

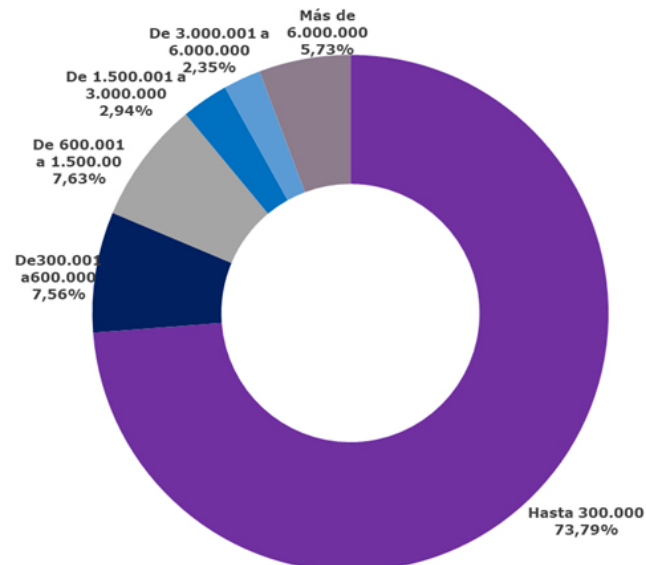
CONTEXTO SECTORIAL

En el año 2017, España dedicaba el 1,2% de su PIB a I+D, del que un 66% corresponde al gasto empresarial y de instituciones sin fines de lucro. La Comunitat Valenciana es la sexta Comunidad Autónoma que mayor volumen de recursos económicos destina a I+D después de País Vasco, Navarra, Madrid, Cataluña, y Castilla León. En 2016, el volumen de gasto anual en I+D fue de 1.038 millones de euros.

Los centros de enseñanza superior y las empresas privadas asumen gran parte del peso de la investigación y el desarrollo en la Comunitat Valenciana.

La distribución regional de los recursos humanos en I+D es muy similar a la del reparto del gasto. Madrid y Cataluña concentraron en 2017 el 46,1% del empleo total en I+D, seguidas a distancia por Andalucía, Comunitat Valenciana y País Vasco. Esta distribución apenas ha cambiado desde 2000, cuando estas dos comunidades acumulaban el 48,8% del personal investigador español.

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS DE I+D SEGÚN TRAMO DE FACTURACIÓN, ESPAÑA, 2018 (%)



DAFO

AMENAZAS

- Institutos tecnológicos y asociaciones.
- Dificultades para comercializar los resultados I+D.
- Incertidumbre en los resultados de la investigación.
- Barreras legales.

OPORTUNIDADES

- Planes institucionales y ayudas al I+D.
- Importancia de las universidades como potencias investigadoras.
- Creciente conciencia de la importancia de la innovación.
- Entidades financieras con capacidad para apoyar proyectos.
- Parques tecnológicos y científicos.
- Posibilidad de patentar nuevos productos.

PUNTOS FUERTES

- Gran cantidad de campos con potencial para las actividades de I+D.
- Mayor acceso a la formación académica.
- Valor añadido de los productos innovadores.
- Se pueden alcanzar márgenes mayores.

PUNTOS DÉBILES

- Escasa formación de los emprendedores en gestión empresarial.
- Ingresos irregulares.
- Necesidad de financiación.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TAMAÑO DE MERCADO

En el año 2018, existían en España 7.509 empresas cuya actividad principal es la de I+D en Ciencias Naturales y Técnicas y en Ciencias Sociales y Humanidades. El mayor número de empresas se encuentra en Cataluña (23,32%), Madrid (21,67%) y Andalucía (12,48%). La Comunitat Valenciana (10,37%) ocupa el cuarto lugar y las comunidades con menor porcentaje de empresas son Ceuta y Melilla (0,05 y 0,03% respectivamente), La Rioja (0,71%) y Cantabria (0,97%).

En las primeras fases de investigación no se suelen obtener ingresos, tan sólo aquellos que provienen de la prestación de servicios, en el caso de que existan.

La mayoría de las empresas (73,79%) facturan menos de 300.000 euros.

¿QUÉ SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

- **Prestación de servicios tecnológicos.** Esta actividad suele darse en empresas que se encuentran en una fase avanzada de la actividad de I+D, es decir, a partir de una tecnología existente, ofrecen a otras empresas servicios o productos tecnológicos.
- **Investigación y desarrollo de productos y tecnologías patentables.** En este caso, el objetivo principal es la investigación para la propia empresa.
- **Desarrollo y producción de servicios o productos estandarizados.** El objetivo principal es desarrollar nuevos productos o procesos u optimizar los resultantes de una investigación previa. En este caso el esfuerzo en I+D es más corto, ya que la creación de la empresa suele realizarse tras una investigación que ha sido desarrollada en otro centro.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA EMPRESA DE I+D TIPO

CNAE	72
IAE	73.97
Condición jurídica	Sociedad Limitada
Facturación	163.000 euros
Localización	Zonas metropolitanas
Personal y estructura organizativa	Dos investigadores
Instalaciones	Oficina de 100 m ² con laboratorio básico
Clientes	Empresas
Herramientas promocionales	Labor comercial, <i>mailing</i> , presencia en directorios comerciales, etc.
Valor de lo inmovilizado/Inversión	35.900 euros
Importe gastos anuales	63.447,61 euros

RECOMENDACIONES

Las empresas de I+D o con base tecnológica suelen recurrir a un instrumento financiero denominado capital riesgo. Visita las páginas web de tus empresas competidoras, para observar qué servicios ofertan y qué tipo de clientela tienen.

La fuerza de ventas de un producto innovador reside en la necesidad de señalar una sola cualidad comercial sobresaliente del nuevo producto.

Inicialmente se suele contar con poco personal, realizando una misma persona varias funciones distintas. Para determinar los precios de los productos o servicios puedes basarte en el análisis del valor añadido que el producto proporciona a la clientela.

La asistencia a ferias puede ser un buen medio para no quedarse desfasado y conocer las novedades del sector.

ENLACES DE INTERÉS

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