

REDIT

INNOVATION NETWORK

Percepción social de la innovación en la Comunidad Valenciana



Índice

Introducción y metodología	4
01. Estado de las empresas con respecto a la innovación	6
02. Las empresas que innovan, ¿conocen a los Institutos Tecnológicos?	7
03. ¿Tienen el mismo concepto sobre la innovación las empresas y la ciudadanía?	8
04. ¿Tenemos cultura de la innovación en la Comunidad Valenciana?	10
05. ¿Quiénes son percibidos como los colectivos más innovadores?	11
06. Posicionamiento de la Comunidad Valenciana a nivel nacional	12
07. Evolución de la innovación en nuestra región	13
08. Posicionamiento de la empresa con respecto a la innovación	14
09. Razones por las que innovan nuestras empresas	15
10. Principales frenos a la innovación	16
11. Cómo medimos el éxito de la innovación	17
12. ¿En qué agentes confían las empresas a la hora de innovar?	18
REDIT: propuestas de mejora	20

La Red de Institutos Tecnológicos de la Comunidad Valenciana (REDIT) ha impulsado este estudio con el objetivo de conocer la percepción sobre la innovación que tienen los ciudadanos de la región y los principales colectivos que componen el ecosistema innovador.

El estudio ha sido elaborado por la empresa de estudios de mercado Coto Consulting y ha contado con el apoyo de la Agencia Valenciana de la Innovación (AVI).

Metodología

Estudio cuantitativo:

800 encuestas a ciudadanos (residentes en la Comunidad Valenciana con edades comprendidas entre los 16 y los 69 años).

617 encuestas a empresas (ubicadas en la Comunidad Valenciana y realizadas a gerentes o responsables de innovación).

Estudio cualitativo:

4 Focus Groups formados por entre 6 y 8 expertos de los siguientes colectivos:

- **Institucional** (administración, organismos públicos de innovación...)
- **Social** (asociaciones sociales, educativas...)
- **Investigador** (universidades, Institutos Tecnológicos...)
- **Empresas innovadoras** (organizaciones empresariales, empresas innovadoras tractoras, startups...)

01. Estado de las empresas con respecto a la innovación

Nuestras empresas ¿innovan?

El **63,9%** de las empresas encuestadas reconoce que no realiza ningún tipo de innovación.



En el caso de las empresas del sector industrial, esta cifra es del **60%**.

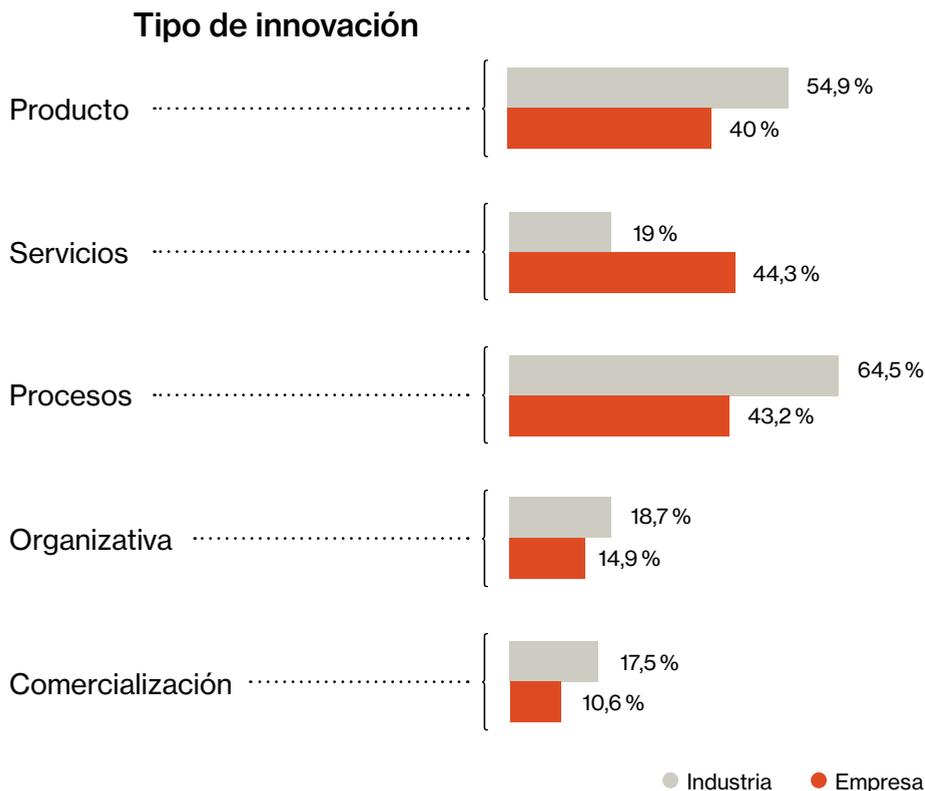
Solamente el **36,1%** de las empresas encuestadas de la Comunidad Valenciana declara que innova.

Los datos del INE también confirman la baja participación de las empresas en actividades de innovación:

- **UE: 64,16% del gasto total de I+D ejecutado por las empresas**
- **España: 54,9%**
- **Comunidad Valenciana: 43,8%**

La mayoría de las empresas **no dispone** de personal exclusivo o departamento dedicado a la innovación.

Las empresas innovan sobre todo en **servicios (44,3%)** y **procesos (43,2%)**, mientras que en la industria destaca la innovación en **procesos (64,5%)**.



02. Las empresas que innovan, ¿conocen a los Institutos Tecnológicos?

El 78,5% de las empresas encuestadas que dicen innovar han declarado conocer a los Institutos Tecnológicos de REDIT y el 36% afirma haber colaborado con ellos

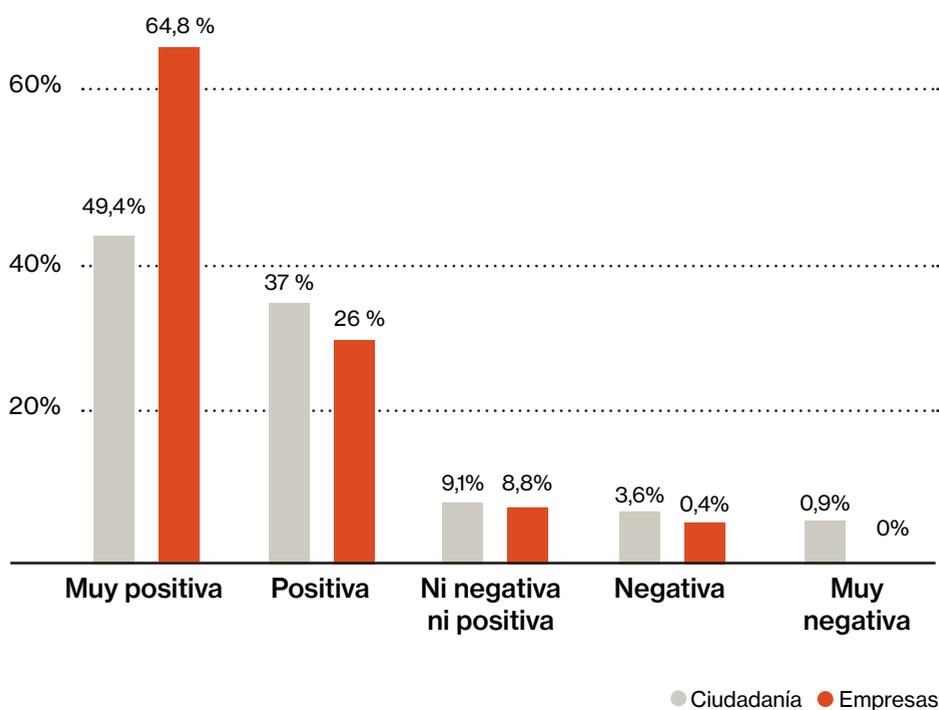
En el caso de la industria, el porcentaje que conoce a los Institutos Tecnológicos es del **91,7%** y el **62,6%** afirma haber colaborado con ellos.

03. ¿Tienen el mismo concepto sobre la innovación las empresas y la ciudadanía?

Las empresas relacionan la innovación con beneficio, mejora o aumento de valor, mientras que la sociedad la relaciona con el bienestar

Existe una percepción positiva de la innovación, tanto por parte de las **empresas** como por la **ciudadanía**. Los dos colectivos consideran que innovar es importante.

Concepto de la Innovación



Tanto empresas como ciudadanía relacionan la innovación con la mejora en la calidad de vida y con la generación de una mayor eficiencia de los procesos.



Sin embargo, hay diferencias: las **empresas** relacionan la innovación con una mejora en la **competitividad**, mientras que la ciudadanía la relaciona con la mejora en la **eficiencia**, aunque es más crítica con respecto al consumo de recursos y pérdida de relaciones sociales atribuidos a la innovación.



Según los **expertos**, el concepto de innovación es **difuso** y es percibido de forma diferente entre los distintos colectivos. Además, **es dinámico** lo que significa que se adapta y evoluciona en función del contexto.



La innovación es percibida como una novedad o un cambio en procesos, productos o servicios **que reportarán en el empresario un beneficio**, mejora o aumento de valor, mientras que para la **ciudadanía** se traduciría en **bienestar social**.

04. ¿Tenemos cultura de la innovación en la Comunidad Valenciana?

Falta cultura de la innovación tanto en las empresas como en la ciudadanía

- Tanto las empresas como la ciudadanía piensan que la innovación es, sobre todo, un **cambio** que introduce novedades, relacionándolo, en menor medida, con el ámbito social. Sin embargo, consideran que es importante innovar, sobre todo, en sanidad/servicios sociales y educación/cultura.
- Se percibe una falta de claridad en torno a la **finalidad** de la innovación.
- El colectivo empresarial destaca la **visión positiva** de la sociedad sobre la innovación, aunque coincide con la opinión general en la **poca concienciación** con respecto a la innovación y, con ello, la **reducida cultura innovadora** para mostrar una opinión definida.
- La **ciudadanía** sólo entiende por innovación la **tecnológica**, aquella que produce un cambio disruptivo.
- Se percibe que la sociedad da **poca importancia** a la innovación. Falta comunicación, formación sobre la misma, fomento, referentes en el ámbito público y tangibilidad.
- Se denota una **actitud reactiva** en la sociedad: «quiero innovación, pero la innovación no va conmigo».

05. ¿Quiénes son percibidos como los colectivos más innovadores?

Tanto las empresas como los ciudadanos consideran que el colectivo científico/técnico/investigador es el más innovador, seguido del empresarial, el social y el institucional

Hay una **reducida identificación** de agentes innovadores en general. Dentro del colectivo científico/técnico/investigador, los agentes más identificados como innovadores son las universidades de la Comunidad Valenciana y, en el caso de las empresas, también los Institutos Tecnológicos.

Según los expertos:

- Las empresas identifican a los **investigadores** como el principal colectivo innovador mientras que la sociedad señala a las **empresas**, que son las que tangibilizan la innovación.
- Hay un cierto conocimiento de los **Institutos Tecnológicos** por parte de la sociedad debido a que han realizado una labor positiva en el desarrollo de la innovación, pero existe una falta de apertura y promoción.
- Además, con respecto a la colaboración entre colectivos, ésta no es mayor debido a la **falta de coordinación y comunicación** entre oferta (proveedores de innovación) y demanda (empresas) existiendo una necesidad de liderazgo en el ámbito de la innovación.

06. Posicionamiento de la Comunidad Valenciana a nivel nacional

La Comunidad Valenciana es la tercera (para la ciudadanía) y cuarta (para las empresas) comunidad autónoma más innovadora

El siguiente cuadro muestra la percepción de la ciudadanía y de las empresas sobre dónde se sitúa la Comunidad Valenciana en España a nivel de innovación junto con los datos del INE que muestran el gasto total en I+D respecto al PIB español en 2017. Por lo que se observa en la comparativa con las otras comunidades autónomas, existe una percepción de innovación de la Comunidad Valenciana mayor al gasto que en realidad se efectúa: se percibe como la tercera-cuarta comunidad autónoma más innovadora, pero es la sexta en gasto total en I+D.

	Empresas	Ciudadanía	% gasto I+D/PIB
1º	Cataluña	Madrid	País Vasco (1,88%)
2º	Madrid	Cataluña	Navarra (1,73%)
3º	País Vasco	Com. Valenciana	Madrid (1,68%)
4º	Com. Valenciana	País Vasco	Cataluña (1,47%)
5º	Navarra	Navarra	Castilla León (1,02%)
6º	Andalucía	Asturias	Com. Valenciana (0,99%)

07. Evolución de la innovación en nuestra región

En relación a cómo ha evolucionado la innovación en la Comunidad Valenciana en los últimos 10 años, el 54,4% de las empresas encuestadas y el 45,1% de la ciudadanía afirman que es mejor

Hay una percepción positiva de la **evolución** de la innovación en la Comunidad Valenciana. Tanto la **ciudadanía** como las empresas consideran que **ha mejorado** en los últimos 10 años.



Según la visión de los **expertos**, esto se debe a la buena labor de **comunicación** de algunas empresas valencianas porque consideran que la inversión pública en innovación es reducida y no existe coordinación entre los diferentes agentes en materia de innovación.

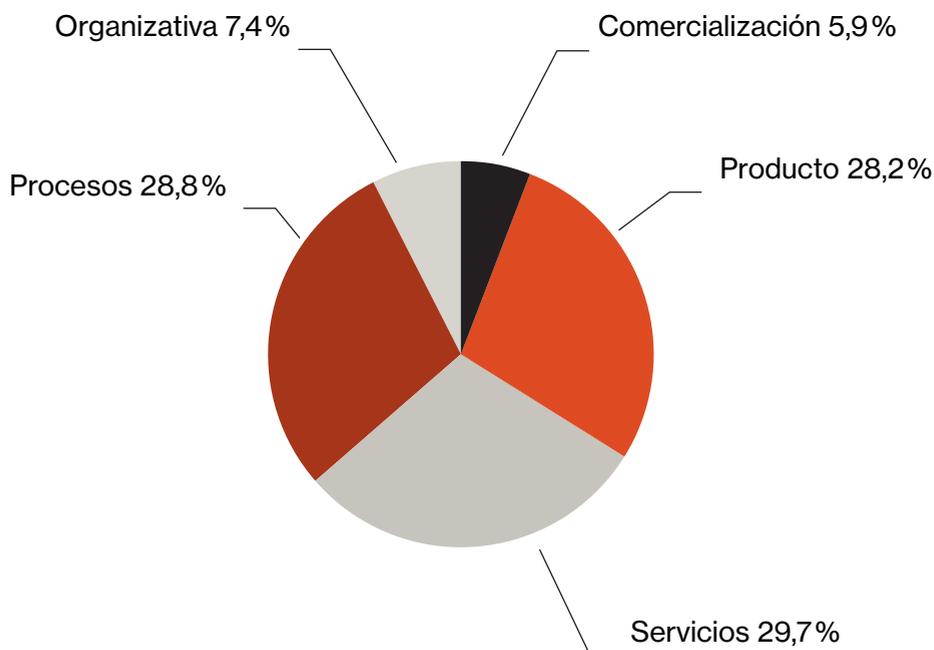
Si se pregunta sobre la evolución a futuro, el **68,4%** de las empresas y el **55%** de la ciudadanía indican que irá a mejor. Por lo tanto, las **empresas** muestran **mayor optimismo** con respecto al futuro.

08. Posicionamiento de la empresa con respecto a la innovación

Las empresas realizan una mayor inversión en innovación en servicios, procesos y producto

Predominio de la innovación en servicios-procesos-producto, donde se realiza una mayor inversión.

Reparto de la inversión en Innovación



El principal objetivo para aproximadamente 7 de cada 10 empresas que innovan en producto y/o servicios es la sustitución de productos o servicios anticuados y, para las que innovan en procesos, la mayor capacidad de producción o prestación de servicios.



Respecto a la innovación organizativa, el principal objetivo de la misma es la optimización de la gestión del tiempo y, en la innovación en comercialización, es mejorar la experiencia de compra y relación con el cliente.

09. Razones por las que innovan nuestras empresas

Principalmente para mantener o mejorar su posición en el mercado

Según la visión de los **expertos**, las principales motivaciones que señalan las **empresas** a la hora de innovar son:

- Mantener y/o mejorar la posición de la empresa en el mercado (mantener/mejorar la competitividad, buscar diferenciación, incrementar la cuenta de resultados y búsqueda de nuevos nichos/mercados).
- Favorecer el bienestar de la sociedad.
- Cumplir con la legislación vigente.

10. Principales frenos a la innovación

Falta de ayudas públicas, coste elevado y excesiva burocracia

Para las **empresas**, los principales frenos a la hora de innovar son:

- **Falta de ayudas públicas** (52%).
- **Coste elevado** (51,4%).
- **Excesiva burocracia** (45,1%) vinculada a las ayudas públicas.

Para los **expertos**, los principales problemas son:

- El **elevado precio** asociado a la innovación.
- **Falta de referentes**, formación y cultura del riesgo.
- En cuanto a la falta de ayudas públicas, consideran que no es un freno real ya que consideran que las empresas buscan culpables en otros agentes en lugar de hacer autocrítica. En cambio, sí consideran que hay una excesiva burocracia, por lo que proponen:
 - Cambiar el sistema de financiación o incentivos.
 - Simplificar el modelo.
 - Promocionar en mayor medida las ayudas públicas.
 - Fomentar la búsqueda de financiaciones alternativas a las estatales o autonómicas.

11. ¿Cómo medimos el éxito de la innovación?

La conclusión general es que toda innovación debe generar un valor

Según la visión de los expertos, no existe consenso en torno a si el **éxito** de la innovación debe medirse por el éxito de su comercialización. La única conclusión general es que toda innovación debe generar un valor:

- **Éxito de la innovación por su monetización:** dentro de los colectivos, se identifica un sector que opina que aquella innovación que no es económicamente rentable o incrementa el flujo económico, generando retorno económico a la empresa, se descarta o no se lleva al mercado, por lo que no tiene éxito.
- **Éxito de la innovación por creación de avance o disrupción:** el otro sector opina que la innovación no debe medirse por el éxito comercial de la misma, sino por su generación de algo diferencial que sea reconocido por la sociedad o los diferentes agentes del mercado que puedan beneficiarse o aprovecharla.



12. ¿En qué agentes confían las empresas a la hora de innovar?

Las **fuentes** de información empleadas por las empresas son tanto internas como externas. Se observa una gran presencia de los agentes que componen el mercado (proveedores, clientes y consultores) y suelen colaborar con los mismos, así como con los competidores y con los institutos de REDIT.

Según la visión de los expertos, existen **dos niveles de innovación** en función del riesgo asumido:

- **Disruptiva, basada en la aplicación de conocimiento tecnológico** y empleando para su desarrollo la ayuda de agentes como los Institutos Tecnológicos, centros de investigación o aceleradoras e incubadoras de empresas.
- **Innovación “por copia”**, basada en el uso de la innovación realizada por proveedores, consultores, clientes, competidores u otras empresas del mismo sector de actividad. Se trata de una innovación más sencilla, necesaria para ser competitivo, propia de las pymes y micropymes.

Por tanto, se revela **cierta aversión al riesgo**, que sugiere una cultura de innovación poco avanzada: «*copiamos*», «*sobrevivimos*». Poca ambición al respecto.

Las 5 primeras fuentes de información empleadas por las empresas son:

Dentro de la empresa o grupo de empresas (departamentos, empleados...)	66, 5%
Proveedores	62, 9%
Clientes	58, 4%
Consultores	56, 8%
Conferencias, ferias comerciales, exposiciones y similares	54, 5%

Los 5 primeros agentes de colaboración empleados por las empresas son:

Proveedores	55, 3%
Consultores	44, 6%
Clientes	34,5%
Institutos Tecnológicos de REDIT	28,1%
Competidores u otras empresas de su misma rama de actividad	20,1%

REDIT: propuestas de mejora



Alcanzar un pacto de gobierno que garantice la continuidad del apoyo a la I+D+i de forma decidida y duradera en el tiempo, con independencia de los cambios que se produzcan a nivel político, tal y como ocurre en otras regiones y países europeos.

Fomentar la cooperación entre agentes del Sistema Valenciano de Innovación con mecanismos adaptados según la diferente naturaleza de cada entidad, de forma que se generen sinergias que permitan el aprovechamiento de su potencial individual y su capacidad innovadora.

Acelerar la resolución de convocatorias públicas para que los plazos sean operativos para las empresas:



- Simplificar los procedimientos de gestión de ayudas.
- Mantener la tipología de ayudas de acuerdo a las necesidades reales de las pymes.
- Aumentar el porcentaje de financiación a máximos legales.
- Garantizar el pago anticipado de las ayudas a empresas sin exigencia de avales para pymes.

Fortalecer el modelo valenciano de Instituto Tecnológico potenciando sus capacidades de investigación industrial, innovación y transferencia de tecnología y favoreciendo su acercamiento a nuestras empresas como instrumento de eficacia contrastada de apoyo a la innovación y la competitividad empresarial.



Impulsar una política de formación que garantice la adecuación del talento a las nuevas tecnologías y la recapacitación de los trabajadores para su adaptación a los nuevos puestos de trabajo, algunos de los cuales se encuentran todavía sin desarrollar.

Comunicar más y mejor a la sociedad para que se entienda la importancia estratégica que tienen los procesos de innovación. Introducir la innovación y a los agentes del sistema en los debates económicos y en los medios de comunicación.

REDIT

INNOVATION NETWORK

FINANCIADO POR



GENERALITAT
VALENCIANA



AVI AGÈNCIA VALENCIANA
DE LA INNOVACIÓ

Edición y coordinación
REDIT

Diseño y maquetación
estiu.eu

Ilustración de portada
Patricia Bolinches

Impresión
Impresum



REDIT

INNOVATION NETWORK

FINANCIADO POR



GENERALITAT
VALENCIANA



AVI AGÈNCIA VALENCIANA
DE LA INNOVACIÓ

www.redit.es