



Juan José González López
Director del Área
de I+D+i de Altair
Consultores de Negocio
jjgonzalez@altair-consultores.com

I+D+i: ¿cómo hacerlo posible?

El I+D+i está en boca de todos, es algo que ha ganado fuerza con los años y que, a día de hoy, tiene un importante impacto mediático en el ámbito mundial, diferenciando la excelencia y solidez de las grandes multinacionales del resto del tejido empresarial. A modo de ejemplo, citamos una de las conclusiones del último estudio de la Comisión Europea en la materia: "Telefónica es la empresa española que más dinero invierte en I+D".

Pero el impacto y relevancia del I+D+i va más allá. Se ha convertido en un elemento esencial para el crecimiento económico de cualquier país desarrollado. La cruda realidad en nuestro país es que todavía es un gran desconocido para gran parte del tejido empresarial. No hay más que leer otra de las conclusiones reflejadas en el citado estudio: "Solo veintitrés empresas españolas están entre las mil europeas que más invierten en I+D". Este dato, que muestra que estamos muy por debajo de nuestros países vecinos, tiene una única lectura: tenemos que mejorar, corregir nuestras debilidades y afianzar nuestras fortalezas a la vez que trabajamos más y mejor para ponernos al nivel del resto de Europa.

Pese a la lejanía con la que parte de las empresas mira hacia el I+D+i, que parece estar sólo al alcance de las grandes firmas multinacionales o sectores históricamente ligados a él, introducir la innovación en nuestro entorno empresarial es más fácil de lo que imaginamos, cualquier empresa puede innovar. Para introducir el I+D+i en nuestra empresa, debemos de ser realistas y marcarnos objetivos alcanzables en nuestro entorno. A continuación, apuntamos algunas recomendaciones que nos ayudarán a introducir de manera eficaz el I+D+i en nuestra empresa.

Innovar es sinónimo de cambio, de mejora, de asumir riesgos... de evolucionar; para empezar a innovar es imprescindible que consideremos el I+D+i como factor clave e imprescindible para el crecimiento de nuestra compañía y actuemos en consecuencia para que no sea un apartado vacío dentro de nuestro plan estratégico. Seguramente, si echamos la vista atrás, podremos identificar proyectos promovidos por requerimientos de nuestros clientes o del mercado que han supuesto una mejora tecnológica para nuestra empresa, ¿se puede considerar innovación?, ¿qué

hubiese pasado si nos hubiésemos anticipado al mercado? Posiblemente, estemos más cerca de la innovación de lo que creemos.

Para intentar cambiar esta tendencia, es imprescindible empezar a innovar y, para ello, debemos generar nuevas ideas que permitan mejorar lo que hasta ahora veníamos haciendo.

Para fomentar la generación de ideas, un factor determinante es la creación de Unidades de Innovación, conformadas por diferentes departamentos de nuestra empresa, que tengan como objeto identificar áreas de mejora de nuestro proceso productivo, funcionalidades y aplicaciones de nuestro producto o, incluso, anticipar las necesidades y evolución del mercado.

Es fundamental que sepamos hacia dónde queremos dirigir el rumbo de nuestra empresa, la generación de nuevas ideas y el desarrollo de proyectos innovadores que nos ayudarán a alcanzar los objetivos marcados.

LA UNIÓN HACE LA FUERZA. COOPERAR ES LA CLAVE

Implicar a nuestro entorno empresarial incrementa nuestro potencial, y va a ser imprescindible si queremos sacarle el máximo partido a nuestra propia actividad de I+D+i. La formación y consolidación de redes de cooperación va a darnos una visión global y completa de nuestro sector, nuestro producto y sus aplicaciones, a la vez que nos va a reportar una mayor generación de ideas que servirán como precursores de la innovación.

La labor individualizada de una empresa, en la gran mayoría de los casos, por sí sola no representa una mejora significativa en términos de I+D+i. Sin embargo, cooperar con nuestros proveedores y clientes, e incluso con nuestros competidores, nos va permitir mejorar los productos existentes y hasta lanzar nuevos productos.

Un buen ejemplo de esta cooperación son los nuevos vehículos híbridos o los nuevos vehículos con pila de hidrógeno, donde los grandes fabricantes cooperan con sus proveedores e, incluso, establecen alianzas con sus competidores con un mismo fin común: desarrollar el vehículo del futuro.

En la gran mayoría de los casos, no disponemos ni de las infraestructuras tecnológicas ni de los recursos humanos necesarios como para empezar a innovar. Este, junto con el riesgo inherente que conlleva la innovación, es el principal enemigo del I+D+i empresarial: ¿cómo salvar esta limitación? La respuesta es utilizar apo-

El autor defiende que el crecimiento pasa por fomentar e impulsar la actividad de I+D+i en nuestras empresas. Y se pregunta: ¿estamos dispuestos a hacerlo posible?

tos tecnológicos. Un asesoramiento tecnológico externo es imprescindible para llevar a cabo una actividad innovadora significativa y recurrente. En este sentido, puede ser determinante contar con una red de expertos que den respuesta a nuestras necesidades y nos aporten la experiencia acumulada de otros proyectos desarrollados en diversos campos, como la incorporación de nuevas tecnologías emergentes en el proceso productivo, el desarrollo de nuevos productos o la mejora de los existentes, la introducción de nuevos sistemas de prototipado o la investigación sobre nuevos materiales.

APOYOS EXTERNOS, EL COMBUSTIBLE DEL I+D+i

La dedicación de gran cantidad de recursos humanos y materiales, junto con la incertidumbre inherente a los proyectos de I+D+i, son factores determinantes que hacen que no llevemos a cabo un mayor volumen de actividades innovadoras, cruciales para el crecimiento sostenible de nuestra compañía.

¿Cómo minimizar el riesgo que asumimos con las actividades de I+D+i? La respuesta es clara: aprovechando al máximo el amplio abanico de apoyos externos que tenemos a nuestro al-

cance. El marco actual pone a nuestra disposición gran diversidad de apoyos a actividades de I+D+i. Sin ánimo de ser exhaustivos, citamos los principales:

1.- Incentivos fiscales al I+D+i. Se caracterizan por ser apoyos que no están sujetos a concurrencia competitiva, es decir, dependen exclusivamente del grado tecnológico de nuestro proyecto. Los proyectos de I+D pueden alcanzar una intensidad máxima de apoyo del 64% de los gastos incurridos, mientras que los de innovación tecnológica pueden optar a un 13% como máximo.

2.- Programas de ámbito internacional y europeo. Se caracterizan por ser proyectos en cooperación, donde deben intervenir agentes de diferentes países y diferente naturaleza (grandes empresas, pymes, universidades, etc.).

3.- Programas de ámbito nacional y autonómico. Existen diversos programas de I+D+i que apoyan al desarrollo de proyectos de I+D+i, contratación de personal investigador, inversiones tecnológicas, creación de empresas, etc.

“Gestionar bien las oportunidades existentes va a ser determinante para que nuestra actividad innovadora crezca año a año y nos haga más competitivos”