

INCENTIVAR PARA INNOVAR

Daniel Sanfélix Morata

Dr. Ingeniero Industrial
Asociación / Colegio de
Ingenieros Industriales de
Cataluña

Recibido: 26/06/06

Aceptado: 6/09/06

RESUMEN

La innovación es un factor clave para el desarrollo de la Sociedad, las empresas y los profesionales. Pero, para impulsar la innovación, es necesario incentivar el esfuerzo de innovar y que todos los que participan obtengan provecho de él, tanto las empresas como los autores. Existen distintas formas de conseguir dinero de las actividades de innovación. La Asociación/Colegio de Ingenieros Industriales de Cataluña, www.eic.es, ha desarrollado una metodología que permite ganar dinero a todos los que contribuyen a una innovación exitosa.

Palabras clave: I+D+i, Investigación, Desarrollo, innovación, ganancias, rentabilidad, innovadores, remuneración.

ABSTRACT

Innovation is a key factor for society, companies and professionals development. But for increasing innovation it is necessary give incentives to the innovating effort and let everybody who participates take profit from it, both companies and the authors. There are different ways to obtain money from innovation activities. The Asociación/Colegio de Ingenieros Industriales de Cataluña", www.eic.es, has developed a method that

allows to earn money to everyone who contributes successfully to the innovation enterprise.

Key words: Research, development, innovation, earnings, incentives.

Introducción

La innovación es materia de moda en el discurso público actual. Políticos, empresarios y cualquier responsable social coinciden en que la investigación, el desarrollo y la innovación (las conocidas siglas I+D+i) son un factor fundamental de competencia y supervivencia en este mundo globalizado. Sin estas actividades, no se puede competir y los países y las empresas no pueden prosperar.

A nivel individual se puede decir lo mismo. Los profesionales, para ser eficaces y competitivos en el mundo actual, necesitan incorporar la faceta de la I+D+i a sus conocimientos y actuación.

Todos recomiendan innovar. Pero, ¿cómo impulsar la innovación y cómo incentivarla? ¿Cómo sacar provecho contable del esfuerzo e inversiones que requiere el innovar?

La I+D+i, a la que todos consideran necesaria para el desarrollo actual de la sociedad y de las empresas, frecuentemente no encuentra el impulso necesario porque suele requerir considerables esfuerzos iniciales, económicos y de todo tipo, que hacen desistir de este camino a muchos que lo seguirían. No obstante, innovar puede ser una fuente de ingresos importante casi desde el principio. En este documento se orienta sobre cómo

ganar dinero innovando y cómo repartirlo para incentivar e impulsar la innovación.

Se van a relacionar dinero e innovación porque el tan necesario impulso de innovar requiere dejar claro el beneficio económico que supone, ya que los otros argumentos, tan comunes en los medios de comunicación, no motivan a la innovación y suelen quedar en pura retórica.

Ganar dinero innovando

La I+D+i permite ganar dinero de una forma directa. Las posibilidades son diversas y, en el cuadro adjunto, se indican las más importantes.

En el citado cuadro se pueden ver las formas habituales para conseguir los ingresos que permitan rentabilizar el esfuerzo de innovar.

Dinero público, mediante desgravaciones fiscales y ayudas y subvenciones.

Dinero de negocio por: financiación y patrocinio, vender directamente el conocimiento innovador, crear ampliar y vender empresas basadas en dichas innovaciones y explotar las innovaciones logradas incorporándolas al proceso productivo, para mejorarlo, o a los productos, para lograr ventajas competitivas.

Existen muchas entidades públicas y privadas que proporcionan ayuda para estos fines.

Se dan a continuación algunos apuntes sobre las características de las distintas modalidades, sin entrar en los extensos detalles descriptivos de cada una de ellas que exceden los límites de este documento

GANAR DINERO INNOVANDO

DINERO PÚBLICO:

- Desgravaciones fiscales
- Ayudas y subvenciones

DINERO DE NEGOCIO:

- Financiación y patrocinio de empresas y proyectos innovadores
- Vender y comprar innovación
- Venta y ampliación de empresas innovadoras
- Valoración y rentabilización de la explotación de nuevos productos y procesos

DINERO PÚBLICO

Es frecuente que, cuando se habla de ayudar a la innovación, se piense preferentemente en el dinero público.

Las principales aportaciones a conseguir se pueden agrupar en las siguientes.

- Desgravaciones fiscales

Estas desgravaciones son una vía muy directa para obtener dinero para la innovación. Permiten dejar de in-

gresar una parte de los impuestos de acuerdo con la normativa legal establecida al respecto.

Es una vía muy directa porque el dinero ya lo tiene el empresario y lo único que tiene que hacer es no ingresarlo al Tesoro público, siguiendo la normativa correspondiente. La mayor o menor complicación del proceso la condiciona el nivel de seguridad que se quiera tener frente a la Administración de Hacienda.

Si se pretende la absoluta certeza de que se están haciendo las cosas correctamente, eso requiere una certificación del proceso, por una entidad certificadora acreditada, y la solitud de un informe a la **Hacienda pública**. Todo ello origina un esfuerzo de gestión y gastos.

No obstante, también se puede hacer sin gastar casi nada, simplemente dejando de ingresar lo que determina la norma legal y asumiendo el riesgo de una sanción posterior por los errores que se hayan podido cometer.

- Ayudas y subvenciones

Las ayudas económicas a la innovación las conceden las Administraciones públicas: supranacionales, nacionales, regionales y también las locales.

Junto a la ventaja de recibir un dinero que puede ser: a fondo perdido, con bajo interés o con otras modalidades como avales etc., tienen diversos inconvenientes. Entre ellos, que son inciertas, siempre parecen escasas para las necesidades que se tienen y suelen tardar en llegar. También exigen un esfuerzo y gasto para gestionar la documentación y requisitos requeridos según la normativa de la convocatoria.

El consejo que se suele dar es que se consideren una financiación de carácter adicional que contribuya pero no decida el desarrollo de los proyectos de innovación.

DINERO DE NEGOCIO

El dinero proveniente de negocios privados tiene unas características diferentes del dinero público. La principal es que teóricamente no esta su-

jeto a ninguna limitación y sólo rigen las reglas del mercado.

Se puede obtener dinero por las líneas de financiación habituales de proyectos y empresas y además están todos los ingresos que se pueden conseguir con los negocios asociados a la innovación como se resume a continuación.

- Financiación y patrocinio de empresas y proyectos innovadores

La financiación, en cualquiera de sus variadas modalidades, es la vía común de conseguir recursos económicos para las actividades innovadoras. El patrocinio suele tener aplicación en proyectos que no exijan grandes recursos y posean un carácter de interés social.

Esta forma de conseguir dinero es común pero no fácil. Convencer para que se inviertan recursos económicos en un proyecto o empresa nueva es ardua tarea. Lógicamente implica una cesión de control hacia la entidad financiera que resta libertad al innovador. Como contrapartida, se tienen más medios para ejecutar el proyecto y se incorporan al equipo de gestión otras opiniones y experiencias distintas y quizá más realistas o especulativas.

- Vender y comprar innovación

La venta, o compra según se contemple, del conocimiento innovador es la forma de obtener dinero directamente de él.

Se ha de acreditar previamente la propiedad sobre el mismo mediante los títulos de propiedad intelectual o industrial. Normalmente requiere también un asesoramiento legal y técnico para la transacción, en especial si, como es cada vez mas frecuente, se realiza con otros países. Esto exige trámites y gastos que pueden disuadir la utilización de esta vía.

Existe un mercado establecido para la compra y venta del Conocimiento innovador al que se puede acudir, aunque sea algo complejo para el innovador individual y la pequeña empresa. Estos siempre pueden solicitar la ayuda de las entidades públicas y privadas especializadas.

- Venta y ampliación de empresas de base innovadora

Las nuevas ideas pueden dar lugar a proyectos de innovación y, en función de éstos, a la creación de nuevas empresas. El origen puede estar en un innovador individual, equipo de personas, una empresa ya establecida, o una entidad universitaria, de investigación, etc.

En cualquier caso, para su crecimiento y desarrollo, la nueva empresa necesitará ampliarse con nuevos socios, que aportarán financiación y otros recursos incrementando el valor de la empresa original. Los innovadores que la crearon ven así aumentar su capital en las sucesivas ampliaciones, si las transacciones son lucrativas. El proceso de obtención de beneficios culmina con la venta, en su momento, de la empresa y la realización de toda la acumulación de su capital, si esta ha sido rentable.

- Valoración y rentabilización de la explotación de nuevos productos y procesos

Finalmente se presenta la modalidad más común de obtención de beneficios de las innovaciones, tanto de productos como de procesos, consistente en la creación y explotación de éstas.

Aquí intervienen toda una serie de técnicas específicas para la creatividad, diseño, gestión, *marketing*, etc., cuya extensión no permite entrar en el detalle descriptivo.

De la importancia de esta modalidad puede dar idea la consideración de que todos los beneficios que proporcionan los productos y servicios que existen, y los procesos con los que se producen y comercializan, son fruto de alguna innovación exitosa.

Todas las formas de ganar dinero anteriormente descritas pueden ser utilizadas por las empresas e instituciones para la obtención de ingresos y beneficios que es lo que constituye la incentivación más sólida para realizar el esfuerzo de innovar.

Para los autores (profesionales, técnicos, equipos de especialistas, etc.) de las innovaciones el acceso a estos ingresos es más difícil.

Es habitual que estas personas, cuando actúan individualmente como inventores o en equipos independientes, intenten crear una empresa basada en sus innovaciones o invenciones. Esto requiere un esfuerzo enorme porque hay que aunar la capacidad de innovar a la de ser empresario y pocas personas reúnen ambas habilidades.

En consecuencia, si se quiere tener motivado hacia la innovación a todo el potencial de personas capaces de hacerla, no sólo a los altruistas, es necesario desarrollar los mecanismos que remunerar e incentivar de manera justa y realista a los autores.

Beneficiar a los autores

Sin autor no hay innovación. Esta consideración es importante porque, si se atiende el discurso de los responsables sociales para impulsar la innovación, o la propia legislación en la materia, se comprueba que se dirigen predominantemente a la ayuda de las empresas y casi nunca a lograr la justa recompensa de los autores de las innovaciones.

Es como si se considerara que la creación ha de surgir del esfuerzo desinteresado de los especialistas e investigadores cuyos resultados deben ceder a otros para que obtengan beneficios, quedando los autores al margen de los mismos.

Si se quiere realmente impulsar la innovación es necesario incentivar la autoría de la misma haciendo que los autores, como individuos, participen junto a las empresas e instituciones de la justa proporción de los beneficios que generan sus creaciones. Hay que pensar, hablar, ayudar y promocionar más a los innovadores junto a lo que se hace por las empresas innovadoras.

La figura adjunta muestra un esquema del proceso para ganar dinero innovando.

Partiendo de unas "ideas" iniciales se pueden crear un gran número de "propuestas" más elaboradas. La selección y conformación de las propuestas lleva al planteamiento de una serie de "posibilidades" que cristalizan en un "proyecto" de innovación

concreto. Desde ese proyecto se ejecuta un "producto" para su explotación que, pasada la primera fase de predominio del gasto, finalmente da lugar a unos ingresos y beneficios.

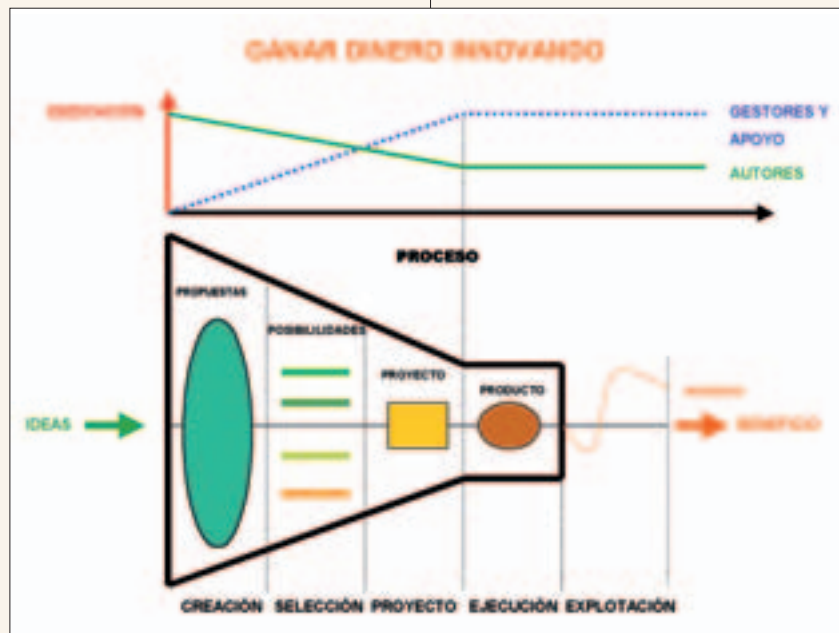
Todo esto es realizado por personas, cuya "dedicación" al proceso aparece indicada en la parte superior de la figura.

Las personas se pueden clasificar en dos grupos diferenciados. Los "autores", los conocimientos que aportan no se pueden encontrar normalmente en el mercado, y los "gestores y personal de apoyo" que pueden ser sustituidos pagando el precio correspondiente.

En las primeras etapas del proceso el papel que juegan los autores es

La actuación de los gestores es fundamental porque su función es la de lograr dinero de los proyectos de innovación. Sin ese dinero no hay reparto de beneficios para nadie. Se les ha de ayudar y recompensar por su función. Pero no hay que olvidar que, si no existe el conocimiento que permite la creación de la innovación, no hay nada que gestionar ni dinero que ganar.

Por consiguiente, la ayuda e incentivación de los autores es fundamental para el progreso de la innovación. Desgraciadamente solo pocas empresas e instituciones practican el asignar una parte de los beneficios obtenidos de las innovaciones a sus creadores.



fundamental, pero se va diluyendo en las etapas finales de generación de ingresos, donde ganan protagonismo los gestores. A la hora de recoger beneficios y repartirlos, el papel de los autores ya es marginal y suelen quedar en el olvido y desprotegidos para la remuneración de la aportación que realizaron.

Para los propietarios y gestores de las empresas resulta provechoso, en la inmediatez, que los autores no entren en el reparto de los beneficios que generan sus creaciones pero, a largo plazo, esto es una desmotivación hacia la innovación que la paraliza perjudicando el negocio y a la Sociedad en general.

Incentivar para innovar

La I+D+i son imprescindibles para competir y prosperar los países, las empresas y los profesionales, en el mundo globalizado.

Impulsar la innovación requiere incentivar a quienes la realizan y, puesto que exige notables esfuerzos de trabajo y económicos, para compensar estos esfuerzos deben ganar dinero con la innovación, tanto las empresas como las personas que participan.

La innovación, bien gestionada, proporciona ingresos casi desde el principio de las actividades, que son aportados por el dinero público y el de negocio.

Es preciso conocer cómo gestionar las distintas modalidades para conseguir los ingresos y beneficios que hagan rentables las inversiones y gastos en innovación. Esto requiere una especialización que, en la complejidad del mundo empresarial actual, es difícil que la posea un solo profesional o dispongan de ella normalmente las empresas.

Los beneficios que se consiguen habitualmente revierten en las empresas, principalmente en sus propietarios, y directivos, raramente en los autores de las innovaciones. Pero sin autor no hay innovación, así pues habrá que compensar a los autores para que estén incentivados hacia la innovación y habrá que retribuirles en la justa proporción de los beneficios que proporcione la explotación de las innovaciones. La forma de hacerlo constituye también una especialidad de gestión para la que pocas empresas e instituciones están preparadas.

Así pues, para innovar hay que incentivar a los participantes en el esfuerzo: las empresas, sus directivos y gestores, y a los autores de las innovaciones.

Eso exige unos conocimientos y especialización adecuados y así se ha considerado en la Asociación/Colegio de Ingenieros Industriales de Cataluña que ha dedicado una de las líneas de actuación a la Gestión de la Innovación, con el fin de proporcionar a empresas y profesionales, sean ingenieros o de cualquier otra profesión, facilidades para conseguir ingresos con la innovación.

BIBLIOGRAFÍA

- AENOR, UNE 166000/1/2. Gestión de la I+D+i. Asociación Española de Normalización y Certificación, 2002, Madrid.
- CIDEM, *Forum de la innovació 05, Llibre de síntesi i idees força*, Barcelona, CIDEM, 2006.
- FERRER, J. M., SANROMÁ, J. *39 històries d'innovació*, Barcelona, ACV edicions, 2004, ISBN: 84-89589-80-1.
- NAGARES, E. *La protecció de la propietat industrial y les patents laborals*, *Fulls dels enginyers*, Junio 2004, pp. 8-9.
- MONTERREY, M. *Gestión de la innovación según la norma UNE 166002: EX.*, DYNA, Octubre 2002, pp. 26-28.
- RIZZI, A. *Poca I, menos D*, El País, 22 Enero 2006.
- SANFÉLIX, Daniel. *Vender el conocimiento innovador*, *Fulls dels enginyers*, Febrero 2005, pp. 8-9. ■