



INFORME DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA

innov@ccion  
2014

**Building Innovation Cultures**

ESTUDIO REALIZADO POR:

ARS *et* INVENTIO  
innovation@Bip.

peoplematters

PATROCINADOR:

gasNatural   
fenosa



INFORME DE RESULTADOS

ENCUESTA INNOV@CCION 2014

Realizado por Ars et Inventio y PeopleMatters

El contenido y gráficos de este informe pertenecen conjuntamente a:

Ars et Inventio

PeopleMatters

Prohibida la reproducción total o parcial sin citar la fuente de información.

[www.businessintegrationpartners.es](http://www.businessintegrationpartners.es)

[www.peplematters.com](http://www.peplematters.com)

Publicado en Madrid en enero de 2015

INTRODUCCIÓN .....	5
RESUMEN DE CONCLUSIONES .....	6
ESTUDIO REALIZADO .....	9
OBJETIVOS .....	10
DATOS DE PARTICIPACIÓN .....	11
RESULTADOS OBTENIDOS .....	13
NIVEL DE MADUREZ.....	26
AGRADECIMIENTOS .....	29
AUTORES DEL ESTUDIO .....	30
CONTACTO .....	31



# Introducción

Un año más, y es el tercero, **Ars et Inventio**, unidad de negocio de Bip especializada en proyectos de estrategia y gestión de la innovación junto con **PeopleMatters**, firma de servicios profesionales de consultoría de capital humano, hemos lanzado la encuesta **innov@ccion**.

Esta tercera edición de la encuesta, **innov@ccion 2014**, tiene al igual que en años anteriores el objetivo de recoger la opinión de directivos y profesionales acerca del esfuerzo realizado en innovación por las compañías durante los últimos años, así como las prioridades marcadas para los próximos años.

Con ello, hemos pretendido generar un estudio que permita valorar la importancia y orientación con la que las empresas españolas afrontan el reto de innovar.

Este año, adicionalmente hemos incluido en la encuesta la opinión de futuros directivos materializada a través de estudiantes españoles incluidos actualmente en el programa **Erasmus**, lo que nos ha permitido ampliar y dar mayor frescura al estudio, a la

vez que enriquecerlo y poder contrastar opiniones de actuales y futuros directivos.

Pensamos que las respuestas y conclusiones obtenidas son el mejor termómetro para conocer el estado del arte de la innovación en el tejido empresarial español.

Esperamos que usted comparta esta opinión después de la lectura del informe.

ARS *et* INVENTIO innovation@Bip peoplematters



## LA INNOVACIÓN EN ESPAÑA

**1** La percepción del **nivel de innovación en España se considera medio-bajo**. En este sentido, el colectivo de estudiantes próximos a incorporarse en el mercado laboral, son más críticos que los propios directivos.

Así mismo, se corrobora la percepción de que el nivel de innovación en España está **por debajo del de otros países europeos**.

**2**

**3** Es a las **grandes empresas** y a los **emprendedores individuales** a los que más se les reconoce el esfuerzo por impulsar la innovación en España. Se considera que la Universidad no prepara adecuadamente en este sentido a los futuros directivos.

A nivel sectorial, hay sectores como **Telecomunicaciones, Tecnología, Energía y Ocio-Turismo** que destacan por su capacidad de innovación, mientras que la **Administración Pública** o la **Banca** lo hacen en sentido inverso.

**4**

**5** La innovación **no es considerada por los demandantes de empleo como un factor prioritario** a la hora de seleccionar la empresa en la que trabajar. Destacan el buen ambiente de trabajo, respeto por los empleados y posibilidad de desarrollo profesional.

## LA INNOVACIÓN EN la empresa

**6** Existe una dicotomía entre Directivos y estudiantes a la hora de valorar por qué las empresas deben innovar. Mientras que los primeros opinan que para crear valor y garantizar el futuro de la empresa, los segundos para **contribuir a la sociedad en la que actúa** la empresa (reflejo del nuevo paradigma social).

Aunque en general los Directivos consideran “aceptable” el nivel de innovación de sus organizaciones, mayoritariamente también opinan que éste no está maduro, sino que está **en proceso de desarrollo**.

**7**

**8** Las empresas van a seguir orientando sus esfuerzos de innovación a la creación de **nuevos productos/servicios y optimización de la relación con el cliente**. Sin embargo también se detecta que la evolución tecnológica (digitalización) va a provocar innovación en los **modelos de negocio**.

Las perspectivas de **inversión en innovación se han incrementado** respecto al año pasado, siendo más los Directivos que apuntan que los presupuestos de innovación de sus organizaciones van a crecer durante los próximos 3 años.

**9**

**10** Respecto al nivel de madurez del proceso de innovación, éste se sitúa en **52 sobre 100**. Destaca la falta de una sistemática de innovación (organización, procesos y medición) en las organizaciones.





Estudio realizado



El **objetivo** del estudio **innov@ccion 2014** se ha enfocado en obtener una visión global del nivel de innovación (\*) de las empresas españolas, así como las prioridades en este ámbito para los próximos años.

Adicionalmente, en esta tercera edición del estudio, se ha querido contar con la opinión de estudiantes en sus últimos años de carrera para incluir la visión y opiniones de futuros directivos.

La **metodología** utilizada para la realización del estudio está basada en la respuesta a dos cuestionarios online de 10 preguntas, uno dirigido a directivos y profesionales y otro a estudiantes incluidos en el programa Erasmus.

(\*) Con el fin de unificar la interpretación de la palabra innovación, hemos utilizado la siguiente definición:

*Generación y aprovechamiento de ideas que creen valor para el negocio (incremento de ingresos, margen, imagen, ...) por la introducción de nuevos productos, procesos o modelos de negocio.*

# Datos de participación

En la encuesta, realizada durante los meses de octubre y noviembre de 2014, han participado **452** personas distribuidas de la siguiente forma:

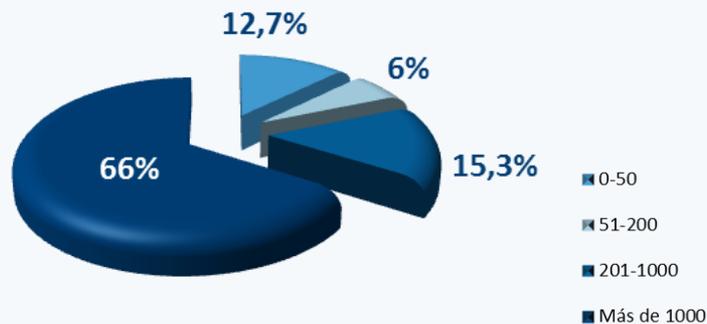
**Directivos** de compañías españolas que ofrecen su opinión acerca del esfuerzo realizado y prioridades marcadas por sus compañías en innovación.

La encuesta la han respondido **151** Directivos de más de **100** empresas, distribuidos de la siguiente forma:

**Estudiantes** de últimos años de carrera, integrados en el programa Erasmus, con el fin de obtener la visión externa y opiniones de futuros integrantes del mundo empresarial.

La encuesta ha sido respondida por **301** estudiantes.

**TAMAÑO EMPRESA**  
(nº empleados)



**PERFIL**  
(área de responsabilidad)





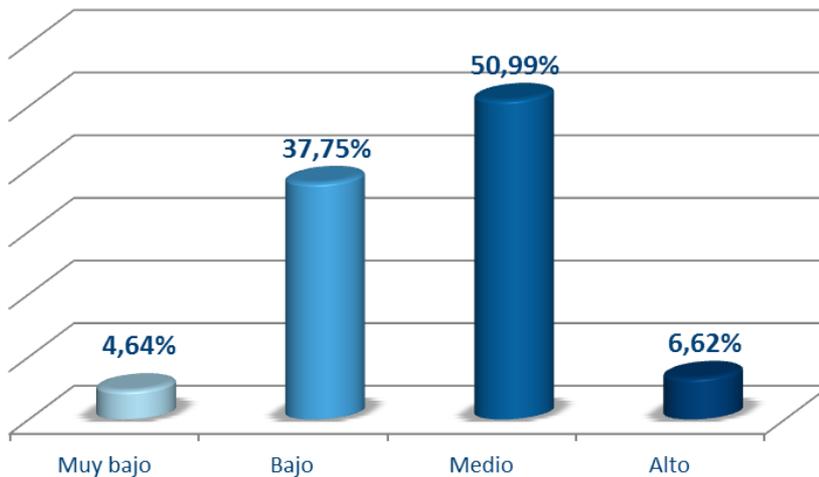
# Resultados obtenidos

Las preguntas y resultados del estudio se agrupan en dos partes:

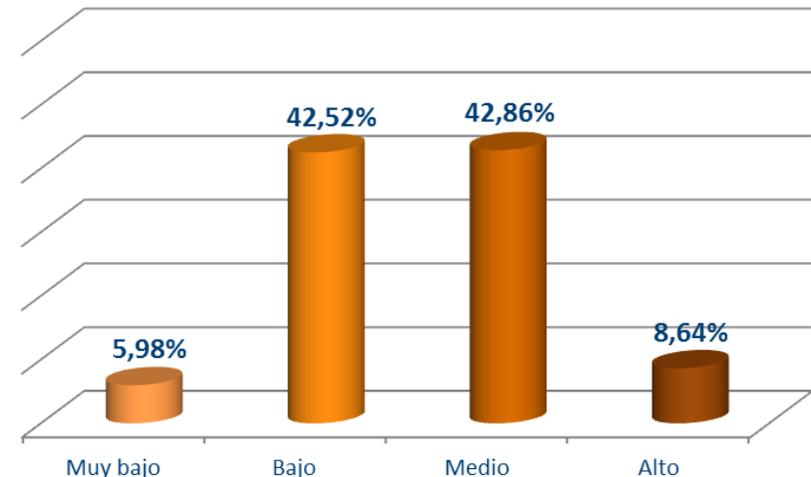
## 1ª PARTE. LA INNOVACIÓN EN ESPAÑA

¿Cómo valora el nivel de innovación que se produce actualmente en España?

DIRECTIVOS



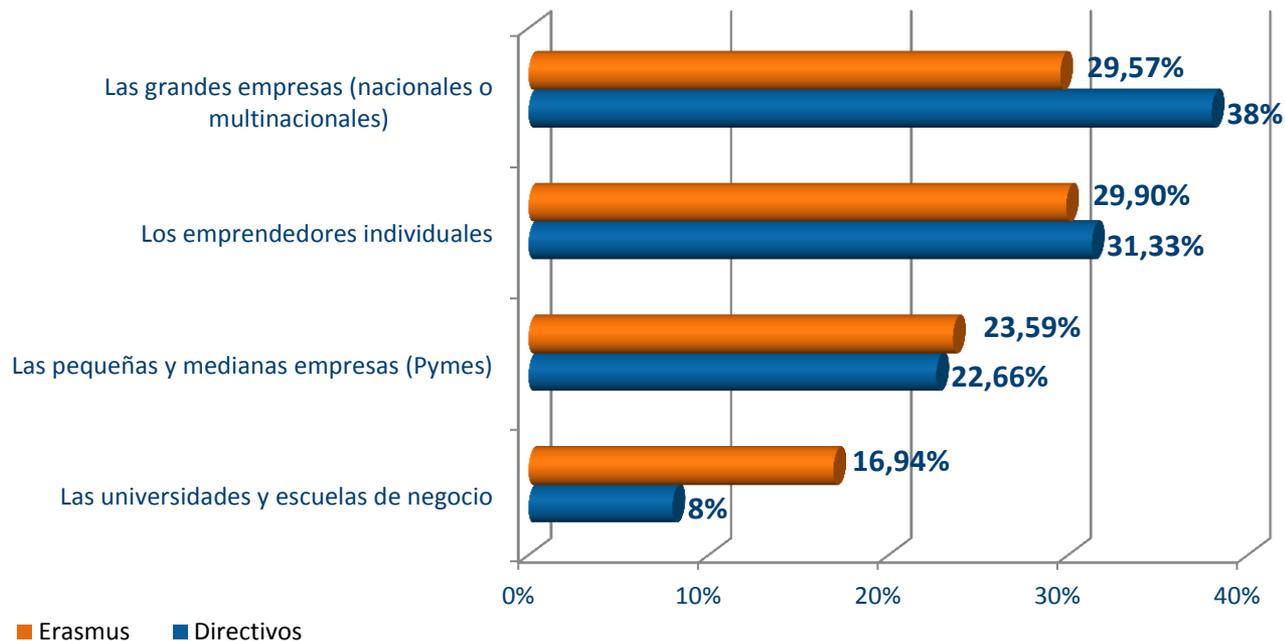
ESTUDIANTES ERASMUS



La percepción del nivel de innovación que se produce actualmente en España es considerada por ambos colectivos como **media-baja**,

Comparando ambas opiniones, la de los estudiantes Erasmus es más crítica que la de los propios Directivos.

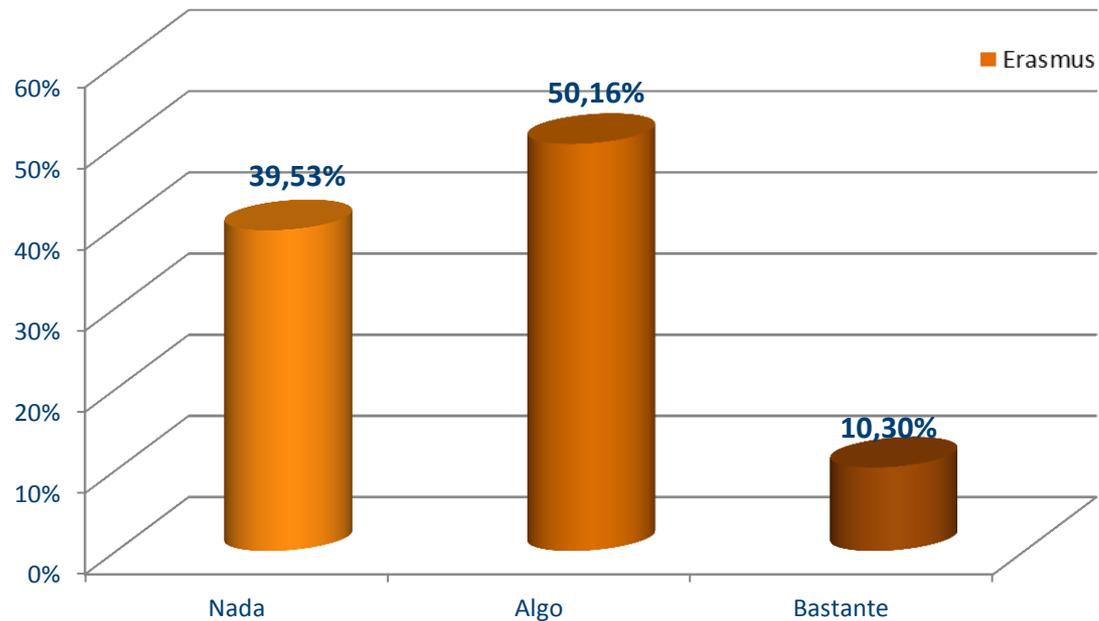
## ¿Quién está haciendo mas esfuerzos por impulsar la innovación en España?



Del análisis de las respuesta de los Directivos se observa que la opinión mayoritaria (**38%**) es que son las grandes empresas las que mayor esfuerzo hacen por impulsar la innovación.

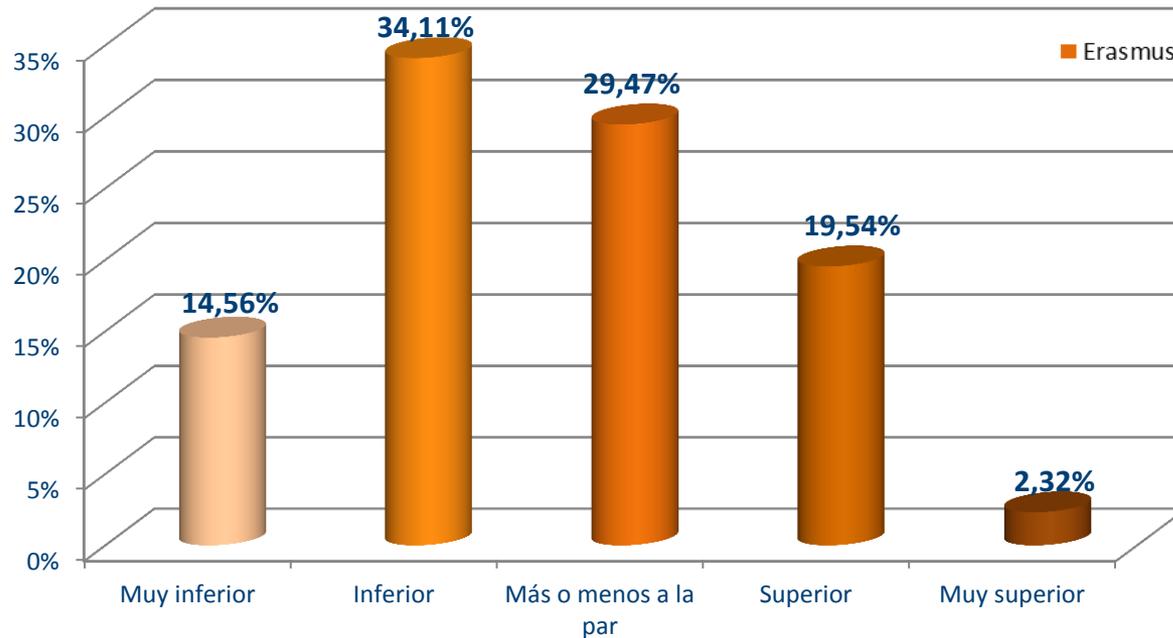
Sin embargo los estudiantes Erasmus dan una mayor relevancia al papel jugado por los emprendedores (casi un **30%** los colocan en primer lugar) y Universidades - Escuelas de Negocio.

## La preparación que proporciona la Universidad en España para tener un perfil innovador tras la incorporación al mundo empresarial es ...



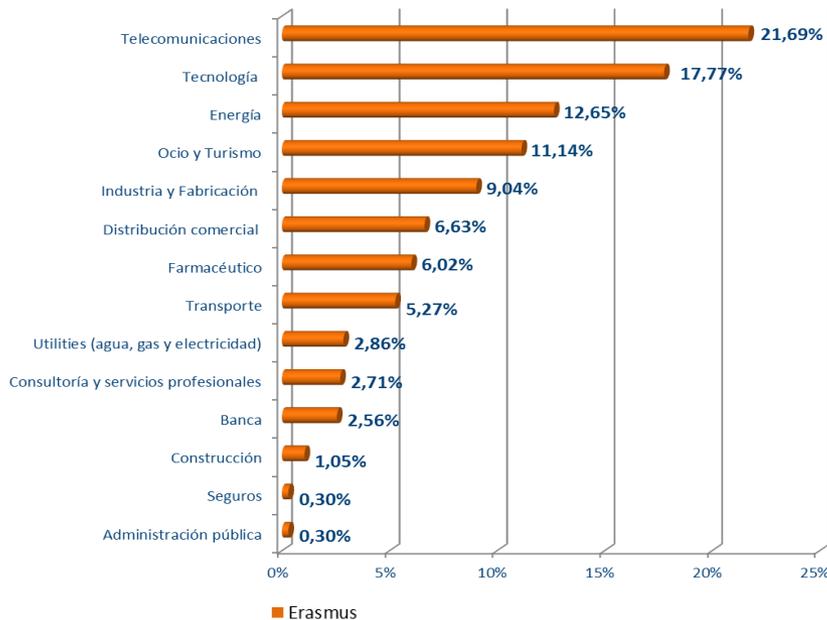
Relacionando esta respuesta con la anterior, se deduce que aunque cerca del **17%** de los estudiantes Erasmus valoran los esfuerzos realizados por la Universidad - Escuelas de Negocio, éstos no son suficientes: casi el **90%** opinan que la preparación que reciben no es suficiente.

## La percepción del nivel de innovación en España, comparado con el de otros países europeos es ...

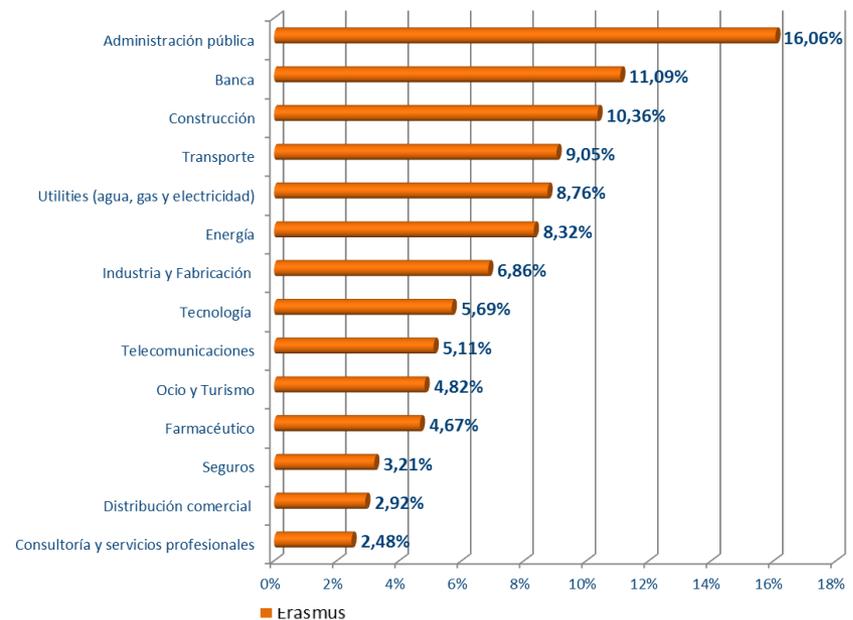


La opinión de los estudiantes Erasmus, que están viviendo la realidad de otros países, es que el nivel de innovación en España está por debajo del de otros países europeos: casi el **50%** opinan que es inferior o muy inferior, mientras que sólo algo más del **20%** opinan que es superior o muy superior.

## ¿Qué sectores empresariales en España destacan por su capacidad de innovación?



## ¿Qué sectores empresariales en España tienen una necesidad más imperiosa de innovar?



Entre los sectores que se considera destacan por su capacidad de innovación se encuentran: Telecomunicaciones, Tecnología, Energía y Ocio-Turismo.

Por el contrario, destacan como aquellos que tienen mayor necesidad de innovar: Administración Pública, Banca y Construcción.

## Percepción de compañías más innovadoras por parte del colectivo estudiantes Erasmus

### A nivel mundial:

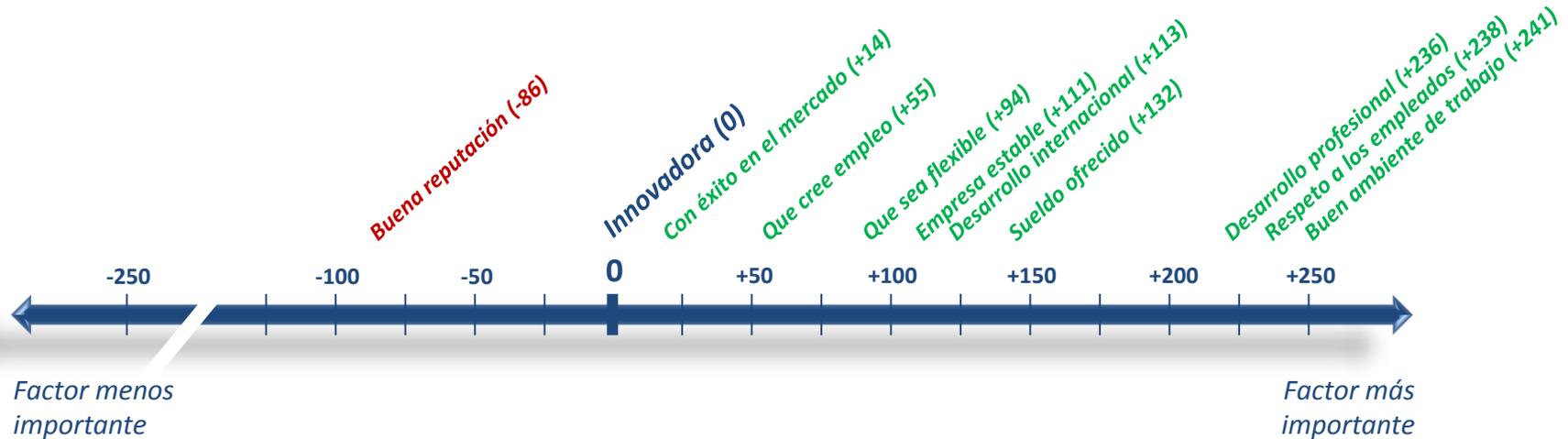
1. Apple 
2. Google 
3. Samsung 
4. Facebook 
5. IKEA 
6. Coca-cola 
7. Microsoft 
8. Amazon 
9. IBM 
10. Airbus 

### En España:

1. Inditex 
2. Telefónica 
3. Santander 
4. Repsol 
5. Iberdrola 
6. BQ 
7. Mercadona 
8. Privalia 
9. Gas Natural Fenosa 
10. Acciona 

## Priorización de factores, por parte del colectivo de estudiantes Erasmus, a la hora de seleccionar una empresa en la que trabajar:

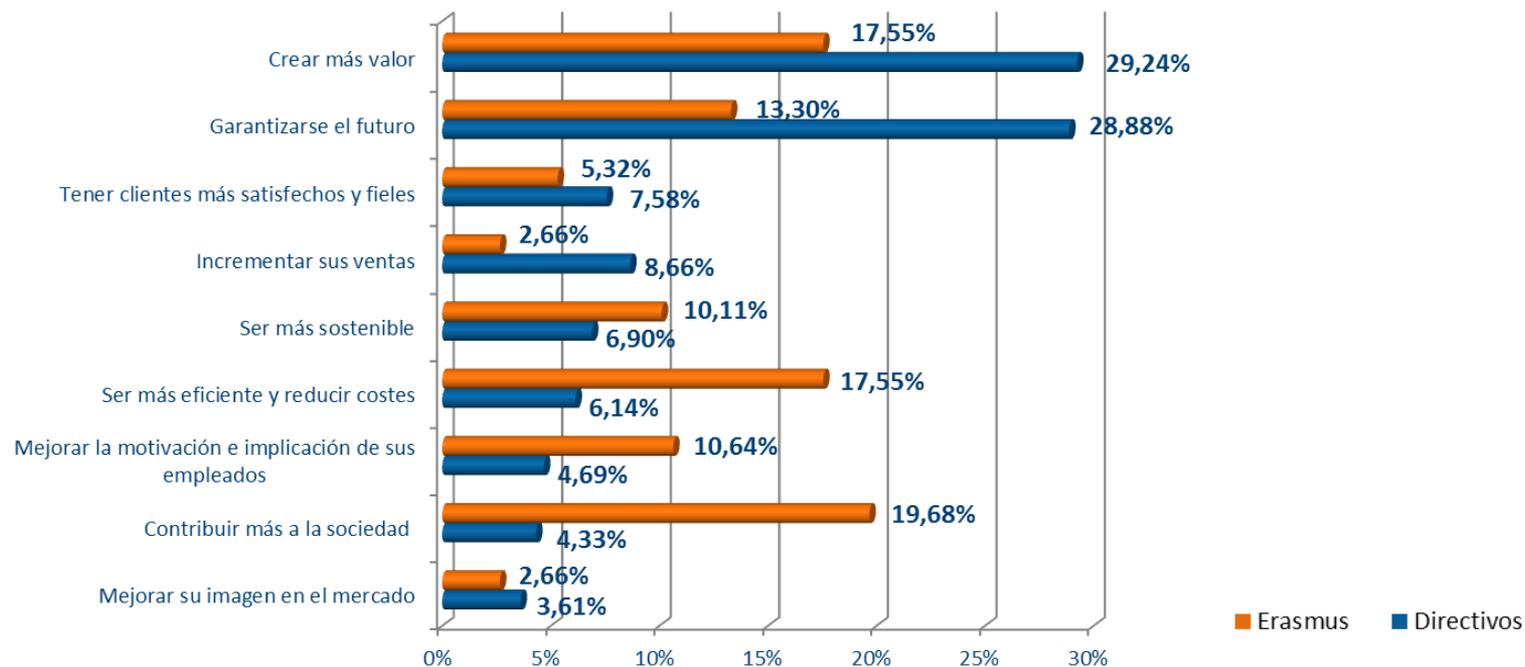
Se ha tomado como base (valor 0) el factor innovación, ubicando el resto de factores en base a la diferencia en la valoración obtenida respecto al mismo.



Del análisis de las respuestas obtenidas se deduce que el hecho de que una empresa sea reconocida por su capacidad innovadora, no es un factor crítico a la hora de atraer talento.

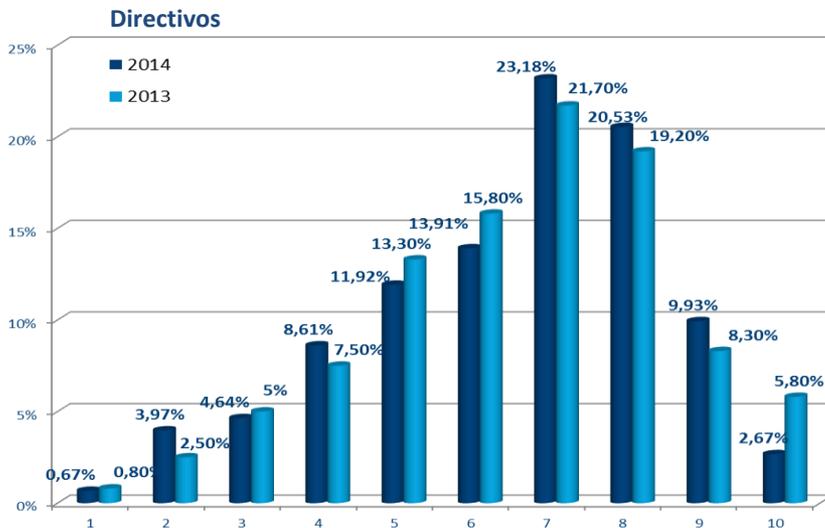
## 2ª PARTE. LA INNOVACIÓN EN LA EMPRESA

### ¿Por qué las empresas deben innovar?

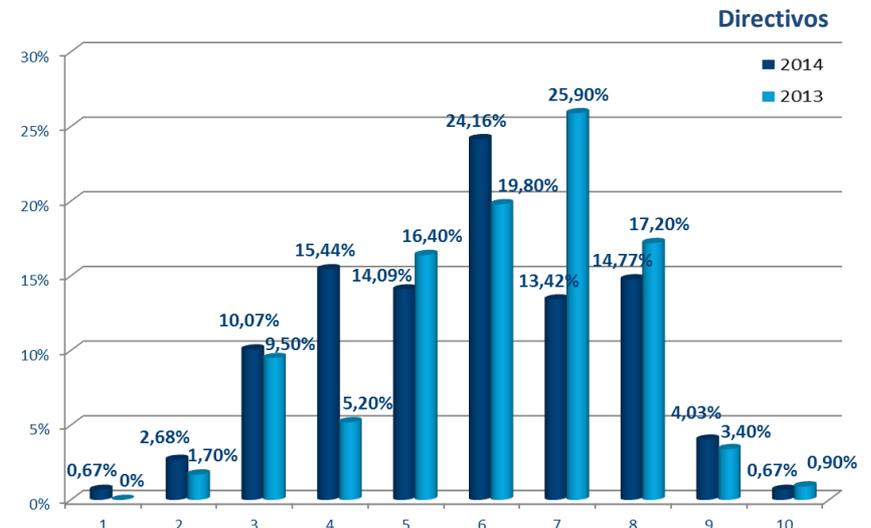


Mientras que el colectivo de Directivos prioriza como razón para innovar la creación de valor para los clientes y garantizar su futuro, el colectivo de estudiantes Erasmus sitúa como primera prioridad la contribución de la empresa a la sociedad en la que actúa (reflejo del nuevo paradigma social).

¿Cómo valora el nivel de innovación producido en los 3 últimos años en su compañía?



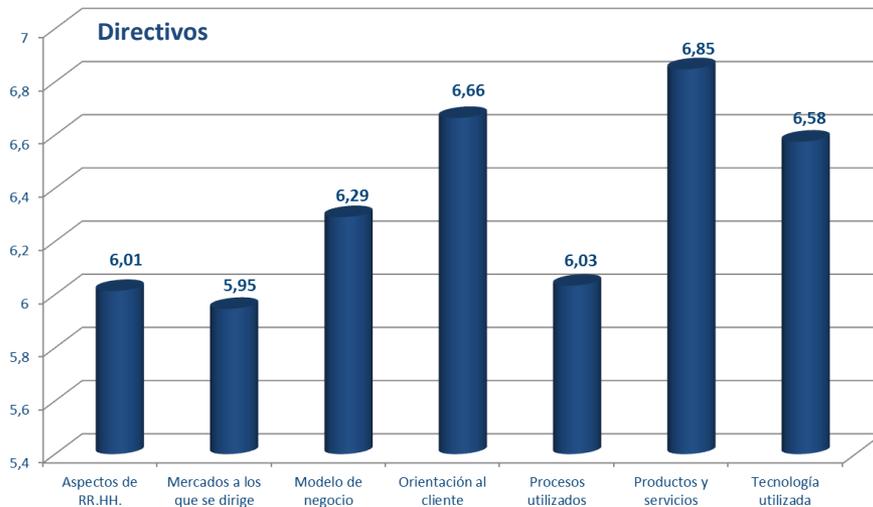
¿Cómo valora el nivel de innovación producido en este mismo período en su competidor más cercano?



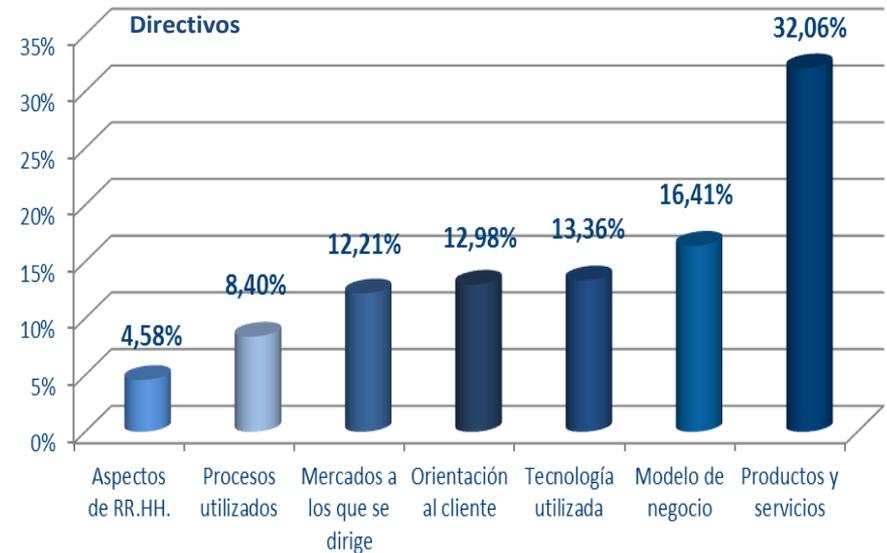
Los Directivos encuestados consideran adecuado el nivel de innovación en sus compañías, valorándolo el **56 %** como notable o superior y “suspendiéndolo” únicamente el **18 %** de ellos.

Por otro lado los Directivos también consideran que sus empresas presentan un nivel de innovación superior a sus competidores. Únicamente el **33%** consideran que los competidores presentan una innovación notable o superior y el **29%** los “suspende”.

¿Cuál ha sido el nivel de innovación producido en los 3 últimos años en cada uno de los siguientes aspectos?



¿En que áreas va a ser prioritario y tiene previsto innovar su compañía?

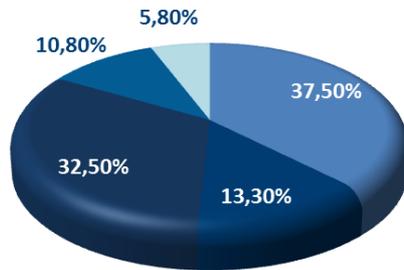


Según los Directivos encuestados, sus compañías durante los últimos años se han orientado a innovar en los productos/servicios proporcionados al mercado y en optimizar la orientación al cliente.

En función de las respuestas obtenidas, la tendencia para los próximos años va a seguir siendo la innovación en productos/servicios y en nuevos modelos de negocio (actuando las nuevas tecnologías y digitalización como factor catalizador).

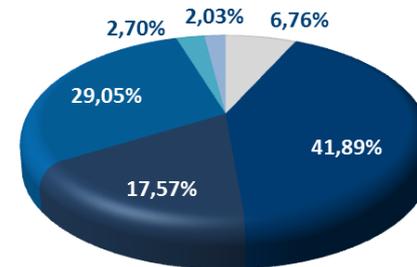
## ¿Cómo cree que va a evolucionar el presupuesto dedicado a innovación en su compañía en los próximos 3 años?

innov@ccion 2013



- Se va a incrementar ligeramente (2% a 10%)
- Se va a incrementar sustancialmente (+10%)
- Se va a mantener más o menos igual (-2% a + 2%)
- Se va a reducir ligeramente (-2% a -10%)
- Se va a reducir sustancialmente (-10%)

innov@ccion 2014



- No tenemos un presupuesto específico para innovación
- Se va a incrementar ligeramente (2% a 10%)
- Se va a incrementar sustancialmente (+10%)
- Se va a mantener más o menos igual (-2% a + 2%)
- Se va a reducir ligeramente (-2% a -10%)
- Se va a reducir sustancialmente (-10%)

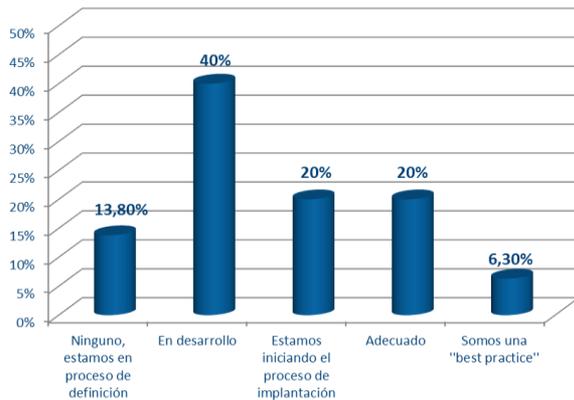
Las previsiones de inversión en innovación se han incrementado respecto al año pasado. Este año un **59,5 %** de los Directivos encuestados opinan que el presupuesto de innovación se va a incrementar frente a un **50,8 %** el año pasado.

Así mismo en 2013 el **16,6 %** opinaban que se iba a reducir, frente a un **4,73 %** en 2014.

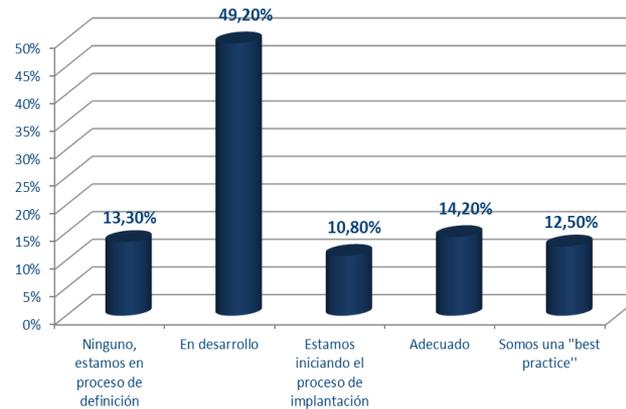
## NIVEL DE MADUREZ

¿Cuál es su percepción respecto al nivel de madurez del proceso de innovación en su compañía?

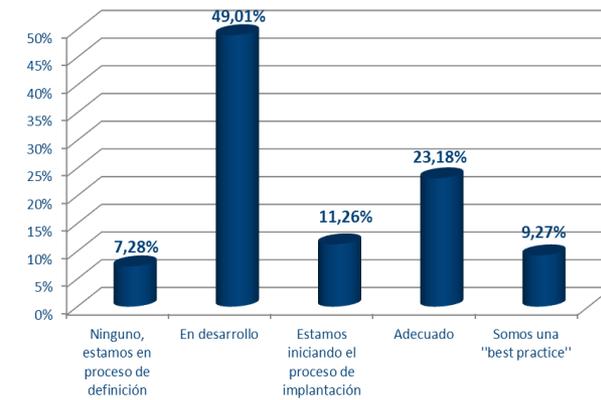
innov@ccion  
2012



innov@ccion  
2013



innov@ccion  
2014



El análisis de las respuestas obtenidas arroja un comportamiento o distribución similar al de años anteriores.

Destacar que al igual que en años anteriores, casi un **50%** de los encuestados opinan que la innovación en sus organizaciones continúa en estado de desarrollo.

## ADEMÁS ...

- Se han encontrado **diferencias significativas en la percepción sobre el estado de la innovación en las empresas según el área en la que trabajan los directivos** que contestaron a la encuesta: los Directores Generales tienen una percepción más positiva que la de los directores de otras áreas como RRHH, Innovación o Comercial y Marketing, lo que podría suponer un aislamiento de los primeros respecto al resto de directores.
- A pesar de esta diferencia, los directores de diferentes áreas sí **coinciden en que se hacen esfuerzos por alinear la estrategia empresarial con la innovación** y que se está al día de las diferentes tendencias del mercado en este sentido.
- Es cuando se analiza la **implantación, puesta en práctica y evaluación del proceso de innovación cuando surgen discrepancias entre diferentes segmentos de directores**. En general la percepción de esta parte del proceso de innovación es la peor valorada, de lo que deducimos que el problema que afrontan las empresas a la hora de innovar se podría encontrar aquí.
- Cuando analizamos las áreas en las que las empresas creen que se debe innovar encontramos que **las grandes empresas consideran más importante innovar en la orientación al cliente** mientras que las pequeñas consideran este punto como uno de los menos importantes, y valoran de forma más acentuada la innovación sobre el producto en sí.
- Parece que son **las pequeñas empresas las que más facilidad tienen a la hora de evaluar a los empleados según su aportación a nivel de innovación** y las que realizan sesiones de brainstorming, o innovación disruptiva, de forma más frecuente que las medianas y grandes.
- Al analizar los resultados de la encuesta según sectores de actividad **existen diferencias muy significativas en determinados sectores** (Seguros, Energía, Turismo...) entre cómo creen los directores que sus empresas son percibidas por los clientes en materia de innovación, y lo que los estudiantes de Erasmus realmente piensan.

Este año adicionalmente a incluir en el estudio opiniones de colectivos externos a la empresa, como son los estudiantes Erasmus, para contrastarlas con las de los Directivos, hemos incluido otra novedad: Un sencillo *check-list* de 16 preguntas que permita valorar el nivel de madurez de la innovación en aspectos concretos.

Con ello, adicionalmente a que los Directivos respondieran como en años anteriores de forma general sobre el mencionado nivel de madurez, hemos conseguido identificar aquellos factores, que según sus opiniones, están más o menos desarrollados. Los factores que agrupan las 16 preguntas del cuestionario son:

## LIDERAZGO PARA LA INNOVACIÓN

1. *¿El equipo directivo está implicado y dedica un tiempo significativo a temas y aspectos relacionados con innovación?*
2. *¿El equipo directivo traslada a los empleados los retos de negocio sobre los que es preciso focalizar la innovación?*
3. *¿Se anima a los empleados a explorar y desarrollar las mencionadas tendencias para aplicarlas en la empresa?*
4. *¿Sus clientes y/o proveedores perciben a su compañía como una organización innovadora?*

## ORIENTACIÓN A LA INNOVACIÓN

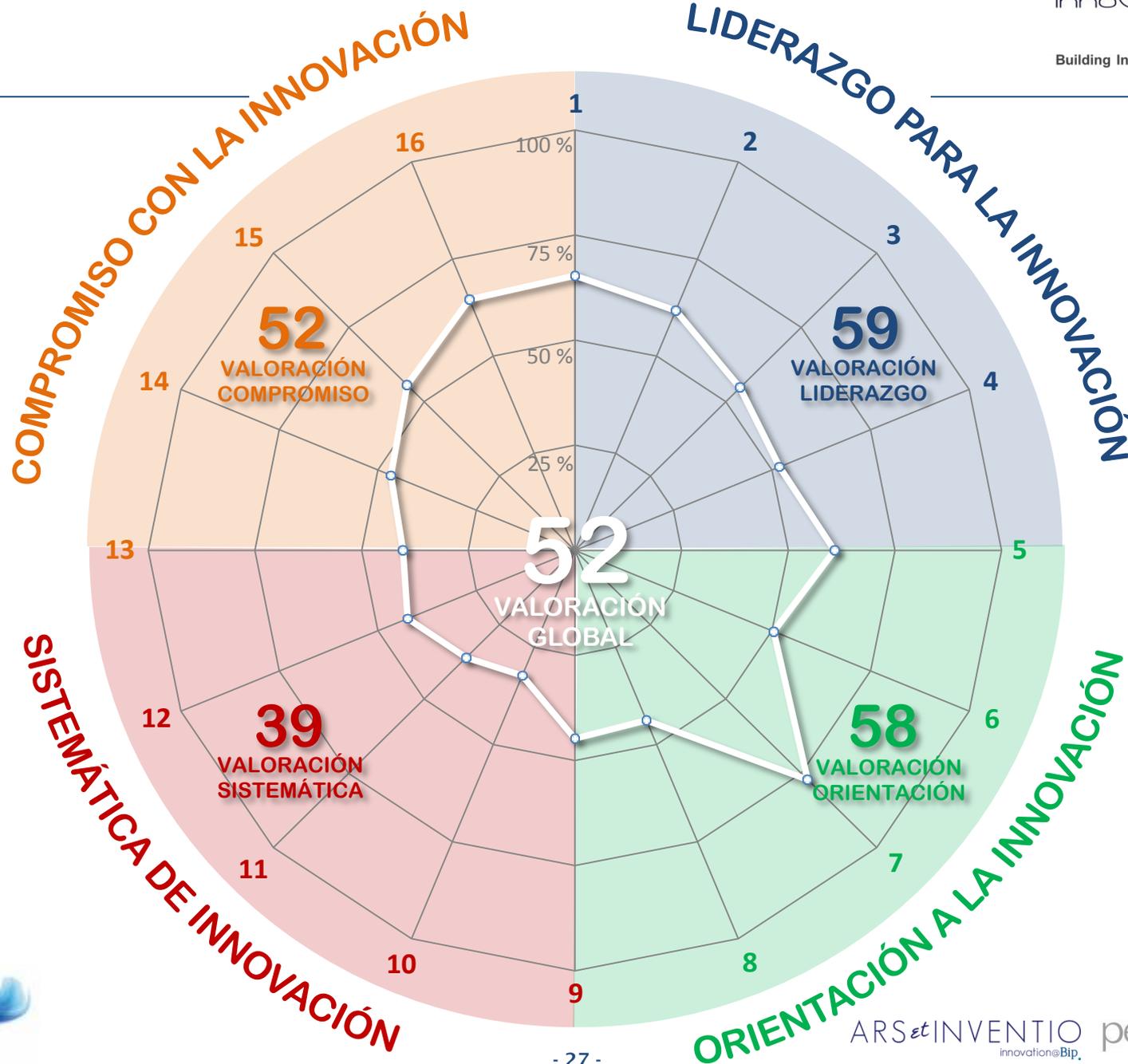
5. *¿En su empresa se definen objetivos ambiciosos o nuevos paradigmas que requerirían de la innovación para intentar alcanzarlos?*
6. *¿La empresa habitualmente implica a clientes, socios y/o proveedores en la identificación de nuevas ideas y en la evaluación de su aplicación práctica?*
7. *¿Se está al tanto de las tendencias que se producen en el mercado para poder valorar su aprovechamiento y conseguir una ventaja competitiva?*
8. *¿Realiza periódicamente workshops o sesión de brainstorming para innovar de forma radical o disruptiva en sus productos o servicios o tener entrada en nuevos mercados?*

## SISTEMÁTICA DE INNOVACIÓN

9. *¿Existe en su empresa un responsable que coordina el proceso completo de innovación (desde la generación de nuevas ideas hasta su puesta en práctica)?*
10. *¿Dispone su empresa de indicadores de innovación (KPII) que permitan medir la capacidad de su empresa para generar nuevas ideas y su contribución al negocio (resultados)?*
11. *¿Se invierte suficientemente en formación y desarrollo de las capacidades de los empleados para fomentar la innovación en la compañía?*
12. *¿Su empresa recoge de forma sistemática todas las ideas innovadoras que se generan en el curso de reuniones internas, para valorar en un futuro su viabilidad y utilidad?*

## COMPROMISO CON LA INNOVACIÓN

13. *¿La capacidad de innovación y creatividad de los empleados es un factor que se evalúa sistemáticamente en su empresa?*
14. *¿Los empleados disponen de tiempo, herramientas y recursos para hacer aportaciones innovadoras?*
15. *¿Los empleados que proponen ideas innovadoras consiguen algún tipo de reconocimiento o posibilidad de promoción?*
16. *¿La innovación tiene protagonismo en las comunicaciones internas de la compañía?*





# Agradecimientos

En primer lugar, nos gustaría expresar nuestro agradecimiento a todas aquellas personas que amablemente han aceptado contestar las preguntas del cuestionario, expresando de forma abierta y sincera su visión y opiniones acerca de la situación de la innovación en el entorno empresarial español.



También queremos agradecer la inestimable colaboración desinteresada de:



PATROCINADOR



COLABORADOR

Sin la participación de todos ellos, no hubiera sido posible la realización de este estudio.

Por último queremos expresar nuestro agradecimiento a las personas de Ars et Inventio y PeopleMatters que han participado en la elaboración del estudio, ya que sin su ayuda, este estudio tampoco hubiera visto la luz.

Muchas gracias a todos.



ARS *et* INVENTIO  
innovation@Bip.

**Transformamos los sueños en ideas  
y éstas en valor**

peoplematters

**Creamos valor, creamos futuro ...  
... desde las personas**

*La boutique de Bip especializada en proyectos de estrategia y gestión de la innovación*

Ayudamos a nuestros clientes a convertir el potencial creativo de las organizaciones en resultados para el negocio

***PeopleMatters** es una Firma de servicios profesionales de consultoría de Gestión de Personas ...*

“ Trabajamos con nuestros Clientes en la gestión estratégica y operativa de su Capital Humano para ayudarles a conseguir sus objetivos empresariales.



## Datos de contacto



ARS*et*INVENTIO  
innovation@Bip

Av. de Burgos, 12  
28036 Madrid  
+34 91 561 04 75

[www.businessintegrationpartners.es](http://www.businessintegrationpartners.es)



peoplematters

C/ Serrano, 21  
28001 Madrid  
+34 91 781 06 80

World Trade Center Sur 2ª planta  
Muelle de Barcelona  
08039 Barcelona  
+34 93 344 32 84

[www.peoplematters.com](http://www.peoplematters.com)

ARS*et*INVENTIO  
innovation@Bip

peoplematters



innov@ccion  
2014

**Building Innovation Cultures**