



Que inventen ellos

2009-04-15

08)	Rank (2008-09)
 US	1
 Germany	2
 UK	3
 Japan	4
 France	5
 Switzerland	6
 Singapore	7
 Canada	8
 The Netherlands	9
 Hong Kong	10
 India	41

Global Innovation Index

Más correcto de lo que parece

Hace ya muchos años Miguel de Unamuno pronunció la célebre frase cuando le preguntaron sobre las acciones que España podría emprender para promover el desarrollo del conocimiento científico.

Recientemente se acaba de publicar el segundo Global Innovation Index 2008/2009 realizado por el Insead y la Confederation of Indian Industry.

Vuelve a encabezarlo Estados Unidos de América por segunda vez y le siguen Alemania, Suecia, y Reino Unido. Países como Francia han retrocedido al puesto 19 y España se sitúa, como viene siendo habitual, en un modesto puesto número 28 por debajo de países como Nueva Zelanda, Emiratos Árabes Unidos, Qatar e Israel pero por encima de Italia, en el puesto 31.

La clasificación se realiza en base a subclasificaciones denominadas Inputs (Instituciones y políticas, Capacidad humana, infraestructuras, mercados y negocios) y Outputs (Conocimiento, competitividad y riqueza). Dentro de estos dos subapartados, España puntúa mejor en la primera que en la segunda gracias a una mejor situación en desarrollo de mercados y también en infraestructuras y TIC.



En Outputs mantenemos una posición poco menos que discreta gracias al puesto número 20 otorgado en competitividad.

El año 2008 ha sido un buen año en su conjunto, aunque ahora pueda parecer lo contrario. El producto interior bruto creció todavía un añorado 1.2%. Es posible que el próximo ranking no sea tan benévolo.

Esta contrastado que los países que innovan en la creación de tecnología y ponen los medios para su utilización crecen más rápido. Pero, esta información puede llevar a errores de planteamiento estratégico en algunas empresas.

Generalmente entendemos por innovación los avances que se producen en los niveles más altos del conocimiento. El famoso Gran Colisionador de Hadrones recientemente instalado en el CERN cerca de Ginebra, pertenece a este nivel y puede, dicen, dar las claves de cómo se origino el Universo.

Este conocimiento puede parecer a veces inútil, tal y como sucedió con la teoría de la relatividad en su momento pero hoy no sería posible el funcionamiento correcto del GPS sin tener en cuenta sus principios.

Muchas PYMES sienten la necesidad de diferenciarse para poder competir contra los grandes campeones de la industria, cada vez más globalizados y con mayores recursos para investigación. Hace solo unos años, General Electric dedicaba a I+D el 50% de lo que dedica todo el estado español.

Para estas empresas sería interesante recordar que la innovación no solo se produce en el conocimiento básico y protegido con patentes. El profesor **Amar Bhidé** de la Universidad de Columbia en su libro *The Venturesome Economy: How Innovation Sustains Prosperity in a More Connected World* (Princeton University Press, 2008), explica como el sector industrial en Estados Unidos solo representa el 12% del PIB mientras que absorbe el 42% de los recursos en I+D.

Esta desproporción es si cabe mas notable cuando se comprueba que el sector de servicios representa nada menos que el 70% del PIB.

Aun así, Estados Unidos mantiene esa envidiable primera posición en el ranking de innovación pero su capacidad de generación de riqueza no es consecuencia directa de ello sino precisamente de su disposición a adoptar los avances y las nuevas tecnologías mediante su imponente maquinaria comercial de distribución y venta.

Este fenómeno le puede resultar familiar a más de un empresario. Cuantas grandes innovaciones se han producido en el seno de una PYME, a veces un autónomo, tras un largo periodo de lucha y sacrificio y cuando finalmente el producto esta listo para si comercialización, no se dispone de recursos económicos suficientes para promoverlo o, como pasa tantas veces, una empresa del sector mucho mas grande, copia la innovación cambiando solo lo necesario para no incurrir en un delito y lo implanta en el mercado en cuestión de días dejando sin opciones al autentico inventor de la idea.

Es de agradecer la conciencia que existe hoy en España para promover la innovación tecnológica pero esto depende de muchos factores para que sea viable.



En primer lugar es un camino de largo recorrido en el que los resultados tardaran en hacerse notar. Debe realizarse la mayoría de las veces en colaboración con otras empresas o instituciones, los conocidos como clusters y que cuya importancia ha retratado magistralmente **Malcom Gladwell** en su best seller *Outliers*. Y por ultimo no es, para muchas empresas, la estrategia más conveniente por su relación coste-beneficio.

En su lugar, las empresas pueden optar por el nivel medio y bajo de innovación (*ground level innovation*) adecuando sus estructuras y mentalidad para sacar el máximo provecho de los avances en invenciones realizados en otros países. Ejemplos no faltan. Algunas empresas españolas han obtenido un crecimiento espectacular y grandes beneficios aplicando una estrategia de liderazgo en costes a productos y tecnologías descubiertos en otros países. Recordemos la industria del automóvil y de cómo España se convirtió en el tercer fabricante europeo.

Los tiempos cambian y también las estrategias pero, aplicando innovación a este nivel se pueden conseguir grandes resultados, No olvidemos que por ejemplo en marketing España tiene mucho margen de mejora.

Puede ser que a Unamuno no le faltara razón.

Ignacio Prieto

ignacio.prieto@bwconsultores.com