innovadora en el período

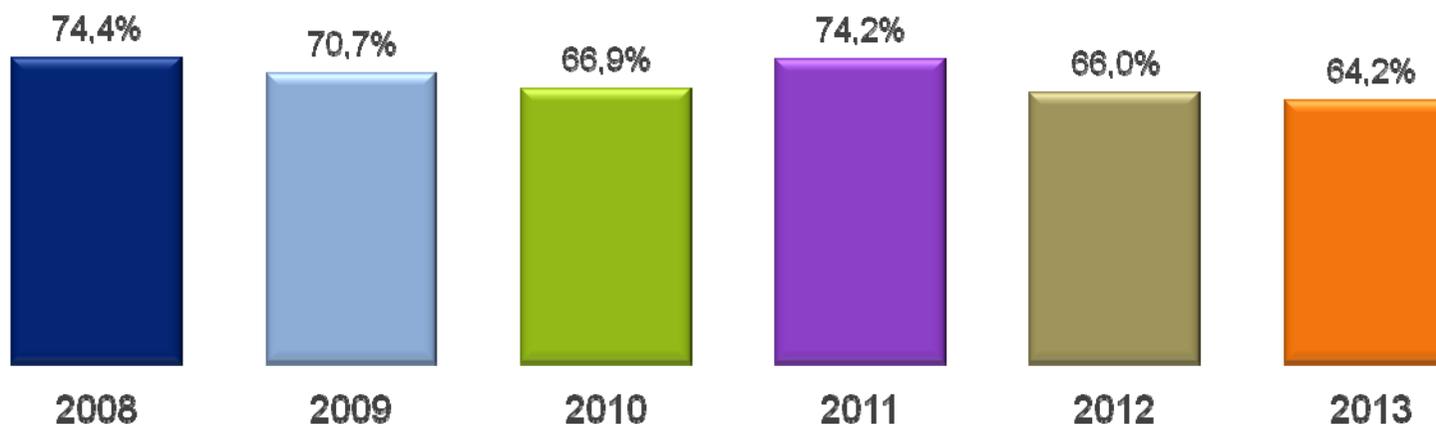


* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.



De forma comparativa... en cuanto al cumplimiento de expectativas, las empresas vizcaínas, aunque en su mayoría lo valoran de forma positiva, el porcentaje de las que lo hacen decrece respecto al pasado año.

- LA PERCEPCIÓN DEL ÉXITO DEL PROCESO INNOVADOR -

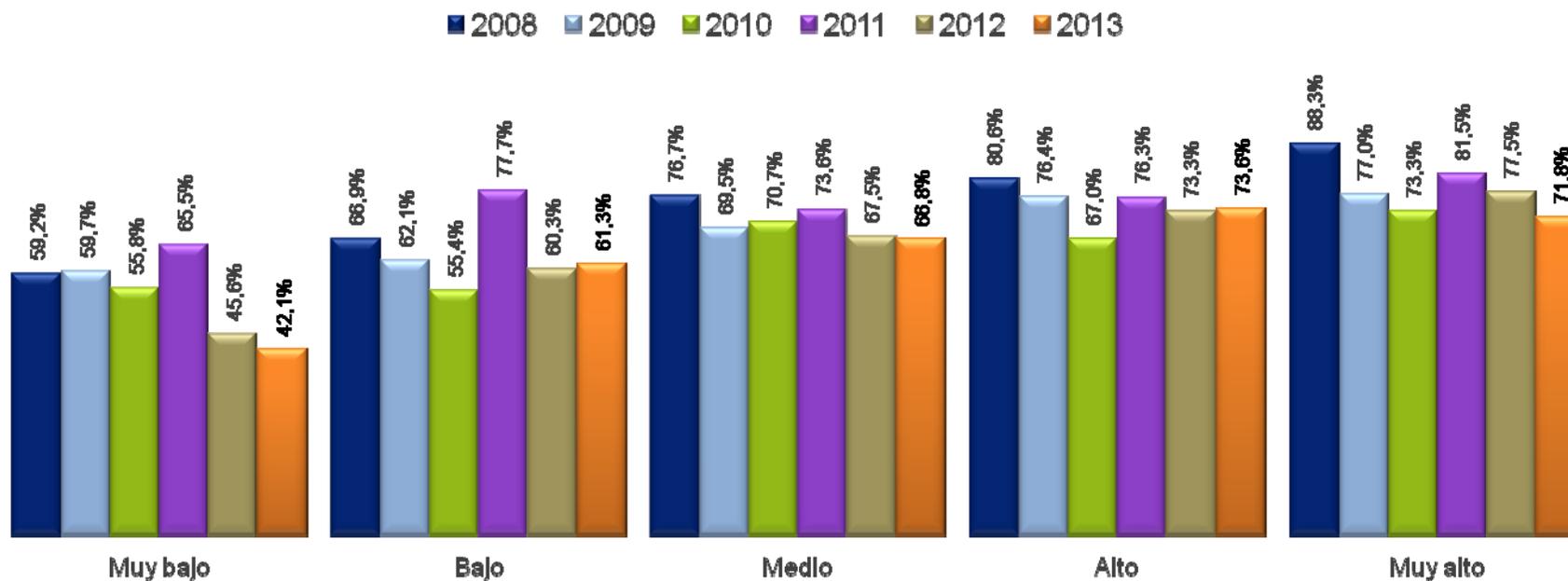


A medida que el nivel de intensidad de la innovación es mayor, el grado de cumplimiento total de las expectativas depositadas es también, mayor.



P.6.: CUMPLIMIENTO ALTO (Bastante o Total) DE LAS EXPECTATIVAS DEPOSITADAS EN LAS INNOVACIONES IMPLEMENTADAS

Base: Empresas con alguna actividad innovadora en el periodo



- *A medida que el nivel de intensidad de la innovación es mayor, el grado de cumplimiento total de las expectativas depositadas es también, mayor.*



4.3. Los efectos de la actividad innovadora



Las innovaciones acometidas pueden tener diferentes efectos en las empresas que las han desarrollado. En general, y frente a los datos de 2012, la mayor parte de los impactos se catalogan como medios, si bien aquellos que destacan por haber tenido un impacto más alto son:

- ✓ La consecución de una **mayor calidad** en los **bienes y servicios** (38,8%)
- ✓ **La reducción** del período de **respuesta** a las **necesidades de los clientes** (30,1%)
- ✓ **La mejora** del **intercambio de información** (30,1%)

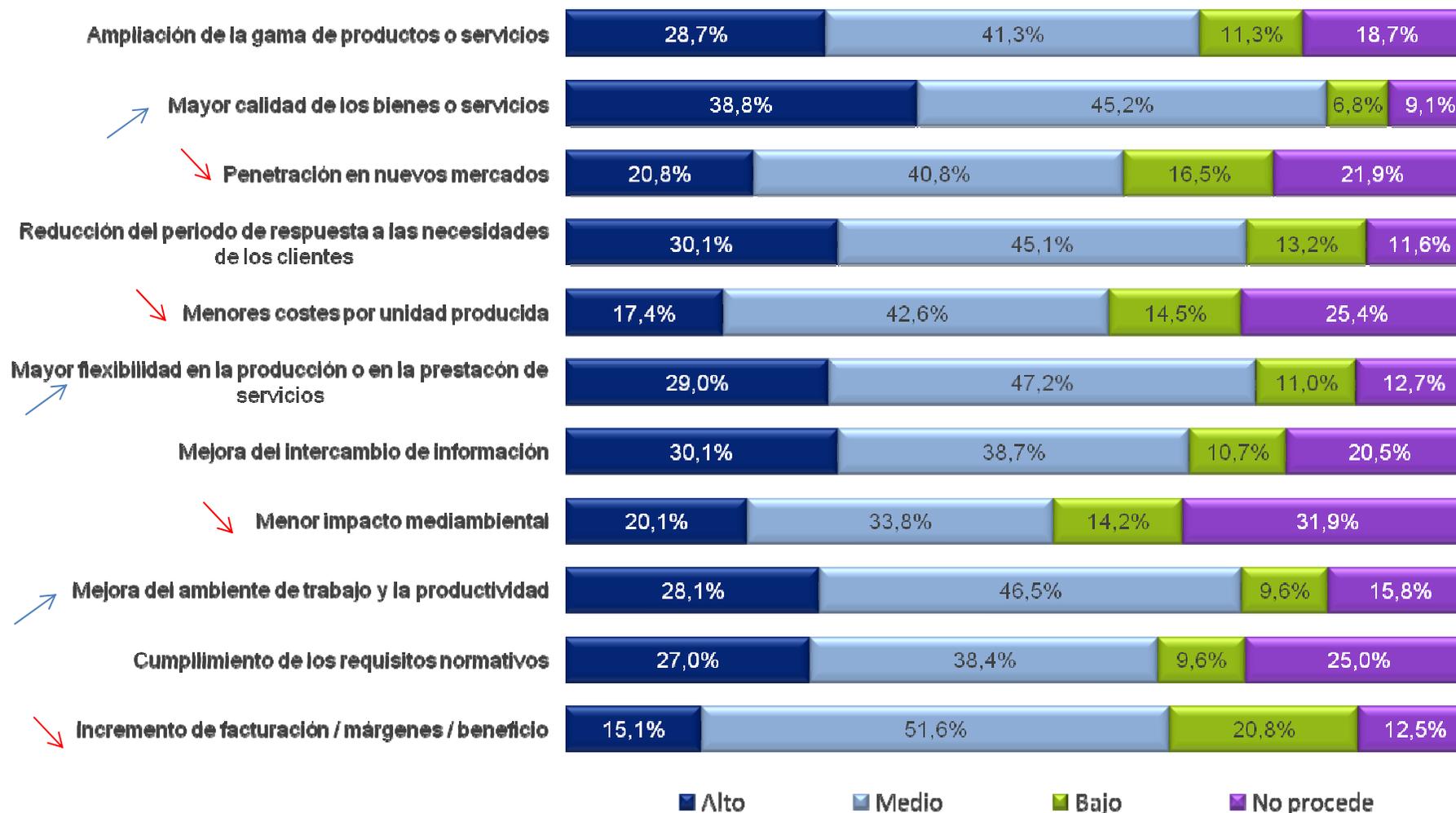


El impacto en el incremento de la facturación, de los márgenes y del beneficio, así como la mayor flexibilidad en la producción o en la prestación de servicios es calificado por la mitad de ellas como medio.



P.7.: LAS INNOVACIONES REALIZADAS EN SU EMPRESA HAN PODIDO TENER DISTINTOS EFECTOS. SEÑALE LOS QUE CORRESPONDEN CON SU SITUACIÓN*

Base: 1061 empresas con alguna actividad innovadora en el período



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



Los beneficios más palpables para las empresas del territorio se concentran en la consecución de una mayor calidad en bienes y servicios y la reducción del periodo de respuesta a las necesidades de los clientes



La reducción de costes, el incremento de la facturación, márgenes o beneficio... beneficios más difíciles de visualizar



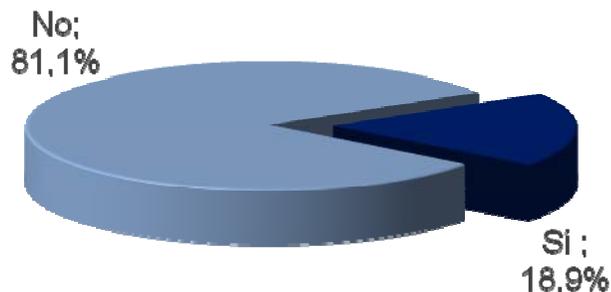
Máxime, cuando no disponemos de las herramientas de gestión apropiadas!!



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

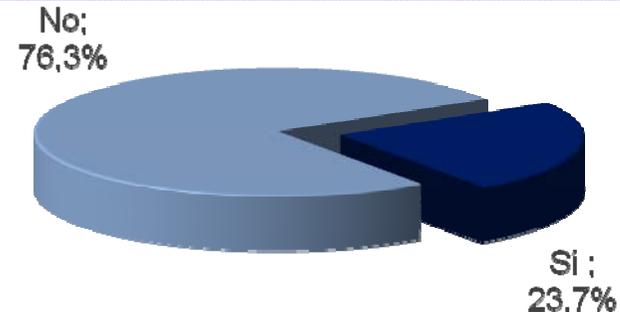
N.5B.: El presupuesto de su empresa tiene una partida específica para actividades de innovación

Base: 1061 empresas innovadoras



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

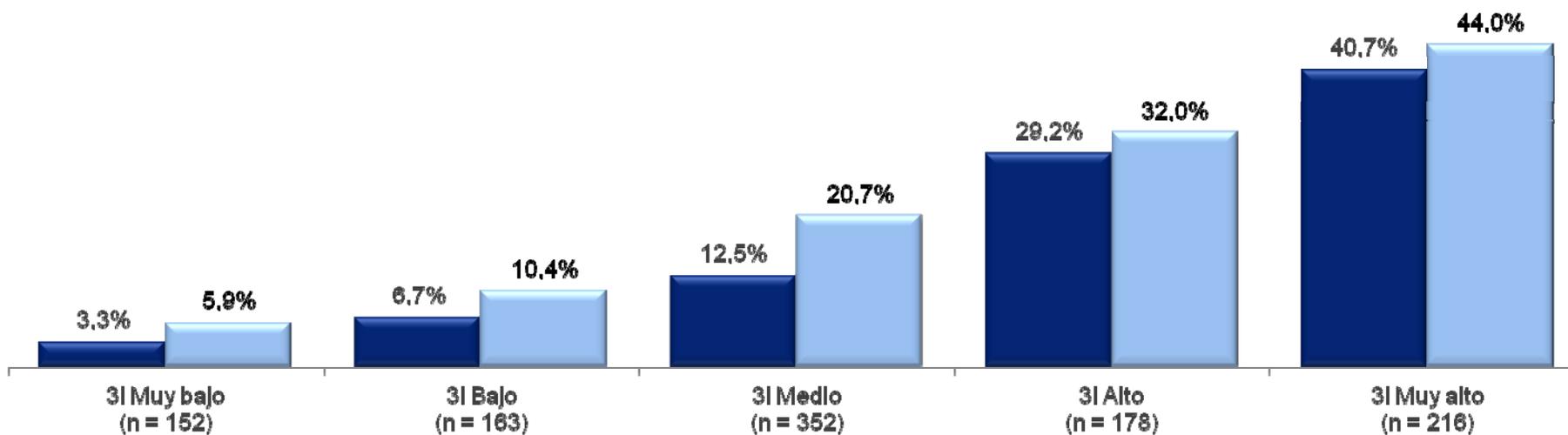
Base: 1061 empresas innovadoras





DISPOSICIÓN DE HERRAMIENTAS PARA LA INNOVACIÓN Según el Índice de Intensidad de la Innovación

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





4.4. Las fuentes de innovación



Para acceder a la innovación, las empresas mencionan como **fuentes principales**, aquellas internas de la **propia empresa**: las tecnologías y herramientas incorporadas, su personal de producción, sus propias capacidades de desarrollo de conocimiento y su personal de gestión.



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

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



El personal interno, los clientes y sus necesidades específicas y los proveedores parecen ser de nuevo, un año más, el motor de dinamización de las empresas vizcaínas.



**P.5.: DE LAS FUENTES DE INFORMACIÓN Y CONOCIMIENTO QUE LE VOY A LEER,
¿CUÁLES HAN SIDO LAS PRINCIPALES FUENTES PARA ACOMETER INNOVACIONES
EN SU EMPRESA?***

Base: 1061 empresas con alguna actividad innovadora en el periodo



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



4.5. El acceso a la ayuda pública



La participación de la Ayuda pública o subvención de las empresas que han acometido algún tipo de innovación, afecta a tres de cada diez (el 37,6%).



En su mayoría, las empresas han abordado sus iniciativas innovadoras sin ningún tipo de ayuda pública.



Hay un perfil de empresa vizcaína que ha accedido a la ayuda pública en mayor medida, siendo principalmente:

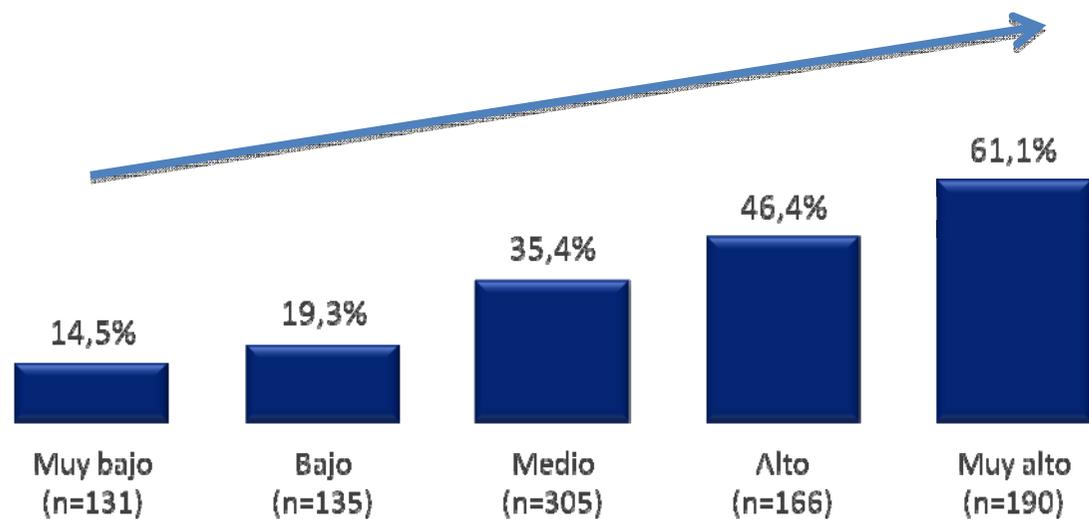
- ✓ Las de reciente creación.
- ✓ Las empresas exportadoras.
- ✓ Las del sector de industria y energía.
- ✓ Cuyas empresas se encuentran en fase de introducción o crecimiento del producto.
- ✓ Preferentemente empresas que sostienen en el tiempo las innovaciones.



P.8.: EN LOS ÚLTIMOS TRES AÑOS, ¿HA OBTENIDO SU EMPRESA ALGUNA AYUDA PÚBLICA O SUBVENCIÓN DE APOYO A LA INNOVACIÓN?
Base: 927 empresas con alguna innovación en el periodo.



ACCESO A LA AYUDA PÚBLICA EN FUNCIÓN DEL ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN





P.9.: LA AYUDA PÚBLICA QUE HA RECIBIDO ¿PARA CUÁL DE ESTAS FUE LA MÁS VALIOSA PARA SU EMPRESA?*

Base: 346 empresas que ha recibido ayuda pública

	LA MÁS VALIOSA. PRIMER LUGAR	LA MÁS VALIOSA. SEGUNDO LUGAR
Introducción de procesos nuevos	32,4%	9,5%
La investigación en la propia empresa	12,4%	8,7%
Formación del personal	10,4%	7,2%
Mejora de procesos	9,8%	0,3%
Servicios de ayuda para actividades de innovación	6,4%	9,5%
La colaboración o innovación con otras empresas	4,3%	6,6%
La implementación de investigación de mercados	3,5%	3,8%
Nuevos productos surgidos de I+D+I	3,5%	---
Financiación de proyectos	3,5%	---
Compra de maquinaria / tecnologías	2,6%	---
Participación, colaboración con instituciones públicas para el fomento de la innovación	2,0%	---
Creación / Mejora página web	1,7%	---
Mejora de la capacidad financiera	1,4%	---
Ayuda en una red de innovación en la que ha participado	1,2%	2,3%
Eficiencia Energética	1,2%	---
La contratación de nuevos licenciados	0,9%	0,6%
Formación	0,9%	---
Otras	0,9%	---
Internacionalización	0,6%	---
Sistemas de calidad	0,6%	---
No contesta	---	51,2%

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



El acceso de las empresas de Bizkaia a la financiación pública que sufrague los costes de la innovación es una realidad para tres de cada diez empresas caracterizadas como innovadoras.

- ACCESO A LA AYUDA PÚBLICA -



Respecto a los datos de oleadas anteriores, se aprecia un descenso en la solicitud o acceso a la ayuda pública



LOS MÉTODOS PARA LA PROTECCIÓN DE LA INNOVACIÓN Y EL CONOCIMIENTO

U5



Casi ocho de cada diez empresas de Bizkaia **no sigue método** alguno para proteger sus invenciones, innovaciones o conocimientos, así lo indica un 78,7% 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 intensidad de la innovación y pasan a ser altos o muy altos

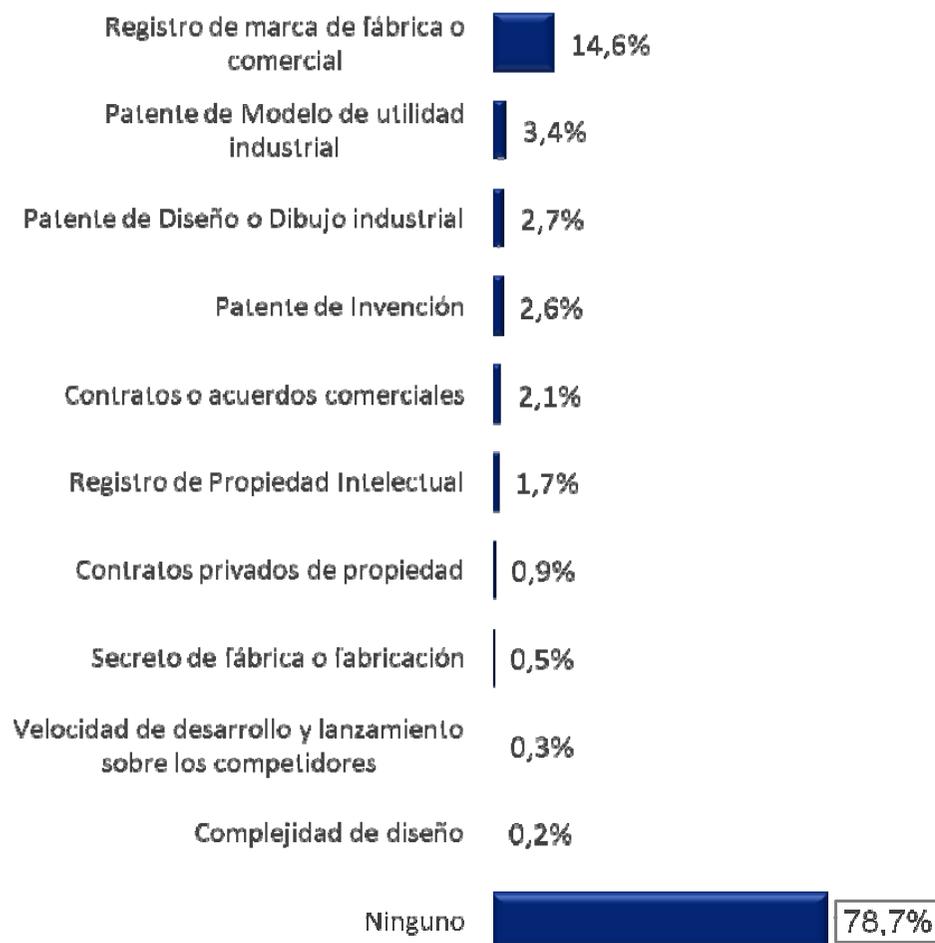


Entre las empresas que protegen sus conocimientos o actividades, el **registro de la marca de fábrica o comercial** es el procedimiento más frecuente, constituyendo estas, el 14,6% de las consultadas.



P.15.: ¿EN SU EMPRESA SIGUEN ALGUNO DE LOS SIGUIENTES MÉTODOS PARA PROTEGER SUS INVENCIONES, INNOVACIONES O CONOCIMIENTOS?*

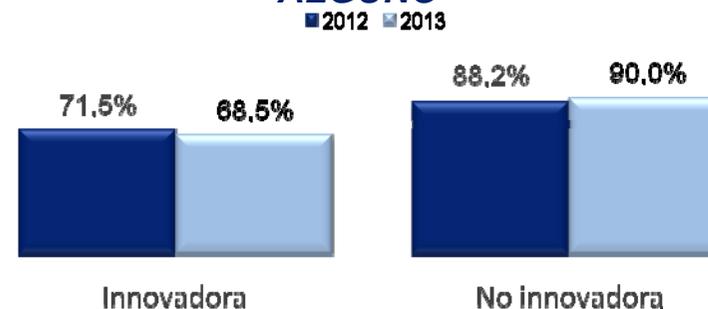
Base: Total de empresas innovadoras (n = 2005)



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

TIPO DE EMPRESA

- SEÑALAN QUE NO SIGUEN MÉTODO ALGUNO-



EMPRESAS INNOVADORAS SEGÚN ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN

- SEÑALAN QUE NO SIGUEN MÉTODO ALGUNO -





P.15.: ¿EN SU EMPRESA SIGUEN ALGUNO DE LOS SIGUIENTES MÉTODOS PARA PROTEGER SUS INVENCIONES, INNOVACIONES O CONOCIMIENTOS?*
Base: Total de empresas innovadoras (n = 2005)

	TOTAL (n=2005)	ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN				
		Muy bajo (n=152)	Bajo (n=163)	Medio (n=352)	Alto (n=178)	Muy alto (n=216)
Registro de marca de fábrica o comercial	14,6%	9,9%	16,6%	21,0%	24,7%	31,9%
Patente de Modelo de utilidad industrial	3,4%	---	1,8%	4,0%	4,5%	13,0%
Patente de Diseño o Dibujo industrial	2,7%	0,7%	0,6%	3,7%	2,8%	7,4%
Patente de Invención	2,6%	0,7%	0,6%	2,6%	3,9%	12,0%
Contratos o acuerdos comerciales	2,1%	---	1,2%	2,0%	1,7%	10,2%
Registro de Propiedad Intelectual	1,7%	1,3%	1,2%	2,0%	1,7%	5,6%
Contratos privados de propiedad	0,9%	---	---	0,3%	0,6%	6,0%
Secreto de fábrica o fabricación	0,5%	---	---	0,3%	---	2,8%
Velocidad de desarrollo y lanzamiento sobre los competidores	0,3%	---	---	---	---	3,2%
Complejidad de diseño	0,2%	---	---	---	---	2,3%
Ninguno	78,7%	88,8%	79,1%	69,6%	66,9%	45,8%

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



La implementación de algún tipo de acción para proteger innovaciones, conocimientos nos revela que:



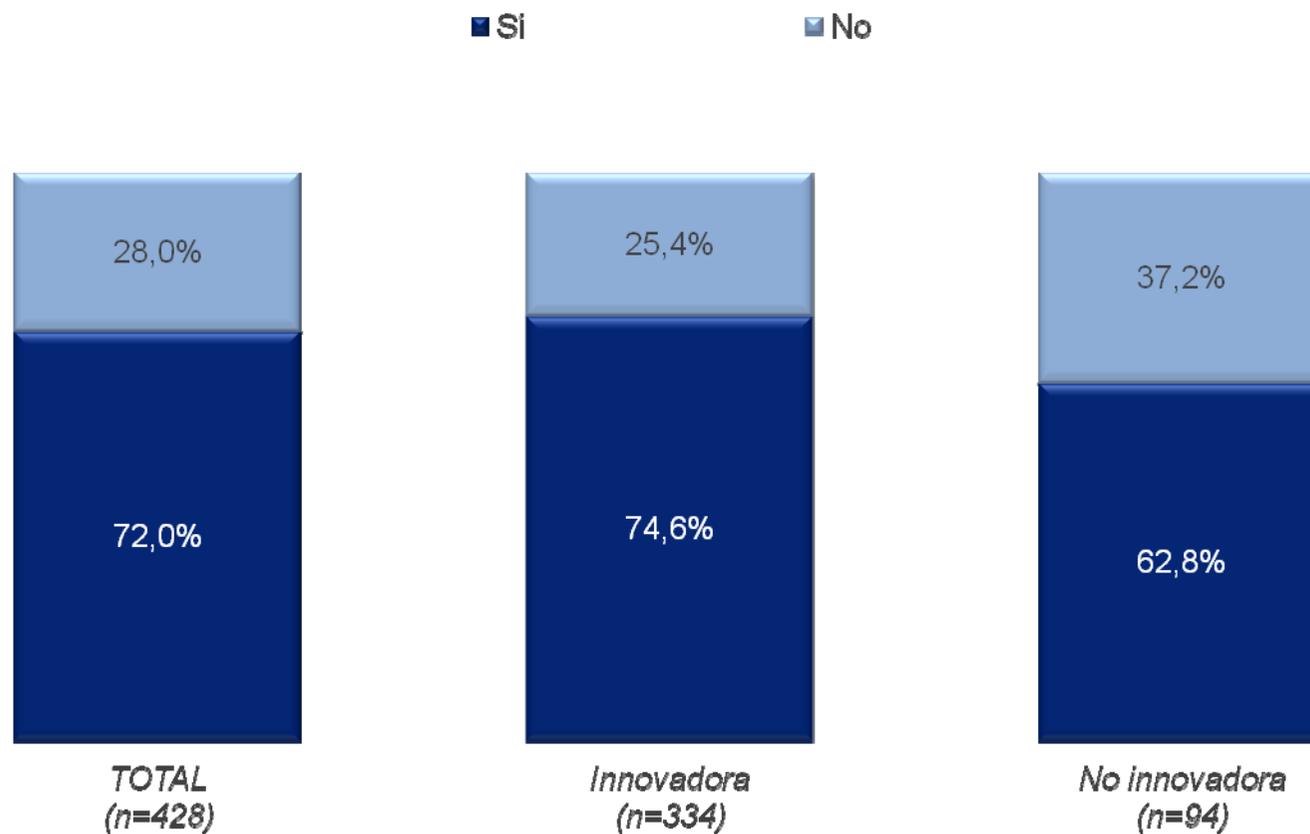
Siete de cada diez empresas entrevistadas (72%) que protege sus innovaciones, afirma que en el registro de patentes o de la propiedad intelectual **está vigente alguna de sus patentes, marcas o derechos de autor**, mientras que un 18% señala que actualmente se encuentran en proceso de registro.



A medida que el índice de intensidad de la innovación es más elevado mayor es el porcentaje de empresas que se encuentran en proceso de registro (25,4% alto índice, 27,4% muy alto índice).



P.16.: ¿TIENE SU EMPRESA ALGUNA PATENTE, MODELO DE UTILIDAD, DIBUJO INDUSTRIAL, MARCA O DERECHO DE AUTOR INSCRITA EN EL REGISTRO DE PATENTES O DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL QUE ESTÉN VIGENTES?
Base: 428 empresas entrevistadas que han implementado alguna acción para proteger innovaciones

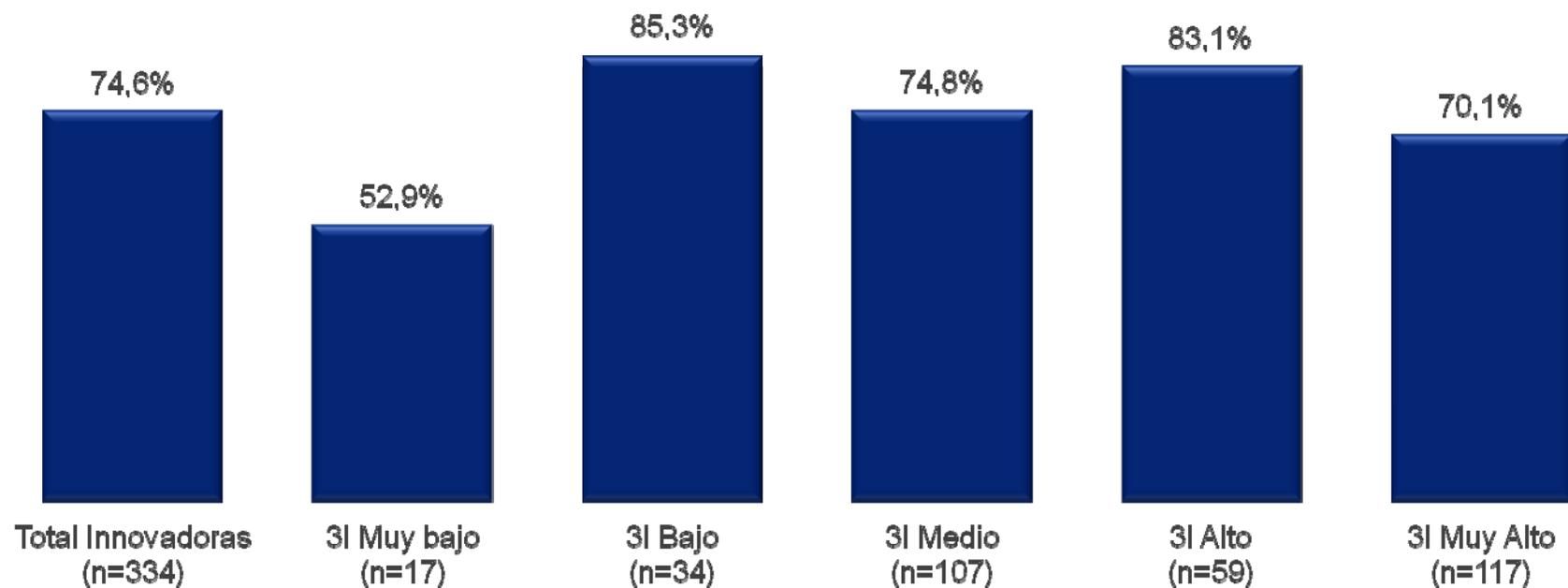




P.16.: ¿TIENE SU EMPRESA ALGUNA PATENTE, MODELO DE UTILIDAD, DIBUJO INDUSTRIAL, MARCA O DERECHO DE AUTOR INSCRITA EN EL REGISTRO DE PATENTES O DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL QUE ESTÉN VIGENTES?

Base: Empresas categorizadas como innovadoras

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

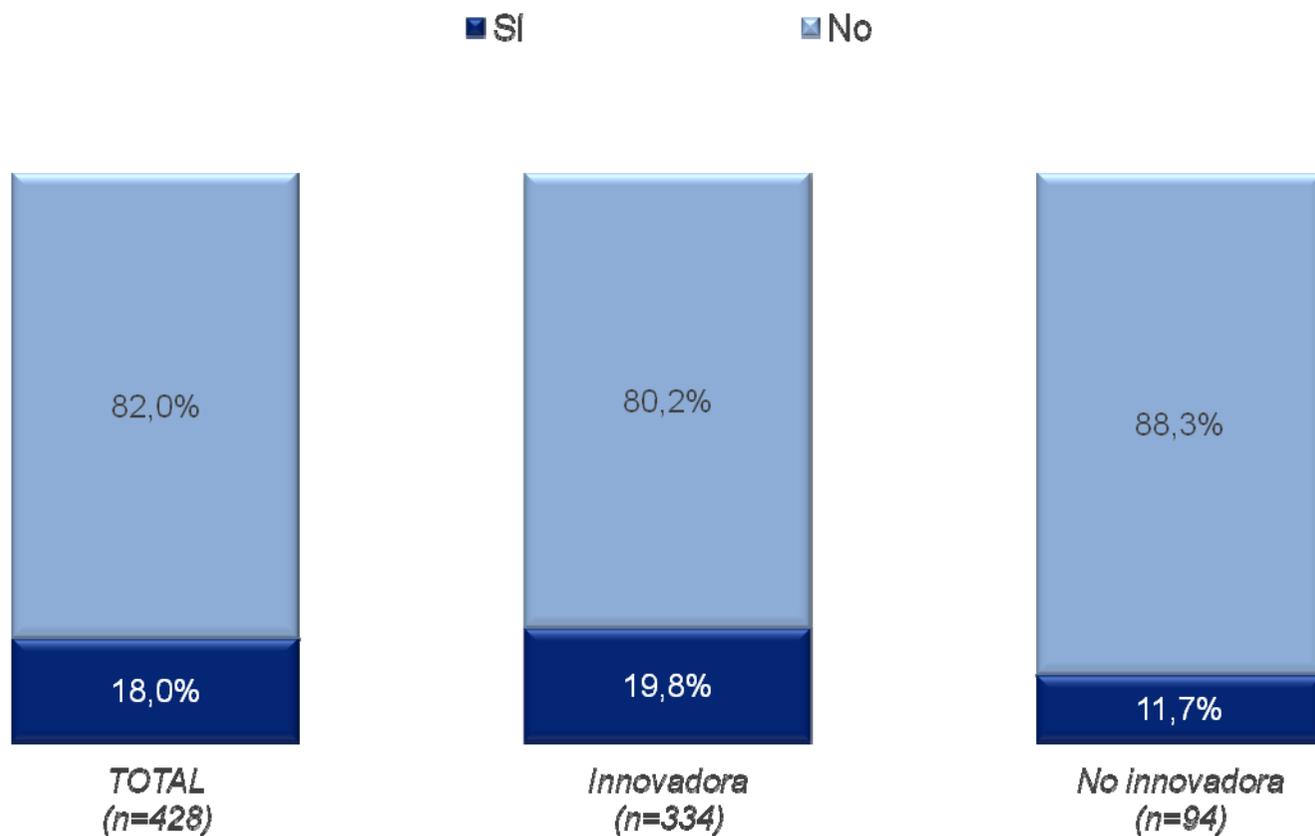


* Lo reducido de algunas bases muestrales nos obliga a realizar una lectura cualitativa.



P.17.: ¿Y AHORA TIENE SU EMPRESA ALGUNA PATENTE, MARCA O DERECHO DE AUTOR EN PROCESO DE REGISTRO?

Base: 428 empresas entrevistadas que han implementado alguna acción para proteger innovaciones

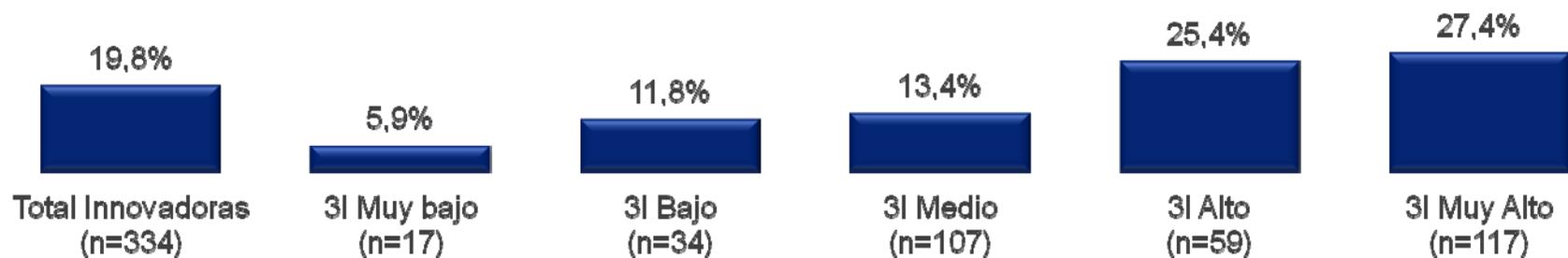




P.17.: ¿Y AHORA TIENE SU EMPRESA ALGUNA PATENTE, MARCA O DERECHO DE AUTOR EN PROCESO DE REGISTRO?

Base: Empresas categorizadas como innovadoras

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

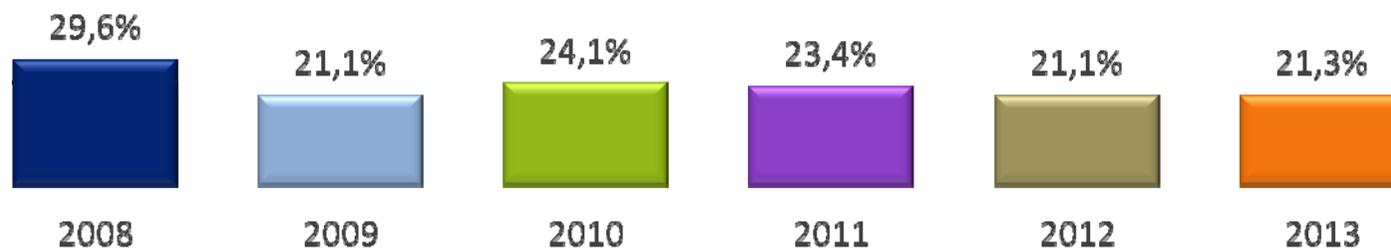


* Lo reducido de algunas bases muestrales nos obliga a realizar una lectura cualitativa.



La protección de los conocimientos, invenciones o innovaciones de las empresas se mantiene en un ratio de dos de cada diez empresas de Bizkaia.

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





LOS RITMOS DE LA INNOVACIÓN

U6



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.*



Casi siete de cada diez empresas entrevistadas, **el 67,4%, no se reconoce** desde las situaciones sugeridas en torno a los procesos de desarrollo de innovaciones. Dentro de las que señalan haber abordado o introducido alguna, dos de cada cinco (el 47,4%) no se identifica con parte alguna del proceso.



Un **25,6%** de las empresas **tiene actualmente procesos de innovación en curso** mientras que un 4,2% tiene procesos aunque con importantes retrasos sobre los plazos previstos.



Las empresas que manifiestan **haber abandonado** algún proyecto innovador, bien en su **fase de concepción**, como de **desarrollo e implantación** constituyen el **12,7%** del total. Estos abandonos se han sucedido en mayor grado entre quienes han abordado la innovación.



*El porcentaje de procesos fallidos aun siendo escaso,
se ha visto incrementado en 5,5 puntos
respecto al año 2012*



P.18.: LE VOY A LEER UNA SERIE DE SITUACIONES RESPECTO A LA INNOVACIÓN EN LAS QUE SU EMPRESA PUEDE ENCONTRAR EN LA ACTUALIDAD O HA PODIDO ENCONTRARSE ENTRE 2009 y 2012*
Base: Total empresas entrevistadas



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



P.18.: LE VOY A LEER UNA SERIE DE SITUACIONES RESPECTO A LA INNOVACIÓN EN LAS QUE SU EMPRESA PUEDE ENCONTRAR EN LA ACTUALIDAD O HA PODIDO ENCONTRARSE ENTRE 2009 y 2012*
Base: Total empresas entrevistadas

	TOTAL	TIPO DE EMPRESA	
		Innovadora	No innovadora
Tiene actividades de innovación en curso de desarrollo	25,6%	44,9%	3,9%
Tiene actividades de innovación que tengan un fuerte retraso sobre los plazos previstos	4,2%	6,7%	1,4%
Han tenido proyectos de innovación que han abandonado en fase de concepción o idea	8,4%	12,3%	3,9%
Han tenido proyectos de innovación que han abandonado en fase de desarrollo o implantación	4,3%	5,7%	2,6%
Ninguna de las anteriores	67,4%	47,4%	89,9%

↓ ↓
TASAS DE ABANDONO

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



LA COOPERACIÓN COMO ACCESO A LA INNOVACIÓN

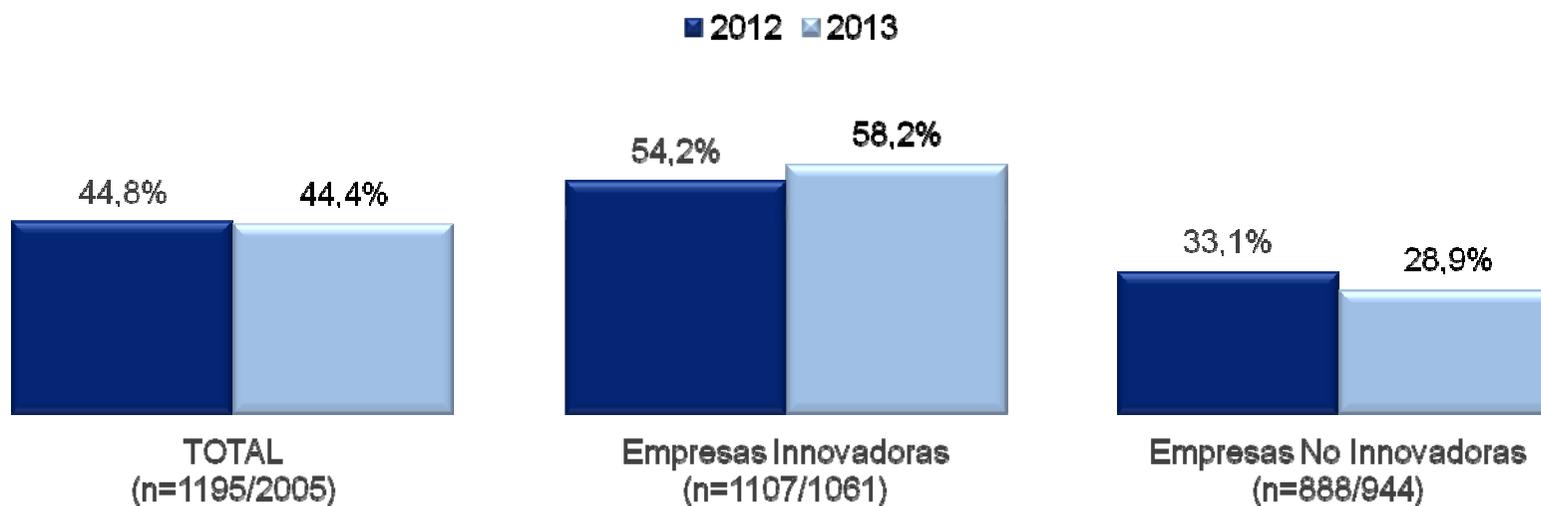
7



7.1. La actitud hacia la cooperación en materia de innovación



Cuatro de cada diez empresas vizcaínas consultadas considera que la cooperación con otras empresas, agentes para la innovación es muy o bastante útil.



(n = base 2012/base 2013)

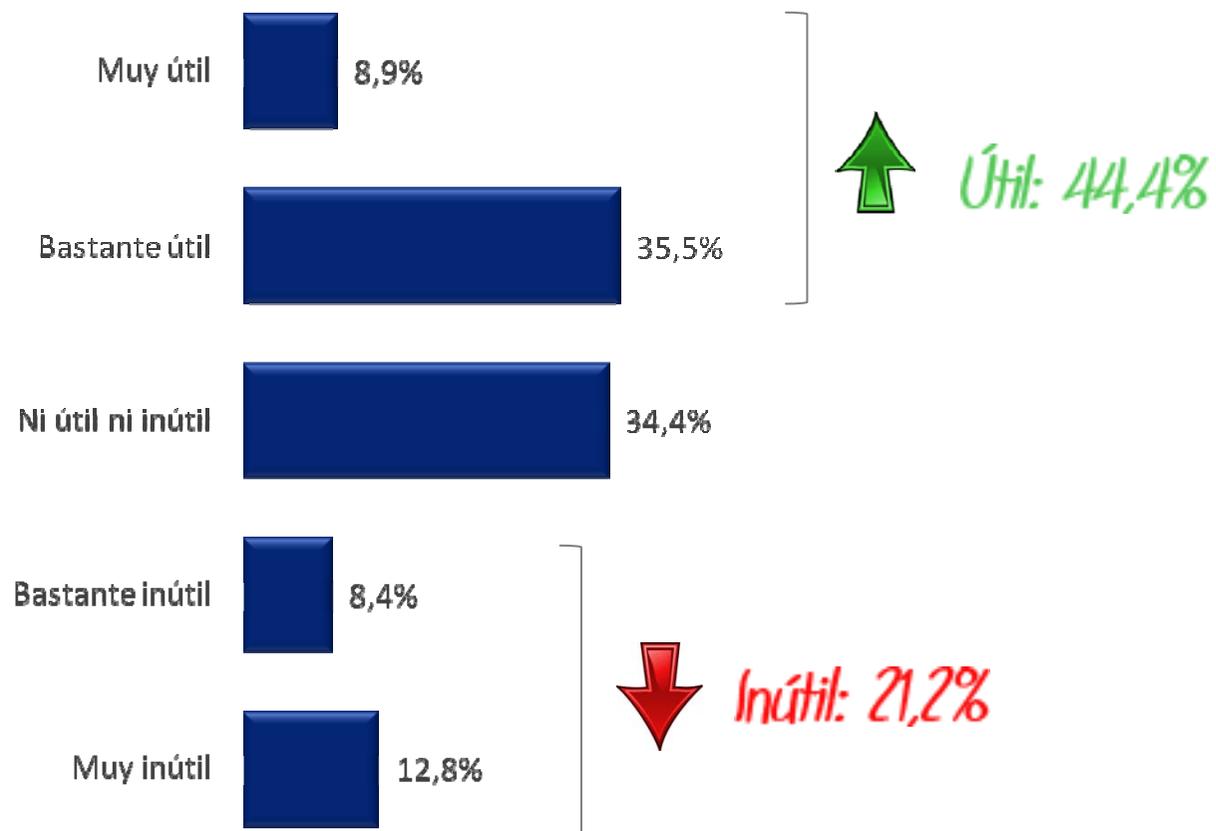


En el caso de las empresas categorizadas como innovadoras, son casi seis de cada diez quienes consideran que la cooperación es un pilar útil de cara a la implementación de procesos innovadores



P.20.: EN SU OPINIÓN, LA COOPERACIÓN CON OTRAS EMPRESAS AGENTES PARA LA INNOVACIÓN, PARA LANZAR NUEVOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS O PARA INTRODUCIR NUEVOS PROCESOS ES PARA UD Y SU EMPRESA...*

Base: Total de empresas entrevistadas



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

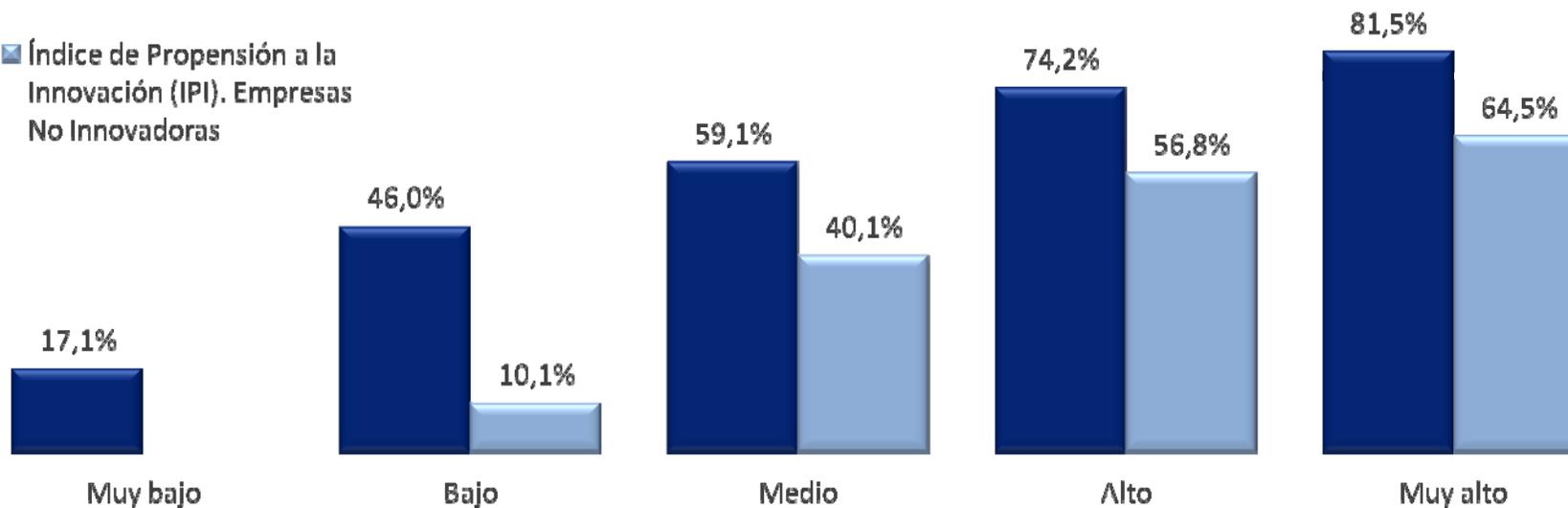


P.20.: EN SU OPINIÓN, LA COOPERACIÓN CON OTRAS EMPRESAS AGENTES PARA LA INNOVACIÓN, PARA LANZAR NUEVOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS O PARA INTRODUCIR NUEVOS PROCESOS ES PARA UD Y SU EMPRESA...*
Base: Total de empresas entrevistadas

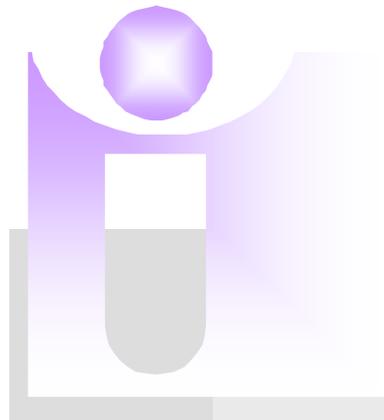
- EMPRESAS QUE CONSIDERAN LA COOPERACIÓN BASTANTE O MUY ÚTIL -

■ Índice de Intensidad de la Innovación (3I). Empresas Innovadoras.

■ Índice de Propensión a la Innovación (IPI). Empresas No Innovadoras



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



7.2. Reconocimiento de agentes desde la cooperación



Para un importante conjunto de las empresas de Bizkaia (44,4%) la **cooperación** con otros agentes en materia de innovación resulta más interesante cuando esta se plantea especialmente **con otras empresas que desarrollan su trabajo en el mismo sector de actividad.**



La similitud de escenarios, retos y problemáticas a las que enfrentarse parecen centrales a la hora de establecer una cooperación.



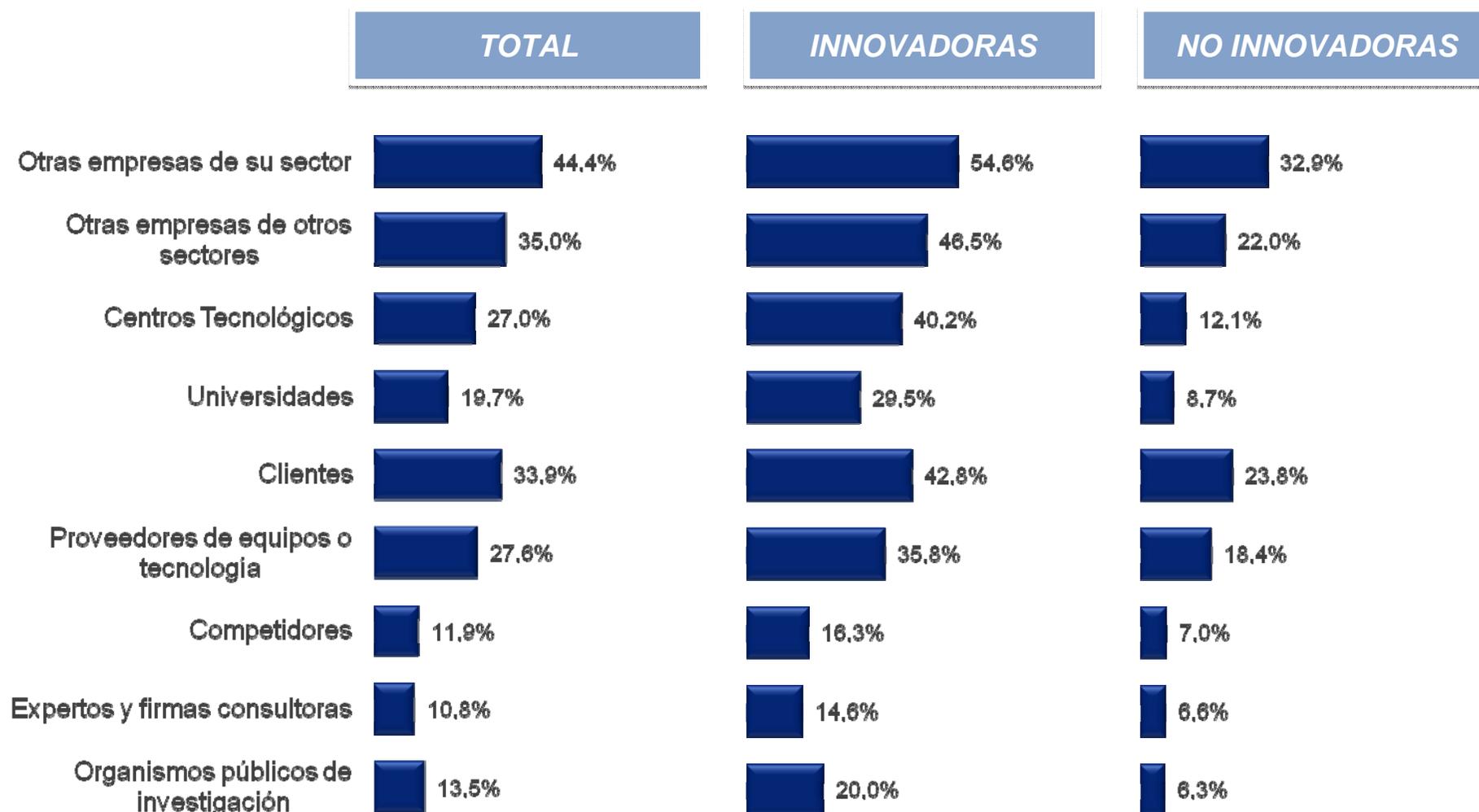
En algo menor medida parece interesarles colaborar con:

- ✓ Las empresas de **otros sectores** (35,0%).
- ✓ Los **clientes** (33,9%).
- ✓ **Proveedores** de equipos y tecnología (27,6%).

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



P.21.: PARA SU EMPRESA, ¿PODRÍA RESULTAR INTERESANTE LA COLABORACIÓN CON...?*
Base: Total empresas entrevistadas



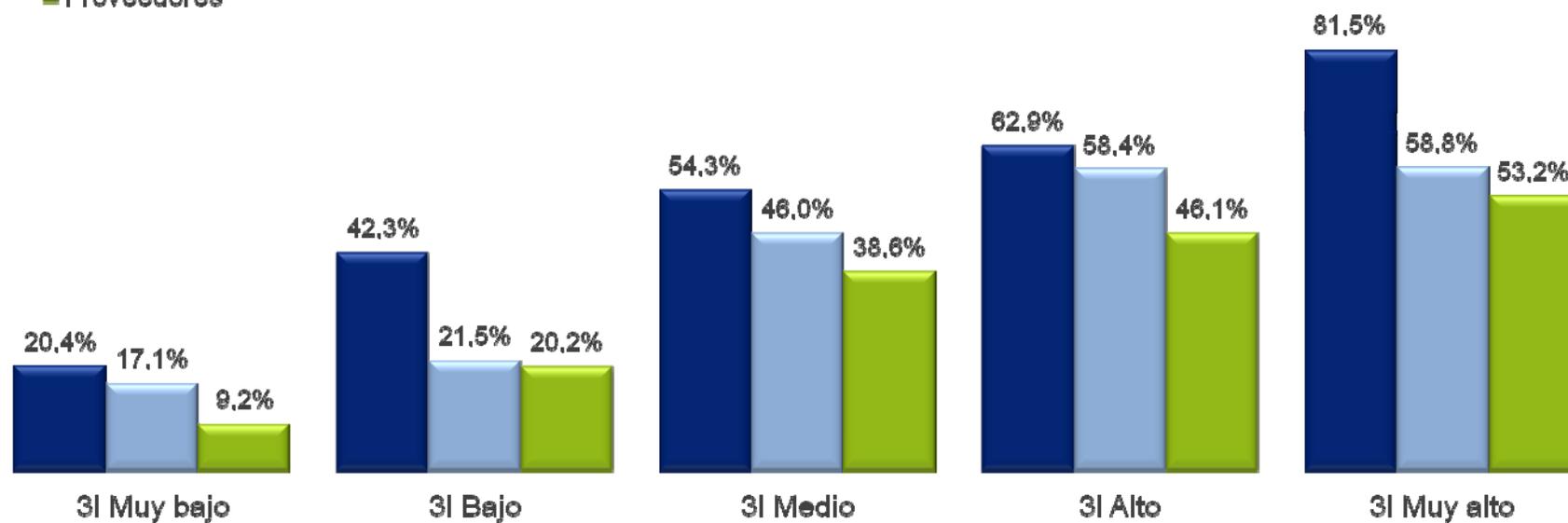
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.



P.21.: PARA SU EMPRESA, ¿PODRÍA RESULTAR INTERESANTE LA COLABORACIÓN CON...?*
Base: Empresas con actividad innovadora

- EN FUNCIÓN DEL ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN (3I) -

- Otras empresas del sector
- Clientes
- Proveedores



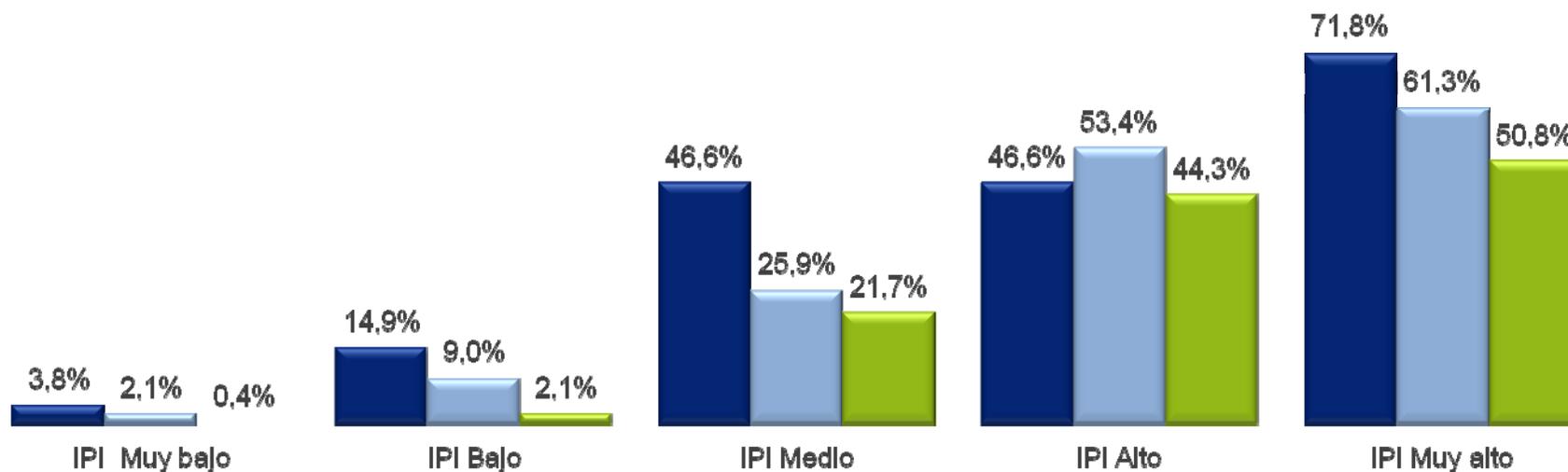
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.



P.21.: PARA SU EMPRESA, ¿PODRÍA RESULTAR INTERESANTE LA COLABORACIÓN CON...?*
Base: Empresas sin actividad innovadora

- EN FUNCIÓN DEL ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN (IPI) -

- Otras empresas del sector
- Clientes
- Proveedores



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



7.3. El comportamiento ante la cooperación en materia de innovación



La actitud ante la cooperación revela que:



Casi una de cada tres empresas vizcaínas afirma cooperar con otros agentes, empresas para lanzar nuevos productos, servicios o para introducir nuevos procesos.



Esta cooperación se centra sobre todo en el diseño y desarrollo de nuevos o mejorados productos o servicios (44,3%) y en menor medida en la comercialización de esos nuevos productos y servicios (25,9%).



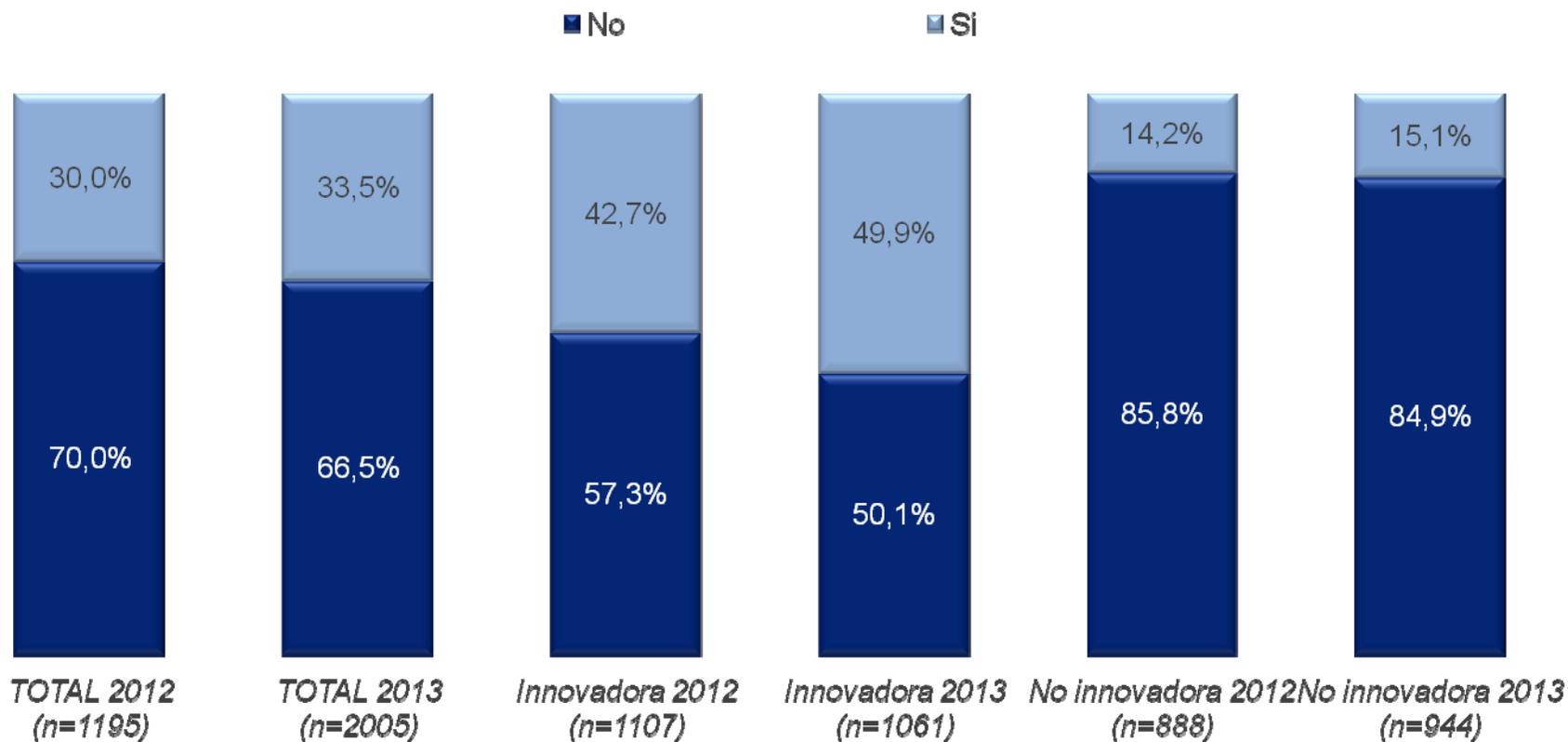
Los aspectos para los que se busca una menor cooperación son la vigilancia e identificación de oportunidades (12,9%) y la detección de nuevos sistemas o tecnología de producción o entrega del servicio (10,7%).

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



P.22.: ¿COOPERA CON OTRAS EMPRESAS O AGENTES DE INNOVACIÓN PARA LANZAR NUEVOS PRODUCTOS, SERVICIOS O PARA INTRODUCIR NUEVOS PROCESOS?*

Base: Total de empresas entrevistadas



(n = base 2012/base 2013)

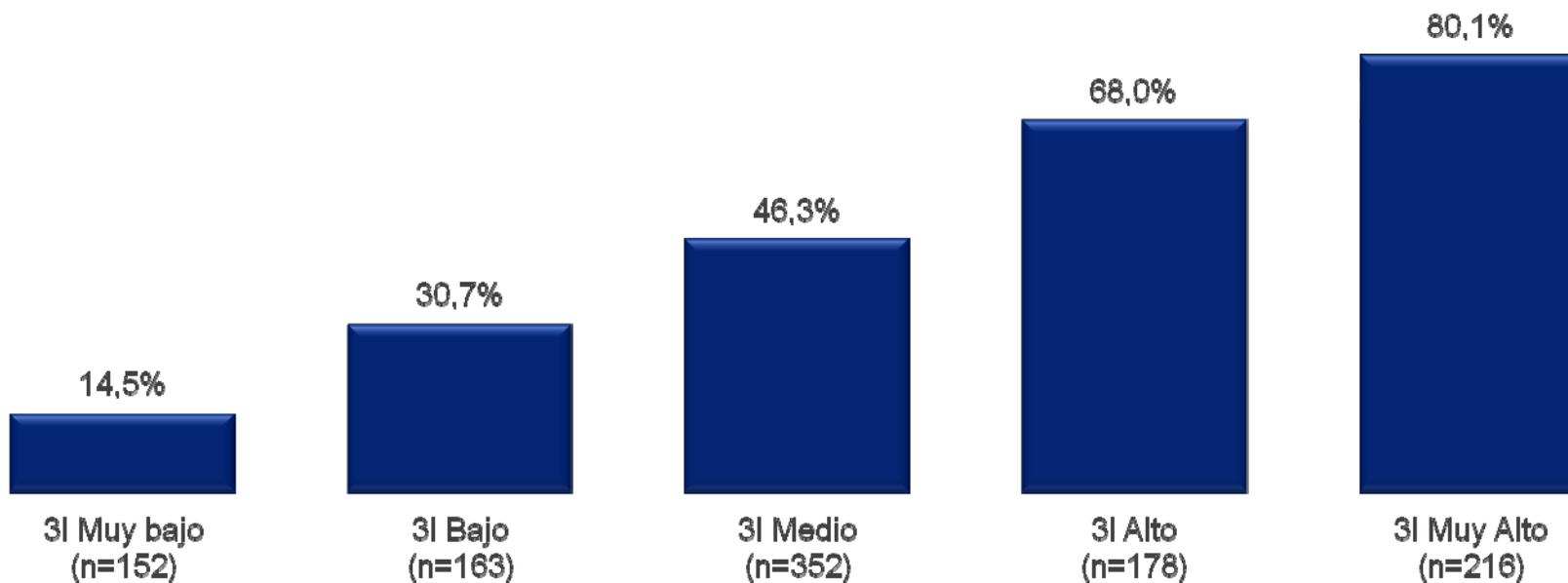
* Solo se admitió una respuesta.



P.22.: ¿COOPERA CON OTRAS EMPRESAS O AGENTES DE INNOVACIÓN PARA LANZAR NUEVOS PRODUCTOS, SERVICIOS O PARA INTRODUCIR NUEVOS PROCESOS?*

Base: Total de empresas entrevistadas

- EMPRESAS QUE COOPERAN EN FUNCIÓN DEL ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN (3I) -



* Solo se admitió una respuesta.



P.24.: EN CONCRETO, ESA COOPERACIÓN EN EL DESARROLLO DE PRODUCTOS, PROCESOS Y/O SERVICIOS ¿EN QUÉ SE CENTRA?*
Base: 672 empresas entrevistadas que cooperan con otras empresas de innovación

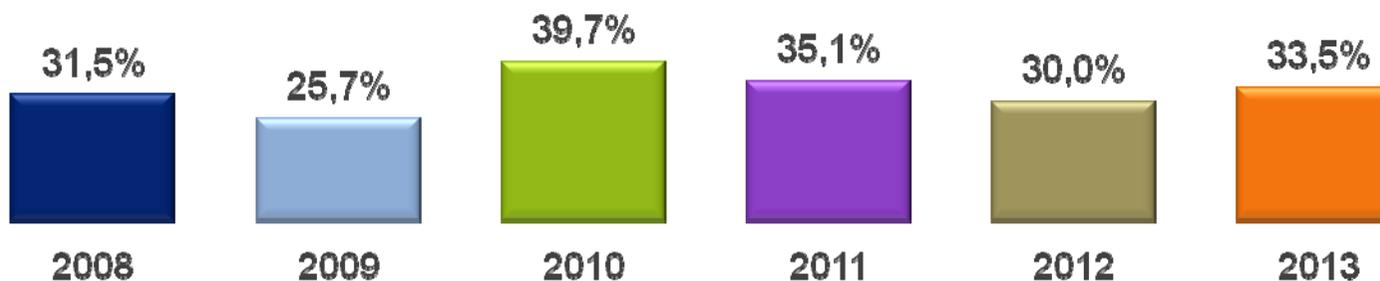


* Se leyeron las opciones de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.



La cooperación en materia de innovación con otros agentes se mantiene en índices similares al 2012 existiendo para una de cada de cada tres empresas de Bizkaia.

Evolución de la cooperación en materia de innovación



Esta cooperación se centra sobre todo en el diseño y desarrollo de nuevos o mejorados productos o servicios.



Situación de estabilidad en la cooperación en el territorio



CULTURA EMPRESARIAL EN RELACIÓN A LA INNOVACIÓN

8



8.1. Comportamiento en relación a la gestión del conocimiento



A la hora de identificar, capturar, generar, compartir y evaluar los conocimientos, dos parecen ser los comportamientos que preferentemente desarrollan las empresas.



Por un lado, aquel en que la capacitación esta planificada y la organización aporta tiempo y recursos, propiciando incluso que las personas se organicen en grupos y foros (58,6%).



Por otro lado, aquel en el que el aprendizaje esta basado en iniciativas personales, el conocimiento es individual y no se comparte (46,6%).

**TIEMPO
RECURSOS
INTERACCIÓN
58,2%**

v.s.

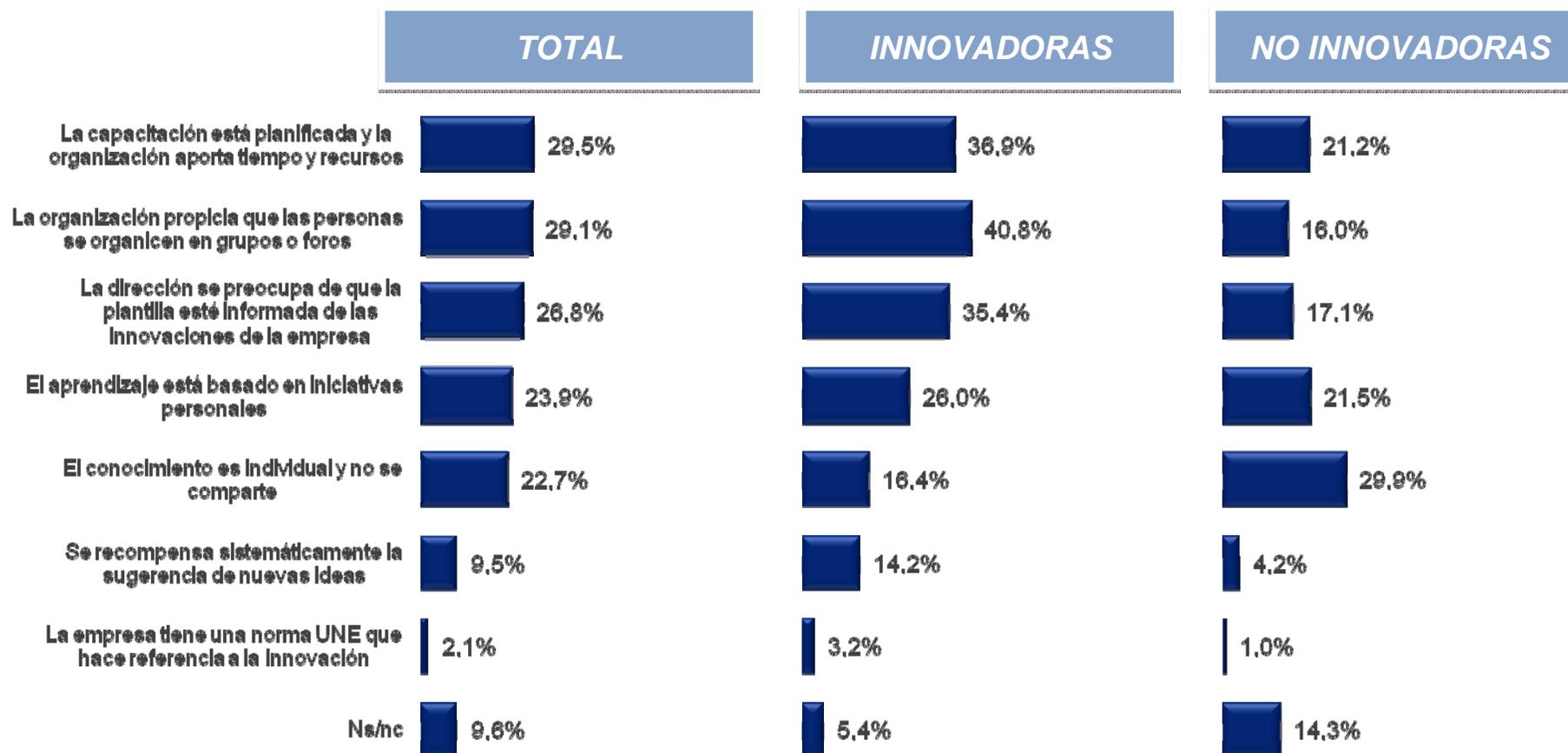
**INDIVIDUALISMO
PERSONALISMO
AISLAMIENTO
46,6%**





P.26.: ¿CON CUÁL DE LOS SIGUIENTES COMPORTAMIENTOS COINCIDE EN MAYOR MEDIDA EL CÓMO ABORDA SU EMPRESA LAS NECESIDADES DE IDENTIFICAR, CAPTURAR, GENERAR, COMPARTIR Y EVALUAR CONOCIMIENTOS?*

Base: Total empresas entrevistadas

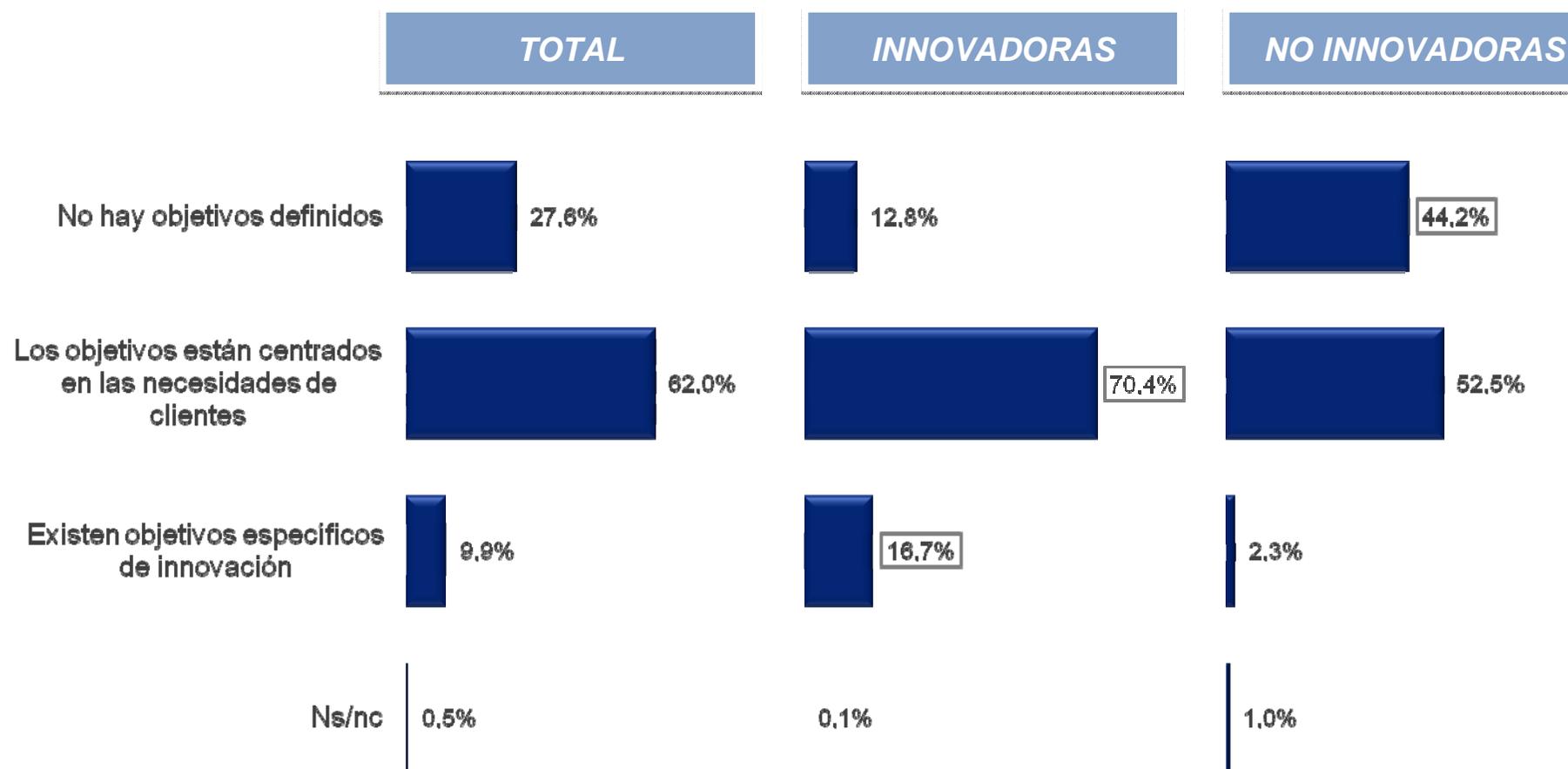


* Se leyeron las alternativas de respuesta. Solo se admitió una respuesta.



**P.27.: RESPECTO A LOS OBJETIVOS DE INNOVACIÓN DE LA EMPRESA,
¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES SITUACIONES DEFINE MEJOR LA COMPRENSIÓN
DE LOS OBJETIVOS DE INNOVACIÓN DE SU EMPRESA?***

Base: Total empresas entrevistadas



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



CAPITAL HUMANO Y ESTRUCTURAL DE LA INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS





El 79,5% de las empresas entrevistadas **no dispone ni de departamento técnico ni de departamento de I+D ó I+D+i**, ni capital humano **cuya responsabilidad sea la innovación.**



Siguen siendo minoritarias las empresas con departamentos específicos para la innovación



En las empresas innovadoras está más presente el personal dedicado a I+D+i, si bien continúan siendo minoritarias las que disponen de personal que se dedique exclusivamente a esta actividad.

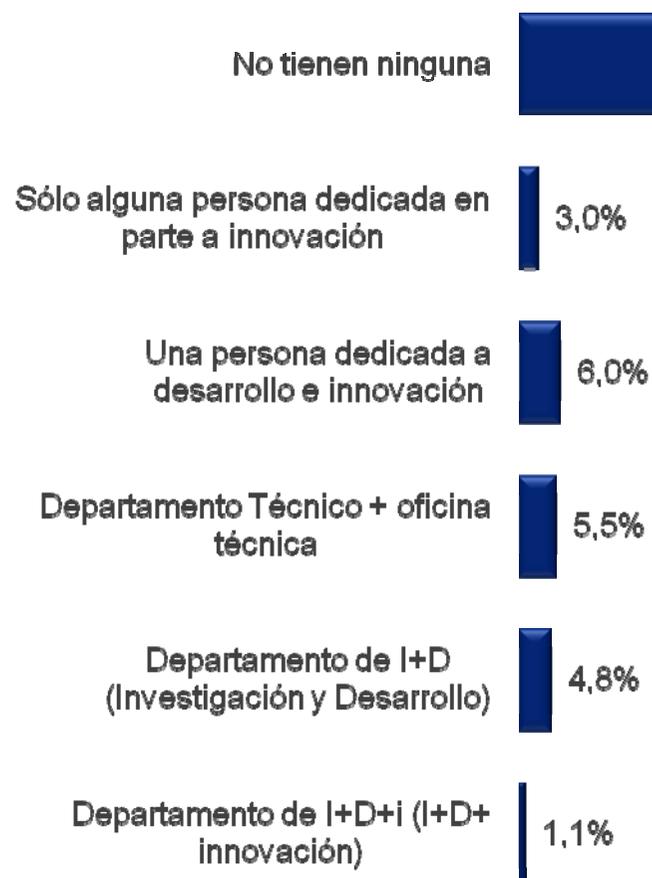


El volumen de empresas de Bizkaia que dispone de un departamento u oficina técnica, o un departamento de I+D o I+D+i, se mantiene en niveles similares al 2012, un 11,5%

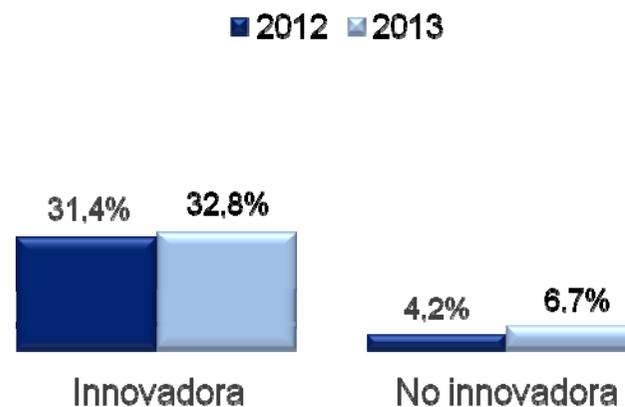


P.29.: ¿TIENE SU EMPRESA DEPARTAMENTO TÉCNICO O DEPARTAMENTO DE I+D ó I+D+i O ALGUNA PERSONA QUE TIENE LA RESPONSABILIDAD DE INNOVACIÓN?*

Base: Total de empresas entrevistadas



Disponen de personal

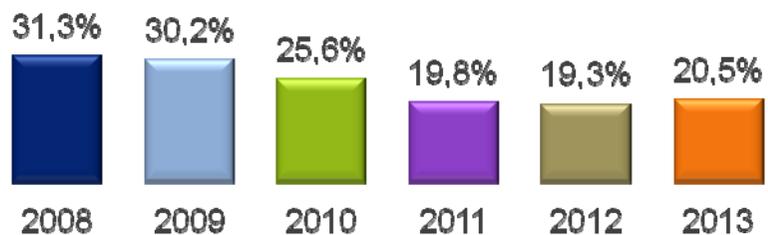


* Se leyeron las opciones de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

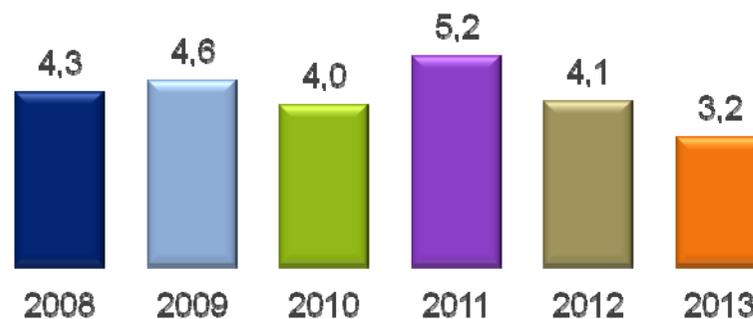


En el conjunto de empresas de Bizkaia, en 2013, la proporción de empresas con personal específico dedicado a la innovación es dos de cada diez

Disponen de personal dedicado a la innovación



Media de personas



Pese a ser dos de cada diez las que disponen de personal adscrito, el número medio de personas dedicadas, se ha reducido desde el pasado año.



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

U10



10.1. La valoración del contexto económico



Un 42,1% de las empresas de Bizkaia categorizadas como **innovadoras se muestra de acuerdo** con la afirmación de que **acometer algún proceso de introducción de innovaciones es independiente del** contexto económico y financiero en el que nos encontremos.



Sin embargo, un 38,7% de las consultadas cree que abordar este tipo de procesos si está relacionado con el contexto económico.



La actual coyuntura de crisis continúa manifestándose como un freno a los procesos de mejora continua en parte de las empresas vizcaínas.

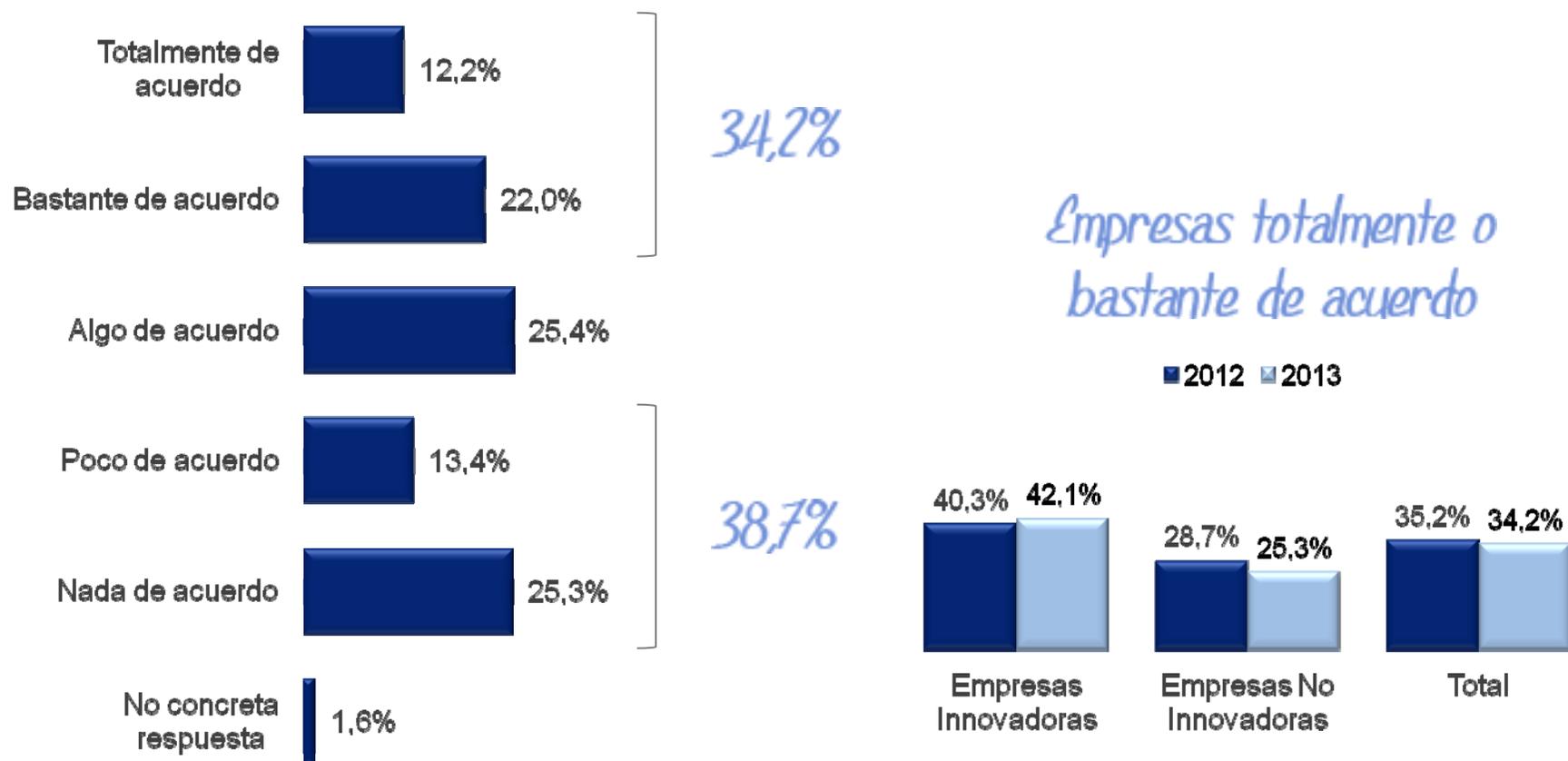




P.29.: GRADO DE ACUERDO DECLARADO CON LAS AFIRMACIONES PLANTEADAS*

Base: Total de empresas entrevistadas

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



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



P.29.: GRADO DE ACUERDO DECLARADO CON LAS AFIRMACIONES PLANTEADAS*
Base: Total de empresas entrevistadas

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

Media

Empresas innovadoras

ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN (3I)



Empresas no innovadoras

ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN (IPI)



■ Bastante/ Totalmente de acuerdo ■ Algo de acuerdo
 ■ Nada / poco de acuerdo ■ No concreta respuesta

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



Las incertidumbres en relación a la estabilidad empresarial y la difícil situación de crisis, que se está viviendo, hace que un importante conjunto de empresas hayan decidido reducir los objetivos de innovación a desarrollar en la empresa.



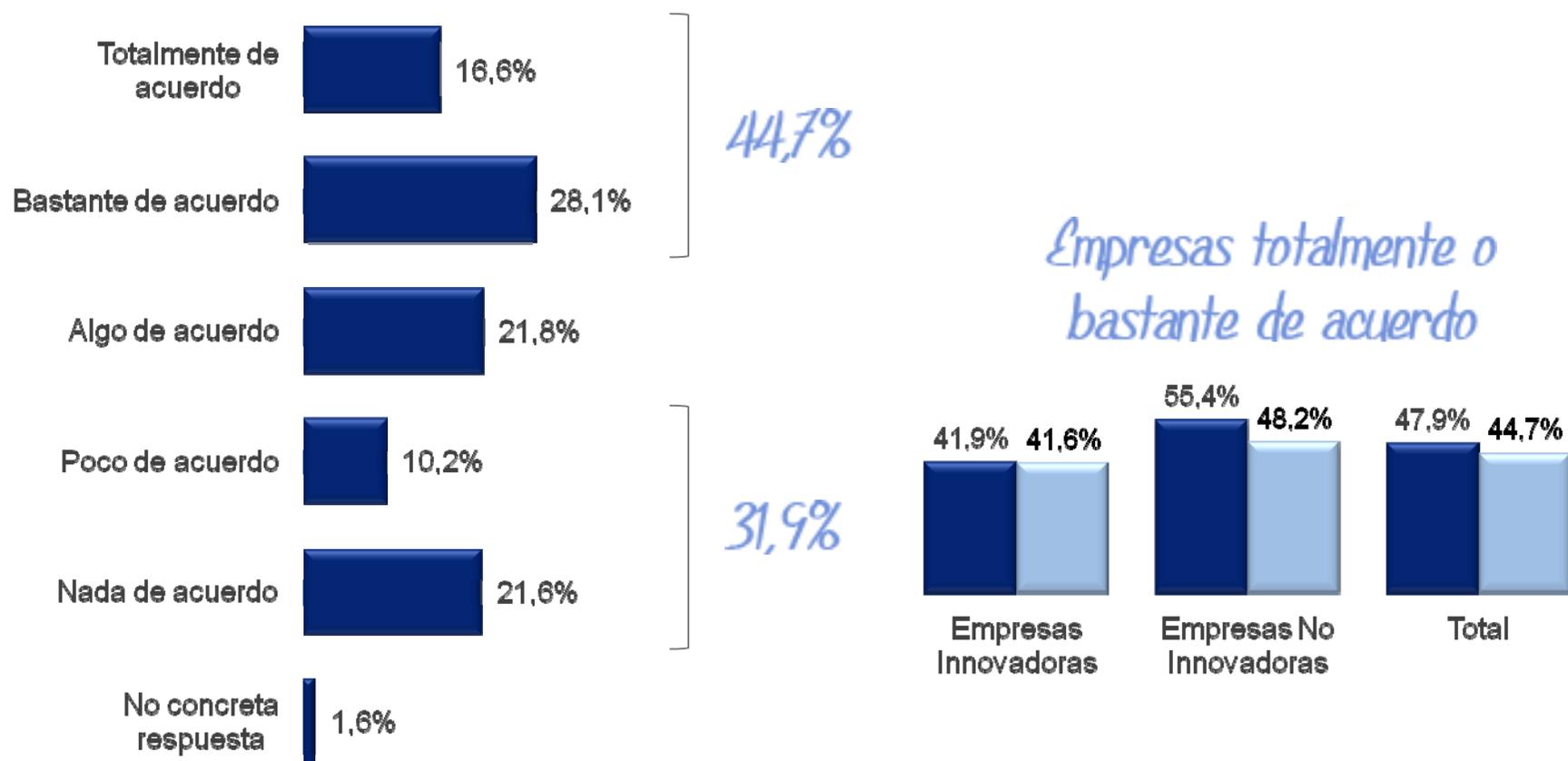
Estamos en un momento económico en el que parecen inclinarse por la cautela y la seguridad.



P.29.: GRADO DE ACUERDO DECLARADO CON LAS AFIRMACIONES PLANTEADAS*

Base: Total de empresas entrevistadas

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



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



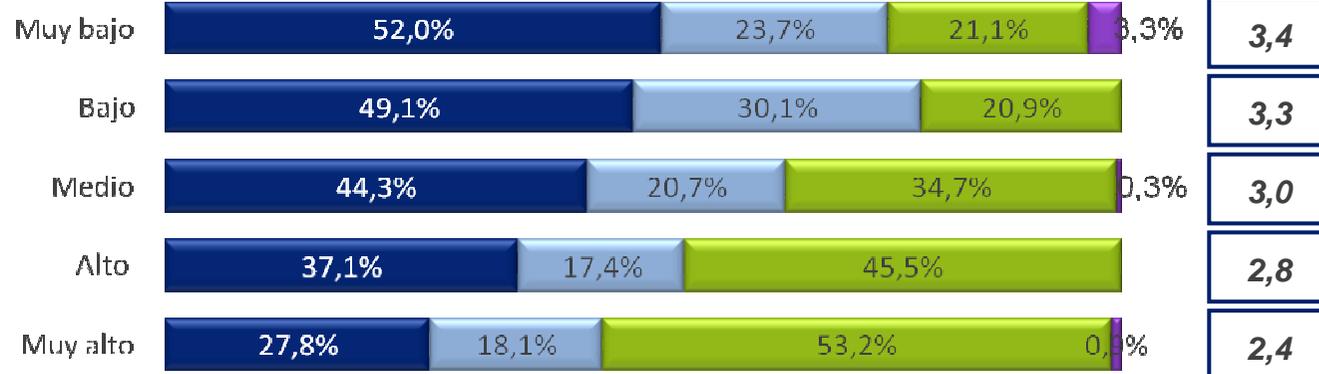
P.29.: GRADO DE ACUERDO DECLARADO CON LAS AFIRMACIONES PLANTEADAS*

Base: Total de empresas entrevistadas

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

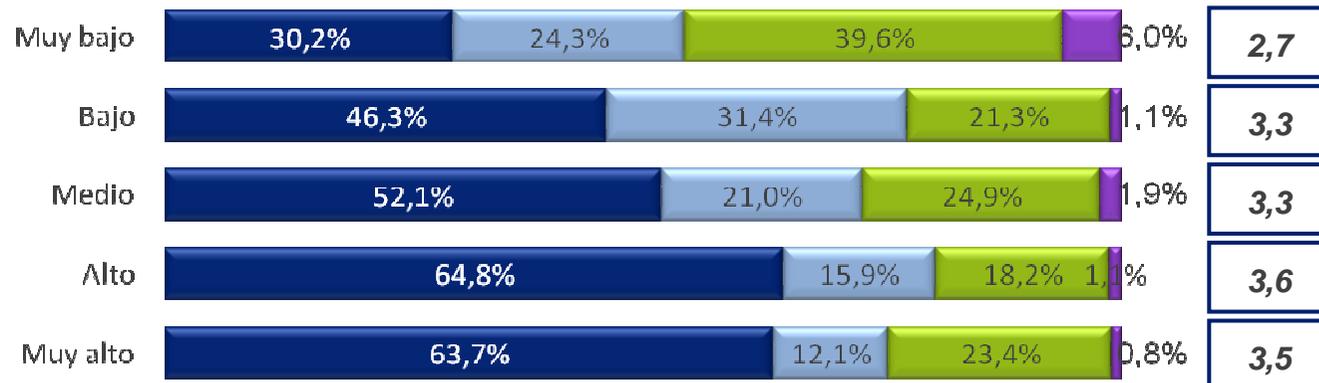
Empresas innovadoras

ÍNDICE DE INTENSIDAD DE LA INNOVACIÓN (3I)



Empresas no innovadoras

ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN (IPI)



■ Bastante/ Totalmente de acuerdo
 ■ Algo de acuerdo
■ Nada / poco de acuerdo
 ■ No concreta respuesta

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



10.2. La previsión a futuro



De cara al futuro parece que las empresas innovadoras de Bizkaia invertirán mayores esfuerzos en este tipo de iniciativas, si bien en menor medida que lo que aventuraran invertir en el sondeo de 2012.



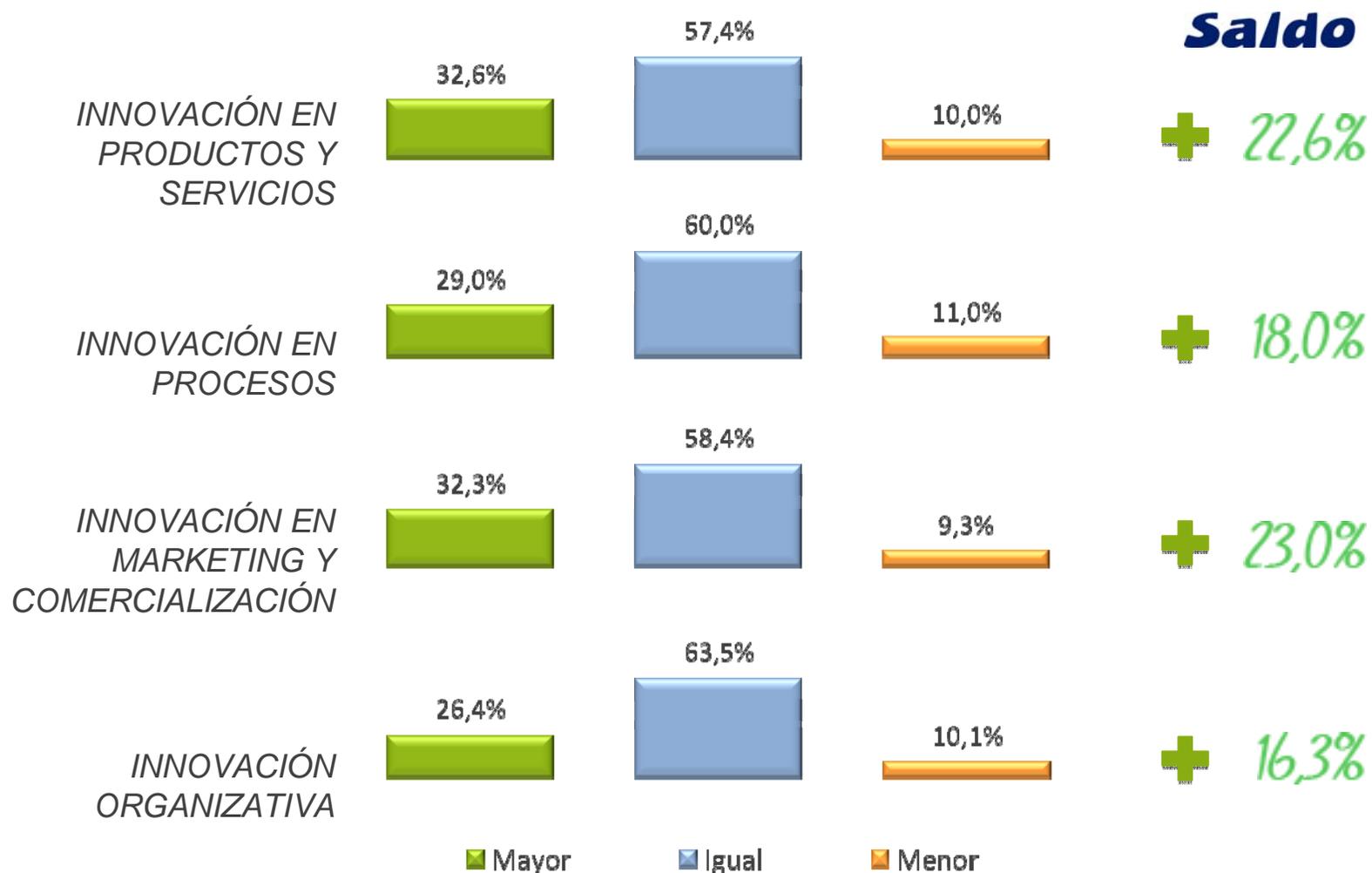
Los esfuerzos se concentran para una de cada tres empresas en dos áreas preferentes.

- ✓ La innovación en productos y servicios: un 32,6%, dicen que su actividad en esta área será mayor.
- ✓ La innovación en marketing y comercialización: un 32,3%, dicen que su actividad en esta área será mayor.



N.8.: PENSANDO EN LOS PRÓXIMOS 3 AÑOS , ¿CÓMO CREE QUE SERÁ LA ACTIVIDAD INNOVADORA DE SU EMPRESA EN LOS DIFERENTES APARTADOS?*

Base: 1061 empresas con actividad innovadora en el período.



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



El escenario económico y financiero en el que nos encontramos tiene una clara incidencia en la actividad innovadora que desarrollan las empresas.

Un 44,7% de las empresas consultadas considera que hay relación ya que manifiesta haber reducido sus objetivos en este sentido



A futuro el saldo del esfuerzo inversor arroja no obstante balances positivos, pero desde 2012 parece contraerse ligeramente esta expectativa.

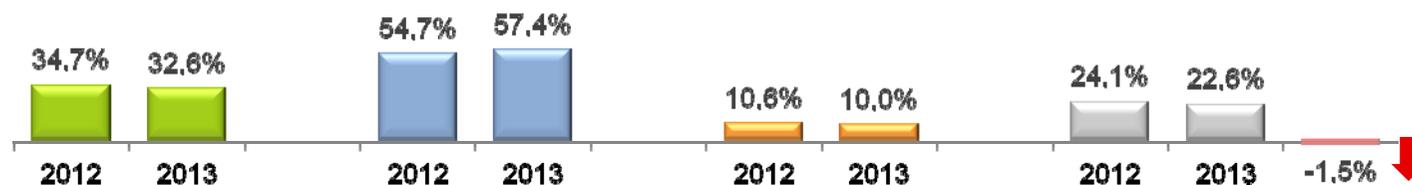
De todas las áreas propuestas, las iniciativas en marketing y comercialización parecen ganar protagonismo



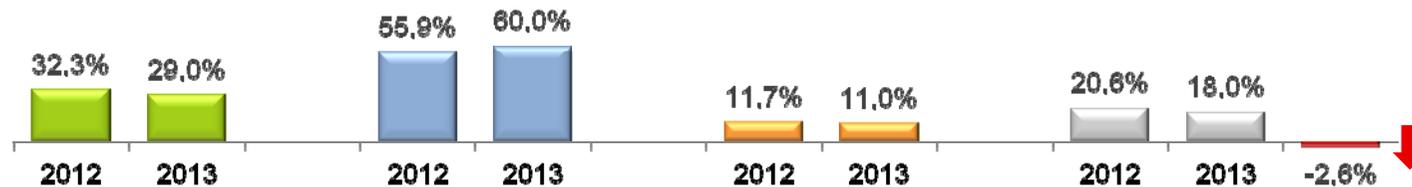
EVOLUCIÓN LA PREVISIÓN DE LA ACTIVIDAD INNOVADORA

Saldo

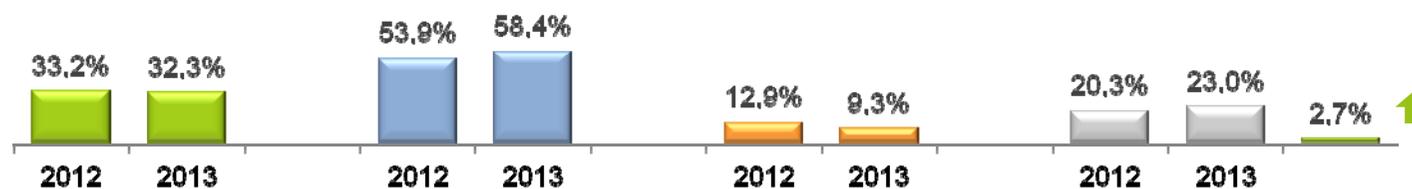
Innovación en productos y servicios



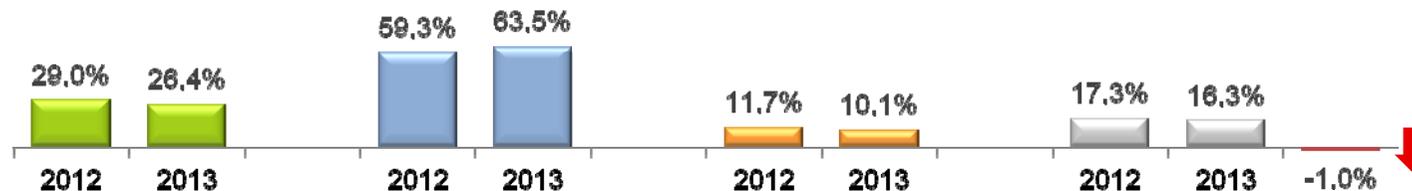
Innovación en procesos



Innovación en marketing y comercialización



Innovación organizativa



■ Mayor
 ■ Igual
 ■ Menor

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



LAS INNOVACIONES EN EL ÁREA DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

11



Este año dedicamos un apartado específico a las innovaciones realizadas por las empresas de Bizkaia en materia de **marketing y comercialización**.



Del conjunto de empresas que han acometido alguna actividad innovadora, dos de cada diez lo han hecho en el área de marketing y comercialización



Son pocas las empresas que exclusivamente llevan a cabo iniciativas innovadoras exclusivamente en esta área. Lo común es compartirlo como un ámbito más de la actividad innovadora de la empresa.



P.3.: DE LOS ÁMBITOS QUE LE VOY A LEER, ¿EN CUÁLES HA REALIZADO INNOVACIONES SU EMPRESA EN LOS DOS O TRES ÚLTIMOS AÑOS?*

Base: 1061 empresas con alguna actividad innovadora en el período



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



P.4.: ¿Y CUÁL DE ELLOS HA SIDO EL ÚLTIMO, EL MÁS RECIENTE?*

Base: 1061 empresas con alguna actividad innovadora en el período

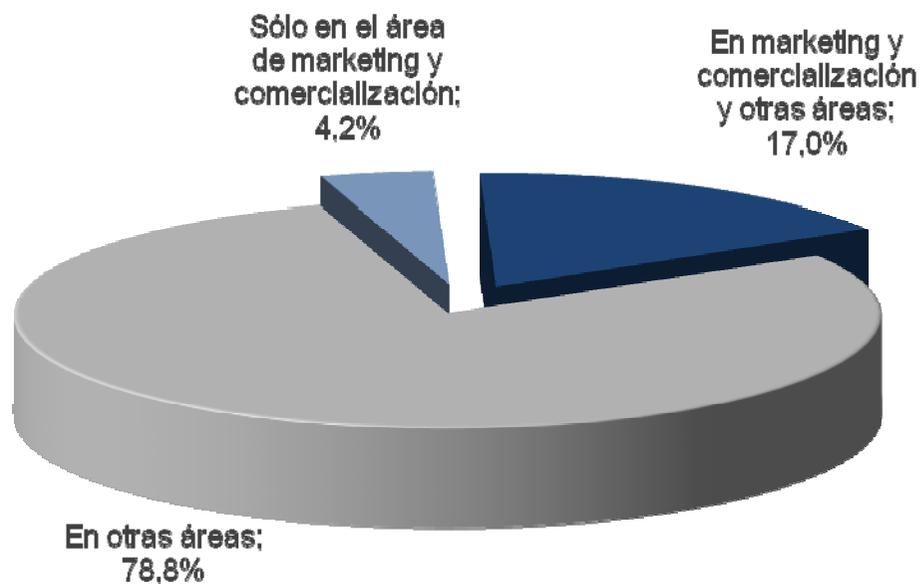


* Se leyeron las alternativas de respuesta. Posibilidad de respuesta múltiple.



LAS EMPRESAS QUE REALIZAN ACTIVIDADES INNOVADORAS EN MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

Base: 1061 empresas innovadoras





Fijando la atención en las empresas innovadoras en marketing y comercialización estrictamente sí que podemos apreciar como en el último ejercicio hay un 20% menos de empresas que ha mantenido estas actividades.



El mantenimiento constante de la actividad innovadora no está tan presente entre las empresas que solo han acometido acciones en este área

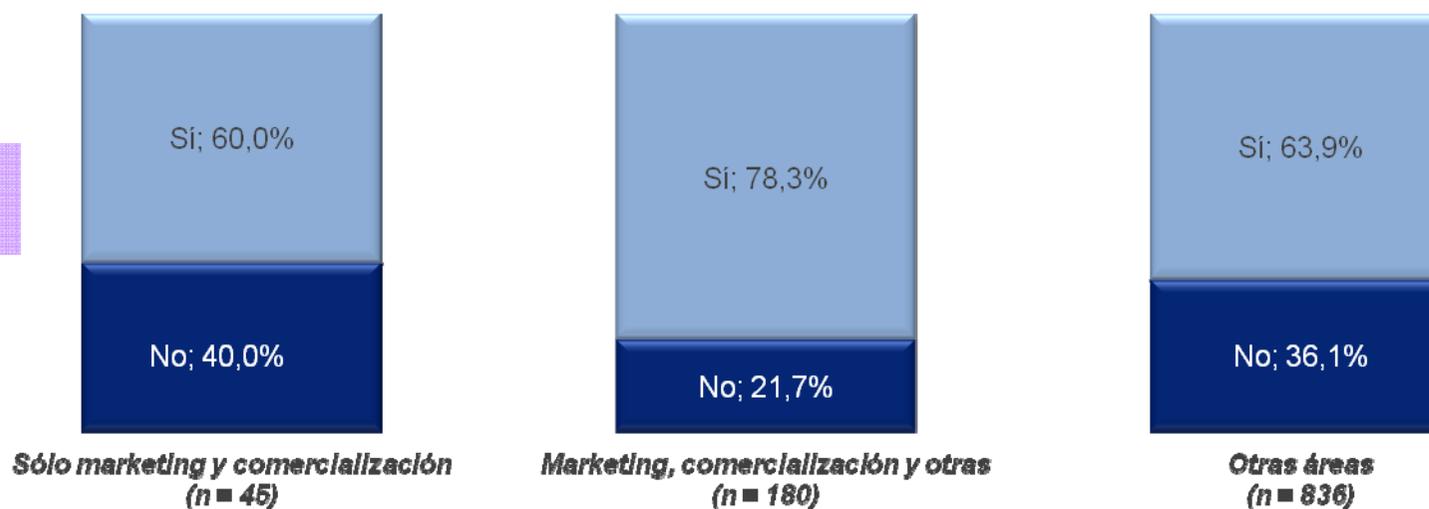


¿CÓMO HA EVOLUCIONADO LA ACTIVIDAD INNOVADORA EN MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN?

En los tres ejercicios anteriores...



En el último ejercicio?



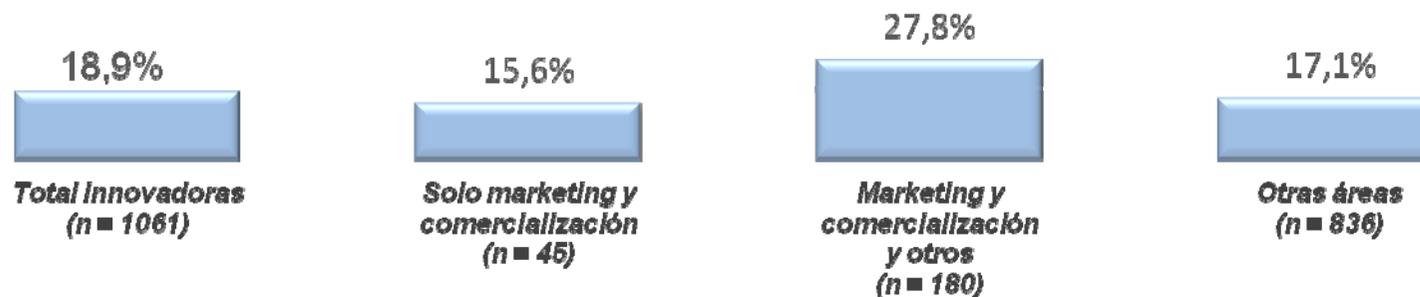


Por lo general, las empresas que sólo realizan innovaciones en marketing y comercialización disponen en menor grado de partidas específicas o incluso en la contabilidad de gestión no se pueden identificar los beneficios de las acciones implementadas.

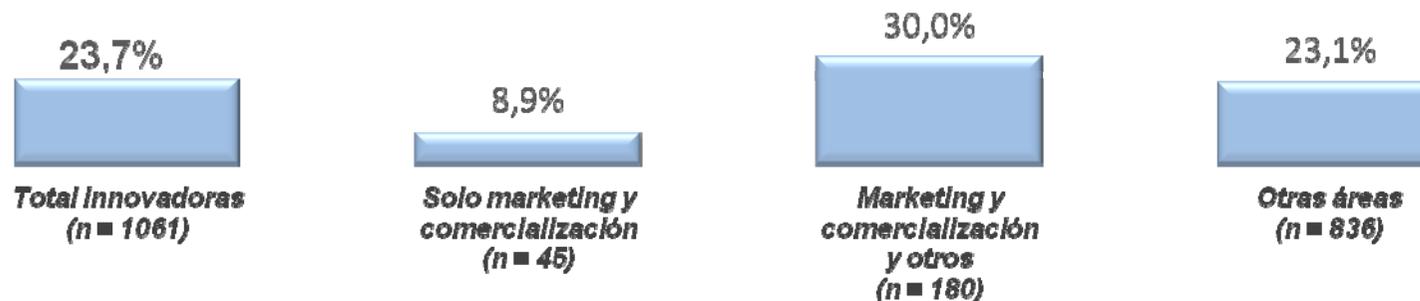


En cuanto al cumplimiento de las expectativas, las dedicadas exclusivamente a esta área, se reparten en términos similares entre las que lo califican de satisfactorio y a medias.

Disposición de una partida específica para actividades de innovación

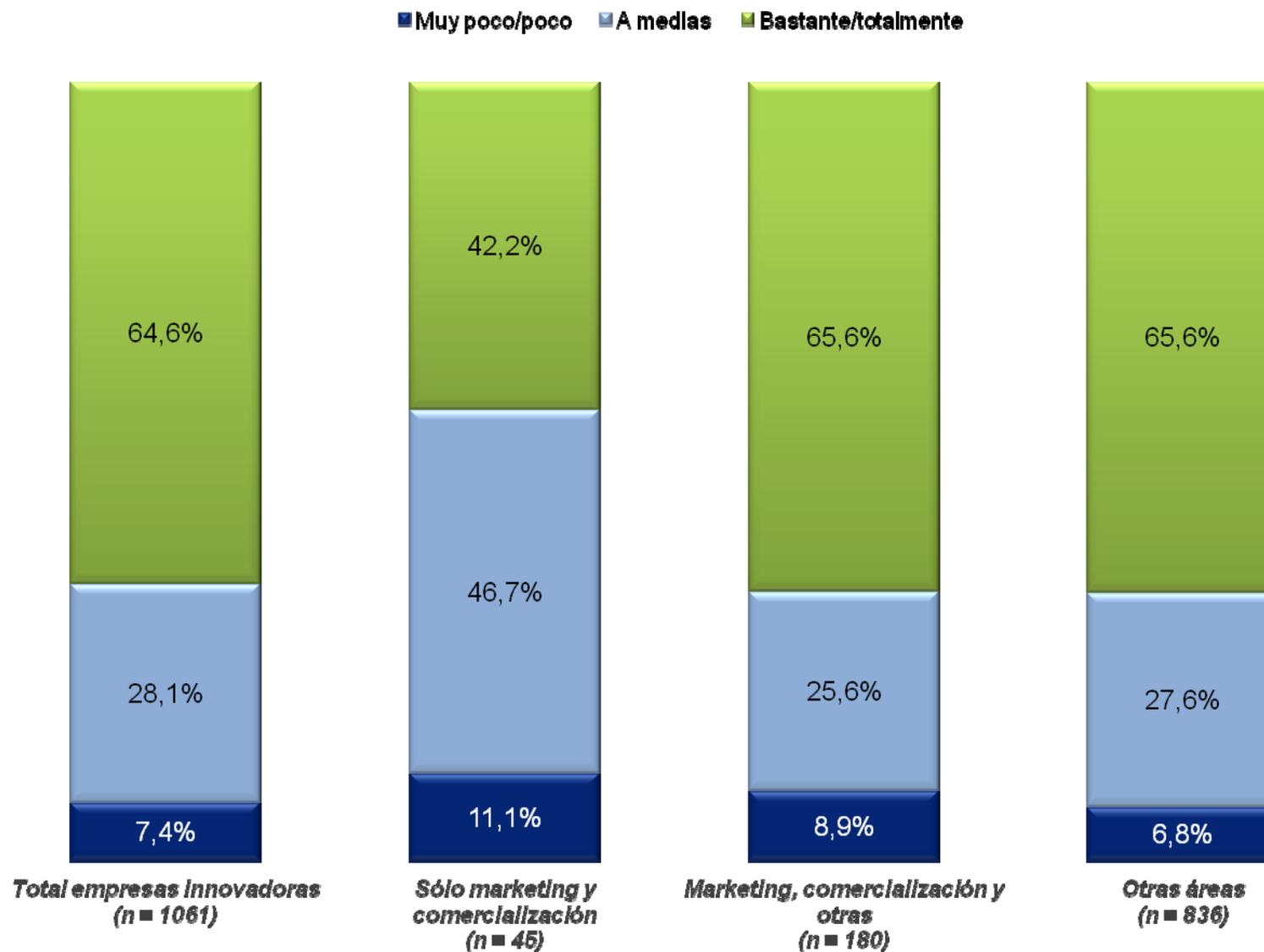


La contabilidad de la gestión permite identificar los beneficios de las innovaciones implementadas





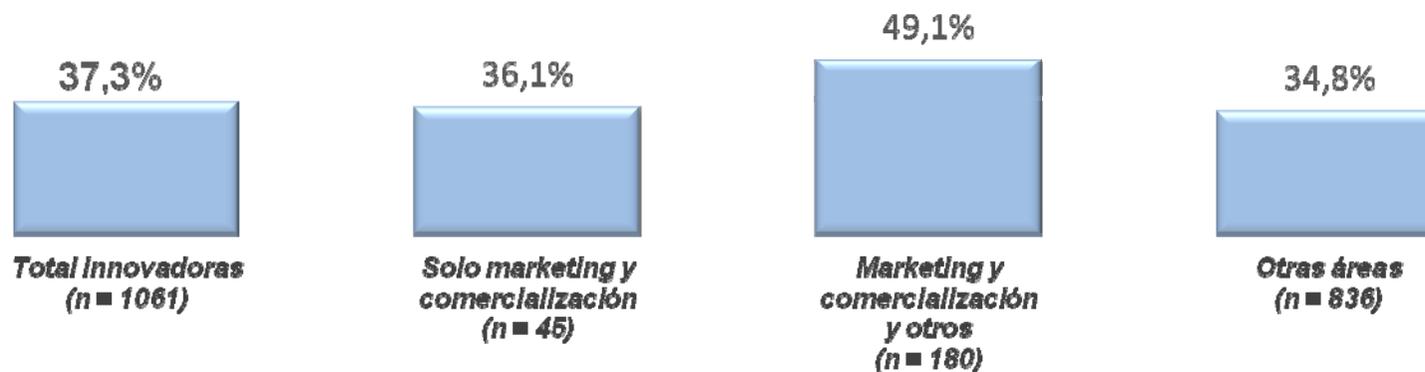
GRADO DE CUMPLIMIENTO DE LAS EXPECTATIVAS CON LAS ACTIVIDADES INNOVADORAS





El acceso a la ayuda pública ha sido mayor en el caso de las empresas innovadoras en marketing y comercialización. Especialmente entre quienes han tomado alguna iniciativa en este ámbito y en otros.

El acceso a la ayuda pública

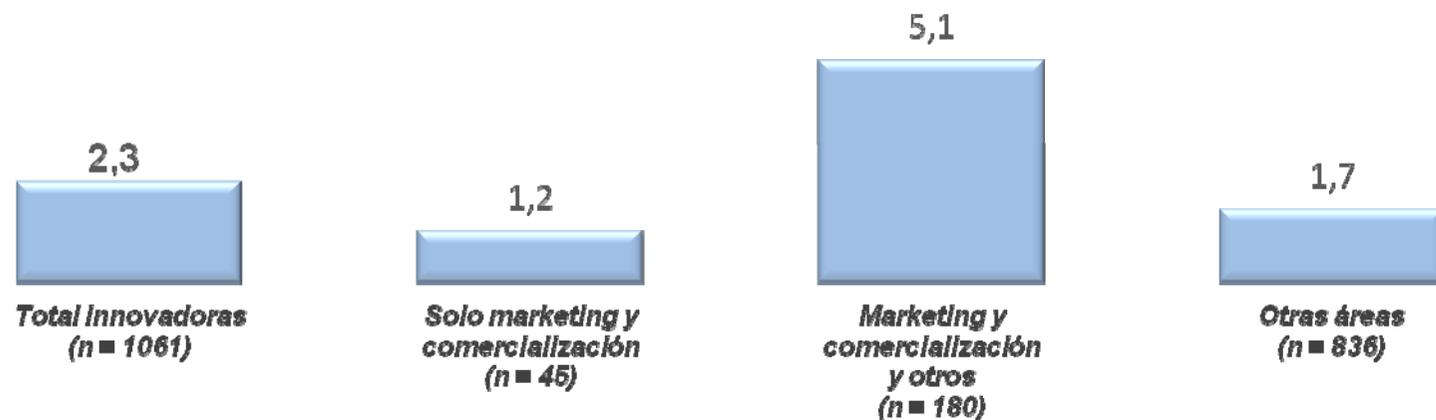




Como ya hemos visto, las empresas que han llevado a cabo actividades innovadoras en marketing y comercialización, son en su gran parte las que también han realizado innovaciones en procesos, productos o servicios.

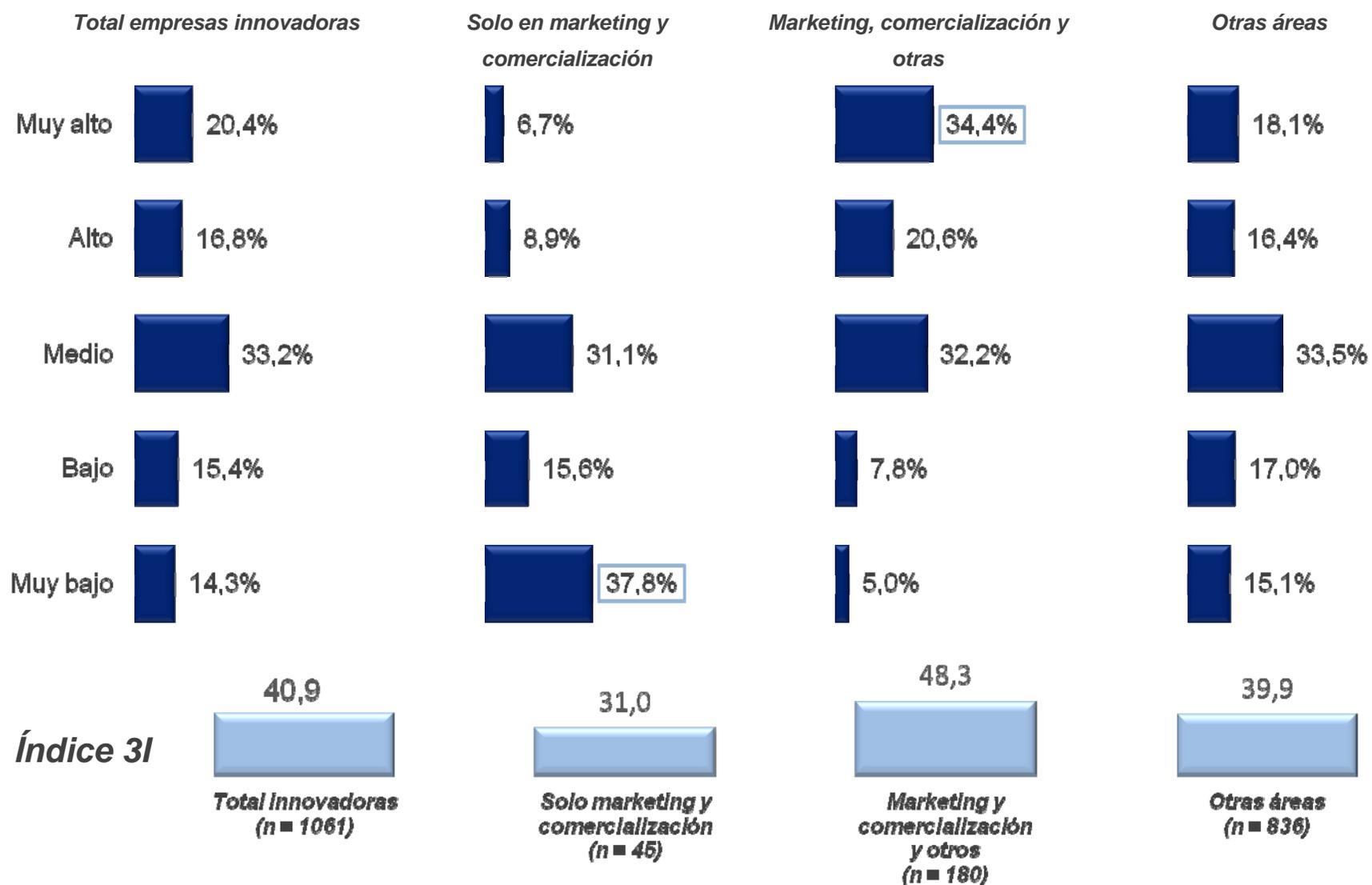
Hay no obstante un reducido grupo que sólo nombra iniciativas en este apartado pero cuyo perfil de intensidad de la innovación es reducido

Número de ámbitos de la innovación





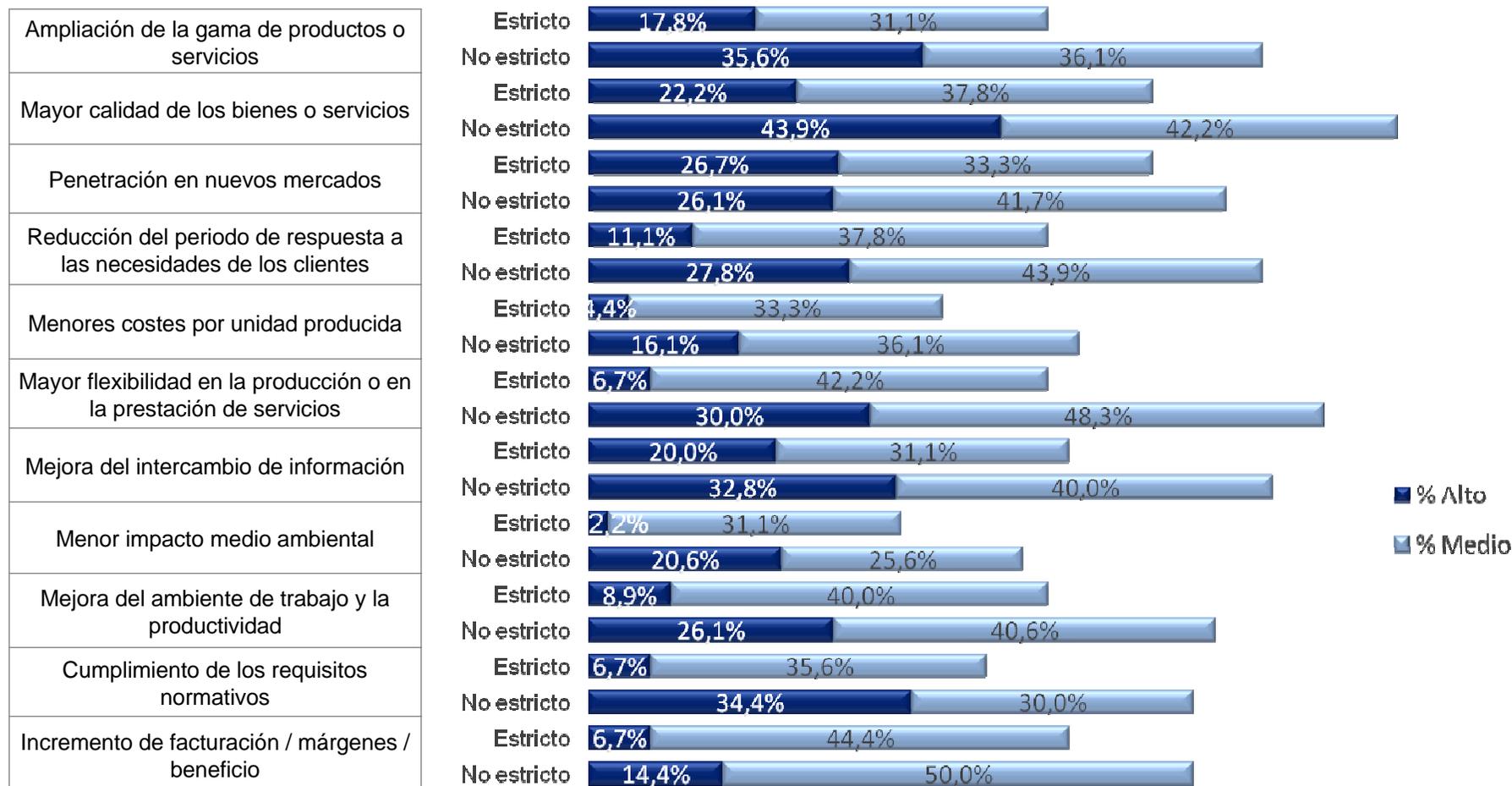
El Índice de Intensidad de la Innovación





P.7.: LAS INNOVACIONES REALIZADAS EN SU EMPRESA HAN PODIDO TENER DISTINTOS EFECTOS. SEÑALE LOS QUE CORRESPONDEN CON SU SITUACIÓN*

Base: 225 empresas con alguna actividad innovadora en marketing y comercialización



ESTRICTO: Sólo innovaciones en marketing y comercialización

NO ESTRICTO: Innovaciones en marketing y comercialización y otras

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



LAS EMPRESAS NO INNOVADORAS

12



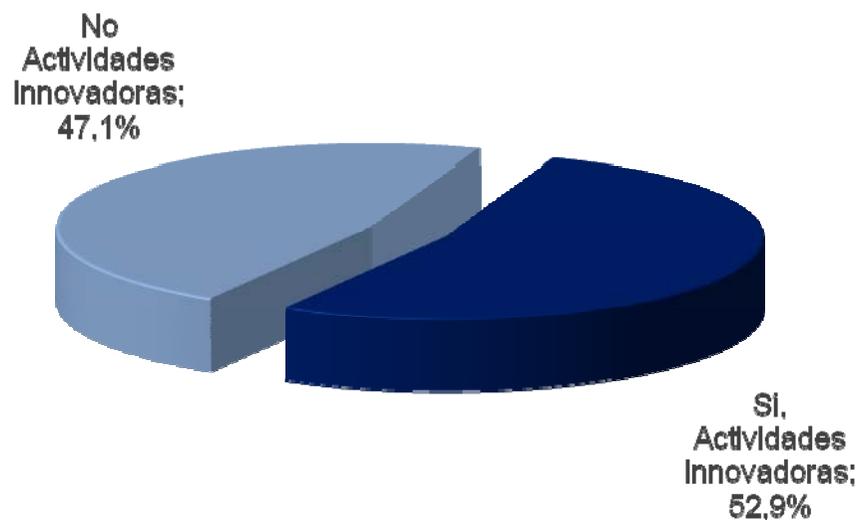
Como veíamos del **total de las empresas** de Bizkaia, **un 52,9% afirma haber tenido algún tipo de actividad innovadora** en el periodo de 2009 a 2012.

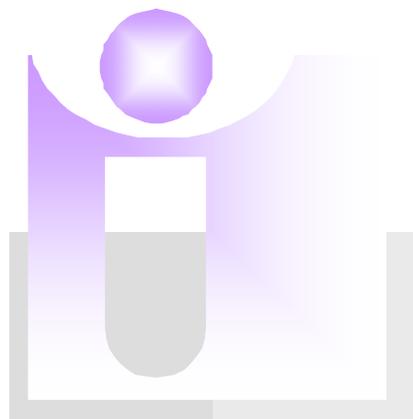


Pero **un 47,1% no ha tenido ningún tipo de actividad innovadora** en estos cuatro últimos años, de ellas es de las que se va a hablar en este capítulo. De las barreras y motivos por los que no han accedido a la innovación

P.1/P.2.: EN EL PERIODO DE 2009-2012, ¿SU EMPRESA HA LLEVADO A CABO ACTIVIDADES INNOVADORAS?

Base: Total empresas entrevistadas (n = 2005)





12.1. El Índice de Propensión a la Innovación (IPI)



El criterio de construcción del Índice de Propensión a la Innovación



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



Este índice se puede mover entre un valor mínimo de 0 y un máximo de 133 puntos.

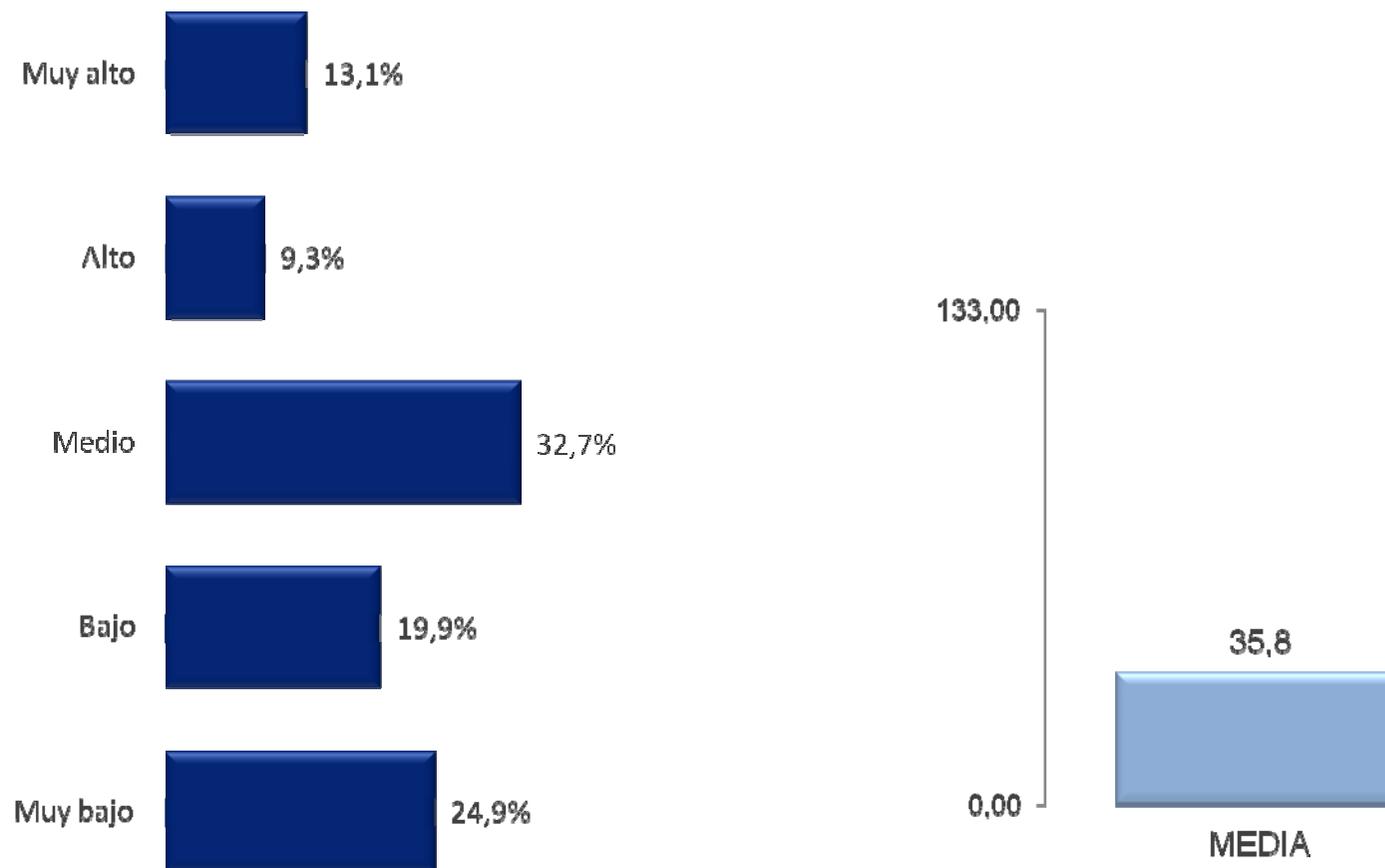


Este índice permite categorizar a las empresas en función de su Propensión a la Innovación estableciendo los siguientes grupos:

- ✓ Índice de Propensión a la Innovación **Muy bajo**.
- ✓ Índice de Propensión a la Innovación **Bajo**.
- ✓ Índice de Propensión a la Innovación **Medio**.
- ✓ Índice de Propensión a la Innovación **Alto**.
- ✓ Índice de Propensión a la Innovación **Muy alto**.

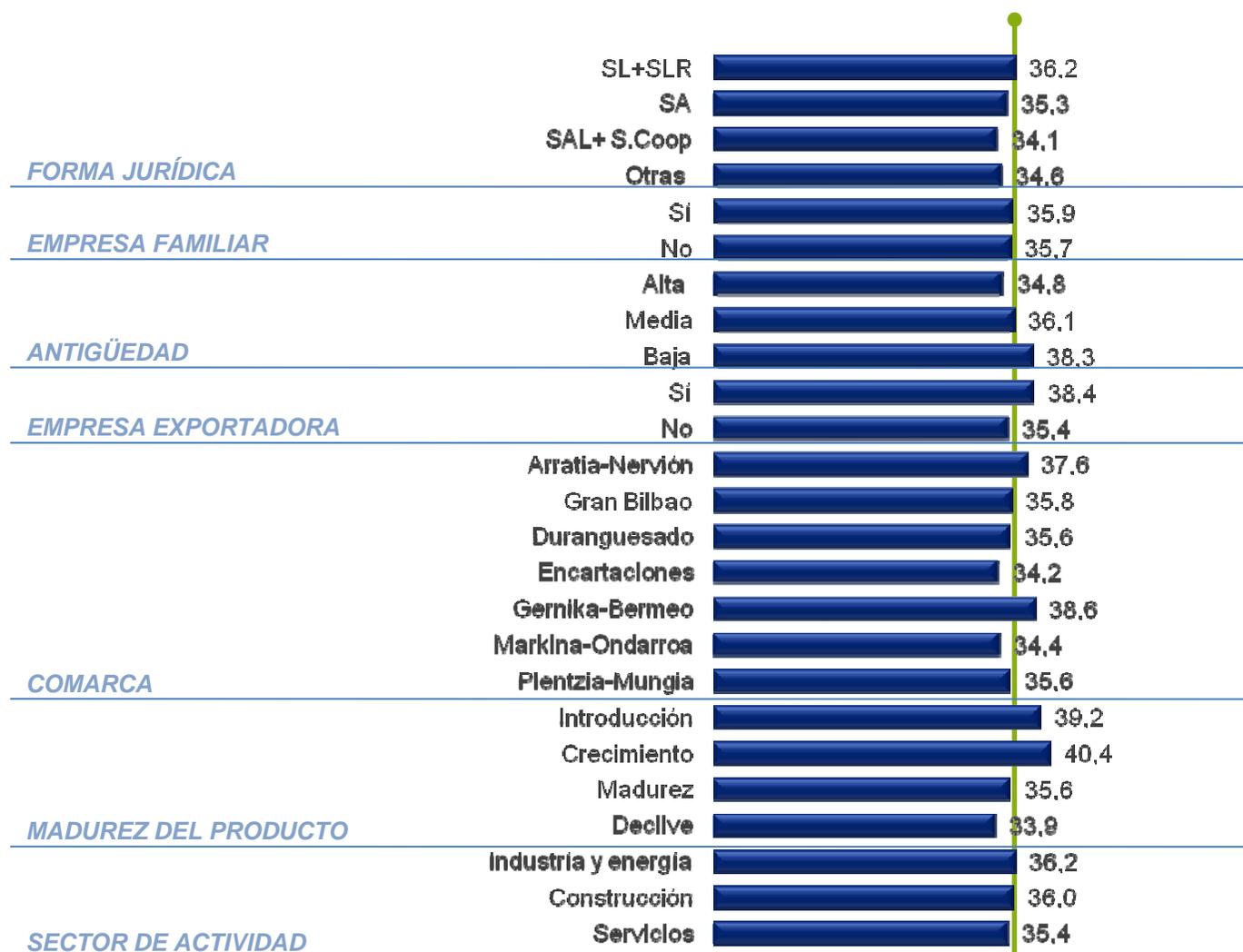


ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN (IPI)
Base: 944 empresas caracterizadas como no innovadoras





Índice de Propensión a la Innovación



MEDIA : 35,8



En términos generales, el 47,1% de las empresas del territorio de Bizkaia no ha acometido innovación alguna en los cuatro ejercicios.

En el Índice de Propensión a la Innovación puede apreciarse como la mayoría de ellas se encuentran en un nivel de propensión bajo/medio

Sin embargo, un 22,4% (similar proporción al pasado año) se sitúa en territorios más cercanos para dar el salto a la innovación



Relación entre el IPI y las variables empresariales



Con el objetivo de sintetizar la relación entre los cinco niveles de propensión a la innovación que definen este índice y las variables de las empresas categorizadas como no innovadoras, hemos implementado una **técnica de análisis multivariante**; en concreto, hemos implementado un **análisis factorial de correspondencias simples**.



Esta técnica de análisis presenta las siguientes ventajas:

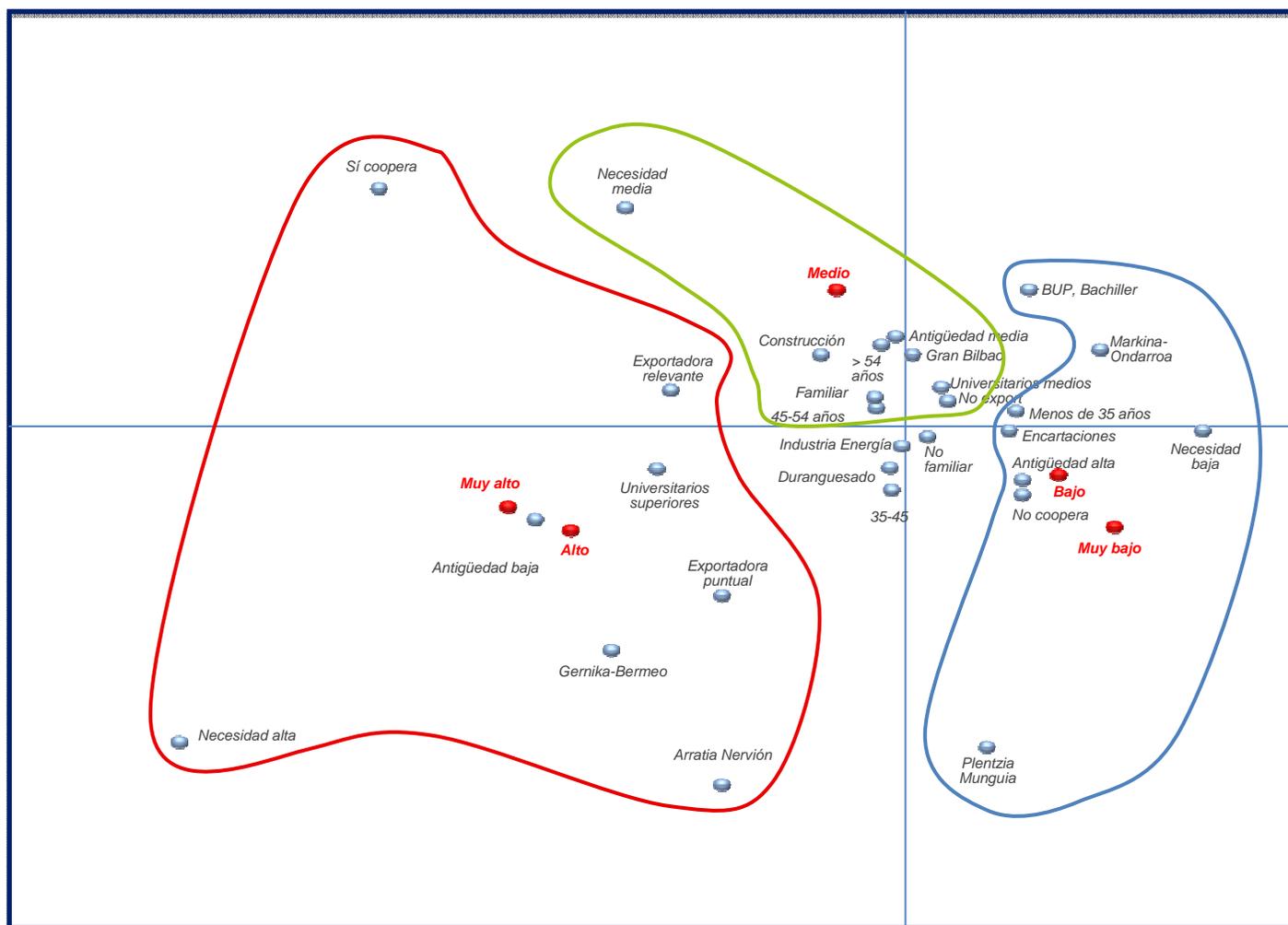
- ✓ Nos permite reducir la información que nos facilitan el conjunto de variables a un número menor de factores que son definidos en función de las mismas.
- ✓ Nos permite establecer semejanzas y diferencias entre unos y otros tipos de empresas en función de su situación de proximidad o distancia a los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

Visualización de mayores necesidades

Preparadas para afrontar la innovación





Nivel de propensión a la innovación alto/muy alto

- *Se corresponde con un perfil de empresa exportadora, tanto aquellas de actividades puntuales como relevantes.*
- *Radicadas en las comarcas de Arratia-Nervi3n y Gernika-Bermeo.*
- *Son empresas de reciente creaci3n o antigüedad baja.*
- *Empresas que cooperan con otras empresas o agentes de innovaci3n.*
- *Cuyo interlocutor dispone de estudios universitarios superiores.*
- *Empresas que han llevado a cabo actividades que representan los mimbres necesarios para dar el salto a la innovaci3n.*



Nivel de propensi3n a la innovaci3n medio

- *Responde a un perfil de empresa de antigüedad media.*
- *De actividad no exportadora.*
- *Con presencia de empresas familiares.*
- *Del sector construcci3n.*
- *Empresas del Gran Bilbao.*
- *Cuyo interlocutor tiene edades comprendidas entre los 45 y m3s a3os.*
- *Con un nivel de estudios universitarios medios.*
- *Empresas que pese a no ser innovadoras si aprecian la necesidad de acometer o implementar alguna medida en su negocio.*



Nivel de prospección a la innovación bajo/muy bajo

- *Responde a un perfil de empresa de la comarca de Plentzia-Mungia, Markina-Ondarroa y Encartaciones.*
- *Son empresas con nula actividad de cooperación.*
- *Empresas de elevada antigüedad.*
- *Cuyo interlocutor tiene un nivel de estudios de BUP, Bachiller o FP, Artes y Oficios.*
- *Con edades menores de 35 años.*
- *Empresas que no habiendo acometido iniciativas innovadoras tampoco aprecian la necesidad de desarrollar este tipo de actividades.*

¿Hay acaso una dificultad para identificar los beneficios de estas actividades?



12.2. La renuncia a la innovación



Hemos indagado en los **motivos** o **razones** aducidas por la empresas que se han categorizado como no innovadoras, con el objeto de conocer **cuáles son los principales frenos** para abordar este tipo de procesos.



Tres son los principales factores aducidos; el convencimiento de que no es necesario para ellos, el coste excesivo que supone y en consecuencia la percepción de su escasa rentabilidad; y que no se produce una demanda de bienes y servicios innovadores



Así, los **principales motivos argumentados** por las empresas son:

- ✓ **No hay necesidad de innovar: 32,6%.**
- ✓ **El coste económico es elevado: 19,2%.**
- ✓ **El riesgo económico es excesivo, no es rentable: 16,6%.**
- ✓ **No hay demanda de bienes y servicios innovadores: 15,3%.**



P.10.: ¿CUÁLES HAN SIDO LOS PRINCIPALES MOTIVOS PARA QUE EN SU EMPRESA NO HAYA ABORDADO NINGÚN TIPO DE INNOVACIÓN?*
Base: 944 empresas sin actividad innovadora en el período.



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



P.10.: ¿CUÁLES HAN SIDO LOS PRINCIPALES MOTIVOS PARA QUE EN SU EMPRESA NO HAYAN ABORDADO NINGÚN TIPO DE INNOVACIÓN?*

Base: 944 empresas sin actividad innovadora en el período.

	TOTAL (n=944)	SECTOR DE ACTIVIDAD		
		Industria y energía (n=751)	Construcción (n=292)	Servicios (n=962)
No hay necesidad / No necesitan	32,6%	29,6%	37,0%	33,3%
Coste económico elevado	19,2%	24,5%	21,2%	13,7%
Riesgo económico excesivo, no es rentable	16,6%	21,4%	19,6%	11,2%
No hay demanda bienes / servicios innovadores	15,3%	15,1%	17,4%	14,4%
Falta de recursos, de fondos propios	14,1%	15,1%	18,5%	11,2%
Cumplen los objetivos	7,3%	6,8%	9,2%	6,8%
Tamaño de la empresa, poco personal	5,6%	6,3%	4,3%	5,6%
Nada / Ninguno	4,9%	4,8%	3,3%	5,6%
Por el tipo de empresa / Por el sector al que pertenecen	4,8%	2,6%	3,3%	7,3%
Falta de financiación externa, apoyos y ayudas	4,4%	4,6%	4,3%	4,4%
Situación de crisis	2,1%	3,1%	1,1%	1,7%
Dependen de la central	2,1%	---	---	4,9%
Reciente creación	1,3%	1,4%	0,5%	1,5%
Empresa en situación de riesgo	1,2%	1,4%	---	1,5%
Falta de formación	0,8%	0,9%	1,1%	0,7%
Poca información sobre tecnología	0,7%	0,6%	0,5%	1,0%
Tienen otras prioridades	0,7%	---	1,1%	1,2%
Lo hicieron hace unos años	0,6%	1,1%	---	0,5%

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

NOTA: Valores por encima del 0,6%



Valores por encima de la media



EL
MERCADO



EL RIESGO
ECONÓMICO



P.10.: ¿CUÁLES HAN SIDO LOS PRINCIPALES MOTIVOS PARA QUE EN SU EMPRESA NO HAYAN ABORDADO NINGÚN TIPO DE INNOVACIÓN?*

Base: 944 empresas sin actividad innovadora en el período.

	TOTAL (n=944)	ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN				
		Muy bajo (n=235)	Bajo (n=188)	Medio (n=309)	Alto (n=88)	Muy alto (n=124)
No hay necesidad / No necesitan	32,6%	45,5%	34,0%	27,5%	18,2%	29,0%
Coste económico elevado	19,2%	16,2%	11,7%	20,4%	30,7%	25,0%
Riesgo económico excesivo, no es rentable	16,6%	15,7%	17,0%	16,5%	18,2%	16,9%
No hay demanda bienes / servicios innovadores	15,3%	8,9%	18,6%	20,1%	17,0%	8,9%
Falta de recursos, de fondos propios	14,1%	11,9%	8,5%	13,3%	30,7%	16,9%
Cumplen los objetivos	7,3%	10,2%	3,2%	5,8%	5,7%	12,9%
Tamaño de la empresa, poco personal	5,6%	8,9%	5,9%	4,2%	1,1%	5,6%
Nada / Ninguno	4,9%	9,8%	7,4%	2,3%	---	1,6%
Por el tipo de empresa / Por el sector al que pertenecen	4,8%	4,7%	5,9%	6,1%	1,1%	2,4%
Falta de financiación externa, apoyos y ayudas	4,4%	3,8%	2,1%	5,2%	9,1%	4,0%
Situación de crisis	2,1%	3,0%	2,1%	2,3%	---	1,6%
Dependen de la central	2,1%	2,6%	1,6%	2,9%	2,3%	---
Reciente creación	1,3%	0,9%	0,5%	0,3%	2,3%	4,8%
Empresa en situación de riesgo	1,2%	3,0%	0,5%	0,3%	1,1%	0,8%
Falta de formación	0,8%	1,3%	---	1,0%	---	1,6%
Poca información sobre tecnología	0,7%	---	0,5%	1,0%	3,4%	---
Tienen otras prioridades	0,7%	0,9%	---	0,6%	---	2,4%
Lo hicieron hace unos años	0,6%	0,4%	1,6%	0,3%	1,1%	---

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

NOTA: Sólo valores por encima del 0,6%



Un 0,8% de las empresas entrevistadas manifiestan la falta de formación como principal motivo para no haber llevado a cabo ningún tipo de innovación:

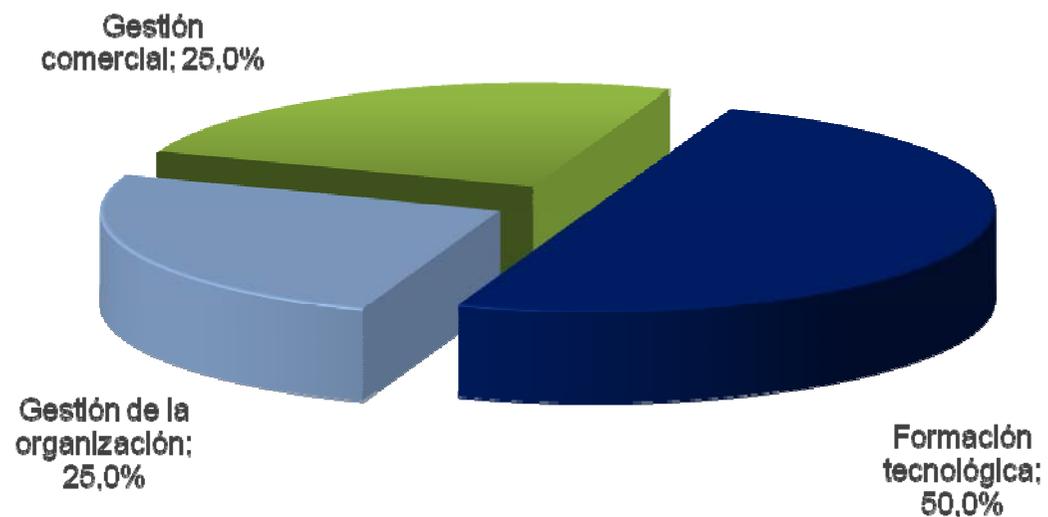
Un volumen de empresas muy, muy residual que aduce como motivo para no abordar procesos innovadores la falta de formación



Es presumible que algunos de los motivos esgrimidos enmascaren deficiencias en este sentido, pero la falta de cultura innovadora también se refleja en la baja mención de este factor



P.10.1 ¿Qué tipo de formación hubiese necesitado?
Base: Entrevistados que no han realizado ningún tipo de innovación en sus empresas por falta de formación (n = 8)





12.3. El futuro de la innovación en estas empresas



Entre las empresas vizcaínas, **la sensibilidad hacia la innovación** nos refleja los siguientes estadios:



Tres cuartas partes de las empresas entrevistadas (75,6%) que no ha realizado acciones innovadoras **percibe la innovación como “innecesaria”**.



En cuanto al ritmo, es decir, a la **urgencia percibida** para acometer innovaciones, se observa como de nuevo para siete de cada diez (76,1%) no resulta urgente.

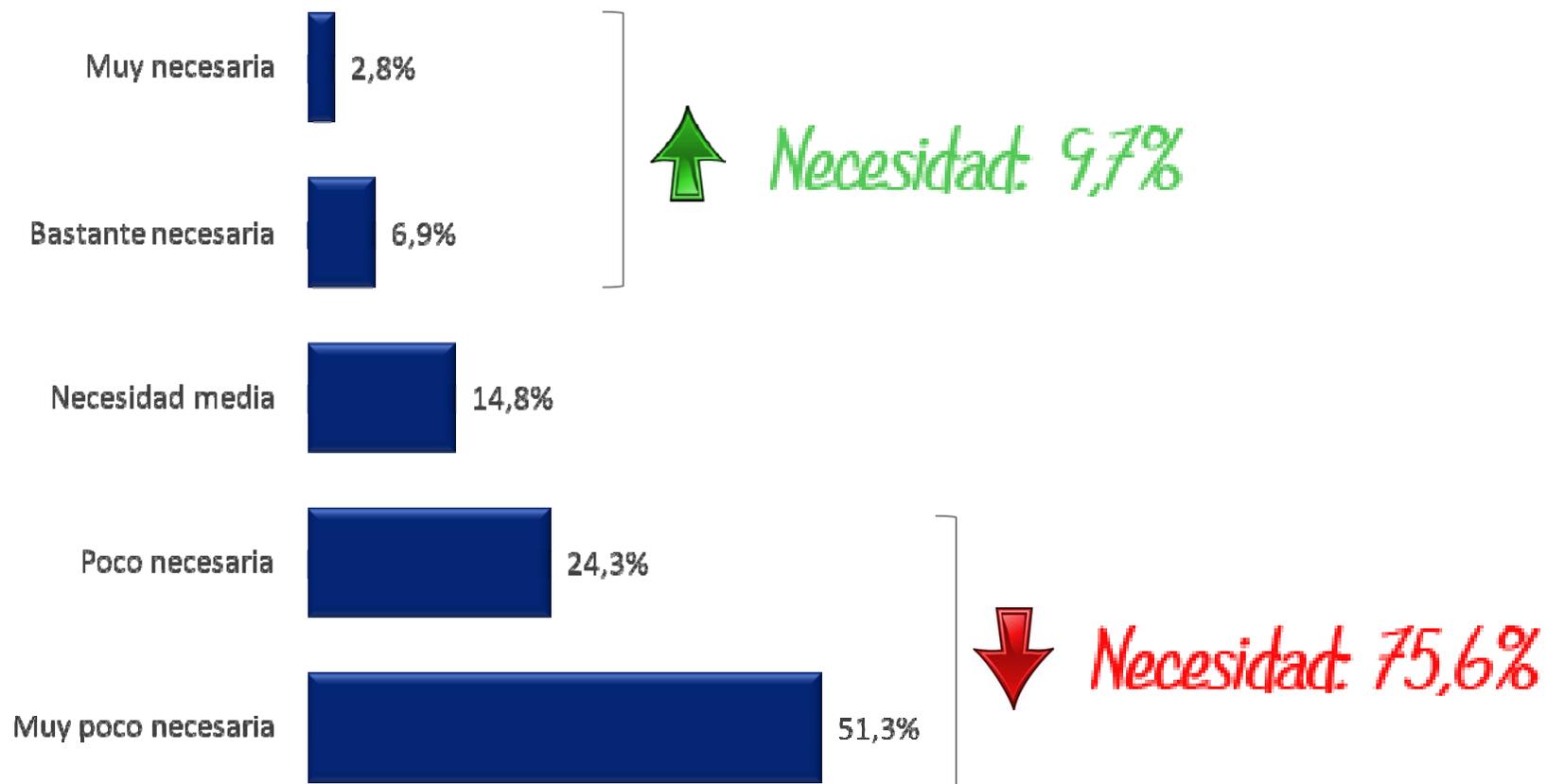


En relación a la potencialidad de la innovación dentro del ámbito empresarial da la sensación de que aún queda mucho trabajo por hacer para lograr un mayor calado entre estas empresas de la cultura innovadora



P.11A.: ¿CON QUÉ INTENSIDAD SE HAN PLANTEADO EN SU EMPRESA LA NECESIDAD DE INNOVAR, DE ABORDAR PROCESOS O ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN ESTE AÑO O EN LOS DOS O TRES PRÓXIMOS AÑOS?*

Base: 944 empresas sin actividad innovadora en el periodo

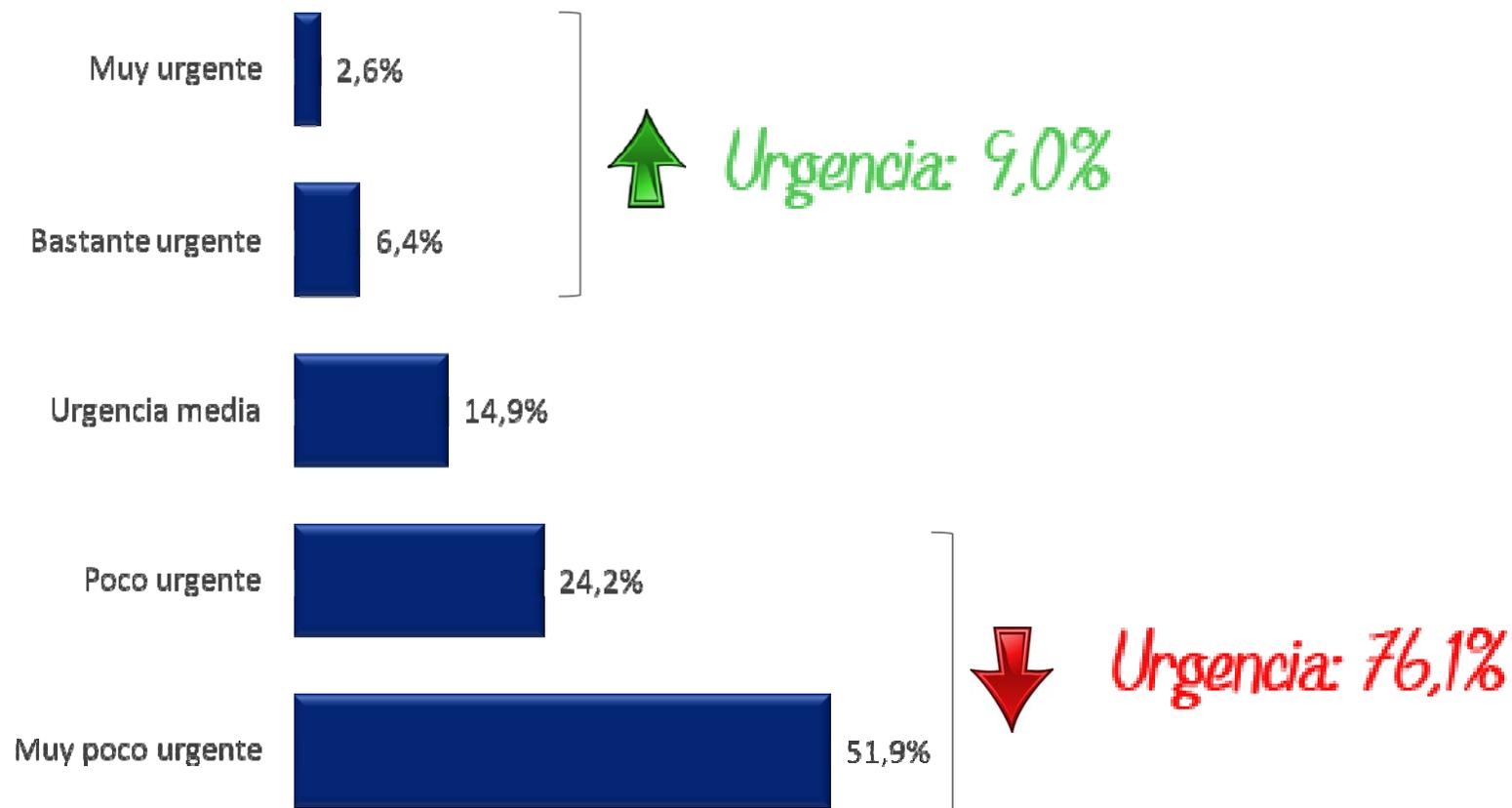


* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.



P.11B.: ¿CON QUÉ INTENSIDAD SE HAN PLANTEADO EN SU EMPRESA LA URGENCIA DE INNOVAR, DE ABORDAR PROCESOS O ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN ESTE AÑO O EN LOS DOS O TRES PRÓXIMOS?*

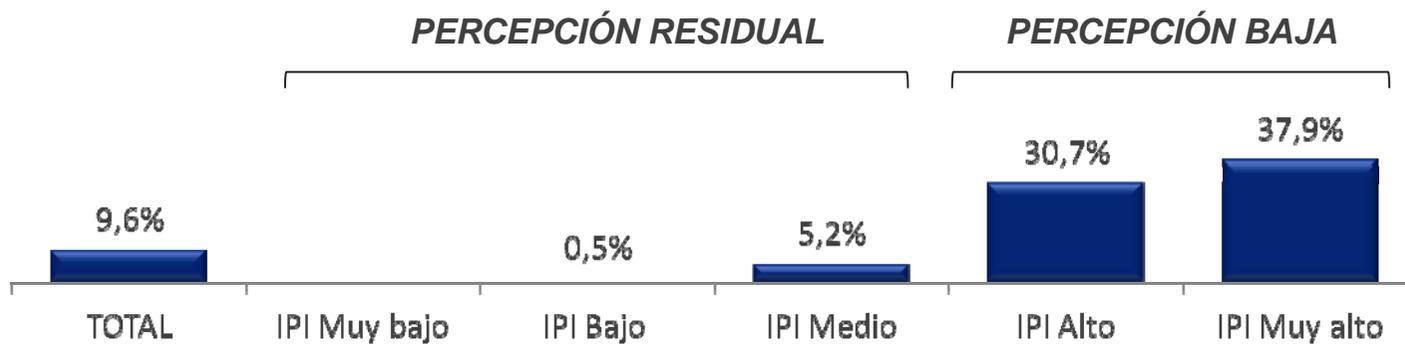
Base: 944 empresas sin actividad innovadora en el periodo



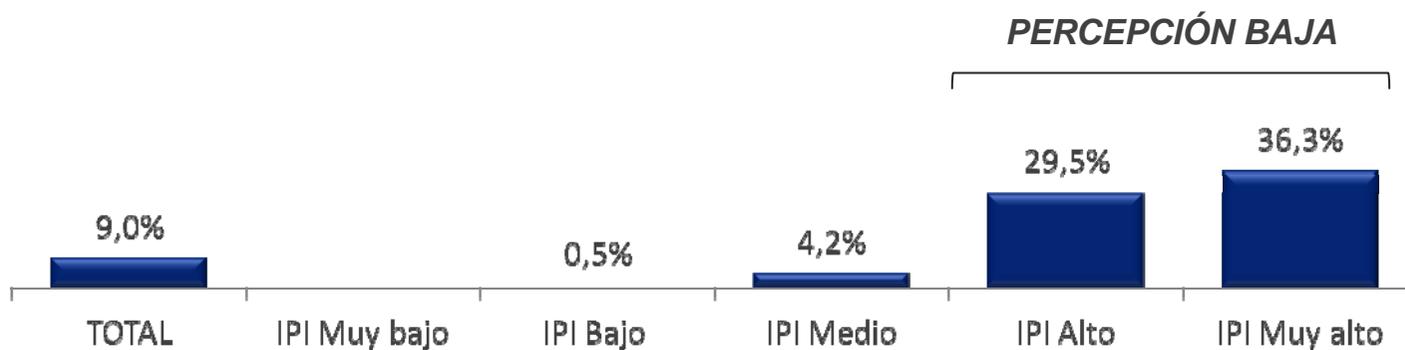
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.

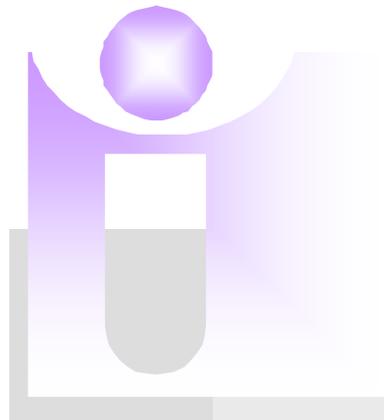


NIVEL DE NECESIDAD ALTO DE INNOVACIÓN ENTRE LAS EMPRESAS NO INNOVADORAS



NIVEL DE URGENCIA ALTO PARA ABORDAR LA INNOVACIÓN ENTRE LAS EMPRESAS NO INNOVADORAS





12.4. Los hipotéticos ámbitos de innovación



En cuanto a los hipotéticos ámbitos a innovar los próximos años, más de la mitad de las empresas consultadas, el 51,1% indica expresamente que ninguno.



Entre quienes señalan alguno, los principales son:

- ✓ Nuevas tecnologías productivas (15,4%).
- ✓ Mejora de los procesos productivos (12,0%).
- ✓ Productos nuevos para el mercado (7,3%).
- ✓ Productos actuales mejorados (6,3%).

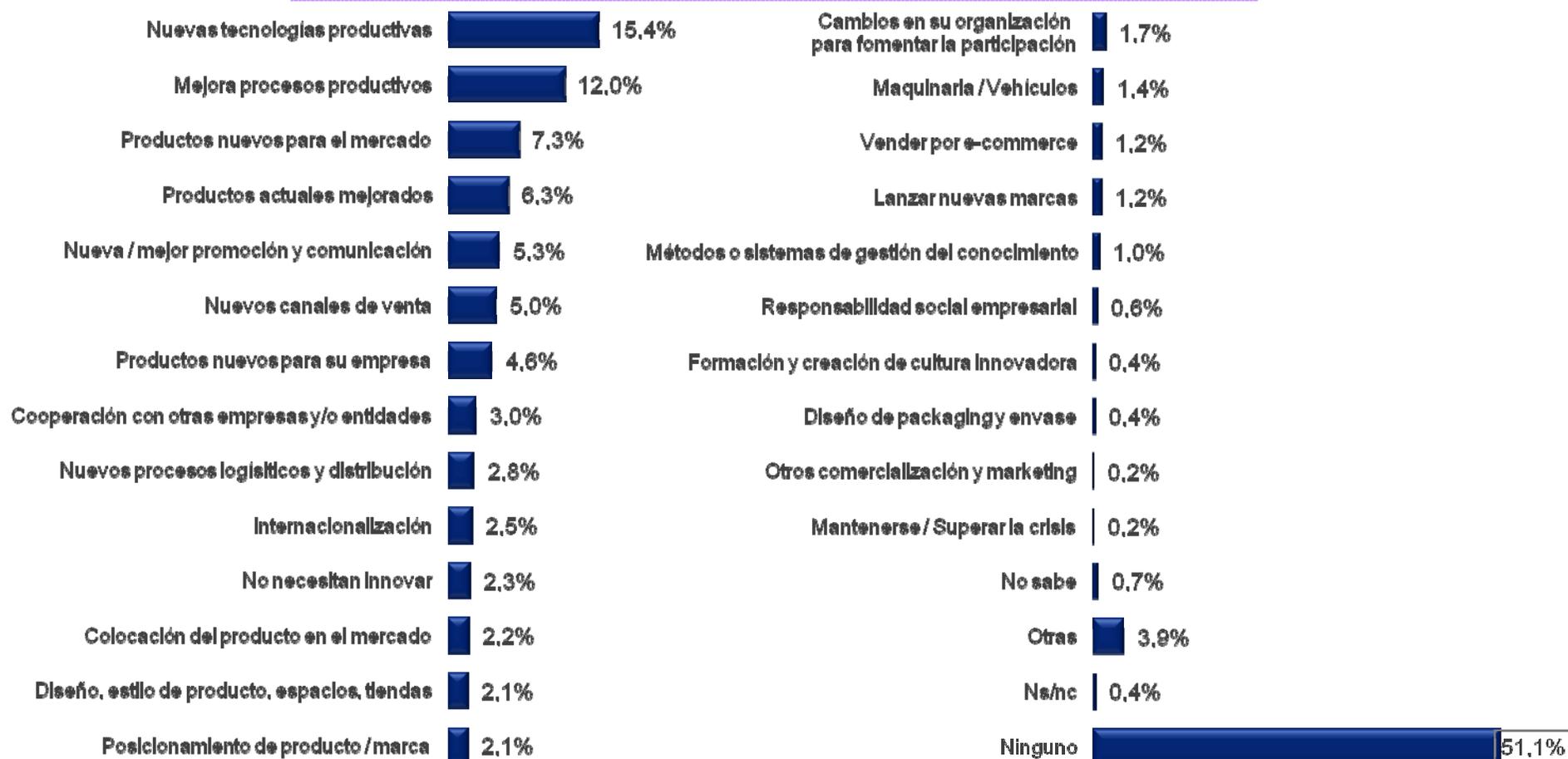
El número medio de ámbitos de innovación señalados es de 1,4

Las empresas con un Índice de Propensión a la Innovación (IPI) Alto o Muy Alto cifran la media de ámbitos de trabajo en 1,7 y 2,8 respectivamente.



P.12.: DE LOS ÁMBITOS QUE LE VOY A LEER, ¿EN CUÁLES DE ELLOS NECESITARÍA SU EMPRESA HACER O LANZAR CAMBIOS O INNOVACIONES EN LOS DOS O TRES PRÓXIMOS AÑOS?*

Base: 944 empresas sin actividad innovadora en el periodo



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



**P.12.: DE LOS ÁMBITOS QUE LE VOY A LEER,
¿EN CUÁLES DE ELLOS NECESITARÍA SU
EMPRESA HACER O LANZAR CAMBIOS O
INNOVACIONES EN LOS DOS O TRES
PRÓXIMOS AÑOS?***

**Base: 944 empresas sin actividad innovadora
en el periodo**

	TOTAL (n=944)	ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN				
		Muy bajo (n=235)	Bajo (n=188)	Medio (n=309)	Alto (n=88)	Muy alto (n=124)
Nuevas tecnologías productivas	15,4%	3,0%	6,9%	21,7%	28,4%	26,6%
Mejora procesos productivos	12,0%	2,1%	4,3%	13,3%	26,1%	29,0%
Productos nuevos para el mercado	7,3%	0,4%	1,6%	6,5%	14,8%	25,8%
Productos actuales mejorados	6,3%	0,4%	1,1%	3,9%	15,9%	24,2%
Nueva / mejor promoción y comunicación	5,3%	1,3%	1,1%	4,9%	10,2%	16,9%
Nuevos canales de venta	5,0%	0,9%	---	3,9%	6,8%	21,8%
Productos nuevos para su empresa	4,6%	---	1,1%	3,9%	8,0%	17,7%
Cooperación con otras empresas y/o entidades	3,0%	---	---	2,9%	4,5%	12,1%
Nuevos procesos logísticos y distribución	2,8%	0,9%	1,6%	1,9%	5,7%	8,1%
Internacionalización	2,5%	---	---	1,3%	4,5%	12,9%
No necesitan innovar	2,3%	4,7%	2,1%	1,6%	---	1,6%
Colocación del producto en el mercado	2,2%	0,4%	0,5%	0,3%	4,5%	11,3%
Diseño, estilo de producto, espacios, tiendas	2,1%	0,4%	---	0,6%	5,7%	9,7%
Posicionamiento de producto / marca	2,1%	---	---	0,6%	4,5%	11,3%
Nuevas tecnologías	1,9%	1,7%	0,5%	2,9%	2,3%	1,6%
Cambios en su organización para fomentar la participación	1,7%	---	0,5%	1,9%	---	7,3%
Maquinaria / Vehículos	1,4%	0,9%	1,6%	2,3%	1,1%	---
Lanzar nuevas marcas	1,2%	---	---	0,3%	2,3%	6,5%

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

Continúa →



**P.12.: DE LOS ÁMBITOS QUE LE VOY A LEER,
¿EN CUÁLES DE ELLOS NECESITARÍA SU
EMPRESA HACER O LANZAR CAMBIOS O
INNOVACIONES EN LOS DOS O TRES
PRÓXIMOS AÑOS?***

**Base: 944 empresas sin actividad innovadora
en el periodo**

	TOTAL (n=944)	ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN				
		Muy bajo (n=235)	Bajo (n=188)	Medio (n=309)	Alto (n=88)	Muy alto (n=124)
Vender por e-commerce	1,2%	0,4%	---	0,3%	1,1%	6,5%
Métodos o sistemas de gestión del conocimiento	1,0%	---	---	0,6%	1,1%	4,8%
Responsabilidad social empresarial	0,6%	---	---	---	---	4,8%
Gestión	0,6%	---	---	0,3%	2,3%	2,4%
Diseño de packaging y envase	0,4%	---	---	---	2,3%	1,6%
Formación y creación de cultura innovadora	0,5%	---	---	0,9%	---	1,6%
Aspectos normativos	0,3%	---	---	0,3%	1,1%	0,8%
Mejora servicios prestados	0,3%	---	---	0,6%	1,1%	---
En productos	0,2%	---	---	0,3%	1,1%	---
Mantenerse / Superar la crisis	0,2%	---	---	0,3%	---	0,8%
Calidad y M. Ambiente	0,2%	---	---	0,3%	1,1%	---
Otros comercialización y marketing	0,2%	---	---	0,6%	---	---
Ninguno	51,1%	83,8%	77,7%	36,9%	9,1%	13,7%
No sabe	0,7%	0,4%	1,1%	1,0%	1,1%	---
Otras	0,1%	---	---	0,3%	---	---
Ns/nc	0,4%	---	1,1%	0,3%	---	0,8%

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



Consultados por la **urgencia**, los aspectos más destacados por prioritarios son:

- ✓ Las nuevas tecnologías productivas (11,4%).
- ✓ La mejora de los procesos productivos (6,4%).
- ✓ Los productos nuevos para el mercado (5,5%).



En menor medida lo son:

- ✓ Mejorar los productos actuales (3,2%).
- ✓ Generar nuevos productos para su empresa (2,5%).
- ✓ Mejorar la promoción y la comunicación (2,5%).

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



P.13.: ¿Y EN CUÁL DE ELLOS ES MÁS URGENTE INNOVAR?*
Base: 944 empresas sin actividad innovadora en el periodo



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



P.13.: ¿Y EN CUÁL DE ELLOS ES MÁS URGENTE INNOVAR?*
Base: 944 empresas sin actividad innovadora en el periodo

	TOTAL (n=944)	ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN				
		Muy bajo (n=235)	Bajo (n=188)	Medio (n=309)	Alto (n=88)	Muy alto (n=124)
Nuevas tecnologías productivas	11,4%	3,0%	5,9%	18,1%	19,3%	13,7%
Mejora procesos productivos	6,4%	1,3%	3,2%	8,7%	17,0%	7,3%
Productos nuevos para el mercado	5,5%	0,4%	1,6%	5,5%	12,5%	16,1%
Productos actuales mejorados	3,2%	0,4%	0,5%	2,9%	9,1%	8,9%
Productos nuevos para su empresa	2,5%	---	1,1%	3,2%	4,5%	6,5%
Nueva / mejor promoción y comunicación	2,5%	1,3%	1,1%	2,9%	5,7%	4,0%
No necesitan innovar	2,3%	4,7%	2,1%	1,6%	---	1,6%
Nuevos canales de venta	2,2%	0,4%	---	2,9%	3,4%	6,5%
Nuevas tecnologías	1,5%	1,7%	0,5%	1,9%	1,1%	1,6%
Maquinaria / Vehículos	1,4%	0,9%	1,6%	2,3%	1,1%	---
Nuevos procesos logísticos y distribución	1,2%	0,4%	1,6%	1,6%	1,1%	0,8%
Cooperación con otras empresas y/o entidades	1,0%	---	---	1,9%	1,1%	1,6%
Internacionalización	1,0%	---	---	1,0%	2,3%	3,2%
Diseño, estilo de producto, espacios, tiendas	0,7%	0,4%	---	0,6%	2,3%	1,6%
Colocación del producto en el mercado	0,6%	0,4%	0,5%	0,3%	1,1%	1,6%
Cambios en su organización para fomentar la participación	0,6%	---	0,5%	1,0%	---	1,6%
Gestión	0,6%	---	---	0,3%	2,3%	2,4%

Continúa →

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



P.13.: ¿Y EN CUÁL DE ELLOS ES MÁS URGENTE INNOVAR?*
Base: 944 empresas sin actividad innovadora en el periodo

	TOTAL (n=944)	ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN				
		Muy bajo (n=235)	Bajo (n=188)	Medio (n=309)	Alto (n=88)	Muy alto (n=124)
Posicionamiento de producto / marca	0,4%	---	---	0,6%	1,1%	0,8%
Formación y creación de cultura innovadora	0,4%	---	---	0,6%	---	1,6%
Vender por e-commerce	0,3%	0,4%	---	---	---	1,6%
Mejora servicios prestados	0,3%	---	---	0,6%	1,1%	---
Lanzar nuevas marcas	0,2%	---	---	---	1,1%	0,8%
Métodos o sistemas de gestión del conocimiento	0,2%	---	---	0,3%	1,1%	---
Mantenerse / Superar la crisis	0,2%	---	---	0,3%	---	0,8%
Aspectos normativos	0,2%	---	---	0,3%	---	0,8%
Otros comercialización y marketing	0,2%	---	---	0,6%	---	---
En productos	0,1%	---	---	---	1,1%	---
Adquisición de cultura innovadora	0,1%	---	---	0,3%	---	---
Calidad y M. Ambiente	0,1%	---	---	0,3%	---	---
Ninguno	50,8%	83,8%	77,1%	36,6%	9,1%	13,7%
No sabe	0,7%	0,4%	1,1%	1,0%	1,1%	---
Otras	0,1%	---	---	0,3%	---	---
Ns/nc	0,7%	---	1,6%	1,0%	---	0,8%

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



12.5. El paraguas de la innovación



Tal y como se ha ido describiendo, las empresas no innovadoras no perciben en tres de sus cuartas partes, que haya una necesidad o urgencia para acometer este tipo de proyectos. Esto está evidentemente relacionado con el convencimiento de que no hay demanda ya que el mercado, sus clientes, no se lo piden, y con la sensación de que el coste es excesivo para la rentabilidad que se le percibe a los resultados.



Así, el apoyo económico, la financiación podría considerarse un **soporte** para el **43,3% de las empresas consultadas**.



Parece que el apoyo en la inversión así como los retornos a obtener de ella podrían ser aspectos sobre los que trabajar de cara a mejorar la proactividad de las empresas en este ámbito

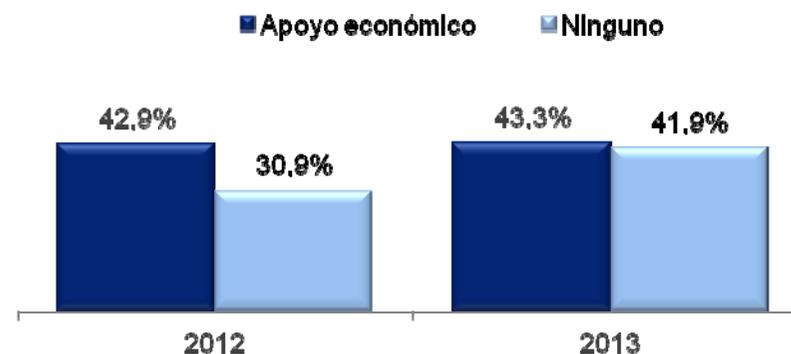


P.14.: ¿QUÉ TIPO DE APOYOS Y AYUDAS NECESITA SU EMPRESA PARA ACOMETER LAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN QUE NECESITAN?*

Base: 944 empresas sin actividad innovadora en el periodo



Valoración del apoyo económico vs ninguno



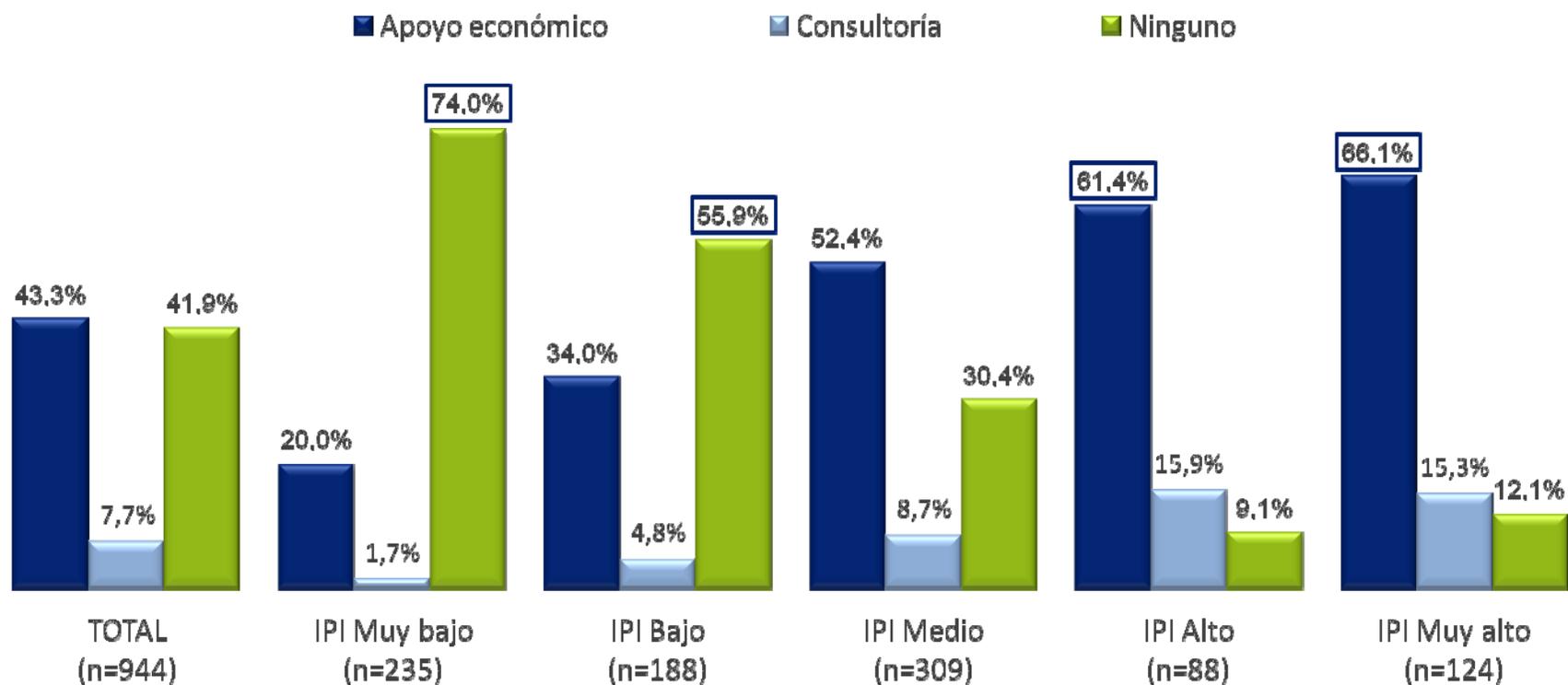
* Se leyeron las alternativas de respuesta. Sólo se admitió una respuesta.



P.14.: ¿QUÉ TIPO DE APOYOS Y AYUDAS NECESITA SU EMPRESA PARA ACOMETER LAS ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN QUE NECESITAN?*

Base: 944 empresas sin actividad innovadora en el periodo

- SEGÚN EL ÍNDICE DE PROPENSIÓN A LA INNOVACIÓN -





Las empresas que manifiestan no haber abordado iniciativas innovadoras señalan que su distanciamiento de este ámbito responde a que actualmente el mercado no se lo requiere y además supone un elevado coste económico al que no se le adscribe una clara rentabilidad.



Razones que evidencian una evidente falta de conocimiento sobre lo que podría suponer de mejora para ellos la implantación de cultura innovadora



En consecuencia, en su gran mayoría no consideran necesario ni urgente acometer algún tipo de iniciativa en este sentido.

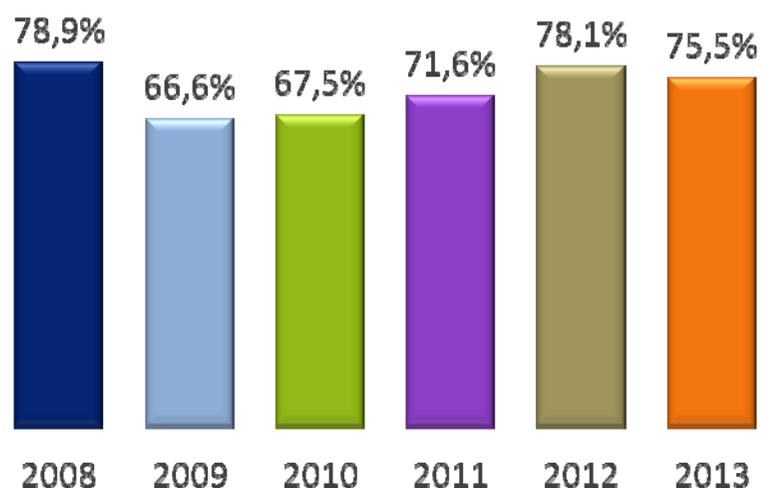
En este escenario contar con ayuda pública no parece ser un motor suficiente para propiciar el cambio en ellas.



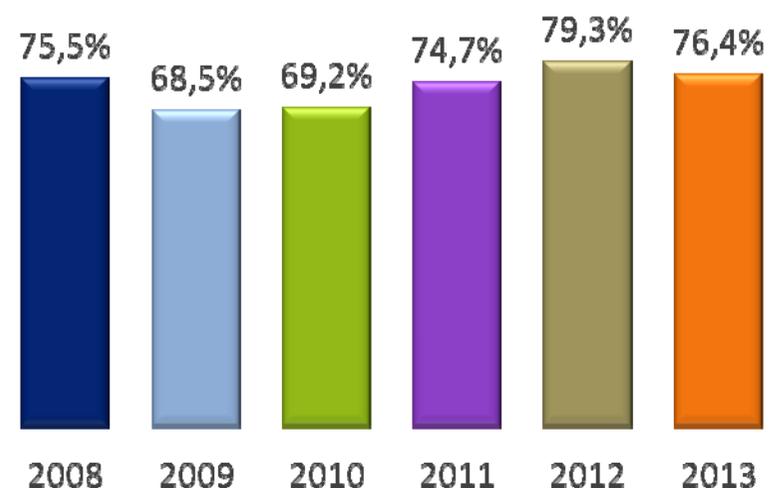
Sólo aquellas más preparadas para afrontar la innovación valoran el apoyo económico como factor incentivador



Percepción de la necesidad de innovar (Innecesaria)



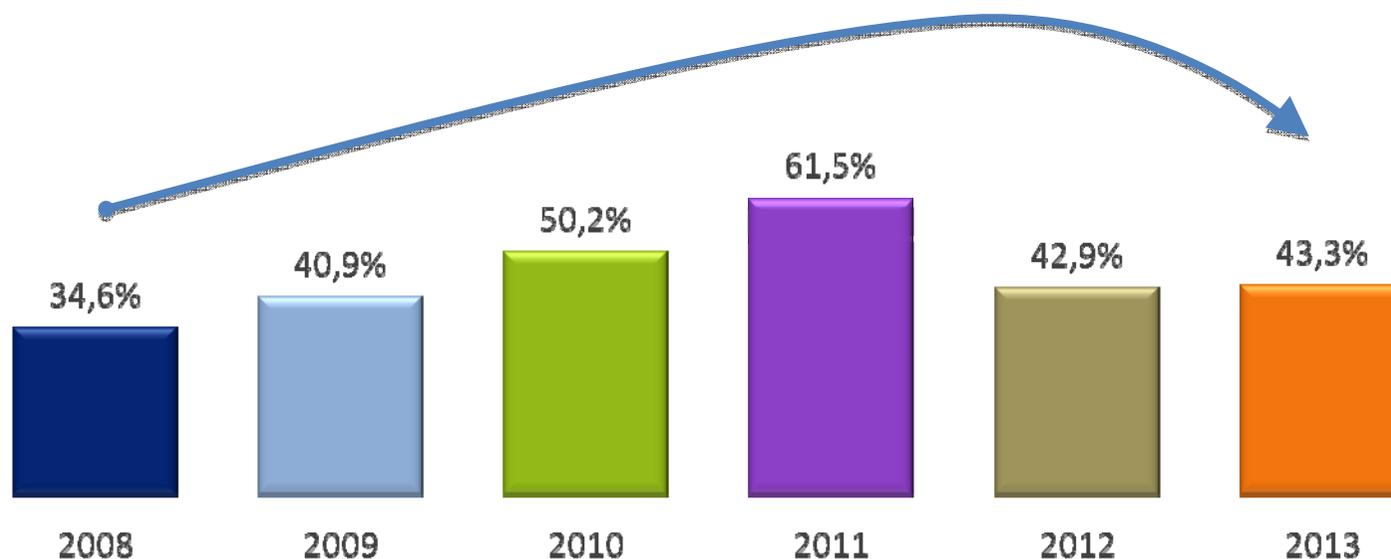
Percepción de la urgencia de innovar (Prorrogable)



Un año más, de nuevo desciende la percepción de la necesidad de innovar que sienten las empresas, así como la urgencia de llevar a cabo este tipo de procesos



Percepción de la necesidad del apoyo económico



La distancia a la innovación de las empresas entrevistadas, se mantiene en términos similares a la percibida en 2012, lo que evidencia que a pesar del apoyo económico ofrecido, este no se convierte en un factor suficientemente motriz para impulsar iniciativas innovadoras en ellas



METODOLOGÍA Y FICHA TÉCNICA

U13



METODOLOGÍA



Metodología de exploración y **análisis cuantitativo**

TÉCNICA DE ESTUDIO



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

PÚBLICO OBJETIVO



Gerentes, directivos, responsables de innovación, I+D+L o tecnológicos de las empresas.



Se ha trabajado con un listado de 5.571 empresas facilitado por la Cámara de Comercio de Bilbao.

ÁMBITO GEOGRÁFICO



Empresas radicadas en las diferentes comarcas del territorio de Bizkaia.



DETALLE DEL PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO: TAMAÑO DE LA MUESTRA



Se han realizado un total de **2.005 entrevistas** a empresas de Bizkaia, siguiendo un **muestreo aleatorio** a las empresas incluidas en la BBDD. Este tamaño muestral ofrece un **margen de error muestral de $\pm 1,8\%$** para un nivel de confianza del 95,5%, $1,96 \sigma$ respecto de μ , para todas las estimaciones que se quieran realizar sobre este colectivo.



La muestra realizada permite extrapolar los resultados al conjunto de empresas vizcaínas. De esta forma, sobre el total de 90.076 empresas*, ofrece un margen de error del $\pm 2,2\%$.

GENERACIÓN DE LA BASE DE DATOS



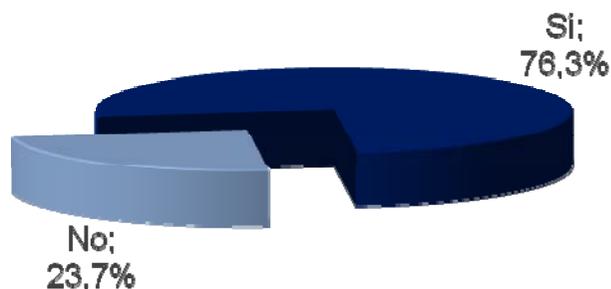
En el muestreo realizado a la BBDD proporcionada por la Cámara de Comercio de Bilbao, se ha solicitado permiso a las empresas para proporcionar sus datos al Registro de Empresas Innovadoras o sensibles a procesos innovadores del territorio, con el objetivo de implementar programas de actuación en materia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

*NOTA: Datos del EUSTAT. Total de empresas a 1/1/2012.



Del total de empresas entrevistadas, más de tres cuartas partes han accedido a formar parte de dicho registro. Respecto al pasado año, ha crecido el número de quienes no quieren registrarse.

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: 18 de abril de 2013.
- ✓ Trabajo de campo: del 22 de abril al 9 de mayo de 2013.
- ✓ Proceso y tabulación estadística: del 10 al 13 de mayo de 2013.
- ✓ Realización de informe y presentación de resultados: del 14 al 29 de mayo de 2013.



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.



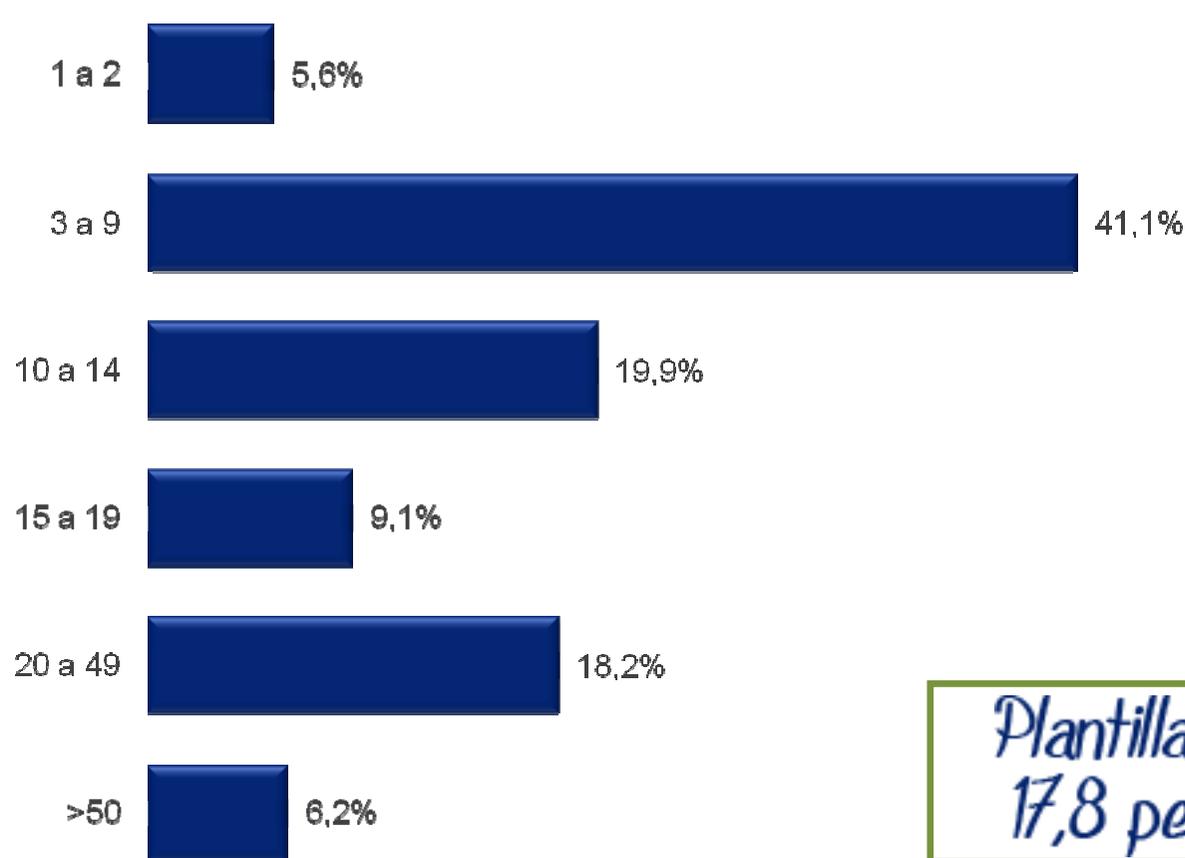
El **perfil de las empresas** se correspondería con:

- ✓ Empresas con una plantilla media de 18 trabajadores si bien, de ellas, el 46,7% dispone de un plantilla inferior a los 9 trabajadores.
- ✓ El 64,3% adoptan la forma jurídica de Sociedad Limitada,
- ✓ Cuatro de cada diez, son empresas familiares.
- ✓ La mayoría son empresas con una antigüedad media; el 53,3%. La proporción de empresas de reciente creación es reducida; el 10,3%, si bien es dos puntos superior a la ola anterior.
- ✓ El 74,8% de las empresas está radicada en la comarca del Gran Bilbao,
- ✓ Dos de cada diez empresas realiza una actividad exportadora, y para un 65,6% de ellas el papel del mercado internacional para la empresa, es muy relevante.
- ✓ El 60,3% de las empresas indica que su actividad se encuentra en el ciclo de madurez de la vida del negocio.

En las dos últimas olas, el perfil de empresa analizada es muy similar, correspondiéndose presumiblemente con la realidad del tejido empresarial del Territorio.



P.32.: ¿CUÁNTAS PERSONAS COMPONEN LA PLANTILLA ACTUAL DE SU EMPRESA?
Base: Total de empresas entrevistadas (n = 2005)

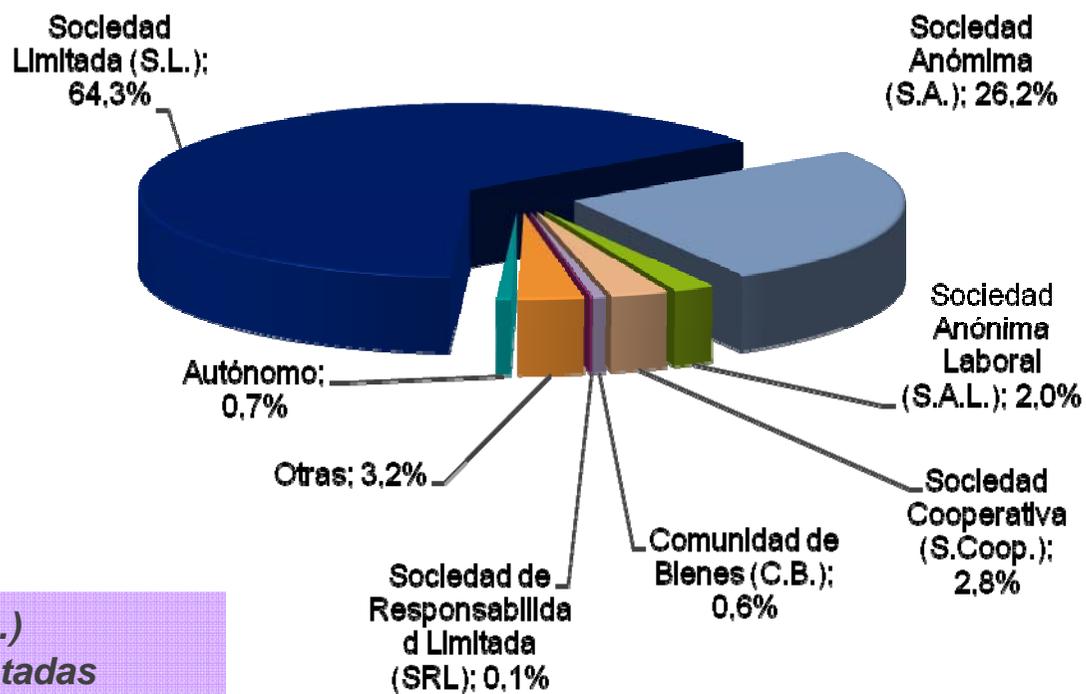


Un 46,7% de las empresas poseen menos de nueve personas en su plantilla

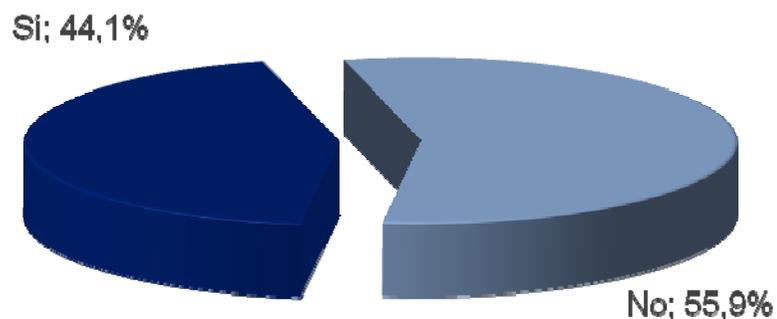
*Plantilla media:
17,8 personas*



FORMA JURÍDICA (D.1.)
Base: 2005 empresas entrevistadas



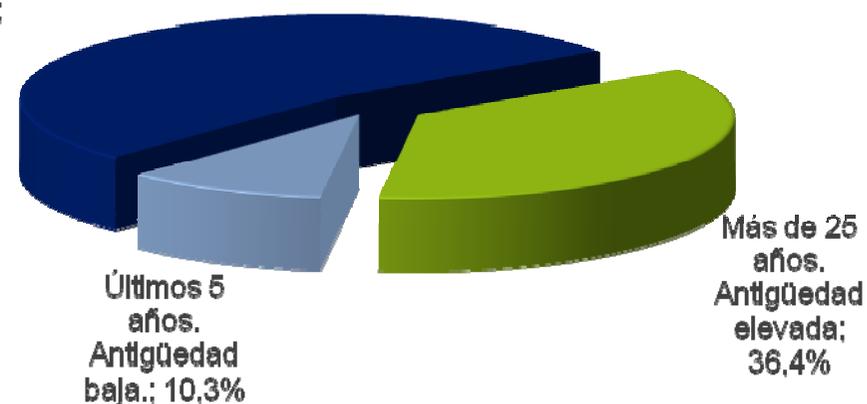
EMPRESA FAMILIAR (D.2.)
Base: 2005 empresas entrevistadas



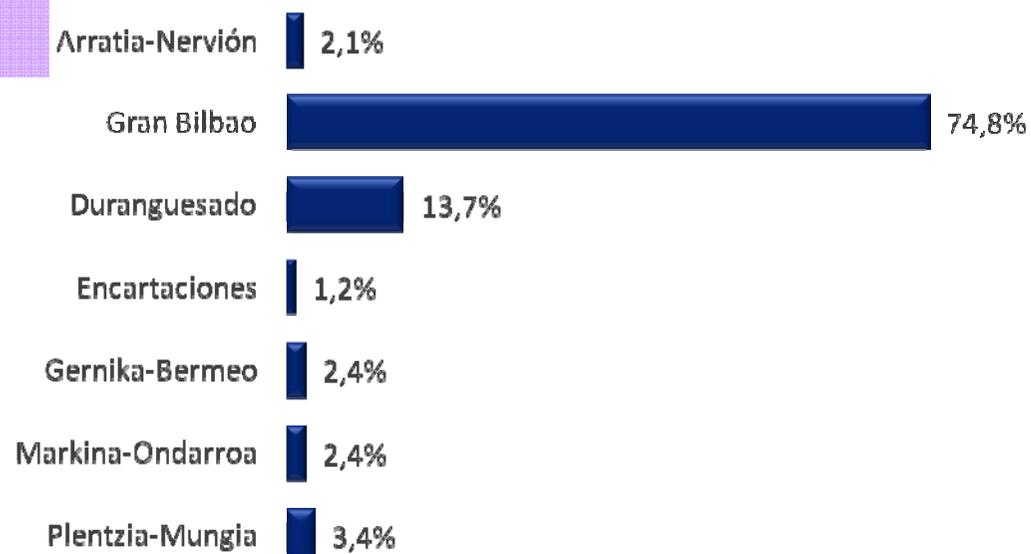


FUNDACIÓN DE LA EMPRESA (D.3.)
Base: 2005 empresas entrevistadas

Entre 6 y 25 años.
Antigüedad media.:
53,3%

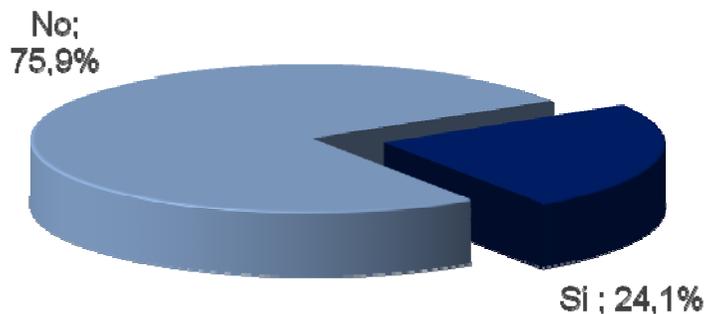


UBICACIÓN DE LA EMPRESA (D.3.)
Base: 2005 empresas entrevistadas

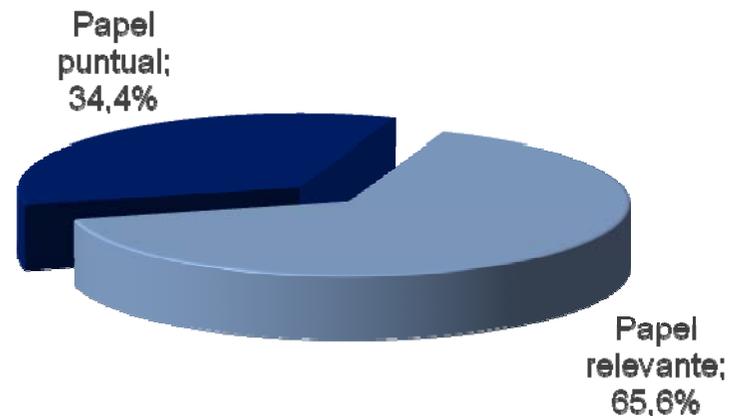




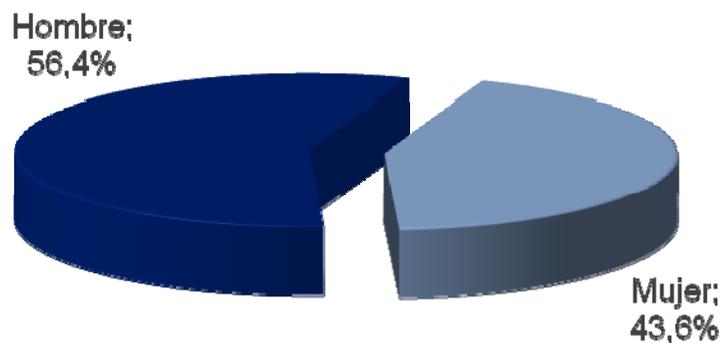
EMPRESAS EXPORTADORAS (D.4.)
Base: 2005 empresas entrevistadas



PAPEL DEL MERCADO INTERNACIONAL PARA LA EMPRESA (D.4.1.)
Base: 483 empresas exportadoras

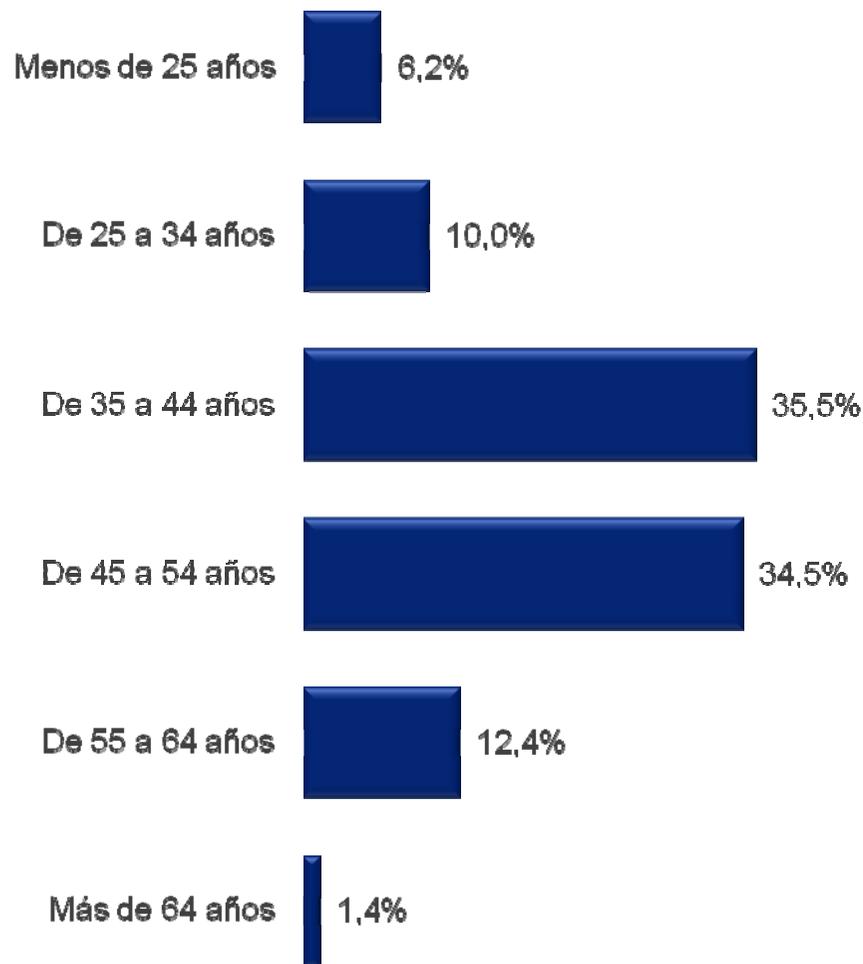


GÉNERO DEL ENTREVISTADO (D.6.)
Base: 2005 empresas entrevistadas





EDAD DEL ENTREVISTADO (D.7.)
Base: 2005 empresas entrevistadas



El 70% de los interlocutores tiene edades comprendidas entre los 35 y 54 años



NIVEL DE ESTUDIOS (D.8.)
Base: 2005 empresas entrevistadas



CICLO DE VIDA DEL NEGOCIO (P.19.)
Base: 2005 empresas entrevistadas

