

Innovar o languidecer

ANTÓN COSTAS

EL PAÍS - NEGOCIOS - 31-05-2009

Hace unos años, en plena fase expansiva, le pregunté a un conocido industrial manufacturero si su empresa dedicaba mucho dinero a innovar y si tenía contratados a doctores universitarios para esta función. Me dijo que lo haría si viese motivos, pero que honestamente no los veía.

Me he acordado estos días de esta anécdota en un debate sobre el modelo productivo. Algunos de los participantes atribuyeron la escasa capacidad de innovación española a la mala calidad de la oferta de profesionales, técnicos y científicos que salen del sistema educativo e investigador. Pero cada vez estoy más convencido de que el problema no es de oferta, sino de falta de demanda de innovadores por parte de quien tiene que hacerla: los empresarios.

Pero antes de analizar con más detalle esta conjetura, déjenme detenerme un momento en la importancia que tiene la innovación.

Uno de los diez mandamientos de la ciencia de la economía dice que el nivel de vida de un país depende a largo plazo de su capacidad para producir bienes y servicios. Cuanto más productivo es, mayor nivel de vida puede lograr.

¿Cómo estamos de productividad? No es para tirar cohetes, pero tampoco para suicidarse. Va por barrios. Algunas actividades, especialmente las industriales, tienen niveles mayores que otras. Y las empresas grandes, mejores resultados que las medias. El tamaño

importa. El problema es que tenemos pocas empresas grandes y muy grandes.

¿Cuál es la causa general de esta baja productividad? No parece ser que los españoles trabajen poco. De hecho, trabajan más horas que franceses o alemanes. El problema es otro. Está en la capacidad para innovar.

Por un lado, la capacidad para producir las mismas cosas, pero de forma más eficiente y a menor coste. Es la innovación de proceso. Este tipo de innovación es la que permite ser más competitivos en productos tradicionales. La gallega Zara ha conseguido ser líder mundial cambiando la manera de producir y vender en un sector tan tradicional como el textil.

Por otro, la capacidad para hacer cosas nuevas que otros aún no han hecho. La innovación de producto. Aunque a veces la asociamos a nuevas tecnologías como el teléfono móvil o el iPod, innovación de producto fue también el Chupa Chups o el actual Nespresso.

Si la innovación es el motor de la productividad, y ésta del nivel de vida, ¿cómo estamos de innovación? También en este terreno la cosa va por barrios. Se ha avanzado, pero nuestro aparato productivo sigue concentrado en procesos y productos tradicionales y poco innovadores.

Volvamos ahora a la conjetura inicial. ¿Cuál es la causa de nuestra baja capacidad de innovación? Una respuesta intuitiva es pensar que la oferta de gente creativa es escasa. Dicho de otra forma, que los trabajadores, los técnicos y los científicos que salen de nuestras escuelas y universidades son poco proclives a la innovación.

Pero esta explicación no es suficiente. Los estudios sobre economía de la educación señalan que aun cuando se aumente la oferta de recursos educativos -más centros y más profesores-, eso no genera de forma automática más oferta de gente innovadora.

En los últimos cinco años he dirigido un seminario de una semana en la ría de Vilagarcía de Arousa para los 50 mejores estudiantes de bachillerato de Galicia. Todos con notas medias superiores a 9. Por cierto, 35-37 siempre eran mujeres. Pero era frustrante ver el pesimismo con que algunos de esos jóvenes de la élite estudiantil veían su futuro. Dudaban si valía la pena esforzarse para, al final, acabar "descargando cajas de pescado en la lonja del puerto de Vigo", como me dijo uno de ellos que hacía un primo suyo ingeniero de telecomunicaciones.

¿Por qué los emprendedores españoles demandan tan poco talento innovador para sus empresas? Una parte de la respuesta es que hasta ahora no la necesitaban para que sus negocios fuesen bien. Es el caso de mi amigo industrial. En este sentido, el empresario se comporta como lo hace la naturaleza. Ésta es parsimoniosa a la hora de cambiar. Se apega a las cosas que funcionan, y reinventa sólo cuando es absolutamente necesario.

La otra parte de la respuesta está en ciertas limitaciones con las que se encuentran muchos emprendedores a la hora de innovar. Por un lado, han de descubrir si las nuevas actividades que quieren llevar a cabo se pueden hacer a un coste suficientemente bajo para ser rentables. Este tipo de información no siempre está disponible. Por otro, muchos proyectos para ser rentables requieren que se lleven a cabo otro tipo de

inversiones simultáneamente. En este caso aparece un problema de coordinación entre varios actores que puede desalentar nuevas actividades innovadoras.

¿Qué hacer? Además de esperar que la crisis incentive el espíritu innovador, aunque sólo sea por espíritu de supervivencia, hay que hacer algo más. Necesitamos alguna suerte de política industrial. No la tradicional, centrada en exenciones fiscales y bonificaciones, sino una basada en la colaboración estratégica entre el sector público, el sector financiero y los emprendedores. Si me piden algún ejemplo, les pondría la exitosa agricultura de invernadero de Almería surgida de una colaboración de ese tipo.

En todo caso, el dilema está claro: innovar o languidecer. Ésa es la cuestión.