
AGOST DE 2025

La innovació a Andorra

Anàlisi del sector empresarial i de la percepció
de la població envers la innovació i la recerca

**GRUP DE SOCIOLOGIA
I AGÈNCIA D'INNOVACIÓ**

Sumari

04

Introducció

05

Conceptualització i definicions

07

Estudis i enquestes sobre innovació, ciència i tecnologia

11

La innovació a les empreses

*Enquesta trimestral de la Cambra de Comerç, Indústria i Serveis d'Andorra.
Andorra, primer trimestre de 2025*

49

La percepció de la població sobre la innovació i la recerca

Observatori, primer semestre de 2025

62

Resum i conclusions

Introducció

En aquest document es presenten dos estudis realitzats al Principat durant la primera meitat de 2025. D'una banda, s'exposen les dades registrades en l'enquesta trimestral de la Cambra de Comerç i de l'altra, els sondejos publicats a l'Observatori del primer semestre de 2025. En el primer cas, s'ha realitzat una anàlisi descriptiva sobre les activitats d'innovació implementades per les empreses d'Andorra durant el període 2022-2024 segons els diferents sectors econòmics que convergeixen en el mercat andorrà. En el segon, s'ha aprofundit en les opinions i percepcions de la societat andorrana envers la innovació i la recerca.

En el primer apartat s'exposen les diferents conceptualitzacions, definicions i dimensions del terme innovació a la vegada que es presenten estudis, enquestes i sondejos realitzats per diverses institucions i organitzacions, les quals han servit de referència a l'hora de desenvolupar els estudis realitzats al Principat.

Conceptualització i definicions

El concepte d'innovació inclou diferents dimensions i es poden trobar diverses definicions segons el context on es fa referència a la innovació: en la investigació acadèmica, en les administracions públiques, en les empreses, en les organitzacions socials o en el llenguatge quotidià.

En les enquestes a les empreses,¹ es defineix la innovació com un producte o procés de negoci nou o millorat (o una combinació dels dos) que difereix significativament dels productes o processos de negoci previs de l'empresa i que ha estat introduït al mercat o implementat en l'empresa. Així, la innovació ha de ser una novetat o millora per a l'empresa, tot i que no ho sigui per al seu sector o mercat. La innovació la pot haver desenvolupat la pròpia empresa, l'empresa juntament amb altres organitzacions o pot haver estat desenvolupada per altres empreses o organitzacions. Es considera com a empresa innovadora aquella que ha introduït una o més innovacions en el període de referència, tant si la innovació és responsabilitat de l'empresa individualment com si la responsabilitat ha estat compartida amb una altra.

En un estudi sobre innovació i societat,² basat en les dades de l'enquesta del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS, 20125), s'assenyala la relació entre innovació i coneixement, destacant la importància de la ciència i la tecnologia com a font d'innovació que ha impactat en la producció de béns i serveis i en les formes de vida. D'altra banda, també s'assenyala que la innovació es desenvolupa i es manifesta en les organitzacions, en les relacions socials i en la vida quotidiana, i que depèn de factors de l'entorn: empreses, organitzacions especialitzades, polítiques, característiques socials, etc.

Des de l'estadística oficial, a partir de les definicions elaborades per la OCDE en els Manuals d'Oslo, es considera que la innovació és la introducció de nous productes, béns o serveis, processos, formes d'organització o de comercialització en les pràctiques internes de l'empresa, en l'organització del lloc de treball o en les relacions exteriors, i que creen un resultat valuós en termes de beneficis econòmics, eficiència o benestar. La innovació tecnològica fa referència a la utilització de tecnologies noves que contribueixen a la resolució de problemes a partir de millorar les tecnologies existents. La innovació econòmica inclou els processos de canvi que introdueixen nous elements econòmics i de regulació en les necessitats cobertes, en els béns i serveis, en les modes de producció o distribució d'aquests béns o serveis. Finalment, la innovació social o socialment responsable és un concepte més recent que es fixa en aspectes socioeconòmics relacionats amb l'equitat i la sostenibilitat, amb activitats i serveis que sorgeixen per satisfer necessitats socials mitjançant organitzacions destinades

¹ Instituto Nacional de Estadística. INE (2022). *Encuesta de Innovación en las Empresas. Año 2022 Metodología*.

² Fernández Esquinas, M.; González de la Fe, M^a T.; van Oostrom, M. (2021). *Innovación y sociedad: una exploración de las actitudes, capacidades y comportamientos innovadores de la población española*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (Opiniones y Actitudes; 79)

a objectius socials, i que tenen en compte les implicacions de les innovacions empresarials en la distribució de recursos, en les condicions de treball i en el medi ambient, promovent valors d'inclusió i justícia social.

A partir d'aquests enfocaments es poden assenyalar els principals trets de la innovació: la innovació suposa una novetat que introdueix algun canvi, va lligada a l'adopció o utilització del canvi per alguns dels usuaris potencials a qui va dirigida i comporta un resultat pràctic, ja sigui un benefici econòmic, una manera més eficient de fer alguna cosa o una millora en el benestar dels usuaris.

De manera similar, en un article on s'exploren les actituds cap a la innovació a partir d'indicadors quantitatius de l'enquesta del CIS,³ es considera que una innovació és una novetat que suposa un canvi en una determinada activitat o en un entorn, que està basada en el coneixement i que genera algun tipus de valor. La Fundació COTEC proposa la següent definició: *innovació és tot canvi (no només tecnològic) basat en el coneixement (no només científic) que genera valor (no només econòmic).*⁴

Com s'ha comentat anteriorment, la innovació és un fenomen multidimensional, fet que dificulta la concreció en una enquesta. Per això cal matisar i formular preguntes que incloguin les diferents dimensions o àmbits. D'altra banda, s'assenyala que sovint no es corresponen les nocions especialitzades en la investigació i les polítiques públiques amb les nocions compartides per la ciutadania. En alguns casos s'ha constatat que certs temes sobre tecnologia i innovació poden suposar una dificultat per a la comprensió, de manera que en les enquestes cal evitar la terminologia especialitzada o referències a temes complexos i utilitzar exemples senzills i un nivell de generalitat aplicables a tota la població.⁵

³ Iturrate-Meras, D.; Fernández-Esquinas, M. (2019). "Opinión pública e innovación: una exploración de las percepciones y actitudes de la sociedad española ante la innovación". *Revista Española de Documentación Científica* 42(3), julio-septiembre 2019

⁴ <https://cotec.es/la-fundacion/>

⁵ CIS (2015).

Estudis i enquestes sobre innovació, ciència i tecnologia

En l'entorn europeu s'han realitzat diferents enquestes sobre innovació, dirigides tant a la població en general com a empreses.

L'enquesta *Actitudes y comportamientos innovadores en la sociedad española* del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS)⁶, es va dur a terme l'any 2015 mitjançant entrevistes personals a una mostra de 2.500 persones representativa de la població major d'edat d'Espanya. L'objectiu d'aquesta enquesta era conèixer les actituds i opinions sobre la innovació a partir d'avaluacions favorables o desfavorables de la població envers diferents aspectes concrets que van permetre crear tipologies de ciutadans en funció de la seva valoració.

La *Encuesta de percepción social de la innovación en España*, és una enquesta realitzada anualment des del 2017 per la Fundació Cotec,⁷ per mesurar l'opinió de la població sobre diferents aspectes relacionats amb la innovació. L'edició del 2023 es va realitzar a una mostra de 7.587 persones majors d'edat mitjançant una entrevista telefònica assistida per ordinador (CATI), amb un 20% d'entrevistes realitzades amb metodologia online (CAWI).

També hi ha enquestes sobre la percepció social de la ciència i la tecnologia, com la que realitza la Fundación Española para la Ciencia y Tecnología, F.S.P. (FECYT)⁸ cada dos anys des del 2002, per analitzar la percepció ciutadana sobre la ciència i la tecnologia i la capacitat dels avenços en aquest àmbit per millorar la qualitat de vida de la població. L'any 2022 es va fer una enquesta, mitjançant una entrevista personal, a 6.054 persones residents a Espanya de 15 anys o més.

Igualment, l'any 2021, des de la Comissió Europea, es va realitzar una enquesta personal a una mostra de la població a partir de 15 anys del conjunt dels 27 països de la UE (26.827 entrevistes) i 11 països o territoris més (10.273),⁹ sobre el coneixement i actituds dels ciutadans en relació amb la ciència i la tecnologia.

La Xarxa d'Instituts Tecnològics de la Comunitat Valenciana (REDIT) ha realitzat dos estudis sobre la percepció social de la innovació a la Comunitat Valenciana (l'any 2018 i el 2022), amb l'objectiu de conèixer la percepció sobre la innovació que tenen els ciutadans, les empreses i els

⁶ CIS (2015). *Actitudes y comportamientos innovadores en la sociedad española*. Estudio N. 3112. <https://www.cis.es/detalle-ficha-estudio?origen=estudio&idEstudio=14241>

⁷ COTEC (2023) *Informe 2023. VI encuesta de percepción social de la innovación en España*. <https://cotec.es/informes/encuesta-de-percepcion-social-de-la-innovacion/>

⁸ FECYT (2022). *Encuesta de percepción social de la ciencia y la tecnología*. <https://www.fecyt.es/es/publicacion/percepcion-social-de-la-ciencia-y-la-tecnologia-en-espana-2022>

⁹ European Commission (2021). *Special Eurobarometer 516: European citizens' knowledge and attitudes towards science and technology*. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2237>

principals col·lectius relacionats amb la innovació.¹⁰ Aquests estudis inclouen una part quantitativa, amb 400 entrevistes telefòniques a empreses i 500 entrevistes telefòniques a ciutadans, i una part qualitativa amb un estudi Delphi, a partir de l'anàlisi i reflexió dels resultats de les enquestes a empreses i ciutadans, amb la participació, com a experts en matèria d'innovació, de 16 entitats pertanyents a diferents sectors d'activitat en l'àmbit de la Comunitat Valenciana; i una segona etapa, mitjançant una reunió de grup (Focus Group), per tal d'establir les principals convergències i divergències arran de la percepció social del concepte d'innovació, el posicionament entre els col·lectius socials, les característiques de la innovació entre les empreses valencianes, i les principals actuacions de millora en aquests àmbits.

Pel que fa a les enquestes a les empreses, als països de la UE es va fer per primera vegada l'enquesta *Community Innovation Survey* (CIS)¹¹ l'any 1992 i, des d'aleshores, es realitza cada dos anys als estats membres de la UE, alguns països de l'EFTA i els països candidats a la UE. La metodologia es basa en el Manual d'Oslo de la OCDE,¹² on es defineixen conceptes sobre les activitats científiques i tecnològiques i les que es consideren innovadores. Aquesta enquesta està dissenyada per proporcionar informació directa sobre el procés d'innovació a les empreses, recopilant indicadors que permetin conèixer els diferents aspectes d'aquest procés (impacte econòmic, activitats innovadores, cost, etc.). La població de l'enquesta està determinada per la mida de l'empresa i la seva activitat principal, i s'inclouen totes les empreses amb 10 o més treballadors dels diferents sectors¹³. En general, els països duen a terme una enquesta amb una mostra estratificada per recollir les dades, si bé en alguns casos utilitzen un cens o una combinació de cens i enquesta per fer la mostra. Totes les agregacions i indicadors que es presenten en l'enquesta es basen en les recopilacions de dades de les enquestes nacionals. A nivell nacional, les dades es recullen principalment mitjançant enquestes en línia o per correu. Alguns països també trien altres mètodes de recollida, com ara entrevistes telefòniques o presencials.

A Espanya, l'any 1992, l'INE (Instituto Nacional de Estadística) va projectar una enquesta sobre innovació tecnològica a les empreses, que es va cancel·lar per problemes pressupostaris, si bé es van utilitzar algunes dades com a estudi pilot. Arran dels treballs metodològics i d'harmonització de definicions i classificacions es va crear un marc estable per a l'elaboració de dades sobre innovació comparables internacionalment, i l'any 1994 es va reprendre l'Enquesta sobre Innovació a les empreses, que ha continuat en els successius estudis, amb una periodicitat anual fins l'any 2019 i cada dos anys des del 2020. L'àmbit poblacional són les empreses agrícoles, industrials, de la construcció i dels serveis de 10 o més assalariats, amb una activitat econòmica principal corresponent amb les seccions de la A fins la N, la P (excepte la 854), Q, R, i la S (excepte la 94) de la CNAE-2009. La mostra està formada per més de 40.000 empreses de tot el territori nacional, i el mètode de recollida es realitza amb un sistema mixt per Internet (CAWI) i per correu amb un important suport telefònic per part d'enquestadors.

¹⁰ REDIT (2022). Estudio de percepción social de la innovación en la Comunitat Valenciana 2022. https://issuu.com/redit2/docs/estudio_percepcio_n_social_22
<https://cindi.gva.es/documents/169273742/173375863/Informe+Ejecutivo+Redit+2022+Definitivo+%281%29.pdf/6f973304-af2e-e161-9eda-87ee2b5d8bbf?t=1669209177003>

¹¹ EUROSTAT. *Community innovation survey*. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/microdata/community-innovation-survey>

¹² OCDE (2018 [2005]). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación*. Luxembourg: OECD.

¹³ NACE Rev. 2 - Statistical classification of economic activities. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-manuals-and-guidelines/-/ks-ra-07-015>

La percepció pública sobre la innovació

Les percepcions i actituds de la població sobre la innovació tenen implicacions en les activitats relacionades amb la generació, difusió i utilització del coneixement.¹⁴

D'una banda s'assenyala que les percepcions i actituds de la població poden influir en la posada en marxa d'estudis o treballs amb potencial innovador, poden afavorir la demanda de productes o serveis i afectar la difusió de les innovacions i el desenvolupament de sectors econòmics competitius. D'altra banda, es destaca el paper de l'opinió pública per determinar l'orientació de les polítiques públiques, com a mecanisme de legitimació, que influeix tant des de les demandes ciutadanes com des de la perspectiva dels poder públics, a l'hora de decidir entre diferents opcions d'inversió.

Pel que fa a la percepció sobre la inversió pública en innovació, es recomana plantejar-la de manera separada respecte a àmbits com la sanitat, l'educació o els serveis socials, que són considerats prioritaris i per tant no resulta convenient comparar les opcions de despesa pública en innovació amb aquests sectors, sinó amb altres activitats que també es consideren importants, però diferents d'aquests pilars del benestar. A partir de les dades de les enquestes s'ha constatat que les opinions i actituds envers la innovació varien en funció de característiques sociodemogràfiques com l'edat, el nivell d'estudis o el tipus d'ocupació.

En l'estudi sobre actituds, capacitats i comportaments innovadors de la societat espanyola¹⁵ es destaca que la majoria de la població associa el significat de la innovació al canvi cognitiu, a la creativitat i a les idees noves, si bé els ciutadans no consideren majoritàriament la innovació com una de les prioritats d'inversió pública. Les innovacions es valoren de manera destacada en àrees com la medicina, l'ensenyament, les fonts d'energia i el medi ambient. En general s'observa que el suport a la innovació és més alt entre la població més jove, amb més estudis i treballs més qualificats i remunerats. Pel que fa a la percepció dels riscos i beneficis de la innovació, la població mostra actituds ambivalents, ja que està d'acord amb l'efecte positiu en aspectes com el creixement econòmic, un millor accés a productes i serveis per a tota la ciutadania, l'augment de la qualitat de vida o la millora de la competitivitat de les empreses, però també s'associa a riscos com la pèrdua de llocs de treball perquè les empreses necessiten menys treballadors, les dificultats per adaptar-se a les innovacions, el consumisme excessiu o la pèrdua de costums i estils de vida tradicionals.

Segons l'enquesta de percepció social de la innovació de la Fundació Cotec,¹⁶ la majoria de la població considera que la innovació és positiva, i ho diuen més les persones amb ingressos o estudis superiors. També es manifesta de manera majoritària que la inversió pública en R+D+I es insuficient. D'altra banda, es considera en major proporció que el canvi tecnològic

¹⁴ Iturrate-Meras, D.; Fernández-Esquinas, M. (2019).

¹⁵ Fernández Esquinas, M.; González de la Fe, M^a T.; van Oostrom, M. (2021).

¹⁶ COTEC (2023)

genera desigualtat social, si bé també hi ha més percentatge de població que opina que el canvi tecnològic és més creador net d'ocupació (és a dir que la pèrdua de llocs de treball pel canvi tecnològic es compensa amb la creació de nous llocs de treball) que els que creuen que destrueix més ocupació de la que crea.

Els resultats de l'estudi sobre la percepció social de la innovació en la Comunitat Valenciana,¹⁷ a partir de les enquestes als ciutadans i a les empreses, juntament amb les reflexions del grup d'experts, mostren que el concepte d'innovació no presenta una definició precisa i uniforme en la societat. Tant els ciutadans com les empreses identifiquen la innovació sobretot amb canvi, renovació i creativitat, si bé els ciutadans relacionen la seva utilitat amb millores socials, mentre que les empreses la relacionen amb l'optimització dels processos i el compte de resultats del negoci. En aquest estudi es conclou que la percepció social sobre la innovació és positiva, com a eina en diferents àmbits que aporta utilitat i beneficis, i aquesta visió facilita la seva aplicació i l'augment de recursos públics per potenciar-la. Pel que fa a les empreses consultades, la meitat van declarar haver realitzat algun projecte d'innovació en els darrers cinc anys, sobretot orientats al producte, processos i serveis. Les empreses industrials i les mitjanes i grans empreses són les que més han realitzat activitats d'innovació. Entre els objectius assenyalats de la innovació destaca el manteniment i augment de qualificació de l'ocupació, millorar la qualitat de productes i serveis de l'empresa, ampliar la gamma o substituir productes o serveis antiquats, seguits d'altres objectius com millorar la gestió el temps o una major quota de mercat. Pel que fa a les dificultats per dur a terme activitats d'innovació destaquen el cost elevat, l'excessiva burocràcia, la manca d'ajudes públiques o les lleis i normes massa restrictives; mentre que els experts també assenyalen la manca de cultura innovadora i de personal qualificat en l'empresa.

Amb les enquestes d'innovació a les empreses¹⁸ s'obtenen dades sobre el nombre d'empreses que van ser innovadores (amb innovacions de productes o en les seues processos de negoci), en quins sectors d'activitat es detecten més empreses innovadores, les despeses en activitats innovadores, la facturació de productes innovadors, incentius per a la implementació de la innovació, cooperació a la innovació, les fonts de finançament, les fonts d'informació per a la innovació, els principals obstacles a l'activitat d'innovació, entre d'altres aspectes. Les dades de l'Enquesta sobre innovació a les empreses de l'any 2022¹⁹ mostren que prop d'un 24% de les empreses espanyoles de 10 o més treballadors van ser innovadores en el període 2020-2022: un 12% van ser innovadores de producte, i un 21% de processos. La indústria és el sector amb major concentració d'empreses innovadores, destacant tres branques on la majoria de les empreses són innovadores: farmàcia, productes informàtics, electrònics i òptics, i química. Les dades també mostren una relació molt clara entre la inversió en innovació i la mida empresarial, augmentant el volum d'inversió en augmentar la mida de l'empresa.

Aquestes enquestes i estudis sobre la percepció social de la innovació i sobre les activitats d'innovació entre les empreses, són els referents que han servit com a marc teòric i conceptual per formular les preguntes adreçades a la població d'Andorra sobre la percepció de la innovació i una enquesta a les empreses sobre les seves activitats innovadores, tenint en compte que s'han adaptat algunes qüestions a la realitat andorrana.

¹⁷ REDIT (2022)

¹⁸ EUROSTAT. *Community innovation survey*.

¹⁹ Anàlisi que fa la Fundació Cotec sobre la despesa de les empreses en activitats d'innovació en el període 2020-2022 a partir d'una enquesta de l'INE realitzada a més de 40.000 empreses amb 10 empleats o més. <https://cotec.es/proyectos-cpt/encuesta-de-innovacion-de-las-empresas-2022/>

ANDORRA, PRIMER TRIMESTRE DE 2025

La innovació a les empreses

Enquesta trimestral de la Cambra de Comerç,
Indústria i Serveis d'Andorra

Metodologia

Aquest estudi s'ha realitzat a partir d'una mostra representativa de les empreses inscrites al Registre de Comerç del Principat d'Andorra. El treball de camp s'ha dut a terme principalment mitjançant l'enviament de qüestionaris per correu electrònic adreçats als responsables de les empreses. Complementàriament, s'han efectuat trucades telefòniques directes a empresaris amb l'objectiu d'assolir un volum de respostes suficient i garantir una representació adequada dels diferents sectors econòmics.

Les enquestes de conjuntura es van dur a terme entre el 12 d'abril i l'11 de maig de 2025, amb la participació de 787 empreses dels sectors de la indústria, la construcció i els serveis. L'estimació del marge d'error de l'estudi és de $\pm 3,34\%$, amb un nivell de confiança del 95% i sota la hipòtesi de màxima indeterminació ($P=Q=50$).

Les preguntes i les definicions d'innovació estan alineades amb les directrius del Manual d'Oslo 2018²⁰ i són les mateixes que s'utilitzen en enquestes similars a Espanya²¹ i a Europa,²² tot i que es va passar una versió reduïda del qüestionari.

²⁰ El Manual d'Oslo, elaborat per l'OCDE i EUROSTAT, proporciona les directrius metodològiques de referència internacional per mesurar la innovació.

²¹ INE. *Encuesta de Innovación en las Empresas. Año 2022*. https://ine.es/dyngs/INEbase/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176755&menu=metodologia&idp=1254735576669

²² Eurostat. *Community Innovation Survey 2022*. <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?oldid=582003>

Sector econòmic de les empreses

	Freqüències	Percentatges
Total	787	100
Primari	4	0,5
Indústria	57	7,2
Construcció	52	6,6
Serveis	674	85,6

Sector econòmic desglossat

	Freqüències	Percentatges
Total	787	100
Activitats professionals i administratives	175	22,2
Comerç al detall, excepte el comerç de vehicles de motor	149	18,9
Informació i comunicacions	65	8,3
Comerç a l'engròs i intermediaris, excepte vehicles de motor	59	7,5
Indústria + Energia	57	7,2
Construcció i indústria auxiliar	52	6,6
Educació + Sanitat	40	5,1
Serveis d'allotjament	39	5,0
Activitats immobiliàries	37	4,7
Activitats recreatives + Altres serveis	37	4,7
Venda i reparació de vehicles de motor i motocicletes	24	3,0
Serveis de menjar i begudes	22	2,8
Transport i emmagatzematge	15	1,9
Activitats financeres i d'assegurances	12	1,5
Agricultura, ramaderia, silvicultura i pesca	4	0,5

El sector serveis concentra el 85,6% de les enquestes realitzades, molt per sobre de la indústria (7,2%) i la construcció (6,6%). El sector primari és testimonial amb un 0,5%. Aquesta concentració reforça la dependència d'Andorra dels serveis professionals, comercials i turístics. Tot i ser un patró habitual en economies avançades, també implica una elevada exposició a canvis en la demanda de serveis i en les tendències del turisme internacional. Aquest perfil pot condicionar les estratègies d'innovació i diversificació econòmica.

Dins del sector serveis, destaquen clarament les activitats professionals i administratives (22,2%) i el comerç al detall (18,9%), que junts sumen més del 40% del total sondejat. Altres subsectors rellevants són la informació i comunicacions (8,3%), el comerç a l'engròs (7,5%) i l'educació i sanitat (5,1%). Els serveis d'allotjament (5,0%) i les activitats recreatives i altres serveis (4,7%) tenen un pes significatiu lligat al turisme. A la part baixa, els serveis de menjar i begudes (2,8%) i el transport (1,9%) mostren menor representació.

*Una **innovació de producte** és un bé o servei nou o millorat que difereix significativament dels béns o serveis anteriors de l'empresa i que s'ha introduït al mercat.*

- *El terme producte es fa servir per designar béns o serveis tant físics com digitals.*
- *La innovació (novetat o millora) ho ha de ser per a la vostra empresa, però no necessàriament per al vostre sector o mercat.*
- *No importa si la innovació la va desenvolupar inicialment la vostra empresa o la van fer d'altres.*

Inclou:

- *canvis significatius en el disseny d'un bé,*
- *béns o serveis digitals.*

Exclou: *la simple revenda de nous béns comprats a altres empreses i les modificacions de caràcter exclusivament estètic.*

1.1. Durant el període 2022-2024, la vostra empresa va introduir...?

Percentatges	Sí	No
1. Béns (productes) nous o millorats significativament?	35,6	59,1
2. Serveis nous o millorats significativament?	40,5	54,6

Un 35,6% de les empreses han introduït béns nous o millorats significativament durant el període 2022-2024 i un 40,5% han introduït serveis nous o millorats significativament.

Innovació de producte (béns o serveis)

	Freqüències	Percentatges
Total	787	100
Sí	402	51,1
No	385	48,9

En conjunt un 51,1% de les empreses han introduït alguna innovació de producte (béns i/o serveis) durant el període 2022-2024.

Els sectors que més han fet alguna d'aquestes innovacions de producte són els d'indústria i energia, serveis d'allotjament i educació i sanitat.

Innovació de producte segons sector

% Horitzontals		Sí	No
Total	787	51,1	48,9
Primari	4	75,0	25,0
Indústria	57	63,2	36,8
Construcció	52	30,8	69,2
Serveis	674	51,5	48,5

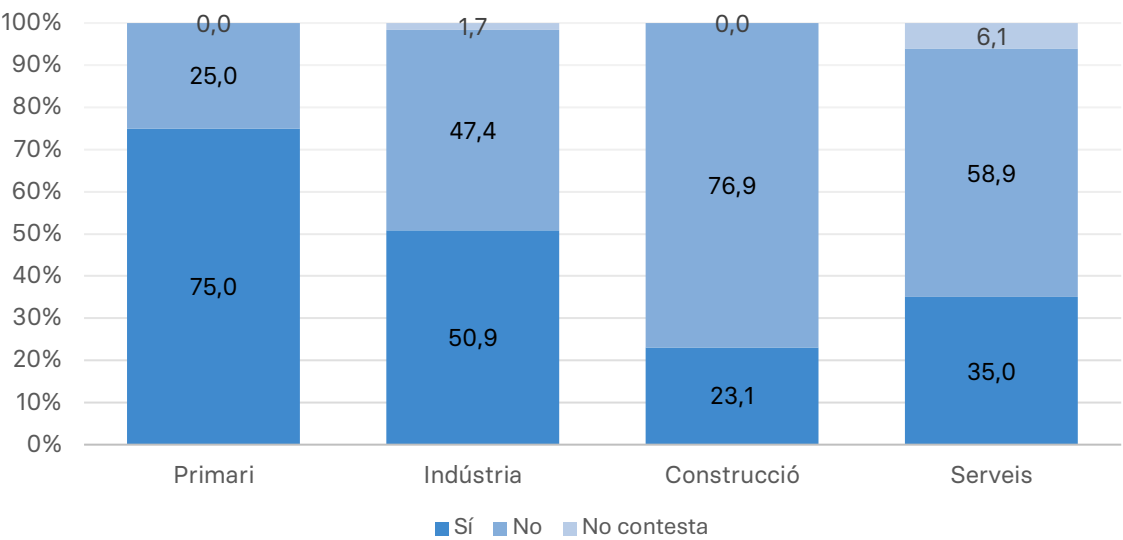
Innovació de producte segons sector desglossat

% Horitzontals		Sí	No
Total	787	51,1	48,9
Activitats professionals i administratives	175	44,0	56,0
Comerç al detall, excepte el comerç de vehicles de motor i motocicletes	149	55,7	44,3
Informació i comunicacions	65	56,9	43,1
Comerç a l'engròs i intermediaris del comerç, excepte vehicles de motor i motocicletes	59	47,5	52,5
Indústria + Energia	57	63,2	36,8
Construcció i indústria auxiliar	52	30,8	69,2
Educació + Sanitat	40	67,5	32,5
Serveis d'allotjament	39	64,1	35,9
Activitats immobiliàries	37	43,2	56,8
Activitats recreatives + Altres serveis	37	56,8	43,2
Venda i reparació de vehicles de motor i motocicletes	24	33,3	66,7
Serveis de menjar i begudes	22	59,1	40,9
Transport i emmagatzematge	15	53,3	46,7
Activitats financeres i d'assegurances	12	33,3	66,7
Agricultura, ramaderia, silvicultura i pesca	4	75,0	25,0

1.1.1. Béns (productes) nous o millorats significativament?

freqüències % Horitzontals		Sí	No	No contesta
Total	787	280 -	465 -	42 -
Primari	4 -	3 75,0	1 25,0	0 0,0
Indústria	57 -	29 50,9	27 47,4	1 1,7
Construcció	52 -	12 23,1	40 76,9	0 0,0
Serveis	674 -	236 35,0	397 58,9	41 6,1

Figura 1. Durant el període 2022-2024, la vostra empresa va introduir béns (productes) nous o millorats significativament? (Segons sector agrupat)

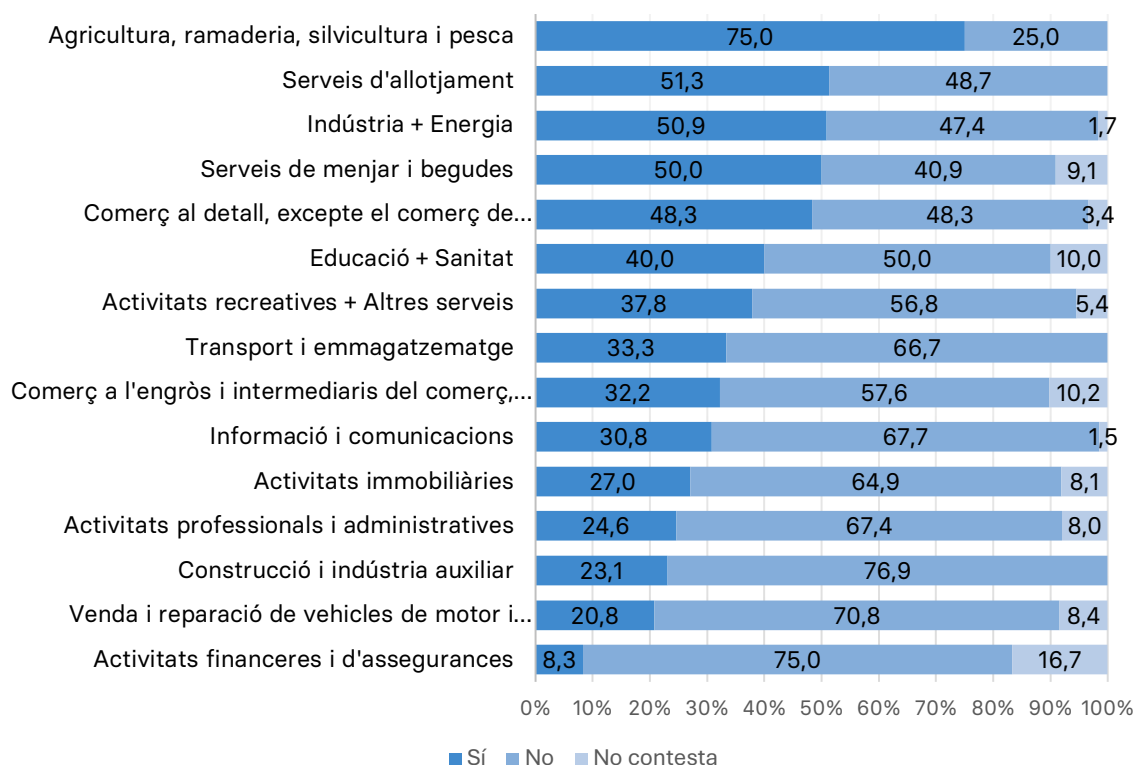


Les dades mostren que la indústria (50,9%) lidera clarament la introducció d'innovacions de producte, seguida a distància pel sector serveis (35,0%) i la construcció (23,1%). El sector primari registra un percentatge alt (75%), però s'ha d'interpretar amb cautela per la mida reduïda de la mostra.

Segons sector desglossat

freqüències % Horitzontals		Sí	No	No contesta
Total	787	280	465	42
	-	-	-	-
Activitats professionals i administratives	175	43	118	14
	-	24,6	67,4	8,0
Comerç al detall, excepte el comerç de vehicles de motor i motocicletes	149	72	72	5
	-	48,3	48,3	3,4
Informació i comunicacions	65	20	44	1
	-	30,8	67,7	1,5
Comerç a l'engròs i intermediaris, excepte vehicles de motor i motocicletes	59	19	34	6
	-	32,2	57,6	10,2
Indústria + Energia	57	29	27	1
	-	50,9	47,4	1,7
Construcció i indústria auxiliar	52	12	40	0
	-	23,1	76,9	0,0
Educació + Sanitat	40	16	20	4
	-	40,0	50,0	10,0
Serveis d'allotjament	39	20	19	0
	-	51,3	48,7	0,0
Activitats immobiliàries	37	10	24	3
	-	27,0	64,9	8,1
Activitats recreatives + Altres serveis	37	14	21	2
	-	37,8	56,8	5,4
Venda i reparació de vehicles de motor i motocicletes	24	5	17	2
	-	20,8	70,8	8,4
Serveis de menjar i begudes	22	11	9	2
	-	50,0	40,9	9,1
Transport i emmagatzematge	15	5	10	0
	-	33,3	66,7	0,0
Activitats financeres i d'assegurances	12	1	9	2
	-	8,3	75,0	16,7
Agricultura, ramaderia, silvicultura i pesca	4	3	1	0
	-	75,0	25,0	0,0

Figura 2. Durant el període 2022-2024, la vostra empresa va introduir béns (productes) nous o millorats significativament? (Segons sector desglossat)

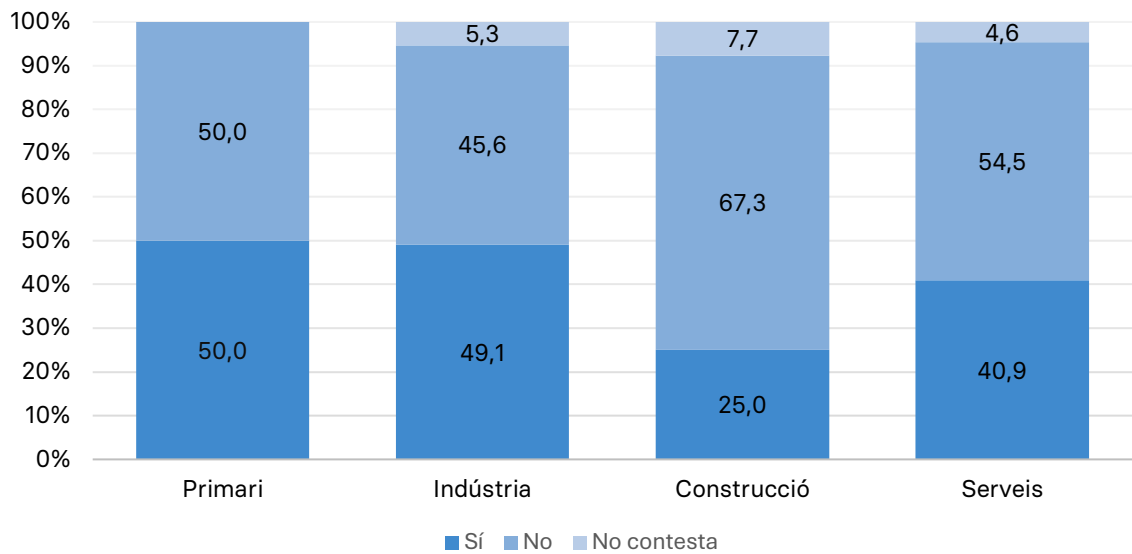


En el detall dels serveis, els serveis d'allotjament (51,3%) i el comerç al detall (48,3%) mostren una aposta clara per innovar. Educació i sanitat (40,0%) i activitats recreatives i altres serveis (37,8%) també presenten nivells elevats. En canvi, activitats financeres i assegurances (8,3%) o la venda i reparació de vehicles (20,8%) es mantenen en percentatges baixos. Aquestes diferències mostren tendències sectorials diferenciades.

1.1.2. Serveis nous o millorats significativament?

freqüències % Horitzontals		Sí	No	No contesta
Total	787	319	430	38
		-	-	-
Primari	4	2	2	0
	-	50,0	50,0	0,0
Indústria	57	28	26	3
	-	49,1	45,6	5,3
Construcció	52	13	35	4
	-	25,0	67,3	7,7
Serveis	674	276	367	31
	-	40,9	54,5	4,6

Figura 3. Durant el període 2022-2024, la vostra empresa va introduir serveis nous o millorats significativament?
(Segons sector agrupat)

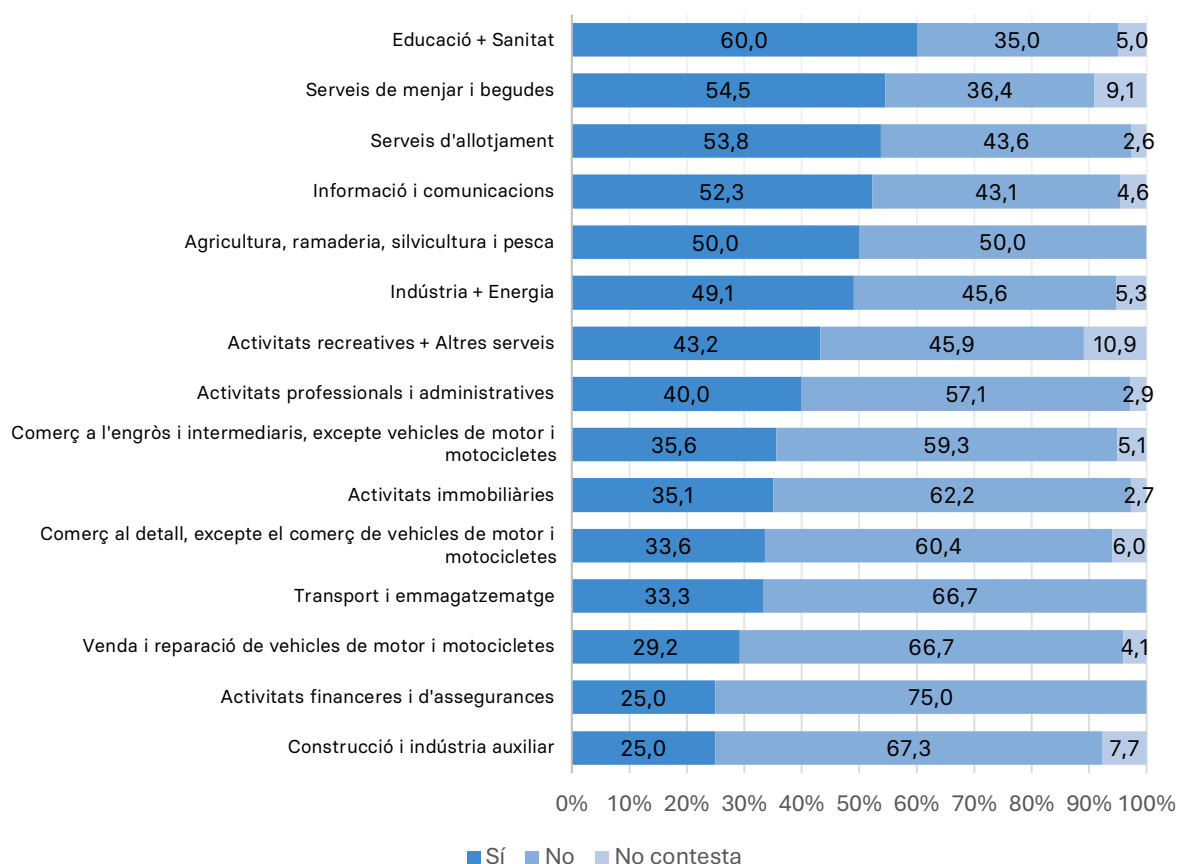


La innovació de serveis està més repartida que la de producte: la indústria (49,1%) i els serveis (40,9%) registren valors alts, mentre que la construcció (25,0%) es manté a la part baixa. El sector primari (50%) torna a destacar percentualment, però amb pocs casos absoluts. Aquest tipus d'innovació indica una orientació cap a la millora de l'experiència de client i la creació de serveis complementaris als productes existents.

Segons sector desglossat

freqüències % Horitzontals		Sí	No	No con- testa
Total	787	319 -	430 -	38 -
Activitats professionals i administratives	175 -	70 40,0	100 57,1	5 2,9
Comerç al detall, excepte el comerç de vehicles de motor i motocicletes	149 -	50 33,6	90 60,4	9 6,0
Informació i comunicacions	65 -	34 52,3	28 43,1	3 4,6
Comerç a l'engròs i intermediaris, excepte vehicles de motor i motocicletes	59 -	21 35,6	35 59,3	3 5,1
Indústria + Energia	57 -	28 49,1	26 45,6	3 5,3
Construcció i indústria auxiliar	52 -	13 25,0	35 67,3	4 7,7
Educació + Sanitat	40 -	24 60,0	14 35,0	2 5,0
Serveis d'allotjament	39 -	21 53,8	17 43,6	1 2,6
Activitats immobiliàries	37 -	13 35,1	23 62,2	1 2,7
Activitats recreatives + Altres serveis	37 -	16 43,2	17 45,9	4 10,9
Venda i reparació de vehicles de motor i motocicletes	24 -	7 29,2	16 66,7	1 4,1
Serveis de menjar i begudes	22 -	12 54,5	8 36,4	2 9,1
Transport i emmagatzematge	15 -	5 33,3	10 66,7	0 0,0
Activitats financeres i d'assegurances	12 -	3 25,0	9 75,0	0 0,0
Agricultura, ramaderia, silvicultura i pesca	4 -	2 50,0	2 50,0	0 0,0

Figura 4. Durant el període 2022-2024, la vostra empresa va introduir serveis nous o millorats significativament?
(Segons sector desglossat)



Els subsectors més actius són educació i sanitat (60,0%), serveis de menjar i begudes (54,5%) i serveis d'allotjament (53,8%), tots ells amb contacte directe i continu amb el client final. Altres subsectors, com les activitats financeres i assegurances (25,0%), presenten una innovació de serveis més limitada. En conjunt, els resultats confirmen que la naturalesa del servei i la intensitat relacional amb l'usuari final són factors determinants per a la innovació en aquest àmbit.

*Una **innovació de processos de negoci** és un procés de negoci nou o millorat per a una o més funcions de negoci que difereix significativament dels processos de negoci anteriors de l'empresa i que l'empresa ha fet servir.*

- La innovació (novetat o millora) ho ha de ser per a la vostra empresa, però no necessàriament per al vostre sector o mercat.
- No importa si la innovació la va desenvolupar inicialment la vostra empresa o ho van fer d'altres.

1.2. Durant el període 2022-2024, la vostra empresa va introduir algun dels següents tipus de processos de negoci nous o millorats que difereixen significativament dels processos de negoci anteriors?

Percentatges	Sí	No
1. Mètodes per produir o desenvolupar béns o proporcionar serveis	36,5	61,4
2. Sistemes de logística o mètodes de lliurament o distribució	13,6	59,1
3. Mètodes de processament d'informació o comunicació	38,8	55,0
4. Mètodes de màrqueting per a la promoció, embalatge, fixació de preus, posicionament de productes o serveis postvenda	31,3	58,2
5. Pràctiques empresarials per procediments organitzatius o relacions externes	25,0	68,0
6. Mètodes de comptabilitat o altres operacions administratives	27,2	65,1
7. Mètodes d'organització de la responsabilitat laboral, presa de decisions o gestió de recursos humans	23,6	71,5

Dels diferents tipus d'innovació de processos de negoci analitzats, els més implementats per les empreses andorranes durant el període 2022-2024 són els que fan referència a innovació en mètodes de processament d'informació o comunicació (38,8%) i en mètodes per produir o desenvolupar béns o proporcionar serveis (36,5%), seguits de la innovació en mètodes de màrqueting per a la promoció, embalatge, fixació de preus, posicionament de productes o serveis postvenda (31,3%), en mètodes de comptabilitat o altres operacions administratives (27,2%), en pràctiques empresarials per procediments organitzatius o relacions externes (25%) i en mètodes d'organització de la responsabilitat laboral, presa de decisions o gestió de recursos humans (23,6%), i en menor proporció en sistemes de logística o mètodes de lliurement o distribució (13,6%).

Innovació de processos de negoci

	freqüències	Percentatges
Total	787	100
Sí	509	64,7
No	278	35,3

Considerant en conjunt totes les innovacions en processos de negoci, un 64,7% de les empreses han introduït alguna d'aquestes innovacions en el període 2022-2024.

Entre els sectors que més han introduït alguna de les innovacions en processos de negoci destaquen els d'indústria i energia, serveis d'allotjament i serveis de menjar i begudes.

Innovació de processos de negoci segons sector

% Horitzontals		Sí	No
Total	787	64,7	35,3
Primari	4	25,0	75,0
Indústria	57	71,9	28,1
Construcció	52	50,0	50,0
Serveis	674	65,4	34,6

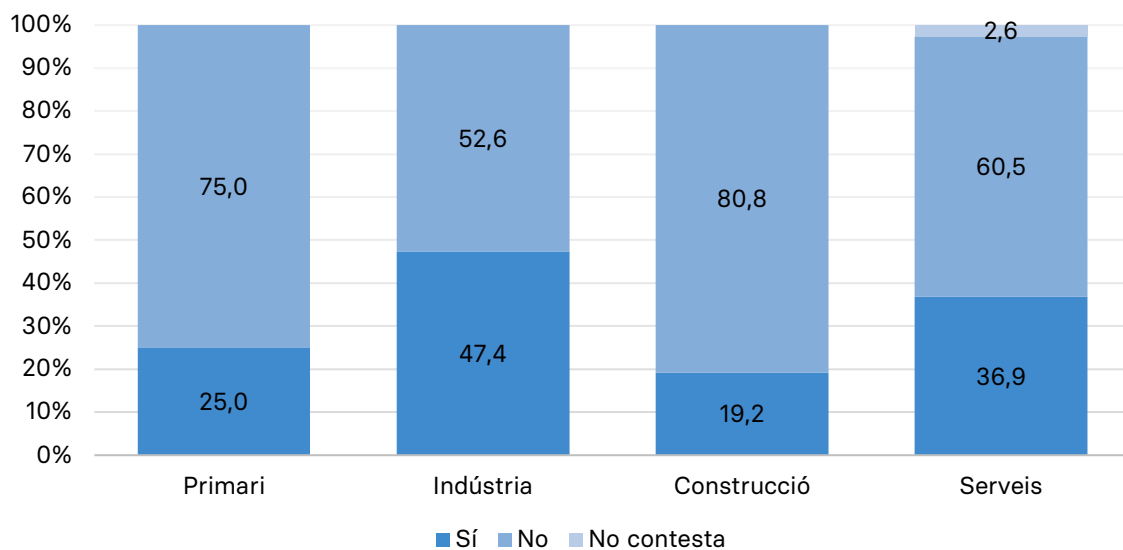
Innovació de processos de negoci segons sector desglossat

% Horitzontals		Sí	No
Total	787	64,7	35,3
Activitats professionals i administratives	175	63,4	36,6
Comerç al detall, excepte el comerç de vehicles de motor i motocicletes	149	68,5	31,5
Informació i comunicacions	65	66,2	33,8
Comerç a l'engròs i intermediaris del comerç, excepte vehicles de motor i motocicletes	59	69,5	30,5
Indústria + Energia	57	71,9	28,1
Construcció i indústria auxiliar	52	50,0	50,0
Educació + Sanitat	40	67,5	32,5
Serveis d'allotjament	39	71,8	28,2
Activitats immobiliàries	37	59,5	40,5
Activitats recreatives + Altres serveis	37	56,8	43,2
Venda i reparació de vehicles de motor i motocicletes	24	50,0	50,0
Serveis de menjar i begudes	22	77,3	22,7
Transport i emmagatzematge	15	66,7	33,3
Activitats financeres i d'assegurances	12	58,3	41,7
Agricultura, ramaderia, silvicultura i pesca	4	25,0	75,0

1.2.1. Mètodes per produir o desenvolupar béns o proporcionar serveis?

freqüències % Horitzontals		Sí	No	No contesta
Total	787	287	483	17
		-	-	-
Primari	4	1	3	0
	-	25,0	75,0	0,0
Indústria	57	27	30	0
	-	47,4	52,6	0,0
Construcció	52	10	42	0
	-	19,2	80,8	0,0
Serveis	674	249	408	17
	-	36,9	60,5	2,6

Figura 5. Ha introduït mètodes per produir o desenvolupar béns o proporcionar serveis? (Segons sector agrupat).

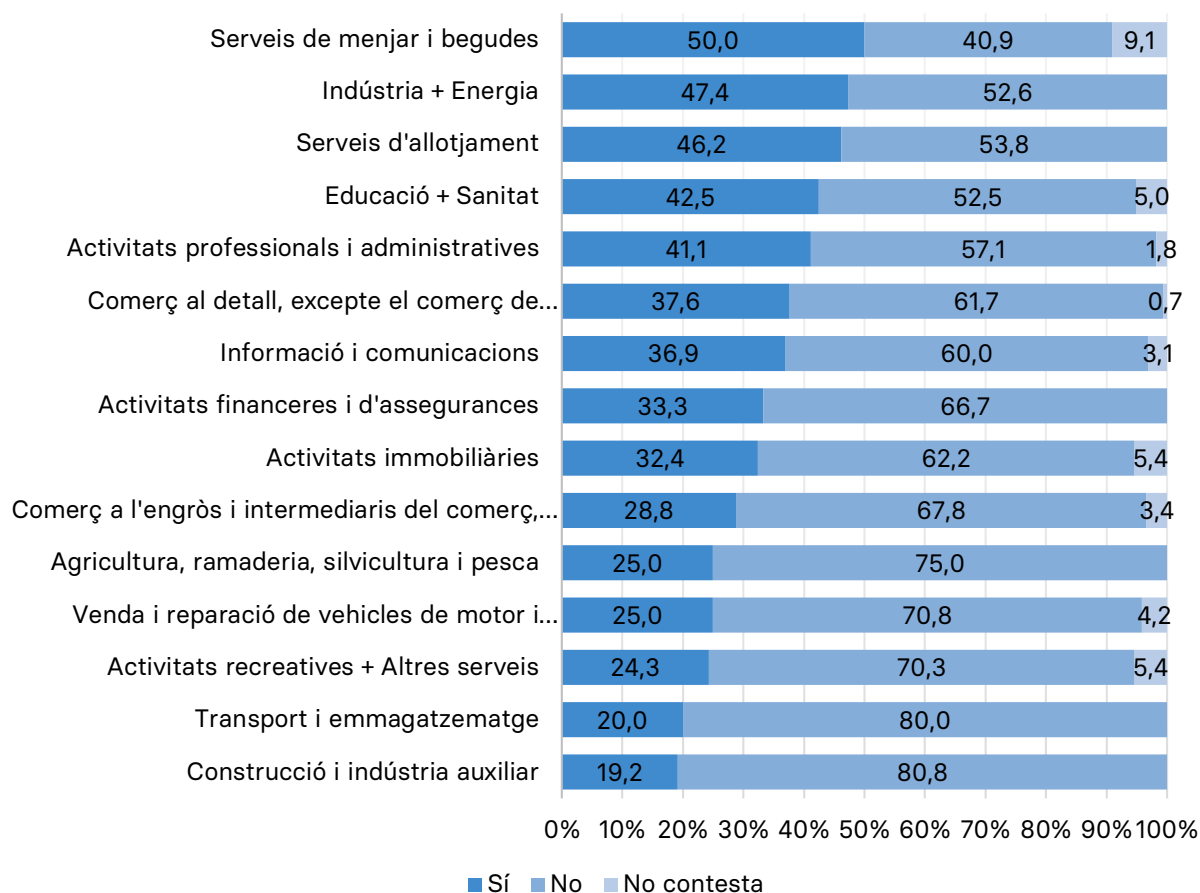


La indústria (47,4%) lidera la implantació de nous mètodes de producció o desenvolupament, seguida dels serveis (36,9%) i la construcció (19,2%).

Segons sector desglossat

freqüències % Horitzontals		Sí	No	No contesta
Total	787	287	483	17
	-	-	-	-
Activitats professionals i administratives	175	72	100	3
	-	41,1	57,1	1,8
Comerç al detall	149	56	92	1
	-	37,6	61,7	0,7
Informació i comunicacions	65	24	39	2
	-	36,9	60,0	3,1
Comerç a l'engròs i intermediaris, excepte vehicles de motor	59	17	40	2
	-	28,8	67,8	3,4
Indústria + Energia	57	27	30	0
	-	47,4	52,6	0,0
Construcció i indústria auxiliar	52	10	42	0
	-	19,2	80,8	0,0
Educació + Sanitat	40	17	21	2
	-	42,5	52,5	5,0
Serveis d'allotjament	39	18	21	0
	-	46,2	53,8	0,0
Activitats immobiliàries	37	12	23	2
	-	32,4	62,2	5,4
Activitats recreatives + Altres serveis	37	9	26	2
	-	24,3	70,3	5,4
Venda i reparació de vehicles de motor	24	6	17	1
	-	25,0	70,8	4,2
Serveis de menjar i begudes	22	11	9	2
	-	50,0	40,9	9,1
Transport i emmagatzematge	15	3	12	0
	-	20,0	80,0	0,0
Activitats financeres i d'assegurances	12	4	8	0
	-	33,3	66,7	0,0
Agricultura, ramaderia, silvicultura i pesca	4	1	3	0
	-	25,0	75,0	0,0

Figura 6. Ha introduït mètodes per produir o desenvolupar béns o proporcionar serveis? (Segons sector desglossat).

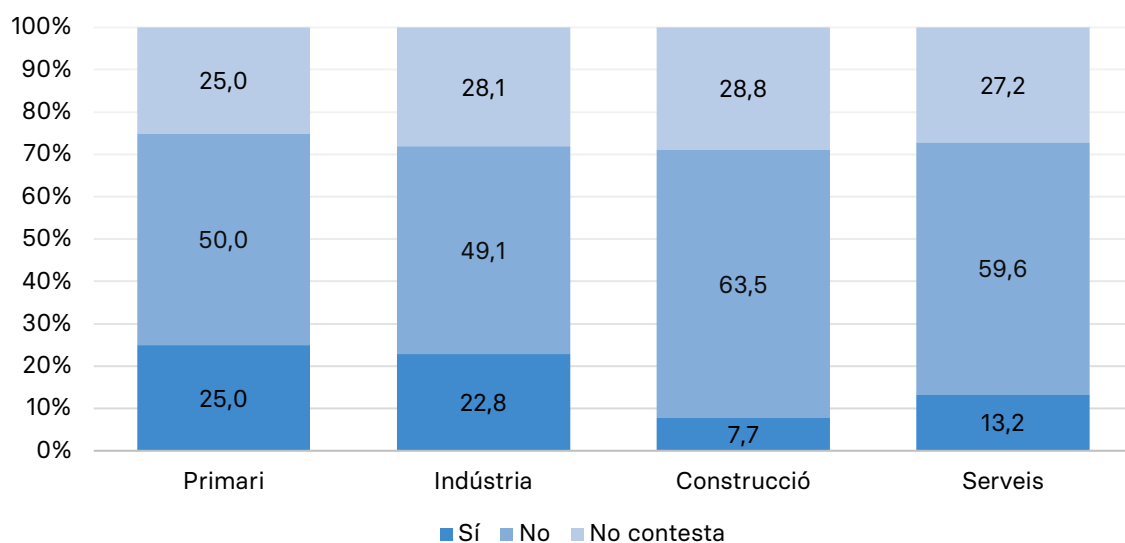


Els serveis d'allotjament (46,2%) i l'educació i sanitat (42,5%) encapçalen la introducció de nous mètodes tant de producció de bens com de proporcionar serveis. El comerç al detall (37,6%) i la informació i comunicacions (36,9%) mostren també dinàmiques positives. Sectors amb percentatges més baixos, com activitats financeres o assegurances, tenen marge per introduir innovacions operatives que millorin l'eficiència i redueixin temps de resposta.

1.2.2. Sistemes de logística o mètodes de lliurament o distribució?

freqüències % Horitzontals		Sí	No	No contesta
Total	787	107 -	465 -	215 -
Primari	4 -	1 25,0	2 50,0	1 25,0
Indústria	57 -	13 22,8	28 49,1	16 28,1
Construcció	52 -	4 7,7	33 63,5	15 28,8
Serveis	674 -	89 13,2	402 59,6	183 27,2

Figura 7. Ha introduït sistemes de logística o mètodes de lliurament o distribució? (Segons sector agrupat).

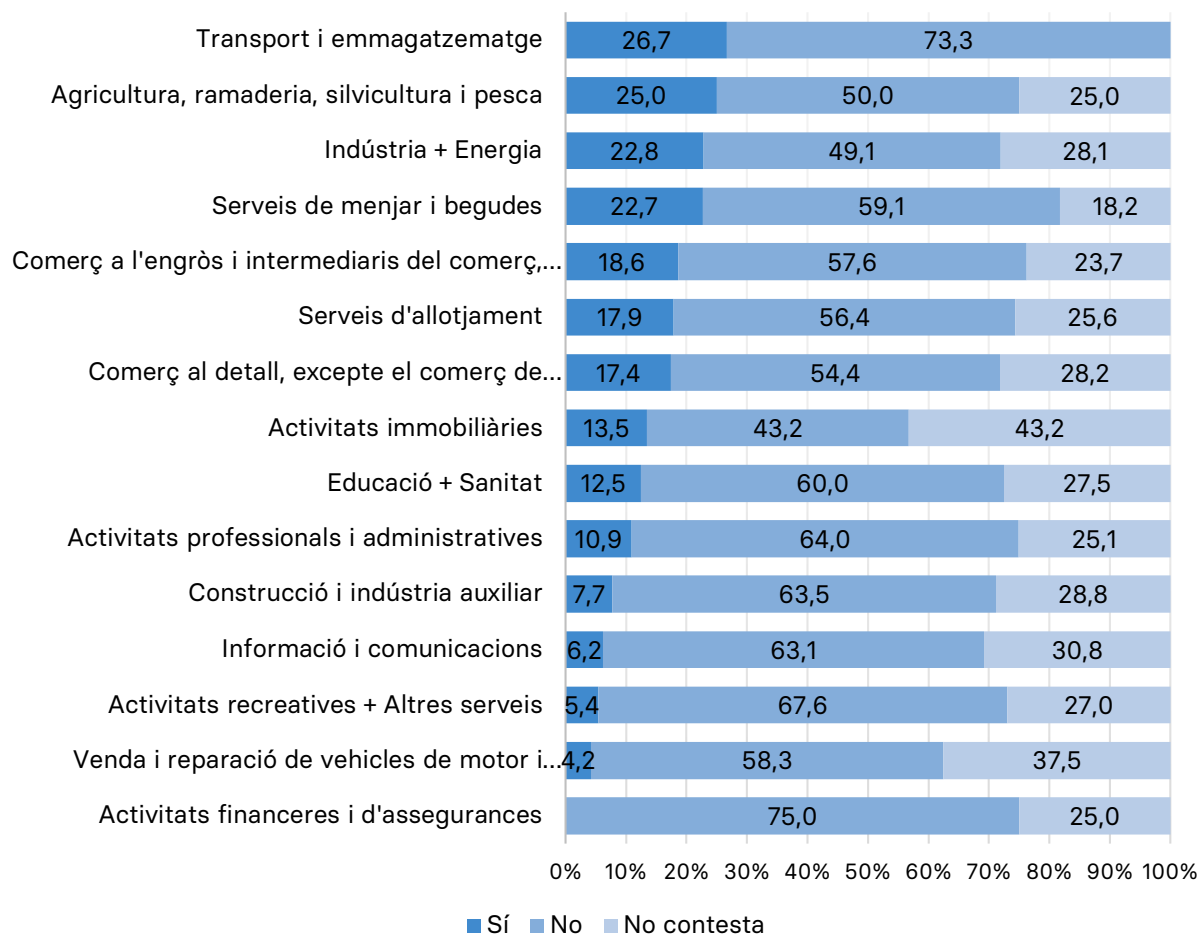


La innovació logística presenta percentatges baixos a tots els sectors, amb un màxim al primari (25%, tot i que es tracta només d'un cas) i a la indústria (22,8%). El sector serveis es queda en un 13,2% i la construcció en un 7,7%.

Segons sector desglossat

freqüències % Horitzontals		Sí	No	No con- testa
Total	787	107	465	215
	-	-	-	-
Activitats professionals i administratives	175	19	112	44
	-	10,9	64,0	25,1
Comerç al detall, excepte el comerç de vehicles de motor i motocicletes	149	26	81	42
	-	17,4	54,4	28,2
Informació i comunicacions	65	4	41	20
	-	6,2	63,1	30,8
Comerç a l'engròs i intermediaris, excepte vehicles de motor i motocicletes	59	11	34	14
	-	18,6	57,6	23,7
Indústria + Energia	57	13	28	16
	-	22,8	49,1	28,1
Construcció i indústria auxiliar	52	4	33	15
	-	7,7	63,5	28,8
Educació + Sanitat	40	5	24	11
	-	12,5	60,0	27,5
Serveis d'allotjament	39	7	22	10
	-	17,9	56,4	25,6
Activitats immobiliàries	37	5	16	16
	-	13,5	43,2	43,2
Activitats recreatives + Altres serveis	37	2	25	10
	-	5,4	67,6	27,0
Venda i reparació de vehicles de motor	24	1	14	9
	-	4,2	58,3	37,5
Serveis de menjar i begudes	22	5	13	4
	-	22,7	59,1	18,2
Transport i emmagatzematge	15	4	11	0
	-	26,7	73,3	0,0
Activitats financeres i d'assegurances	12	0	9	3
	-	0,0	75,0	25,0
Agricultura, ramaderia, silvicultura i pesca	4	1	2	1
	-	25,0	50,0	25,0

Figura 8. Ha introduït sistemes de logística o mètodes de lliurament o distribució? (Segons sector desglossat).

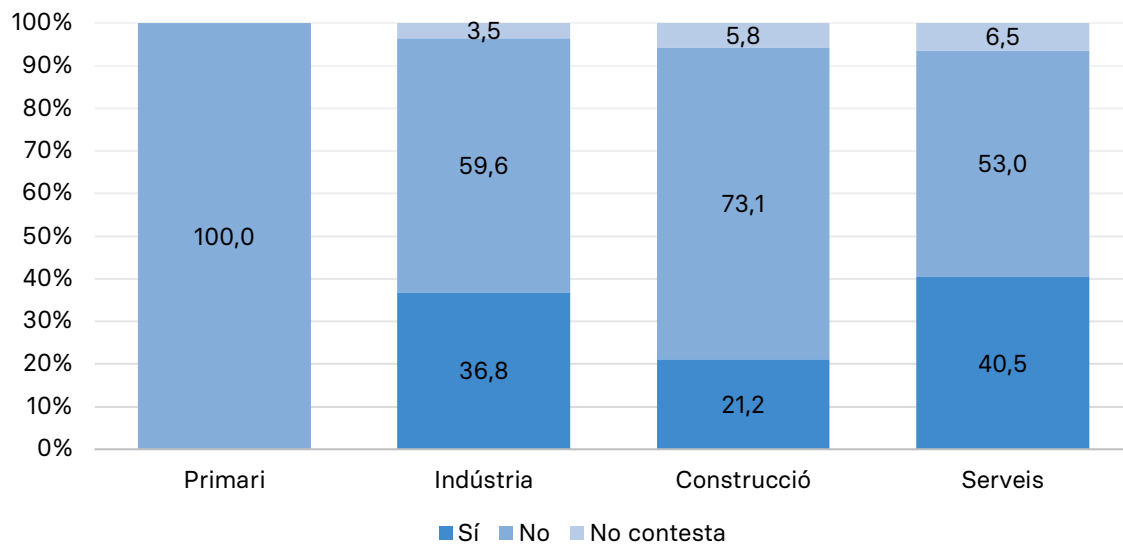


El comerç a l'engròs (18,6%) i les activitats immobiliàries (13,5%) són els subsectors de serveis amb més innovació logística, tot i que els valors són encara modestos. Altres subsectors com el comerç al detall, allotjament o activitats recreatives es mouen en percentatges inferiors al 10%.

1.2.3. Mètodes de processament d'informació o comunicació?

freqüències % Horitzontals		Sí	No	No contesta
Total	787	305	433	49
		-	-	-
Primari	4	0	4	0
	-	0,0	100,0	0,0
Indústria	57	21	34	2
	-	36,8	59,6	3,5
Construcció	52	11	38	3
	-	21,2	73,1	5,8
Serveis	674	273	357	44
	-	40,5	53,0	6,5

Figura 9. Ha introduït mètodes de processament d'informació o comunicació? (Segons sector agrupat).

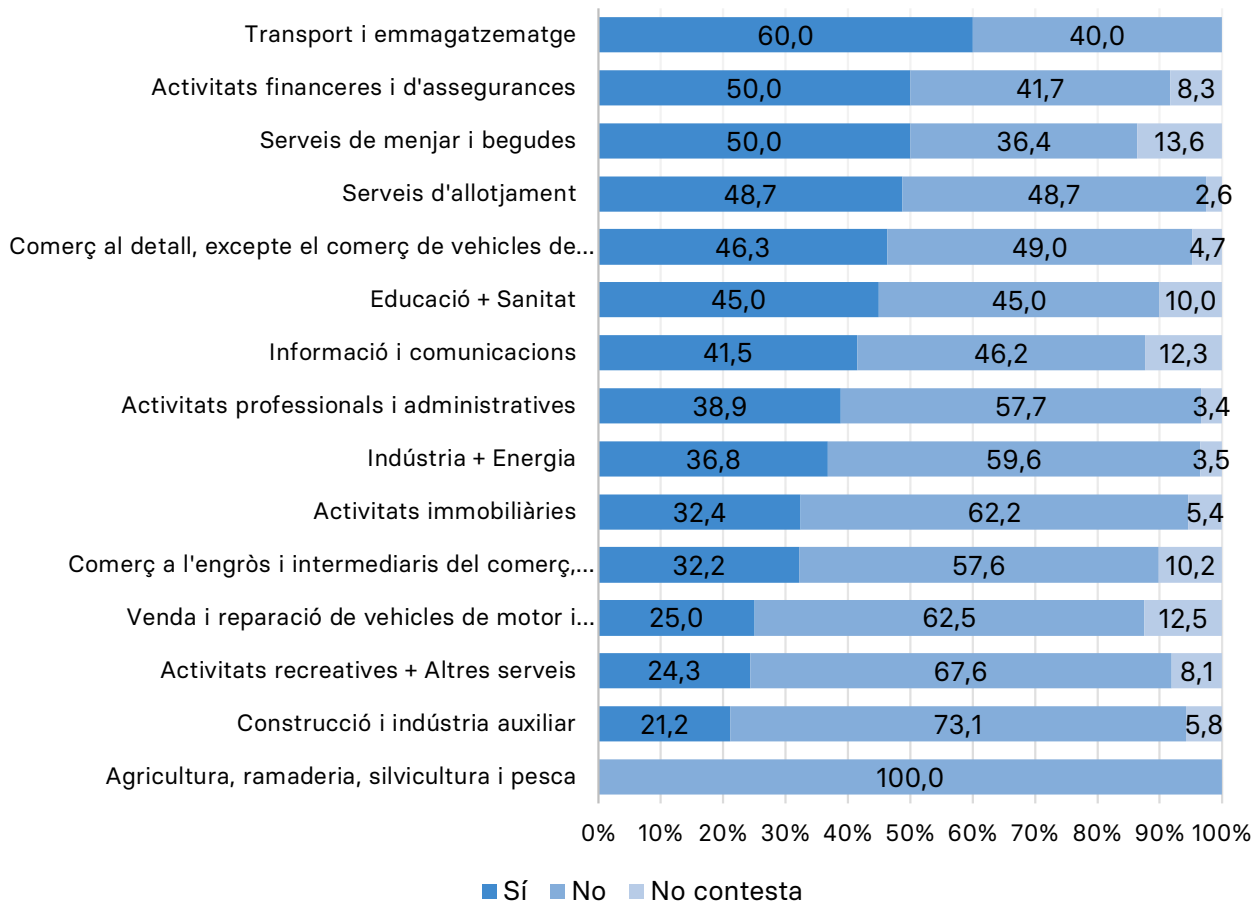


Els serveis (40,5%) i la indústria (36,8%) lideren la implantació de nous mètodes d'informació i comunicació. El sector de la construcció (21,2%) queda per darrere i el sector primari no registra casos, probablement per la mida i l'estructura de les empreses.

Segons sector desglossat

freqüències % Horitzontals		Sí	No	No contesta
Total	787	305	433	49
	-	-	-	-
Activitats professionals i administratives	175	68	101	6
	-	38,9	57,7	3,4
Comerç al detall, excepte el comerç de vehicles de motor i motocicletes	149	69	73	7
	-	46,3	49,0	4,7
Informació i comunicacions	65	27	30	8
	-	41,5	46,2	12,3
Comerç a l'engròs i intermediaris, excepte vehicles de motor i motocicletes	59	19	34	6
	-	32,2	57,6	10,2
Indústria + Energia	57	21	34	2
	-	36,8	59,6	3,5
Construcció i indústria auxiliar	52	11	38	3
	-	21,2	73,1	5,8
Educació + Sanitat	40	18	18	4
	-	45,0	45,0	10,0
Serveis d'allotjament	39	19	19	1
	-	48,7	48,7	2,6
Activitats immobiliàries	37	12	23	2
	-	32,4	62,2	5,4
Activitats recreatives + Altres serveis	37	9	25	3
	-	24,3	67,6	8,1
Venda i reparació de vehicles de motor i motocicletes	24	6	15	3
	-	25,0	62,5	12,5
Serveis de menjar i begudes	22	11	8	3
	-	50,0	36,4	13,6
Transport i emmagatzematge	15	9	6	0
	-	60,0	40,0	0,0
Activitats financeres i d'assegurances	12	6	5	1
	-	50,0	41,7	8,3
Agricultura, ramaderia, silvicultura i pesca	4	0	4	0
	-	0,0	100,0	0,0

Figura 10. Ha introduït mètodes de processament d'informació o comunicació? (Segons sector desglossat).

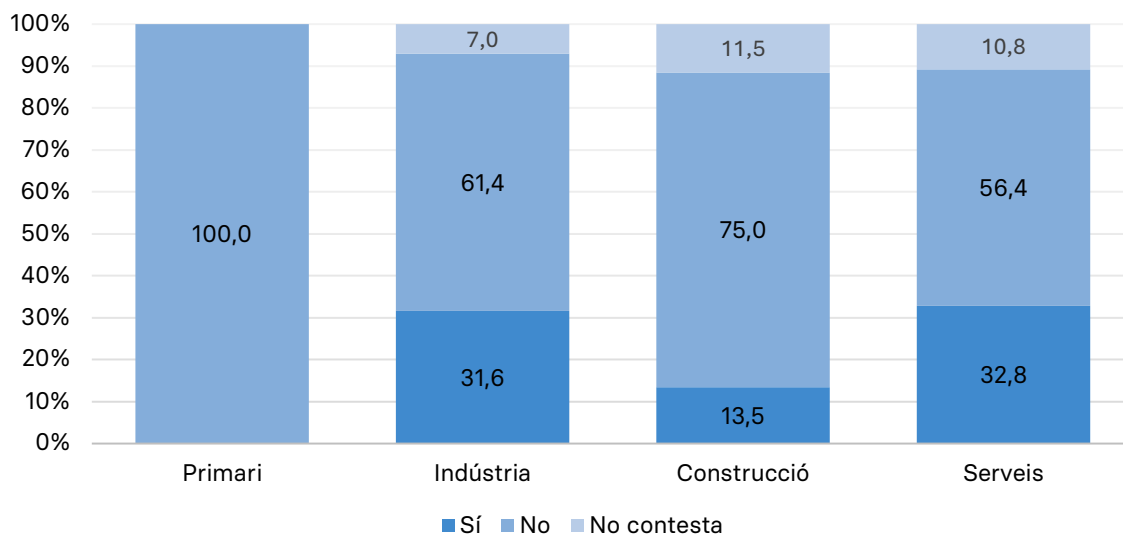


El comerç al detall (46,3%) i l'allotjament (48,7%) són els subsectors més avançats en l'adopció de nous mètodes d'informació. Educació i sanitat (45,0%) també presenta valors elevats. Altres subsectors, com activitats recreatives o immobiliàries, registren percentatges menors. En conjunt, aquestes dades reflecteixen una transició creixent cap a processos basats en dades i tecnologia digital.

1.2.4. Mètodes de màrqueting per a la promoció, embalatge, fixació de preus, posicionament de productes o serveis de postvenda?

freqüències % Horitzontals		Sí	No	No contesta
Total	787	246 -	458 -	83 -
Primari	4 -	0 0,0	4 100,0	0 0,0
Indústria	57 -	18 31,6	35 61,4	4 7,0
Construcció	52 -	7 13,5	39 75,0	6 11,5
Serveis	674 -	221 32,8	380 56,4	73 10,8

Figura 11. Ha introduït mètodes de màrqueting per a la promoció, embalatge, fixació de preus, posicionament de productes o serveis de postvenda? (Segons sector agrupat).

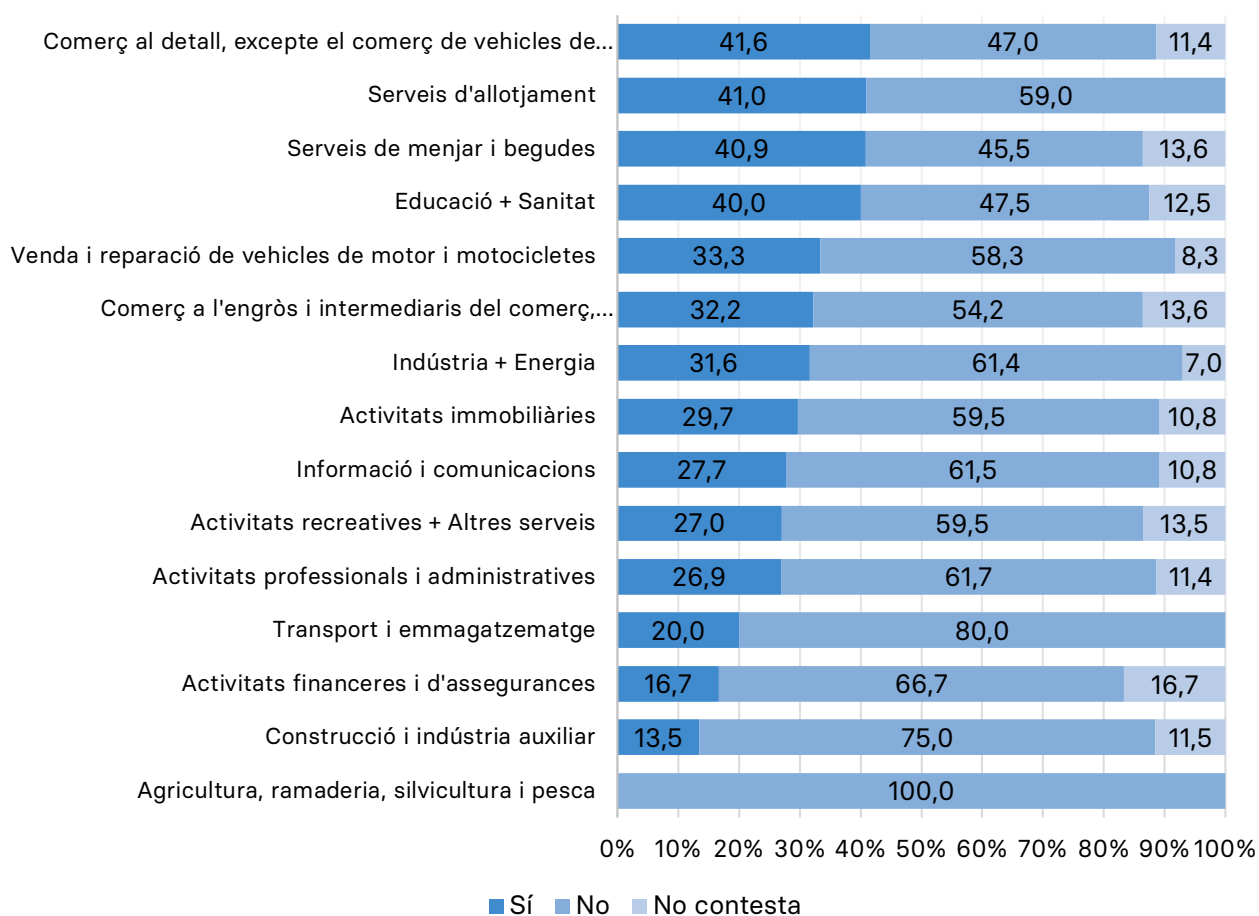


La innovació en màrqueting presenta una adopció moderada: 32,8% als serveis i 31,6% a la indústria. El sector primari no registra innovacions en aquest àmbit, possiblement per les seves dimensions reduïdes i l'orientació tradicional de la seva activitat.

Segons sector desglossat

freqüències % Horitzontals		Sí	No	No contesta
Total	787	246	458	83
	-	-	-	-
Activitats professionals i administratives	175	47	108	20
	-	26,9	61,7	11,4
Comerç al detall, excepte el comerç de vehicles de motor i motocicletes	149	62	70	17
	-	41,6	47,0	11,4
Informació i comunicacions	65	18	40	7
	-	27,7	61,5	10,8
Comerç a l'engròs i intermediaris, excepte vehicles de motor i motocicletes	59	19	32	8
	-	32,2	54,2	13,6
Indústria + Energia	57	18	35	4
	-	31,6	61,4	7,0
Construcció i indústria auxiliar	52	7	39	6
	-	13,5	75,0	11,5
Educació + Sanitat	40	16	19	5
	-	40,0	47,5	12,5
Serveis d'allotjament	39	16	23	0
	-	41,0	59,0	0,0
Activitats immobiliàries	37	11	22	4
	-	29,7	59,5	10,8
Activitats recreatives + Altres serveis	37	10	22	5
	-	27,0	59,5	13,5
Venda i reparació de vehicles de motor i motocicletes	24	8	14	2
	-	33,3	58,3	8,3
Serveis de menjar i begudes	22	9	10	3
	-	40,9	45,5	13,6
Transport i emmagatzematge	15	3	12	0
	-	20,0	80,0	0,0
Activitats financeres i d'assegurances	12	2	8	2
	-	16,7	66,7	16,7
Agricultura, ramaderia, silvicultura i pesca	4	0	4	0
	-	0,0	100,0	0,0

Figura 12. Ha introduït mètodes de màrqueting per a la promoció, embalatge, fixació de preus, posicionament de productes o serveis de postvenda? (Segons sector desglossat).

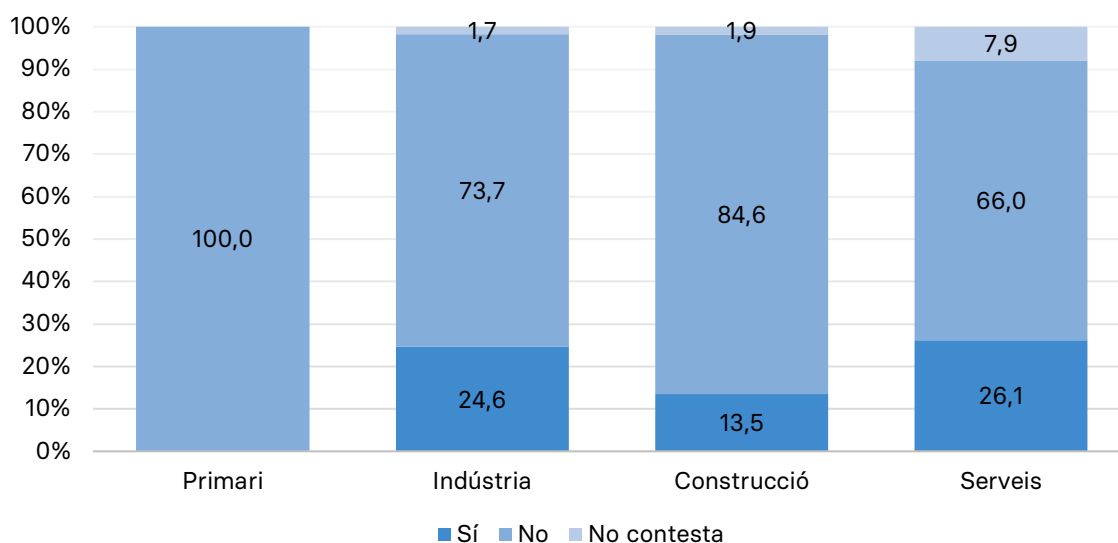


El comerç al detall (41,6%) i l'allotjament (41,0%) lideren la innovació en màrqueting, seguits per educació i sanitat (40,0%). Altres subsectors, com activitats financeres i assegurances (16,7%), registren menys respostes que reconeixin la introducció de mètodes de màrqueting per a la promoció, embalatge, fixació de preus...

1.2.5. Pràctiques empresarials per procediments organitzatius o relacions externes?

freqüències % Horitzontals		Sí	No	No contesta
Total	787	197 -	535 -	55 -
Primari	4 -	0 0,0	4 100,0	0 0,0
Indústria	57 -	14 24,6	42 73,7	1 1,7
Construcció	52 -	7 13,5	44 84,6	1 1,9
Serveis	674 -	176 26,1	445 66,0	53 7,9

Figura 13. Ha introduït pràctiques empresarials per procediments organitzatius o relacions externes? (Segons sector agrupat).

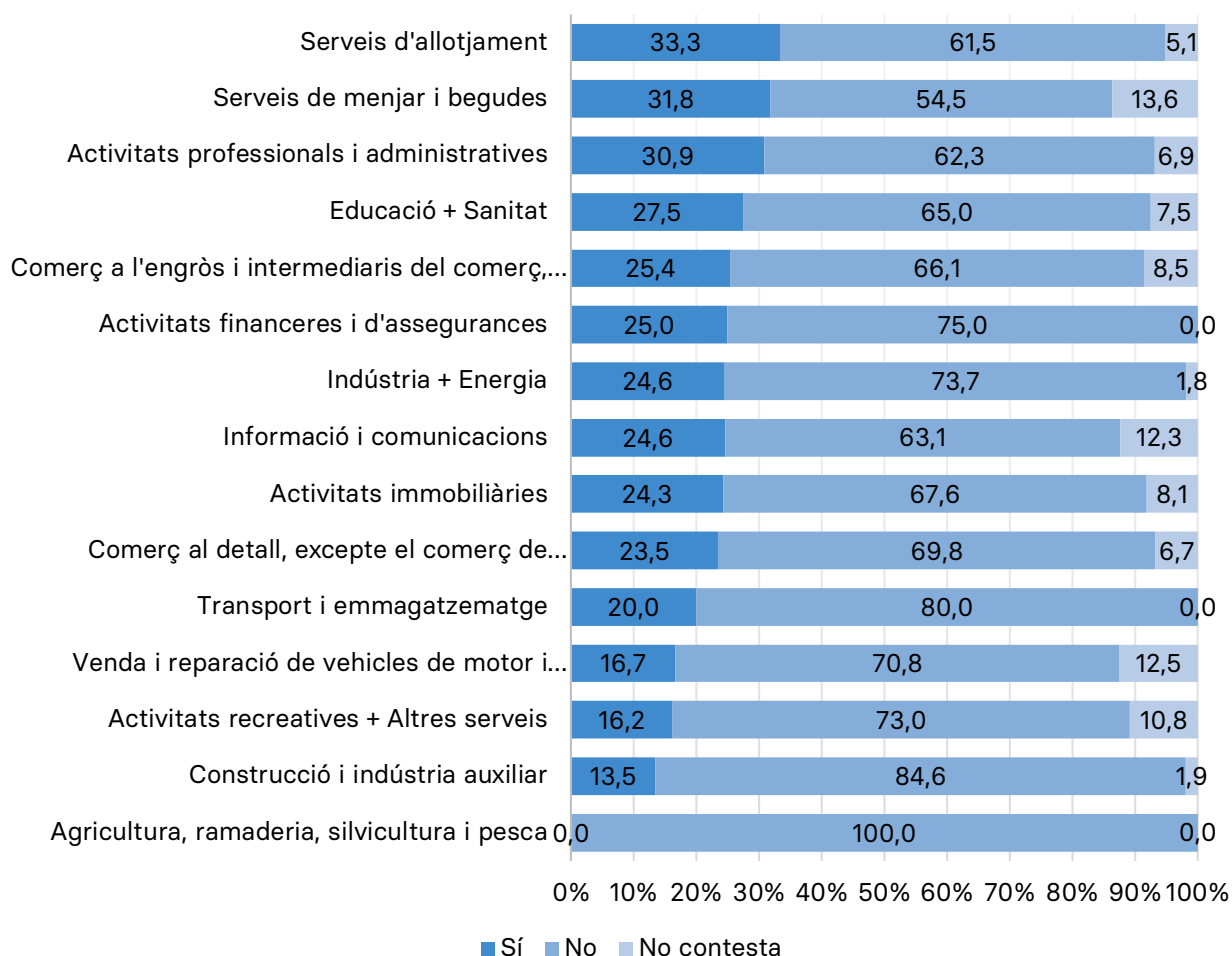


La implementació de pràctiques organitzatives o de relacions externes és present en un 25% del total d'empreses sondejades, amb diferències notables entre sectors. Els serveis lideren en valors absoluts (176 empreses), però proporcionalment la indústria presenta una quota destacable (24,6%) i la construcció queda en un 13,5%. El sector primari no registra cap cas, fet coherent amb la seva dimensió reduïda i caràcter tradicional. El percentatge de "No contesta" és relativament alt als serveis (7,9%), cosa que pot indicar desconeixement o manca de registre formal d'aquestes pràctiques.

Segons sector desglossat

freqüències % Horitzontals		Sí	No	No contesta
Total	787	197	535	55
	-	-	-	-
Activitats professionals i administratives	175	54	109	12
	-	30,9	62,3	6,9
Comerç al detall, excepte el comerç de vehicles de motor i motocicletes	149	35	104	10
	-	23,5	69,8	6,7
Informació i comunicacions	65	16	41	8
	-	24,6	63,1	12,3
Comerç a l'engròs i intermediaris, excepte vehicles de motor i motocicletes	59	15	39	5
	-	25,4	66,1	8,5
Indústria + Energia	57	14	42	1
	-	24,6	73,7	1,8
Construcció i indústria auxiliar	52	7	44	1
	-	13,5	84,6	1,9
Educació + Sanitat	40	11	26	3
	-	27,5	65,0	7,5
Serveis d'allotjament	39	13	24	2
	-	33,3	61,5	5,1
Activitats immobiliàries	37	9	25	3
	-	24,3	67,6	8,1
Activitats recreatives + Altres serveis	37	6	27	4
	-	16,2	73,0	10,8
Venda i reparació de vehicles de motor i motocicletes	24	4	17	3
	-	16,7	70,8	12,5
Serveis de menjar i begudes	22	7	12	3
	-	31,8	54,5	13,6
Transport i emmagatzematge	15	3	12	0
	-	20,0	80,0	0,0
Activitats financeres i d'assegurances	12	3	9	0
	-	25,0	75,0	0,0
Agricultura, ramaderia, silvicultura i pesca	4	0	4	0
	-	0,0	100,0	0,0

Figura 14. Ha introduït pràctiques empresarials per procediments organitzatius o relacions externes? (Segons sector desglossat).

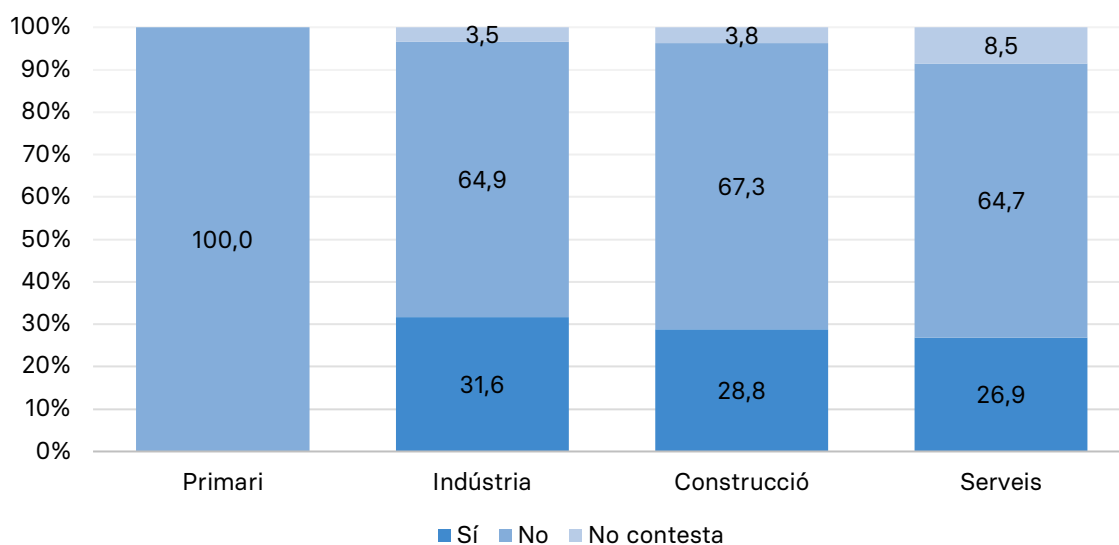


El desglossament mostra diferències clares: l'allotjament (33,3%) i serveis de menjar i begudes (31,8%) lideren, seguits de prop per activitats professionals (30,9%) i educació/sanitat (27,5%). Altres subsectors com comerç al detall, informació i comunicacions o comerç a l'engròs se situen al voltant del 23-25%. Els percentatges més baixos apareixen en construcció, activitats recreatives i venda/reparació de vehicles. El sector primari torna a mostrar absència d'aquestes pràctiques.

1.2.6. Mètodes de comptabilitat o altres operacions administratives?

freqüències % Horitzontals		Sí	No	No contesta
Total	787	214	512	61
		-	-	-
Primari	4	0	4	0
	-	0,0	100,0	0,0
Indústria	57	18	37	2
	-	31,6	64,9	3,5
Construcció	52	15	35	2
	-	28,8	67,3	3,8
Serveis	674	181	436	57
	-	26,9	64,7	8,5

Figura 15. Ha introduït mètodes de comptabilitat o altres operacions administratives? (Segons sector agrupat).

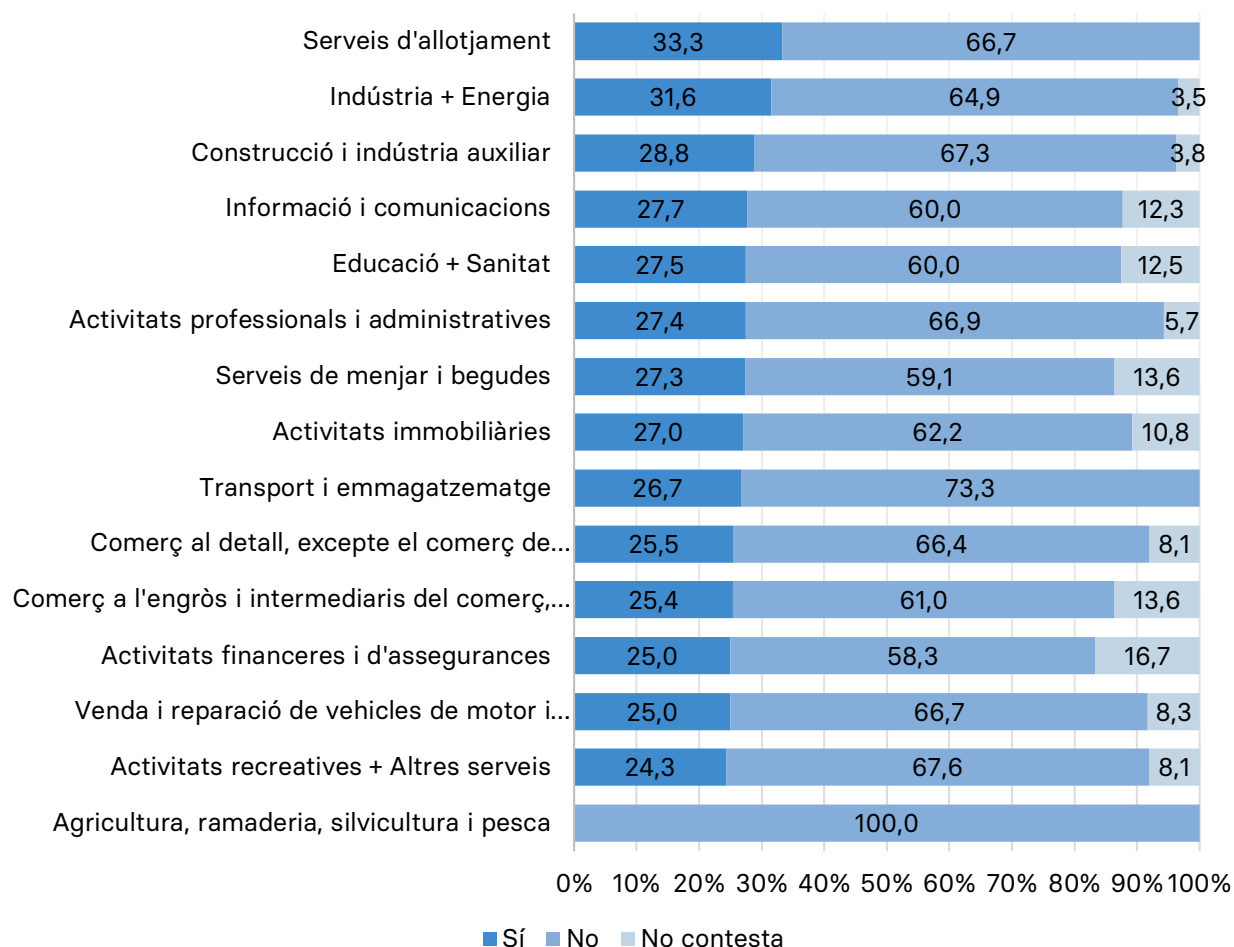


El 27,2% de les empreses han introduït mètodes nous de comptabilitat o operacions administratives. La indústria (31,6%) i la construcció (28,8%) lideren lleugerament per sobre dels serveis (26,9%), mentre que el primari no registra casos. El percentatge de "No contesta" és especialment alt als serveis (8,5%), possiblement indicant que no totes les empreses identifiquen clarament aquests canvis com a innovació.

Segons sector desglossat

freqüències % Horitzontals		Sí	No	No contesta
Total	787	214	512	61
	-	-	-	-
Activitats professionals i administratives	175	48	117	10
	-	27,4	66,9	5,7
Comerç al detall, excepte el comerç de vehicles de motor i motocicletes	149	38	99	12
	-	25,5	66,4	8,1
Informació i comunicacions	65	18	39	8
	-	27,7	60,0	12,3
Comerç a l'engròs i intermediaris, excepte vehicles de motor i motocicletes	59	15	36	8
	-	25,4	61,0	13,6
Indústria + Energia	57	18	37	2
	-	31,6	64,9	3,5
Construcció i indústria auxiliar	52	15	35	2
	-	28,8	67,3	3,8
Educació + Sanitat	40	11	24	5
	-	27,5	60,0	12,5
Serveis d'allotjament	39	13	26	0
	-	33,3	66,7	0,0
Activitats immobiliàries	37	10	23	4
	-	27,0	62,2	10,8
Activitats recreatives + Altres serveis	37	9	25	3
	-	24,3	67,6	8,1
Venda i reparació de vehicles de motor i motocicletes	24	6	16	2
	-	25,0	66,7	8,3
Serveis de menjar i begudes	22	6	13	3
	-	27,3	59,1	13,6
Transport i emmagatzematge	15	4	11	0
	-	26,7	73,3	0,0
Activitats financeres i d'assegurances	12	3	7	2
	-	25,0	58,3	16,7
Agricultura, ramaderia, silvicultura i pesca	4	0	4	0
	-	0,0	100,0	0,0

Figura 16. Ha introduït mètodes de comptabilitat o altres operacions administratives? (Segons sector desglossat).

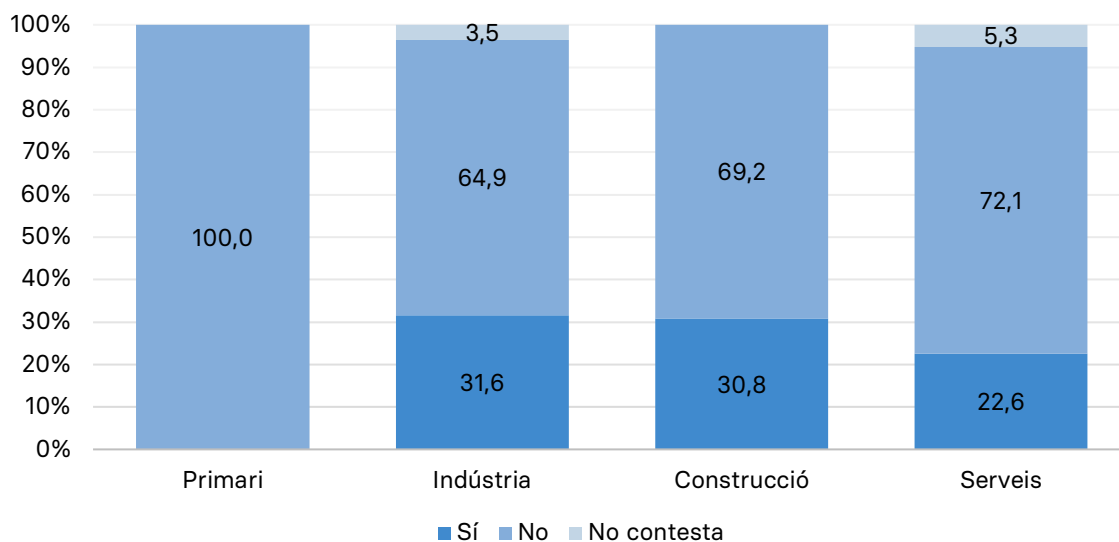


L'allotjament (33,3%), la indústria (31,6%) i la construcció (28,8%) són els subsectors amb més implementació. Activitats professionals, comerç al detall i educació/sanitat se situen prop de la mitjana general. Els sectors amb percentatges més baixos inclouen activitats recreatives i venda/reparació de vehicles.

1.2.7. Mètodes d'organització de la responsabilitat laboral, presa de decisions o gestió de recursos humans?

freqüències % Horitzontals		Sí	No	No contesta
Total	787	186 -	563 -	38 -
Primari	4 -	0 0,0	4 100,0	0 0,0
Indústria	57 -	18 31,6	37 64,9	2 3,5
Construcció	52 -	16 30,8	36 69,2	0 0,0
Serveis	674 -	152 22,6	486 72,1	36 5,3

Figura 17. Ha introduït mètodes d'organització de la responsabilitat laboral, presa de decisions o gestió de recursos humans? (Segons sector agrupat).

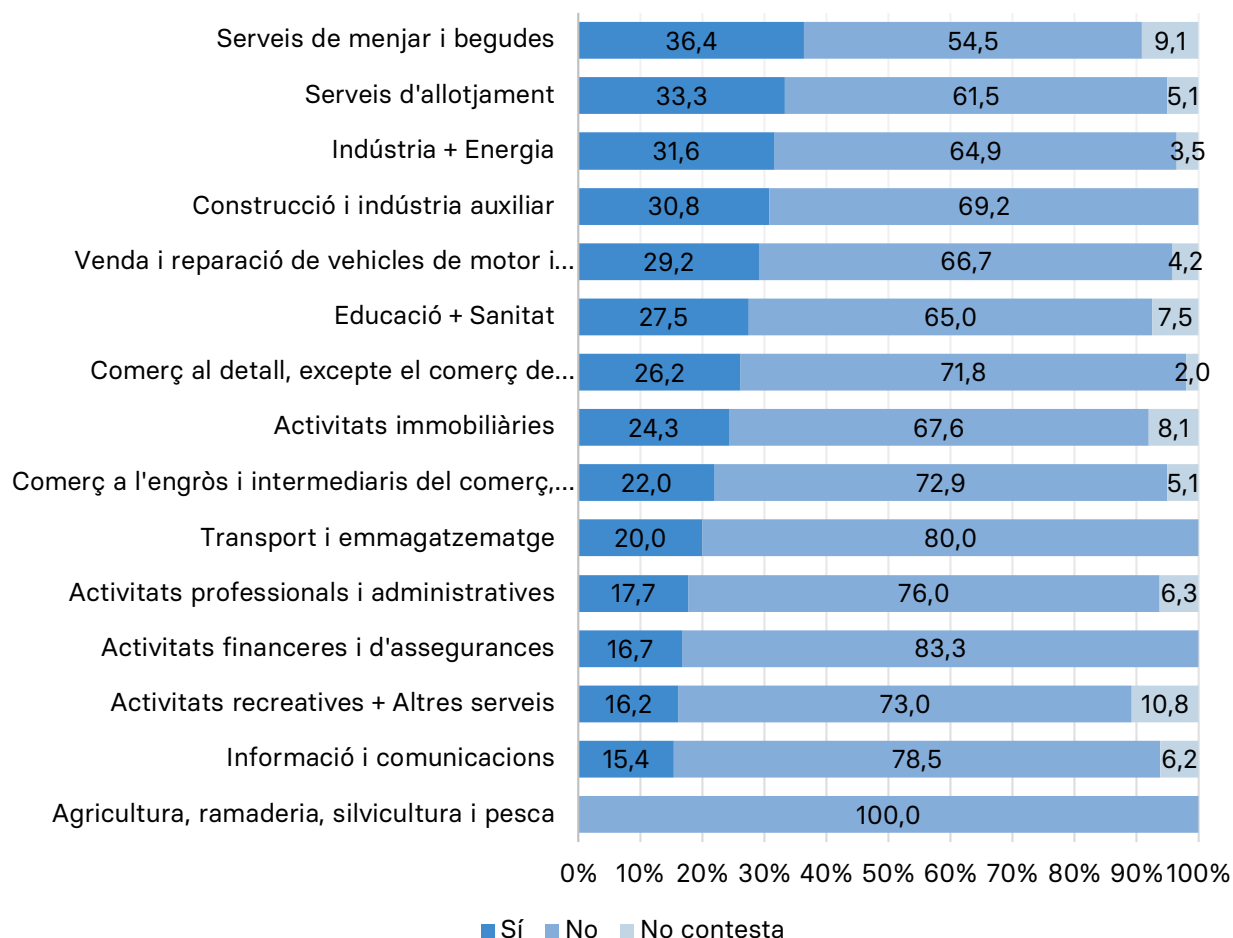


Només el 23,6% de les empreses han introduït nous mètodes en aquests àmbits. La indústria (31,6%) i la construcció (30,8%) lideren, mentre que els serveis queden en un 22,6% i el primari sense casos. Aquest tipus d'innovació implica canvis culturals i estructurals importants, com la implementació de lideratge participatiu o gestió per competències, que poden trobar més resistències que les millores tècniques o administratives.

Segons sector desglossat

freqüències % Horitzontals		Sí	No	No contesta
Total	787	186 -	563 -	38 -
Activitats professionals i administratives	175 -	31 17,7	133 76,0	11 6,3
Comerç al detall, excepte el comerç de vehicles de motor i motocicletes	149 -	39 26,2	107 71,8	3 2,0
Informació i comunicacions	65 -	10 15,4	51 78,5	4 6,2
Comerç a l'engròs i intermediaris, excepte vehicles de motor i motocicletes	59 -	13 22,0	43 72,9	3 5,1
Indústria + Energia	57 -	18 31,6	37 64,9	2 3,5
Construcció i indústria auxiliar	52 -	16 30,8	36 69,2	0 0,0
Educació + Sanitat	40 -	11 27,5	26 65,0	3 7,5
Serveis d'allotjament	39 -	13 33,3	24 61,5	2 5,1
Activitats immobiliàries	37 -	9 24,3	25 67,6	3 8,1
Activitats recreatives + Altres serveis	37 -	6 16,2	27 73,0	4 10,8
Venda i reparació de vehicles de motor i motocicletes	24 -	7 29,2	16 66,7	1 4,2
Serveis de menjar i begudes	22 -	8 36,4	12 54,5	2 9,1
Transport i emmagatzematge	15 -	3 20,0	12 80,0	0 0,0
Activitats financeres i d'assegurances	12 -	2 16,7	10 83,3	0 0,0
Agricultura, ramaderia, silvicultura i pesca	4 -	0 0,0	4 100,0	0 0,0

Figura 18. Ha introduït mètodes d'organització de la responsabilitat laboral, presa de decisions o gestió de recursos humans? (Segons sector desglossat).



Els subsectors amb valors més alts són serveis de menjar i begudes (36,4%), allotjament (33,3%) i indústria (31,6%), tots ells amb alta interacció amb equips humans nombrosos. Altres sectors com activitats professionals (17,7%), informació i comunicacions (15,4%) o activitats financeres (16,7%) mostren percentatges més baixos. L'absència de casos en el primari es repeteix.

Total empreses innovadores

	freqüències	Percentatges
Total	787	100
Sí	555	70,5
No	232	29,5

Del total d'empreses enquestades, un 70,5% haurien introduït al mercat o implementat a l'empresa alguna innovació durant el període 2020-2024, ja sigui de producte o de processos de negoci.

En conjunt els sectors que més han introduir alguna innovació són els serveis d'allotjament, transport i emmagatzematge, serveis de menjar i begudes, indústria i energia, i educació i sanitat.

Innovació segons sector desglossat

% Horitzontals		Sí	No
Total	787	70,5	29,5
Primari	4	75,0	25,0
Indústria	57	77,2	22,8
Construcció	52	53,8	46,2
Serveis	674	71,2	28,8

Innovació segons sector desglossat

% Horitzontals		Sí	No
Total	787	70,5	29,5
Activitats professionals i administratives	175	67,4	32,6
Comerç al detall, excepte el comerç de vehicles de motor i motocicletes	149	74,5	25,5
Informació i comunicacions	65	73,8	26,2
Comerç a l'engròs i intermediaris del comerç, excepte vehicles de motor i motocicletes	59	72,9	27,1
Indústria + Energia	57	77,2	22,8
Construcció i indústria auxiliar	52	53,8	46,2
Educació + Sanitat	40	75,0	25,0
Serveis d'allotjament	39	82,1	17,9
Activitats immobiliàries	37	64,9	35,1
Activitats recreatives + Altres serveis	37	64,9	35,1
Venda i reparació de vehicles de motor i motocicletes	24	54,2	45,8
Serveis de menjar i begudes	22	77,3	22,7
Transport i emmagatzematge	15	80,0	20,0
Activitats financeres i d'assegurances	12	66,7	33,3
Agricultura, ramaderia, silvicultura i pesca	4	75,0	25,0

OBSERVATORI, PRIMER SEMESTRE DE 2025

La percepció de la població sobre la innovació i la recerca

Metodologia

El treball de camp s'ha desenvolupat mitjançant una enquesta telefònica i s'ha dut a terme entre el 28 de març i el 15 d'abril de 2025.

L'univers d'aquest estudi és tota la població d'Andorra (àmbit nacional) major de 18 anys que viu en una llar amb telèfon fix o bé que tingui telèfon mòbil.

La mostra està formada per 750 persones escollides de manera aleatòria entre tots els possibles números de telèfon d'Andorra.

El marge d'error per al conjunt de la mostra i en el supòsit d'una selecció aleatòria simple és del $\pm 3,63\%$, amb un nivell de confiança del 95,5% i sota la hipòtesis de màxima indeterminació ($P=Q=50$).

La mostra s'ha ponderat per sexe, edat i nacionalitat per tal d'adequar-la als percentatges reals de la població d'Andorra major de 18 anys. Per efecte d'aquesta ponderació es poden produir lleugeres variacions en alguns percentatges per l'arrodoniment dels decimals.

2.1. Quina de les següents descripcions encaixa millor amb la seva idea de la paraula innovació?

	Freqüències	Percentatges
Total	750	100
Noves idees, noves formes de fer les coses, creativitat	274	36,5
Ciència i tecnologia (noves tecnologies, investigació i ciència)	186	24,9
Milliores per solucionar els problemes socials	147	19,5
Canvi en el treball i l'economia (en els productes, en els processos de treball)	87	11,6
Altres	18	2,4
No contesta	39	5,1

Quina altra

Persones que han mencionat d'altres descripcions (N=18)

	Freqüències	Percentatges
Total	18	100
Totes les mencionades	16	90,6
Cap de les mencionades	2	9,4

El 36,5% de les persones enquestades declara que el concepte innovació li suggereix noves idees, noves formes de fer les coses i creativitat, mentre que prop d'un 30% ho percep com una pràctica dels camps de la ciència i la tecnologia. Un 19,5% ho considera com quelcom per millorar els problemes socials i un 12% més ho intueix com un canvi en el treball i en l'economia. Finalment, un 2% expressa que li venen al cap totes les descripcions proposades i un 5% que no es posiciona al respecte.

Les persones d'entre 18 i 29 anys (amb un 51%) són les que més declaren que el concepte innovació els hi suggereix noves idees, noves formes de fer les coses i creativitat. En canvi, les persones de 45 a 64 anys són les que més ho perceben com una pràctica dins dels camps de la ciència i la tecnologia (amb un 26%) i els de 65 anys o més com quelcom per millorar els problemes socials (29%). Finalment s'observa com els de 30 a 44 anys són els que més intueixen el concepte d'innovació com un canvi en el treball i en l'economia (14%). Segons el nivell acadèmic es constata com les persones amb estudis universitaris són els que més relacionen el concepte d'innovació amb noves idees, noves formes de fer les coses i creativitat (amb un 42%), mentre que les persones amb formació professional són les que més associen el concepte proposat amb la ciència i la tecnologia (amb un 28%). Les persones sense estudis són les que més declaren que la innovació és quelcom que comporta

(o hauria de comportar) millores per solucionar els problemes socials (amb un 36%). En canvi, les persones amb estudis d'ensenyament primari o secundari bàsic són les que més ho relacionen amb un canvi en el treball i l'economia, amb un 16%. Les persones que més relacionen el terme innovació amb noves idees i maneres de fer les coses són les del col·lectiu del personal administratiu i similars (amb un 42%). Per contra, els professionals i tècnics són els que més la relacionen amb la ciència i la tecnologia (amb un 38%), els treballadors no qualificats amb millores per solucionar els problemes socials (32%) i els aturats amb un canvi en el treball i l'economia (amb un 31%). Amb el nivell d'ingressos es comprova com les persones que estan en l'esglaió per sobre la mitjana són els que més associen la innovació amb noves idees, de la mateixa manera que ho fan a la hora de vincular-ho amb la ciència i la tecnologia (amb un 49% i un 31%, respectivament). Les persones que han declarat tenir ingressos baixos o molt baixos són les que més relacionen el concepte amb les millores per solucionar els problemes socials i en darrera instància, convindria assenyalar a les persones que es troben en la mitjana d'ingressos del país com els que més relacionen el concepte d'innovació amb un canvi en l'economia i el treball (amb un 16%).

2.2. Ara li llegiré unes frases sobre la innovació i m'ha de dir si està d'acord o en desacord:

2.2.1. Permet que les empreses siguin més rentables

	Freqüències	Percentatges
Total	750	100
D'acord	610	81,4
En desacord	86	11,4
Ni d'acord ni en desacord	27	3,6
No contesta	27	3,6

Un 81% de les persones enquestades considera que la innovació ajuda a que les empreses siguin més rentables, mentre que un 11% mostra el seu desacord envers la premissa proposada. La resta d'enquestats no es posicionen en cap sentit.

Les dones mostren més desacord que els homes amb l'afirmació proposada en aquest apartat (14% vs. 9%, respectivament). Amb l'edat es comprova com a mesura que aquesta augmenta, menor és el grau d'acord envers el concepte exposat (90% dels més joves vs. 78% dels més adults). Les persones que han estudiat una formació professional són els que més d'acord hi estan (84,5%), de la mateixa manera que ho fan els estudiants (92%). Amb la percepció subjectiva del nivell d'ingressos es comprova com a mesura que aquest augmenta, major és el grau d'acord.

2.2.2. Augmenta la qualitat de vida de la gent

	Freqüències	Percentatges
Total	750	100
D'acord	573	76,4
En desacord	123	16,4
Ni d'acord ni en desacord	36	4,8
No contesta	18	2,4

Un 76% mostra la seva aprovació envers l'afirmació que posiciona a la innovació com una pràctica que millora la qualitat de vida de la gent. En canvi, un 16% s'oposa al fet exposat i la resta d'enquestats no expressa cap posicionament al respecte.

Com en el cas anterior, a mesura que l'edat augmenta, menor és el grau d'acord expressat envers l'afirmació proposada en aquest apartat (87% dels més joves vs. 71% dels més adults). Amb la nacionalitat s'observa com les persones amb d'altres nacionalitats són les que més acord han expressat (86%), mentre que els francesos són els que en menor mesura ho fan (70%). Pel que fa a l'ocupació, s'observa com els estudiants són els que expressen un major grau d'acord (92%), mentre que els aturats són els que ho fan en menor mesura (61%). Finalment, segons el nivell d'ingressos es comprova com les persones que se situen en els nivells alts o molt alts són les que més aprovació mostren, amb un 88%.

2.2.3. Provoca que es consumeixin coses innecessàries

	Freqüències	Percentatges
Total	750	100
D'acord	473	63,1
En desacord	234	31,1
Ni d'acord ni en desacord	27	3,6
No contesta	16	2,2

Sis de cada deu persones consideren que la innovació comporta un consum d'articles o accessoris innecessaris, mentre que tres de cada deu es posiciona en el sentit contrari.

Les persones amb estudis primaris o secundaris bàsics són les que més afirmen que la innovació comporta un consum de coses innecessàries (73%), mentre que les persones amb estudis universitaris són les que en menor mesura ho fan, tot i que més de la meitat del col·lectiu mostra el seu acord amb el fet exposat (55,5%). Seguidament, convindria destacar que la totalitat dels treballadors no qualificats enquestats considera que la innovació comporta un consum de coses innecessàries, essent els que més expressen el fet i en detriment dels professionals i tècnics, que ho declaren en menor mesura, tot i el 58% registrat. En darrera instància convindria assenyalar la detecció d'una tendència amb el nivell d'ingressos a partir de la qual es pot afirmar que a mesura que aquests augmenten, menors són les respostes que estan d'acord amb el fet que la innovació genera el consum de coses innecessàries.

2.2.4. Provoca que s'eliminïn llocs de treball

	Freqüències	Percentatges
Total	750	100
D'acord	420	56,0
En desacord	271	36,1
Ni d'acord ni en desacord	44	5,9
No contesta	15	2,0

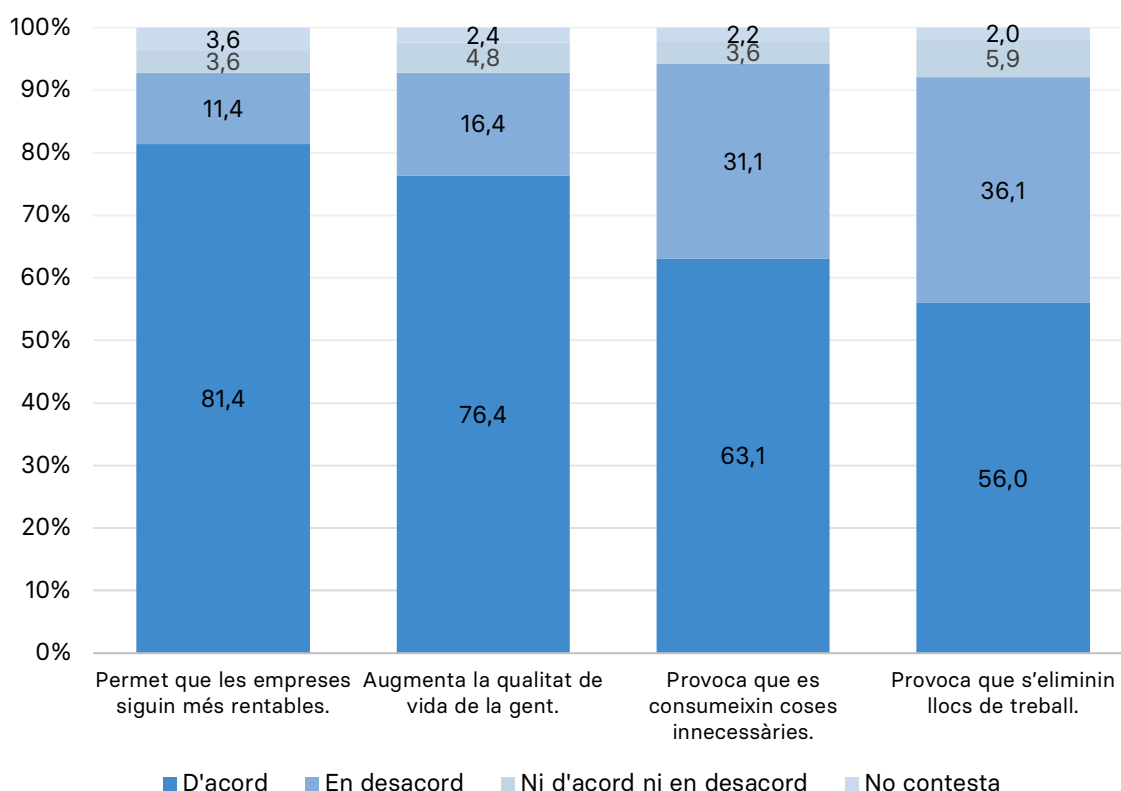
Més de la meitat de les persones enquestades, concretament un 56%, considera que la innovació implica que s'eliminïn llocs de treball. Per contra, un 36% expressa el seu desacord envers el fet exposat.

Segons l'edat, es comprova com els joves de 18 a 29 anys són els que més grau d'acord expressen envers la premissa exposada en aquest apartat (64,5%). Per contra, les persones de 65 anys o més són els que en menor mesura ho fan, amb prop d'un 54% dels registres que

ho confirmen. Amb la nacionalitat s'observa com els portuguesos són els que més veuen la innovació com una amenaça per als llocs de treball (73%), mentre que els espanyols són els que en menor mesura ho fan, amb un 46%. Altrament, convindria destacar que les persones amb estudis universitaris són les que menys creuen que la innovació comporti la eliminació de llocs de treball (amb un 46%), mentre que les persones que han fet una formació professional són les que més ho veuen com una amenaça (amb un 64% dels registres que ho confirmen). Finalment i pel que fa a la ocupació, es comprova com el col·lectiu dels treballadors no qualificats són els que més situen a la innovació com un perill per al manteniment dels llocs de treball (amb un 77,5%), mentre que els jubilats són els que es mostren més benèvols amb gairebé un 50% dels registres que ho confirmen. Finalment es comprova com les persones que se situen en els nivells d'ingressos més baixos són les que més perceben com una amenaça pels llocs de treball.

A continuació s'exposa de manera agrupada les valoracions registrades durant la realització de l'enquesta envers els diferents aspectes de la innovació que es venen de comentar.

Grau d'acord envers diferents aspectes de la innovació



2.3. En una escala on 0 és molt negativa i 10 molt positiva, digui'm com valora la innovació en general.

	Freqüències	Percentatges
Total	750	100
0	5	0,6
1	0	0,0
2	2	0,2
3	5	0,7
4	12	1,6
5	90	11,9
6	88	11,7
7	198	26,4
8	210	28,0
9	43	5,7
10	82	10,9
No contesta	16	2,2
Mitjana	7,241	
Desviació	1,647	

La valoració mitjana de la innovació puntua amb un 7,2 sobre 10, essent el 8 i el 7 les valoracions més expressades per les persones enquestades, amb un 28% i un 26%, respectivament.

Amb l'edat s'ha configurat una tendència a partir de la qual es pot afirmar que a mesura que aquesta augmenta, menor és la mitjana calculada per les persones enquestades, essent els més joves els que valoren millor la innovació (amb un 7,6) i els més adults els que menys (amb un 7,1). Les persones amb d'altres nacionalitats són les que veuen amb més bons ulls la innovació, registrant una valoració mitjana de 7,8 punts sobre 10. Per contra, la població portuguesa és la que ha configurat la mitjana més baixa, amb prop d'un 6,8 sobre 10. Segons el nivell acadèmic s'observa una tendència a l'alça en la que les persones sense estudis registren les mitjanes més baixes (amb prop d'un 6,9) i les persones amb estudis universitaris, les més altes (amb un 7,4). Finalment, convindria destacar que a mesura que augmenta el nivell d'ingressos, majors són les mitjanes configurades per les persones enquestades, situant als dels ingressos alts o molts alts amb una mitjana entorn el 7,9.

2.4. També, en una escala on 0 és molt poc important i el 10 molt important, valori la importància que té per a vostè la recerca científica.

	Freqüències	Percentatges
Total	750	100
0	4	0,6
1	1	0,2
2	1	0,1
3	7	1,0
4	5	0,6
5	23	3,0
6	21	2,9
7	64	8,6
8	139	18,6
9	121	16,2
10	341	45,5
No contesta	22	2,9
Mitjana	8,179	
Desviació	1,700	

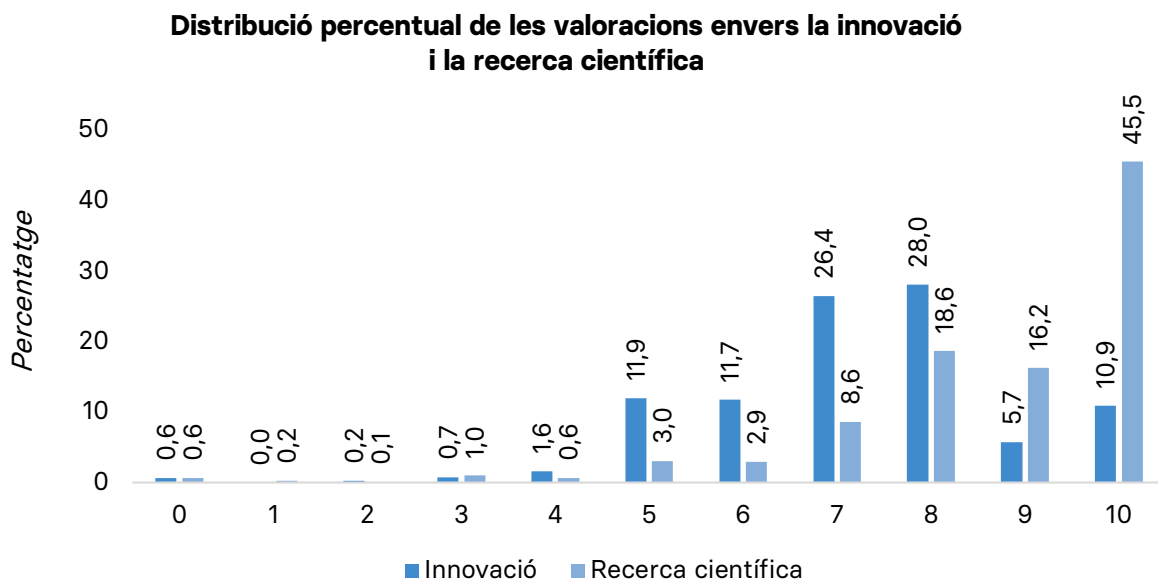
Pel que fa a les valoracions envers la ciència, es constata una percepció més positiva per part de la població que amb la innovació, amb prop d'un 8,2 sobre 10 i essent el 10 la valoració més expressada per les persones enquestades, amb un 45,5% dels registres que ho confirmen.

Els homes configuren una mitjana lleugerament inferior a la expressada per les dones (amb un 8,6 i un 8,9, respectivament). Segons l'edat, s'observa com els més joves són els que registren la mitjana més baixa, amb prop d'un 8,2 sobre 10, mentre que les persones de 30 a 44 anys són les que han expressat la valoració més elevada, amb un 9 sobre 10. Amb la nacionalitat es comprova com els francesos són els que configuren la mitjana menys elevada, amb un 8,3. Contràriament, les persones d'altres nacionalitats són les que han expressat les notes més altes, assolint el 9,1 sobre 10. Amb el nivell acadèmic s'ha detectat una tendència a partir de la qual es pot afirmar que a mesura que aquest augmenta, millors són les mitjanes registrades per les persones enquestades, amb un 9,1 configurat per part de les persones amb estudis universitaris i amb un 8,2 expressat per les persones sense estudis. De la mateixa manera que amb les valoracions envers la innovació, a mesura que

els ingressos augmenten, millors són les valoracions envers la recerca científica, posicionant als esglons més benestants com els que millors valoracions configuren, amb un 9 sobre 10.

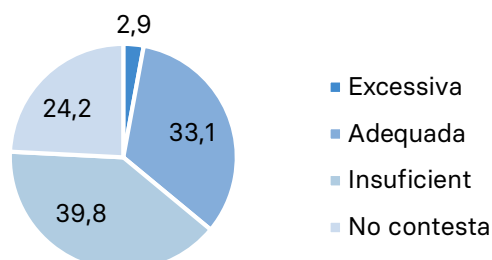
A continuació es presenta de manera agrupada les valoracions expressades per les persones enquestades envers la recerca científica i la innovació. Com es pot observar, la innovació rep valoracions considerablement altes, però de forma més distribuïda (sobretot entre el 7 i 8). Per contra, la recerca científica destaca per una concentració molt més elevada de puntuacions màximes, amb un 45,5% de les persones enquestades que li atorguen un 10.

Així doncs, es constata com la recerca científica presenta una gran confiança entre la població mentre que la innovació, tot i obtenir una molt bona qualificació, genera més divergències entre les persones enquestades. No obstant, ambdues àrees gaudeixen d'una percepció més que positiva.



2.5. Creu que a Andorra la inversió pública en innovació i recerca (és a dir, en la creació i aplicació de nous coneixements en diferents àmbits) és excessiva, adequada o insuficient?

	Freqüències	Percentatges
Total	750	100
Excessiva	22	2,9
Adequada	248	33,1
Insuficient	298	39,8
No contesta	182	24,2



Un 3% de la mostra sondejada considera que la inversió pública en innovació i recerca és excessiva, un 33% adequada i prop d'un 40%, denuncia que és insuficient. A destacar el 24% restant que no ofereix cap resposta al respecte.

Amb l'edat es comprova com les persones d'entre 18 i 29 anys són les que consideren en major mesura que la inversió pública en innovació i recerca és adequada (50%). Per contra, les persones d'entre 45 i 64 anys són les que més denuncien una insuficiència pressupostària (amb un 46,5%). Les persones amb nacionalitat andorrana són les que més al·leguen una mancança en les inversions públiques en els camps que es venen de tractar (amb prop d'un 49% dels registres que ho confirmen), mentre que les persones portugueses i amb d'altres nacionalitats són les que més consideren que aquesta és adequada (amb un 44% en ambdós casos). Amb el nivell d'estudis, s'ha detectat una tendència a partir de la qual es pot afirmar que a mesura que aquest augmenta, majors són les respostes que denoten una manca de finançament públic en innovació i ciència, essent les persones amb estudis universitaris els que més ho denuncien, amb un 51,1% dels casos que expressen una insuficiència econòmica. En darrera instància i fent al·lusió a les ocupacions, es comprova com el col·lectiu de professionals i tècnics són els que més assenyalen les mancances en els pressupostos públics (amb gairebé un 50% dels registres que ho confirmen), mentre que els estudiants són els que en major mesura consideren que la inversió pública en innovació i recerca és adequada, amb gairebé un 60% de les respostes que ho denoten. Finalment convindria assenyalar que d'entre les persones que més declaren que la inversió pública és insuficient destaquen les persones amb nivells d'ingressos que se situen al voltant de la mitjana del país, amb un 40% dels casos que ho determinen. Per contra, les persones dels estrats més benestants, consideren en major mesura que aquesta és adequada (amb un 42% dels registres que ho confirmen).

2.6. En quins àmbits creu que és més important fer taques d'innovació i recerca a Andorra?

	Freqüències	Percentatges
Total	750	100
Salut	241	32,2
Medicina	113	15,0
Tecnologia	59	7,8
Social	55	7,3
Educació	46	6,2
Medi ambient	40	5,3
Habitatge	32	4,3
Ciència	29	3,9
Tots els àmbits	26	3,4
Economia	24	3,2
Mobilitat	21	2,8
Administració pública	20	2,6
Empreses	19	2,5
Laboral	19	2,6
Transport	16	2,1
Infraestructures	15	2,0
Turisme	14	1,8
Energies renovables	14	1,9
Construcció	13	1,7
Sostenibilitat	9	1,2
Ecologia	9	1,1
Indústria	8	1,1
Intel·ligència artificial	7	0,9
Urbanisme	6	0,9
Bancs	5	0,7

	Freqüències	Percentatges
Total	750	100
Agricultura	5	0,7
Cultura	5	0,6
En cap àmbit	4	0,6
Cura de gent gran	4	0,5
Comerç	3	0,3
Alimentació	3	0,4
Seguretat	3	0,4
Esport	2	0,2
Informàtica	2	0,3
Justícia	2	0,3
Ciberseguretat	1	0,1
Cultiu de neu	1	0,1
Química	1	0,1
Prevenió de riscos naturals	1	0,1
Política	1	0,1
No contesta	133	17,7

Nota: multiresposta, suma percentual superior a 100.

La salut (32%), la medicina (15%), la tecnologia (8%), els aspectes socials (7%), l'educació (6%) i el medi ambient (5%) han estat els àmbits més mencionats per les persones enquestades quan se'ls hi ha demanat pels camps que creien que era més important fer tasques d'innovació i recerca.

D'entre les persones que més han assenyalat la salut, destaquen les dones (amb un 39%), les persones d'entre 45 i 64 anys (amb un 36%), els enquestats de nacionalitat andorrana (amb un 36%), les persones amb estudis universitaris (amb un 36%) i els treballadors del comerç, hostaleria i serveis personals (amb prop d'un 38%). Pel que fa al perfil de les persones que han indicat la medicina, destaquen les dones (amb un 20%), les persones de 65 anys o més (amb un 18%), els enquestats de nacionalitat espanyola (amb un 19%), les persones sense estudis (amb un 25%) i el personal administratiu (amb un 21,5%). Finalment, d'entre les persones que han apuntat a la tecnologia, destaquen els homes (amb un 11%), les persones de 30 a 44 anys (amb un 11%), la població francesa (amb un 9,5%), les persones amb estudis universitaris (amb un 11%) i el col·lectiu de professionals i tècnics (amb un 9,5% més).

Resum i conclusions

Resum dels principals resultats²³

1. Enquesta a empreses

- La majoria de les empreses enquestades (85,6%) pertanyen al sector serveis, destacant les activitats professionals i administratives i el comerç al detall.
- **Innovació de producte:**
 - 35,6% han introduït béns nous o millorats.
 - 40,5% han introduït serveis nous o millorats.
 - En conjunt, un 51,1% han innovat en productes (béns i/o serveis).
 - Els sectors que destaquen en la innovació de producte són la indústria i els serveis
- **Innovació de processos de negoci:**
 - 64,7% han introduït alguna innovació en processos.
 - Els més comuns: processament d'informació (38,8%), mètodes de producció o desenvolupament (36,5%), màrqueting (31,3%).
 - La indústria i els serveis destaquen en els diferents tipus d'innovació de processos de negoci, juntament amb el sector de la construcció pel que fa la innovació en els mètodes de comptabilitat o operacions administratives i en els mètodes d'organització de la responsabilitat laboral.
- **Total d'empreses innovadores:** 70,5% han introduït alguna innovació entre 2022 i 2024.

2. Enquesta a la població

- **Percepció del concepte d'innovació:**
 - 36,5% l'associa a creativitat i noves idees.
 - 24,9% a ciència i tecnologia.
 - 219,5% a millores socials.
- **Impacte percebut:**
 - 81,4% creu que permet que les empreses siguin més rentables.
 - 76,4% creu que millora la qualitat de vida de la població.
 - 63,1% creu que genera un consumisme innecessari.
 - 56% creu que pot eliminar llocs de treball.

²³ En la redacció del resum final i les conclusions s'ha utilitzat l'assistència de Microsoft Copilot, una eina d'intel·ligència artificial per tal de facilitar la tasca de sintetitzar, estructurar i interpretar els resultats més destacats. El text generat per la IA s'ha revisat i modificat per adequar-lo a la informació presentada i al context andorrà.

- **Valoració general de la innovació:**
 - Mitjana de 7,2 sobre 10 (on 0 és molt negativa i 10 molt positiva).
 - Els joves i les persones amb estudis superiors valoren millor la innovació.
- **Valoració de la recerca científica:**
 - Mitjana de 8,2 sobre 10 (on 0 és molt negativa i 10 molt positiva).
 - 45,5% li atorguen un 10.
 - La valoració és més alta entre les persones amb estudis superiors.
- **Inversió pública:**
 - 39,8% considera que és insuficient.
 - 33,1% la veu adequada.
- **Àmbits prioritaris per a la innovació:**
 - Salut (32%), medicina (15%), tecnologia (8%), social (7%), educació (6%).

Conclusions

Percepció ciutadana positiva però amb matisos

La innovació és vista com a motor econòmic i social, però també genera inquietuds per l'excés de consumisme o la pèrdua de llocs de treball.

La recerca científica i la innovació tenen una valoració alta entre la població d'Andorra, sobretot entre les persones amb estudis superiors.

Predomini del sector serveis

La concentració empresarial en serveis condiciona el tipus d'innovació: més orientada a la gestió, l'experiència del client i al processament d'informació i comunicació. Aquest tipus d'innovació en serveis i processos, sovint és més fàcilment implementable que les innovacions industrials.

Alta activitat innovadora empresarial

Destaca un alt percentatge d'empreses que manifesten que han introduït innovacions, especialment en processos de negoci.

La innovació de producte és més habitual en la indústria i en serveis com allotjament, educació i sanitat. En les innovacions en processos de negoci destaquen els sectors d'indústria i energia, serveis d'allotjament i serveis de menjar i begudes.

L'activitat innovadora de les empreses andorranes en perspectiva europea

Les dades de l'enquesta a les empreses d'Andorra mostren un percentatge molt superior a la mitjana europea.

Segons l'enquesta de la Cambra de Comerç d'Andorra, el 70,5% de les empreses andorranes van introduir alguna innovació entre 2022 i 2024. Aquesta xifra supera àmpliament els percentatges registrats en països com Espanya (24%), França (31%), Itàlia (35%), Alemanya (45%) o Suècia (55%).

Això pot reflectir:

- Una declaració més àmplia d'innovació entre les empreses andorranes per les característiques de l'enquesta aplicada.
- Diferències pels criteris d'inclusió de les empreses enquestades (les mostres de les enquestes europees només inclouen empreses de 10 o més treballadors).
- Un ecosistema empresarial més dinàmic en certes activitats i sectors.
- Una mostra més concentrada en serveis, on la innovació pot ser més visible.

Context econòmic i institucional

Andorra ha impulsat en els darrers anys polítiques de diversificació econòmica, digitalització i modernització del teixit empresarial, especialment en turisme, comerç i serveis.

Aquest entorn pot haver generat incentius per a la innovació, especialment en àmbits com la gestió empresarial, la comunicació digital i l'experiència de client.



ANDORRA
RECERCA +
INNOVACIÓ