



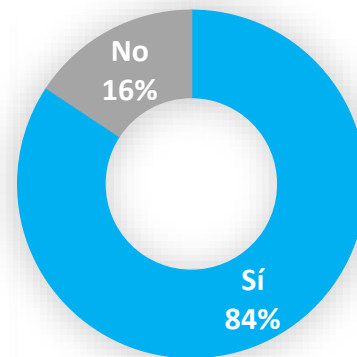
DIAGNÓSTICO DE INNOVACIÓN EN EMPRESAS DE LA REGIÓN DE VALPARAÍSO

DIAGNOSTICO DE LA INNOVACIÓN

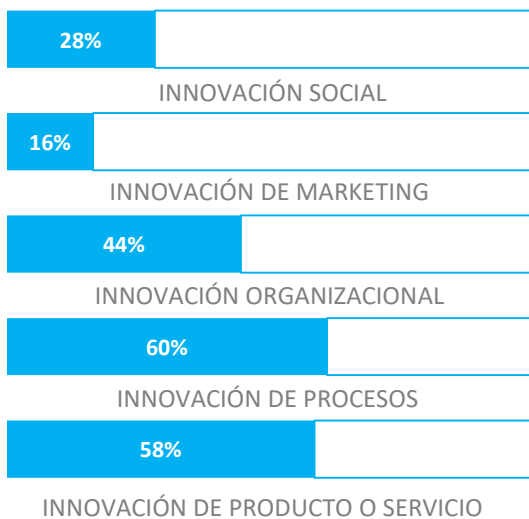
Con el objetivo de determinar el estado de la innovación al interior de las empresas de la Región, se realizó una encuesta online que permitió vislumbrar diversos factores relacionados con la temática. En total participaron 51 empresas, las cuales pertenecen principalmente a los sectores; servicios empresariales (41%), industria manufacturera (16%) y educación (12%). El resto de las empresas pertenecen al sector transporte (10%), comercio (8%), salud (6%), servicios básicos (6%) y sector financiero (1%).

ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN

El 84% de las empresas participantes señaló haber desarrollado actividades de innovación en su empresa, mientras que el 16% señaló no haber realizado ninguna iniciativa de este tipo.



INNOVACIÓN REALIZADA



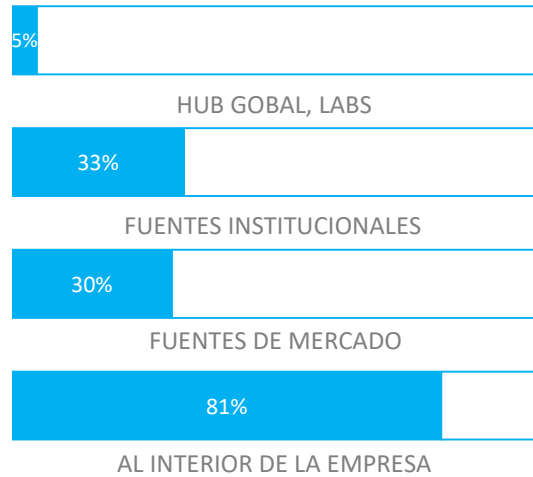
De las empresas que innovaron (43), la mayoría mencionó haber desarrollado innovación en procesos (60%), innovación en producto o servicios (58%) e innovación organizacional (44%).

Por otra parte, innovación de marketing e Innovación social, son las menos mencionados por las empresas participantes, con un 16% y 28% respectivamente.

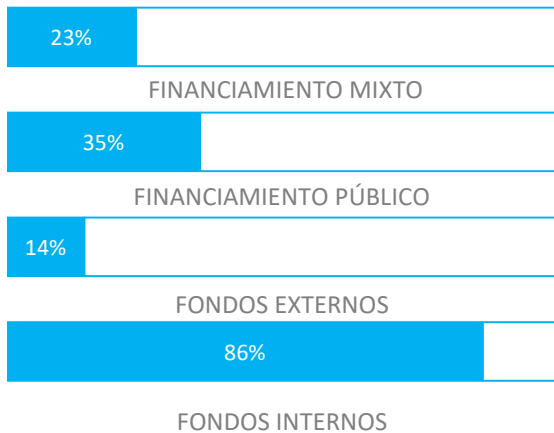
Desarrollo de las innovaciones

Al consultarles a las empresas respecto a cómo desarrollaron las innovaciones al interior de sus instituciones, el 81% mencionó que al interior de su empresa, un 33% a través de fuentes institucionales (universidades y/o centros de investigación) y un 30% indicó haber desarrollado innovación a través de fuentes de mercado (clientes, competidores, consultores o empresas del mismo sector). Finalmente, solo un 5% mencionó haber innovado a través de Hub Global o Labs de innovación.

Adicionalmente, se señaló haber realizado la innovación a través de asociaciones internacionales y a través de la participación en una misión empresarial en Finlandia.



Financiamiento



El 86% de las empresas que realizaron innovación, financiaron sus proyectos a través de fondos internos (capital propio o deuda). El 35% señaló haber financiado alguno de sus proyectos a través de fondos públicos, un 23% a través de fondos mixtos y un tan solo un 14% a través de fondos externos (proveedores, clientes o empresas del mismo sector).

IMPACTOS OBTENIDOS

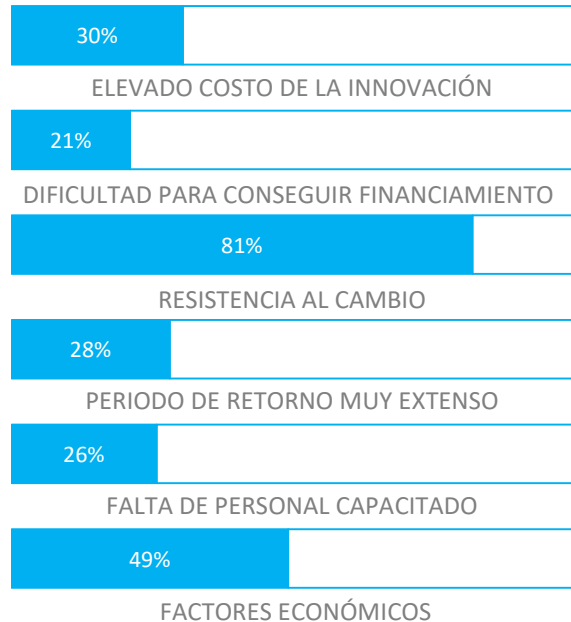
Al consultar sobre los principales beneficios obtenidos con la innovación, se señaló:

- ✓ “Nuevos negocios y desarrollos de punta en temas organizacionales”.
- ✓ “Conocer las tendencias actuales en materia de desarrollo tecnológico próximo ordenamiento de labores y potenciar la mejora continua”.
- ✓ “Generar conocimiento médico”.
- ✓ “Eficiencia”.
- ✓ “Aprendizaje”.
- ✓ “Entregar un servicio con un mayor valor agregado a clientes”.
- ✓ “Reestructuración del modelo educativo en Ingeniería”.
- ✓ “La posibilidad de "democratizar" nuevas formas de hacer las cosas, alcanzando una mayor cobertura”.
- ✓ “Sacar productos innovadores al mercado”.
- ✓ “La coherencia con la misión institucional y el plan de desarrollo estratégico”.
- ✓ “Reconocimiento de marca, aumento de ventas, mejoras en proceso y eficiencia”.
- ✓ “Mejora en la productividad y toma de decisiones, expansión de la base de conocimientos ante nuevas técnicas, motivación permanente a nuevos desafíos (salir de zona de confort), posicionar a la empresa como referente tecnológico en diferentes materias”.
- ✓ “Crecimiento de las ventas”.
- ✓ “Aumento de capacidad”.
- ✓ “Crecimiento con nuevos clientes”.
- ✓ “Destinar un área específica para la innovación desde hace más de 5 años”.
- ✓ “Aumento de cantidad de containers transferidos”.
- ✓ “Distribución de liderazgo, alcance en mayor profundidad”.
- ✓ “Aumento de oferta de productos y nuevos servicios”.
- ✓ “Demostrar a nuestros colaboradores que se si puede innovar”.
- ✓ “Ventas y posicionamiento”.
- ✓ “Aumento de Ventas, Imagen de marca y rentabilidad”.
- ✓ “Mejora en calidad, productividad y servicio / nuevos negocios”.
- ✓ “Adecuación a los nuevos tiempos y exigencias del mercado”.
- ✓ “Ampliación de mercado y posicionamiento comercial”.
- ✓ “Se espera una mayor eficiencia, pero está aún en etapa de implementación”.
- ✓ “Menor pago de impuestos por Ley I+D y mayor ingreso por productos y servicios”.
- ✓ “Adecuación a los nuevos tiempos y exigencias del mercado”.
- ✓ “Aumento de 15% de rendimiento en la producción”.
- ✓ “Reestructuración del modelo educativo en ingeniería”.
- ✓ “Posibilidad de "democratizar" nuevas formas de hacer las cosas, alcanzando mayor cobertura”.
- ✓ “Sacar productos innovadores al mercado”.
- ✓ “Nuevos negocios y desarrollos de punta en temas organizacionales”.
- ✓ “Conocer las tendencias actuales en materia de desarrollo tecnológico próximo”.
- ✓ “Adecuación a los nuevos tiempos y exigencias del mercado”.

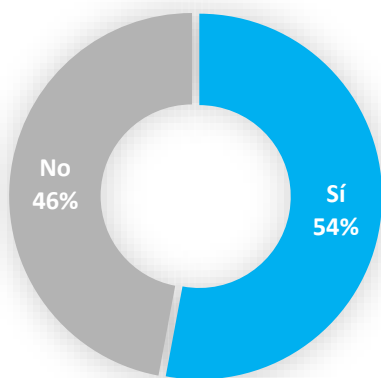
DESINCENTIVOS A LA INNOVACIÓN

El principal factor que las empresas participantes del diagnóstico mencionaron como desincentivo a la innovación, corresponde a la resistencia al cambio, siendo mencionado por un 81% de los encuestados. En segundo lugar, se señaló los factores económicos (49%), seguido por el elevado costo de la innovación (30%), el periodo de retorno muy extenso (28%) y la falta de personal capacitado (26%). El factor menos mencionado, corresponde a la dificultad para conseguir financiamiento (21%).

Adicionalmente algunas empresas señalaron otros factores tales como; aspectos culturales de la alta dirección, dificultad cultural para superar la inercia y las urgencias del día a día, la falta de capacidad para medir efectivamente el retorno en etapa piloto, la falta de cultura proinnovación, barreras organizacionales que no favorecen la innovación, excesiva burocracia y no tener claro cuál es el camino que hay que seguir para realizar la innovación.



LEY I+D INCENTIVO TRIBUTARIO



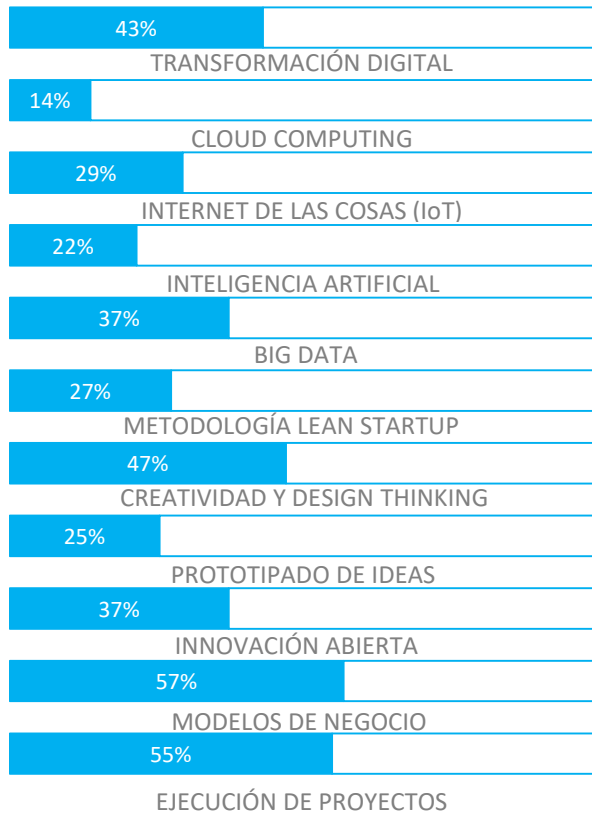
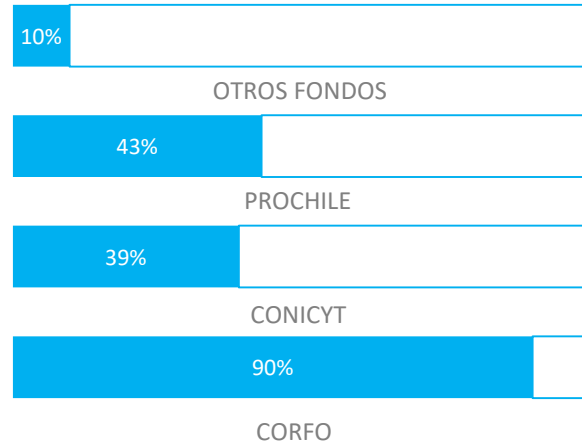
Al consultarle al total de las empresas si conocían la ley de incentivo tributario a la inversión privada en investigación y desarrollo (Ley I+D), el 54% mencionó conocerla, mientras que el 46% mencionó no hacerlo.

Por otra parte, al analizarlo según las empresas que si han innovado, el 47% no conoce el beneficio, mientras que el 53% restante si lo hace.

Por último, de las empresas que han innovado, un 12% ha utilizado el beneficio (5 empresas).

FONDOS PÚBLICOS

En cuanto a los fondos públicos destinado a fomentar la innovación, el 90% señaló conocer los fondos CORFO, un 43% señaló conocer los fondos entregados por PROCHILE, mientras que un 39% mencionó los fondos entregados por CONICYT. Solo un 5% mencionó conocer otro tipo de fondos públicos destinados a fomentar la innovación.



CAPACITACIÓN

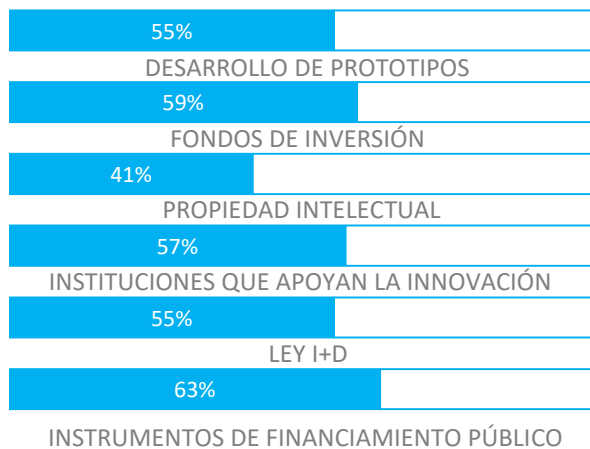
Del total de empresas encuestadas, un 90% mencionó tener al interior de su empresa personal capacitado para realizar innovación.

Al momento de consultar sobre las temáticas en la que le gustaría capacitar a los colaboradores de su empresa, se obtiene que la mayoría de los encuestados está interesado en capacitación sobre modelos de negocio, ejecución de proyectos, creatividad y design thinking y transformación digital (57%, 55%, 47% y 43% respectivamente).

Las temáticas menos mencionadas corresponden a cloud computing, inteligencia artificial y prototipado de ideas (14%, 22% y 25% respectivamente).

INTERESES

En general, la mayoría de los encuestados señaló estar interesado en recibir mayor información sobre temáticas relacionadas con la innovación. Solo la temática relacionada con propiedad intelectual fue mencionada por menos del 50% de los encuestados.



INNOVACIÓN A CORTO PLAZO

Por último, se señala que un 96% de los encuestados señaló que piensa realizar algún tipo de innovación al interior de su empresa en los próximos dos años.