



**Càtedra universitària Ajuntament d'Ontinyent - Caixa Ontinyent - ESET
per a la innovació i configuració de territoris intel·ligents**

INTERESES Y NECESIDADES EMPRESARIALES EN MATERIA DE INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS DE LA VALL D'ALBAIDA

Cátedra InnovatiOnt

Diciembre 2017

INTERESES Y NECESIDADES EMPRESARIALES EN MATERIA DE INNOVACIÓN EN LAS EMPRESAS DE LA VALL D'ALBAIDA

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. PROCESOS RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD INNOVADORA ANALIZADOS.....	5
3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	7
3.1. RESULTADOS DETALLADOS POR TEMAS.....	9
3.2. VALORACIÓN DE LAS EMPRESAS DE LOS PROCESOS VINCULADOS A LA INNOVACIÓN SEGÚN TIPO DE ESTRATEGIA.....	18
3.3. RESULTADOS DE LAS PREGUNTAS ABIERTA.....	20
4. CONCLUSIONES.....	22

1. INTRODUCCIÓN

La Cátedra universitaria Ajuntament d'Ontinyent - Caixa Ontinyent - ESET para la innovación y configuración de territorios inteligentes (InnovatiOnt) se dedica al estudio, la aplicación y la divulgación de los procesos relacionados con la innovación, en el contexto geográfico de Ontinyent y su entorno. En concreto, la Cátedra InnovatiOnt contempla acciones formativas, culturales, de investigación y de proyección orientadas al conocimiento y la difusión de los procesos relacionados con la innovación y el desarrollo de territorios inteligentes, con el objetivo de contribuir a dinamizar la innovación en Ontinyent y su entorno atendiendo a su realidad económica y social. En este marco, la Cátedra InnovatiOnt ha realizado un estudio para detectar cuáles son las necesidades e intereses de las empresas en materia de innovación y en qué podría la Cátedra colaborar con ellas.

En este informe se presentan los resultados de una encuesta realizada a empresas de Ontinyent y otros municipios de la Vall d'Albaida, en la que se solicita información sobre cuáles son sus intereses y necesidades en materia de innovación y qué temas les gustaría poder tener acceso a información y/o participar en un taller o jornada organizada al efecto. De esta forma, se trata de aumentar el conocimiento sobre la realidad empresarial de este territorio, contribuyendo a detectar necesidades en materia de innovación y a mejorar la programación de actividades que puedan ser desarrolladas en el marco de la Cátedra InnovatiOnt.

La encuesta ha sido realizada a empresas pertenecientes a la Vall d'Albaida durante los meses de Junio a Octubre de 2017, tanto vía telefónica como electrónica. En concreto, se ha utilizado la base de datos de empresas que dispone la Cátedra InnovatiOnt. Las empresas están radicadas en Ontinyent o en municipios cercanos pertenecientes a la Vall d'Albaida. En cuanto a los sectores de actividad, destacan las empresas de textil-confección y de comercio al por mayor de textiles. No obstante, la base de datos está formada por empresas pertenecientes a otros sectores industriales como madera, papel y artes gráficas, caucho y plásticos, al sector de la construcción, a transportes y almacenamiento y a otras actividades comerciales y de servicios.

La encuesta consistía en 17 preguntas¹ sobre temas vinculados a la innovación y dos últimas preguntas abiertas. En una de ellas se solicitaba a las empresas que explicaran

¹ Las respuestas a las preguntas tienen una escala de 1 a 5.

1. No nos interesa este tema
2. Consideramos el tema poco interesante
3. El tema es interesante, pero no particularmente para nosotros
4. Nos interesa el tema, y podríamos participar en alguna actividad
5. Nos interesa especialmente este tema y participar en alguna actividad relacionada

cómo organizan la innovación en sus empresas, en el caso de que realizaran innovación. En la segunda pregunta abierta se preguntaba por algún tema de interés que no se hubiera mencionado en la encuesta y que les gustaría que fuera considerado en la planificación de las actividades que se desarrollan en el marco de la Cátedra InnovatiOnt.

Del total de las 177 empresas contactadas finalmente se realizaron 61 encuestas cuyos resultados y conclusiones se exponen a continuación. Cabe señalar que 6 empresas contestaron vía mail, mientras que las 55 restantes lo hicieron vía telefónica.

El presente trabajo ha sido desarrollado por el siguiente equipo de trabajo:

- Vicente Cerverón Lleó (codirector de la Cátedra InnovatiOnt), profesor titular del Dpt. d'Informàtica de la UV. Universitat de València.
- María Jesús Santa María Beneyto (codirectora de la Cátedra InnovatiOnt), profesora titular del Dpto. Economía Aplicada y Política Económica de la UA. Universitat de Alacant.
- Cristian Milá Pallás, estudiante de la Universitat de València. Colaborador-becario en la Cátedra InnovatiOnt.
- Marcos Vence Conles, estudiante de la Universitat de València. Colaborador-becario en la Cátedra InnovatiOnt.

2. PROCESOS RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD INNOVADORA ANALIZADOS

A continuación, se muestran los procesos relacionados con la actividad innovadora que aparecen en la encuesta realizada a las empresas de la Vall d'Albaida.

PROCESOS RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD INNOVADORA

Sello Pyme Innovadora

Requisitos y procedimientos para obtener el sello Pyme Innovadora por parte Ministerio de Economía y Competitividad. Recomendaciones para conseguir dicha acreditación.

Diagnóstico Tecnológico. Visita de personal técnico de las OTRIs

Técnicos de las OTRIs (Oficinas de Transferencia de Resultados de Investigación de las Universidades) visitaran su empresa para conocer su potencial tecnológico y sus posibilidades de mejora. Le proporcionarán recomendaciones sobre financiación, tecnologías e investigaciones de interés, contacto con posibles socios, etc.

Protección de la propiedad industrial

Orientación sobre la protección de las innovaciones y activos intangibles de su empresa: Marcas, Diseños Industriales, Patentes y Modelos de Utilidad.

Plan de innovación y Desarrollo Tecnológico

Metodología y herramientas para desarrollar un Plan Estratégico Tecnológico y conocer buenas prácticas para su implantación.

Foro Industria-Academia

Contacto con grupos de investigación de la Universidad (que trabajan en áreas de interés para su industria) que expondrán sus líneas científicas prioritarias, tecnologías y proyectos, facilitando la identificación de intereses comunes y posibles colaboraciones.

Sistemas de Vigilancia y Prospectiva Tecnológica

Pautas para la implantación de un Sistema de Vigilancia Tecnológica y/o Prospectiva Tecnológica en su empresa como referente para conocer el estado del arte de las tecnologías ya existentes así como las nuevas tendencias.

Branding y digital branding

Desarrollo de una estrategia de branding. Herramientas para el proceso de desarrollo y difusión de la marca por medio de elementos y acciones de comunicación y marketing. Comunicación y marketing digital

Creatividad innovadora

Herramientas para el fomento de ideas creativas que aporten un nuevo valor a su empresa.

Estrategia de redes sociales

Herramientas para potenciar las redes sociales como canal de comunicación y como instrumento para crear nuevas oportunidades y potenciar la interacción con potenciales clientes.

Estrategia de comercio electrónico

Desarrollo tecnológico del canal de ventas y herramientas para el diseño de una estrategia de marketing online.

SEO (Search Engine Organic) o posicionamiento orgánico

Técnicas para posicionar su web en Google de forma gratuita, captando un mayor tráfico cualificado, registros y ventas.

Financiación de Proyectos de I+D+i y desgravaciones fiscales de la innovación

Aspectos prácticos en la preparación de propuestas con financiación CDTI. Cómo obtener financiación europea para un proyecto empresarial innovador. Preparación de propuestas, casos de éxito y el proceso de evaluación.

Liderazgo emprendedor e innovación

Coaching para emprender e innovar. Como liderarse a sí mismo y a su equipo para introducir procesos de cambio y de renovación de forma proactiva y productiva.

Asesoramiento en tecnologías de Internet

Asesoramiento e información sobre tecnologías de internet (correo electrónico, protección de datos, software libre, etc).

Ética en los negocios y en las organizaciones

Ética en las organizaciones: construyendo confianza. La ética que necesita la empresa. La ética empresarial y organizacional en la nueva economía

Predicción de la conducta del consumidor

Técnicas de economía experimental del comportamiento. Herramientas para la toma de decisiones basadas en el análisis del comportamiento del consumidor ante diferentes situaciones y contextos.

Conocimiento y empleo

El relevo generacional en las empresas. Promoción de la formación de profesionales cualificados. Debate sobre necesidades empresariales y políticas de empleo.

3. RESULTADOS DE LA ENCUESTA

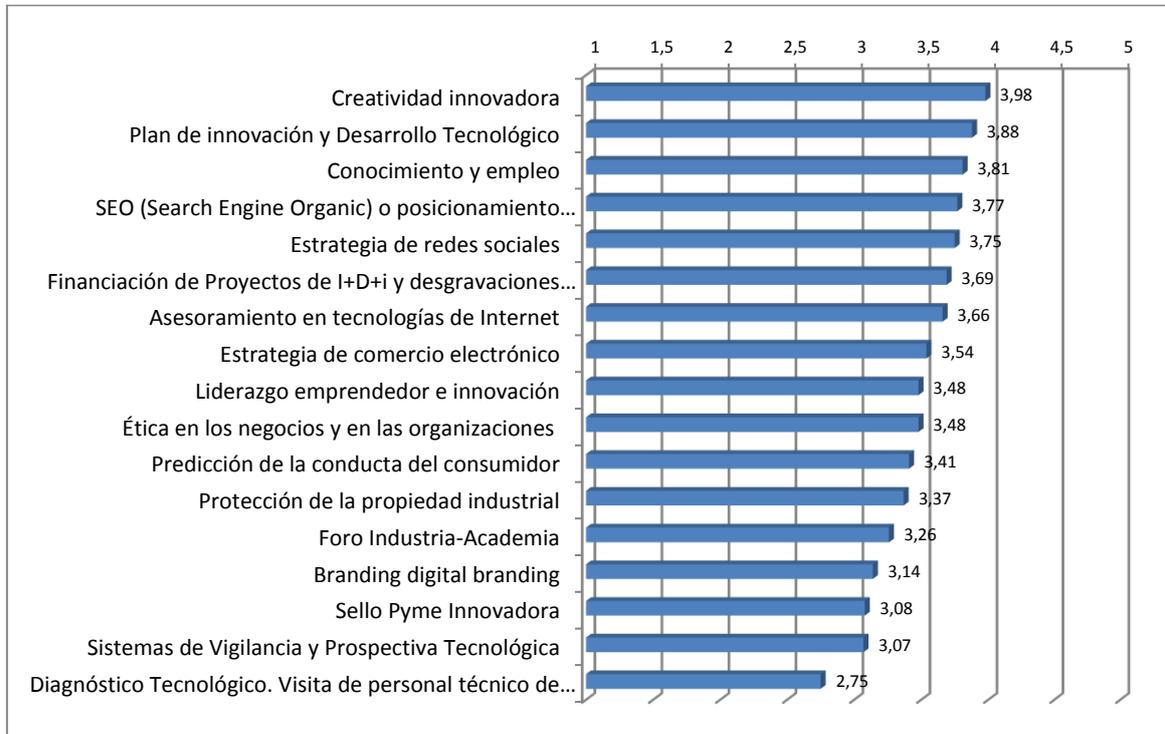
Los temas que se han planteado en esta encuesta han sido, en general, valorados de forma importante por las empresas. A continuación, se muestran ordenados los procesos vinculados a la innovación según mayor interés mostrado por las empresas. Se puede observar como el tema que ha sido valorado como más interesante, y sobre el que las empresas estarían interesadas en participar en alguna actividad relacionada con el mismo, es la creatividad innovadora. La media de la valoración que se ha dado por parte de las empresas a este tema es de un 3,98 (sobre un máximo de 5). Por el contrario, el tema que ha sido valorado en menor medida es la realización de un diagnóstico tecnológico por parte de las Oficinas de Transferencia de Resultados de Investigación de las Universidades (Otris). En este tema la valoración media realizada por las empresas es de un 2,75.

Procesos relacionados con la actividad innovadora ordenados de mayor a menor interés mostrado por las empresas

TEMAS	VALORACIÓN (*)
Creatividad innovadora	3,98
Plan de innovación y Desarrollo Tecnológico	3,88
Conocimiento y empleo	3,81
SEO (Search Engine Organic) o posicionamiento orgánico	3,77
Estrategia de redes sociales	3,75
Financiación de Proyectos de I+D+i y desgravaciones fiscales de la innovación	3,69
Asesoramiento en tecnologías de Internet	3,66
Estrategia de comercio electrónico	3,54
Liderazgo emprendedor e innovación	3,48
Ética en los negocios y en las organizaciones	3,48
Predicción de la conducta del consumidor	3,41
Protección de la propiedad industrial	3,37
Foro Industria-Academia	3,26
Brandingy digital branding	3,14
Sello Pyme Innovadora	3,08
Sistemas de Vigilancia y Prospectiva Tecnológica	3,07
Diagnóstico Tecnológico. Visita de personal técnico de las Otris	2,75

(*) Valoración media en una escala Likert de 1 a 5

Valoración del interés de las empresas de la Vall d'Albaida en procesos relacionados con la actividad innovadora



Fuente: Encuesta realizada por la Cátedra InnovatiOnt.

Nota: Valoración media en una escala Likert de 1 a 5.

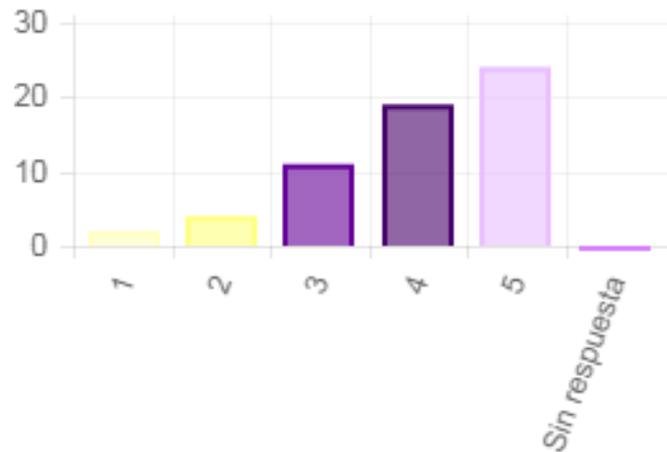
3.1. RESULTADOS DE LA ENCUESTA POR TEMAS

A continuación, se presentan los resultados de la encuesta para cada uno de los temas planteados, ordenados según mayor interés mostrado por las empresas. Estos resultados permiten mostrar con detalle el grado de importancia que las empresas conceden a estos aspectos así como detectar posibles carencias en determinados temas vinculados al proceso innovador.

En el eje vertical se muestra en todos los casos el número de empresas que corresponden a cada respuesta.

1. *Creatividad innovadora. Herramientas para el fomento de ideas creativas que aporten un nuevo valor a su empresa.*

Media aritmética 3.98 Desviación estándar 1.08



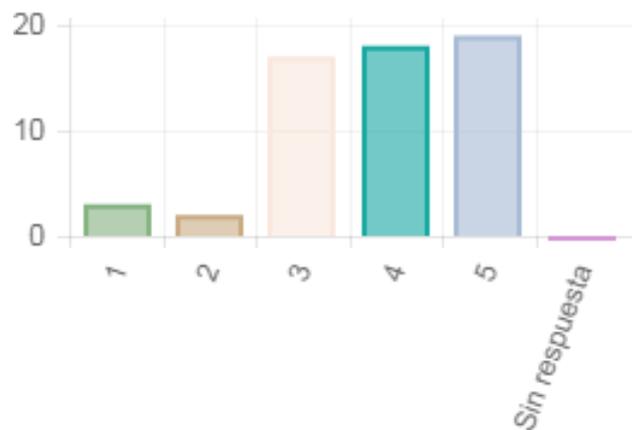
2. *Plan de innovación y desarrollo tecnológico. Metodología y herramientas para desarrollar un Plan Estratégico Tecnológico y conocer buenas prácticas para su implantación.*

Media aritmética 3.88 Desviación estándar 1.26



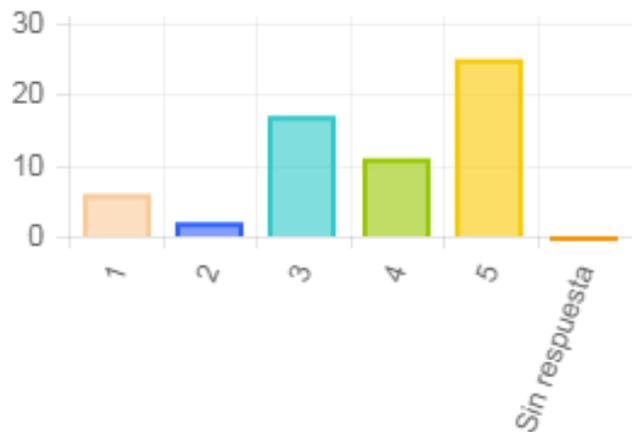
3. *Conocimiento y empleo. El relevo generacional en las empresas. Promoción de la formación de profesionales cualificados. Debate sobre necesidades empresariales y políticas de empleo.*

Media aritmética 3.81 Desviación estándar 1.09



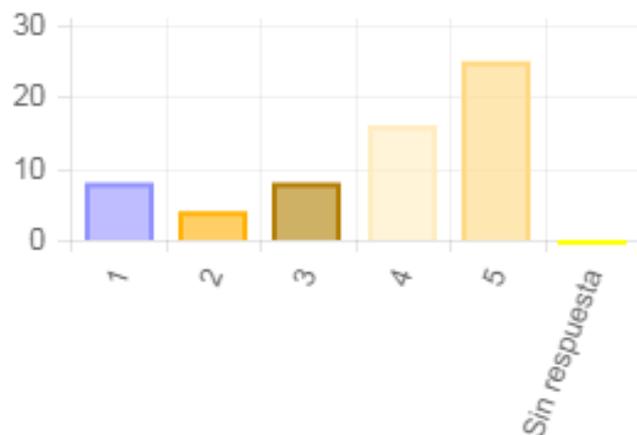
4. *SEO (Search Engine Optimization) y posicionamiento web. Técnicas para posicionar su web en Google de forma gratuita, captando un mayor tráfico cualificado, registros y ventas.*

Media aritmética 3.77 Desviación estándar 1.3



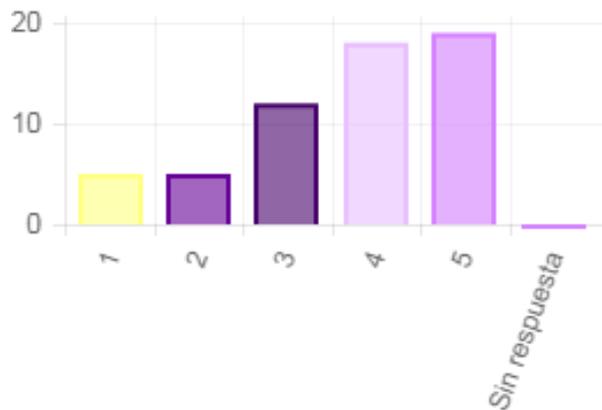
5. *Estrategia de redes sociales. Herramientas para potenciar las redes sociales como canal de comunicación y como instrumento para crear nuevas oportunidades y potenciar la interacción con potenciales clientes.*

Media aritmética 3.75 Desviación estándar 1.4



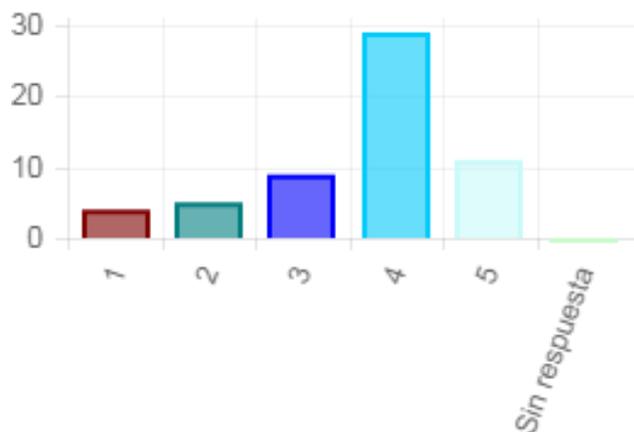
6. *Financiación de Proyectos de I+D+i y desgravaciones fiscales de la innovación. Aspectos prácticos en la preparación de propuestas con financiación CDTI. Cómo obtener financiación europea para un proyecto empresarial innovador. Preparación de propuestas, casos de éxito y el proceso de evaluación.*

Media aritmética 3.69 Desviación estándar 1.25



7. *Asesoramiento en tecnologías de Internet. Asesoramiento e información sobre tecnologías de internet (correo electrónico, protección de datos, software libre, etc), especialmente a microempresas y PYMEs.*

Media aritmética 3.66 Desviación estándar 1.1



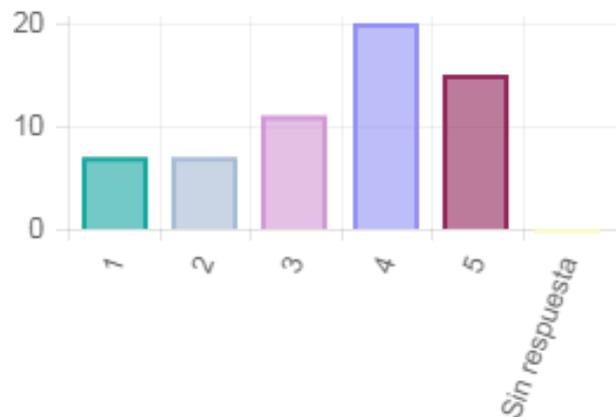
8. *Estrategia de comercio electrónico. Desarrollo tecnológico del canal de ventas y herramientas para el diseño de una estrategia de marketing online.*

Media aritmética 3.54 Desviación estándar 1.46



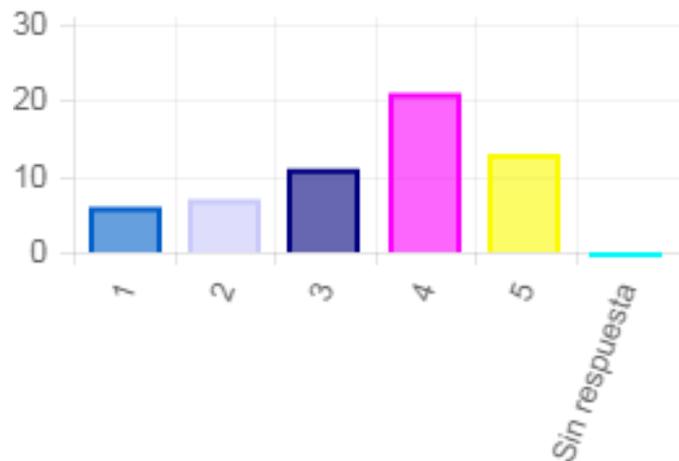
9. *Liderazgo emprendedor e innovación. Coaching para emprender e innovar. Como liderarse a sí mismo y a su equipo para introducir procesos de cambio y de renovación de forma proactiva.*

Media aritmética 3.48 Desviación estándar 1.31



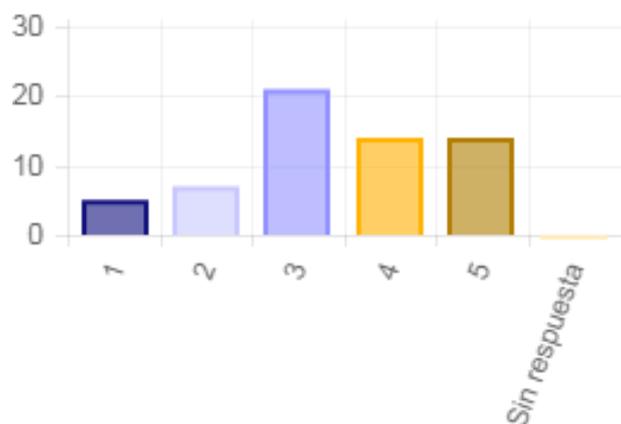
10. *Ética en los negocios y en las organizaciones. Ética en las organizaciones: construyendo confianza. La ética que necesita la empresa. La ética empresarial y organizacional en la nueva economía.*

Media aritmética 3.48 Desviación estándar 1.26



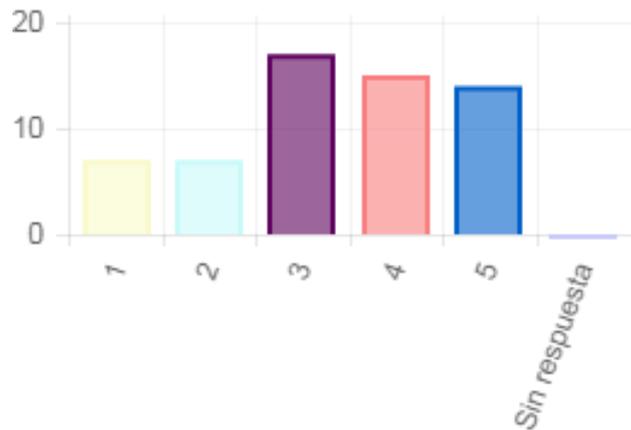
11. *Predicción de la conducta del consumidor. Técnicas de economía experimental del comportamiento. Herramientas para la toma de decisiones basadas en el análisis del comportamiento del consumidor ante diferentes situaciones y contextos.*

Media aritmética 3.41 Desviación estándar 1.2



12. *Protección de la propiedad. Orientación sobre la protección de las innovaciones y activos intangibles de su empresa: Marcas, Diseños Industriales, Patentes y Modelos de Utilidad.*

Media aritmética 3.37 Desviación estándar 1.29



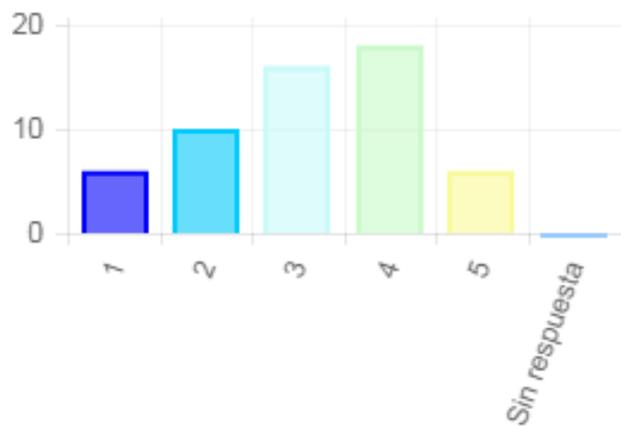
13. *Foro Industria-Academia. Contacto con grupos de investigación de la Universidad (que trabajan en áreas de interés para su industria) que expondrán sus líneas científicas, tecnologías y proyectos, facilitando la identificación de intereses comunes y posibles colaboraciones.*

Media aritmética 3.26 Desviación estándar 1.35



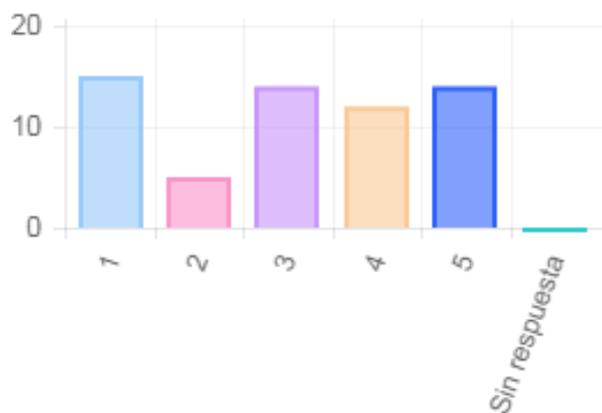
14. Branding y digital branding. Desarrollo de una estrategia de branding. Herramientas para el proceso de desarrollo y difusión de la marca por medio de elementos y acciones de comunicación y marketing. Comunicación y marketing digital.

Media aritmética 3.14 Desviación estándar 1.17



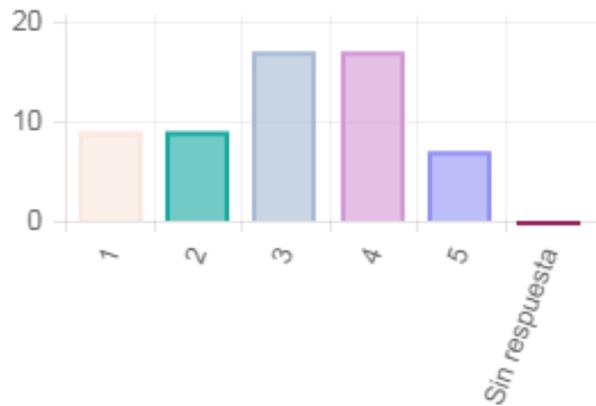
15. Sello PYME Innovadora. Requisitos y procedimientos para obtener el sello Pyme Innovadora por parte del Ministerio de Economía y Competitividad. Recomendaciones para conseguir dicha acreditación.

Media aritmética 3.08 Desviación estándar 1.5



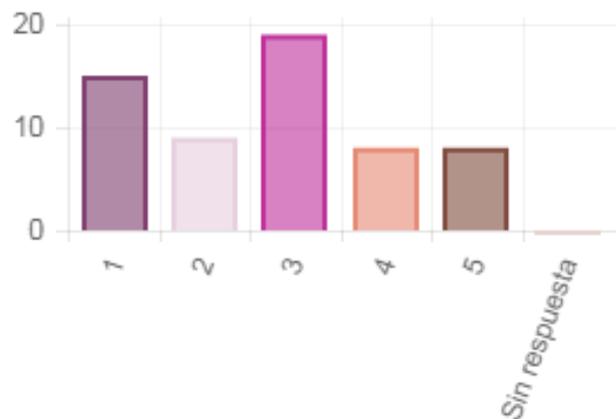
16. *Sistemas de vigilancia y prospectiva tecnológica. Pautas para la implantación de un Sistema de Vigilancia Tecnológica y/o Prospectiva Tecnológica en su empresa como referente para conocer el estado del arte de las tecnologías ya existentes así como las nuevas tendencias.*

Media aritmética 3.07 Desviación estándar 1.24



17. *Diagnóstico Tecnológico. Visita de personal técnico de las OTRIs (Oficinas de Transferencia de Resultados de Investigación de las Universidades) Técnicos de las OTRIs visitarán su empresa para conocer su potencial tecnológico y sus posibilidades de mejora. Le proporcionarán recomendaciones sobre financiación, tecnologías e investigaciones de interés, contacto con posibles socios, etc.*

Media aritmética 2.75 Desviación estándar 1.35



3. 2. VALORACIÓN DE LAS EMPRESAS DE LOS PROCESOS VINCULADOS A LA INNOVACIÓN SEGÚN TIPO DE ESTRATEGIA

A continuación, en la siguiente tabla se presentan las valoraciones realizadas por las empresas agrupando los procesos vinculados a la innovación según temas principales. Se puede observar como las empresas muestran un mayor interés por la creatividad, vinculada al diseño de productos y, por tanto, destaca en las empresas la percepción del diseño de nuevos productos como aspecto importante en la innovación. También es valorado en gran medida la formación de profesionales cualificados, tanto con formación técnica como universitarios con formación en diferentes áreas que puedan contribuir a mejorar las posibilidades de innovar en las empresas. Por otra parte, las empresas muestran interés en obtener información sobre la financiación de los proyectos de I+D+i y desgravaciones fiscales de la innovación. Los aspectos vinculados a innovaciones organizativas resultan de cierto interés para las empresas, destacando como tema más valorado el plan de innovación y desarrollo tecnológico. Existe, por tanto, un interés por parte de las empresas por el desarrollo y la implementación de una programación en el ámbito de la innovación, necesitando ampliar conocimientos en este tema.

Valoración de los procesos vinculados a la innovación según tipo de estrategia

PROCESOS VINCULADOS A LA INNOVACIÓN	Valoración por tema	Valoración media
Diseño Creatividad innovadora	3,98	3,98
Formación y empleo Conocimiento y empleo	3,81	3,81
Financiación Financiación de Proyectos de I+D+i y desgravaciones fiscales de la innovación	3,69	3,69
Innovación organizativa Plan de innovación y Desarrollo Tecnológico	3,88	3,60
Estrategia de comercio electrónico	3,54	
Ética en los negocios y en las organizaciones	3,48	
Liderazgo emprendedor e innovación	3,48	

Marketing y comunicación		
SEO (Search Engine Organic) o posicionamiento orgánico	3,77	3,43
Estrategia de redes sociales	3,75	
Branding y digital branding	3,14	
Sello Pyme Innovadora	3,08	
Predicción de la conducta del consumidor	3,41	
Tecnología		
Sistemas de Vigilancia y Prospectiva Tecnológica	3,07	3,37
Protección de la propiedad industrial	3,37	
Asesoramiento en tecnologías de Internet	3,66	
Relaciones Empresa - Universidad		
Foro Industria-Academia	3,26	3,01
Diagnóstico Tecnológico. Visita de personal técnico de las Otris	2,75	

3.3. RESULTADOS DE LAS PREGUNTAS ABIERTAS

A continuación, se muestran los resultados de las dos preguntas abiertas que se plantean en la encuesta. En una de las ellas se preguntaba por algún tema de interés que no se hubiera mencionado en la encuesta y que les gustaría que fuera considerado en la planificación de las actividades que se desarrollan en el marco de la Cátedra InnovatiOnt. En la otra pregunta se solicitaba a las empresas información sobre si tenían un departamento específico de innovación y cómo se organiza la innovación en sus empresas.

1. ¿Considera de interés un tema no señalado anteriormente?

En el apartado de preguntas abiertas donde se recogía el interés por parte de las empresas en algún tema no mencionado en la encuesta, destaca la escasa aportación de los encuestados que consideran en su mayoría de forma suficientemente amplia los temas abordados. No obstante, cabe destacar dos inquietudes señaladas por los empresarios del Valle de Albaida:

- Distancia entre la Universidad y las necesidades de las Empresas.
- Comercialización I+D+i.

2. Organización de la Innovación. ¿Tiene su empresa un departamento específico de innovación?

En este caso se preguntaba específicamente por la existencia en la empresa de un departamento específico de innovación, siendo la respuesta mayoritariamente negativa.



Respecto a cómo se organiza la innovación en la empresa, dado el carácter abierto de la respuesta, a continuación, se presentan un resumen de las respuestas obtenidas:

- Innovación delegada en los proveedores y clientes (empresas comercializadoras).
- Innovación delegada en el Gerente (Pymes).
- Innovación delegada en un Técnico, generalmente del departamento de calidad, o un diseñador, en las empresas del textil mayoritariamente.
- No innovan directamente, no muestran interés.
- Innovación desarrollada entre todo el personal de la empresa.

4. CONCLUSIONES

Como conclusión final y valoración del interés de las empresas de la Vall d'Albaida en diferentes aspectos y temas vinculados a la innovación podríamos destacar las siguientes realidades:

- Existe por parte de las empresas gran interés en la creatividad innovadora, en línea con la percepción del diseño de nuevos productos como aspecto importante en la innovación. Es común delegar la innovación o centrar la innovación existente en el departamento de diseño.
- La innovación se centra en el producto, en la fabricación principalmente y en el diseño del mismo, siendo escasa la percepción de la importancia y posibilidades de innovar en aspectos como el marketing y comunicación, innovación organizativa o innovación tecnológica.
- Las empresas muestran gran interés en las redes sociales, lo cual entra en clara incoherencia con el estudio de visibilidad en internet y utilización de redes sociales realizado por la Cátedra InnovatiOnt. Este estudio arroja un uso escaso por parte de las pymes de las redes sociales como canal de comunicación.
- Destaca la preocupación por el relevo generacional en las empresas. Existe un gran interés en la promoción de la formación de profesionales cualificados, tanto en trabajadores fabriles con formación técnica como universitarios con formación en diferentes áreas (ejecutivos en mercados internacionales, diseñadores, gestión de logística, etc.) que puedan contribuir a mejorar las posibilidades de innovar en las empresas.
- Delegación de la innovación en proveedores y clientes, lo que supone una clara innovación pasiva limitada en la mayoría de los casos a la demanda de necesidades nuevas por los clientes.
- La encuesta es contestada mayoritariamente por personal no vinculado directamente a la innovación, de manera que los resultados están más ligados a la visión de la administración y gerencia que a responsables de un departamento de innovación.
- Escaso interés mostrado por las empresas en una mayor relación con la universidad. El aspecto peor valorado en la encuesta son los diagnósticos tecnológicos de las Otris, valorándose también de forma no importante el

contacto con investigadores de la universidad a través de un Foro Industria-Academia.

- Escaso interés en los sellos de calidad, mostrándose este aspecto poco relevante para las empresas.
- Alta valoración de la implementación de un plan de innovación y del coaching y liderazgo para la innovación. Este aspecto aparece como una carencia acentuada en el ámbito de la innovación, al señalar las empresas su deseo por implementar buenas prácticas y su necesidad de ampliar conocimientos en este tema.