



PARC CIENTÍFIC  
UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

# Informe de valoración de los servicios de la Fundació Parc Científic Universitat de València (FPCUV) 2020



PARC CIENTÍFIC  
UNIVERSITAT DE VALÈNCIA

## Servicios y valoración de la FPCUV (2020)



### Edita

Fundació Parc Científic Universitat de València (FPCUV) Marzo 2021

### Autores

David Gil Sanz y Luis Cortés Guill

### Agradecimientos

A las empresas participantes (detalladas en el Anexo III) por su tiempo y participación.

### Diseño gráfico

Javier Monsoriu (me-estudio.com)



## Índice

|                                                                                                                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| • Introducción y objetivos .....                                                                                                                                         | 3  |
| • Resumen ejecutivo .....                                                                                                                                                | 6  |
| • Valoración y percepción del Parc Científic de la Universitat de València (PCUV) y de los servicios de la Fundació Parc Científic Universitat de València (FPCUV) ..... | 7  |
| Aspectos generales .....                                                                                                                                                 | 7  |
| Valoración de atributos específicos .....                                                                                                                                | 12 |
| Percepción y valoración de los servicios de la FPCUV .....                                                                                                               | 21 |
| Propuestas de mejora .....                                                                                                                                               | 25 |
| • Anexo I. Análisis multivariado de las empresas del Parc Científic de la Universitat de València (PCUV) .....                                                           | 26 |
| • Anexo II. Cuestionario .....                                                                                                                                           | 27 |
| • Anexo III. Listado de empresas .....                                                                                                                                   | 33 |



## Introducción y objetivos

El presente informe tiene como objetivo ofrecer una visión global de las principales características de las aproximadamente 90 empresas innovadoras alojadas en el Parc Científic de la Universitat de València (PCUV), tomando como referencia parte de la metodología y know-how desarrollada por la Fundació Parc Científic Universitat de València (FPCUV) a lo largo de las cinco ediciones (2016, 2017, 2018 y 2019) de su Programa de Impulso al Desarrollo Empresarial (PIDE), que incluye un estudio de investigación sobre sus empresas innovadoras.

Los objetivos de esta investigación han sido:

- a) Conocer mejor las características de las empresas alojadas en el PCUV con el fin de planificar estrategias para apoyar su desarrollo.
- b) Identificar casos de éxito, así como mejores prácticas empresariales.
- c) Proponer soluciones innovadoras en temas transversales como la financiación, la formación, la innovación, la internacionalización, el marketing, etc.
- d) Propiciar el diálogo y contacto entre todos los actores del ecosistema empresarial: administraciones, empresas, emprendedores, entidades financieras, fondos de inversión, particulares y sociedad en general.
- e) Mejorar la visibilidad y conocimiento, en su entorno, de las empresas ubicadas en el PCUV.
- f) Conocer la percepción y valoración que tienen las empresas del PCUV, para de esta forma mejorar la oferta de valor del mismo.
- g) Conocer los perfiles empresariales de las empresas alojadas en el PCUV según distintas variables.

El estudio de investigación se ha desarrollado mediante un cuestionario cumplimentado por las empresas a través de Internet, proporcionándoles soporte desde la FPCUV tanto de forma telefónica como presencial, a fin de solucionar las posibles dudas durante el proceso.

La información facilitada por las empresas ha sido tratada de forma agregada y confidencial, no revelándose en ningún caso la información particular de las empresas.

Al finalizar el cuestionario, el sistema ha generado un archivo PDF con las respuestas proporcionadas, que ha sido enviado a la persona responsable de contestar la encuesta con el fin de verificar la información.

Todos los datos se refieren al ejercicio económico 2019 salvo que se especifique lo contrario.



## Metodología

### Universo objeto de estudio

El universo objeto de estudio son las empresas alojadas o instaladas en el PCUV.

### Composición de la muestra

Para el presente estudio se solicitó la participación de todas las empresas alojadas en el PCUV.

La población objeto de estudio fueron 87 empresas, de las cuales 37 cumplimentaron el cuestionario (43% del total). No obstante, dependiendo del tipo de pregunta o fuente de obtención de datos, el tamaño de la muestra puede variar para los diferentes análisis estadísticos. En el Anexo III se ha elaborado un listado con todas las empresas que han respondido la encuesta.

### Metodología

Las preguntas del cuestionario han sido diseñadas conjuntamente por personal técnico de la FPCUV, así como por profesionales representantes de Startup Valencia, del Instituto Ingenio (centro mixto del Consejo Superior de Investigaciones Científicas y la Universidad Politécnica de Valencia), de Startupxplore y del Departamento de Dirección de Empresas de la Universitat de València. Los datos de la encuesta se han recogido a través de un cuestionario que ha sido realizado mediante la plataforma tecnológica de recogida y procesamiento de información Qualtrics.

El estudio ha sido diseñado para la captura de información multicanal, con adaptación responsive para navegadores web de PC, tablets y teléfonos móviles.

Los datos económico-financieros se obtuvieron de los diferentes Registros Mercantiles, accesibles a través de la base de datos SABI.

Finalmente, la información se procesó con Qualtrics, módulo Stats IQ.

### Fechas de trabajo de campo

Inicio del trabajo de campo: 5/10/2020

Fin del trabajo de campo: 14/12/2020

Nivel de confianza: 95%. Margen de error: 8%



## Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

### Etapas del estudio

- I) Diseño de la encuesta por parte de la FPCUV con la colaboración de las entidades anteriormente mencionadas
- II) Programación de la encuesta en la plataforma Qualtrics
- III) Depuración, corrección y cambios hasta llegar al cuestionario final
- IV) Recogida de la información mediante el desarrollo del trabajo de campo
- V) Depuración y análisis de los resultados
- VI) Redacción del presente informe

### Estructura del cuestionario

#### Cuestionario de 38 preguntas (+ 25 condicionadas a otras respuestas)

##### Bloque I – Actitudes, comportamientos y perfil de empresa (31 preguntas + 17 condicionadas)

###### Datos de contacto

Contacto ..... 8 preguntas (+4 preguntas)

###### Valoración del PCUV

Servicios y valoración del PCUV ..... 8 preguntas (+11 preguntas)

###### Perfil de las empresas del PCUV

Empleo ..... 4 preguntas

I+D+i ..... 5 preguntas

Tendencias / expectativas 2020 / 2021 ..... 3 preguntas

Datos económicos / financieros ..... 3 preguntas (+2 preguntas)

##### Bloque II – Información general de la empresa y ficha empresarial (7 preguntas + 8 condicionadas)

###### Información de la empresa

Información de la empresa ..... 5 preguntas (+3 preguntas)



## Resumen ejecutivo

**Los resultados de la encuesta muestran una valoración de los servicios de la FPCUV muy alta.** Más del 80% de las empresas encuestadas valora al PCUV con notas iguales o superiores a 8 sobre 10. Las empresas participantes le asignan **una nota media de 8,4**, siguiendo la tendencia creciente de los últimos años, puesto que la valoración se ha incrementado en un 0,2% respecto al año 2019. La mayoría de las empresas opina que el PCUV es una solución perfecta para empresas de su perfil. La intención de recomendación es alta ya que el **97% de los encuestados recomendaría el PCUV a un/a amigo/a**. El NPS obtenido (Net Promoter Score) alcanza un valor de 66 puntos, un dato por encima de la excelencia. La mayor parte de las empresas encuestadas opina que va a permanecer ubicada en el PCUV en los próximos años, puesto que han otorgado a esta afirmación una puntuación media de 4,34 puntos sobre 5. También se han mostrado optimistas con el crecimiento del PCUV en los próximos años, ya que dicha afirmación ha recibido elevadas puntuaciones por gran parte de los encuestados (4,13 puntos sobre 5).

En cuanto a la valoración de los atributos específicos, estos han obtenido una media de 3,57 puntos. Los atributos más destacados han sido los siguientes: las instalaciones, la comunicación entre el PCUV y las empresas, el precio y el prestigio que otorga a las empresas estar situadas en el PCUV.

Los servicios más utilizados por las empresas son las salas multiusos, el alojamiento corporativo y la asistencia a actividades y talleres. Los encuestados se muestran más que satisfechos con los servicios que ofrece la FPCUV, otorgándoles una nota media de 3,98 puntos sobre 5. Los servicios mejor valorados por los encuestados son: servicios científicos ofrecidos a través del SCSIE, las salas multiusos, la oficina virtual, el alojamiento corporativo, los servicios comunes, el asesoramiento en procesos de internacionalización y la cooperación y participación en proyectos de diferente índole. Todos estos servicios han obtenido una puntuación media mayor a los 4 puntos sobre 5.

Según el cuestionario, las principales **demandas** se refieren a algunas infraestructuras **y otros servicios** (actividades de networking y promoción de las empresas y jornadas de información transversal).

Por último, se ha realizado un análisis multivariado para estudiar si las variables están relacionadas o son independientes entre sí, mediante el análisis de la magnitud de la relación y su significación.



## Valoración y percepción del Parc Científic de la Universitat de València (PCUV) y de los servicios de la Fundació Parc Científic Universitat de València (FPCUV)

En este apartado, se ha analizado la valoración y percepción del PCUV y los servicios ofrecidos por la FPCUV por parte de las empresas. En primer lugar, se ha analizado el PCUV desde una visión global, incluyendo la puntuación, la intención de permanencia y la intención de recomendación. En segundo lugar, se han analizado aspectos más específicos, como por ejemplo las instalaciones, el precio o las actividades de networking.

### Aspectos generales

#### Valoración global

Las empresas han valorado, en términos generales, de forma positiva al PCUV, dándole una puntuación media de **8,4 puntos** sobre 10. Puesto que la desviación típica no es muy elevada, observamos que existe un alto grado de consenso en cuanto a la percepción positiva del PCUV. La valoración de este año ha supuesto un aumento del 0,2% respecto al año 2019. Si estudiamos la valoración global de años anteriores, observamos que existe una tendencia positiva de aumento de la valoración global año tras año.

Tabla 1. Valoración global del PCUV.

| Tamaño de la muestra | Mediana | Media | Intervalo de seguridad de la media | Desviación estándar | Mínimo | Máximo |
|----------------------|---------|-------|------------------------------------|---------------------|--------|--------|
| 32                   | 8,5     | 8,4   | de 8,15 a 8,70                     | 0,8                 | 7      | 10     |

Tabla 2. Evolución de notas medias del PCUV.

|            | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|------------|------|------|------|------|
| NOTA MEDIA | 7,9  | 8,1  | 8,2  | 8,4  |

El cuestionario ha incluido un tipo de preguntas en las que los participantes debían puntuar de 1 a 5 su grado de conformidad (a mayor puntuación, mayor grado de acuerdo) en una serie de afirmaciones relacionadas con su percepción global del PCUV.

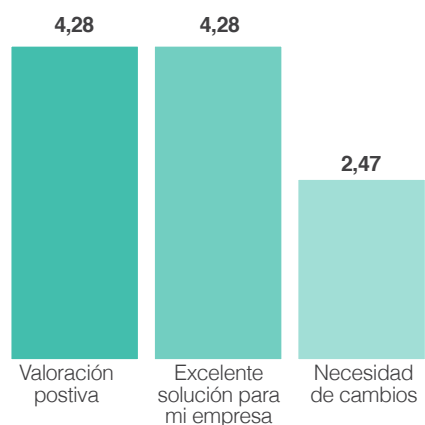


### Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

La afirmación “valoró el PCUV de forma muy positiva” ha obtenido un grado de acuerdo elevado, con una media de puntuación de 4,28 puntos sobre 5. También ha recibido una puntuación de 4,28 puntos la afirmación “El PCUV es una excelente solución para empresas con un perfil similar al de nuestra empresa”. En cuanto a la afirmación “creo que el PCUV debe realizar muchos cambios para ser tan competitivo como otras entidades similares”, la escala de puntuación ha sido invertida, siendo 1 el valor más positivo en vez de 5. Su puntuación media es de 2,47, lo cual nos hace ver que las empresas consideran que existe la necesidad de realizar cambios, pero estos deben ser limitados.

**Tabla 3. Valoración aspectos generales del PCUV.**

|                                                                                                       | TAMAÑO | MÍNIMO | MÁXIMO | MEDIA | DESV. TÍP. |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|-------|------------|
| Mi valoración del PCUV es muy positiva                                                                | 32     | 3      | 5      | 4,28  | 0,62       |
| El PCUV es una excelente solución para empresas con un perfil similar al de nuestra empresa           | 32     | 2      | 5      | 4,28  | 0,80       |
| Creo que el PCUV debe realizar muchos cambios para ser tan competitivo como otras entidades similares | 32     | 1      | 5      | 2,47  | 1,03       |



**Figura 1. Valoración aspectos generales del PCUV.**

### Intención de recomendación

Se ha pedido a los encuestados que indiquen con qué probabilidad recomendarían el PCUV a un/a amigo/a, pudiendo otorgar una puntuación de 0 a 10 puntos; donde 0 es “muy



## Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

improbable” y 10 “definitivamente lo recomendaría”.

La puntuación media ha sido de **8,9 puntos**, una puntuación más elevada que la satisfacción global y que muestra una predisposición favorable a hablar bien y recomendar el PCUV por parte de los encuestados.

Tabla 4. Intención de recomendar el PCUV.

| Tamaño de la muestra | Mediana | Media | Intervalo de seguridad de la media | Desviación estándar | Mínimo | Máximo |
|----------------------|---------|-------|------------------------------------|---------------------|--------|--------|
| 32                   | 9       | 8,9   | de 8,46 a 9,29                     | 1,2                 | 6      | 10     |

Esta pregunta responde a un indicador conocido como Net Promoter Score (NPS), que es utilizado para medir la lealtad del cliente hacia una marca. Este índice clasifica a los clientes entre “detractores” (otorgan 6 puntos o menos), que son aquellos que probablemente disuadirán a sus conocidos de utilizar los servicios de la empresa; “pasivos” (otorgan 7 o 8 puntos), es decir, aquellos que, con poca probabilidad, recomendarán activamente la empresa, y “promotores” (puntuán 9 o 10 puntos), que son aquellos clientes que de forma activa recomiendan la empresa a otras personas (Reichheld, 2003). Así pues, el 28% de las empresas alojadas en el PCUV pueden ser consideradas como pasivas, por lo que no criticarán al PCUV, pero tampoco lo recomendarán de forma activa. **Mientras que más de la mitad de los encuestados (69%) pueden ser etiquetados como promotores, siendo estos los clientes más leales y los que de forma activa hablarán bien del PCUV a sus conocidos.** Por último, solo un 3% de los encuestados pueden ser catalogados como detractores, siendo los clientes con menor grado de apego hacia el PCUV y los que con mayor probabilidad hablarán de forma negativa respecto al mismo a sus amigos y conocidos.

Tabla 5. Proporción de promotores, pasivos y detractores del PCUV.

|                      | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|------------|
| Detractores          | 1          | 3%         |
| Pasivos              | 9          | 28%        |
| Promotores           | 22         | 69%        |
| Tamaño de la muestra | 32         | 100%       |



## Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

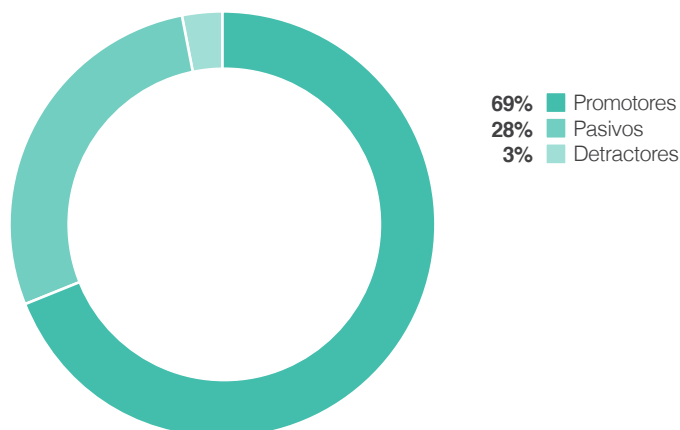


Figura 2. Proporción de promotores, pasivos y detractores del PCUV.

El NPS es un índice y como tal aporta un único valor, que se obtiene restando el porcentaje de detractores, al porcentaje de promotores:

### Cálculo del Net Promoter Score

$$\begin{array}{rcll} \text{NPS} & = & \% \text{ de promotores} & - \% \text{ de detractores} \\ \text{NPS} & = & 69 & - 3 = 66 \end{array}$$

De esta forma, el NPS obtenido por el PCUV es de 66. Aunque se trata de un índice cuyo valor debe ser comparado con el de otras entidades similares para realizar una valoración del mismo, sí podemos concluir que el **Net Promoter Score ha aumentado respecto al valor obtenido el año pasado, el cual fue de 49 (FPCUV, 2020)**. En términos generales, se puede considerar como un muy buen resultado, ya que el índice tiende a considerarse como excelente cuando toma valores superiores a 50, y en este caso, la ratio se encuentra muy por encima de dicho valor.

Este resultado está en línea con los vistos anteriormente; existe entre las empresas un considerable grado de satisfacción con el PCUV.

### Intención de permanencia y expectativas de futuro respecto al PCUV

La mayor parte de las empresas han mostrado su intención de permanecer alojadas en el PCUV tanto a corto como a medio y largo plazo.

Han expresado su intención de seguir a largo plazo mostrando un alto grado de acuerdo en la afirmación “me gustaría que mi empresa permanezca en el PCUV durante un largo



### Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

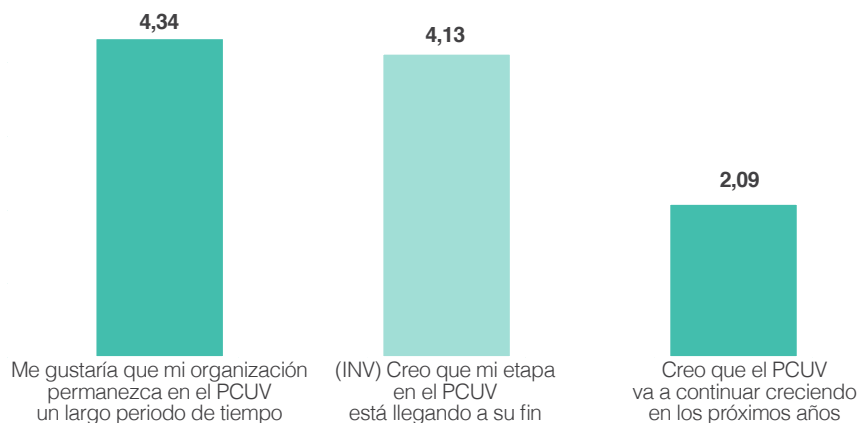
periodo de tiempo”, que cuenta con una media de 4,34 puntos sobre 5.

Por otro lado, las empresas han mostrado un alto grado de desacuerdo con la afirmación “creo que mi etapa en el PCUV está llegando a su fin” (2,09 puntos de valoración media en una pregunta inversa), por lo que han mostrado su intención de permanecer en las instalaciones del PCUV también en el corto y medio plazo.

En cuanto a las expectativas que las empresas tienen sobre el crecimiento del PCUV en los próximos años, se han mostrado muy optimistas, puesto que esta idea tiene una puntuación media de 4,13 puntos.

**Tabla 6. Intención de permanencia y expectativas de futuro respecto al PCUV.**

|                                                                                  | TAMAÑO | MÍNIMO | MÁXIMO | MEDIA | DESV. TÍP. |
|----------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|-------|------------|
| Me gustaría que mi organización permanezca en el PCUV un largo periodo de tiempo | 32     | 3      | 5      | 4,34  | 0,73       |
| (INV) Creo que mi etapa en el PCUV está llegando a su fin                        | 32     | 1      | 5      | 2,09  | 1,26       |
| Creo que el PCUV va a continuar creciendo en los próximos años                   | 32     | 2      | 5      | 4,13  | 0,70       |



**Figura 3. Intención de permanencia y expectativas de futuro respecto al PCUV.**



## Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

### Valoración de atributos específicos

En el siguiente apartado se han estudiado atributos específicos de la oferta de valor del PCUV. Para ello, se han planteado una serie de afirmaciones en las cuales los encuestados debían mostrar su grado de acuerdo o desacuerdo, puntuando entre 1 (total desacuerdo) y 5 (total acuerdo). Las afirmaciones han sido planteadas siempre en sentido positivo respecto al ítem valorado, de esta forma cuanto mayor es la puntuación, mejor valorado será el atributo.

En términos generales, puede observarse una **tendencia positiva en la valoración de los diferentes atributos específicos del PCUV**, ya que la mayoría de las valoraciones se sitúan alrededor o por encima de la puntuación neutra (3 puntos). Conviene destacar que hay un atributo con una puntuación superior a los cuatro puntos, y que solo un atributo tiene una puntuación inferior a tres puntos. Además, **la media para todas las valoraciones se sitúa en 3,57 puntos, muy similar a la obtenida el año pasado (3,60) (FPCUV, 2020).**

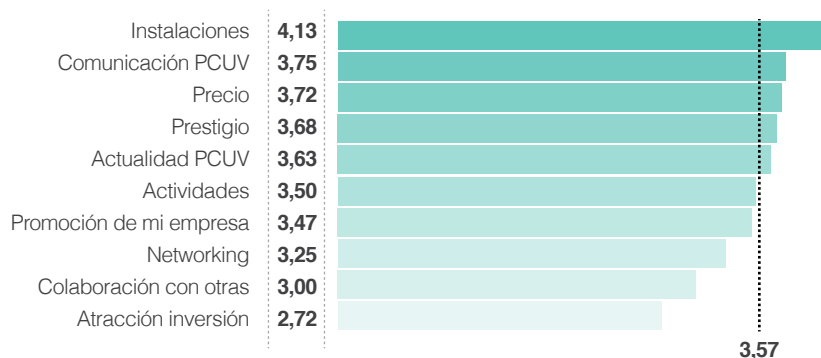


Figura 4. Valoración de atributos específicos del PCUV.

A continuación, se analizan cada uno de ellos de manera más pormenorizada.

### Instalaciones

Las instalaciones es el atributo mejor valorado por las empresas, con una media de 4,13 puntos. La mitad de los encuestados (50%), se encuentra bastante de acuerdo con la afirmación, mientras que un 31,3% está totalmente de acuerdo, por lo que la gran parte de la muestra (81,3%) valora de forma positiva las instalaciones del PCUV. Por otro lado, un 18,8% muestra una posición neutral.



## Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

Tabla 7. Valoración de las instalaciones del PCUV.

|                                           | TAMAÑO | MÍNIMO | MÁXIMO | MEDIA | DESV. TÍP. |
|-------------------------------------------|--------|--------|--------|-------|------------|
| Las instalaciones del PCUV son excelentes | 32     | 3      | 5      | 4,13  | 0,70       |

Tabla 8. Distribución, en porcentajes, de las valoraciones de las instalaciones del PCUV.

| Instalaciones               | Frecuencia | Porcentaje  |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Total desacuerdo            | 0          | 0,0%        |
| Bastante desacuerdo         | 0          | 0,0%        |
| Ni acuerdo ni desacuerdo    | 6          | 18,8%       |
| Bastante de acuerdo         | 16         | 50,0%       |
| Total acuerdo               | 10         | 31,3%       |
| <b>Tamaño de la muestra</b> | <b>32</b>  | <b>100%</b> |

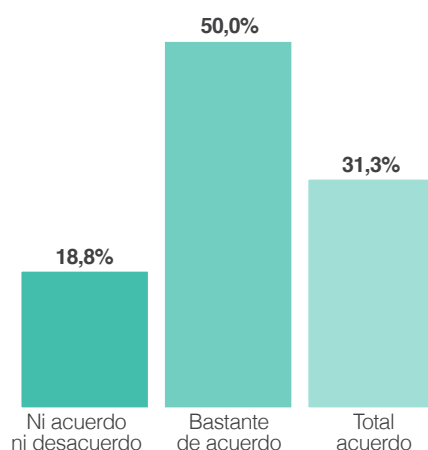


Figura 5. Distribución, en porcentajes, de las valoraciones de las instalaciones del PCUV.

### Comunicación PCUV-Empresa

La comunicación entre la empresa y el PCUV ha sido estudiada a través de dos ítems. Por un lado, se ha preguntado si consideran **excelente la comunicación entre la empresa y el PCUV**, obteniéndose para esta cuestión una puntuación media de 3,75 puntos. La mayor parte de las empresas, el **59,4% de las mismas, se han mostrado de acuerdo con la afirmación, puntuándola con un 4 o un 5**. Mientras que el 37,5% han adoptado una posición neutral y solo el 3,1% está bastante en desacuerdo con la misma.



## Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

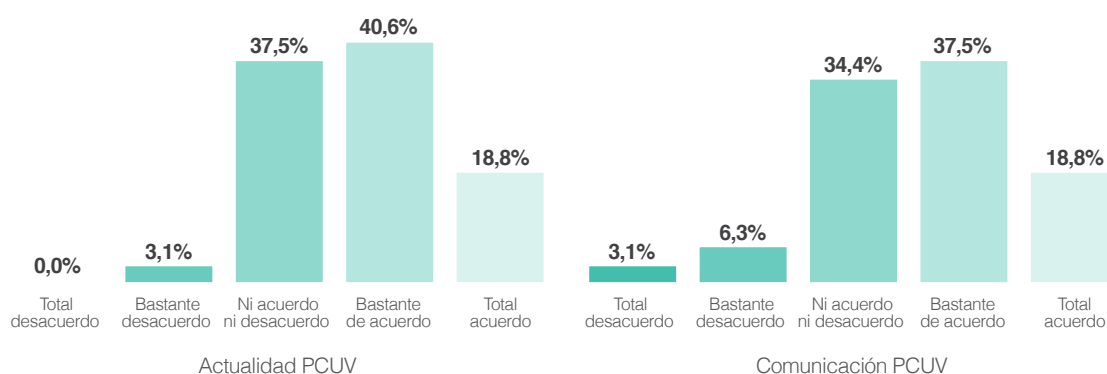
Por otro lado, se les ha preguntado si están al corriente de las noticias relacionadas con el PCUV, alcanzándose para esta cuestión una valoración media de 3,63 puntos, donde el 37,5% se encuentra bastante de acuerdo y un 18,8% está totalmente de acuerdo (es decir, un 56,3% está de acuerdo con la afirmación), un 34,4% se muestra neutral, un 6,3% se encuentra bastante en desacuerdo y un 3,1% está totalmente en desacuerdo.

**Tabla 9. Valoración de la comunicación empresa-PCUV.**

|                                                                                  | MUESTRA | MÍNIMO | MÁXIMO | MEDIA | DESV. TÍP. |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------|--------|--------|-------|------------|
| La comunicación entre el PCUV y mi empresa es excelente                          | 32      | 2      | 5      | 3,75  | 0,79       |
| Mi organización está al corriente de todas las noticias relacionadas con el PCUV | 32      | 1      | 5      | 3,63  | 0,96       |

**Tabla 10. Distribución, en porcentajes, de las valoraciones de las instalaciones del PCUV.**

| Comunicación PCUV           |            |             | Actualidad PCUV |             |
|-----------------------------|------------|-------------|-----------------|-------------|
| Comunicación PCUV           | Frecuencia | Porcentaje  | Frecuencia      | Porcentaje  |
| Total desacuerdo            | 0          | 0,0%        | 1               | 3,1%        |
| Bastante desacuerdo         | 1          | 3,1%        | 2               | 6,3%        |
| Ni acuerdo ni desacuerdo    | 12         | 37,5%       | 11              | 34,4%       |
| Bastante de acuerdo         | 13         | 40,6%       | 12              | 37,5%       |
| Total acuerdo               | 6          | 18,8%       | 6               | 18,8%       |
| <b>Tamaño de la muestra</b> | <b>32</b>  | <b>100%</b> | <b>32</b>       | <b>100%</b> |



**Figura 6. Distribución, en porcentajes, de las valoraciones de la comunicación y actualidad del PCUV.**



## Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

### Precio

El precio de los servicios del PCUV ha obtenido una valoración media de 3,72 puntos sobre 5. Un 37,5% se encuentra bastante de acuerdo con la afirmación y un 21,9% está totalmente de acuerdo. Un 34,4% ha adoptado una posición neutral, y el 6,2% restante ha valorado de forma negativa este atributo.

Tabla 11. Valoración del precio de los servicios del PCUV.

|                                                                                               | MUESTRA | MÍNIMO | MÁXIMO | MEDIA | DESV. TÍP. |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------|--------|-------|------------|
| El precio que paga mi empresa por los servicios del PCUV se ajusta a la calidad de los mismos | 32      | 1      | 5      | 3,72  | 0,94       |

Tabla 12. Distribución, en porcentajes, de las valoraciones del precio de los servicios del PCUV.

| Precio                      | Frecuencia | Porcentaje  |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Total desacuerdo            | 1          | 3,1%        |
| Bastante desacuerdo         | 1          | 3,1%        |
| Ni acuerdo ni desacuerdo    | 11         | 34,4%       |
| Bastante de acuerdo         | 12         | 37,5%       |
| Total acuerdo               | 7          | 21,9%       |
| <b>Tamaño de la muestra</b> | <b>32</b>  | <b>100%</b> |

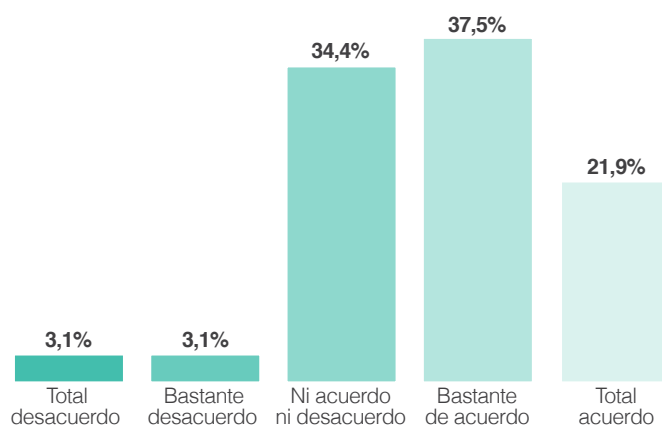


Figura 7. Distribución, en porcentajes, de las valoraciones del precio de los servicios del PCUV.



## Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

### Prestigio

El prestigio que aporta a las empresas estar ubicadas en el PCUV es uno de los atributos mejores valorados, con una puntuación media de 4,13 puntos sobre 5.

Tabla 13. Valoración del prestigio que aporta estar ubicado en el PCUV a las empresas.

|                                                             | MUESTRA | MÍNIMO | MÁXIMO | MEDIA | DESV. TÍP. |
|-------------------------------------------------------------|---------|--------|--------|-------|------------|
| Estar ubicada en el PCUV aumenta el prestigio de mi empresa | 32      | 2      | 5      | 4,13  | 0,86       |

El 81,3% se encuentra de acuerdo con la afirmación, mientras que un 12,5% ha manifestado una posición neutral y solo un 6,3% ha mostrado su desacuerdo con la afirmación.

Tabla 14. Distribución, en porcentajes, de las valoraciones de prestigio que aporta el PCUV a las empresas.

| Prestigio                   | Frecuencia | Porcentaje  |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Total desacuerdo            | 0          | 0,0%        |
| Bastante desacuerdo         | 2          | 6,3%        |
| Ni acuerdo ni desacuerdo    | 4          | 12,5%       |
| Bastante de acuerdo         | 14         | 43,8%       |
| Total acuerdo               | 12         | 37,5%       |
| <b>Tamaño de la muestra</b> | <b>32</b>  | <b>100%</b> |

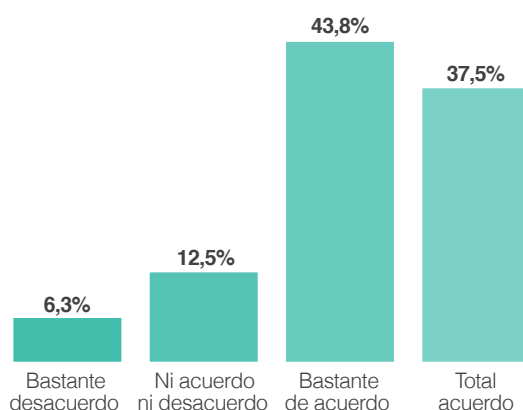


Figura 8. Distribución, en porcentajes, de las valoraciones de prestigio que aporta el PCUV a las empresas.



## Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

### Actividades

En cuanto a las actividades, estas han recibido una puntuación media de 3,50 puntos. El 43,8% ha mostrado una posición neutral respecto a estas; por otra parte, el 40,6% las considera bastante positivas y un 9,4% las ha valorado con la puntuación máxima. Sólo encontramos un 6,2% que ha valorado de forma negativa esta afirmación.

Tabla 15. Valoración de las actividades organizadas por el PCUV.

|                                                                                                    | MUESTRA | MÍNIMO | MÁXIMO | MEDIA | DESV. TÍP. |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------|--------|-------|------------|
| Las actividades (jornadas, cursos) que se desarrollan en el PCUV son de gran valor para mi empresa | 32      | 1      | 5      | 3,50  | 0,83       |

Tabla 16. Distribución, en porcentajes, de las actividades organizadas por el PCUV.

| Actividades                 | Frecuencia | Porcentaje  |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Total desacuerdo            | 1          | 3,1%        |
| Bastante desacuerdo         | 1          | 3,1%        |
| Ni acuerdo ni desacuerdo    | 14         | 43,8%       |
| Bastante de acuerdo         | 13         | 40,6%       |
| Total acuerdo               | 3          | 9,4%        |
| <b>Tamaño de la muestra</b> | <b>32</b>  | <b>100%</b> |

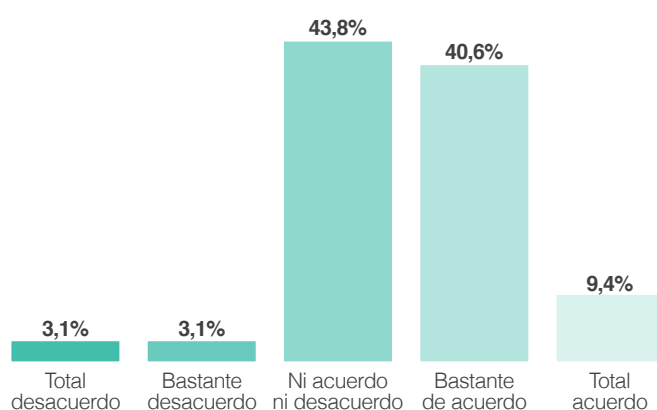


Figura 9. Distribución, en porcentajes, de las actividades organizadas por el PCUV.



## Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

### Promoción de la empresa

Las acciones de comunicación realizadas por el PCUV para promocionar las empresas alojadas en él han sido valoradas con una puntuación media de 3,47 puntos sobre 5. Observamos que el 43,8% de las empresas se mantienen neutrales, otro 43,8% las valora de forma positiva y el 12,5% ha decidido valorar de forma negativa las acciones de comunicación desarrolladas por el PCUV para promocionar las empresas.

Tabla 17. Valoración de las acciones de promoción desarrolladas por el PCUV.

|                                                                       | MUESTRA | MÍNIMO | MÁXIMO | MEDIA | DESV. TÍP. |
|-----------------------------------------------------------------------|---------|--------|--------|-------|------------|
| Las acciones de comunicación del PCUV permiten promocionar mi empresa | 32      | 1      | 5      | 3,47  | 1          |

Tabla 18. Distribución, en porcentajes, de la valoración de las acciones de promoción desarrolladas por el PCUV.

| Promoción empresa           | Frecuencia | Porcentaje  |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Total desacuerdo            | 1          | 3,1%        |
| Bastante desacuerdo         | 3          | 9,4%        |
| Ni acuerdo ni desacuerdo    | 14         | 43,8%       |
| Bastante de acuerdo         | 8          | 25,0%       |
| Total acuerdo               | 6          | 18,8%       |
| <b>Tamaño de la muestra</b> | <b>32</b>  | <b>100%</b> |

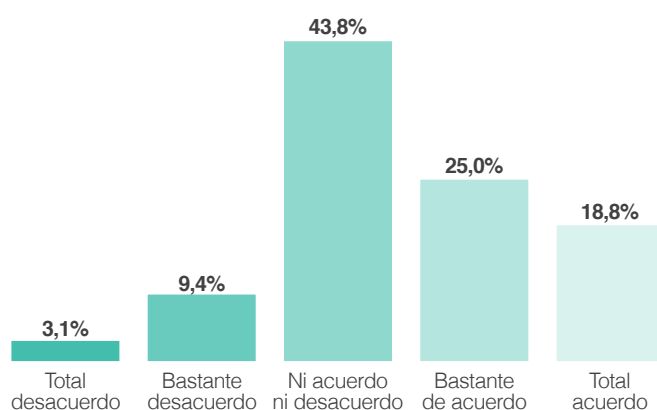


Figura 10. Distribución, en porcentajes, de la valoración de las acciones de promoción desarrolladas por el PCUV.



## Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

### Networking

El 43,8% de las empresas considera el networking generado en el PCUV como una de las principales ventajas de estar alojadas en el mismo, otorgándole una media de 3,25 puntos. Casi la mitad de los encuestados han adoptado una posición neutral (34,4%), mientras que un 21,9% se ha mostrado en desacuerdo con la afirmación.

También se ha preguntado a los encuestados sobre su **colaboración con otras empresas del PCUV**, en la que se ha obtenido una puntuación cercana a la de la afirmación anterior, con una media de 3 puntos. En esta pregunta destaca que el 37,5% declara que colabora habitualmente con otras empresas del PCUV, mientras que un 28,2% manifiesta que no mantiene colaboraciones habituales. El resto, un 34,4%, otorgan a este atributo una afirmación neutra.

Tabla 19. Valoración de las actividades de networking del PCUV.

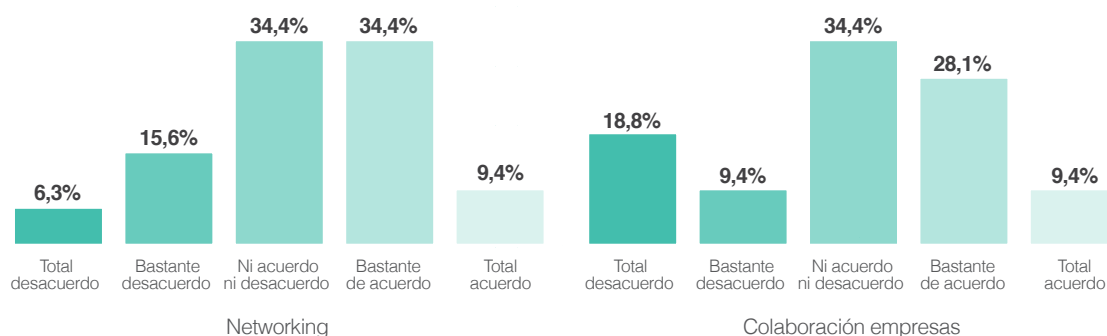
|                                                                                  | MUESTRA | MÍNIMO | MÁXIMO | MEDIA | DESV. TÍP. |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------|--------|--------|-------|------------|
| El networking es una de las principales ventajas que ofrece el PCUV a mi empresa | 32      | 1      | 5      | 3,25  | 1          |
| Colaboro habitualmente con otras empresas del PCUV                               | 32      | 1      | 5      | 3,00  | 1,22       |

Tabla 20. Distribución, en porcentajes, de la valoración de las actividades de networking del PCUV y colaboración con otras empresas del PCUV.

| Comunicación PCUV           | Networking |             | Colaboración empresas |             |
|-----------------------------|------------|-------------|-----------------------|-------------|
|                             | Frecuencia | Porcentaje  | Frecuencia            | Porcentaje  |
| Total desacuerdo            | 2          | 6,3%        | 6                     | 18,8%       |
| Bastante desacuerdo         | 5          | 15,6%       | 3                     | 9,4%        |
| Ni acuerdo ni desacuerdo    | 11         | 34,4%       | 11                    | 34,4%       |
| Bastante de acuerdo         | 11         | 34,4%       | 9                     | 28,1%       |
| Total acuerdo               | 3          | 9,4%        | 3                     | 9,4%        |
| <b>Tamaño de la muestra</b> | <b>32</b>  | <b>100%</b> | <b>32</b>             | <b>100%</b> |



## Servicios y valoración de la FPCUV (2020)



**Figura 11. Distribución, en porcentajes, de la valoración de las actividades de networking del PCUV y colaboración con otras empresas del PCUV.**

## Atracción de inversión

El poder de atracción de inversores por parte del PCUV ha sido puntuado con 2,72 puntos de media, una de las puntuaciones más bajas registradas. Un 18,8% se muestra de acuerdo con la afirmación, mientras que la mitad de las empresas se mantiene neutral (50%). Un 31,3% se ha mostrado en desacuerdo con la afirmación.

**Tabla 21. Valoración de la potenciación de la atracción de inversión del PCUV.**

|                                                             | MUESTRA | MÍNIMO | MÁXIMO | MEDIA | DESV. TÍP. |
|-------------------------------------------------------------|---------|--------|--------|-------|------------|
| El PCUV potencia la atracción de inversión hacia mi empresa | 32      | 1      | 5      | 2,72  | 1,12       |

**Tabla 22. Distribución, en porcentajes, de la potenciación de la atracción de inversión del PCUV.**

| Atracción inversión         | Frecuencia | Porcentaje  |
|-----------------------------|------------|-------------|
| Total desacuerdo            | 7          | 21,9%       |
| Bastante desacuerdo         | 3          | 9,4%        |
| Ni acuerdo ni desacuerdo    | 16         | 50,0%       |
| Bastante de acuerdo         | 4          | 12,5%       |
| Total acuerdo               | 2          | 6,3%        |
| <b>Tamaño de la muestra</b> | <b>32</b>  | <b>100%</b> |



### Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

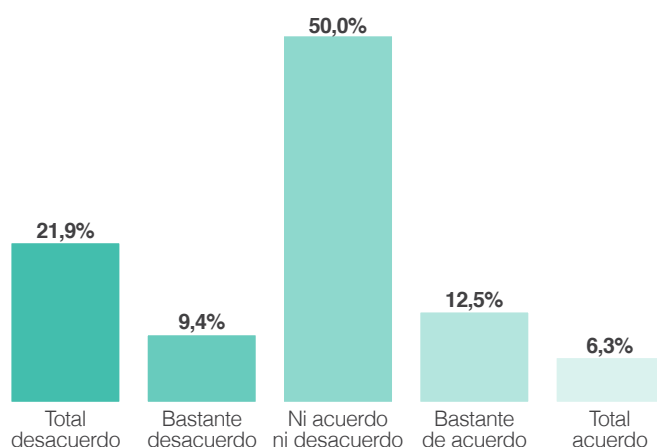


Figura 12. Distribución, en porcentajes, de la potenciación de la atracción de inversión del PCUV.

## Percepción y valoración de los servicios de la FPCUV

En el siguiente apartado se han analizado los servicios utilizados por las empresas del PCUV, así como su grado de satisfacción con los mismos. Además, se han identificado los frenos que encuentran las empresas para contratar los servicios ofertados por la FPCUV.

### Servicios utilizados por la empresa

Los servicios más utilizados por las empresas han sido: reserva de las salas que ofrece que ofrece la FPCUV para diferentes usos (reuniones, formación, etc.), utilizado por el 87,5% de las empresas; el servicio de alojamiento corporativo y la asistencia a actividades, talleres, etc. (ambos servicios utilizados por el 75% de las empresas). Estos tres servicios han sido utilizados por más de la mitad de las empresas del PCUV.

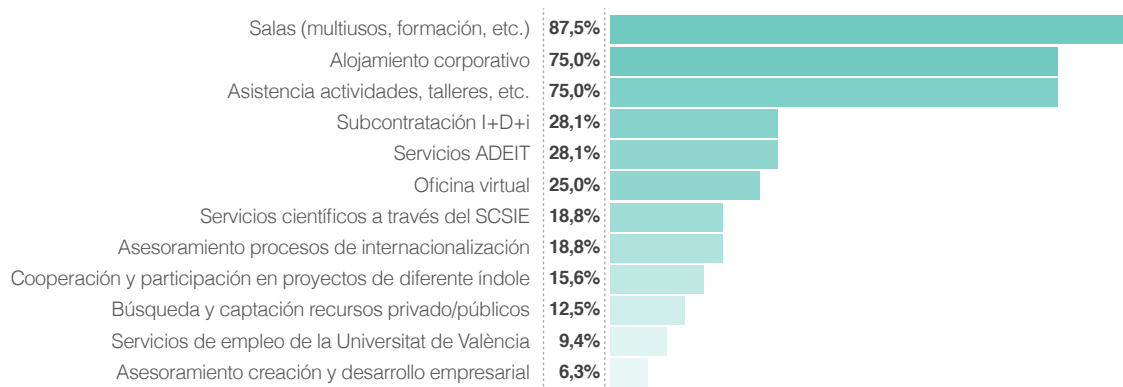
El resto de los servicios ha registrado una frecuencia de uso mucho menor que los tres servicios analizados anteriormente. Así pues, encontramos dos servicios con la misma frecuencia de uso (28,1%), subcontratación I+D+I y servicios ADEIT. Con el 25% aparece la oficina virtual, seguido por el uso de los servicios científicos a través del SCSIE (Servicio Central de Soporte a la Investigación Experimental) y por el asesoramiento en los procesos de internacionalización (ambos servicios utilizados por el 18,8% de las empresas). Por último, encontramos la cooperación y participación en proyectos de diferente índole (15,6%), la búsqueda y captación de recursos privado/públicos (12,5%), los servicios de empleo de la Universitat de València (9,4%) y el asesoramiento de creación y desarrollo empresarial (6,3%).



## Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

**Tabla 23. Servicios de la FPCUV utilizados por las empresas.**

| Servicios de la FPCUV                                        | Frecuencia | % de empresas que los han utilizado |
|--------------------------------------------------------------|------------|-------------------------------------|
| Salas (multiusos, formación, etc.)                           | 28         | 87,5%                               |
| Alojamiento corporativo                                      | 24         | 75,0%                               |
| Asistencia actividades, talleres, etc.                       | 24         | 75,0%                               |
| Subcontratación I+D+i                                        | 9          | 28,1%                               |
| Servicios ADEIT                                              | 9          | 28,1%                               |
| Oficina virtual                                              | 8          | 25,0%                               |
| Servicios científicos a través del SCSIE                     | 6          | 18,8%                               |
| Asesoramiento procesos de internacionalización               | 6          | 18,8%                               |
| Cooperación y participación en proyectos de diferente índole | 5          | 15,6%                               |
| Búsqueda y captación recursos privado/públicos               | 4          | 12,5%                               |
| Servicios de empleo de la Universitat de València            | 3          | 9,4%                                |
| Asesoramiento creación y desarrollo empresarial              | 2          | 6,3%                                |
| <b>Tamaño de la muestra</b>                                  | <b>32</b>  |                                     |



**Figura 13. Servicios de la FPCUV utilizados por las empresas.**

### Grado de satisfacción con los servicios de la FPCUV

En este apartado se pidió a los encuestados que valoraran de 1 a 5 (1=nada satisfecho; 5= muy satisfecho) los servicios ofrecidos por la FPCUV que han utilizado alguna vez. En términos generales, las empresas se encuentran bastante satisfechas, otorgando una puntuación media global para los servicios de la FPCUV de 3,98 puntos, una puntuación cercana a los 4,02 puntos obtenidos en el informe anterior (FPCUV, 2020).

El servicio que ha obtenido la valoración más alta es “Servicios científicos a través del SCSIE” (4,5 puntos), siguiéndole muy de cerca el uso de “Salas, (multiusos, formación, etc.)” (4,43 puntos) y de “Oficina virtual” (4,33 puntos).



### Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

A continuación, encontramos al “Alojamiento corporativo” (4,3 puntos), “Servicios comunes” (4,27 puntos), “Asesoramiento procesos internacionalización” (4,17 puntos), “Cooperación y participación en proyectos de diferente índole” (4 puntos) y “Asistencia a actividades, talleres, etc.” (3,92 puntos).

Le siguen los “Servicios de ADEIT” (3,78 puntos), “Subcontratación I+D+i” (3,75 puntos) y “Búsqueda y captación de recursos privados/públicos” (3,5 puntos).

Los dos servicios con una menor valoración media son “Asesoramiento en creación y desarrollo empresarial” (3,4 puntos) y “Servicios de empleo de la Universitat de València” (3,33 puntos).

**Tabla 24. Grado de satisfacción con los servicios de la FPCUV.**

| Servicios de la FPCUV                                        | Tamaño | Mínimo | Máximo | Media | Desv. Típ. |
|--------------------------------------------------------------|--------|--------|--------|-------|------------|
| Servicios científicos a través del SCSIE                     | 6      | 4      | 5      | 4,5   | 0,5        |
| Salas (multiusos, formación)                                 | 28     | 4      | 5      | 4,43  | 0,5        |
| Oficina virtual                                              | 9      | 3      | 5      | 4,33  | 0,67       |
| Alojamiento corporativo                                      | 33     | 3      | 5      | 4,3   | 0,63       |
| Servicios comunes                                            | 33     | 3      | 5      | 4,27  | 0,62       |
| Asesoramiento procesos internacionalización                  | 6      | 4      | 5      | 4,17  | 0,37       |
| Cooperación y participación en proyectos de diferente índole | 2      | 4      | 4      | 4,0   | 0,0        |
| Asistencia a actividades, talleres, etc.                     | 24     | 3      | 5      | 3,92  | 0,57       |
| Servicios ADEIT                                              | 9      | 3      | 5      | 3,78  | 0,79       |
| Subcontratación I+D+i                                        | 8      | 3      | 5      | 3,75  | 0,83       |
| Búsqueda y captación recursos privados/públicos              | 4      | 3      | 4      | 3,5   | 0,5        |
| Asesoramiento creación y desarrollo empresarial              | 5      | 3      | 5      | 3,4   | 0,8        |
| Servicios de empleo de la Universitat de València            | 3      | 2      | 5      | 3,33  | 1,25       |

**Tamaño de la muestra**

**33**

**3,98**



### Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

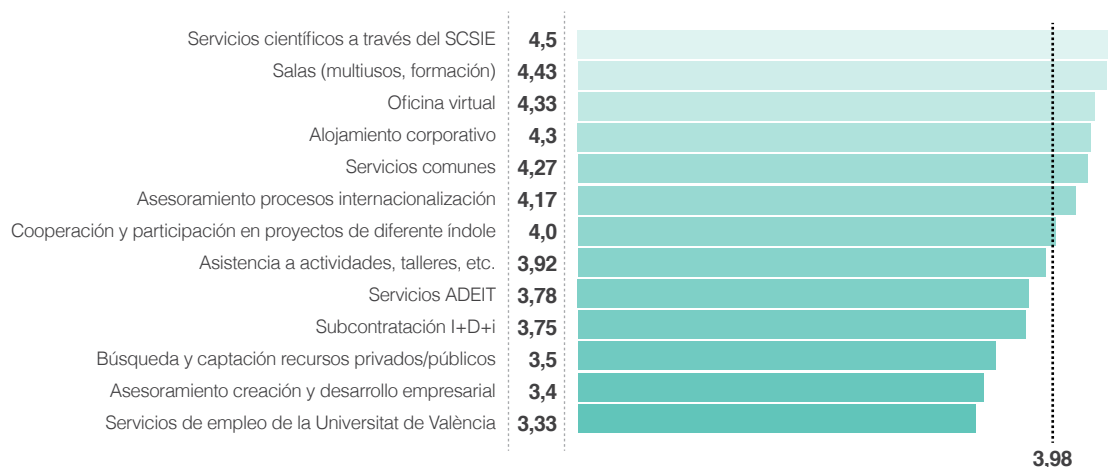


Figura 14. Grado de satisfacción con los servicios de la FPCUV.

### Frenos a la utilización de los servicios de la FPCUV

Los principales motivos por los que las empresas no contratan más servicios de la FPCUV son la falta de adecuación de estos a las necesidades de las empresas (39%) y el desconocimiento de la existencia de estos (25,4%); ambos cuentan con pesos relativos elevados.

Otros motivos que justifican este hecho, pero tienen un menor peso relativo son el precio de estos (3,4%) y la existencia de mejores alternativas en el mercado (1,7%). Existe una considerable cantidad de motivos que las empresas han incluido en la categoría "otros" (5,1%). Esta pregunta era de respuesta libre. La mayoría de las respuestas se han referido a que no los han utilizado porque todavía no les ha surgido la necesidad.

Tabla 25. Motivos para la no utilización de los servicios de la FPCUV.

| Motivos                                            | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------------------------------------|------------|------------|
| No se adecuan a las necesidades de nuestra empresa | 23         | 39,0%      |
| Desconocimiento                                    | 15         | 25,4%      |
| Otros motivos                                      | 3          | 5,1%       |
| Precio elevado                                     | 2          | 3,4%       |
| Hay alternativas mejores en el mercado             | 1          | 1,7%       |
| <b>Tamaño de la muestra</b>                        | <b>32</b>  |            |



### Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

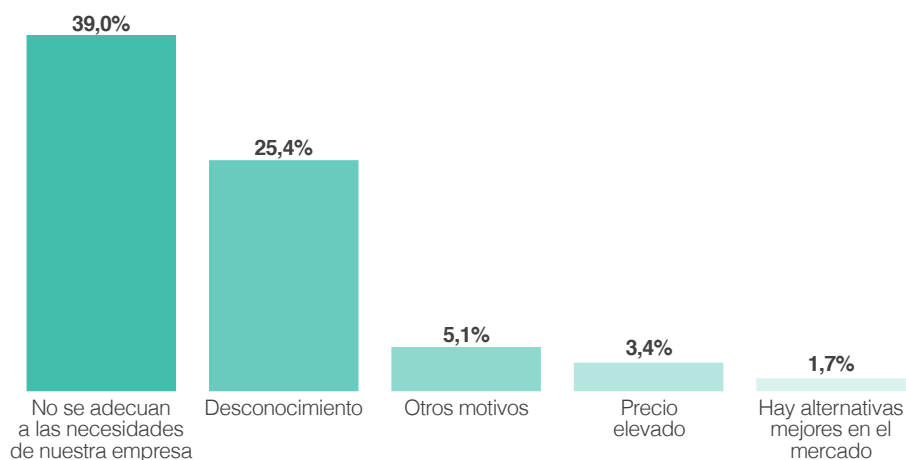


Figura 15. Motivos para la no utilización de los servicios de la FPCUV.

### Propuestas de mejora

En este apartado se han estudiado los cambios y mejoras que las empresas desearían incorporar en los servicios del PCUV.

Destacan los siguientes:

- Ampliación de espacios.
- Aumentar la visibilidad de las empresas y de los servicios que ofrecen al mayor alcance posible.
- Aumento de actividades para potenciar el networking.
- Formación de grupos de empresas con objetivos comunes.
- Información de ayudas para empresas que quieren digitalizarse.
- Jornadas de información transversal entre empresas.
- Mejora de las infraestructuras de apoyo.



## Anexo I. Análisis multivariado de las empresas del Parc Científic de la Universitat de València (PCUV)

En el primer apartado del presente informe se han visto la percepción y valoración del Parc Científic de la Universitat de València por parte de las empresas alojadas.

A continuación, vamos a mostrar las relaciones entre variables que puedan resultar de utilidad. Para realizar este estudio se han realizado análisis multivariados entre las variables con el objetivo de averiguar si están relacionadas o son independientes.

Del resultado de estos análisis se extraen dos valores, la magnitud de la relación y la significación. La magnitud del efecto viene expresada por el coeficiente de correlación de Pearson. Este coeficiente tiene valores comprendidos entre -1 y 1; donde -1 indica correlación negativa y 1 correlación positiva. Por lo tanto, cuanto más se aleje el valor de 0, mayor correlación entre las variables.

Por otro lado, las relaciones entre variables presentan unos niveles de significación estadística, pudiendo ser el resultado significativo o no. En estadística, normalmente se utilizan valores de significación de  $p < 0.01$  (\*\*) o  $p < 0.05$  (\*), cuanto menor es el valor de  $p$ , más significativo es el resultado.

En este sentido, en cuanto a las relaciones entre la **nota global y la valoración de los diferentes aspectos**, encontramos las siguientes relaciones significativas:

- con la probabilidad de recomendar el parque a un amigo (.683\*\*)
- con la valoración positiva del PCUV (.547\*\*)
- con la promoción de las empresas gracias a las acciones de comunicación del PCUV (.500\*\*)
- con la comunicación entre PCUV y empresa (.484\*\*)
- con la creencia de que la empresa permanezca en el PCUV durante un largo periodo de tiempo (.446\*)
- con la creencia de que el parque va a seguir creciendo en los próximos años (.423\*)
- con la clarividencia de que la empresa está al corriente de todas las noticias relacionadas con el PCUV (.414\*).
- con la certeza de que el PCUV es una excelente solución para empresas con un perfil similar al de nuestra empresa (.404\*).
- con el prestigio que otorga a la empresa el estar alojada en el PCUV (.387\*).
- con la creencia de que el networking es una de las principales ventajas que ofrece el PCUV a mi empresa (.357\*).
- También se han encontrado relaciones entre la nota media global y los siguientes servicios ofrecidos por la FPCUV: servicios científicos a través del SCSIE (.867\*\*), alojamiento corporativo (.576\*\*), asistencia a actividades, talleres, etc. (.559\*\*) e instalaciones del PCUV (.497\*\*)



## Anexo II. Cuestionario

**Q128 ¿Cuáles de los siguientes servicios ofrecidos por el PCUV ha utilizado alguna vez su empresa? Puede marcar tantas respuestas como considere oportuno**

- ☐ Oficina virtual (domiciliación corporativa) (14)
- ☐ Cesión de uso para alojamiento corporativo (infraestructuras) (1)
- ☐ Salas para diferentes usos (reuniones, multiuso, formación) (2)
- ☐ Asistencia a actividades, jornadas, talleres, seminarios, formación, etc. (4)
- ☐ Asesoramiento para la creación y desarrollo empresarial (5)
- ☐ Asesoramiento en los procesos de internacionalización (6)
- ☐ Cooperación y participación en proyectos de diferente índole (7)
- ☐ Búsqueda y captación de recursos de financiación de origen público y/o privado (8)
- ☐ Subcontratación y colaboración de I+D+i de la Universidad (9)
- ☐ Servicios científicos a través del SCSIE (Servicio Central de Soporte a la Investigación Experimental) y/o de la Universidad (10)
- ☐ Servicios de empleo de la Universidad (11)
- ☐ Servicios de ADEIT para la formación, capacitación de empleados, reclutamiento de personal, etc. (12)

**Q129 De los servicios que nunca ha utilizado, ¿Cuál es el motivo? Puede marcar más de una alternativa**

- ☐ Desconocimiento (1)
  - ☐ Precio elevado (2)
  - ☐ Hay alternativas mejores en el mercado (3)
  - ☐ No se adecuan a las necesidades de nuestra empresa (4)
  - ☐ Otros (especificar): (5)
-



## Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

### Q130 Valore su grado de satisfacción con los servicios prestados por PCUV

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Total<br>desacuerdo   | Bastante<br>desacuerdo | Ni acuerdo<br>ni desacuerdo | Bastante<br>de acuerdo | Total<br>acuerdo      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------------|------------------------|-----------------------|
| Cesión de uso para alojamiento corporativo (infraestructuras) (1)                                                                                                                                                                                                                                          | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| Servicios comunes (señalización corporativa, recepción y punto de información, correo postal, circuito cerrado de televisión, control de accesos, seguridad, vigilancia, mantenimiento, limpieza, jardinería, climatización, telecomunicación e internet, reprografía, fax y equipamiento audiovisual) (2) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |

### ¿Cuáles de los siguientes servicios ofrecidos por el PCUV ha utilizado alguna vez su empresa?

|                                                                                           | Total<br>desacuerdo   | Bastante<br>desacuerdo | Ni acuerdo<br>ni desacuerdo | Bastante<br>de acuerdo | Total<br>acuerdo      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------------|------------------------|-----------------------|
| <b>Q131</b> Oficina virtual (domiciliación corporativa) (1)                               | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| <b>Q132</b> Salas para diferentes usos (reuniones, multiuso, formación) (1)               | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| <b>Q133</b> Asistencia a actividades, jornadas, talleres, seminarios, formación, etc. (1) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| <b>Q134</b> Asesoramiento para la creación y desarrollo de empresas (1)                   | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| <b>Q135</b> Asesoramiento en los procesos de internacionalización (1)                     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| <b>Q136</b> Cooperación y participación en proyectos de diferente índole (1)              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |



### Servicios y valoración de la FPCUV (2020)

|                                                                                                                                               | Total<br>desacuerdo   | Bastante<br>desacuerdo | Ni acuerdo<br>ni desacuerdo | Bastante<br>de acuerdo | Total<br>acuerdo      |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------------|------------------------|-----------------------|
| <b>Q137</b> Subcontratación y colaboración de I+D+i de la Universidad (1)                                                                     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| <b>Q138</b> Búsqueda y captación de recursos de financiación de origen público y/o privado (1)                                                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| <b>Q139</b> Servicios científicos a través del SCSIE (Servicio Central de Soporte a la Investigación Experimental) y/o de la Universidad. (1) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| <b>Q140</b> Servicios de empleo de la Universidad (1)                                                                                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| <b>Q141</b> Servicios de ADEIT para la formación, capacitación de empleados, reclutamiento de personal, etc.(1)                               | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |

**Q142** ¿Qué servicios le gustaría que prestara el PCUV que actualmente no ofrece?

---

---

---

---



### Servicios y valoración de la PCUV (2020)

**Q143 Muestre su grado de acuerdo o desacuerdo con las siguientes afirmaciones respecto al PCUV, teniendo en cuenta que (\*):**

|                                                                                                                | Total<br>desacuerdo   | Bastante<br>desacuerdo | Ni acuerdo<br>ni desacuerdo | Bastante<br>de acuerdo | Total<br>acuerdo      |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------------|------------------------|-----------------------|
| Mi valoración del PCUV es muy positiva (1)                                                                     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| Me gustaría que mi empresa permanezca en el PCUV durante un largo periodo de tiempo (2)                        | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| Creo que el PCUV va a continuar creciendo en los próximos años (3)                                             | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| El PCUV es una excelente solución para empresas con un perfil similar al de nuestra empresa (4)                | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| Las instalaciones del PCUV son excelentes (5)                                                                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| Colaboro habitualmente con otras empresas del PCUV (6)                                                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| Las actividades (jornadas, cursos) que se desarrollan en el PCUV son de gran valor para mi empresa/entidad (7) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| El precio que paga mi empresa por los servicios del PCUV se ajusta a la calidad de los mismos (8)              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| El networking es una de las principales ventajas que ofrece el PCUV a mi empresa (9)                           | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| Creo que la etapa de mi empresa en el PCUV está llegando a su fin (10)                                         | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| Creo que el PCUV debe realizar muchos cambios para ser tan competitivo como otras entidades similares (11)     | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |



### Servicios y valoración de la PCUV (2020)

|                                                                               | Total<br>desacuerdo   | Bastante<br>desacuerdo | Ni acuerdo<br>ni desacuerdo | Bastante<br>de acuerdo | Total<br>acuerdo      |
|-------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------------|------------------------|-----------------------|
| Estar ubicada en el PCUV aumenta el prestigio de mi empresa (12)              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| Las acciones de comunicación del PCUV permiten promocionar mi empresa (13)    | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| El PCUV potencia la atracción de inversión hacia mi empresa (14)              | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| Mi empresa está al corriente de todas las noticias relacionadas con PCUV (15) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |
| La comunicación entre el PCUV y mi empresa es excelente (16)                  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/>       | <input type="radio"/>  | <input type="radio"/> |

**Q144** ¿Cómo de probable es que recomiende el PCUV a un/a amigo/a?

Valore de 0 a 10 donde 0 es “Muy improbable” y 10 es “Definitivamente lo recomendaría”

|                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |                       |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1                     | 2                     | 3                     | 4                     | 5                     | 6                     | 7                     | 8                     | 9                     | 10                    |
| <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

**Q145** En términos globales, ¿qué nota le asigna al PCUV? Puntúe de 0-10. Puede utilizar hasta dos decimales, por ejemplo 8,50

---

**Q146** Imagínese que tiene la potestad para plantear acciones de mejora para el PCUV, ¿cuáles les gustaría que llevásemos a cabo?

---

---

---



## Anexo III. Listado de empresas participantes

|                                              |                                                                                      |
|----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| ADOLFO GERODETTI                             | <a href="http://www.modelarkbim.com">www.modelarkbim.com</a>                         |
| ALOTERRANEO, S.L                             |                                                                                      |
| AMARANTO ASESORES DE GESTIÓN, S.L.U.         | <a href="http://www.amarantoag.com">www.amarantoag.com</a>                           |
| ANALOG DEVICES, S.L.                         | <a href="http://www.analog.com">www.analog.com</a>                                   |
| ARTHEX BIOTECH, S.L.                         | <a href="http://www.arthexbiotech.com">www.arthexbiotech.com</a>                     |
| ASESORIA CO2ZERO, S.L.                       | <a href="http://www.solucionco2zero.com">www.solucionco2zero.com</a>                 |
| BIOPOLIS, S.L.                               | <a href="http://www.biopolis.es">www.biopolis.es</a>                                 |
| CONTENT SOFTWARE, S.L.U.                     | <a href="http://www.contentsoftware.es">www.contentsoftware.es</a>                   |
| CULTURALINK, S.L.                            | <a href="http://www.culturalink.net">www.culturalink.net</a>                         |
| CUMULUS CITY, S.L.                           | <a href="http://www.cumuluscity.es">www.cumuluscity.es</a>                           |
| DARWIN BIOPROSPECTING EXCELLENCE, S.L.       | <a href="http://www.darwinbioprospecting.com">www.darwinbioprospecting.com</a>       |
| DRAWFOLIO, S.L.                              | <a href="http://www.drawfolio.com">www.drawfolio.com</a>                             |
| EIXAM ESTUDIS SOCIOLÓGICS, S.L.              | <a href="http://www.eixam.es">www.eixam.es</a>                                       |
| EMMA PHARMACEUTICALS, S.L.U.                 | <a href="http://www.emmapharma.com">www.emmapharma.com</a>                           |
| EOLAB SAPIN, S.L.                            | <a href="http://www.eolab.es">www.eolab.es</a>                                       |
| EPIDISEASE, S.L.                             | <a href="http://www.epidisease.com">www.epidisease.com</a>                           |
| GREEN ENVIRONMENT TECHNOLOGY, S.L.           |                                                                                      |
| GREEN MOLECULAR, S.L.                        |                                                                                      |
| IMASD GESTION INFORMATICA, S.L.              | <a href="http://www.g2k.es">www.g2k.es</a>                                           |
| JAVIER ROYO BRUNA                            | <a href="http://www.eduk10.es">www.eduk10.es</a>                                     |
| KANTERON SYSTEMS, S.L.                       | <a href="http://www.kanteron.com">www.kanteron.com</a>                               |
| LASER FOOD, S.L.                             | <a href="http://www.laserfood.es">www.laserfood.es</a>                               |
| MOBILIZA CONSULTING, S.L.                    | <a href="http://www.mobiliza.net">www.mobiliza.net</a>                               |
| MOV MARKETING, S.L.                          | <a href="http://www.marketingonlinevalencia.com">www.marketingonlinevalencia.com</a> |
| NEVAL GRUPO FARMALENT, S.L.                  | <a href="http://www.ne-val.com">www.ne-val.com</a>                                   |
| PROJECTES I SERVEIS RMÉSD, S.L.U.            | <a href="http://www.proiser.com">www.proiser.com</a>                                 |
| Q'OMER BIOACTIVE INGREDIENTS, S.L.           | <a href="http://www.gomer.eu">www.gomer.eu</a>                                       |
| SEQUENCING MULTIPLEX, S.L.                   | <a href="http://www.seqplexing.com">www.seqplexing.com</a>                           |
| SMART INDUCTION CONVERTER TECHNOLOGIES, S.L. | <a href="http://www.sictechinduction.com">www.sictechinduction.com</a>               |
| VALGENETICS, S.L.                            | <a href="http://www.valgenetics.com">www.valgenetics.com</a>                         |
| WAY2 CLOUD, S.L.                             | <a href="http://www.way2ecommerce.com">www.way2ecommerce.com</a>                     |
| XENOBIOTICS, S.L.                            | <a href="http://www.xenobiotics.es">www.xenobiotics.es</a>                           |



PARC CIENTÍFIC  
VNIVERSITAT Đ VALÈNCIA