

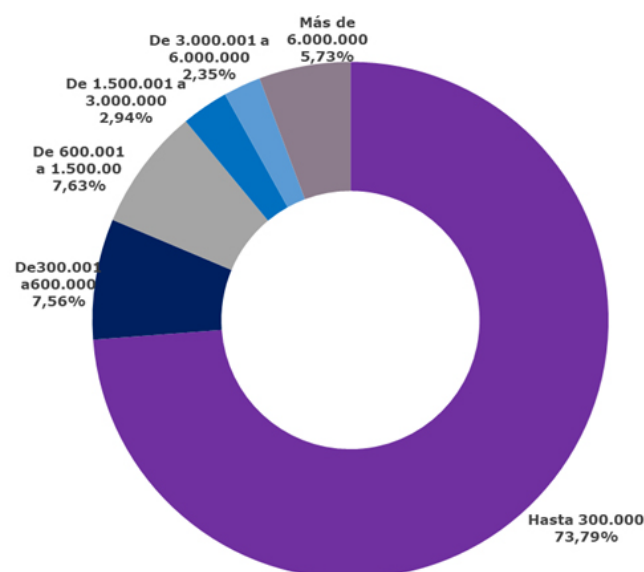
CONTEXT SECTORIAL

En l'any 2017 Espanya dedicava l'1,2% del seu PIB a R+D. D'aquest percentatge, un 66% correspon a la despesa empresarial i d'institucions sense fins de lucre. La Comunitat Valenciana és la sexta comunitat Autònoma que major volum de recursos econòmics destina a R+D després del País Basc, Navarra, Madrid, Catalunya i Castella i Lleó.

En 2016, el volum de despesa anual en R+D va ser de 1.038 milions d'euros. Els centres d'ensenyança superior i les empreses privades van assumir gran part del pes de la investigació i el desenvolupament a la Comunitat Valenciana.

La distribució regional dels recursos humans en R+D és molt similar a la de la distribució de la despesa. Madrid i Catalunya van concentrar en 2017, el 46,1% de l'ocupació total en R+D, seguides a distància per Andalusia, Comunitat Valenciana i País Basc. Aquesta distribució quasi no ha variat des de l'any 2000, quan aquestes dues comunitats acumulaven el 48,8% del personal investigador espanyol.

DISTRIBUCIÓ DE LES EMPRESES D'R+D SEGONS TRAM DE FACTURACIÓ, ESPANYA, 2018 (%)



DAFO

AMENACES	OPORTUNITATS
· Instituts tecnològics i associacions. · Dificultats per a comercialitzar els resultats R+D. · Incertesa en els resultats de la investigació. · Barreres legals.	· Plans institucionals i ajudes a l'R+D. · Importància de les universitats com a potències investigadores. · Creixent consciència de la importància de la innovació. · Entitats financeres amb capacitat per a donar suport als projectes. · Parcs tecnològics i científics. · Possibilitat de patentar nous productes.
PUNTS FORTS	PUNTS FEBLES
· Gran capacitat de camps amb potencial per a les activitats d'R+D. · Major accés a la formació acadèmica. · Valor afegit dels productes innovadors. · Es pot aconseguir marges majors.	· Escassa formació dels emprenedors en gestió empresarial. · Ingressos irregulars. · Necessitat de finançament.

ANÀLISI DE LA DEMANDA

DIMENSIONS DEL MERCAT

En l'any 2018, existien a Espanya 7.509 empreses, l'activitat principal de les quals era la d'R+D en Ciències Naturals i Tècniques i en Ciències Socials i Humanitats. El nombre més gran d'empreses es troba a Catalunya (23,32%), Madrid (21,67%) o Andalusia (12,48%). La Comunitat Valenciana (10,37%) ocupa el quart lloc i les comunitats amb menor percentatge d'empreses són Ceuta i Melilla (0,05 i 0,03% respectivament). La Rioja (0,71%) i Cantàbria (0,97%).

A les primeres fases d'investigació normalment no se solen obtenir ingressos, solament aquells que provenen de la prestació de serveis, en el cas que es realitzen.

La majoria de les empreses (79,79%) facturen menys de 300.000 euros.

QUINS SERVEIS PUC OFERIR AL MEU CLIENT?

- **Prestació de serveis tecnològics.** Aquesta activitat sol donar-se en empreses que es troben en una fase avançada de l'activitat d'R+D, és a dir, a partir d'una tecnologia existent, ofereixen a altres empreses serveis o productes tecnològics.
- **Investigació i desenvolupament de productes i tecnologies patentables.** En aquest cas, l'objectiu principal és la investigació per a la mateixa empresa.
- **Desenvolupament i producció de serveis o productes estandarditzats.** L'objectiu principal és desenvolupar nous productes o processos i optimitzar els resultants d'una investigació prèvia. En aquest cas, l'esforç en R+D és més curt, ja que la creació de l'empresa sol realitzar-se després d'una investigació que ha sigut desenvolupada en altre centre.

CARACTERÍSTIQUES BÀSIQUES DE L'EMPRESA D'R+D TIPUS

CNAE	72
IAE	73.97
Condició jurídica	Societat Limitada
Facturació	163.000 euros
Localització	Zones metropolitanes
Personal i estructura organitzativa	Dos investigadors
Instal·lacions	Oficina de 100 m ² amb laboratori bàsic
Clients	Empreses
Ferramentes de promoció	Labor comercial, <i>mailing</i> , presència en directoris comercials, etc.
Valor de l'immobilitzat/Inversió	35.900 euros
Import despeses anuals	63.447,61 euros

RECOMANACIONS

Les empreses d'R+D o amb base tecnològica solen recórrer a un instrument financer denominat capital risc. Visita les pàgines web de les teues empreses competidores per a observar quins serveis ofereixen i quin tipus de clientela tenen.

La força de vendes d'un producte innovador resideix en la necessitat de senyalar una sola qualitat comercial excel·lent del nou producte.

Inicialment se sol comptar amb poc personal, realitzant una mateixa persona diverses funcions distintes. Per a determinar els preus dels productes o serveis pots basar-te en l'anàlisi del valor afegit que el producte proporciona a la clientela.

L'assistència a fèries pot ser un bon mitjà per a no quedar-se desfasat i conèixer les novetats del sector.

ENLLAÇOS D'INTERÉS

www.rediris.es · www.ivace.es · www.oepm.es · cordis.europa.eu · euipo.europa.eu · www.indi.gva.es