



LA INNOVACIÓN EN LA EMPRESA ESPAÑOLA

CONSEJO SUPERIOR DE CÁMARAS DE COMERCIO

Servicio de Estudios

2004

INDICE

1.- PRINCIPALES RESULTADOS	3
2.- INTRODUCCIÓN	4
3.- LA INNOVACIÓN DE LA EMPRESA ESPAÑOLA.....	4
4.- GLOBALIZACIÓN E INNOVACIÓN	8
5.- EL FUTURO DE LA INNOVACIÓN	9
6.- POLÍTICAS E INNOVACIÓN	10
7.- FICHA TÉCNICA	12

1.- PRINCIPALES RESULTADOS

- En 2003 aumenta la innovación en las empresas europeas.
- Se reduce el número de empresas que no invierten en innovación y al mismo tiempo hay un mayor porcentaje de empresas que destinan entre el 1% y el 10% de sus inversiones a innovación.
- España, Italia y Portugal son los países de la UE donde existe un menor número de empresas que no innovan.
- Responder a las necesidades de los consumidores es el factor que más incentiva a las empresas a innovar.
- En 2003 disminuyen los obstáculos para que las empresas innoven respecto al año anterior. Los empresarios europeos encuentran mayores obstáculos que los españoles.
- Los empresarios ven en la globalización una oportunidad para la innovación.
- El 68% de los empresarios españoles creen que serán más receptivos a introducir productos innovadores el próximo año.
- Los empresarios destacan como medidas importantes para avanzar tecnológicamente la cooperación con proveedores y clientes y la adquisición de maquinaria y equipamiento avanzado.
- El 49% de los empresarios europeos valoran positivamente el apoyo y fomento de la innovación que realizan las Cámaras de Comercio.

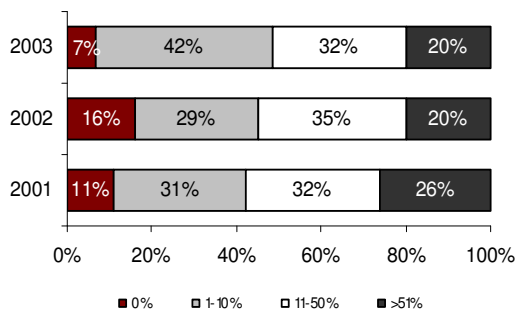
2.- INTRODUCCIÓN

Las empresas deben ser cada vez más competitivas y para ello necesitan innovar, no sólo, **adaptándose y utilizando las Nuevas Tecnologías**, invirtiendo en nuevos procesos de producción, bienes y servicios, sino también **reorganizando sus recursos humanos y sus métodos de gestión**.

En la UE está cobrando una gran relevancia las **políticas de innovación**, dirigidas principalmente a las pequeñas y medianas empresas. En todos los Estados Miembros, existen políticas que tienen como fin que sus **empresas sean cada vez más innovadoras** y así aumente la competitividad de las mismas, siguiendo los objetivos fijados en Lisboa (2000).

3.- LA INNOVACIÓN EN LA EMPRESA ESPAÑOLA

Gráfico 1: Porcentaje de inversión dedicada a innovación. España

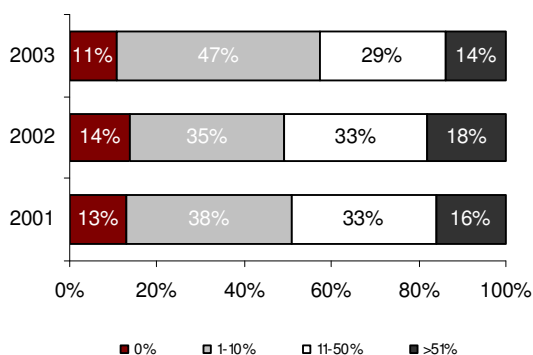


Fuente: Comisión Europea

Durante 2003 aumenta el porcentaje de empresas innovadoras.

En el caso de las empresas españolas, (ver gráfico 1), disminuye el porcentaje de las mismas que no invierten en innovación del 16% al 7% y aumenta en 13 puntos porcentuales las empresas que destinan del 1% al 10% de sus inversiones a innovación. El porcentaje de empresas que invierte más del 50% no varía respecto al año anterior.

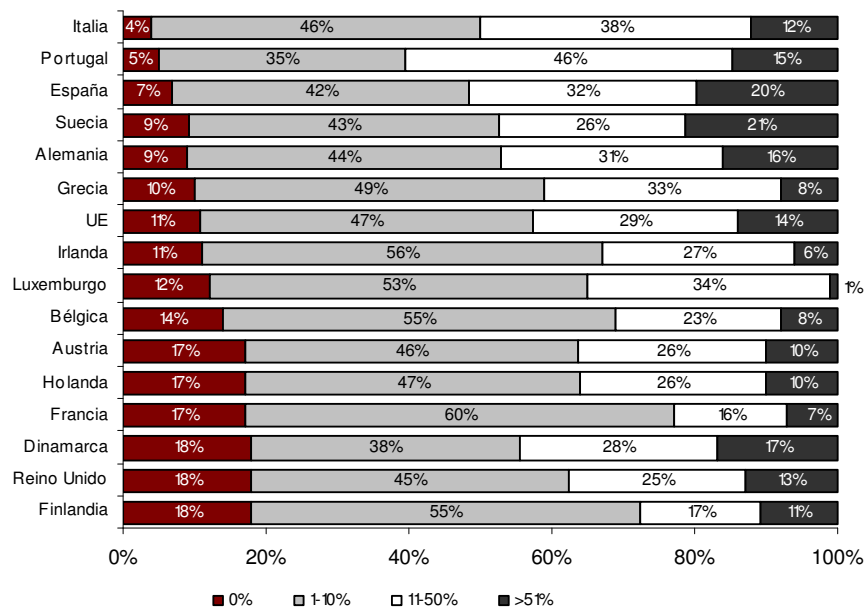
Gráfico 2: Porcentaje de inversión dedicada a innovación. Europa



Fuente: Comisión Europea

Las empresas europeas muestran el mismo comportamiento que las españolas, (gráfico 2). Se reduce el porcentaje de empresas que no invierten en innovación y aumentan las que destinan entre el 1% y el 10% de sus inversiones a innovación. En el caso de las empresas europeas, también se observa una caída en las empresas que invierten más de un 50%

Gráfico 3: Porcentaje de inversión dedicada a innovación en 2003 por países

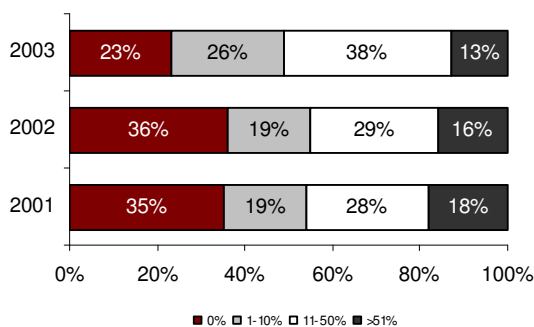


Fuente: Comisión Europea

Por países, España junto con Italia y Portugal, es el país dónde existe un menor número de empresas en las que la innovación no se encuentra entre las inversiones que realizan para el desarrollo de su actividad.

La mayor parte de las empresas europeas sitúan sus inversiones en innovación en el rango comprendido entre el 1% y el 10%. En este intervalo, España se encuentra en las últimas posiciones con Dinamarca y Portugal. Mientras que si lo que analizamos son las empresas que invierten más de un 50% en innovación, España, con un 20% de sus empresas, está en segunda posición detrás de Suecia.

Gráfico 4: Porcentaje de cifra de negocios dedicada a innovación. España

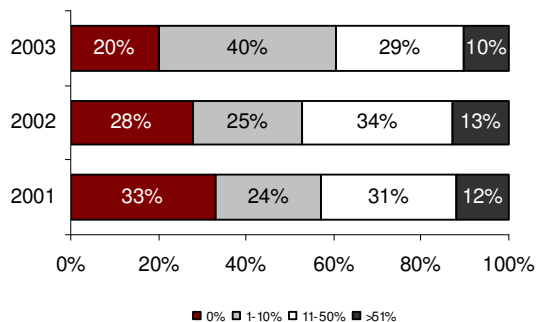


Fuente: Comisión Europea

En cuanto a **la cifra de negocios dedicada a innovación, en España aumenta** el porcentaje de empresas que dedica parte de sus recursos a innovación.

En el gráfico 4 se observa cómo disminuye el porcentaje de empresas que destinan el 0% de su cifra de negocios a innovación y cómo aumentan las empresas que dedican 1% a 10% y de un 11% a un 50% de su cifra de negocios a innovación.

Gráfico 5: Porcentaje de cifra de negocios dedicada a innovación. Europa

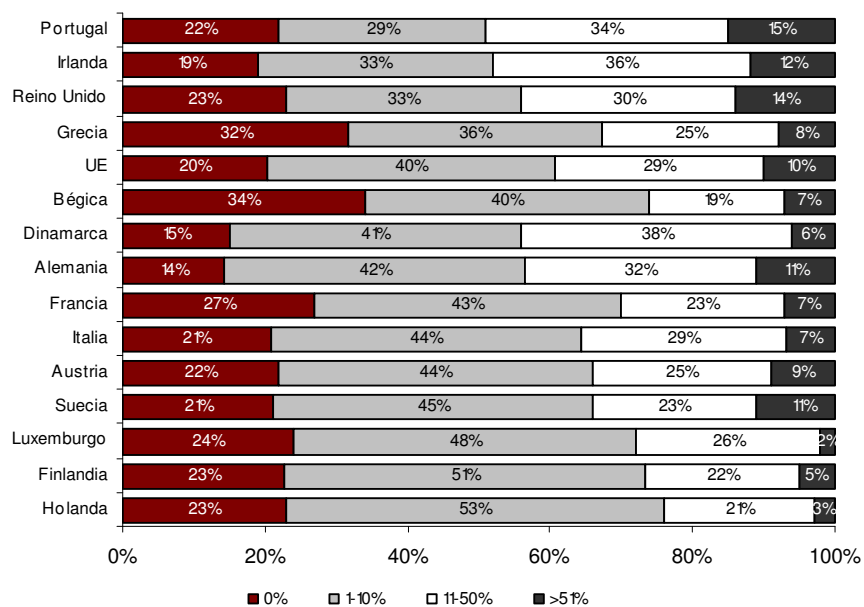


Fuente: Comisión Europea

En Europa aumenta el número de empresas que destina entre el 1% y el 10% de su cifra de negocios a innovación, pasando de un 25% de las empresas europeas en 2002 a 40% en 2003.

El gráfico 6 muestra el porcentaje de cifra de negocios que las empresas destinan a innovación durante el 2003 por países. España ocupa la segunda posición en cuanto al porcentaje de empresas que dedica del 11% al 50% de la cifra de negocios a innovación, por detrás únicamente de Dinamarca, y es el país en el que mayor es la proporción de empresas que destinan un 11% o más de su cifra de negocios a innovación. España se encuentra en un puesto intermedio en lo que se refiere a porcentaje de empresas que no dedica nada a innovación.

Gráfico 6: Porcentaje de cifra de negocios dedicada a innovación en 2003 por países



Fuente: Comisión Europea

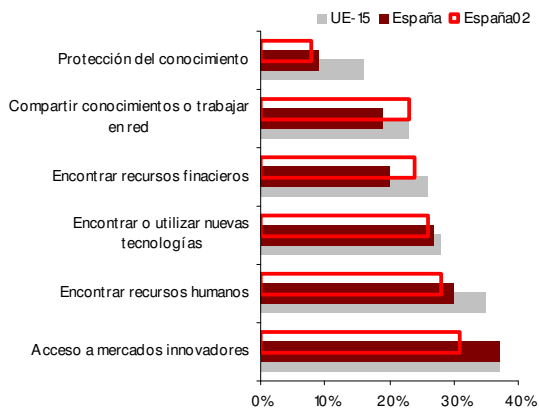
Gráfico 7: Factores incentivadores de la innovación en la empresa



Fuente: Comisión Europea

Los empresarios españoles y europeos opinan que **responder a las necesidades de los consumidores es el factor más importante para incentivar la innovación**. Para los españoles le sigue, en importancia, mejorar la eficiencia de los equipos, mientras que los empresarios europeos conceden una mayor relevancia a obtener precios competitivos. Ambos, consideran también un factor importante para que las empresas realicen esfuerzos en innovación, la mejora de la productividad.

Gráfico 8: Principales obstáculos a la innovación en la empresa 2003



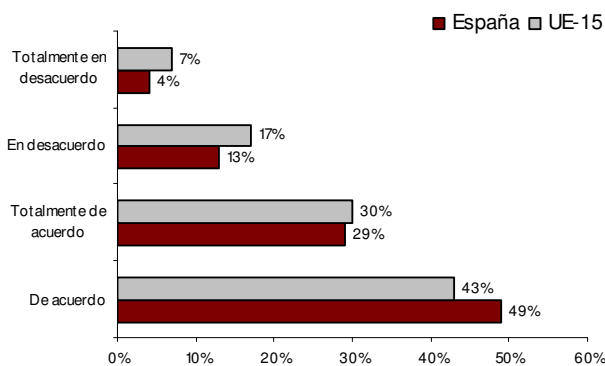
Fuente: Comisión Europea

En cuanto a las dificultades que encuentran los empresarios a la hora de introducir innovaciones en su actividad, destacan las dificultades para acceder a mercados innovadores.

Además, hay que señalar que, los empresarios europeos encuentran mayores trabas a la innovación que los españoles, y éstos tenían más obstáculos en 2002 que en 2003, excepto en el acceso a mercados innovadores y en encontrar recursos humanos (gráfico 8).

4.- GLOBALIZACIÓN E INNOVACIÓN

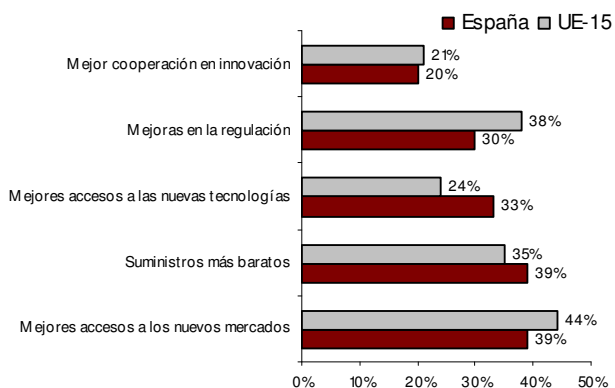
Gráfico 9: ¿La globalización de los mercados es una oportunidad para la innovación?



Fuente: Comisión Europea

La gran mayoría de los empresarios ven la globalización como una oportunidad para la innovación. Casi el 80% de los empresarios españoles están “totalmente de acuerdo” o “de acuerdo”, y sólo un 13% está “en desacuerdo”. La mayor parte de los empresarios europeos, igual que los españoles, considera positivo la globalización de los mercados. Por países, destacan Dinamarca, Portugal y Grecia, con casi un 90% de sus empresarios a favor de la oportunidad que brinda la globalización de los mercados para la innovación. En concreto el 87% en Dinamarca y el 86% en Portugal y Grecia. En el extremo opuesto se situaría Francia con un 56%.

Gráfico 10: Impacto positivo del Mercado Único Europeo sobre la innovación



Fuente: Comisión Europea

En el caso más concreto del Mercado Único Europeo, el gráfico 10 analiza sus efectos sobre la innovación. Los europeos valoran más los mejores accesos a los nuevos mercados y las mejoras en la regulación, mientras que los empresarios españoles tienen porcentajes más elevados en suministros más baratos y mejores accesos a las nuevas tecnologías. El efecto valorado más positivamente por los empresarios españoles y europeos es la mejora en los accesos a los nuevos mercados con porcentajes del 39% y 44% respectivamente.

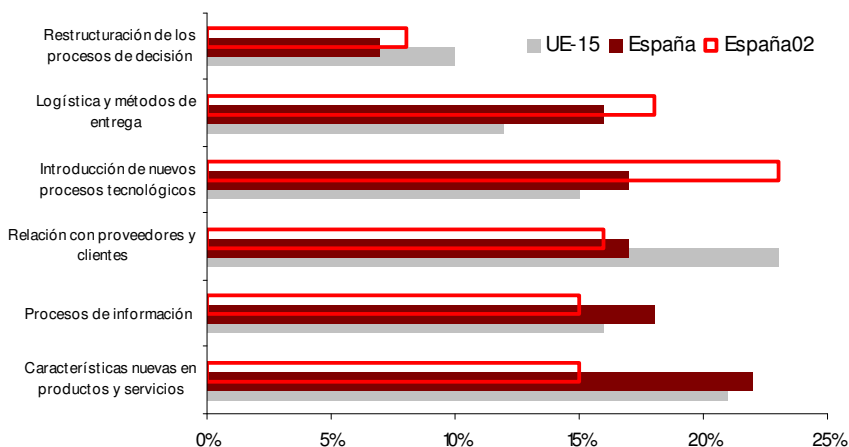
Por países, destacan Dinamarca, Portugal y Grecia, con casi un 90% de sus empresarios a favor de la oportunidad que brinda la globalización de los mercados para la innovación. En concreto el 87% en Dinamarca y el 86% en Portugal y Grecia. En el extremo opuesto se situaría Francia con un 56%.

Por países, destacan Dinamarca, Portugal y Grecia,

mercados con porcentajes del 39% y 44% respectivamente.

5.- EL FUTURO DE LA INNOVACIÓN

Gráfico 11: ¿Cuál será la actividad de su empresa a la que se dirija principalmente la innovación durante los próximos dos años?

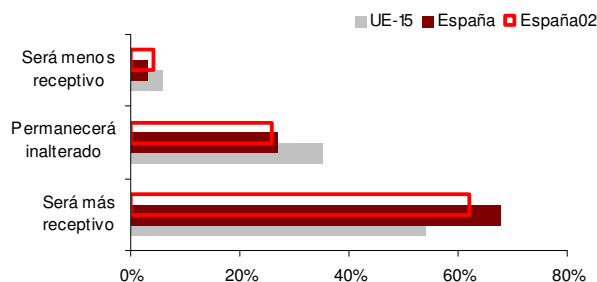


Fuente: Comisión Europea

Las empresas españolas están cambiando el destino de sus inversiones en innovación, en el gráfico 11 se observa que mientras que en el año 2002 el 23% de los empresarios españoles pensaba innovar en la introducción de nuevos procesos tecnológicos, en 2003, los empresarios españoles prefieren innovar en las características nuevas en productos y servicios, concretamente en el 22% de los casos.

Para los europeos, las actividades que consideran más importantes para innovar en los próximos dos años son la relación con proveedores y clientes e introducir características nuevas en productos y servicios.

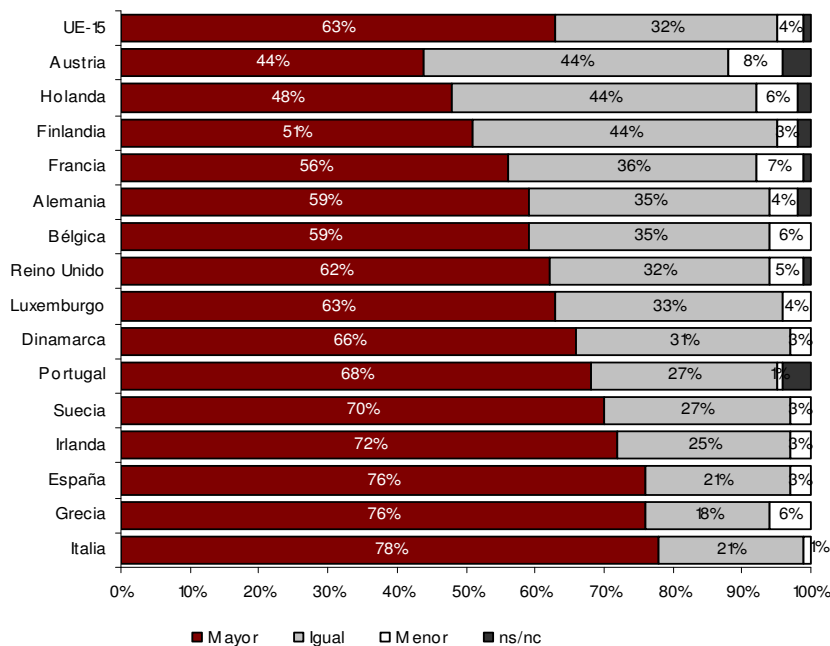
Gráfico 12: Comparando la situación actual con la futura, ¿qué expectativas tiene sobre la introducción de productos innovadores?



Fuente: Comisión Europea

En cuanto al futuro de la innovación en las empresas, los españoles son más optimistas este año que el anterior y que los empresarios europeos. El 68% de los españoles opina que será más receptivo para introducir productos innovadores.

Gráfico 13: Considera que la capacidad de innovar de su empresa es mayor, igual o menor que hace dos años

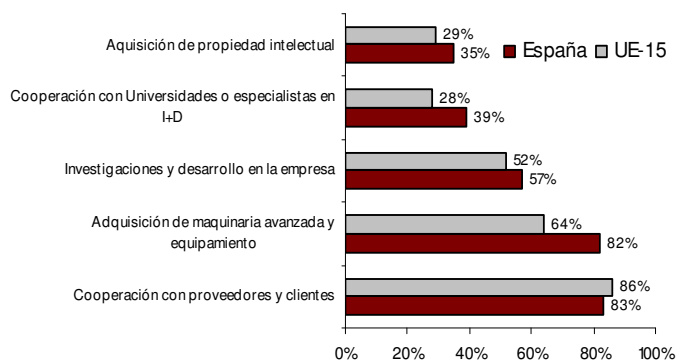


Fuente: Comisión Europea

Por países, los empresarios italianos, griegos y españoles son los más optimistas, en cuanto a su capacidad de innovar. Casi el 80% considera que sus empresas tienen mayor capacidad para innovar que hace 2 años. En el extremo contrario están Austria, Holanda y Finlandia.

6.- POLÍTICAS E INNOVACIÓN

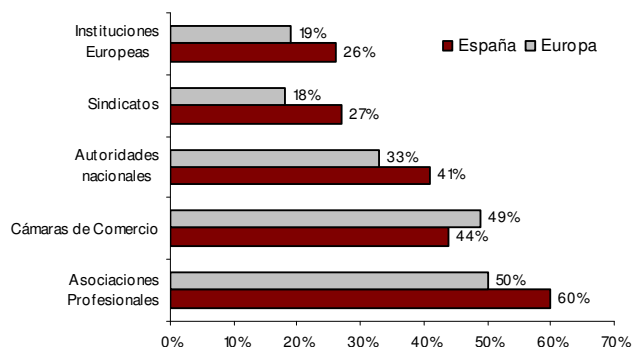
Gráfico 14: Para su empresa, ¿cuáles son las medidas más importantes para avanzar tecnológicamente?



Fuente: Comisión Europea

La política de innovación está cobrando cada vez una mayor importancia en los países de la UE. Entre las medidas más importantes para avanzar tecnológicamente está la cooperación con proveedores y clientes y la adquisición de maquinaria avanzada y equipamiento.

Gráfico 15: Evaluación de las Instituciones implicadas en la innovación de las empresas

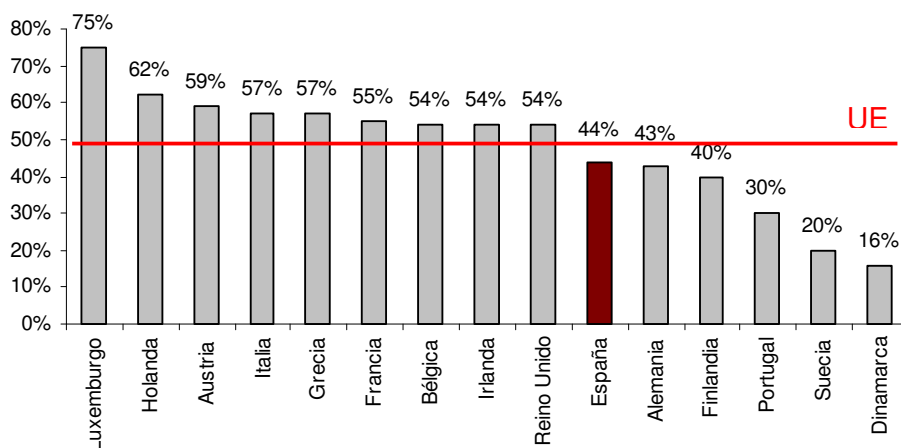


Fuente: Comisión Europea

Desde la UE y los gobiernos de los Estados Miembros se está incentivando la competitividad empresarial a través de la política de innovación.

En el gráfico 15 se evalúa la actuación de diversas instituciones en el fomento de la innovación. La labor de las asociaciones profesionales y las Cámaras de Comercio es la más valorada en España y la UE.

Gráfico 16: Evaluación de las Instituciones implicadas en la innovación de las empresas: Cámaras de Comercio por países



Fuente: Comisión Europea

En cuanto a la valoración que hacen los empresarios de las Cámaras de Comercio en apoyo y fomento de la innovación, en media el 49% de los europeos está satisfecho. Por países, hay divergencia de opiniones, según muestra el gráfico 16, desde el 75% de Luxemburgo hasta el 16% de Dinamarca. España se sitúa próxima a la media de la UE aunque por debajo. El 44% de los empresarios españoles está conforme con la actuación de las Cámaras de Comercio.

7.- FICHA TÉCNICA

Los datos de este informe se han obtenido de la Comisión Europea del Innobarometer 2001, 2002 y 2003.

El Innobarometer 2003 es una encuesta realizada por la Comisión Europea a los gerentes de empresas de los 15 Estados Miembros de la UE. La encuesta se realizó durante septiembre de 2003.

El número de empresas encuestadas es de 3.000 distribuidas de la siguiente manera:

- Alemania, España, Francia, Italia y Reino Unido 300 empresas por país.
- Grecia, Irlanda, Luxemburgo, Portugal y Finlandia 200 empresas.
- Bélgica, Dinamarca, Holanda, Austria y Suecia 100 empresas.

Los criterios utilizados para establecer el número de empresas a encuestar son: el país, tamaño de las empresas y el sector industrial.