>A DEBATE / LA INNOVACIÓN EN ANDALUCÍA

# Sólo un 4,1% de las empresas que innovan colaboran con la universidad

Un informe de la Fundación CYD pone de manifiesto la poca confianza que tienen las sociedades en las investigaciones académicas, algo que se refleja en la escasa financiación privada. Por **Álvaro Frías**

Un investigador realiza trabajos en un laboratorio. / EL MUNDO

Las empresas no confían en las investigaciones universitarias. Ésta es una de las principales conclusiones que se extraen del último informe de la Fundación Conocimiento y Desarrollo (CYD), donde se recoge que del total de las empresas que innovaban en el periodo 2005–2007 sólo un 4,1% de ellas colaboraron con la universidad en sus investigaciones.

Las cifras publicadas en el informe de la Fundación CYD muestran, a través de unos datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), que la cooperación más estrecha en innovación entre empresas y universidades durante el citado periodo se dio en el sector de energía y agua. Según estos datos, entre el año 2004 y el 2006 un 41,4% de las empresas que se dedicaban a actividades relacionadas con la energía y el agua eran innovadoras, y de ellas el 19,1% colaboraba con equipos académicos.

Tras este sector, las empresas empleadas en la química, el reciclaje y las comunicaciones son las que más actividades ligadas a la innovación realizaron con apoyo académico. Los datos del INE para el periodo 2004–2006 afirman que, en ese espacio de tiempo, del 69,6% de las empresas químicas que innovaban el 13,3% cooperaba con algún grupo de investigación universitario. Aunque inferiores, también destacan las cifras referentes a los sectores del reciclaje y las comunicaciones, donde el 10,3% y el 9%, respectivamente, de las empresas declararon cooperar en innovación con las universidades.

Por el contrario, las empresas que menos innovaron fueron las dedicadas al sector del comercio y la hostelería, así como las de transportes y almacenamiento. Concretamente, el informe refleja que sólo un 19% de estas sociedades realizaron actividades ligadas a la innovación, mientras que un 1,2% y un 1% de ellas –respectivamente– colaboraron con universidades.

La desconfianza que demuestran las empresas innovadoras en las investigaciones académicas también se refleja en el escaso dinero que éstas aportan para que las universidades lleven a cabo sus indagaciones. En el informe se recoge que la participación de las empresas en la financiación total de la investigación universitaria representó en España sólo un 9% en el 2007.

Pese a que la contribución del sector empresarial en la financiación de la investigación universitaria es relativamente baja en comparación con otras fuentes de inversión, este dato no es tan desalentador si se tiene en cuenta que la financiación de las empresas ha crecido de forma constante en los últimos años, llegando hasta los 317,2 millones de euros en el 2007. Esto implica un aumento de algo menos de 60 millones de euros respecto al 2006.

En comparación con lo que ocurre en otras zonas del mundo, España superó a países como Francia, el Reino Unido, Japón o Estados Unidos en este tipo de financiación, así como la media de Europa, según la publicación *Main Science and Technology indicators 2009/1*.

En relación al campo de investigación, fueron las áreas de ingeniería y tecnología, así como las ciencias exactas y naturales las que contaron con una participación superior de la distribución de la financiación empresarial de la I+D universitaria en el periodo 2000–2007. Como se menciona en el informe de la Fundación CYD, se confirma una tendencia ascendente en la financiación empresarial en los sectores de ingeniería y tecnología, y otra decreciente en el campo de las ciencias exactas y naturales.

Al igual que en años anteriores, las ciencias agrarias y las humanidades fueron las áreas que menos financiación empresarial de la I+D universitaria obtuvieron.

A pesar de estas cifras, la colaboración entre las empresas y las universidades es una realidad. Ejemplo de ello son las *spin–offs*, unas empresas basadas en conocimientos creados en las universidades y que están impulsadas por investigadores, profesores o universitarios.

Aunque existen leyes que controlan la participación del personal académico en las *spin–offs*, la creación de empresas universitarias es una forma de observar la relación entre las universidades y las empresas. Según el informe del CYD, en el 2008 la constitución de estas empresas presentó un descenso en comparación con el año anterior.

En el año 2008 se crearon 100 *spin–offs*, lo que implica una bajada de 20 sociedades respecto al año anterior y de 43 *spin–offs* en relación al 2006.

**El sector de la energía** y el agua es donde las empresas colaboraron más con las universidades

## ORIENTACIÓN COMERCIAL

## Las patentes

**UN AUMENTO DESDE EL 2000.** Uno de los aspectos que estudia la Fundación CYD son las patentes, ya que son un indicador de la actividad investigadora de la universidad y de la orientación comercial de sus resultados. Las solicitudes de patentes realizadas por las universidades españolas, a través de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), se incrementaron de forma constante desde el 2000, pasando de 238 solicitudes a 492 en el 2008. Las solicitudes de patentes en la OEPM realizadas por las universidades españolas en el 2008 representaron el 14,9% de las solicitudes totales presentadas en dicha oficina.

## Francisco Barrionuevo

**Innovación y crisis.** Sería necesario realizar un profundo análisis sobre la función que juega la innovación hoy día o el papel que se quiere que juegue. Es decir, innovar, ¿para qué? ¿para sacar un nuevo producto al mercado? ¿para propiciar un cambio o una mejora en los procesos y en los servicios? Creo firmemente que el reto de la innovación está en mejorar la productividad de las empresas y las instituciones.

**Propuestas de futuro.** Decididamente hay que apostar por la innovación que se genera en las universidades, en los grupos de investigación. Y hay que poner en evidencia el trabajo que estos llevan realizando desde hace años. Cuando una empresa tiene una necesidad recurre a la mejor fuente o al mejor productor que pueda solucionar esa necesidad. Lo mismo ocurre con la innovación, hay que ir al foco en el que ésta se genera, que no es otro que la universidad.
Si hablamos de acciones concretas habría que ir a potenciar las fórmulas por las que empresas e instituciones pueden acceder a esta innovación, mediante la creación de *spin–offs*, a través de la transferencia de resultados de las OTRI o potenciando proyectos de I+D+i en el que tengan cabida grupos de investigación.

**Claves.** Mejora de la productividad, de la rentabilidad y de la calidad percibida.

**Francisco Barrionuevo** es doctor en Administración de empresa y Bachelor's degree por la American World University. Diplomado en alta dirección IIST-IESE, Master en marketing por ESIC y MBA por la escuela de negocios Esesa. Presidente ejecutivo de Novasoft y presidente del Consejo Social de la Universidad de Málaga.

## Juan Gómez

**Innovación y crisis.** La innovación proporciona a la empresa un valor añadido que radica fundamentalmente en el conocimiento diferencial. Esto significa, por un lado, un mayor potencial de competitividad, y, por otro, una menor vulnerabilidad frente a la deslocalización de las empresas. Es decir, empresas y empleos más robustos.

**Propuestas de futuro.** Insistir en un cambio de cultura empresarial. La innovación no debe entenderse sólo como una forma de conseguir financiación pública. El empresario debe creer en el valor de la innovación *per se* como herramienta para conseguir una empresa competitiva, y, por lo tanto, viable.

**Claves.** Liderazgo, formación e investigación.

**Juan Gómez Ortega** es doctor en Ingeniería Industrial. Catedrático de la Universidad de Jaén y director de la escuela Politécnica Superior de la UJA. Su grupo de Robótica, Automática y Visión por Computador mantiene lineas de investigación que van desde la automatización de edificios a la aplicación de la automática a la olivicultura.