



cepyme

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE  
LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA



SENADO  
DE ESPAÑA

# LA INNOVACIÓN EN LA PYME

**COMPARECENCIA EN PONENCIA DE ESTUDIO SENADO**

**MADRID, 21 DE MARZO 2013**

***(Salutaciones y agradecimientos)***

Buenos días,

Quisiera en primer lugar agradecer a los Grupos Parlamentarios y, en particular a sus Señorías, la invitación que han cursado a CEOE y CEPYME.

Por lo tanto, comparezco con mucho gusto ante ustedes para exponer el punto de vista empresarial sobre la transición hacia una economía basada en el conocimiento. Y particularmente, sobre el estado de la situación de la innovación en la empresa y las medidas de integración, de apoyo y de transferencia del conocimiento.

## *(Introducción)*

En el planteamiento de mi intervención he querido tener en cuenta dos cuestiones que, teniendo orígenes distintos, en la actualidad se solapan.

Me refiero, por un lado a la situación de crisis económica, que repercute muy negativamente sobre la actividad de las empresas. Y en particular, sobre las empresas de reducida dimensión.

Y por otro lado, a la necesidad de que las empresas se enfrenten al cambio estructural que han experimentado los mercados, de manera que puedan desarrollar nuevas oportunidades de negocio.

Ambas cuestiones hacen más necesario aún el fomento de la transferencia tecnológica y la incorporación de la innovación como los elementos claves para la mejora de la capacidad competitiva de las empresas.

Del éxito en la consecución de estos retos en el presente dependerá la generación y el mantenimiento de la actividad económica y del empleo en el futuro.

No se trata, por lo tanto, de esperar pasivamente a conocer lo que nos quiera ofrecer el futuro. Como ha escrito una de las figuras más relevantes del “management”, Peter Drucker: “Lo único que vamos a poder saber con certeza acerca del futuro es que éste va a ser distinto”; y “la mejor forma que tenemos de adelantarnos a él es creándolo”.

Pues bien, éste es un buen momento para afrontar con decisión las dificultades del presente y, así, ir modelando el futuro más propicio.

Estamos, por tanto, ante el punto de partida fundamental: el que nos va a permitir la detección y el reconocimiento de los cambios recientes en las necesidades de la demanda, para poder reorientar nuestro patrón de crecimiento.

No hace falta buscar, ni forzar este cambio en otro ámbito fuera del exclusivamente empresarial.

Los emprendedores, los empresarios, son los agentes que generan y procesan las ideas y el conocimiento para transformarlos en aquello que se valora en los mercados.

Precisamente ésta es la función de la innovación empresarial, que en este proceso asume su mayor protagonismo.

\*\*\*\*\*

Un primer análisis del Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación español nos muestra que:

1. el porcentaje del gasto empresarial en Investigación y Desarrollo es inferior al de otros países de nuestro entorno.

2. la persistencia de esta diferencia se traduce en una baja capacidad innovadora del país y muestra un claro contraste con las capacidades científicas desarrolladas.
3. tenemos un reducido número de empresas innovadoras, especialmente Pymes, y un reducido peso de los sectores de media y alta tecnología.
4. las empresas que desarrollan actividades de I+D de forma sistemática lo hacen en un número inferior al deseable.

Permítanme avanzarles que, sin duda, este diagnóstico no es del todo completo. El resultado es el que ofrecen las métricas existentes. Pero la medición de la innovación no es una tarea sencilla, puesto que no es fácil encontrar registros estadísticos únicos que nos permitan abarcar la amplitud de este concepto de la innovación empresarial.

Las contabilidades y registros estadísticos internacionales recogen principalmente el gasto en I+D, que tiene una relación importante con la innovación tecnológica, pero no con los otros tipos de innovación.

Es más, estos obstáculos de medición se acrecientan cuando se intenta cuantificar las distintas modalidades de innovación y, en particular, las que caracterizan a las empresas de menor dimensión.

Estas consideraciones son muy relevantes puesto que multitud de Pymes innovan lanzando nuevos productos al mercado, o mejorando los procedimientos de relación con clientes, con los proveedores o la competencia sin que éstas queden reflejadas en las estadísticas oficiales.

Aún diría más: muchas de las pequeñas y medianas empresas españolas innovan constantemente y no son conscientes de ello.

Por lo tanto, en contraposición con el análisis anterior, les propongo los siguientes axiomas:

1. la fuente de la innovación empresarial, especialmente en el ámbito de las Pymes, no se reduce al gasto en I+D.
2. las mayores dificultades para la transferencia del conocimiento se produce entre las pymes. Y en particular, del conocimiento que se genera en la esfera de la investigación científica fundamental.
3. nuestra estructura y demografía empresarial está muy vinculada a sectores que tienen mayores dificultades de acceso al crédito y menos capitalizadas.
4. las Pymes, en gran medida, lanzan nuevos productos al mercado, o mejoran sus procesos de relación con clientes, proveedores o la competencia sin que, en la mayor parte de los casos, sigan una pauta sistematizada.



\*\*\*\*\*

Antes de justificarles cuáles son los elementos clave que forman parte de la actividad innovadora en las Pymes, haré un breve diagnóstico de la capacidad de innovación de las empresas de menor dimensión.

Esta breve exposición me conducirá a describir los factores que favorecen más la participación de la innovación empresarial en este tipo de empresas.

Y concluiré con una serie de reflexiones acerca de los cambios que se han de producir para mejorar nuestra situación competitiva.

\*\*\*\*\*

### *(Descripción de la estructura empresarial)*

Si bien el acercamiento empírico a la innovación no es el objeto principal de esta Ponencia, si que es necesario presentar una serie de indicadores que me permitirán clarificar el entorno externo en el que se desenvuelve la actividad de la organización.

Nuestra estructura empresarial se caracteriza por una fuerte atomización y por una elevada concentración de la actividad en las más pequeñas.

De los 3,2 millones de empresas, el 99,8% son PYME, es decir, tienen menos de 250 empleados y su volumen de negocio no es superior a los 50 Millones de euros.

Estas magnitudes son muy similares al resto de países de la Unión Europea.

Ahora bien, a diferencia de nuestros principales socios comerciales, la economía española presenta en

términos relativos muy pocas empresas grandes y muchas de tamaño pequeño y muy pequeño.

Así, las microempresas (que cuentan con menos de diez empleados) representan el 90% del total, tanto en España como en Francia, Italia y el Reino Unido, mientras que en Alemania no llegan al 80%.

Estas microempresas sustentan un elevado porcentaje del total de nuestro valor añadido y del empleo.

En Alemania, Francia y Reino Unido, el porcentaje de personas empleadas en empresas grandes es aproximadamente el doble que en España, mientras que el de las empleadas en microempresas es la mitad.

Adicionalmente, nuestra estructura empresarial se concentra en actividades productivas que son menos intensivas en capital.

Estos rasgos particulares de la economía española están muy ligados a nuestros problemas con el crecimiento.

En su conjunto, las empresas españolas registran una menor productividad.

Distintos estudios indican que el diferencial de productividad de nuestra economía con respecto a la UE se debe en un 45% a la composición sectorial; y el 55% restante, a la menor productividad de cada sector.

Es más, estas diferencias de productividad en cada sector se originan fundamentalmente en el tramo de las microempresas. Es decir, justamente en aquél que más peso tiene en términos de empleo.

La productividad de las empresas españolas con más de diez empleados no está demasiado alejada de la de sus homólogas de otros países, siendo en promedio el 95% de la que logran las alemanas, el 84% de las

francesas, el 92% de las italianas o el 91% de las británicas.

En cambio, las empresas españolas de cero a diez empleados son aproximadamente la mitad de productivas que sus homólogas en Alemania, Francia o Reino Unido, y también la mitad que las empresas más grandes de su respectivo país.

**El fomento de la innovación entre las Pymes tendría un doble efecto beneficioso para la economía española.**

En primer lugar, haría que las empresas mejorasen su competitividad con nuevos productos y servicios.

Complementariamente, esta mayor competitividad propiciaría su crecimiento, lo que redundaría en ganancias adicionales de productividad.

Uno de los principales objetivos de esta política sería el de incrementar el número de empresas que realizasen alguna de las actividades que definen a la innovación.

En 2011, el porcentaje de empresas con menos de 250 empleados que realizó alguna actividad innovadora se situó en el 11,8%.

Un porcentaje que dista significativamente con respecto al de las grandes empresas, que fue del 42,2% en el mismo periodo.

La crisis ha incidido en agrandar esta brecha entre las empresas, lo que abunda en la necesidad de realizar un mayor esfuerzo en el fomento de la innovación entre las Pymes.

El porcentaje de las que realizaban actividades innovadoras se redujo durante estos años un 20,8%, mientras que en el caso de las grandes empresas, no sólo no cayó, sino que aumentó en un 4,2%.

La generación de mayores economías de escala, la plena integración con la estrategia y el mejor acceso a la financiación son los principales factores que estarían detrás de que las empresas de mayor dimensión mantuvieran —e incluso ampliaran— el número de actividades innovadoras durante este periodo.

Según la encuesta sobre innovación en las empresas del INE, la principal dificultad que alegan las Pymes españolas para abordar actividades innovadoras es el coste.

Este factor es muy importante, puesto que la intensidad de innovación (esto es, el porcentaje de gasto en innovación sobre ventas) es del 2,7% en las Pymes innovadoras, superior en un punto porcentual al de las grandes empresas.

Pues bien, el porcentaje de Pymes que consideraban estos costes una dificultad importante para innovar era el 34% en 2007; y subió al 44% en 2011.

Sin duda, la falta de liquidez en la empresa, sus dificultades para acceder a financiación externa y el elevado coste de la innovación están provocando, asimismo, un mayor deterioro durante este periodo de crisis.

A este factor le siguen otros, no menos importantes que el de la financiación. Entre ellos: la percepción de que no es necesario innovar, las dificultades de acceso al mercado y, por último, la falta de conocimientos adecuados.

Cuando se descomponen los gastos empresariales de las Pymes en innovación, se observa que las actividades en I+D (internas y externas) representaban el 70% del gasto total.

Éste porcentaje es, en términos relativos, muy superior al que realizan las empresas de mayor tamaño.



Y ésta diferencia se hace más evidente en la distribución de la generación de I+D, siendo en las Pymes más importante la de carácter interno.

Otro de los rasgos que se ha de destacar es el bajo porcentaje que supone la adquisición de otros conocimientos externos para la innovación y el reducido gasto que se realiza para valorizar esta actividad.

En 2011, tan sólo el 8,9% de las Pymes innovadoras declaran realizar estas actividades en cooperación con otros agentes. Un porcentaje sensiblemente inferior al declarado por las empresas de mayor tamaño (19,9%).

La cooperación de las empresas sigue orientándose mayoritariamente hacia los proveedores y otros agentes: universidades, centros tecnológicos, consultores privados, competidores y empresas del mismo grupo.

\*\*\*\*\*

De este análisis surge la necesidad de realizar una apuesta decidida por la innovación en las empresas y, en particular, en las de menor tamaño.

Para argumentar esta afirmación creo que es preciso describir cómo las Pymes innovadoras generan, adquieren y aplican sus procesos de innovación con el fin de mejorar su productividad.

Para ello, presentaré el modelo definido por la Fundación Cotec, con la que CEPYME está colaborando a la hora de impulsar la innovación en el tejido pyme. A partir de este enfoque particularizaré algunas recomendaciones y actuaciones que ayudarán a aumentar la competitividad de estas empresas a través de la innovación.

En primer lugar, **una Pyme necesita optar por la innovación**. Necesita de una cultura empresarial que otorgue un gran valor a este proceso. Es decir, lo que se conocemos como “cultura innovadora”.

Esta cultura se expresa fundamentalmente en la existencia implícita o explícita de una “estrategia innovadora”, que queda más o menos formalizada en una “planificación para la innovación”.

Una vez que se ha optado, **la Pyme debe asignar recursos a la innovación**. Y contar con un mínimo de “herramientas” para su gestión.

Por último, mantener la innovación en la Pyme solo es posible si existe el convencimiento de que proporciona beneficios. Es decir, si comprueba que la innovación es rentable.

En definitiva, lo que sucede en la economía real es que una empresa incorpora la innovación a su cultura si comprueba que influye:

- En la mejora de los productos y servicios ofrecidos
- en la “eficiencia de los procesos”.

- Y en el resultado de la empresa.

Pero este es un proceso gradual y exige un periodo de tiempo, que choca frontalmente con la urgencia de las empresas por mantener sus ventas y defender o incrementar su cuota de mercado.

Sin duda, la crisis hace que las Pymes sean conscientes de que su supervivencia pasa, necesariamente, por asumir que las condiciones del mercado han cambiado.

Actualmente, por ejemplo, la actividad de una pyme ya no está enmarcada en un entorno local. Ahora debe desenvolverse en un entorno nacional o, incluso, internacional.

Esta percepción de competir en un entorno más amplio y más exigente es esencial para las empresas de menor dimensión. De hecho, se convierte en el primer requisito para que una Pyme decida volcarse hacia la innovación. Es decir, para que la dirección de la

empresa asuma un compromiso firme con la opción de innovar.

Porque muchas pymes han adquirido una gran experiencia en hacer cada vez mejor lo que ya saben hacer. Pero la gestión de la innovación es una misión distinta, que requiere diferentes capacidades y recursos.

Por ello, es necesario entender que las pymes deben modificar su orientación estratégica hacia la cultura de la innovación.

Y para ello es necesario tener en cuenta tanto el contexto económico actual, como sus capacidades y la planificación del tiempo de negocio que requiere cualquier proceso de este tipo.

Por tanto, en el fomento de la cultura innovadora de las Pymes juegan un papel importante las capacidades de adaptación y absorción que presentan este tipo de empresas.

Entre estas, se pueden enumerar la capacidad de identificar, valorar e integrar las fuentes de conocimiento y del valor que son relevantes para las mismas.

A partir de estos componentes, la decisión de implementar la cultura de la innovación en la empresa, bajo mi punto de vista, está unida a tres motivaciones:

- La búsqueda de “conocimiento”,
- la búsqueda de “mercados”
- y la búsqueda de “eficiencia”.

Con respecto a la primera, las empresas asignan medios a la búsqueda de recursos relacionados con la capacidad de investigación y desarrollo tecnológico.

Estos recursos son ofertados por distintos agentes y serán seleccionados conforme aumenten los propios activos intangibles de la empresa. En este sentido, es tan importante la visión Pyme del conocimiento o tecnología ofertada, como la capacidad que disponga la

empresa para poder transferir esa fuente externa de conocimiento a los procesos internos de la misma.

En cuanto a la **búsqueda de mercados**, quizás sea ésta la motivación que condiciona al resto de componentes.

Es imprescindible que la variable “demanda” no se pierda de vista en ningún momento dentro del proceso de innovación. Esto requiere asignar medios, que por naturaleza son escasos, a un sistema de información y validación que precise cuáles son las necesidades reales de la demanda.

En este sentido, es esencial orientar la oferta de “conocimiento” aglutinada en universidades, organismos públicos de investigación, centros tecnológicos y otros agentes involucrados en la generación de tecnología.

Por su parte las Pymes deben poder validar si el producto o proceso que se está modificando tiene un impacto significativo sobre la cifra de negocios.

Si es así, se está resolviendo una necesidad real de la demanda previamente identificada.

Si no es así, al menos habrá servido como experiencia.

Por último, **la búsqueda de la eficiencia** está relacionada con la provisión de los recursos necesarios que optimicen el proceso de innovación, fundamentalmente humanos y financieros.

Ahora bien, a partir de aquí, en la Pymes aparecen multitud de barreras o dificultades que deben superar.

Y es que la innovación actúa como amplificador de todos aquéllos obstáculos que forman parte de la actividad de cualquier empresa.

Entre otros, sin ánimo de ser exhaustivo mencionaré los siguientes:



- La falta de experiencia en la gestión de estos procesos,
- La falta de cualificación del capital humano,
- La dificultad para acceder a los recursos financieros,
- El acceso a fuentes de información que detectan oportunidades en el conocimiento y en los mercados y,
- Los costes asociados a la distinta tipología de barreras regulatorias existentes (mercantiles, comerciales, laborales y fiscales, entre otros).

También diré que estos obstáculos son salvables por cualquier empresa si posee activos competitivos con una estrategia marcada por la diferenciación.

La valoración de todas estas fortalezas y debilidades exige considerar en gran medida la apertura de la

innovación hacia fórmulas de cooperación entre empresas con cualquier tipo de agente vinculado al ámbito de la I+D+i o de la transferencia del conocimiento.

La cooperación entre empresas constituye una vía especialmente eficaz para el desarrollo de la cultura de la innovación en las Pymes. Sobre todo, porque la cooperación aúna esfuerzos, recursos y talento para reducir costes y riesgos en la ejecución de un proyecto común.

Es probable que de estos procesos resulte un acuerdo de integración entre las empresas. Si fuera así, el efecto sería doblemente positivo, porque ya hemos visto que las compañías de menor tamaño tienen más dificultades a la hora de rentabilizar los proyectos innovadores.

Pero, en todo caso, también son de gran interés en este sentido los acuerdos coyunturales, los consorcios, las fórmulas de “joint venture”... A través de estos

procesos, las Pymes pueden tener un acceso más fácil, más rápido y más eficiente a los mercados, al conocimiento y a las tecnologías.

Además, la cooperación empresarial permite a las Pymes obtener economías de escala y generar valor añadido derivado de la explotación de los resultados de la innovación.

Y por último, y muy importante, estos acuerdos entre empresas posibilitan compartir riesgos.

A este respecto, me referiré muy brevemente a una iniciativa público-privada que hemos impulsado desde Cepyme y que viene a propiciar un mayor acercamiento entre la oferta tecnológica y las necesidades de la demanda.

Me estoy refiriendo a la celebración del 2º Foro para la Ciencia, Tecnología e Innovación “**Transfiere**” que tuvo lugar los pasados 13 y 14 de febrero en Málaga.

“Transfiere”, como foro multisectorial de la innovación española, se ha convertido en una oportunidad para las Pymes de acercarse al ámbito del conocimiento y de la tecnología.

En la segunda edición de este foro han participado

- más de 200 empresas e instituciones,
- alrededor de 250 grupos de investigación,
- medio centenar de universidades,

Y con motivo de su celebración se han registrado

- más de 1.600 perfiles de oferta y demanda tecnológica,
- y más de 2.700 citas programadas en 14 horas, tanto cerradas previamente como organizadas en el propio evento.

Transfiere se ha afianzado como un ejemplo de cooperación y de buenas prácticas en el ámbito de la transferencia tecnológica hacia las PYMES, permitiéndoles alcanzar nuevas oportunidades de negocio tanto en el mercado nacional, como en el ámbito internacional.

\*\*\*\*\*

Como ven sus Señorías, para que la innovación pueda resultar de utilidad para todos los sectores es preciso que todos los intervinientes actúen de forma coordinada y en una misma dirección. Me refiero, sobre todo, a la administración, al mundo académico e investigador y, por supuesto, a nuestras empresas.

En el caso de la Administración, es imprescindible que sea plenamente consciente de la importancia de la innovación empresarial.

Para ello, es lógico pensar que las políticas orientadas a impulsar la actividad económica de un país han de pasar por el establecimiento de un marco de medidas públicas de fomento de la actividad innovadora.

Ésta debe ser coherente con las características específicas del tejido empresarial y, al mismo tiempo, con el objetivo de su transformación competitiva.

Por ello, y a pesar de las restricciones presupuestarias, es necesario preservar los fondos destinados a este tipo de actividades.

Dada esta premisa, lo fundamental reside en conseguir el compromiso de empresarios e investigadores para rentabilizar los resultados de la investigación, adecuando su finalidad a las necesidades reales que demandan las empresas.

Por ello, CEOE y CEPYME celebran que la Estrategia Española de Ciencia y Tecnología y de Innovación y el nuevo Plan Estatal incorporen una serie de medidas e iniciativas para estrechar el vínculo entre estos dos ámbitos, así como para facilitar de manera efectiva los proyectos de colaboración público-privada.

Ahora bien, es necesario considerar varios elementos que deben acompañar el esquema propuesto por la Estrategia y el Plan.

Las ayudas deben reorientarse teniendo en cuenta que los procesos de innovación siguen un patrón propio en las pymes.

En particular, desde CEPYME hemos recomendado una adecuada provisión de instrumentos financieros destinados a la financiación de la innovación que cumplieran con dos premisas fundamentales.

La primera es que estos instrumentos estuvieran lo suficientemente diversificados y mantuvieran condiciones financieras accesibles.

De forma complementaria, estos instrumentos deben adaptarse a las específicas necesidades de retorno de las inversiones en innovación y del riesgo asumido en cada una de estas operaciones por parte de las empresas de menor dimensión.

Una mayor apuesta por los sistemas de garantías financieras, así como la financiación procedente de instrumentos intermedios entre el capital y la deuda

coadyuvarían a mejorar la financiación de las Pymes en sus procesos de innovación.

Asimismo, es necesario que este tipo de ayudas amplíen su cobertura a un mayor número de empresas para lo que es imprescindible que tengan en consideración dos aspectos relevantes.

El primero es el de la cuantía mínima de participación en proyectos financiados. Y en segundo lugar, la ampliación y adaptación del concepto de innovación a las características particulares de las Pymes ampliando el ámbito tecnológico que contempla a la innovación organizativa y de gestión avanzada.

De igual forma, la sistematización que implica en muchas ocasiones la presentación de este tipo de proyectos subvencionables requiere un apoyo adicional para las empresas que cuentan con menos recursos.



Por ello, es imprescindible un fortalecimiento de la red de Puntos de Información sobre Actividades de Investigación, Desarrollo e Innovación (red PIDI), así como una mayor participación de las organizaciones empresariales en la promoción y difusión de este tipo de ayudas.

CEPYME está colaborando en la consecución de estos retos a través de propuestas y actuaciones integradas en el Plan de Acción que hemos elaborado recientemente.

Nuestro objetivo estratégico es incrementar las capacidades de las Pymes a través de herramientas que impulsen su competitividad, proporcionándoles vías de información y de conocimiento, a través de nuestra red de organizaciones territoriales y sectoriales.

\*\*\*\*\*

## ***(Conclusiones y despedida)***

Señorías,

Hasta aquí, les he intentado transmitir cuál es la visión empresarial sobre el fomento de la innovación entre las pymes.

Para alcanzar el éxito no existen fórmulas mágicas, tan sólo ser capaces de ver los problemas desde otra perspectiva y mantener siempre el enfoque de los mercados.

El reto y desafío del crecimiento y de la competitividad empresarial pasa necesariamente por mejorar la cultura de la innovación entre las Pymes y la transferencia de conocimiento.

Éste es un objetivo que, dada su naturaleza, requiere de la participación conjunta de distintos agentes (empresas, universidades, centros tecnológicos y AA.PP) que sean capaces de coordinar sus acciones con el menor consumo de recursos posibles