



Comité Permanente de Innovación
del Tejido Productivo de la
Provincia de Málaga

INFORME DE RESULTADOS DE LA ACCIÓN
"EVALUACIÓN DE LA INNOVACIÓN EN PYMES
ASISTENTES A LA *FERIA DE LOS PUEBLOS*"



0. ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN

2. METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN

3. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS Y CARACTERIZACIÓN DE EMPRESAS EVALUADAS

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. ANÁLISIS DE DATOS EN BASE A NIVELES DE INNOVACIÓN

4.2. ANÁLISIS DE DATOS EN BASE A ESCENARIOS DE INNOVACIÓN

5. CONCLUSIONES AL INFORME

1. INTRODUCCIÓN

La Feria de los Pueblos y las Ciudades de Málaga es un evento que desde su inicio ha ido ganando fuerza y representación, no sólo por la importancia y valor de sus colaboradores, como la **Excma. Diputación de Málaga, Consejería de Cultura, Consejería de Innovación Ciencia y Empresa, Consejería de Educación**, si no también por la representación de organismos y empresas que se benefician de un marco de presentación óptimo para dar a conocer servicios y productos entre la población asistente al evento, establecer alianzas entre entidades colaboradoras, o buscar el apoyo de organismo públicos.



Estand del Comité Permanente de Innovación en la Feria de los Pueblos

En este sentido, la presencia del **Comité Permanente de Innovación del Tejido Productivo de la Provincia de Málaga** se justifica en base a su propio origen, ya que esta feria de los pueblos se presenta como un marco inmejorable de cara al acercamiento del mundo de la innovación a PYMES, normalmente localizadas fuera de las capitales y centros neurálgicos de negocios principales de la provincia, como elemento competitivo y diferenciador para éstas.

Con objeto de poder realizar un primer análisis “in situ” de la situación en referencia a la innovación de las empresas asistentes al evento, desde el comité se propuso la realización de evaluaciones que permitiesen a la empresa: conocer el nivel de innovación, y conocer el/los escenarios sobre los que desarrolla la actividad la organización.

En este sentido, durante los días 26 y 27 de marzo el **Comité Permanente de Innovación del Tejido Productivo de la Provincia de Málaga** dispuso de personal técnico en el “stand” de la **Cámara Oficial de Comercio Industria y Navegación de la Provincia de Málaga** con el objeto de realizar el mayor número posible de evaluaciones a las empresas presentes en el recinto de la Feria en el tiempo comprendido en esas dos jornadas.

El presente informe trata de dar a conocer los resultados de las evaluaciones realizadas en la “Feria de los Pueblos”, al tiempo que trata de establecer una caracterización de las PYMES evaluadas en base a tipologías, sectores, niveles de innovación y escenarios sobre los que afronta proyectos innovadores como elemento diferenciador en el mercado.



2. METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN

Para la realización de la evaluación de la innovación de las empresas asistentes a la “Feria de los Pueblos” se desarrolló un cuestionario que, dispuesto en la Web del **Comité Permanente de Innovación del Tejido Productivo de la Provincia de Málaga**, pudiese ser cumplimentado por las empresas participantes en el evento.

El cuestionario valoró dos aspectos relevantes como inicio a la innovación empresarial en PYMES:

- Evaluación del nivel de innovación dentro de la empresa: la primera parte del cuestionario contó con 27 preguntas que mediante intervalos de puntuación mostraba el grado de innovación dentro de la empresa sobre la que se realizaban las cuestiones.
- Escenarios de innovación: una segunda parte del cuestionario con 24 cuestiones claves que permitía encuadrar a la empresa en un marco de actuación más o menos próximo a la innovación (escenarios) unido a una serie de recomendaciones claves para salvar las barreras que en el momento de la evaluación se habían detectado. Tanto los escenarios como las recomendaciones se adaptaron a las particularidades de empresas de las características de las asistentes.

Durante el transcurso de la jornada de evaluación, y con vistas a agilizar la capacidad de trabajo del equipo evaluador y al tiempo facilitar, en la medida de lo posible, la toma de datos entre los asistentes a la Feria, se adoptó la decisión de realizar los cuestionarios en formato papel. Para esta labor se procedió al reparto de los cuestionarios a cumplimentar por las empresas, a todas aquellas organizaciones asistentes al evento.

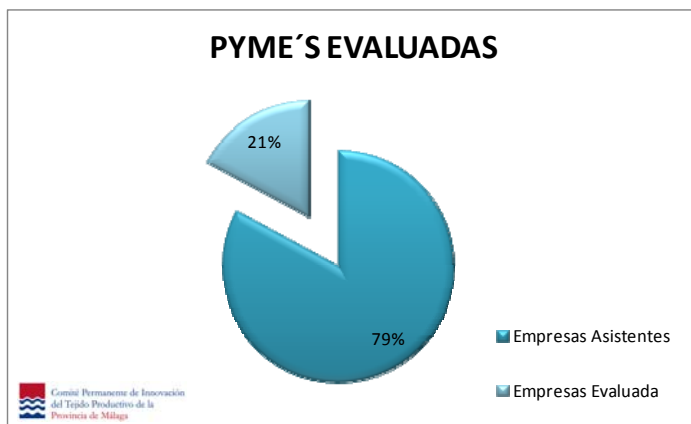
A lo largo de las dos jornadas el equipo técnico del **Comité Permanente de Innovación del Tejido Productivo de la Provincia de Málaga**, recorrieron los stands de las empresas asistentes, e invitando a la cumplimentación del cuestionario, facilitando la entrega a los evaluadores del stand mediante la recogida de los cuestionarios completos.

Tras el análisis de la información, y su posterior tratamiento estadístico, se elaboraron los informes de evaluación que fueron entregados a todas aquellas PYMES que cumplimentaron los cuestionarios tendiendo a la oferta de los técnicos del **Comité Permanente de Innovación del Tejido Productivo de la Provincia de Málaga**.

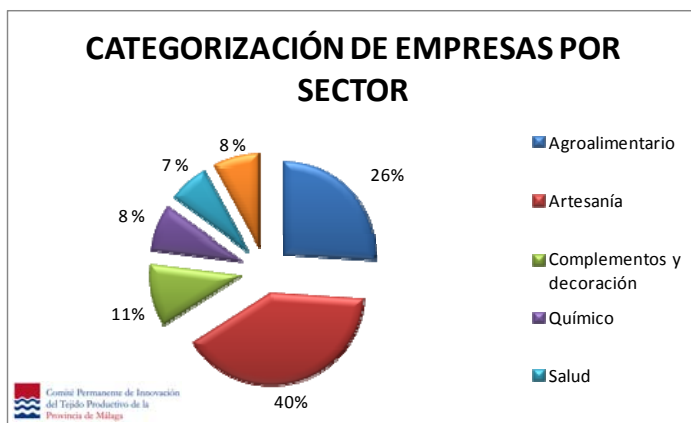
Finalmente, y como culmen a la labor desarrollada en la “Feria de los Pueblos”, se ha realizado este informe en el que se trata de unificar y tratar toda la información obtenida en la evaluación con objeto de destacar conclusiones acerca del grado de innovación y los escenarios sobre los que se desarrollan las empresas asistentes al evento.

3. PRESENTACIÓN, ANÁLISIS Y CARACTERIZACIÓN MUESTRAL

El número total de empresas asistentes a esta feria es de 170 empresas, a todas ellas se les entregó la evaluación básica de innovación. De todas éstas, se tuvo acceso mediante cuestionarios a un total de 35 empresas, lo que supone un 21 % de las empresas participantes en el evento.



Atendiendo a los datos recopilados mediante la cumplimentación de los cuestionarios propuestos, se puede establecer una caracterización de los sectores mayoritarios en los que se ubican las empresas que han sido evaluadas en la Feria de los Pueblos. En base a estos datos obtenemos que la mayor parte de las empresas evaluadas en este evento corresponden a los sectores Agroalimentarios y Artesanía, llegando a suponer estos dos, un total del 66 % sobre el total de empresas evaluadas.

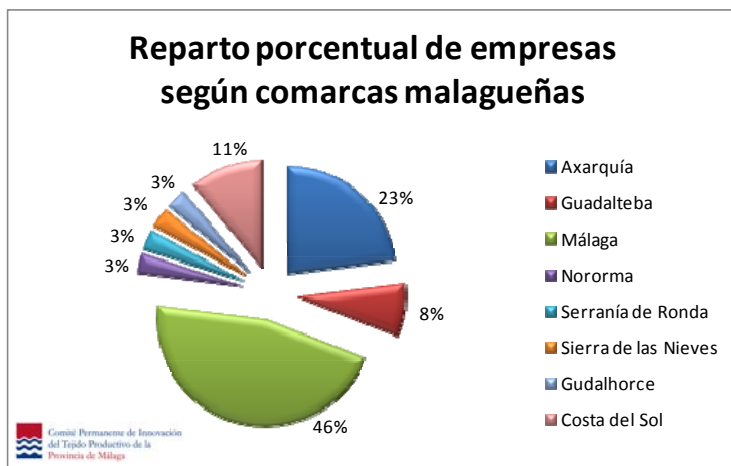


El ámbito rural sobre el que desarrollan sus actividades la mayor parte de las empresas presentes en el evento, ha caracterizado, en gran medida, los sectores sobre los que trabajan las mismas.

La elaboración de “productos de la tierra”, y la presencia de los “artesanos de los pueblos malagueños” ha llevado a la distribución que se presenta en la gráfica de Categorización de Empresas por Sector.

Atendiendo a la ubicación de las organizaciones evaluadas en cuanto al punto de innovación en la que se encuentran, la representación de poblaciones de cada una de las comarcas que conforman la provincia de Málaga se encuentra bastante repartida, si bien, las poblaciones del entorno metropolitano de la capital de la Costa del Sol – y debido a su proximidad al lugar de celebración del evento- son las que han tomado un mayor protagonismo.

A continuación se indica el número de empresas por localidad, así como el reparto de las mismas sobre las comarcas de la provincia de Málaga.



Localidad	Número de empresas
Alahurín de la Torre	2
Alcaucín	2
Alhaurín el Grande	1
Benalauría	1
Benaljarafe	1
Campillos	2
Colmenar	2
Cuevas bajas	1
Estepona	2
Málaga	13
Marbella	2
Pizarra	1
Riogordo	1
Tolox	1
Torremolinos	1
Velez Málaga	2

Tal y como se ha mencionado anteriormente, la proximidad al lugar de celebración del evento, ha caracterizado la asistencia de empresas localizadas en las comarcas más próximas a la capital de la provincia.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

Tras la elaboración de cada uno de las evaluaciones a las empresas que cumplimentaron el cuestionario propuesto por el **Comité Permanente de Innovación del Tejido Productivo de la Provincia de Málaga**, se realizó un análisis global de los resultados obtenidos. Para este análisis se propone la presentación de resultados atendiendo a los dos grandes bloques de evaluación, es decir:

- Nivel de innovación.
- Escenario de innovación.

4.1. ANÁLISIS DE DATOS EN BASE A NIVELES DE INNOVACIÓN

En base a la puntuación obtenida por cada una de las empresas en el primer bloque se ha podido realizar un análisis de las tendencias y los niveles de innovación más importantes en los que se ubican las empresas evaluadas.

Las categorías propuestas para tipificar el grado de innovación de cada una de las empresas evaluadas son las que se muestran a continuación de mayor a menor grado:

Categoría I Excelente:

La empresa cuenta con una estrategia de innovación bien definida. La cultura de innovación marca una línea continua que favorece la excelencia empresarial y la mejora continua.

Categoría II Buena

La empresa se puede considerar innovadora. Los ítems señalados como positivos demuestran su preocupación por la innovación. No obstante, puede mejorar todavía para convertir la innovación en un aspecto transversal.

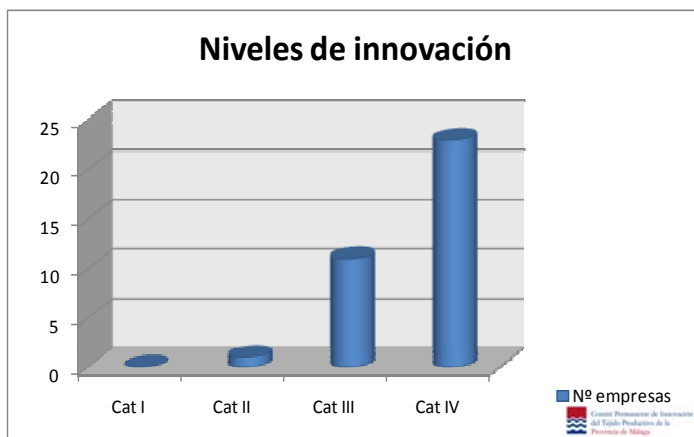
Categoría III Insuficiente

La empresa no se puede considerar innovadora aunque tiene potencial para mejorar. Se recomienda intentar cambiar la puesta en valor de los ítems que en este cuestionario han resultado negativos.

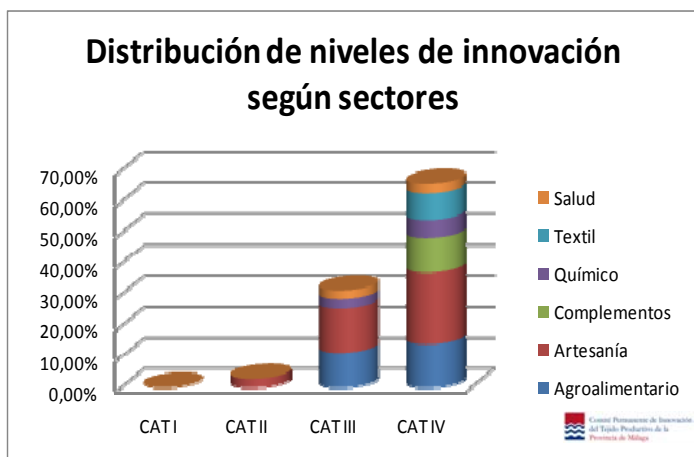
Categoría IV Muy baja

Su empresa no es innovadora y muestra síntomas preocupantes respecto a su actitud frente a la innovación. Se recomiendan cambios radicales para mantenerse en el mercado a medio plazo.

Atendiendo a los datos obtenidos en cada una de las evaluaciones realizadas en la Feria de los Pueblos, se puede concluir que la media del nivel de innovación se sitúa en las categorías: III y IV. Tan sólo una de las empresas evaluadas ha conseguido un nivel de innovación correspondiente a la Categoría II "Nivel de Innovación Bueno".



Al realizar un análisis pormenorizado, atendiendo a los sectores presentes entre las empresas evaluadas, se obtiene que los sectores evaluados que más han apostado por la innovación en sus actividades han sido el Sector Agroalimentario, y el Artesano.



A continuación se muestra un gráfico de distribución por categoría de innovación y sectores de en base a los datos obtenidos a través de los cuestionarios, en el que queda reflejado la diferenciación con respecto al resto de sectores del Agroalimentario y el de Artesanía.

Antagónicamente, los sectores que necesitan de orientación y apoyo de cara a la ejecución de proyectos innovadores dentro de sus empresas, son los de Textil y Complementos a la vista de los resultados plasmados en la gráfica de distribución por sectores.

4.2. ANÁLISIS DE DATOS EN BASE A ESCENARIOS DE INNOVACIÓN

Tal y como se procedió al análisis de los datos obtenidos mediante las preguntas referentes a los niveles de innovación, se realizó un análisis de los escenarios de innovación entre los que desarrollan sus actividades cada una de las empresas evaluadas en la “Feria de los Pueblos” por parte de los técnicos y evaluadores del **Comité Permanente de Innovación del Tejido Productivo de la Provincia de Málaga**.

Siguiendo el mismo procedimiento que el análisis del nivel de innovación, se realizó una tipificación de los escenarios sobre los que podrían situarse las empresas.

La ubicación de la empresa, en base a las respuestas otorgadas al segundo módulo del cuestionario, en uno u otro de los escenarios no es excluyente, por lo que una misma organización puede situarse en varios escenarios de manera simultánea.

De manera asociada a la caracterización de los escenarios, se realizaron una serie de recomendaciones asociadas a cada uno de ellos, el objeto de estos comentarios es orientar a las pyme´s en sus primeros pasos en el camino hacia la innovación, la calidad y la excelencia empresarial como resultados de estas acciones.

A continuación se muestran cada uno de los escenarios, así como los comentarios relacionados con cada uno de ellos:

ESCENARIO 1. RECURSOS HUMANOS NO ESPECIALIZADOS O DEDICADOS A LA INNOVACIÓN

La empresa tiene una predisposición a la innovación media-alta pero no existe en la actualidad un equipo humano que pueda liderar el desarrollo constante de la innovación en la empresa.

La infraestructura tecnológica de la empresa es adecuada, aunque se aconseja realizar un esfuerzo de modernización, integración, incorporación o adquisición/desarrollo de nuevas aplicaciones para la mejora de la capacidad competitiva de la empresa. En cualquier caso, el problema radica en el nivel de asimilación de las herramientas TICs de la empresa y en general en la falta de adaptación de los recursos humanos a las aplicaciones disponibles. No se realiza un aprovechamiento efectivo de las soluciones ni se saca de ellas el máximo rendimiento.

Recomendaciones

Programa de formación y jornadas prácticas para mejorar el nivel de aprovechamiento de las soluciones.

Incorporación de personal técnico responsable del apoyo en el desarrollo tecnológico de la empresa. Asimismo, sería conveniente contar con un equipo específico o designar responsables para apoyar el desarrollo de la innovación en la empresa. Si la empresa no dispone de recursos económicos suficientes para contratación de personal dedicado en exclusiva al desarrollo de la innovación se recomienda desarrollar un plan de formación más ambicioso priorizando los cursos relacionados con el uso de las TIC.

Por otro lado, la asignación de un responsable de cada área de la empresa que se comprometa con la mejora en materia de innovación en la empresa supondría un cambio sustancial cualitativo y contribuiría a la transversalidad de la innovación en todas sus manifestaciones: innovación en procesos, innovación tecnológica, etc.

ESCENARIO 2. INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA DEFICIENTE

La empresa no tiene un nivel tecnológico muy alto, la innovación tecnológica básica sigue siendo un reto.

Se constata que la empresa tiene una orientación tradicional y necesita un cambio de orientación así como una modernización para avanzar y mejorar su posición en el mercado.

La empresa asocia la mejora de la infraestructura tecnológica con una alta inversión económica de modo que no suele ser receptiva a mejoras relacionadas con soluciones TICs y no se evalúa el coste-oportunidad ni las posibilidades de iniciar mejoras tecnológicas de carácter básico y de envergadura económica mínima.

Recomendaciones

Sería necesario establecer un plan mínimo de innovación tecnológica para el 2009 y dotar a la empresa de una infraestructura básica: Web, bases de datos para clientes y proveedores, aplicación de facturación electrónica, etc.

La empresa ofrece soluciones de calidad al mercado pero podría mejorar sus tiempos de respuesta, atención al cliente, gestión interna de procesos si se apoya en soluciones TIC básicas.

Se recomienda realizar un análisis más profundo de la infraestructura tecnológica de la empresa para buscar soluciones integradas adecuadas a sus necesidades que no supongan un cambio radical en la gestión del negocio pero que permitan una mejora tangible a corto plazo.

Sería necesario asociar la mejora tecnológica de la empresa con el punto de vista de un asesor/ consultor externo en el marco de algún programa de financiación pública.

Asimismo, se considera prioritario no iniciar ningún proyecto de innovación sin iniciar un programa de formación y sensibilización vinculado.

ESCENARIO 3. CULTURA DE LA INNOVACIÓN POCO DESARROLLADA

La empresa no ha interiorizado la innovación como elemento clave en sus decisiones empresariales. La estrategia de la empresa no se define prestando especial atención a la innovación con lo que no hay una orientación a resultados que sigan esta línea rectora.

La cultura de la innovación es limitada por lo que la dirección de la organización y los empleados no se ven reflejados con ningún proyecto de innovación. La empresa no percibe amenazas por la evolución en innovación de la competencia, del mismo modo la organización no es receptiva a las propuestas de clientes y proveedores y sigue fundamentando el éxito de su negocio en fórmulas tradicionales.

Recomendaciones

Se recomienda hacer una evaluación del entorno, prestando una especial atención a las innovaciones introducidas en el sector por la competencia. En base a ese análisis la empresa podrá percibir en que estado se encuentra y podrá marcar prioridades de retos de innovación. El análisis comparativo aumentará su utilidad si se asocia las empresas de la competencia más exitosas con las innovaciones del sector.

La organización necesita un cambio en su enfoque cultural, se recomienda asistir a sesiones de motivación de la innovación, foros de innovación y otros escenarios en los que las experiencias compartidas puedan promover un cambio cultural en la organización.

Se propone trabajar en la habilitación de canales de comunicación con clientes, proveedores, recursos humanos propios y otros agentes de interés estratégico para la organización. El establecimiento de mecanismos de escucha con el mercado puede favorecer la interiorización de la innovación y su reflejo en las decisiones estratégicas de la empresa.

ESCENARIO 4. GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN

La empresa es consciente de la importancia de la innovación para su mejora competitiva pero los esfuerzos de innovación no se han sistematizado. No se asignan equipos de trabajo para acometer y desarrollar los planes de innovación, no se evalúa previa al inicio del proyecto la asignación de recursos económicos, humanos, técnicos y la planificación temporal. En los presupuestos anuales no hay partidas dedicadas aunque se aprueban conforme la dirección evalúa los proyectos de innovación.

La dirección está comprometida con la innovación y presta un apoyo alto a nuevos proyectos e ideas innovadoras pero no se realiza una evaluación exhaustiva de las implicaciones ni de la verdadera necesidad de implantación.

Los canales de comunicación y disposición con proveedores, clientes y otros agentes están abiertos pero no tampoco existe un procedimiento para priorizar las propuestas más interesantes para la empresa. La inexistencia de una frecuencia de evaluación en ocasiones se interpreta por los agentes externos como una incoherencia con la política de comunicación de la empresa.

Se asumen nuevos proyectos de innovación con el equipo humano ya existente con lo que en ocasiones se generan cuellos de botella en los procesos habituales de la empresa y las cargas de trabajo asociadas al personal producen cierta insatisfacción.

Recomendaciones

Se recomienda establecer un protocolo o sistema de gestión de la innovación que favorezca un procedimiento de captación de ideas de innovación, evaluación de proyectos de innovación más interesantes, planificación de recursos que deberán destinarse al desarrollo del proyecto de innovación, etc.

La dirección debería designar un equipo/ comité de apoyo a los proyectos de innovación. Asimismo, se recomienda establecer mecanismos de apoyo al personal dedicado a estas actividades: compensaciones emocionales o económicas al sobreesfuerzo derivado de sus responsabilidades como gestores de la innovación en la organización.

Se aconseja habilitar canales de comunicación para clientes y proveedores y sistematizar un proceso de retroalimentación de esas consultas, propuestas etc.

ESCENARIO 5. APOYO A LA INNOVACIÓN INSUFICIENTE POR PARTE DE LA DIRECCIÓN

El equipo humano está muy cualificado y motivado para acometer proyectos de innovación pero encuentran un obstáculo directo con el apoyo de la dirección. La dirección aboga por métodos tradicionales y está enfocado a resultados a corto plazo. La resistencia a la innovación se fundamenta en los riesgos asociados y los costes de adaptación que tendría para el proceso productivo.

En este escenario la desmotivación del equipo humano deriva en un estancamiento del desarrollo profesional y departamental y un afianzamiento sobre el funcionamiento tradicional de la organización.

Recomendaciones

La empresa debe promover un cambio de innovación y la dirección debe hacer un esfuerzo por cambiar su punto de vista crítico y las reticencias ante la innovación.

Se aconseja respaldar las propuestas de proyectos de innovación con una evaluación de las mejoras que supondría así como de los riesgos asociados y del plan de acción vinculado.

Sería interesante contar con el apoyo de un consultor externo que definiera un plan estratégico de innovación en la empresa y apoyara el proceso de interiorización de la innovación en la dirección a través de sesiones de mentoring, talleres prácticos, etc.

La idoneidad de asignar a un equipo de confianza para la dirección cualificado en esta materia para fomentar la disposición a la innovación por parte de la organización.

ESCENARIO 6. TRANSVERSALIDAD DE LA INNOVACIÓN

La empresa dedica recursos y esfuerzos al desarrollo y consecución de proyectos de innovación, si bien, éstos están confinados dentro de una parte localizada de la propia empresa, un departamento o un grupo de expertos.

La especialización en actividades de innovación focalizada en departamentos o grupos de experto dentro de una empresa, así como interpretaciones erróneas del proceso innovador, son factores que pueden llevar a la empresa a esta situación.

El convencimiento de que la innovación es un campo cerrado a expertos y técnicos, hace que no se acceda a ideas innovadoras que surgen de diferentes áreas y niveles dentro de una empresa.

Esta falta de transversalidad puede desembocar en la existencia de un presupuesto en materia de innovación, la asignación de unos RRHH dentro de este espacio, y una gran falta de generosidad en cuanto difusión y valoración de resultados entre el resto de los componentes integrantes de la organización.

Recomendaciones

Una de las bases sobre la que se habrá de sustentar la transversalidad de la innovación dentro de la empresa, es el refuerzo de las comunicaciones dentro de ésta. Se habrá de cuidar especialmente la bidireccionalidad de esas comunicaciones internas, así como la valoración, por parte de los altos cargos, de medidas y propuestas realizadas desde los niveles básicos de la empresa. En ocasiones las medidas innovadoras parten de la base de los sistemas jerárquicos, por los conocimientos que en estos niveles se tiene de las actividades concretas que generan los grandes procesos dentro de una organización.

Se aconseja el apoyo por parte de la gerencia de empresas a proyectos innovadores dentro de la organización tras el análisis de la viabilidad, al tiempo que se realiza una difusión de los éxitos y avances de estos proyectos dentro de la propia estructura de la organización.

ESCENARIO 7. FALTA DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

La empresa es conocedora de sus capacidades, si bien, no se ha realizado una planificación de todas las acciones a desarrollar de cara a la consecución de objetivos de innovación concretos, en base a esa planificación estratégica.

La ausencia de un establecimiento de metas e hitos planificados en el tiempo dificultan la incorporación de la innovación dentro de los pilares bases del desarrollo empresarial de la organización, y puede llevar a situaciones de bagaje difuso sobre la innovación empresarial, sin llegar a concretar medidas en este sentido.

La planificación estratégica se vislumbra como una potente herramienta en el camino hacia la innovación, y por tanto hacia el éxito empresarial.

Recomendaciones

La empresa, con el apoyo en los cargos de mayor responsabilidad, ha de buscar el compromiso de la alta dirección de cara al respaldo y apoyo de medidas encaminadas a la innovación transversal planificada.

A menudo, el establecimiento de objetivos, sin una excesiva ambición necesaria, caracterizados con gran detalle en referencia a hitos, tiempos, responsabilidades, funciones, y seguimientos del mismo, facilita la evolución hacia una Planificación Estratégica Real. La posterior incorporación de esos objetivos particulares, a los propios y generales de la empresa, y la adopción de nuevas mecánicas de trabajo, van a llevar a la empresa a reconocer la necesidad de establecer un Plan Estratégico rector de acciones concretas en el marco de las actividades de la empresa.

ESCENARIO 8. SOLVENCIA FINANCIERA

Aunque la empresa conoce las posibilidades de mejora que se presentan de forma inherente a la aplicación de actividades innovadoras, no cuenta con la solvencia económica suficiente para afrontar los gastos derivados de las inversiones en estos proyectos.

El apoyo en las herramientas facilitadoras por parte de las administraciones públicas, a distintos niveles, es vital para el desarrollo de las labores de innovación en PYMES. Para ello se requiere de un sistema de vigilancia de ayudas, incentivos y subvenciones por parte de la organización, este sistema va a permitir conocer de manera concreta las novedades en materia de incentivos a la innovación por parte de diferentes organismos.

Recomendaciones

Actualmente se puede disponer de aplicaciones informáticas que permitan rastrear de manera sistematizada cambios concretos dentro de publicaciones oficiales. Sería interesante establecer sistemas de detección de ayudas e incentivos en los boletines públicos de difusión (BOE, BOJA, BOP, etc.) No obstante, estos sistemas necesitan de la dedicación por parte de la organización para el análisis de los resultados de búsqueda de estas aplicaciones.

Otra posibilidad, es la sustentada en la externalización de este servicio en consultoras profesionales en gestión pueden llevar a la minimización de la inversión y la optimización en base a los resultados obtenidos con esta inversión en colaboraciones externas. Entre otras labores, estas entidades se entienden como agentes facilitadores en el momento de la búsqueda de financiación pública a proyectos, localizando la ayuda al

sector e incluso llegando a gestionar, tras autorización expresa de la entidad, el incentivo a percibir por parte de la empresa solicitante.

ESCENARIO 9. CAPACIDAD DE INNOVACIÓN EXCELENTE

La empresa se encuentra en un estadio muy avanzado de la innovación, es necesario establecer una fórmula concreta para aplicar periódicamente mejoras incrementales que aseguren el avance de la empresa y el posicionamiento de la innovación como elemento diferencial en la orientación del negocio.

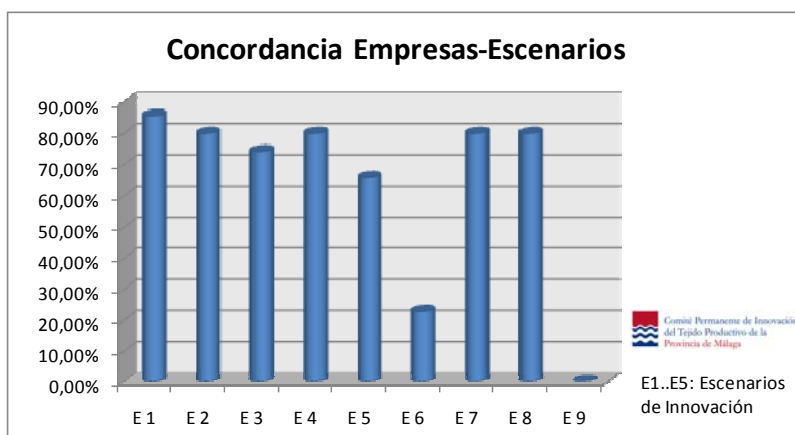
Recomendaciones

El siguiente nivel sería establecer colaboraciones fluidas con agentes del sistema de innovación: centros tecnológicos, universidades públicas, etc. Asimismo, sería de interés contar con un plan estratégico en materia de I+D+i.

Por último, sería un reto incorporar en la plantilla personal cualificado: tecnólogos y doctores y poner en marcha un área de I+D+i específica.

Otra recomendación de interés es contratar servicios avanzados de I+D+i: servicios de vigilancia tecnológica, sistemas de gestión de la I+D+i, etc.

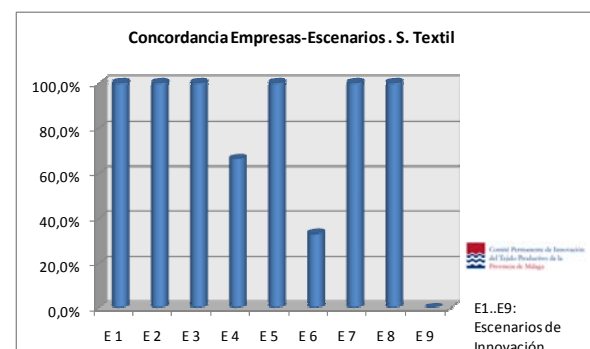
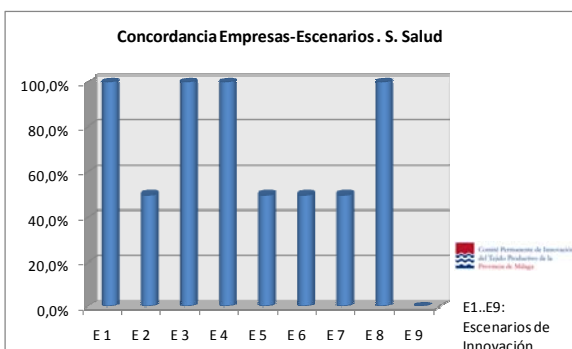
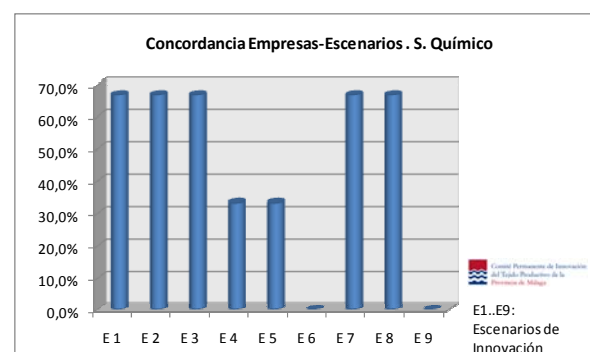
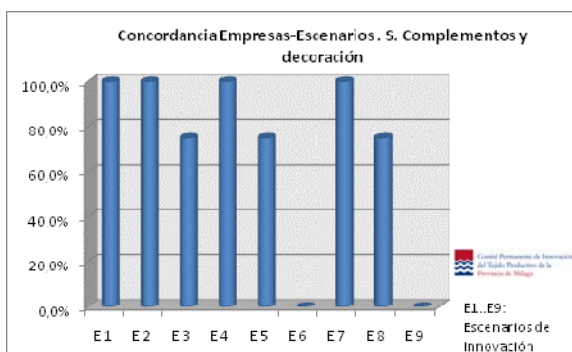
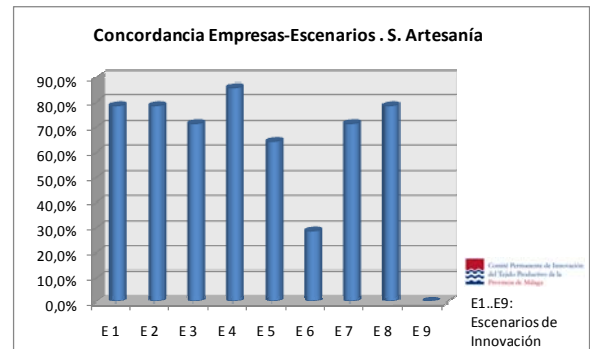
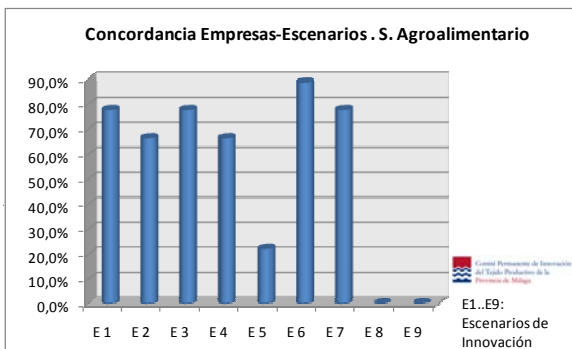
Una vez realizada la categorización de los escenarios, y a la vista de los resultados obtenidos en el conjunto de empresas evaluadas en el marco de la "Feria de los Pueblos", se puede apreciar como más del 85 % de ellas muestran como característica común el situarse dentro del escenario referente a la ausencia o falta de recursos humanos no especializados o dedicados a la innovación (Escenario 1). Si bien, la similitud entre las empresas es evidente a la vista de los resultados que se observan en el siguiente gráfico.



A excepción del Escenario 6, referente a la transversabilidad de la innovación, la mayor parte de las empresas presentan características comunes en cuanto a los escenarios sobre los que se desarrollan.

Tal y como se esperaba, a la vista de los niveles de innovación detectados en la primera parte de la evaluación llevada a cabo, ninguna de las empresas evaluadas desarrolla su actividad de en un escenario caracterizado por la excelencia en la capacidad de innovación.

Analizando estos resultados en base a cada uno de los sectores en los que se han ubicado a las empresas, podemos mostrar los siguientes resultados:



A la vista de los resultados plasmados en cada una de las graficas particulares de los sectores identificados, se está en disposición de confirmar la tendencia general a la concordancia en los escenarios sobre los que las empresas desarrollan sus actividades propias.

5. CONCLUSIONES AL ESTUDIO

A la vista de los resultados obtenidos en referencia tanto niveles de innovación, como los escenarios sobre los que trabajan las empresas evaluadas, se puede percibir la necesidad de continuar en el camino hacia la innovación como vía de diferenciación y aumento de la competitividad de las entidades evaluadas en la feria de los pueblos.

Las limitaciones de esta primera experiencia piloto radican en dos aspectos fundamentales: la representatividad de las empresas evaluadas (21%) y el nivel de innovación asociado a gran parte de las actividades representadas en la Feria de los Pueblos. En este sentido, no se deben sacar conclusiones que vinculen un nivel bajo de innovación a las empresas del tejido productivo malagueño sino que se requiere un análisis comparativo más profundo al respecto.

En todo caso, el apoyo y la asistencia a lo largo del camino a todas esas empresas es vital para la consecución de esos objetivos y metas que conducen hasta la innovación como elemento transversal en todos los procesos desarrollados en la empresa.

En este sentido el papel del **Comité Permanente de Innovación del Tejido Productivo de la Provincia de Málaga** es clave, ya que este organismo desde su origen, y líneas de desarrollo, hasta la materialización del mismo mediante planes estratégicos, se articula como un instrumento revitalizador del tejido productivo a través de la puesta en valor de las acciones innovadoras.

El valor de acciones como la desarrollada en la Feria de los Pueblos, que tratan de acercar a la PYME - especialmente aquella que desarrolla su actividad en un entorno puramente rural - la innovación es máximo, y no es sino la muestra de esa preocupación que fue la semilla para el nacimiento de este organismo de apoyo y servicio al tejido productivo de la provincia.

Aunque con un impacto moderado, los datos obtenidos mediante esta acción conforman las primeras acciones de **Comité Permanente de Innovación del Tejido Productivo de la Provincia de Málaga** para el apoyo a la PYME malagueña en materia de innovación, y ha de ser el inicio de numerosas propuestas y acciones todas alineadas en objetivos y metas.

Tal y como dijo André Piater, << *La innovación es la transformación de una idea en algo vendido o usado*>>, y en este sentido el propio **Comité Permanente de Innovación del Tejido Productivo de la Provincia de Málaga** es, en si mismo, una innovación, fruto de la transformación de una idea de organismos preocupados por el bienestar y la competitividad de la PYME malagueña, la **Cámara Oficial de Comercio Industria y Navegación de la Provincia de Málaga**, y la **Confederación de Empresarios de Málaga**.



Comité Permanente de Innovación
del Tejido Productivo de la
Provincia de Málaga