

RESUMEN RESULTADOS ESTUDIO ANÁLISIS DE LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE LAS ORGANIZACIONES DE LA MILLA DEL CONOCIMIENTO



PROYECTO “ALIANZAS PARA LA GENERACIÓN DE VALOR”



Universidad de Oviedo
Universidá d'Uviéu
University of Oviedo

Equipo Investigador Universidad de Oviedo:

- **María Begoña Álvarez Álvarez**
- **Nuria García Rodríguez**
- **Fernando González Astorga**
- **Celina González Mieres**

Índice de la presentación

- ▶ Objetivos del estudio
- ▶ Metodología
- ▶ Resultados de las entrevistas en profundidad
- ▶ Resultados de la encuesta online
- ▶ Reflexiones finales

Objetivos del estudio

Objetivos del estudio

- ▶ Conocer las **necesidades y expectativas** de las organizaciones de la Milla del Conocimiento (MdC) respecto al Ayuntamiento de Gijón y respecto al propio concepto MdC.
- ▶ Conocer los **nichos potenciales de alianzas**. Por ejemplo:
 - Para el **ahorro de costes** a corto plazo.
 - Para la **generación de negocio** en colaboración a medio plazo.
 - Para **iniciativas conjuntas de Responsabilidad Social**
- ▶ **Desglosar propuestas de actuación conjuntas y fomentar la cultura de colaboración** en general.

Metodología del estudio

Metodología del estudio

▶ Técnica Cualitativa: entrevistas en profundidad (1ª fase)

- Entrevistas semi-estructuradas a diferentes cargos de una selección de empresas ubicadas en la milla del conocimiento.
- Apartados objeto de análisis :
 - *Percepción y valoración de las empresas acerca del concepto de la milla del conocimiento*: significado, sensación de pertenencia, motivos de ubicación en la milla, ventajas e inconvenientes y aspectos a desarrollar.
 - *Posibilidades de colaboración con otras empresas*: tipos de colaboración, razones, áreas susceptibles de colaboración futura.

▶ Técnica Cuantitativa: encuestas online (2ª fase)

- A una muestra representativa de empresas ubicadas en las MdC.
- Apartados incluidos en la encuesta
Datos generales de la organización, grado de conocimiento del concepto milla del conocimiento, utilización de los servicios de la milla, beneficios asociados a la ubicación, nivel de colaboración actual con otras empresas u organizaciones, posibilidades futuras de colaboración.

Resultados de las entrevistas en profundidad

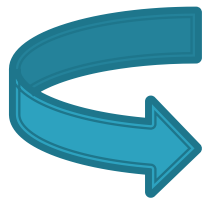
Resultados de las entrevistas

- ▶ Las empresas conocen el concepto de Milla del Conocimiento (MdC), si bien es cierto, que el sentimiento de pertenencia es variable según la persona entrevistada.
- ▶ Se asocia el concepto de la MdC con una imagen de marca.
- ▶ **Ventajas de la MdC:** ubicación, espacio disponible, polo de atracción, facilita la colaboración entre empresas y el apoyo de las administraciones públicas
- ▶ **Colaboración actual:** existen acuerdos puntuales de colaboración con proveedores o para proyectos de investigación u otro tipo, aunque es un aspecto que se debe potenciar.
- ▶ **Mayor desarrollo del concepto de la MdC:** desconocido en muchos ámbitos, está poco explotado. Hay que mejorar la comunicación hacia el exterior.
- ▶ **Actividades objeto de colaboración:** compartir infraestructuras, residencia, central de compras, actividades de formación, bolsa de servicios.

Resultados de las encuestas online

Ficha Técnica del Estudio

Población	Conjunto de empresas ubicadas en la Milla del Conocimiento (159)
Tamaño Muestral	57 encuestas válidas
Error Muestral	10,43% 95% nivel de confianza
Fecha Trabajo de Campo	17 Noviembre–19 Diciembre 2016

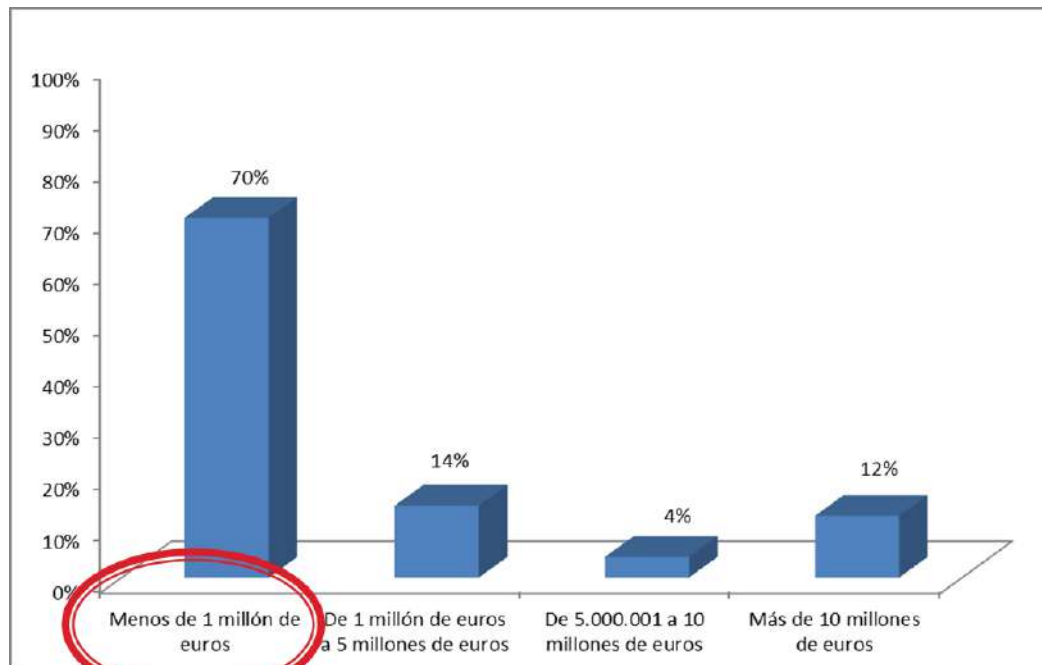
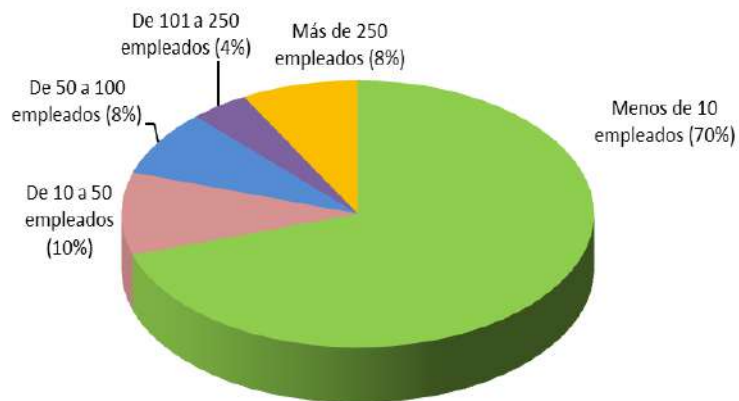


- Diferentes sectores de actividad
- Respuesta por parte de Directores Ejecutivos o Gerentes

Características de la muestra

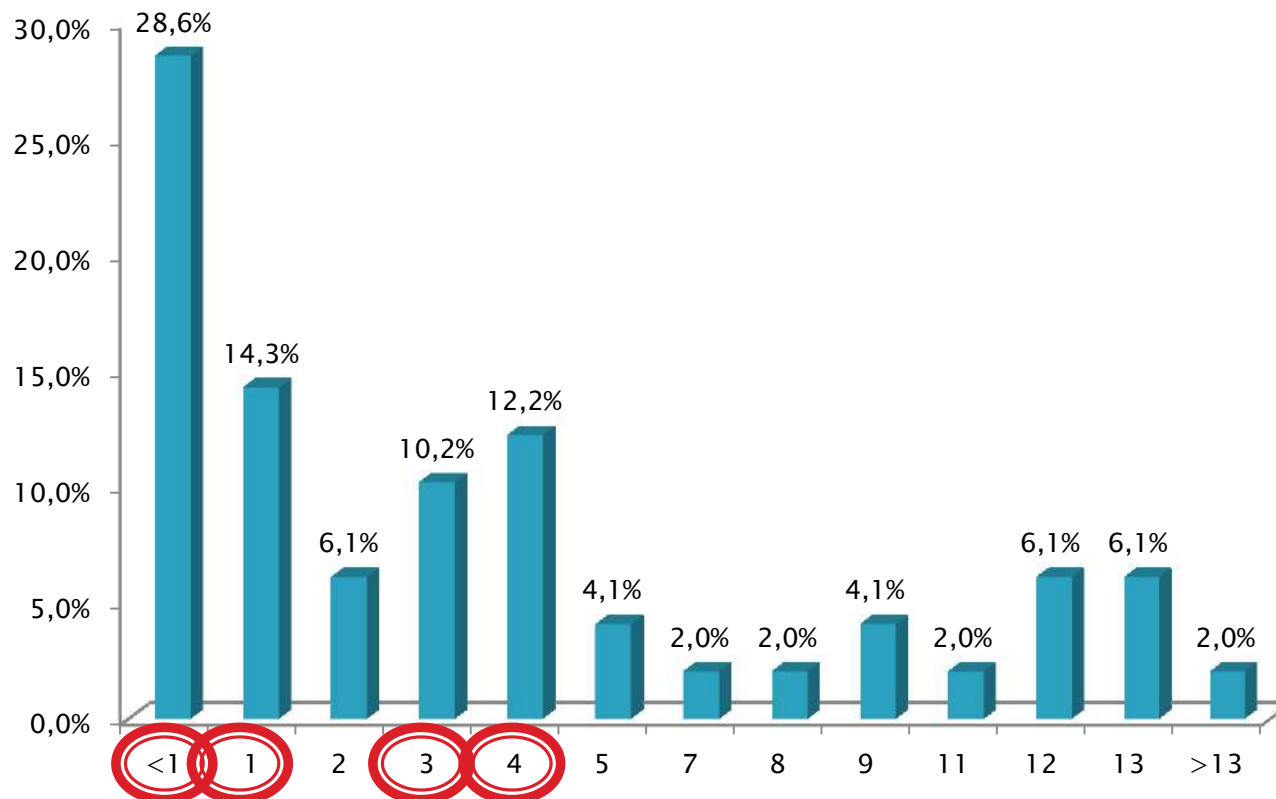


Tamaño Empresas



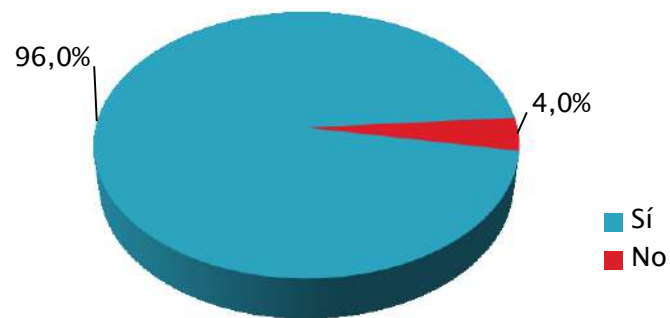
- Fundamentalmente PYMES y Microempresas

Porcentaje de empresas según el número de años instaladas

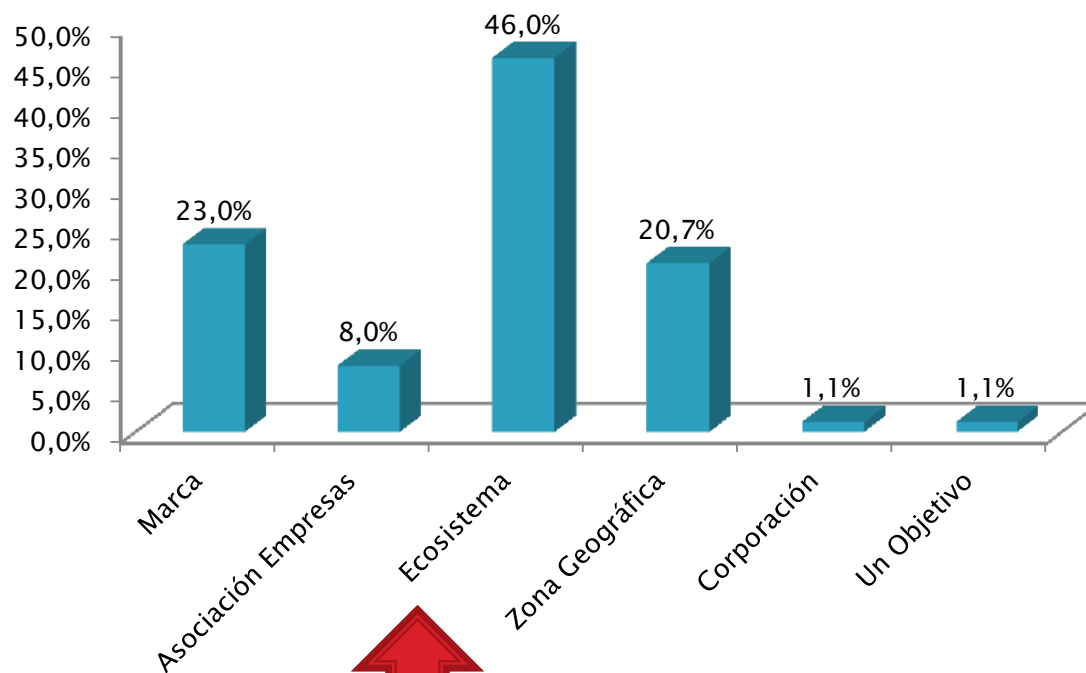


Grado de conocimiento y uso de la Milla del Conocimiento

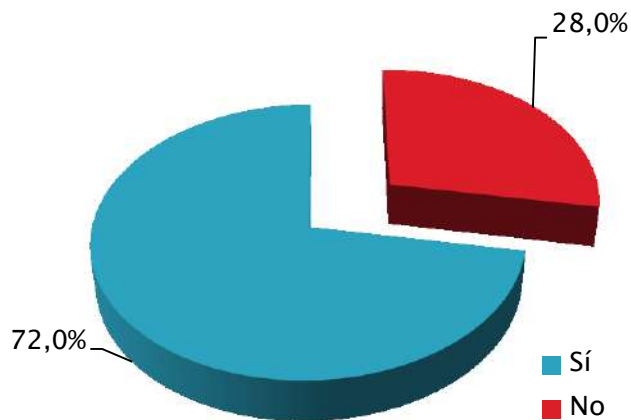
Grado de conocimiento del concepto



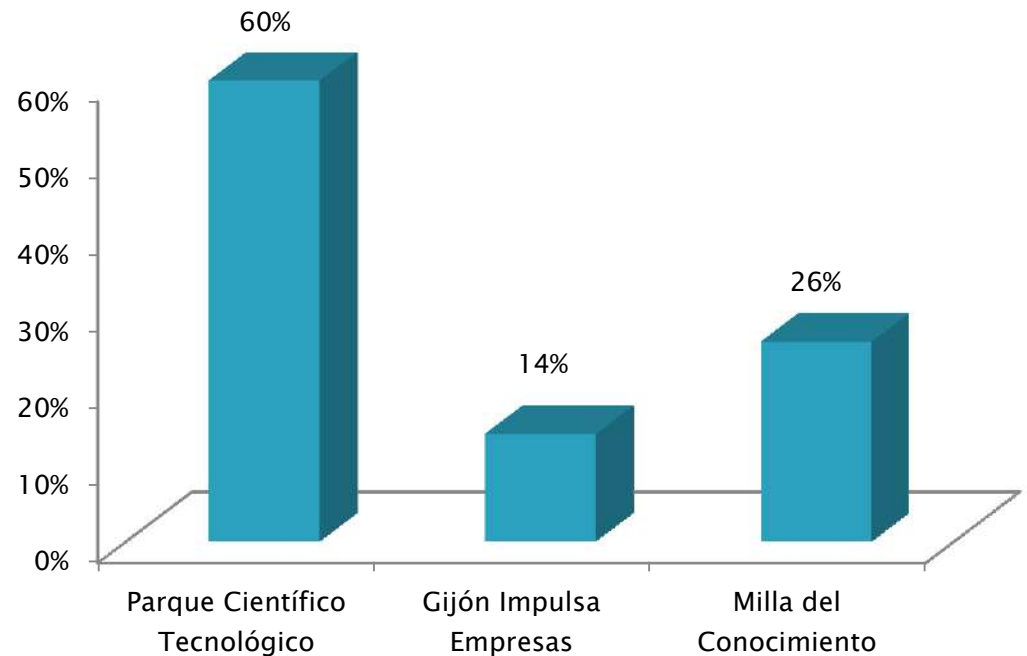
Asociación con el concepto



Sentimiento de pertenencia

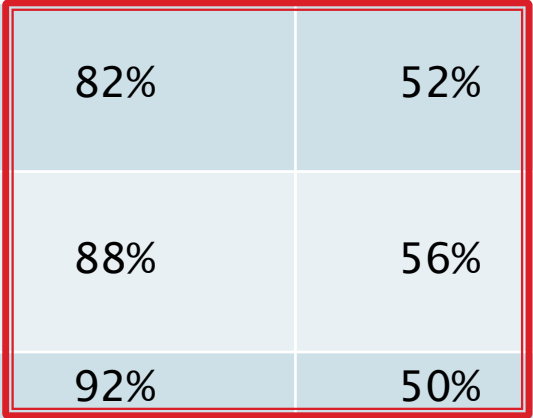


Identificación de la empresa con diferentes conceptos



Grado de utilización de los servicios de la MdC

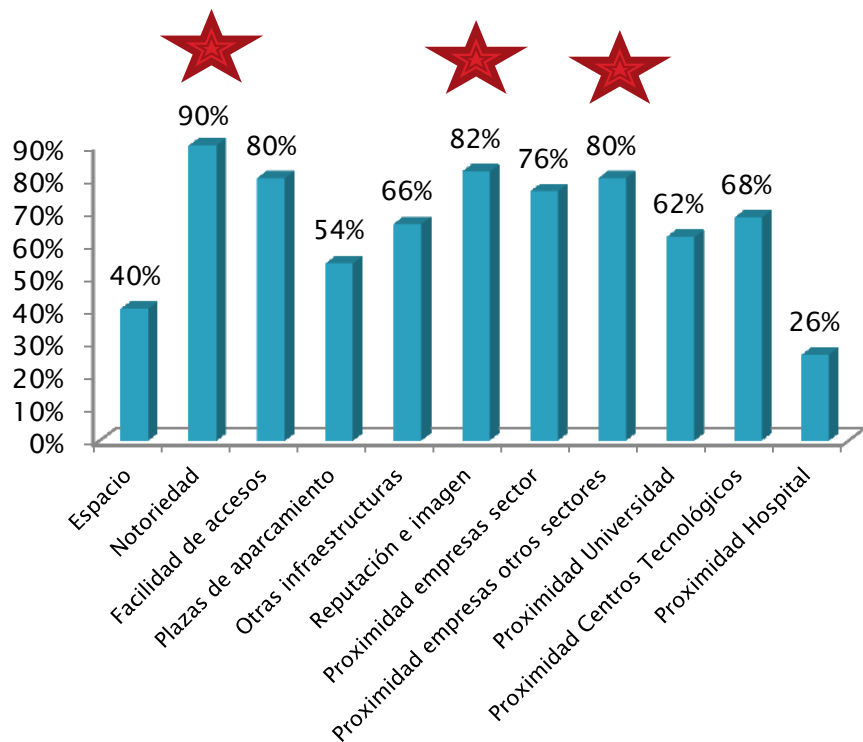
Servicios e instrumentos asociados a la Milla del Conocimiento	Conocimiento	Uso
Incentivos económicos dirigidos a incrementar el acceso al capital e incentivar la consolidación empresarial	82%	52%
Espacios de trabajo donde probar modelos de negocio, validar demostradores tecnológicos y consolidar empresas	88%	56%
Asesoramiento a través de jornadas técnicas	92%	50%
Logo Milla del Conocimiento	70%	4%
Web y Redes Sociales Milla del Conocimiento	46%	16%



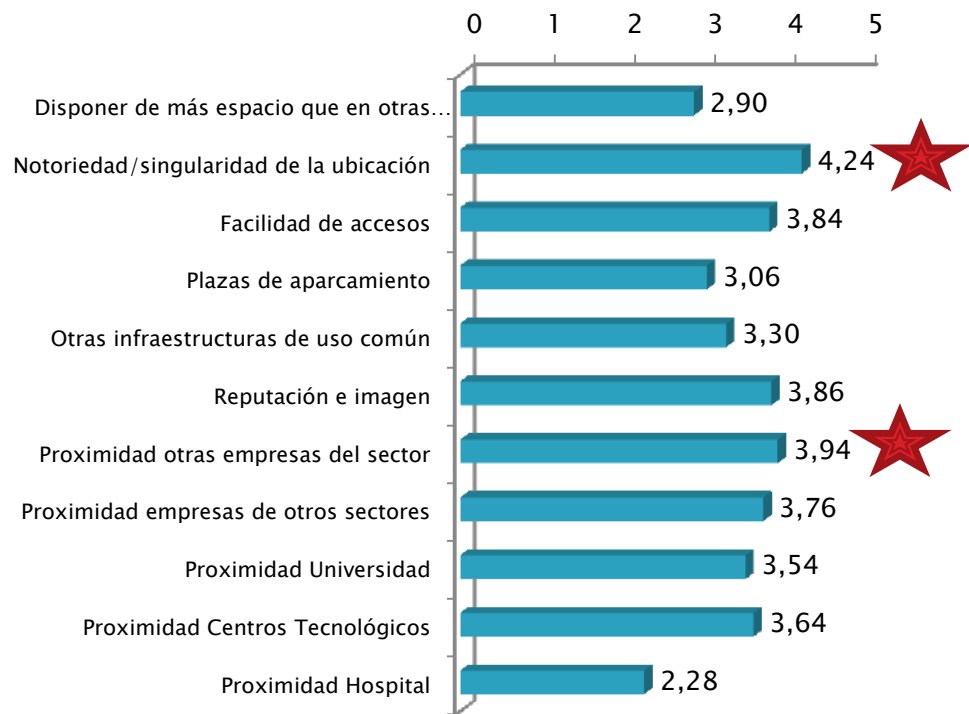
Otros

-
-
-
-

Beneficios por formar parte de la Milla del Conocimiento



Satisfacción por formar parte de la Milla del Conocimiento



Colaboración

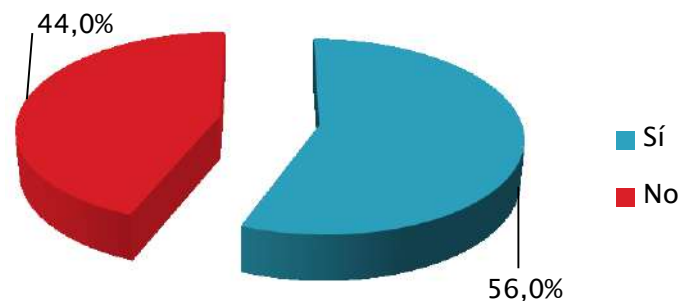


Colaboración con otras empresas del mismo sector



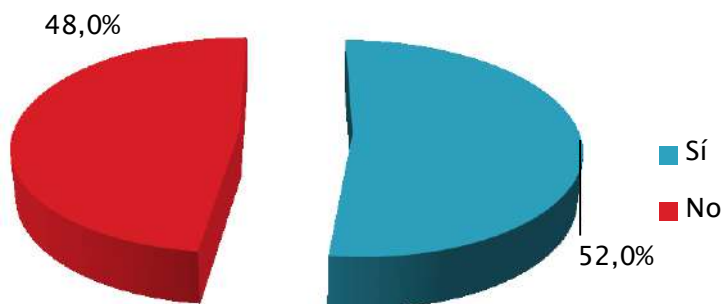
- ▶ 60,7% Proyectos conjuntos
- ▶ 35,7% Proyectos I+D

Colaboración con otras empresas de otro sector



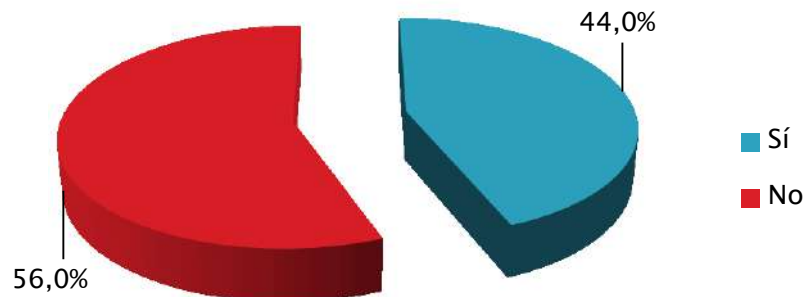
- ▶ 34,6% Proyectos conjuntos
- ▶ 34,6% Proyectos I+D

Colaboración con la Universidad



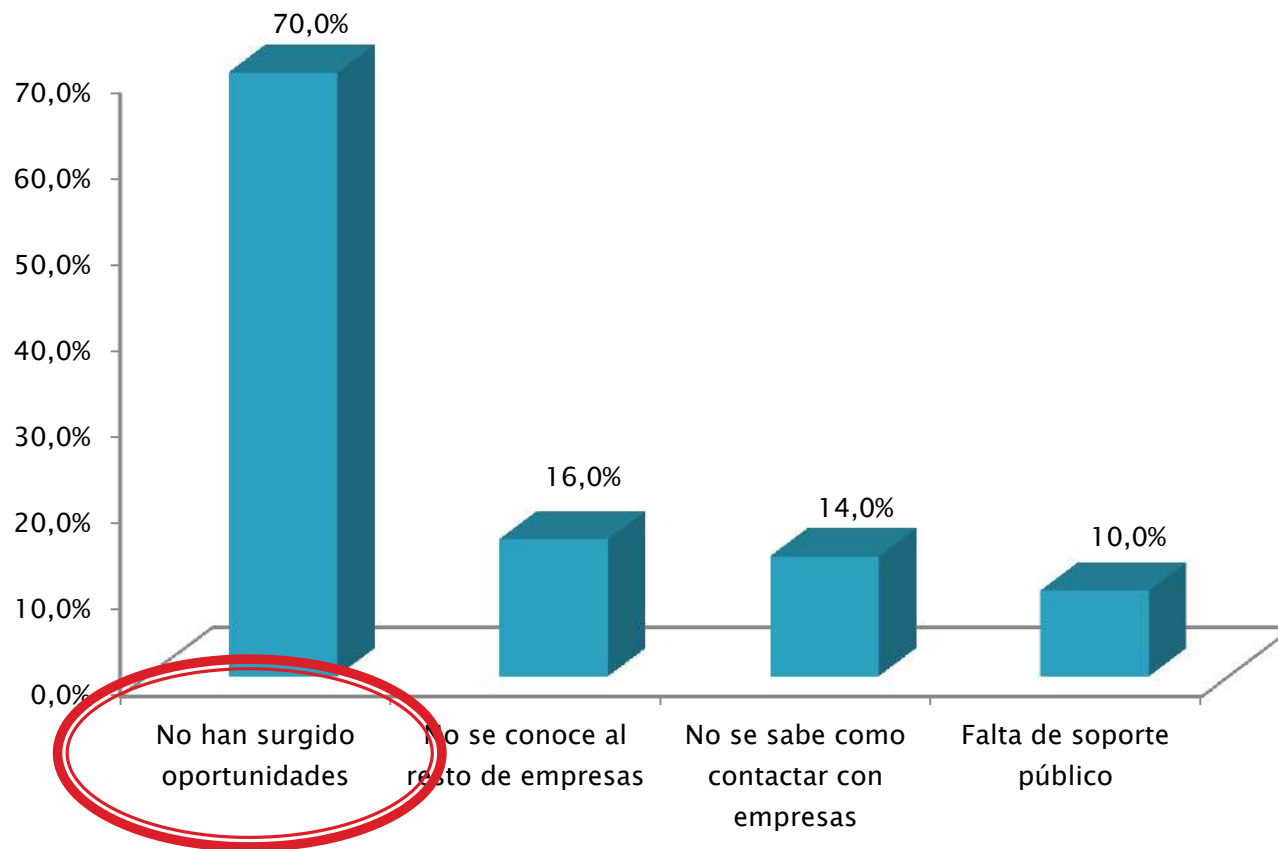
- ▶ 52,0% Prácticas, becas,...
- ▶ 36,0% Proyectos I+D

Colaboración con Centros Tecnológicos



- ▶ 42,9% Proyectos I+D
- ▶ 28,6% Proyectos conjuntos

Principales razones para no colaborar

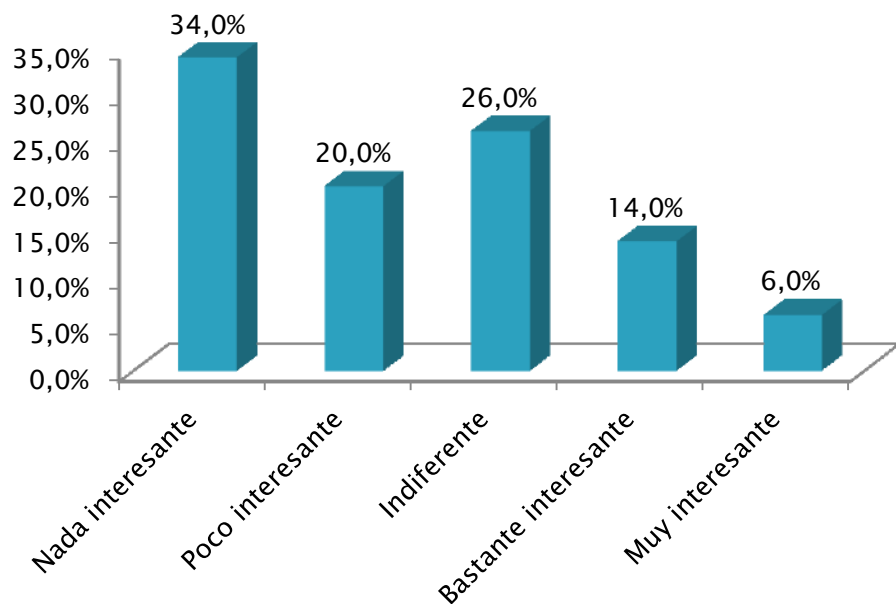


Posibles iniciativas de colaboración

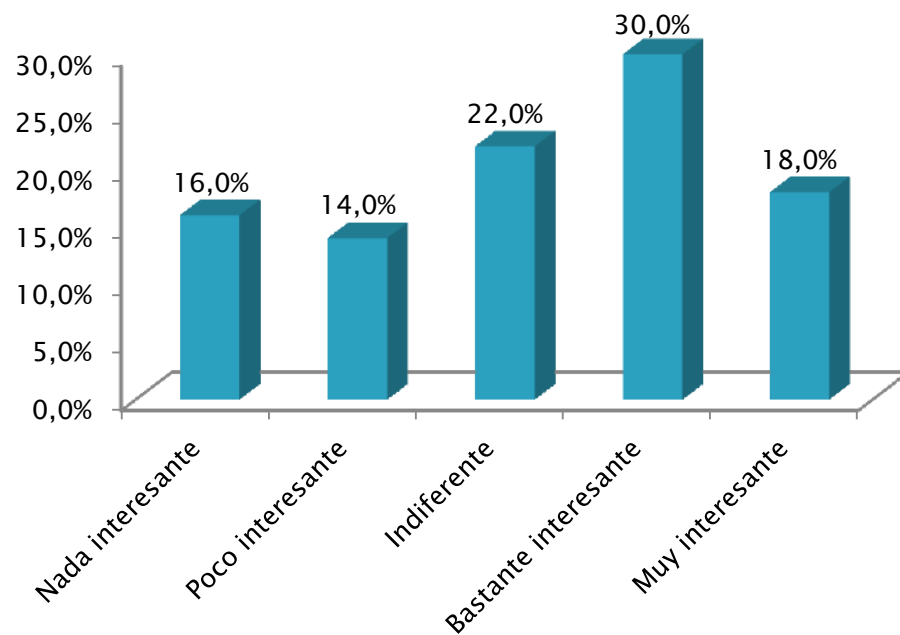
- Reducción de costes
- Incrementar el valor trabajando juntos
- Desarrollo de actividades de RSE

Reducción de costes

Carsharing

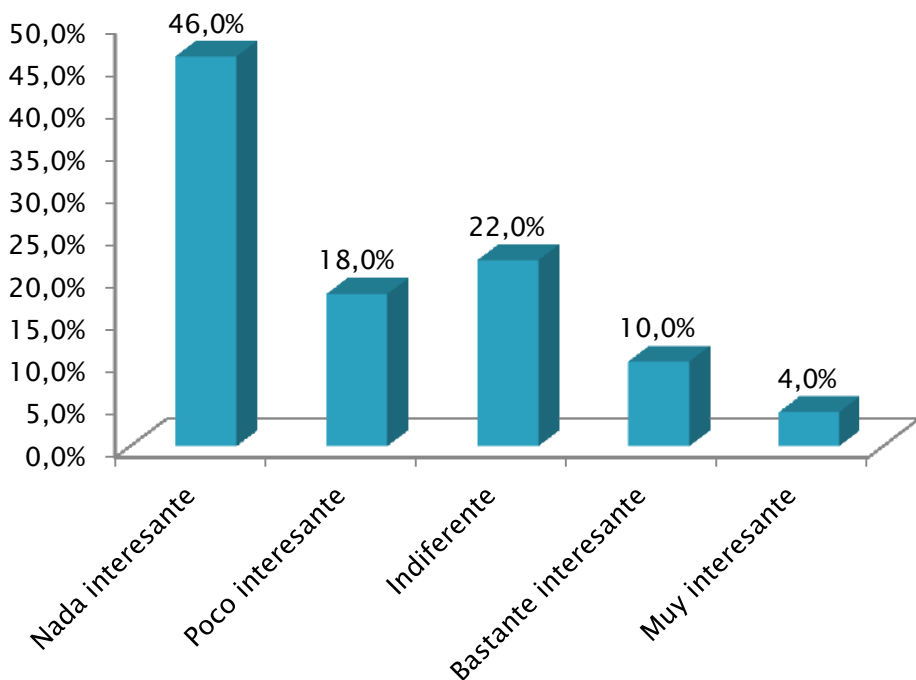


Gestión conjunta de viajes fuera de Asturias

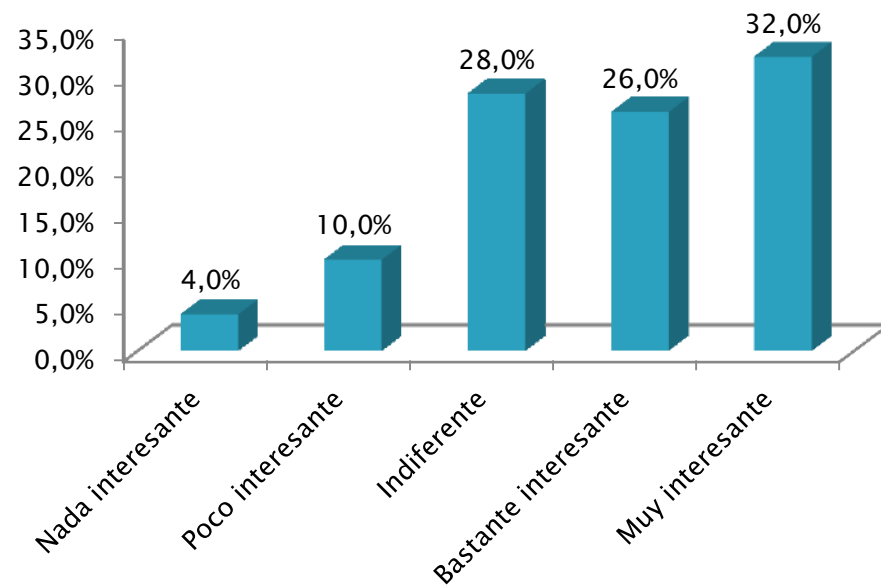


Reducción de costes

Gestión conjunta de la logística

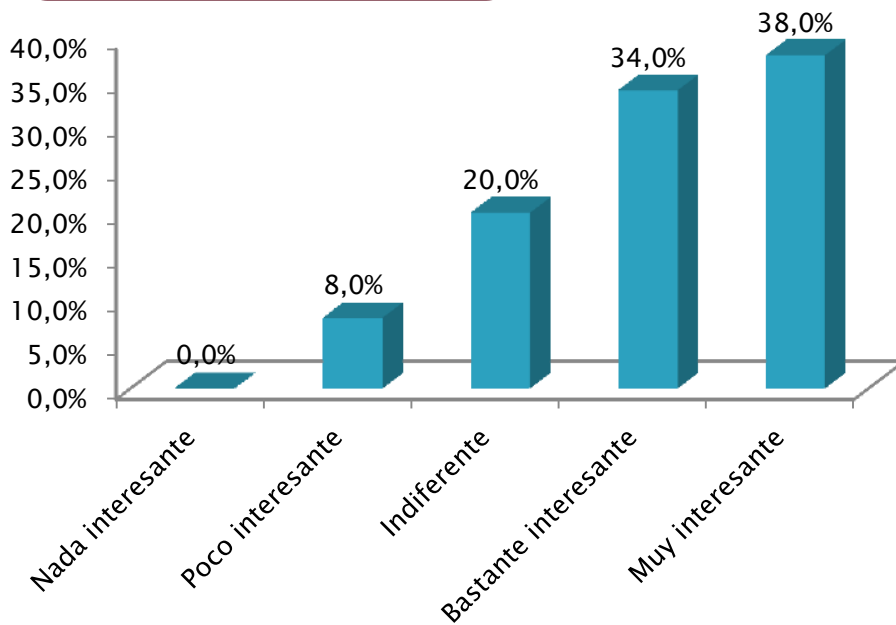


Desarrollo de formación especializada y adaptada a las necesidades comunes

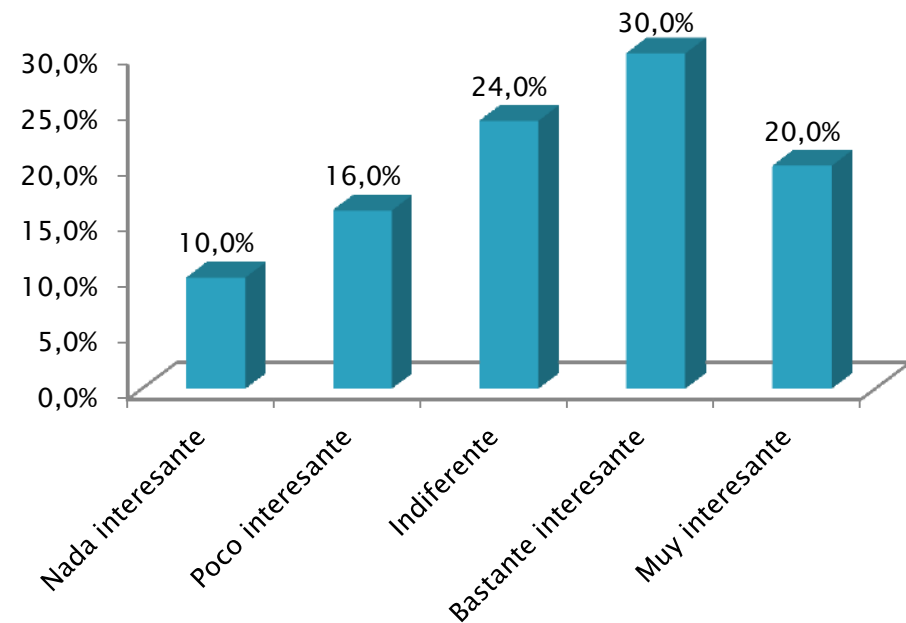


Incrementar el valor trabajando juntos

Actividades de diseño

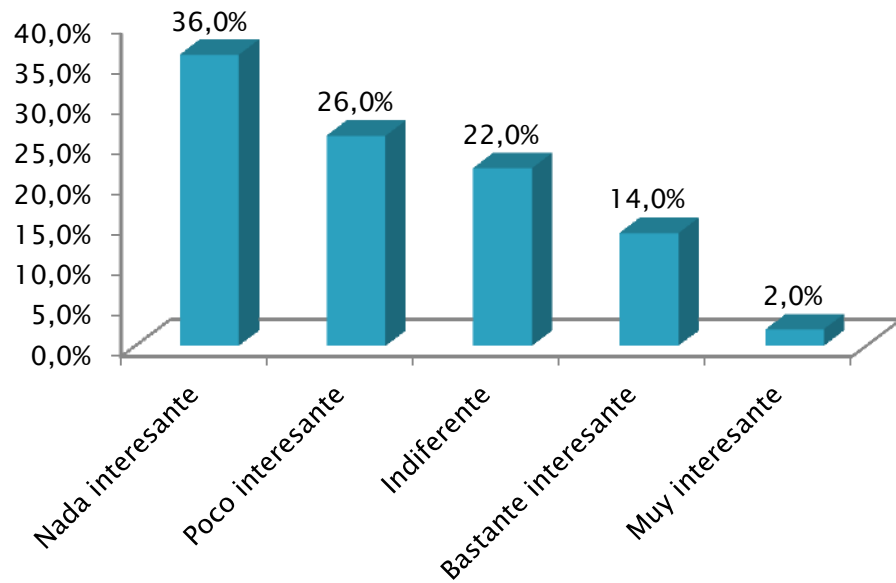


Actividades de producción

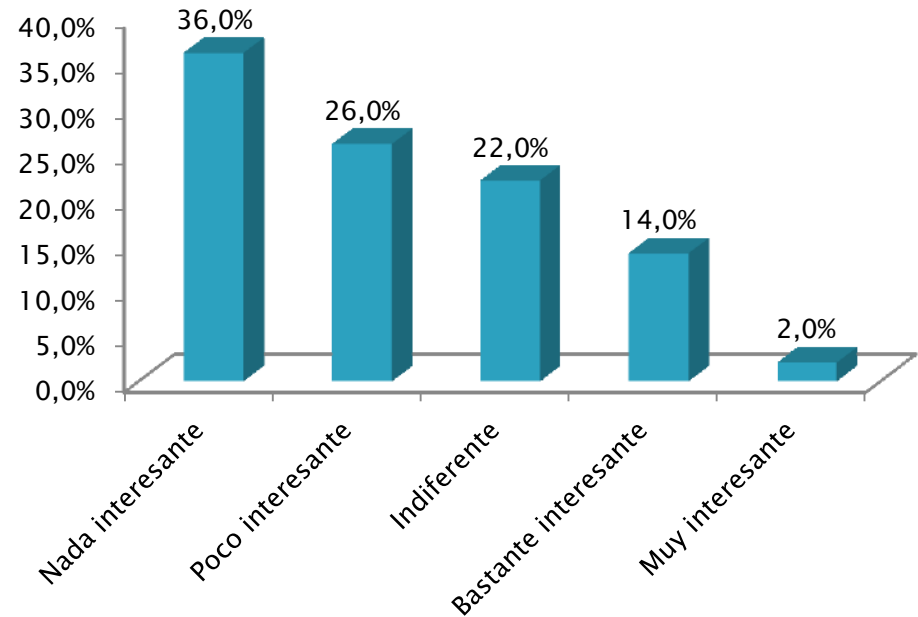


Incrementar el valor trabajando juntos

Actividades de logística

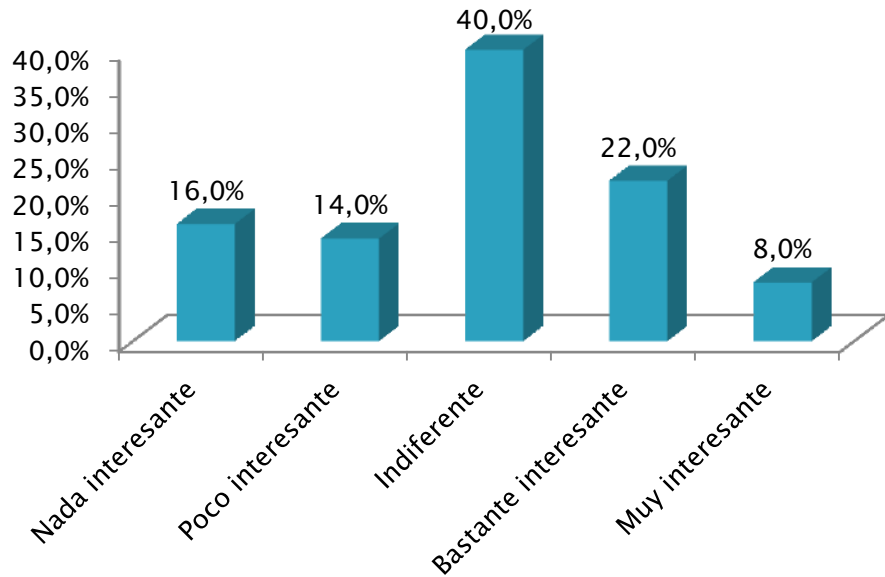


Actividades comerciales y de marketing

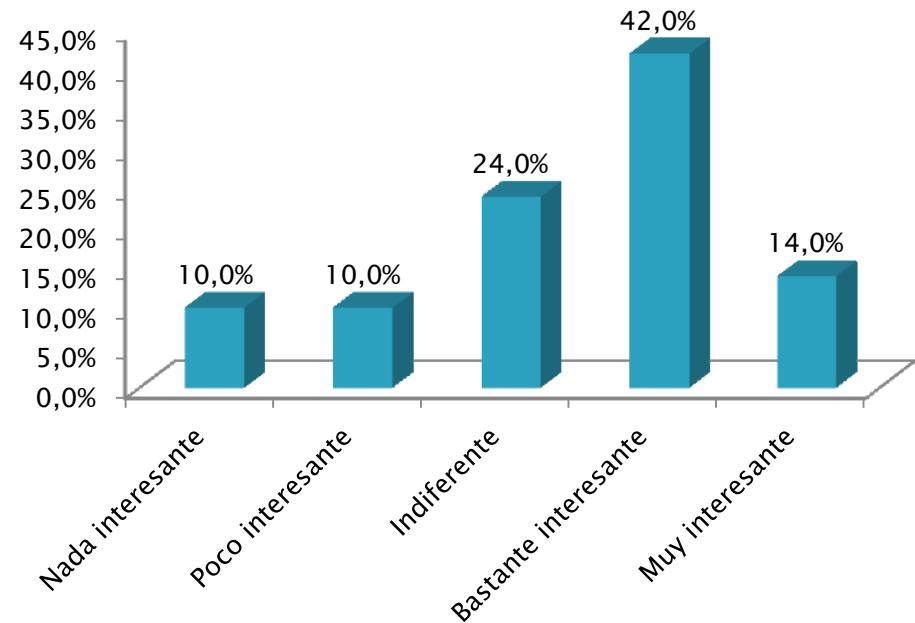


Desarrollo de actividades de RSE

Iniciativas de voluntariado corporativo

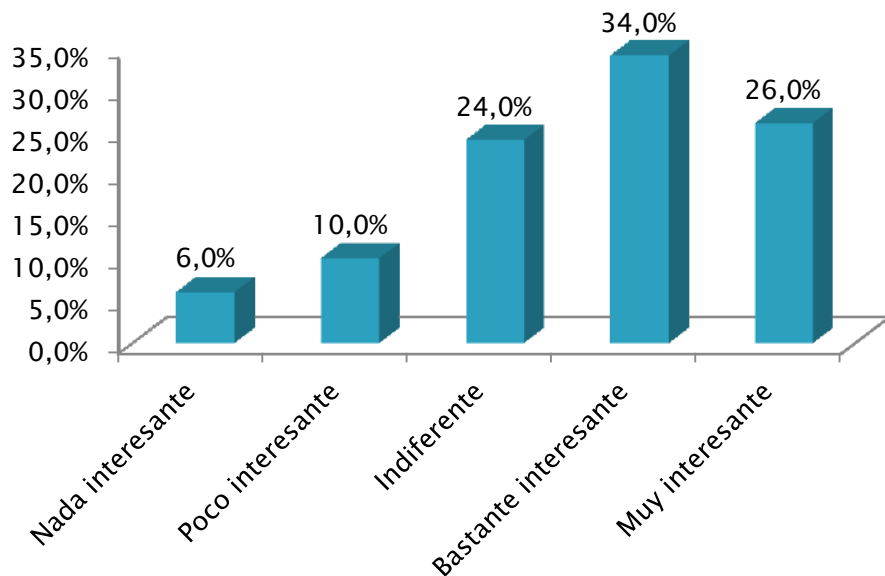


Realización de eventos solidarios conjuntos

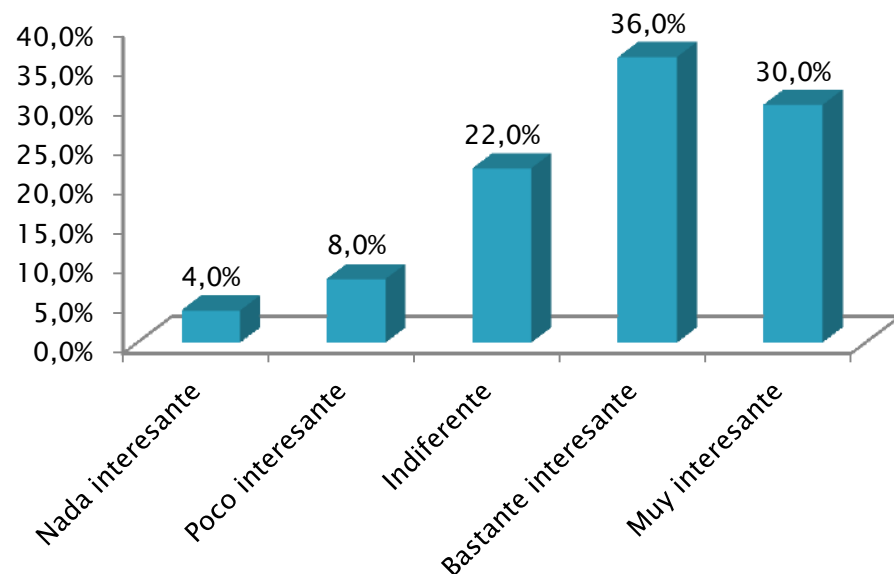


Desarrollo de actividades de RSE

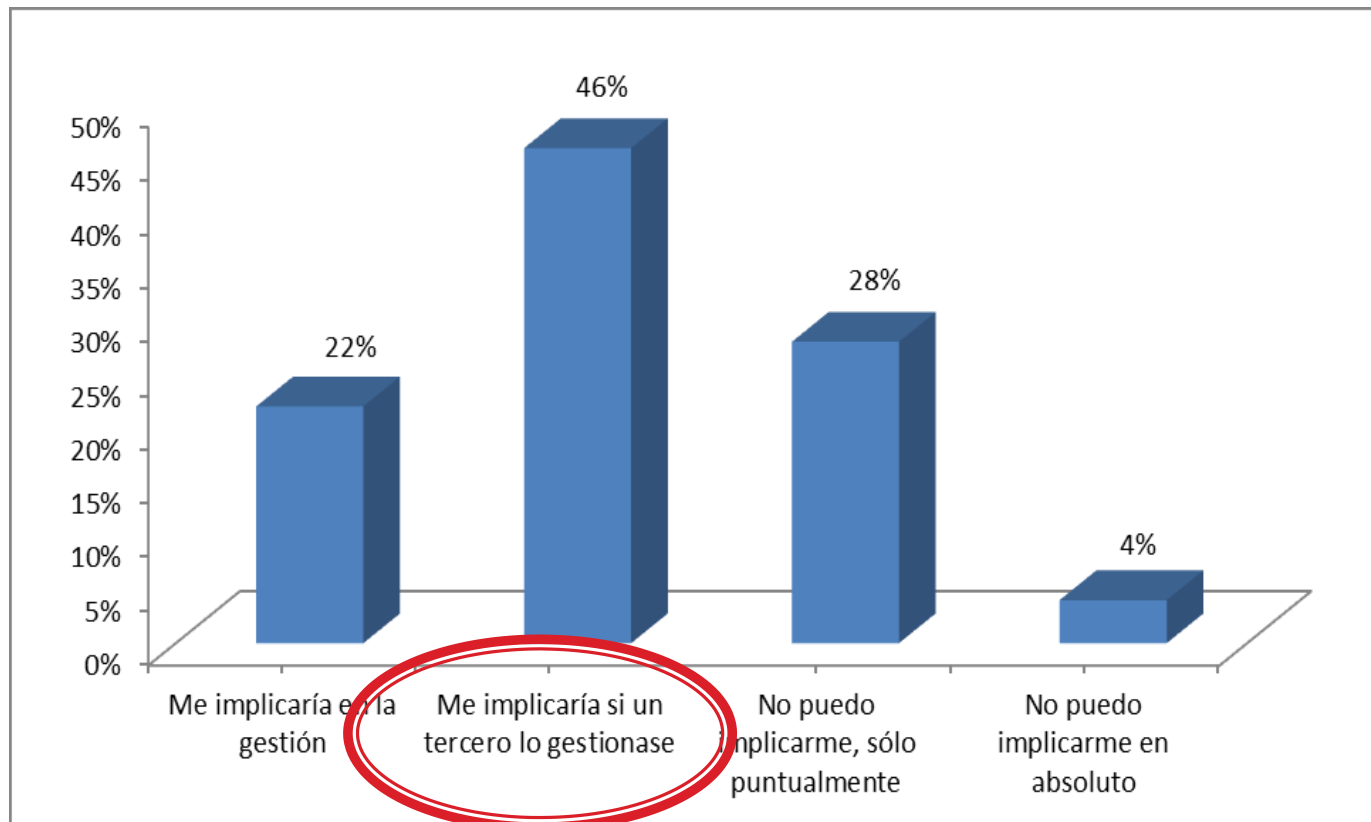
Campañas de apoyo a causas sociales



Iniciativas para los trabajadores



Nivel de implicación de la empresa en actividades



Reflexiones finales



- ▶ Alto grado de **conocimiento** del concepto Milla del Conocimiento.
- ▶ Relativa **identificación** con dicho concepto.
- ▶ Se perciben **beneficios** por pertenecer a la Milla: notoriedad, reputación, proximidad a otras empresas.
- ▶ **Colaboración actual** entre empresas centrada en proyectos conjuntos y de I+D, así como en becas o prácticas de formación (Universidad).
- ▶ **Iniciativas de colaboración con mayor interés:**
 - Gestión conjunta de viajes fuera de Asturias.
 - Desarrollo de formación especializada y adaptada a necesidades comunes.
 - Actividades de diseño y producción.
 - Realización de eventos solidarios conjuntos.
 - Campañas de apoyo a causas sociales.
 - Iniciativas para trabajadores: deporte, salud,...

Gracias!

