

UROLA KOSTAKO  
UDAL ELKARTEA

## INFORME DEL ESTUDIO DE MERCADO SOBRE EL ÁMBITO DE LA INNOVACIÓN Y VIGILANCIA TECNOLÓGICA EN LA COMARCA DE UROLA KOSTA

---



11/12/2020

## ÍNDICE

0.	INTRODUCCIÓN. DATOS GENERALES .....	5
0.1.	Gasto en I+D (% PIB, total) de la C.A. de Euskadi por comarcas en el 2019.....	5
0.2.	Gasto en I+D (% PIB, total) de la CAV y Urola Kosta en el 2019 .....	6
0.3.	Gasto en I+D (% PIB, total) de la CAV por territorios y Urola Kosta en el 2019 .....	6
0.4.	Evolución del gasto en I+D (% PIB, total) de la CAV por territorios y Urola Kosta (2016-2019).....	7
1.	DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO .....	8
1.1.	Antecedentes .....	8
1.2.	Público objetivo del estudio .....	9
1.3.	Empresas que han realizado el cuestionario .....	11
1.4.	Sectores de las empresas participantes .....	11
2.	METODOLOGÍA.....	11
2.1.	Medio .....	11
2.2.	Herramienta.....	12
2.3.	Contenido.....	12
3.	CONTENIDO DEL CUESTIONARIO .....	14
3.1.	Datos básicos de contacto .....	14
3.2.	Preguntas del cuestionario .....	14
4.	RESULTADO POR PREGUNTA .....	15
4.1.	Preguntas sobre el proceso de vigilancia tecnológica.....	15
4.2.	Preguntas sobre el proceso de la innovación.....	25
5.	CONCLUSIONES .....	35
5.1.	Sobre la participación .....	35
5.2.	Sobre el proceso de vigilancia tecnológica.....	35
5.3.	Sobre el proceso de innovación.....	37
	ANEXO I. Preguntas del cuestionario .....	38

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Gasto en I+D (% PIB, total) de la CAV y Urola Kosta en el 2019 .....	5
Gráfico 2. Relación entre la inversión en I+D entre CAV y Urola Kosta .....	6
Gráfico 3. Gasto en I+D (% PIB) de la CAV por territorios y Urola Kosta en el 2019.....	6
Gráfico 4. Evolución del gasto en I+D (% PIB, total) de la CAV por territorios y Urola Kosta (2016-2019) .....	7
Gráfico 5. Distribución de empresas por sectores de la comarca de Urola Kosta.....	10
Gráfico 6. Distribución de las empresas participantes del proyecto por sectores .....	10
Gráfico 7. Participación en el cuestionario.....	<b>Errorea! Laster-marka definitu gabe.</b>
Gráfico 8. Medios de realización de la encuesta.....	12
Gráfico 9. Actividades de Vigilancia del entorno.....	15
Gráfico 10. Identificación de fuentes de información.....	15
Gráfico 11. Fuentes de información más explotados.....	17
Gráfico 12. Responsable de fuentes de información .....	17
Gráfico 13. Responsable de RRSS .....	18
Gráfico 14. Hábito de vigilancia para informaciones clave .....	18
Gráfico 15. Procedimiento estructurado para búsqueda sistemática .....	19
Gráfico 16. Personas colaboradoras en la vigilancia tecnológica .....	19
Gráfico 17. Sistema o herramienta para automatizar la captación y filtrado de informaciones.....	20
Gráfico 18. Modo de compartir información .....	20
Gráfico 19. Informes o análisis periódicos para la difusión del entorno competitivo .....	21
Gráfico 20. Reuniones para el seguimiento del entorno competitivo .....	21
Gráfico 21. Comunicación de las novedades.....	22
Gráfico 22. Documento de reflexión .....	22
Gráfico 23. Identificación de preguntas clave para el futuro.....	23
Gráfico 24. Personas implicadas en la reflexión sobre el entorno competitivo .....	23
Gráfico 25. Hábitos de la dirección.....	24
Gráfico 26. Influencia del COVID-19 en la vigilancia tecnológica.....	24
Gráfico 27. Actividades de innovación .....	25

Gráfico 28. Tipo de innovación.....	25
Gráfico 29. Responsable de innovación .....	26
Gráfico 30. Derechos exclusivos.....	26
Gráfico 31. Inversiones en innovación .....	27
Gráfico 32. Importancia de las actividades de innovación.....	28
Gráfico 33. Proyecto de innovación en cooperación .....	29
Gráfico 34. Aspectos de mejora interna en la innovación .....	29
Gráfico 35. Interés en reforzar la vigilancia para la innovación.....	30
Gráfico 36. Interés en conocer fuentes y herramientas para la innovación y vigilancia ....	30
Gráfico 37. Ayudas para la innovación .....	31
Gráfico 38. Ayudas Horizon 2020 .....	31
Gráfico 39. Ayudas solicitadas por las empresas .....	32
Gráfico 40. Deducción fiscal por inversiones en I+D+i .....	32
Gráfico 41. Saber a cerca de ayudas o estímulos fiscales por innovación y vigilancia del mercado.....	33
Gráfico 42. Influencia del COVID-19 en la actividad de innovación.....	33
Gráfico 43. Ámbitos que requieren ayudas.....	34

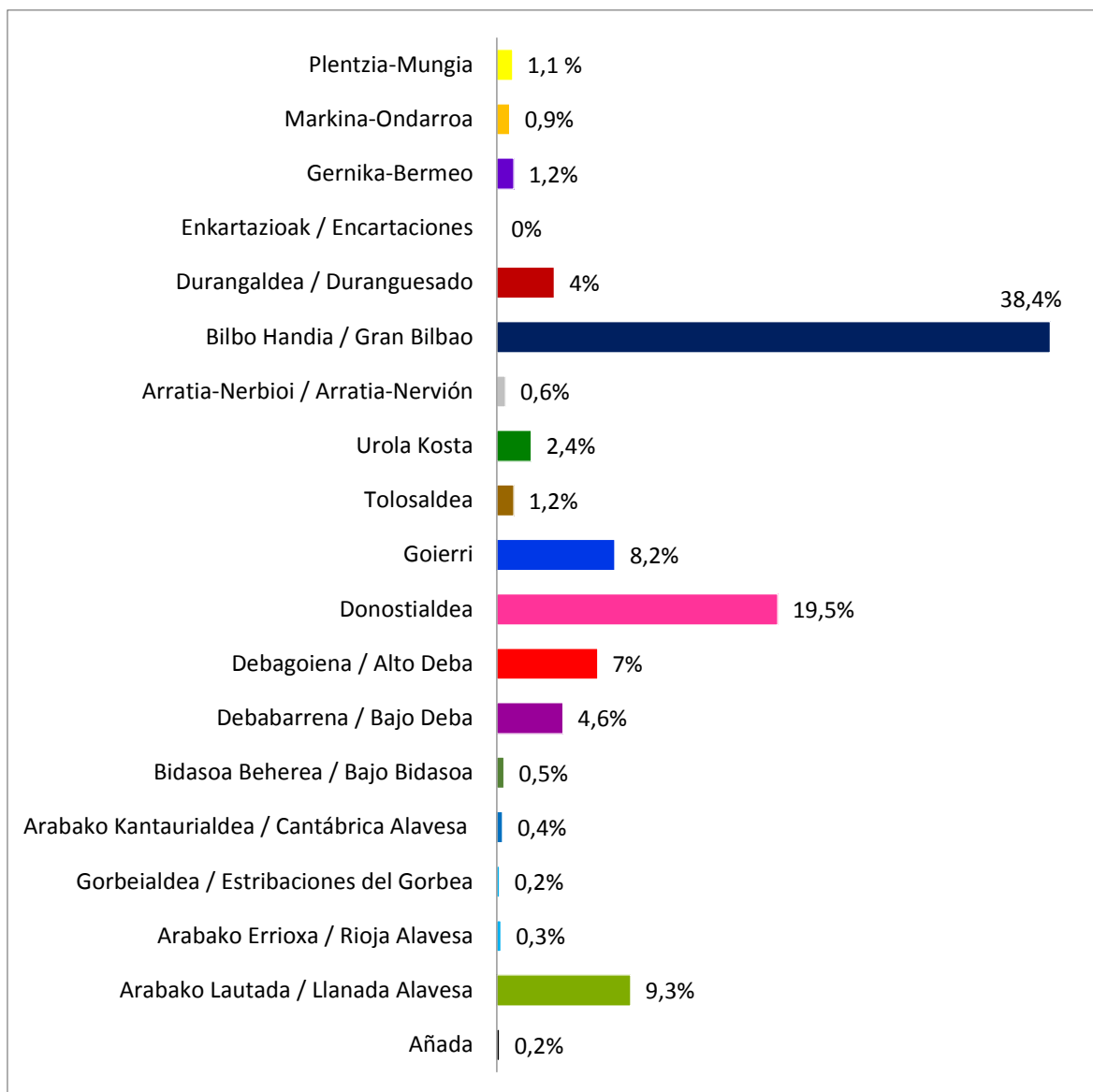
## 0. INTRODUCCIÓN. DATOS GENERALES

A continuación, se van a mostrar datos generales obtenidos todos por estudios realizados por EUSTAT en diferentes años, relacionados con los gastos en I+D en diferentes escenarios:

### 0.1. Gasto en I+D (% PIB, total) de la C.A. de Euskadi por comarcas en el 2019

En el gráfico que se muestra seguidamente se aprecia que la comarca con más gasto en I+D es Gran Bilbao con un porcentaje del 38,4% y Urola Kosta tiene un 2,4 %.

Gráfico 1. Gasto en I+D (% PIB, total) de la CAV y Urola Kosta en el 2019

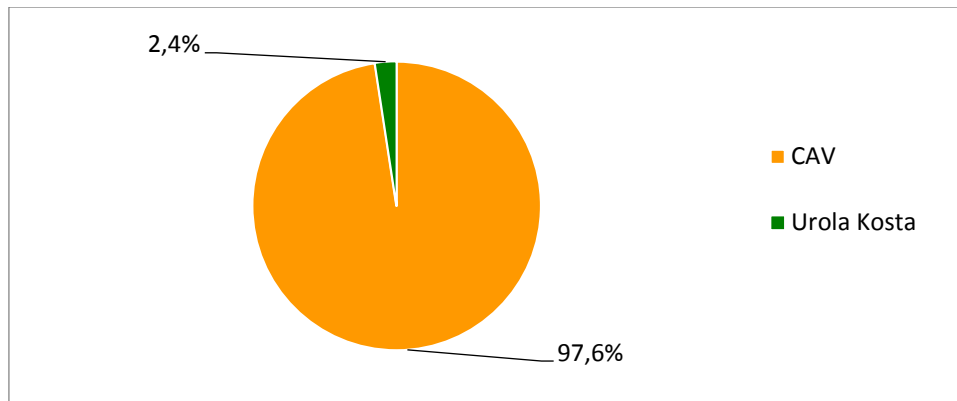


Fuente. EUSTAT

## 0.2. Gasto en I+D (% PIB, total) de la CAV y Urola Kosta en el 2019

El siguiente gráfico muestra la comparación de la inversión en I+D entre Urola Kosta y el resto de la CAV.

Gráfico 2. Relación entre la inversión en I+D entre CAV y Urola Kosta



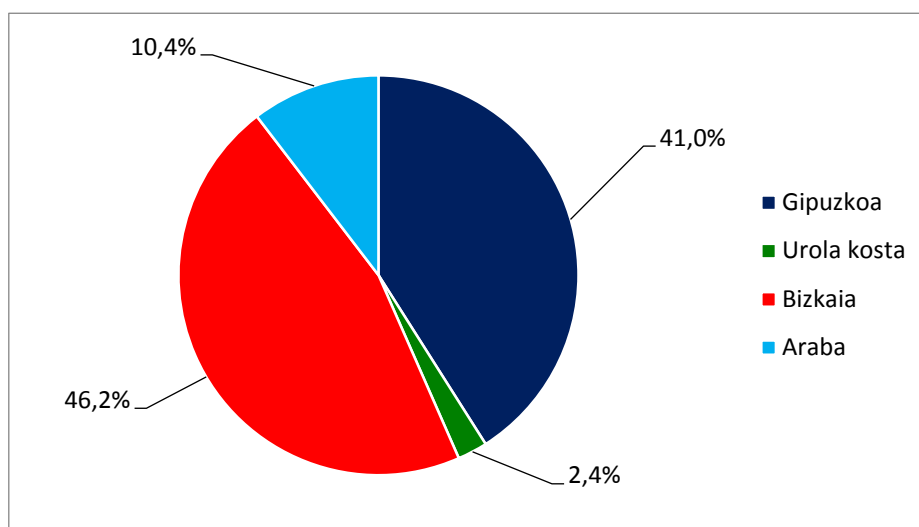
Fuente. EUSTAT

## 0.3. Gasto en I+D (% PIB, total) de la CAV por territorios y Urola Kosta en el 2019

El siguiente gráfico muestra la inversión en I+D desglosado por territorios de la C.A. de Euskadi, es decir, de Gipuzkoa, Bizkaia y Araba, las cuales se comparan con la inversión en I+D de la comarca de Urola Kosta.

Los datos de Gipuzkoa son del 41,0% Bizkaia un 46,2% y por último Araba con un 10,4%, en comparación con el 2,4 % de la comarca de Urola Kosta.

Gráfico 3. Gasto en I+D (% PIB) de la CAV por territorios y Urola Kosta en el 2019

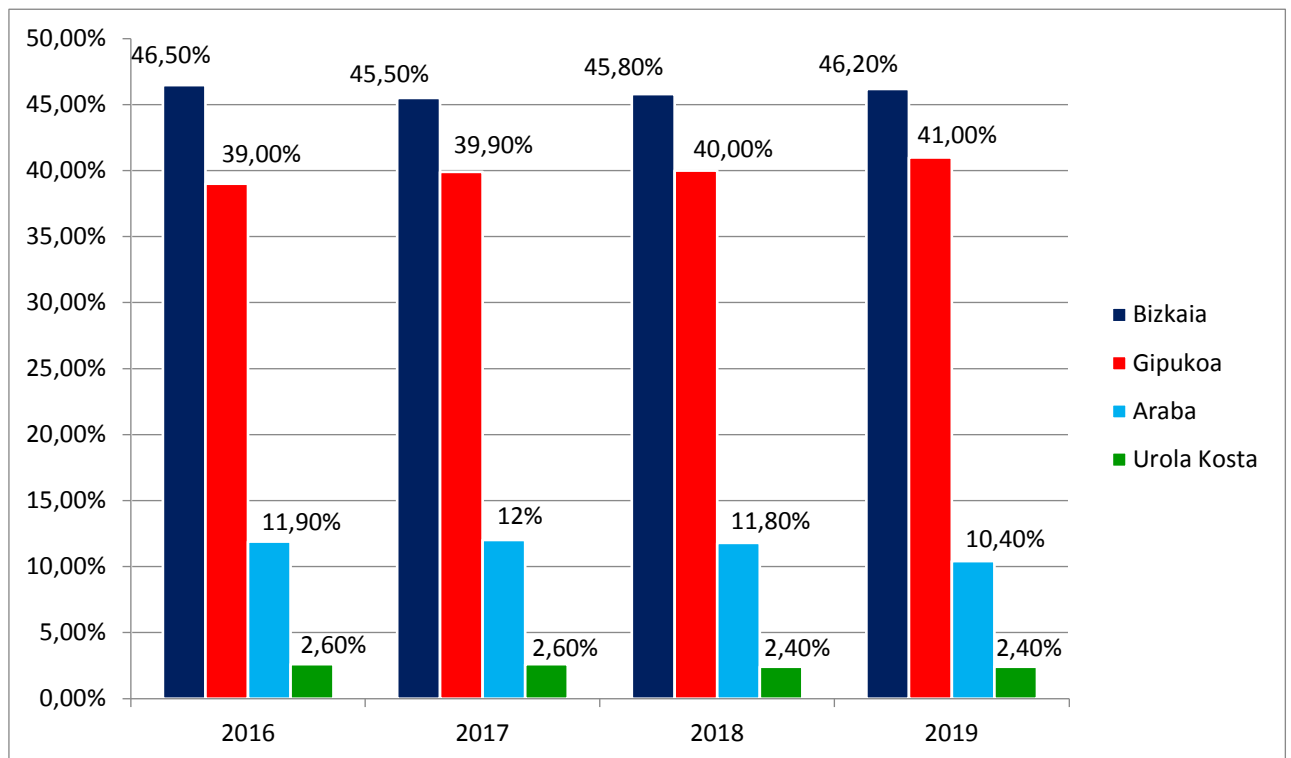


Fuente. EUSTAT

#### 0.4. Evolución del gasto en I+D (% PIB, total) de la CAV por territorios y Urola Kosta (2016-2019)

	2016	2017	2018	2019
<b>Araba</b>	11,90 %	12,00 %	11,80 %	10,40 %
<b>Bizkaia</b>	46,50 %	45,50 %	45,90 %	46,20 %
<b>Gipuzkoa</b>	39,00 %	39,90 %	40,00 %	41,00 %
<b>Urola Kosta</b>	2,60 %	2,60 %	2,40 %	2,40 %

Gráfico 4. Evolución del gasto en I+D (% PIB, total) de la CAV por territorios y Urola Kosta (2016-2019)



Fuente. EUSTAT

## 1. DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO DE MERCADO

---

### 1.1. Antecedentes

El presente informe tiene como objeto la presentación de los resultados y conclusiones del **Estudio de Mercado sobre la Vigilancia Tecnológica y la Inteligencia Competitiva** en cuanto a las empresas de la comarca de **Urola Kosta**.

Actualmente, en el entorno de la innovación se observan cambios muy frecuentes y destacables. La evolución de las nuevas tecnologías está pisando muy fuerte y por eso mismo, el mercado se tiene que ir adaptando de manera muy eficaz para no ralentizar los resultados.

Por ello, las empresas cada vez se están sumergiendo más en el proceso de **vigilancia tecnológica** o inteligencia competitiva, así como en la **investigación, desarrollo e innovación (I+D+i)**. El principal objetivo de la sociedad es avanzar, mejorar y obtener mejores resultados, por lo que para que las empresas no se queden atrás tienen que innovar y desarrollar la vigilancia.

Para minimizar el riesgo de no avanzar por la carencia ante la nueva tecnología, desde la **Mancomunidad de Urola Kosta** se ha puesto en marcha un estudio de mercado para conocer la información y herramientas que se están utilizando a día de hoy en las empresas de la comarca, para así poder identificar los casos de éxito en ambas áreas y compartir entre los demás participantes los resultados, de este modo se tiene intención de poder mejorar el posicionamiento de las empresas de la comarca de **Urola Kosta**.

Con la **vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva** se conseguirá adquirir mayor información y capacidad de análisis, compartir información, así como, desarrollar el plan más apropiado para hacer frente a las amenazas, aprovechar las oportunidades y toma de decisiones. **La investigación, desarrollo e innovación (I+D+i)**, en cambio, ayuda en el crecimiento del negocio, creación de empleo y mejora competitiva de las empresas.



A través de las preguntas formuladas a las empresas de la comarca de **Urola Kosta**, se ha conseguido realizar un estudio de mercado y dar respuesta a los objetivos que se plantearon inicialmente.

Los objetivos planteados inicialmente fueron los siguientes:

- **Conocer las herramientas** que utilizan las empresas de la comarca en el ámbito de la vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva.
- **Identificar fórmulas innovadoras** en torno a la innovación y vigilancia, así como las claves de gestión y casos de éxito para mostrarlos.
- **Enseñar los retos del futuro** en torno a la vigilancia tecnológica / inteligencia competitiva e investigación, desarrollo e innovación.

***Dar las gracias a las empresas participantes*** por su colaboración y participación en el estudio, tiempo y dedicación para realizar la encuesta.

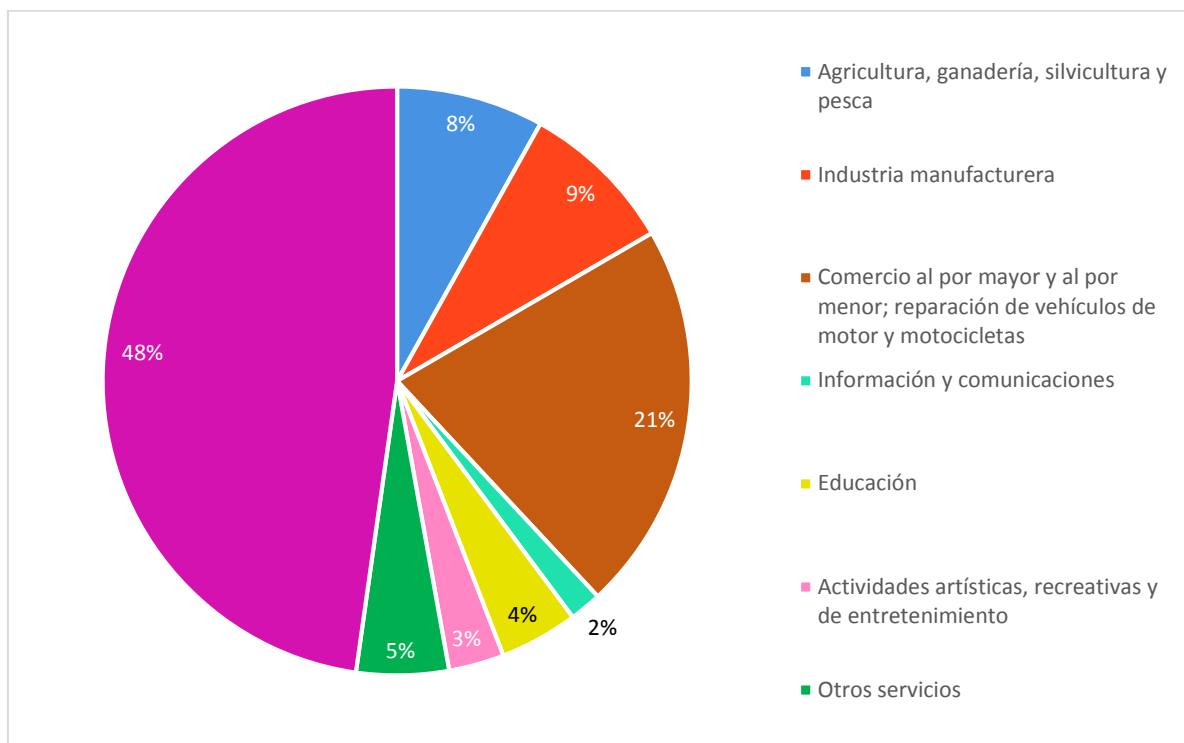
Con este estudio de mercado desde la **Mancomunidad de Urola Kosta** esperamos dar respuesta a los objetivos del proyecto, la **sensibilización y concienciación a las empresas y organizaciones** en este ámbito, **dar a conocer las diferentes herramientas y acciones** que se utilizan para trabajar y **mostrar todas las medidas oportunas** que se hayan identificado.

## ***1.2. Público objetivo del estudio***

El estudio de mercado realizado, está centrado en empresas que tienen **más de 10 trabajadores**. La base de datos de empresas se ha filtrado y segmentado por tipos de sectores. Una vez identificadas las empresas para el estudio, se les ha llamado para realizar un cuestionario con preguntas acerca de la **vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva y la investigación, desarrollo e innovación (I+D+i)** y de esta manera, poder conocer, qué postura toman en estos ámbitos.

En 2019, el desglose de empresas por tipos de sectores en **Urola Kosta** fue el siguiente:

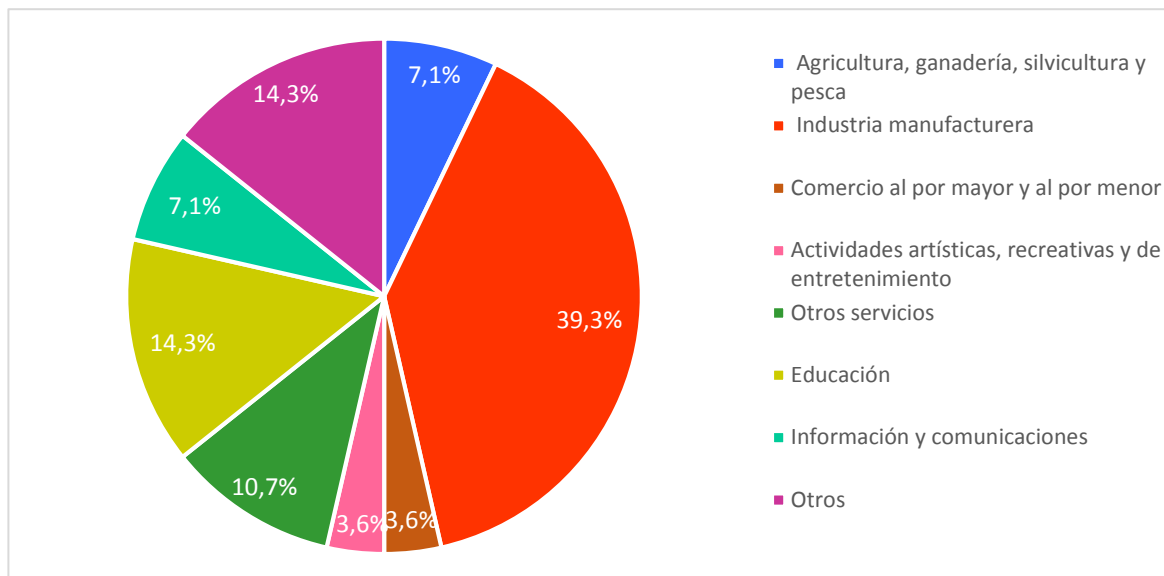
Gráfico 5. Distribución de empresas por sectores de la comarca de Urola Kosta



Fuente. Urola Kosta Udal Elkartea

Y el desglose por tipos de sectores, del presente estudio de mercado ha sido el siguiente:

Gráfico 6. Distribución de las empresas participantes del proyecto por sectores



Fuente. Fuente propia

### 1.3. Empresas que han realizado el cuestionario

Para la realización de este proyecto se han entrevistado 28 empresas de los diferentes sectores económicos.

### 1.4. Sectores de las empresas participantes

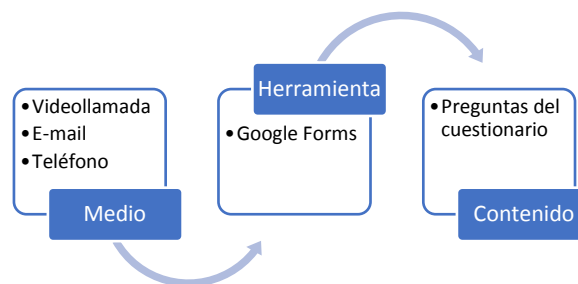
Estas son las empresas que han participado, agrupadas por sector al que pertenecen:

- ✓ Industria manufacturera (11 empresas).
- ✓ Educación (4 centros de formación).
- ✓ Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (2 empresas)
- ✓ Información y comunicaciones (2 empresas)
- ✓ Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento (1 empresa)
- ✓ Comercio al por mayor y al por menor (1 empresa)
- ✓ Otros servicios (3 empresas)
- ✓ Otros (4 empresas)

## 2. METODOLOGÍA

La metodología que se ha empleado en el presente proyecto, está basada en 3 puntos principales: *la herramienta* con el cual se ha realizado la encuesta, *el medio* a través del cual se ha hecho llegar la encuesta y *el contenido* propio de la encuesta.

Ilustración 1: Metodología



Fuente 1. Fuente propia

### 2.1. Medio

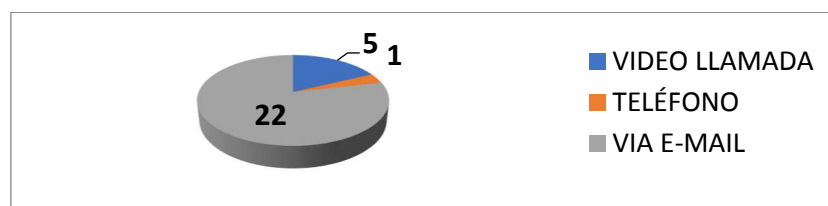
Por un lado, el cuestionario se ha publicado en la web oficial de la **Mancomunidad de Urola Kosta** para su difusión y comunicación a las empresas de la comarca y, además, se ha realizado un mailing a todos los asociados informando de la realización del estudio, mediante boletín **INFOKUE**. Por otro lado, el cuestionario se ha realizado mediante los siguientes 3 medios:

Reuniones online. Cuando la persona responsable no tenía tiempo y realmente le interesaba la temática se concertaba una cita directa para la realización de la videollamada y junto con esa persona, pregunta tras pregunta se comentaba la situación del ámbito tecnológico.

Telefónicamente. Si en el momento de la llamada se contactaba con la persona responsable, directamente a través de la llamada se le hacían las preguntas y en la misma entrevista se cumplimentaba el formulario paso a paso.

Vía e-mail. Generalmente, ésta ha sido la vía empleada por aquellas personas con las que no se ha podido conseguir ni un contacto telefónico, ni una reunión.

Gráfico 7. Medios de realización de la encuesta



Fuente 2. Fuente propia

## 2.2. Herramienta

La herramienta que se ha utilizado para realizar el cuestionario y analizar las respuestas, del presente informe de conclusiones ha sido **“Google Forms”**.

**“Google Forms”**, viene a ser un instrumento que aporta Google para visualizarse en cualquier explorador de Internet. Se pueden crear encuestas y/o formularios sencillos y muy eficientes que permite reunir la información que se desea de forma muy fácil. En este caso, la herramienta ha sido seleccionada por su facilidad de uso para el usuario y simplicidad para la elaboración del cuestionario. El cuestionario elaborado se ha realizado en dos idiomas, castellano y euskera, para que las empresas pudieran decidir completarlo en el idioma preferido. Se estimó una media aproximada de 10 minutos en la realización del cuestionario, a continuación, se puede ver el cuestionario en el siguiente link de acceso y puede consultar las preguntas en el ANEXO I.

[Enlace de acceso al cuestionario de UROLA KOSTA UDAL ELKARTEA](#)

## 2.3. Contenido

El cuestionario consta de 36 preguntas en total, divididas en 2 áreas principales, que son:

1. Vigilancia e inteligencia competitiva → Contiene 18 preguntas

## 2. Proceso de innovación → Contiene 18 preguntas

Con la **vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva** se obtiene mayor información y capacidad de análisis, compartir información, así como, desarrollar el plan más apropiado para hacer frente a las amenazas, aprovechar las oportunidades y toma de decisiones. Y con la **investigación, desarrollo e innovación (I+D+i)**, se ayuda en el crecimiento del negocio, creación de empleo y mejora competitiva de las empresas. Mediante este proyecto, se han querido analizar los siguientes aspectos:

- **Conocer las herramientas** que utilizan las empresas de la comarca en el ámbito de la vigilancia tecnológica e inteligencia competitiva.
- **Identificar fórmulas innovadoras** en torno a la innovación y vigilancia, así como las claves de gestión y casos de éxito para mostrarlos.
- **Enseñar los retos del futuro** en torno a la vigilancia tecnológica/inteligencia competitiva e investigación, desarrollo e innovación.

### 3. CONTENIDO DEL CUESTIONARIO

#### 3.1. Datos básicos de contacto

Lo primero de todo, al comienzo del cuestionario se le pide a cada una de las empresas los datos básicos:

- ✓ **Nombre de la empresa**
- ✓ **Sector de actividad**
- ✓ **Persona de contacto**
- ✓ **E-mail**
- ✓ **Teléfono**

#### 3.2. Preguntas del cuestionario

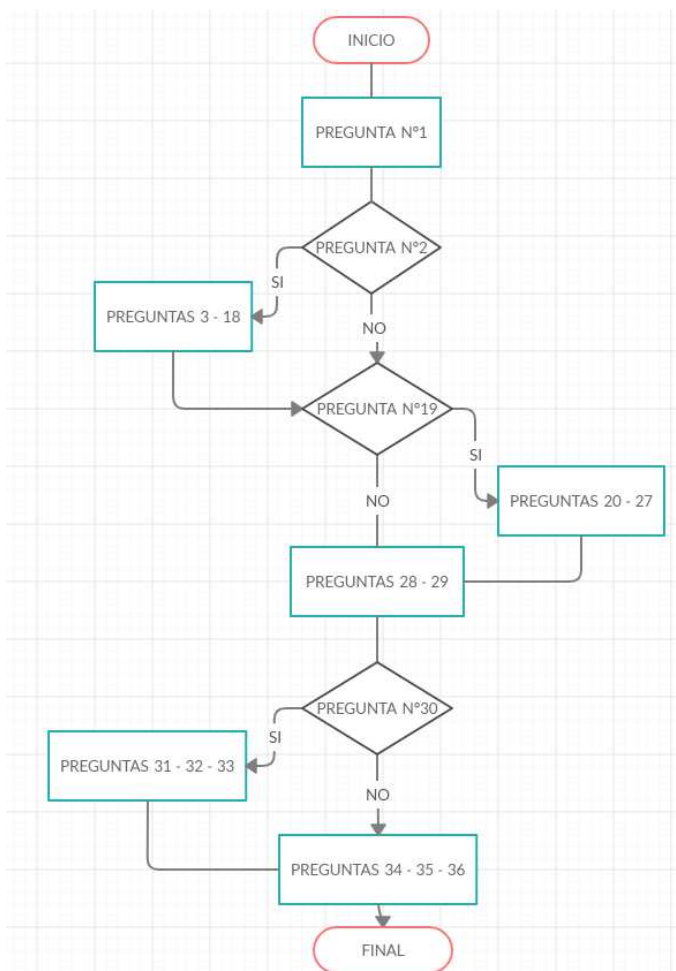
Como se ha mencionado, el cuestionario está dividido en dos partes:

**PREGUNTAS DEL 1 AL 18** (ambas inclusive), sobre el **PROCESO DE VIGILANCIA TECNOLÓGICA**.

**PREGUNTAS DEL 19 AL 36** (ambas inclusive), sobre el **PROCESO DE INNOVACIÓN**.

Todas y cada una de las preguntas, tal cual se han realizado en el cuestionario están adjuntas en el Anexo I del presente informe.

A modo de ofrecer una perspectiva general y visual del cuestionario, a continuación, se muestra un diagrama de flujo que sigue el cuestionario:

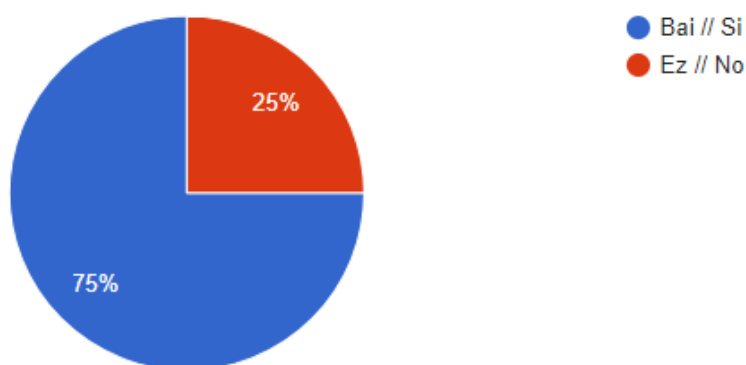


## 4. RESULTADO POR PREGUNTA

### 4.1. Preguntas sobre el proceso de vigilancia tecnológica.

1. ¿En los últimos 3 años (antes del COVID-19) ha realizado en su organización actividades de Vigilancia del entorno competitivo, clientes, proveedores, nuevas tecnologías, productos, servicios o procesos?

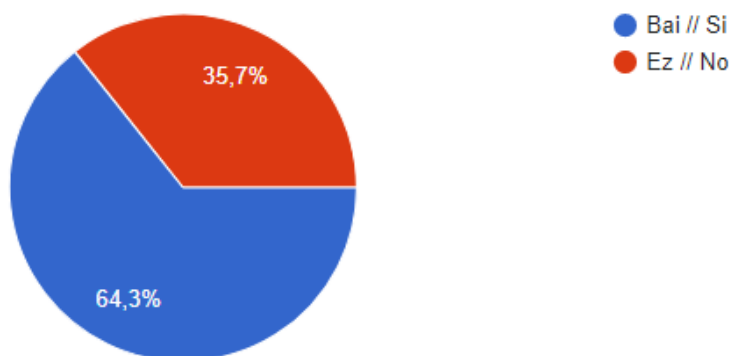
Gráfico 8. Actividades de Vigilancia del entorno



Fuente. Fuente propia

2. ¿Ha identificado las mejores fuentes de información para su empresa?

Gráfico 9. Identificación de fuentes de información



Fuente. Fuente propia

Entre los 28 participantes, fueron 10 los que contestaron NO a la presente pregunta. Es por eso, que en las preguntas de ahora en adelante hasta la pregunta N°18 serán 18 participantes los que contesten a las preguntas.

### 3. ¿Cuáles son las fuentes de información que explota con más frecuencia? (máx.5)

Tabla 1. Fuentes de información explotadas

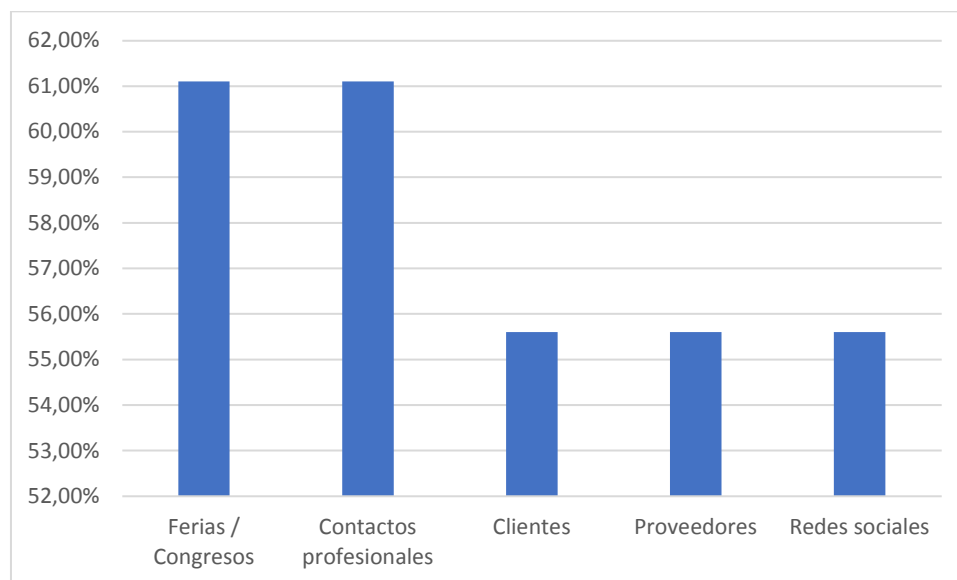
Fuente de información	N.º de empresas que la explotan	Porcentaje
Ferias / Congresos	11	61,1%
Revistas sectoriales	9	50%
Contactos profesionales	11	61,1%
Clientes	10	55,6%
Proveedores	10	55,6%
Patentes	2	11,1%
Publicaciones científicas	4	22,2%
Base de datos	2	11,1%
Universidades	1	5,6%
Centros tecnológicos	5	27,8%
Organismos públicos	5	27,8%
Sitios web	9	50%
Consultores	3	16,7%
Artículos técnicos / Tesis	2	11,1%
Asociaciones	4	22,2%
Redes sociales	10	55,6%

Fuente. Fuente propia



En el siguiente gráfico, se muestran las 5 fuentes más explotadas por los participantes:

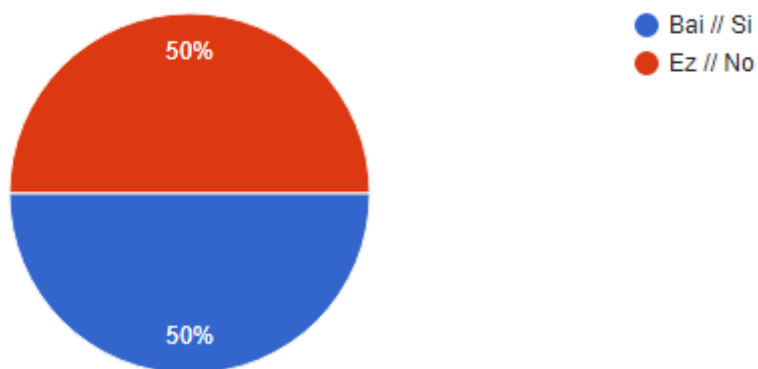
Gráfico 10. Fuentes de información más explotadas



Fuente. Fuente propia

#### 4. ¿Hay un responsable de la explotación de fuentes de información especializadas?

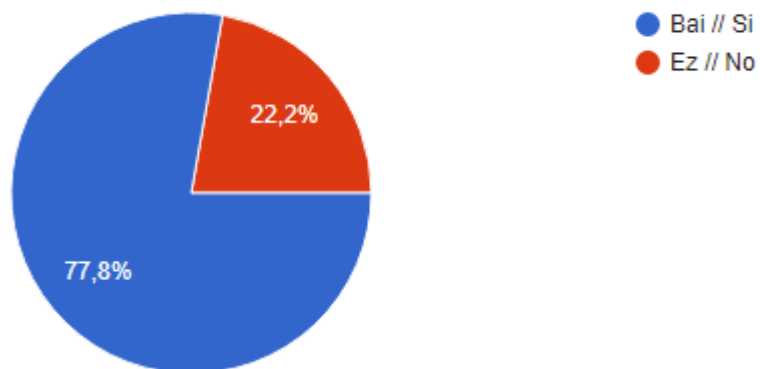
Gráfico 11. Responsable de fuentes de información



Fuente. Fuente propia

5. *¿Hay un responsable de la explotación de las redes sociales?*

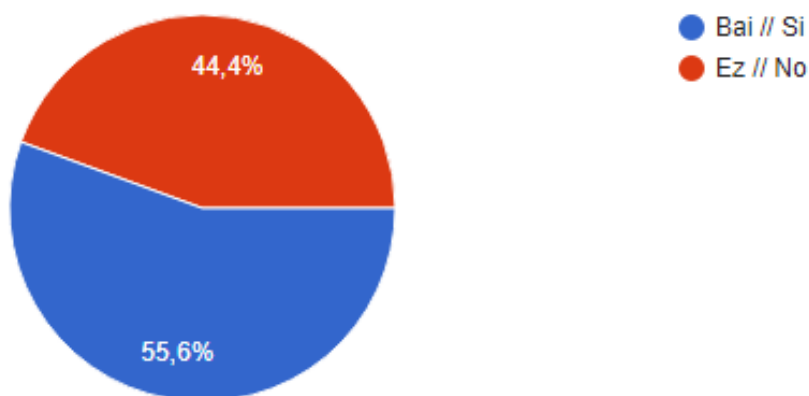
Gráfico 12. Responsable de RRSS



Fuente. Fuente propia

6. *¿Tienen hábito de vigilar o buscar ciertas informaciones clave de modo sistemático?*

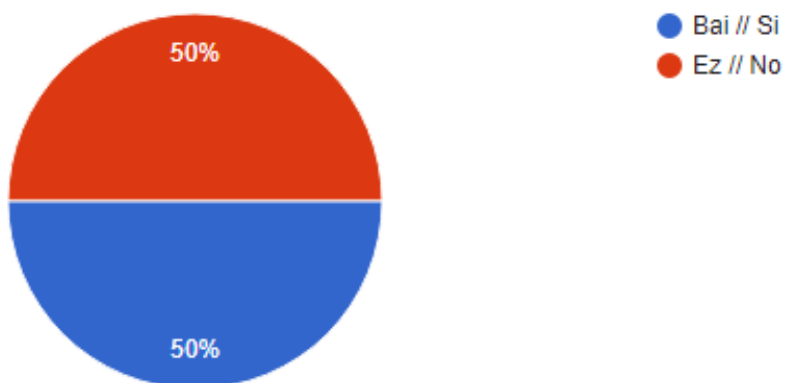
Gráfico 13. Hábito de vigilancia para informaciones clave



Fuente. Fuente propia

7. *¿Tienen un procedimiento estructurado para buscar sistemáticamente ciertas informaciones clave?*

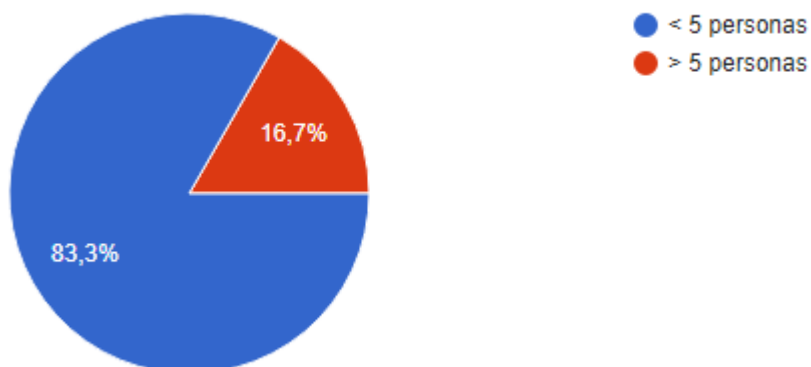
Gráfico 14. Procedimiento estructurado para búsqueda sistemática



Fuente. Fuente propia

8. *¿Cuántas personas colaboran en la vigilancia del entorno competitivo?*

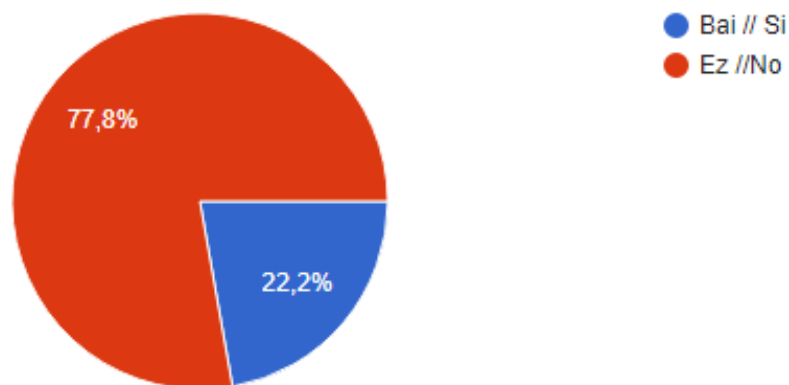
Gráfico 15. Personas colaboradoras en la vigilancia tecnológica



Fuente. Fuente propia

9. *¿Dispone de algún sistema o herramienta para automatizar la captación y filtrado de informaciones del entorno competitivo?*

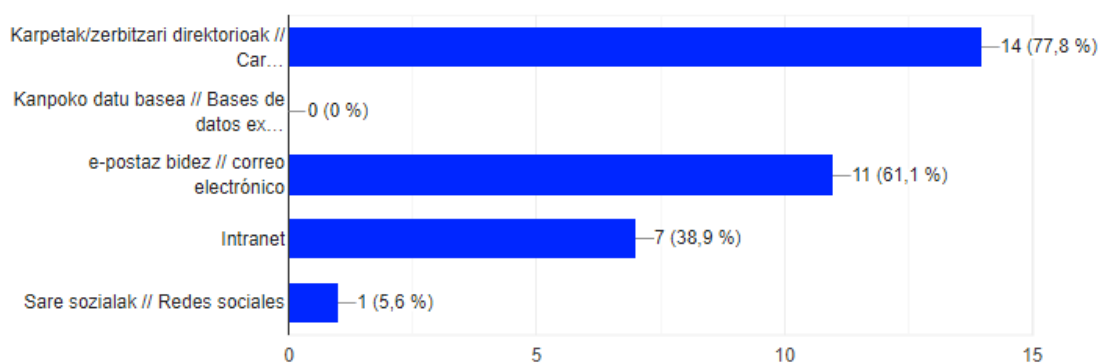
Gráfico 16. Sistema o herramienta para automatizar la captación y filtrado de informaciones



Fuente. Fuente propia

10. *¿Cómo comparte la información dentro de la organización?*

Gráfico 17. Modo de compartir información

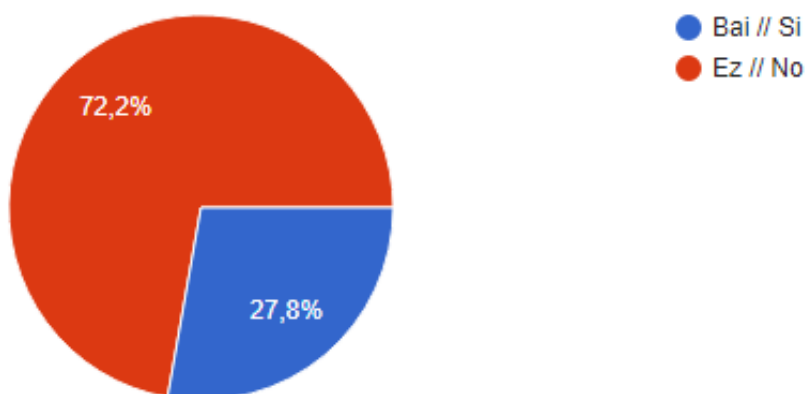


Fuente. Fuente propia

Como se puede apreciar en el anterior gráfico, el modo más utilizado por los participantes son las carpetas, los servidores directorios, etc. A diferencia de que ninguno de los participantes utiliza una base de datos externa para compartir información dentro de su organización.

11. ¿Realizan algún tipo de informes o análisis periódico para su difusión del entorno competitivo?

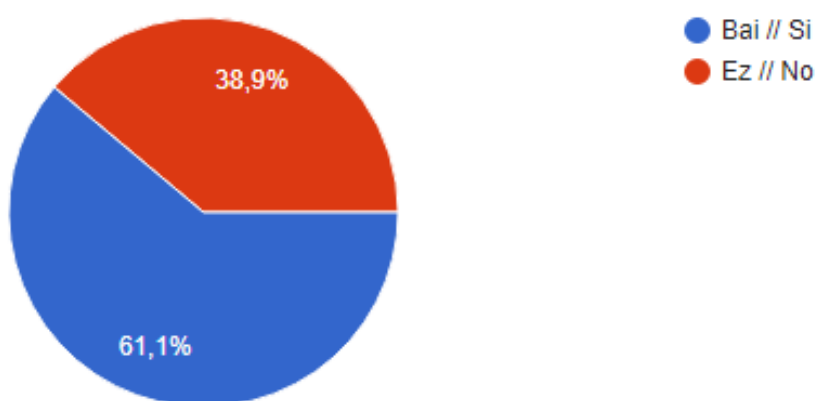
Gráfico 18. Informes o análisis periódicos para la difusión del entorno competitivo



Fuente. Fuente propia

12. ¿Realizan algún tipo de reuniones para el seguimiento periódico del entorno competitivo?

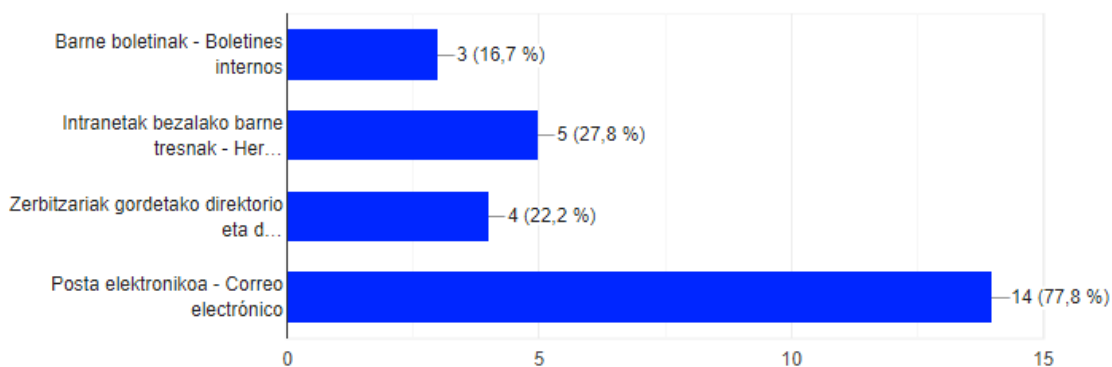
Gráfico 19. Reuniones para el seguimiento del entorno competitivo



Fuente. Fuente propia

### 13. ¿Cómo se comunican las novedades sobre el entorno competitivo?

Gráfico 20. Comunicación de las novedades

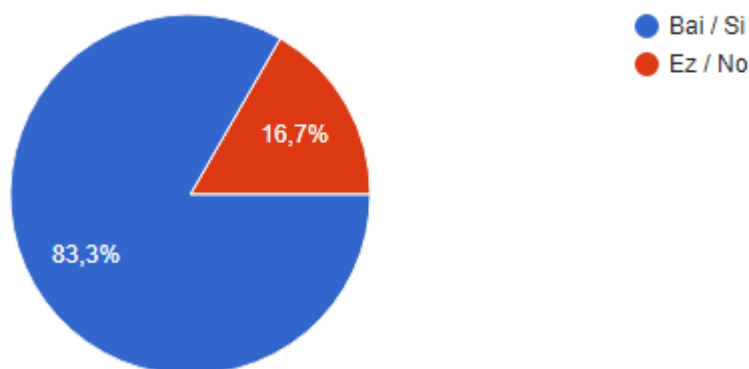


Fuente. Fuente propia

La herramienta más explotada por los participantes para la comunicación de las novedades sobre el entorno competitivo es con diferencia el correo electrónico. Las restantes tres opciones: **boletines internos, herramientas como el intranet o directorios guardados en el servidor**, no muestran gran diferencia en su porcentaje de utilización.

### 14. ¿Dispone de algún documento de reflexión estratégica que muestre la evolución y los principales retos de futuro de su empresa?

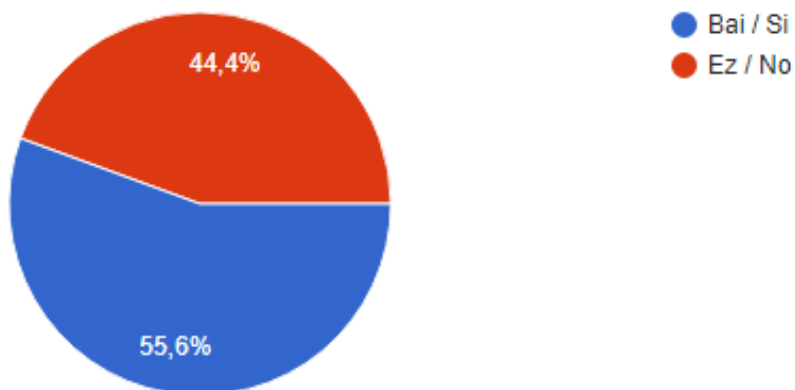
Gráfico 21. Documento de reflexión



Fuente. Fuente propia

15. *¿Ha identificado las preguntas clave de futuro que debería monitorizar para lograr sus retos?*

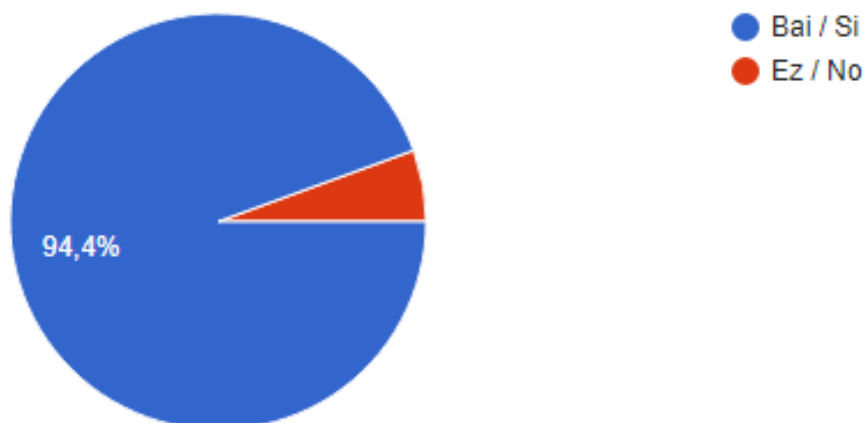
Gráfico 22. Identificación de preguntas clave para el futuro



Fuente. Fuente propia

16. *¿Hay personas implicadas en la reflexión sobre el entorno competitivo?*

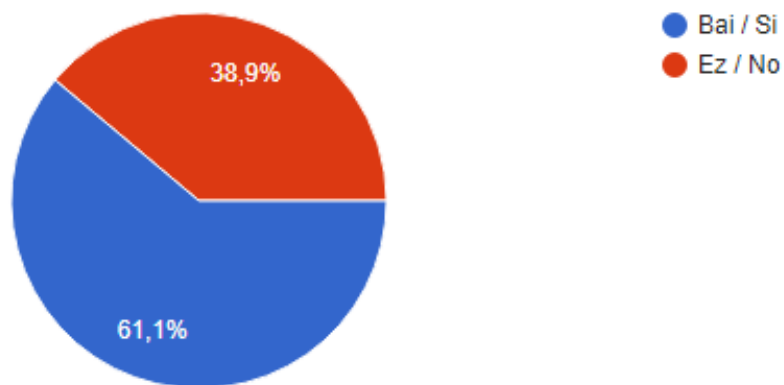
Gráfico 23. Personas implicadas en la reflexión sobre el entorno competitivo



Fuente. Fuente propia

17. ¿La dirección tiene el hábito de hacer o pedir una investigación/informe antes de concretar negociaciones o acuerdos?

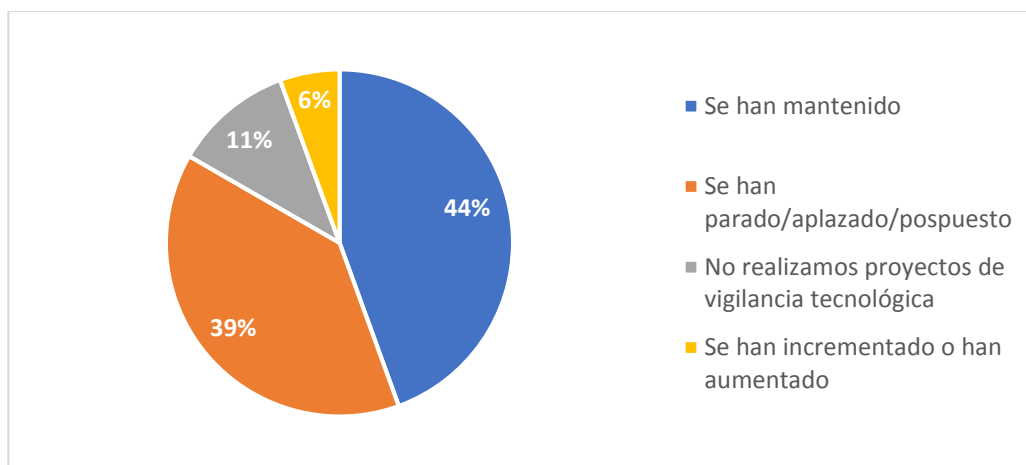
Gráfico 24. Hábitos de la dirección



Fuente. Fuente propia

18. ¿En qué medida ha influenciado el COVID-19 en su actividad para abordar proyectos de vigilancia tecnológica?

Gráfico 25. Influencia del COVID-19 en la vigilancia tecnológica



Fuente. Fuente propia

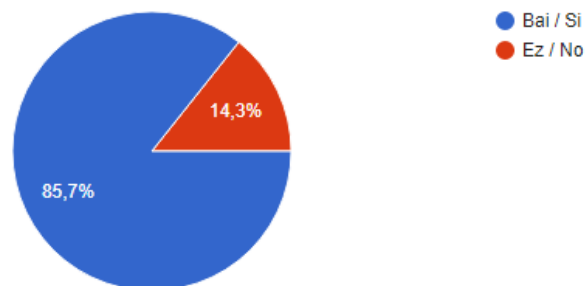
Para analizar la influencia que ha podido causar la crisis generada por el COVID-19 el seguimiento de la vigilancia tecnológica en las empresas se ha planteado la anterior pregunta. La mayoría dice que siguen manteniendo la actividad, y sin embargo, el 38,9% dice haber parado/aplazado/pospuesto la actividad. Por otra parte, el 11,1% dice no realizar proyecto de vigilancia tecnológica.



## 4.2. Preguntas sobre el proceso de la innovación

19. ¿En los últimos 3 años (antes del COVID-19) ha realizado en su organización actividades de innovación como desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos?

Gráfico 26. Actividades de innovación

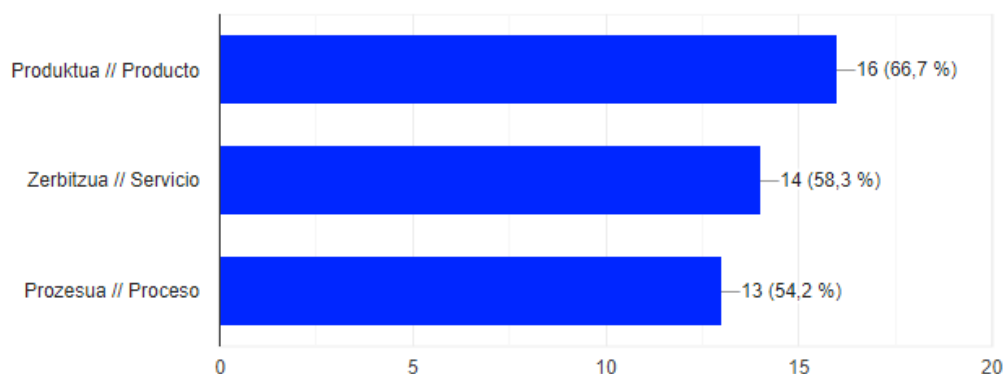


Fuente. Fuente propia

Entre los 28 participantes, fueron 4 los que contestaron NO a la presente pregunta. Es por eso, que en las preguntas de ahora en adelante hasta la pregunta N°36 serán 24 participantes los que contesten a las preguntas.

20. En caso afirmativo. ¿Qué tipo de innovación

Gráfico 27. Tipo de innovación

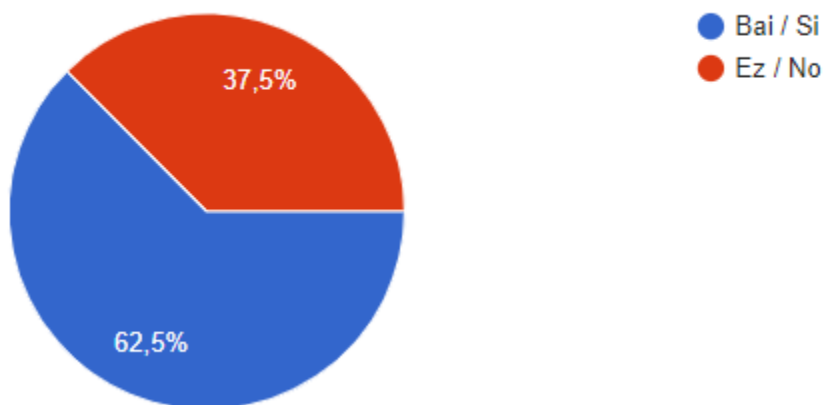


Fuente. Fuente propia

Entre las tres posibles respuestas no se muestra gran diferencia. Aunque, el tipo de innovación que más practican los participantes es en el producto, el 66,7%. Por otro lado, el tipo de innovación menos empleado es en el proceso con un 54,2%. Por último, está la innovación en el servicio, el cual lo emplean el 58,3% de los participantes del proyecto.

21. *¿Tiene su empresa un responsable para gestionar la innovación o I+D+i?*

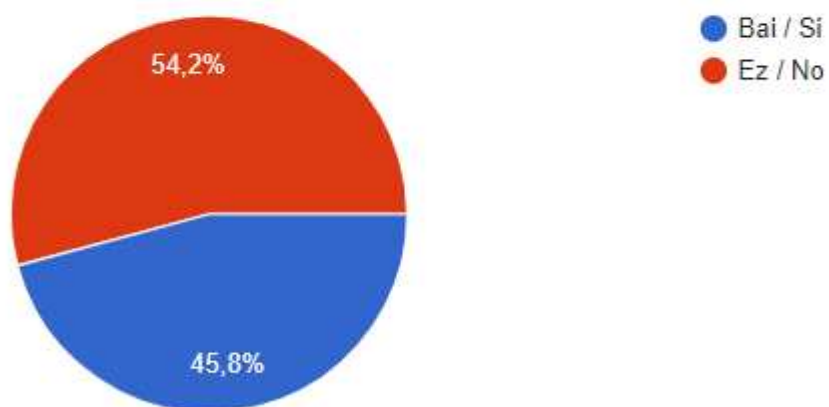
Gráfico 28. Responsable de innovación



Fuente. Fuente propia

22. *¿Realiza patentes, marcas, modelos industriales o derechos de diseños industriales?*

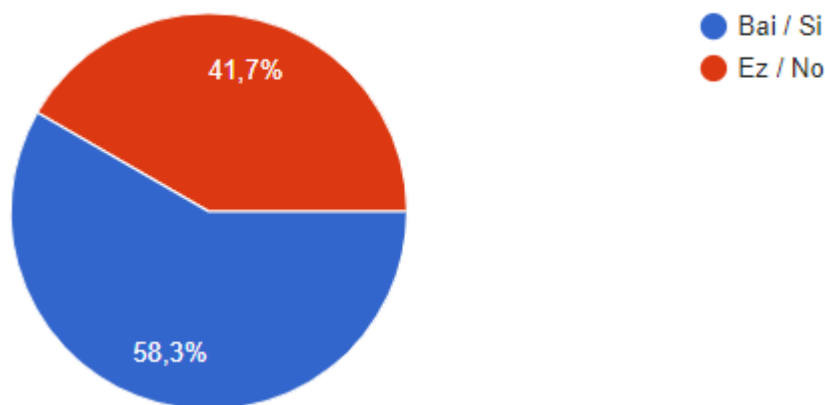
Gráfico 29. Derechos exclusivos



Fuente. Fuente propia

23. *¿Dedica un porcentaje del presupuesto anual a las inversiones anuales a actividades de I+D+i?*

Gráfico 30. Inversiones en innovación



Fuente. Fuente propia

24. *¿Cómo gestiona y controla internamente el conocimiento de la innovación en su organización?*

Esta pregunta era abierta para que las empresas contaran desde su propia experiencia como gestionan y controlan internamente el conocimiento que tienen sobre la innovación en sus empresas.

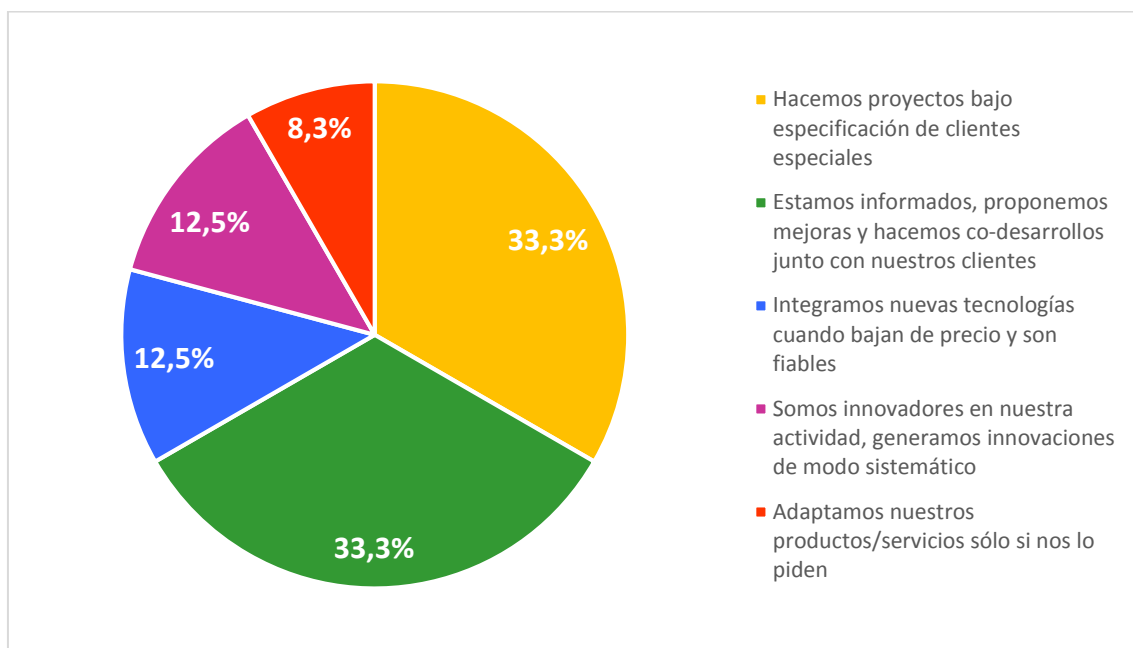
A continuación, se citan las respuestas que dieron las compañías:

- *Poniendo en común la información interna con reuniones. Se comparte y se guarda de forma interna.*
- *Mediante reuniones.*
- *Realizando cierres de proyectos.*
- *Conocimiento directo del mercado con comerciales. Ferias y redes sociales.*
- *El responsable se informa y lo comunica al resto de los interesados.*
- *En la medida que se puede, se analiza la información que se recibe y se archiva de las fuentes de información (Ferias, revistas, correo electrónico) y se difunde internamente en reuniones al resto de la organización.*
- *No se controla*
- *Mediante nuestro ERP*
- *El conocimiento se registra en instrucciones y protocolos de fabricación. Existe también un listado donde se registra el conocimiento. Sin embargo, no existe una sistemática para gestionar toda la información. Sigue existiendo conocimiento en la empresa que no está recogido en ningún sitio.*
- *Mediante el Plan Anual que recoge las acciones y cronograma de las mismas.*
- *Grupos de mejora internos mensuales*

- Realizando encuestas internas
- Tenemos un departamento de I+D, continua mejora de procesos y generamos nuevos productos.
- Con reuniones periódicas
- Procedimiento de acuerdo a UNE 166002:2014.
- Se recopila toda la información del proyecto.
- Queda documentado y comparte
- Intranet
- Hay un grupo de innovación y dentro de éste, tres subgrupos: grupo de observación, grupo de proyecto y grupo de explotación.
- Investigación. Gran importancia de la formación y las comunicaciones.
- No se gestiona formalmente
- Se hacen reuniones de Nuevos Productos, la cual la forman diferentes departamentos.
- Mediante responsables de producto y directores de fabricación
- No se realiza un control

## 25. Valore la importancia para su empresa de las actividades de innovación

Gráfico 31. Importancia de las actividades de innovación

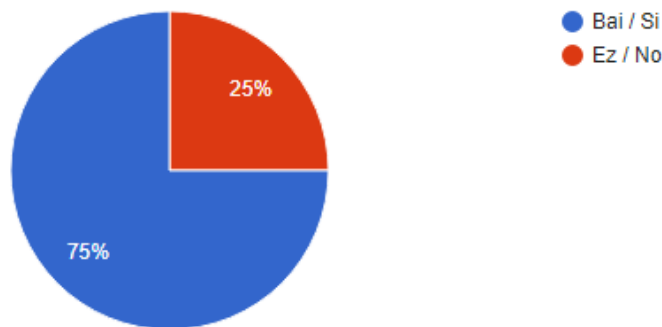


Fuente. Fuente propia

Entre las actividades de innovación que más valoran los participantes del proyecto están al mismo nivel “hacer proyectos bajo especificación de clientes especiales” y “estar informado, proponer mejoras y hacer co-desarrollos junto con los clientes”. Como segunda opción también están niveladas las opciones de “integrar nuevas tecnologías cuando bajan los precios y sean fiables” y “ser innovadores en la actividad, generar innovaciones de modo sistemático”. Finalmente, la opción “adaptar los productos/servicios sólo si se pide” lo ha elegido el 8,3% de los participantes.

## 26. ¿Ha participado su empresa en algún proyecto de innovación en cooperación?

Gráfico 32. Proyecto de innovación en cooperación



Fuente. Fuente propia

## 27. En qué aspectos cree que puede mejorar su empresa en innovación

Gráfico 33. Aspectos de mejora interna en la innovación

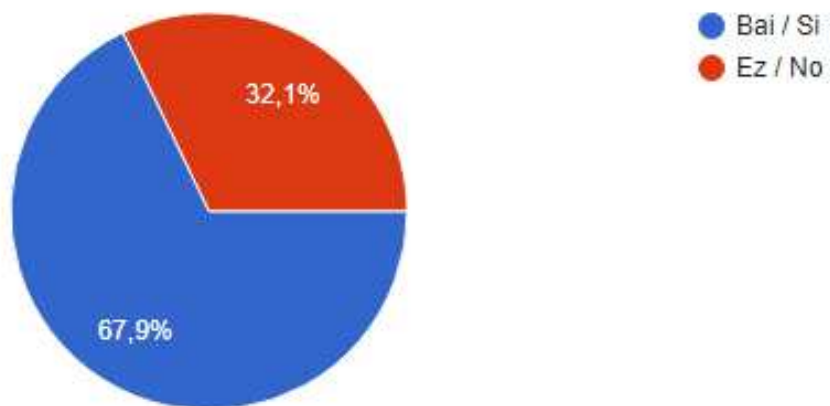


Fuente. Fuente propia

La mayoría – 41,7% - de los participantes (24 respuestas) cree que podría mejorar su empresa en innovación *desarrollando nuevos productos o mejorando los actuales*. Por otra parte, la opción menos concurrida es la de “*dedicar recursos a la I+D+i*” sólo con un 12,5% de las votaciones.

28. ¿Le interesa reforzar la Vigilancia del mercado como base para la innovación?

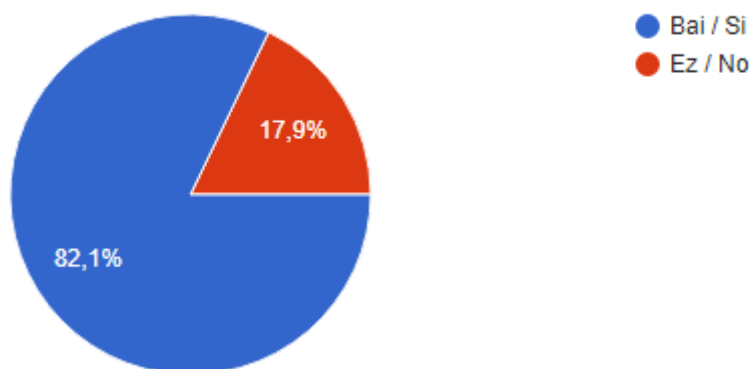
Gráfico 34. Interés en reforzar la vigilancia para la innovación



Fuente. Fuente propia

29. ¿Le interesa conocer fuentes y herramientas para la innovación y vigilancia del entorno competitivo?

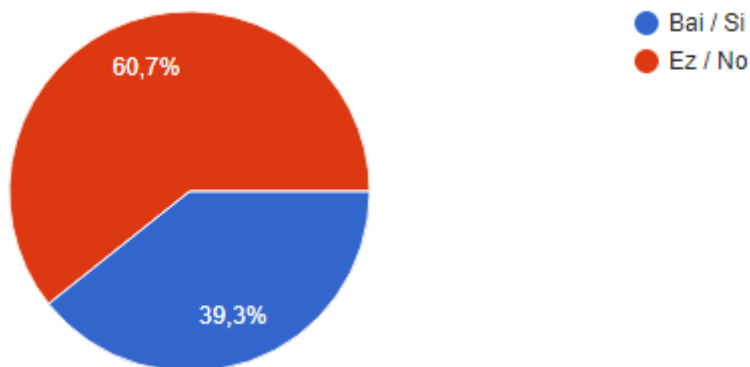
Gráfico 35. Interés en conocer fuentes y herramientas para la innovación y vigilancia



Fuente. Fuente propia

30. ¿Ha solicitado ayudas para la innovación en su empresa?

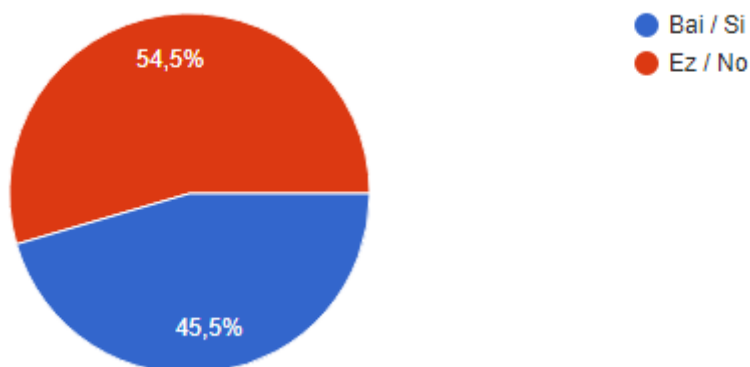
Gráfico 36. Ayudas para la innovación



Fuente. Fuente propia

31. ¿Ha solicitado ayudas o conoce los programas de ayudas europeos como el Horizon 2020?

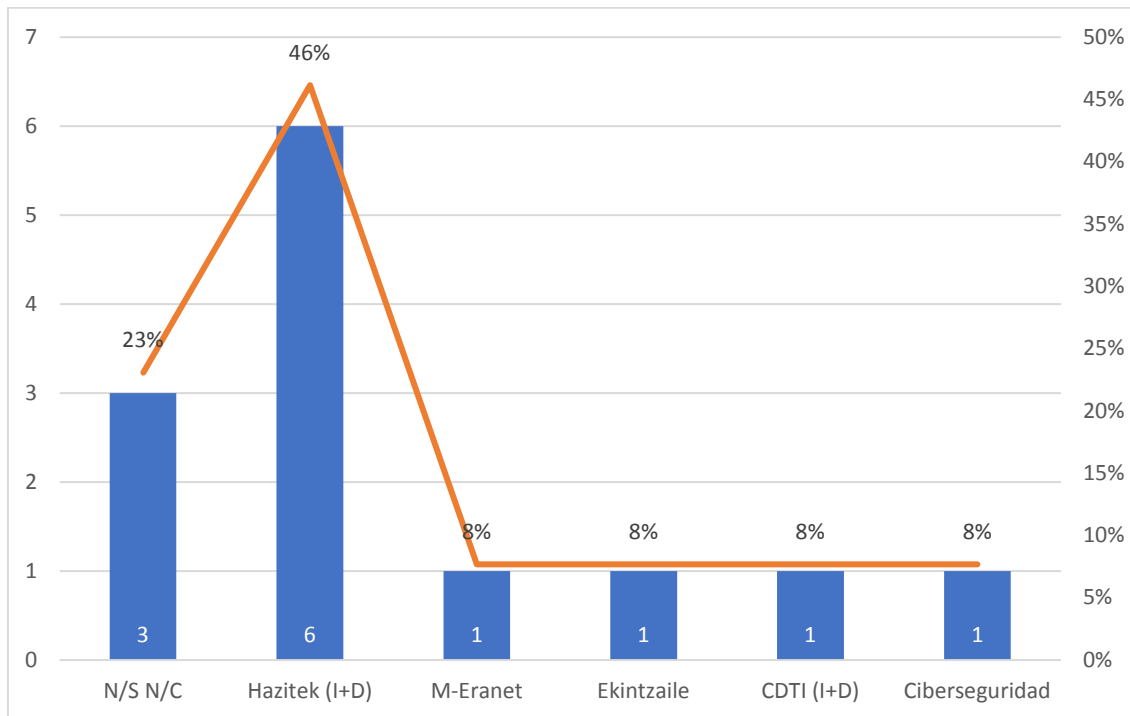
Gráfico 37. Ayudas Horizon 2020



Fuente. Fuente propia

### 32. ¿Recuerda el nombre de las ayudas solicitadas?

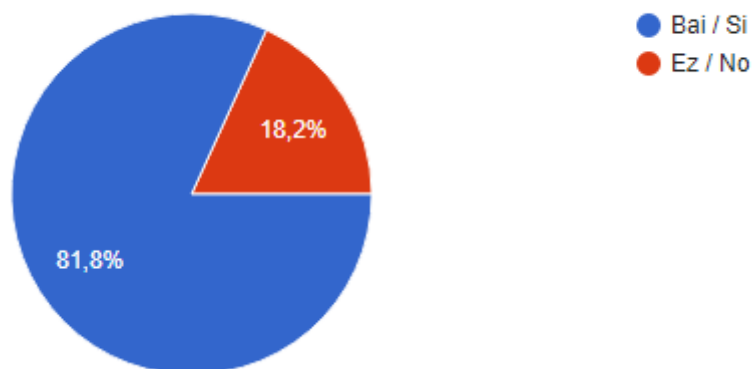
Gráfico 38. Ayudas solicitadas por las empresas



Fuente. Fuente propia

### 33. ¿Ha solicitado deducciones fiscales para su empresa por inversiones en I+D o Innovación Tecnológica?

Gráfico 39. Deducción fiscal por inversiones en I+D+i

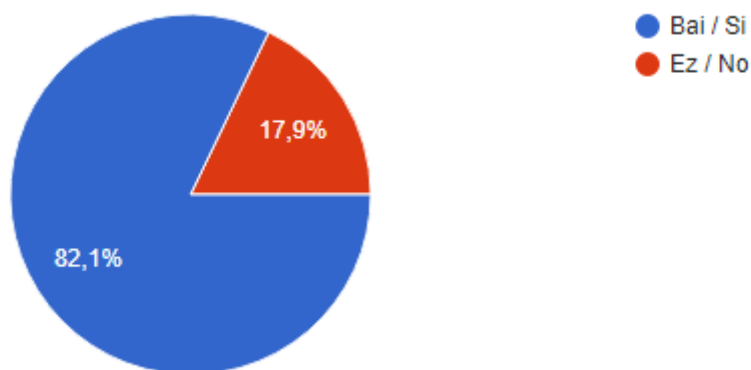


Fuente. Fuente propia



34. ¿Le interesa conocer ayudas o estímulos fiscales por la innovación y Vigilancia del mercado?

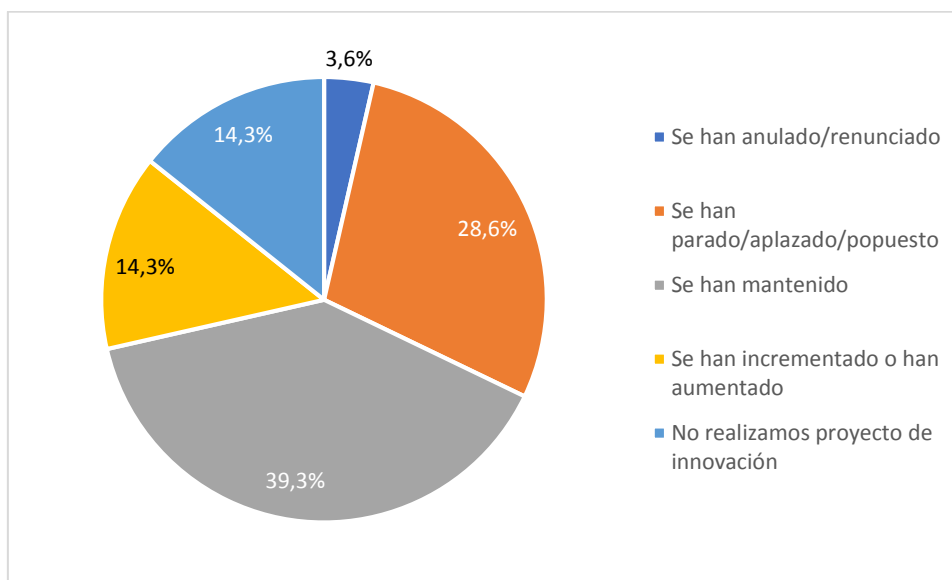
Gráfico 40. Saber a cerca de ayudas o estímulos fiscales por innovación y vigilancia del mercado



Fuente. Fuente propia

35. ¿En qué medida ha influenciado el CODIV-19 en su actividad para abordar proyectos de innovación?

Gráfico 41. Influencia del COVID-19 en la actividad de innovación

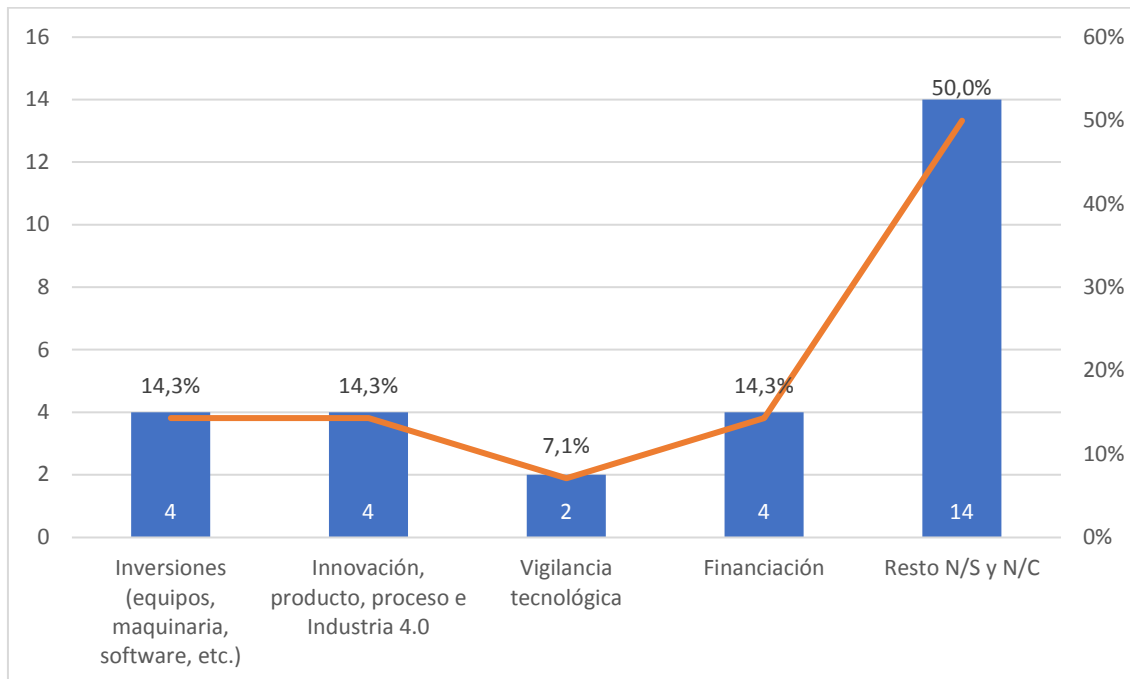


Fuente 3. Fuente propia

La mayoría de los participantes en el cuestionario, el 39,3%, ha mantenido la actividad en los proyectos de innovación. Sin embargo, es relevante, que el 28,6% de los encuestados ha tenido que parar/aplazar/posponer su actividad en proyectos de innovación.

### 36. Menciona brevemente en que ámbito necesitarías ayuda

Gráfico 42. Ámbitos que requieren ayudas



Fuente. Fuente propia

## 5. CONCLUSIONES

---

### 5.1. *Sobre la participación*

En general, las empresas han estado participativas para realizar la encuesta, y con una actitud positiva y constructiva, más aun, dada la situación provocada por el coronavirus.

### 5.2. *Sobre el proceso de vigilancia tecnológica*

Un alto porcentaje de las empresas de 20-250 empleados (75%) manifiesta que ***en los últimos 3 años han realizado actividades de vigilancia y análisis del entorno competitivo, tecnológico, etc.*** Este dato indica que los responsables de estas empresas dedican tiempo y esfuerzo para estar al día y por tanto su actitud es positiva, es decir, que hay un buen escenario de base sobre el que trabajar.

Por otra parte, el 50% de los participantes confiesa tener una persona encargada a la vigilancia tecnológica, el cual significa que muchas de las empresas son conscientes de la importancia que tiene este aspecto.

***En cuanto a las fuentes de información*** que las empresas explotan, el 36% de ellas no ha identificado *las mejores fuentes de información*, el cual es un dato significativo de lo poco que se vigila el mercado en este tamaño de organizaciones. Por otra parte, las empresas que han identificado *las mejores fuentes de información* para ellos, han utilizado las menos relevantes, es decir, son las que menos información de valor añadido aportan. Si no se usan fuentes contrastadas, la cantidad y calidad de los resultados será muy diferente y dará lugar al fenómeno de intoxicación y se concluirá que la actividad de vigilancia no merece la pena.

Además, se evidencia que la mayor parte de las fuentes de información son informales (personas): ferias, contactos, clientes, proveedores y redes sociales. Las personas pueden emitir informaciones parciales e interesadas. Sin embargo, las fuentes formales (patentes y bases de datos), mucho más neutras y profesionales, sólo son utilizadas por una minoría. Este escenario acentúa el "ruido" y puede generar confusión en lugar de aclarar.

En cuanto a la mitad de las empresas participantes dice no tener **personas dedicadas a la vigilancia tecnológica y**, además, dice no tener un procedimiento estructurado para buscar información. Lo cual significa que podría tratarse de pérdidas de identificación de oportunidades.

Mientras tanto, hay un 77,8% de empresas que tienen un responsable para la explotación de las redes sociales, lo que indica que se hace un mayor esfuerzo en vigilar la imagen propia que en investigar lo que ocurre en el entorno.

Por otro lado, sólo el 50% de las empresas tienen un **procedimiento estructurado para esta actividad**. Y sólo el 22% tienen alguna herramienta para automatizar y soportar este proceso. De nuevo, esto acentúa la informalidad y reduce la efectividad y eficiencia del proceso de vigilancia.

Sólo un 27,8% **realizan algún tipo de análisis y los difunden en su organización**. La mayor parte de las veces (78%) se difunden noticias de modo puntual por correo electrónico y en menor medida (39%) las informaciones se comparten en las reuniones.

Sólo en un 17% de los casos, la gerencia **ha redactado algún tipo de documento de reflexión estratégica** incluyendo los principales retos de futuro de su organización, aunque un 55% de las empresas sí han identificado las preguntas clave de futuro a monitorizar. Este elemento es fundamental para que la vigilancia tenga un punto de partida sólido. Si no hay una reflexión clara y compartida sobre el entorno competitivo, nunca será posible defender ni argumentar por qué dedicar esfuerzos a vigilar dicho entorno.

Finalmente, se constata de nuevo que la gerencia sí **está sensibilizada con la necesidad de obtener información de buena calidad antes de tomar decisiones importantes**, pero la realidad indica que los esfuerzos que hace no son suficientes por la falta de un procedimiento y de herramientas que, convenientemente configuradas, apoyen su ejecución sistemática.

**La aparición del Covid-19**, ha contribuido a que se paren o aplacen aproximadamente la mitad de las actividades de vigilancia del entorno.

### 5.3. *Sobre el proceso de innovación*

Se constata que las empresas entrevistadas tienen un **perfil de innovación** bastante alto, del 85% ha realizado actividades de innovación en los últimos 3 años, de modo equilibrado entre innovación de producto, proceso y servicio. Un 58% dedica un **porcentaje de su facturación a I+D** y un 62% tienen un **responsable de innovación**, lo cual indica que las actividades de innovación están bastante estructuradas. Además, un 75% de ellas ha participado en algún proyecto de innovación en cooperación.

Además, en torno a la mitad de las empresas dispone de **algún título de propiedad industrial** (patente, modelo industrial, etc.) lo cual demuestra que han obtenido algún tipo de resultado positivo de su actividad de innovación y además han considerado que dicho resultado, requiere una protección legal frente a la competencia.

También se constata, que aproximadamente un 42% de estas empresas define que, para ellas, **la importancia de la innovación** está en el nivel 4 o 5. Las empresas situadas en estos niveles realizan actividades de innovación sistemática. Se trata de un escenario muy exigente en el que el éxito de su actividad de innovación depende de una buena ejecución de la vigilancia tecnológica y competitiva. Deben analizar continuamente nuevas tecnologías y soluciones a nivel mundial, por ello a un 68% de las empresas les interesa reforzar su sistema de vigilancia como apoyo a la innovación. También a un 82% **les interesa conocer fuentes y herramientas para la innovación y la vigilancia del entorno**.

**En cuanto a las ayudas existentes**, más de la mitad de las empresas **muestran su desconocimiento de fuentes de ayudas** para la innovación y para la financiación de proyectos europeos, como el Horizon2020. Las ayudas más conocidas con las ayuda de investigación y desarrollo del Gobierno Vasco (SPRI) llamadas HAZITEK.

El 82% sí conoce y ha solicitado **deducciones fiscales por la innovación** y la vigilancia tecnológica y **les interesa conocer nuevas ayudas o estímulos fiscales** para la innovación y la vigilancia del mercado.

**La aparición del Covid-19**, ha contribuido a que se paren o aplacen casi la mitad de los proyectos de innovación en marcha

## ANEXO I. Preguntas del cuestionario

A continuación, se muestra el contenido de las preguntas que se han utilizado en el cuestionario, tanto en la parte de **vigilancia competitiva** como en **innovación**:

### **VIGILANCIA COMPETITIVA**

1. *¿En los últimos 3 años (antes del COVID-19) ha realizado en su organización actividades de Vigilancia del entorno competitivo, clientes, proveedores, nuevas tecnologías, productos, servicios o procesos?*

2. *¿Ha identificado las mejores fuentes de información para su empresa?*

*Las empresas que han respondido que no en esta pregunta, directamente saltan a la pregunta 19, puesto que no tiene relación con ellos.*

3. *¿Cuáles son las fuentes de información que explota con más frecuencia?*

*(Máx. 5)*

- *Ferías / congresos*
- *Revistas sectoriales*
- *Contactos profesionales*
- *Clientes*
- *Proveedores*
- *Patentes*
- *Publicaciones científicas*
- *Datu baseak // Base de datos*
- *Unibertsitateak // Universidades*
- *Zentro teknologikoak // Centros tecnológicos*
- *Erakunde publikoak // Organismos públicos*
- *Webguneak // Sitios Web*
- *Aholkularitza // Consultores*
- *Artikulu teknikoak / tesia // Artículos técnicos / tesis*
- *Elkartek // Asociaciones*
- *Sare sozialak // Redes sociales*

4. *¿Hay un responsable de la explotación de fuentes de información especializadas?*

5. *¿Hay un responsable de la explotación de las redes sociales?*

6. *¿Tienen hábito de vigilar o buscar ciertas informaciones clave de modo sistemático?*

7. *¿Tienen un procedimiento estructurado para buscar sistemáticamente ciertas informaciones clave?*

8. *¿Cuántas personas colaboran en la vigilancia del entorno competitivo?*

9. *¿Dispone de algún sistema o herramienta para automatizar la captación y filtrado de informaciones del entorno competitivo?*

10. *¿cómo comparte la información dentro de la organización? (máx. 2)*

- *Carpetas / directorios servidor*
- *Bases de datos externas*
- *Correo electrónico*
- *Intranet*
- *Redes sociales*

11. *¿Realizan algún tipo de informes o análisis periódico para su difusión del entorno competitivo?*

12. *¿Realizan algún tipo de reuniones para el seguimiento periódico del entorno competitivo?*

13. *¿Cómo se comunican las novedades sobre el entorno competitivo? (máx 2)*

- *Barne boletinak // Boletines internos*
- *Intranetak bezalako barne tresnak // Herramientas internas como intranets*
- *Zerbitzariak gordetako direktorio eta datu-baseak // Directorios y Bases de datos guardado en el servidor*
- *Posta elektronikoa // Correo electrónico*

14. *¿Dispone de algún documento de reflexión estratégica que muestre la evolución y los principales retos de futuro de su empresa?*

15. *¿Ha identificado las preguntas clave de futuro que debería monitorizar para lograr sus retos?*

16. *¿Hay personas implicadas en la reflexión sobre el entorno competitivo?*

17. *¿La dirección tiene el hábito de hacer o pedir una investigación/informe antes de concretar negociaciones o acuerdos?*

18. *¿En qué medida ha influenciado el CODIV-19 en su actividad para abordar proyectos de vigilancia tecnológica?*

- *Se han anulado / renunciado*
- *Se han parado / aplazado / pospuesto*
- *Se han mantenido*
- *Se han incrementado o han aumentado*
- *No realizamos proyectos de vigilancia tecnológica*



## **PREGUNTAS SOBRE EL PROCESO DE LA INNOVACIÓN**

19. *¿En los últimos 3 años (antes del COVID-19) ha realizado en su organización actividades de innovación como desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos?*

LAS EMPRESAS QUE HAN RESPONDIDO QUE NO EN ESTA PREGUNTA, DIRECTAMENTE SALTAN A LA PREGUNTA 28, PUESTO QUE NO TIENE RELACIÓN CON ELLOS.

20. *¿Qué tipo de innovación?*

- *Producto*
- *Servicio*
- *Proceso*
- *Otro – Detallar*

21. *¿Tiene su empresa un responsable para gestionar la innovación o I+D+i?*

22. *¿Realiza patentes, marcas, modelos industriales o derechos de diseños industriales?*

23. *¿Dedica un porcentaje del presupuesto anual a las inversiones anuales a actividades de I+D+i?*

24. *¿Cómo gestiona y controla internamente el conocimiento de la innovación en su organización?*

25. *Valore la importancia para su empresa de las actividades de innovación*

- *Integramos nuevas tecnologías cuando bajan de precio y son fiables*
- *Adaptamos nuestros productos/servicios sólo si nos lo piden*
- *Hacemos proyectos bajo especificación de clientes especiales*
- *Estamos informados, proponemos mejoras y hacemos co-desarrollos junto con nuestros clientes*
- *Somos innovadores en nuestra actividad, generamos innovaciones de modo sistemático*

26. *¿Ha participado su empresa en algún proyecto de innovación en cooperación?*

27. *En qué aspectos cree que puede mejorar su empresa en innovación*

- *Colaborando con centros tecnológicos, universidades, etc.*
- *Desarrollando nuevos productos o mejorando los actuales*
- *Dedicando recursos a la I+D+i*
- *Utilizando herramientas de vigilancia competitiva/o de mercado*

28. *¿Le interesa reforzar la Vigilancia del mercado como base para la innovación?*

29. *¿Le interesa conocer fuentes y herramientas para la innovación y Vigilancia del entorno competitivo*

30. *¿Ha solicitado ayudas para la innovación en su empresa?*

*LAS EMPRESAS QUE HAN RESPONDIDO QUE NO EN ESTA PREGUNTA, DIRECTAMENTE SALTAN A LA PREGUNTA 34, PUESTO QUE NO TIENE RELACIÓN CON ELLOS.*

31. *¿Ha solicitado ayudas o conoce los programas de ayudas europeos como el Horizon 2020?*

32. *¿Recuerda el nombre de las ayudas solicitadas?*

33. *¿Ha solicitado deducciones fiscales para su empresa por inversiones en I+D o Innovación Tecnológica?*

34. *¿Le interesa conocer ayudas o estimos fiscales para la innovación y Vigilancia del mercado?*

35. *En qué medida ha influenciado el CODIV-19 en su actividad para abordar proyectos de innovación*

- *Se han anulado / renunciado*
- *Se han parado / aplazado / pospuesto*
- *Se han mantenido*
- *Se han incrementado o han aumentado*
- *No realizamos proyectos de innovación*

36. *Menciona brevemente en que ámbito te necesitarías ayuda*