

Estudio de Innovación

Innovar en tiempos de crisis, factor decisivo para prosperar en el mercado

Invertir en I+D+i es un requerimiento imprescindible del éxito empresarial, según el estudio sobre «Innovación en el Sector de Tecnología Sanitaria» elaborado por Fenin.

El mercado de Tecnología Sanitaria en España cubre un campo muy extenso que abarca un número casi incontable de dispositivos aplicables en el cuidado de la salud. Pese a que la innovación se encuentra en su peor momento, con un descenso generalizado del gasto público en I+D+i, el estudio elaborado por la Federación Española de Empresas de Tecnología Sanitaria (Fenin) y la Plataforma Española de Innovación en Tecnología Sanitaria demuestra que el gasto medio en innovación de las empresas participantes en este estudio, y como constatan las 118 que declaran hacer innovación, se sitúa en el 9,5%, siendo éste un factor de crecimiento decisivo para prosperar en el mercado.

El estudio elaborado por Fenin y la Plataforma analiza el éxito en innovación del sector de Tecnología Sanitaria, esto es, la potencialidad para desarrollar nuevos productos, servicios o mejora de procesos y su capacidad para comercializarlos exitosamente. «¿Cuál es el perfil de las empresas que hacen innovación en tecnología sanitaria?», «¿Qué empresas tienen éxito emprendiendo en innovación y por qué?», «¿Qué factores empujan y potencian la innovación?» o «¿Cómo

financian la innovación las empresas de tecnología sanitaria?» son algunas de las cuestiones que han centrado el estudio, cuyos resultados evidencian que, por tamaño, las empresas más exitosas en materia de innovación son las de tamaño mediano, seguidas por las pequeñas y, en último lugar, las grandes.

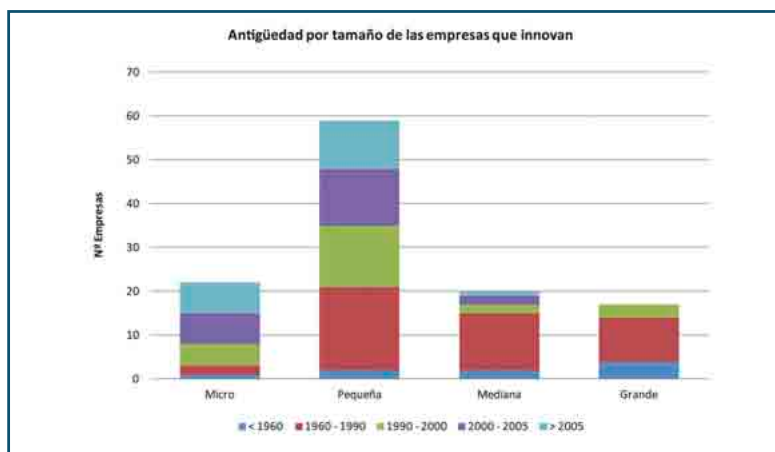
CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA

Según el resumen ejecutivo del estudio, facilitado por Fenin a esta publicación, de las 137 empresas participantes, 118 declaran hacer innovación: 22 (18,5%) son microempresas con una antigüedad media de 9 años y el 86,5% son fabricantes; 59 (50%) son empresas pequeñas con una antigüedad de 19 años y el 74,5% tienen actividad de fabricación; 20 (17%) son de tamaño medio con una media de 31 años y el 79% poseen fabricación, y, finalmente, 17 empresas (14,5%) son grandes, con una media de 35 años y el 62,5% afirman tener fabricación (**gráfico 1**). A la luz de los datos obtenidos, se observa que las grandes empresas dicen tener el porcentaje más bajo de fabricación.

Por otra parte, el grupo de 118 empresas innovadoras muestra un porcentaje de fabricantes del 76%, muy superior al conjunto de empresas del sector, que sólo es del 39%. La facturación total de las 118 empresas participantes en el estudio de Fenin asciende a 1.497 millones de euros e incluye los productos y servicios distribuidos y fabricados en su totalidad. La facturación de los productos y servicios fabricados en España asciende a 747 millones de euros, representa el 50% en volumen de facturación total y contrasta con el 76% de empresas que afirman tener fabricación.

Como se muestra en el **gráfico 2**, del grupo de 118 empresas innovadoras destacan, por su alto porcentaje de fabricantes, los siguientes subsectores: productos de un solo uso, 95%; dental, 100%, y electromedicina, 43%. Por otro lado, subsectores relevantes por su nivel de facturación total muestran, sin embargo, un bajo nivel de fabricación local, como es el caso de los implantes de traumatología, 43%; el diagnóstico in vitro, 17%, y el subsector de cardiovascular y tratamiento del dolor, <1%.

Gráfico 1. Caracterización por antigüedad y tamaño de la muestra.



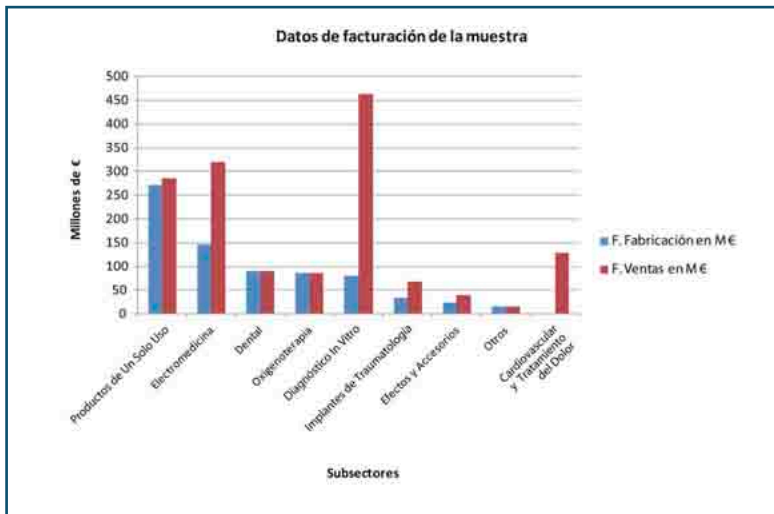


Gráfico 2. Facturación en ventas y fabricación de la muestra de empresas innovadoras por subsector.

EL ÉXITO EN INNOVACIÓN

En cuanto a los principales motivos que llevan a las empresas a innovar, el estudio señala la demanda de productos y servicios no satisfechos (42%), las nuevas oportunidades de diversificación para entrar en nuevos mercados (40%), las nuevas tecnologías que permitan aplicaciones asistenciales y comerciales, así como el incremento de la presión por parte de los competidores (29%). Sorprende, no obstante, según señala Jordi Pujol, presidente de la Comisión de Innovación de Fenin «que uno de los motivos menos valorado, con un 13 por ciento, sea las demandas del Sistema Nacional de Salud a través de concursos públicos».

En el estudio desarrollado por Fenin se define el éxito de innovación de una empresa como la potencialidad para desarrollar nuevos productos/servicios y/o mejora de procesos y su capacidad para comercializarlos exitosamente. Para medir dicho éxito el estudio utiliza el Índice de Éxito en Innovación (IEI), un índice compuesto de tres indicadores que se corresponden con tres preguntas de la encuesta. Así, un índice bajo o muy bajo, por ejemplo menor de 50, se atribuye a empresas con éxito bajo o medio-bajo en innovación; por el contrario, un índice superior a 50 va asociado a empresas que destacan por ser exitosas en innovación.

Por tamaño de empresa las más exitosas son las medianas, con IEI promedio de 54; seguidas de las pequeñas, con IEI promedio de 38; y en último lugar las grandes, con IEI promedio de 31.

En cuanto a las estrategias de innovación más valoradas como «muy importantes» (gráfico 3) están el desarrollo de productos innovadores a nivel mundial (58%), el desarrollo de productos in-

novadores para la exportación a otros mercados (46%) y los nuevos modelos de negocio y/o nuevos canales de comercialización (44%).

INNOVACIÓN Y CRECIMIENTO EN VENTAS

Mientras el comercio nacional está casi estancado o en recesión, la exportación de las empresas innovadoras crece tres veces más deprisa. Esta tendencia, según el presidente de Fenin, Daniel Carreño, «pone de relieve la apuesta de la federación por la internacionalización de las empresas del sector como motor de crecimiento y desarrollo empresarial. A juicio de Pujol, «innovar con éxito y vender en los mercados exteriores es de enorme importancia para asegurar el desarrollo de las empresas, especialmente en momentos de crisis con fuerte retroceso de la demanda interna». En otras palabras, según los resultados del estudio, no innovar ni exportar es reducir y comprometer seriamente la futura viabilidad de las empresas del sector.

No innovar ni exportar es reducir y comprometer la futura viabilidad de las empresas del sector

CUÁNTO INVIERTEN Y CÓMO SE FINANCIAN

El gasto promedio de I+D+i sobre ventas de las empresas innovadoras del sector es del 9,5% y disminuye significativamente al aumentar el tamaño de la empresa. Las empresas del sector emplean aproximadamente el 75% de sus gastos de I+D+i en innovación de producto/servicio y el 25% en innovación de procesos.

En relación al IEI, el estudio muestra que el grupo de empresas que declaran un éxito alto en innovación gastan en I+D+i una media del 13,5% de su facturación total, mientras que las que tienen un éxito medio-bajo gastan una media del 8,3%.

Teniendo en cuenta que las empresas con éxito alto en innovación tienen un crecimiento en ventas superior tanto en el mercado interior (5,3%) como exterior (8,6%) sobre las que no innovan o tienen un éxito medio-bajo, el estudio concluye que invertir en I+D+i es un requerimiento imprescindible del éxito empresarial, tanto en el mercado interior como en el exterior.

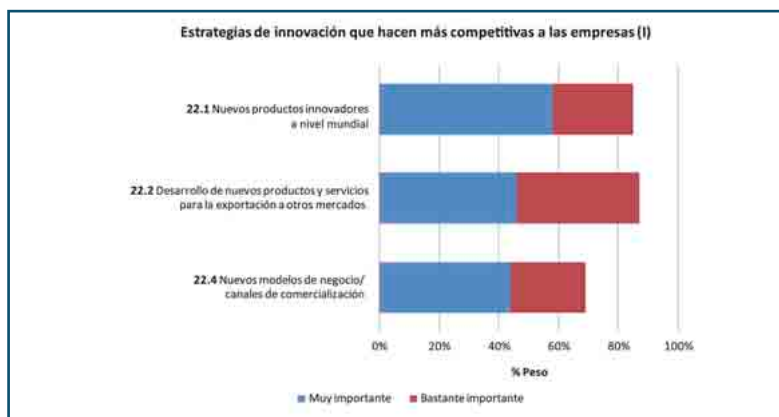


Gráfico 3. Estrategias de innovación que hacen más competitivas a las empresas.

En cuanto a la financiación, los resultados reflejan que las empresas más innovadoras financian sus gastos de I+D+i de la siguiente forma: 42% con fondos propios, 41% fondos público (créditos públicos, ayudas fiscales, subvención autonómica, subvención central), 14% fondos europeos, y 3% con la suma de fondos de capital privado y capital riesgo.

A este respecto, y como se desprende del resumen ejecutivo publicado por Fenin, las empresas con alto éxito de innovación expresan la necesidad de encontrar recursos suficientes y alternativos a los fondos propios y proponen dentro del incremento de la financiación a través de fondos públicos, incrementar por tres las ayudas fiscales y, dentro de la opción de fondos privados, aumentarlos por cuatro, representando la participación del capital riesgo un 30% y un 70% la entrada de capital privado, puesto que actualmente son casi irrelevantes. Las pequeñas y microempresas piden incrementar las subvenciones autonómicas, puesto que son las principales destinatarias.

VALORACIÓN DE LA INNOVACIÓN POR PARTE DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Otro de los aspectos de interés del informe llevado a cabo por la Federación es el que centra la atención en las administraciones públicas y en cómo valoran éstas la innovación. En primer lugar, el 34% de las empresas innovadoras dice no estar interesada en la venta por concurso público y por tanto no ha participado en el estudio. Sólo el 66% de las empresas ha participado alguna vez en concursos públicos en los últimos tres años y, de ellas, el 48% declara que alguna vez ha sido adjudicataria por parte de la Administración Pública de algún producto o servicio de innovación propia, mientras que el 18% ha participado, pero nunca ha tenido éxito.

Del informe se desprende que las empresas pequeñas y micro son las que muestran un interés menor, con un 34% y 60% de ninguna participación en los concursos públicos; mientras que medianas y grandes no están interesadas, en un 24% y 15% respectivamente. De otro lado, si se observa el interés en participar en función del éxito en innovación, se encuentra que la falta de interés en la venta por concurso público es mucho mayor (55%) en las de alto éxito que en las de éxito medio-bajo (26%).

Por otra parte, el informe muestra que el 45% de las empresas piensa que se valora mucho más el precio que la innovación, mientras que sólo el 5% de empresas cree que se valora mucho más la innovación que el precio.

Las empresas innovadoras perciben que las áreas de compra de las consejerías de salud de las comunidades autónomas valoran en general mucho más el precio. Sólo tres comunidades superan el 50% de empresas que creen que se valora más o igual la innovación que el precio: Comunidad Valenciana (62%), Cataluña (55%) y País Vasco (52%).

RECURSOS QUE MÁS CONTRIBUYEN AL ÉXITO

En cuanto a los aspectos regulatorios y de apoyo por parte de las administraciones, que las empresas (muy especialmente las de alto I+D+i) valoran más, están los requerimientos y regulaciones que discriminen positivamente las innovaciones locales frente a importaciones de calidad dudosa (65%), la protección de derechos de propiedad intelectual (45%) y las regulaciones o estándares medioambientales.

En cuanto a la gestión de los recursos internos para potenciar la innovación, las empresas destacan la gestión del conocimiento (60%), la formación científica en gestión y creatividad de la innovación (57%), la formación del personal en innovación (53%) y el sistema de reconocimiento y recompensa de los proyectos exitosos (50%). En cuanto a la gestión de los recursos externos para potenciar la innovación, las empresas destacan la participación activa de clientes y usuarios en los nuevos desarrollos, incluyendo unidades de investigación de centros sanitarios (83%); la colaboración con centros universitarios de I+D+i (63%) y la cooperación con centros tecnológicos (50%). ●

Para acceder al informe completo:
www.fenin.es/pdf/estudioinnovacion.pdf