

Instituto de
Competitividad



Universidad
Católica del
Uruguay

INNOVACIÓN Y VINCULACIONES: EL CASO DE LAS PYMES EN URUGUAY

Lucía Ferreira, Lucía López, Luis Silveira
Mar del Plata, 27 de septiembre de 2018



Contenido

- Introducción
- Objetivo
- Revisión de la literatura
- Datos utilizados & metodología
- Principales resultados
- Reflexiones

Introducción

- Hasta 2013 Uruguay ha tenido un **crecimiento** interesante por dos motivos principales:
 - » **Precios internacionales de commodities**
 - » **IED en sector agroindustrial**
- La competitividad de las firmas puede verse impulsadas por diversos factores, entre ellos la **cooperación** y actividades de innovación. En el caso de las **pymes**, la cooperación puede considerarse un **factor fundamental** en su éxito.
- Las **pequeñas y medianas empresas (PYMES)** son parte fundamental del **tejido empresarial de la economía uruguaya** (Camacho et al., 2010, p. 97).
- Estudiar y entender **cuáles son los principales agentes con los que se vinculan las pymes** en Uruguay para innovar, y las **similitudes y diferencias** que presentan con las que realizan las **grandes empresas**, puede ser importante a la hora de planificar políticas públicas que fomenten las mismas.

Preguntas de investigación

1. ¿Cuáles son las vinculaciones llevadas adelante por las pymes uruguayas a la hora de innovar?
¿Qué tipos de vinculaciones son las que más inciden por tipo de innovación realizada?
¿Hay diferencias en el caso de las grandes empresas?
2. ¿La cooperación con otras empresas e instituciones y la participación en redes son importantes para las pymes a la hora de innovar?
¿Con qué objetivos se vinculan?
¿Hay diferencias en el caso de las grandes empresas?

Revisión de la literatura

- Existen **diversas definiciones** de innovación.
- Simmie (2006) expresa que la innovación es la introducción de nueva o con algún cambio de un producto, proceso o servicio o una nueva forma de organizarse de cara al mercado. La innovación implica la comercialización de una nueva idea.
- En lo que refiere a la tipología de innovación, la encuesta de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII) define cuatro tipos. Ellos son (ANII, 2009):
 - » Innovación tecnológica en **producto**
 - » Innovación tecnológica en **procesos**
 - » Innovación en técnicas de **organización**
 - » Innovación en técnicas de **comercialización**

Revisión de la literatura

- Existen referencias sobre la **influencia positiva** de las relaciones de **cooperación** de las firmas con los agentes del Sistema de Innovación (empresas, instituciones estatales, institutos de investigación, etc.), la pertenencia a **redes** empresariales y la realización de **acuerdos de cooperación** sobre las actividades de innovación, el desempeño y la competitividad empresarial, en particular de las pymes. (Camagni, 1991; Keeble et al., 1998; Rogers, 2004; Bell, 2005; Boschma & Ter Wal, 2007; Evert-Jan & Oedzge, 2008; Visser & Atzema, 2008; Escribano et al., 2009; Gretzinger et al., 2010; Faria et al., 2010; Becerra-Rodríguez & Álvarez-Giraldo, 2011; González et al., 2014; García Lorenzo & López Rodríguez, 2015).
- La **innovación** se ha vuelto **una actividad inaccesible** para muchas firmas por ser **compleja, costosa y con riesgos elevados** (por su carácter de imprevisible).
- De esta forma, se utilizan, además de los posibles recursos internos las empresas, ideas y recursos externos y de diferentes fuentes (Von Hippel, 1988).
- Esta cooperación se extiende hacia actores que hasta hace poco tiempo no eran considerados como posibles socios para realizar actividades de innovación, como **empresas competidoras, proveedores, clientes y usuarios**.

Datos utilizados & metodología

- Para realizar la investigación se utilizaron los **microdatos** de la **Encuesta de actividades de innovación** realizada a las firmas de la industria manufacturera en Uruguay y que abarca el **período 2013-2015**.
- Dicha encuesta fue realizada por el gobierno uruguayo, a través del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y de la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII).
- El universo sobre el que se aplicó el muestreo fue el **total de la industria manufacturera uruguaya** (apartado D, divisiones 15 a 36 de la Clasificación Internacional Industrial Uniforme, revisión 3 (C.I.I.U. Rev. 3)).
- Para realizar el análisis de los datos se elaboraron **descriptivos a partir de los microdatos de la encuesta**, en los temas que interesan en el marco de este estudio.

Tipos de innovación

Tipo de innovación	PYMES	GRANDES
En producto	20,18%	30,45%
En proceso	22,45%	40,43%
En organización	16,22%	30,95%
En comercialización	7,71%	14,64%

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de la encuesta (ANII)

Vinculaciones con los agentes del SNI

Tipo de agente con el cuál se vinculó	PYMES	GRANDES
Universidades	1,7%	4,8%
Centros tecnológicos	0,4%	1,5%
Institutos de formación técnica	0,5%	0,8%
Laboratorios	0,3%	1,0%
Unidades de vinculación tecnológica	0,2%	0,2%
Entidades de intermediación financiera	1,1%	2,5%
Proveedores	3,3%	5,7%
Clientes	0,3%	0,8%
Otras empresas	1,5%	1,7%
Consultores y expertos	2,2%	6,0%
Agencias o programas gubernamentales de promoción de CTI	1,8%	4,5%
Casa matriz (si es multinacional)	0,6%	2,8%
Otro agente	0,7%	1,7%
No se vinculó	85,4%	66,1%

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de la encuesta (ANII)

Acuerdos de cooperación

Acuerdos	PYMES	GRANDES
Sí	11,1%	18,3%
No	88,9%	81,7%
Áreas (del total que sí tienen acuerdos)		
	PYMES	GRANDES
Comercialización	66,4%	53,6%
Compra de insumos	35,5%	43,6%
Compra de tecnología	24,2%	42,7%
Desarrollo conjunto de tecnología	27,5%	47,3%
Capacitación	39,3%	62,7%
Otros	7,1%	9,1%

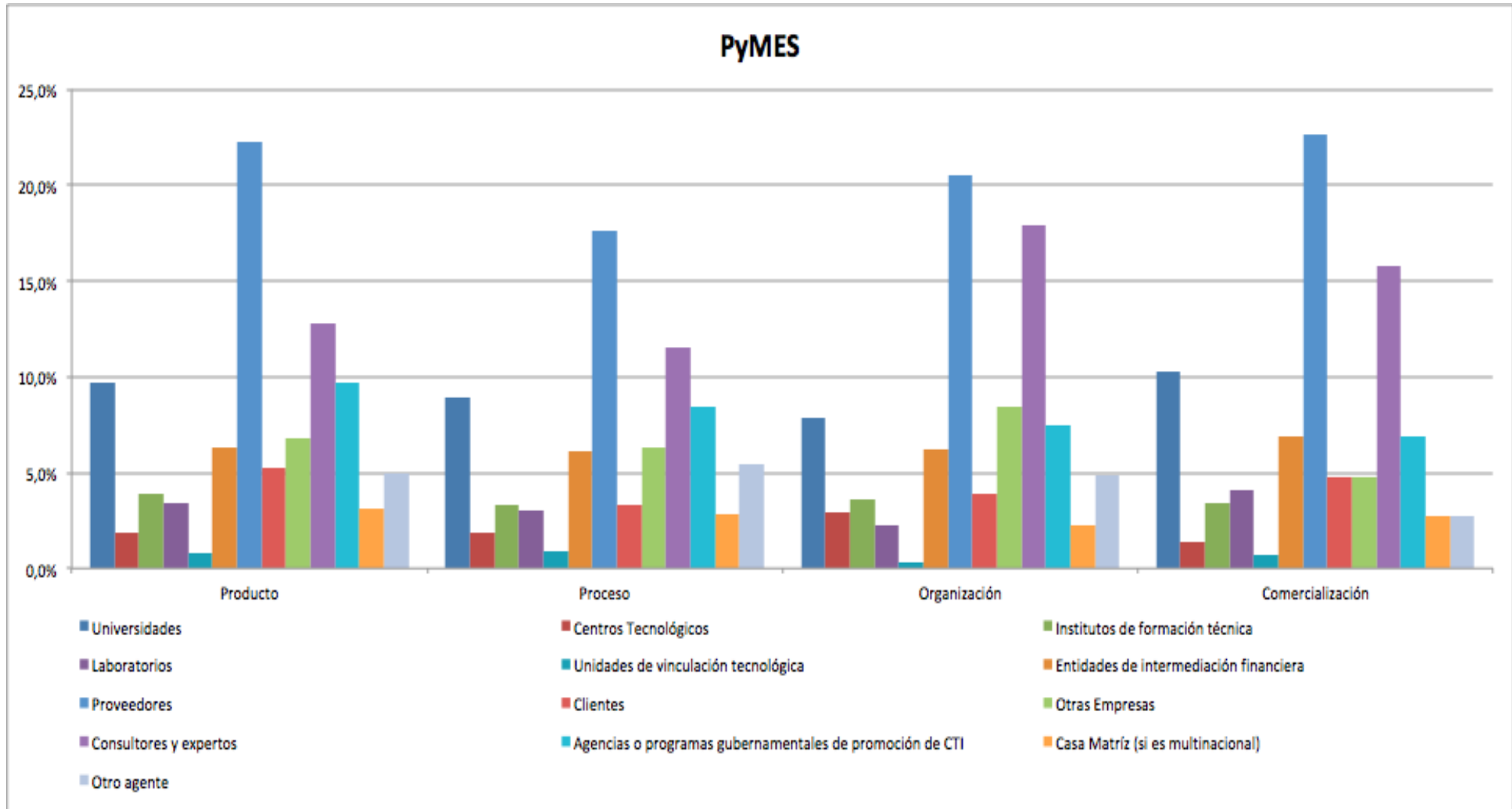
Fuente: elaboración propia en base a microdatos de la encuesta (ANII)

Redes de cooperación

Redes	PYMES	GRANDES
Sí	11,7%	19,1%
No	88,3%	80,9%
Nacionalidad (del total que sí tiene redes)		
	PYMES	GRANDES
Nacional	72,9%	73,9%
Resto de MERCOSUR	18,1%	21,7%
Resto de América Latina	15,8%	20,0%
Resto del mundo	29,0%	24,3%

Fuente: elaboración propia en base a microdatos de la encuesta (ANII)

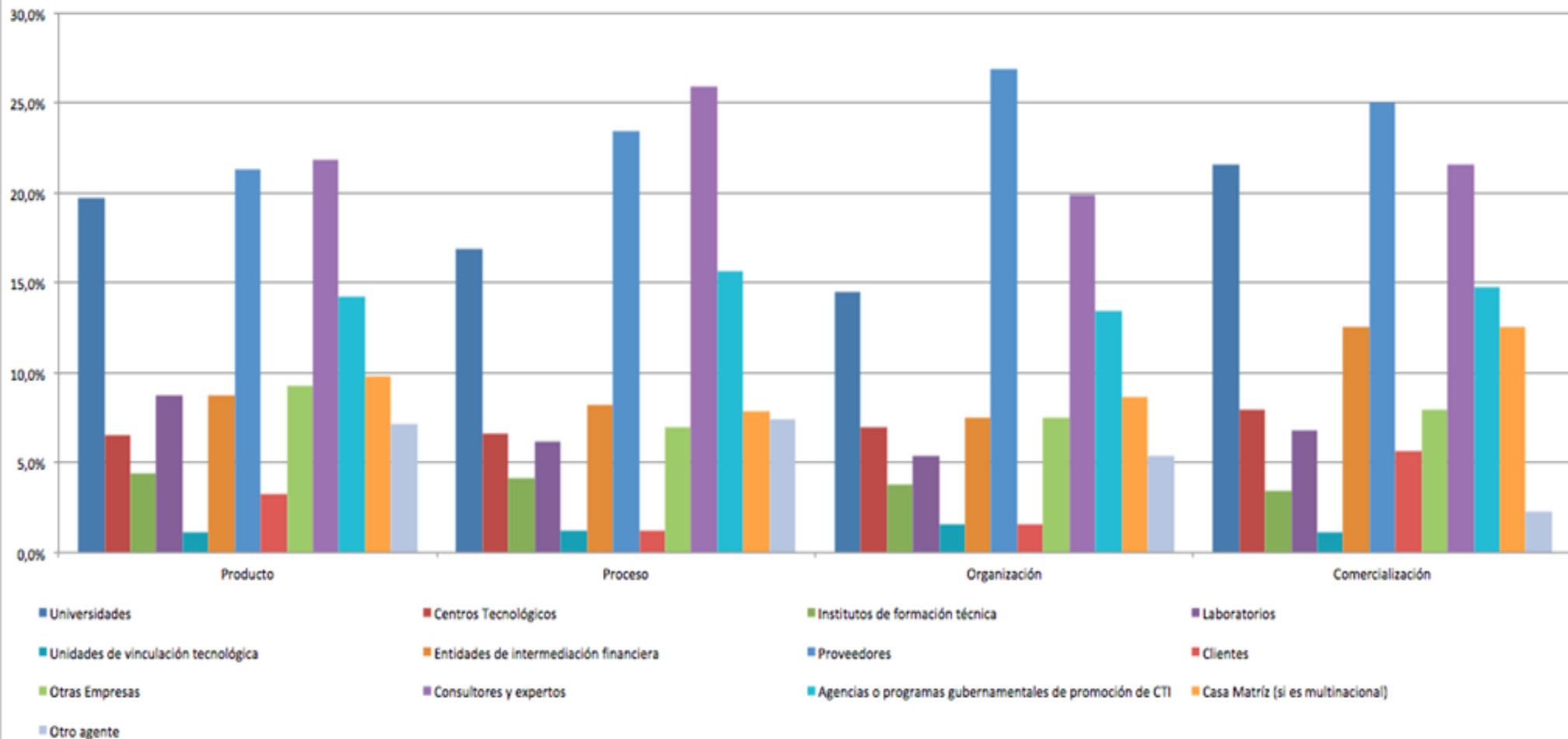
Tipos de innovación y vinculación con agentes del SNI



Fuente: elaboración propia en base a microdatos de la encuesta (ANII)

Tipos de innovación y vinculación con agentes del SNI

Grandes Empresas



Fuente: elaboración propia en base a microdatos de la encuesta (ANII)

Reflexiones

- Aunque la bibliografía parecería indicar que la innovación es un elemento fundamental para el crecimiento económico, esta investigación presenta que **el nivel de innovación que realizan las pymes es muy bajo.**
- Para las pymes, la mayoría de la innovación se da a nivel de **procesos**, con un 22,45%.
- Para las **grandes empresas, este porcentaje casi se duplica**, alcanzando el 40,43%, también en **procesos**.
- La mayoría de las innovaciones se dan a **nivel de empresa** (la empresa incorpora innovación ya existente en el mercado local.)
- Esta investigación evidencia que el 85,4% de las pymes y 66,1% de las grandes empresas **no generaron vínculos de innovación.**

Reflexiones

- Un panorama similar se puede ver en los **acuerdos de cooperación**, aunque con participación **menor** que en los vínculos.
- El área de acuerdo más relevante para las **pymes** es la **comercialización**, y para las **grandes empresas** es la **capacitación**.
- Importancia del **origen nacional de las redes**.
- Para las pymes, existen **agentes de innovación más cercanos a sus procesos normales y cotidianos**. ¿Será este el motivo por el que eligen los mismos agentes, sin importar el tipo de innovación que están realizando?
- Las **grandes empresas** deciden vincularse con **diferentes agentes dependiendo del tipo de innovación** a realizar.

Reflexiones

- **Importancia de la innovación**, los vínculos y las redes para el progreso de las empresas.
- Es una herramienta muy poco utilizada por las empresas en Uruguay. Esto debe ser considerado en la **realización de políticas y fomento de la cultura empresarial innovadora**, para el beneficio del país.
- **Baja tasa de vinculación**, que puede ser una de las causas de la **baja tasa de innovación** que presentan las empresas uruguayas, especialmente las pymes.

Instituto de
Competitividad



Universidad
Católica del
Uruguay

Muchas gracias

www.competitividad.edu.uy