

Competencia desleal y *chiringuitos* universitarios

Amalio A. Rey
Director de eMOTools SL
www.emotools.com

En un momento en el que tanto se habla (con razón) de la necesidad de que las universidades sean más emprendedoras, conviene abordar un tema que, a pesar de estar en boca de todos, no recibe la atención que merece por ser ciertamente delicado.

Ningún lector es ajeno a las numerosas críticas que suelen hacerse a la Universidad por supuesta "competencia desleal" cuando presta servicios tecnológicos, a costes subvencionados con fondos públicos, que pueden ofrecer perfectamente las empresas.

Si aceptamos como válidos los principios de la Economía de Mercado, entonces habrá que discutir qué papel debe jugar la oferta tecnológica pública, dentro de este complejo puzzle que llamamos "mercado".

Prefiero hablar de lo "legítimo", y dejar a un lado la discusión sobre lo "legal" que es mucho más enrevesada y absurda. Esta discusión es importante porque nos sirve para **determinar qué es legítimo, y que no lo es**, en los servicios que ofrecen algunos grupos universitarios.

Lo que subyace lógicamente en esta pregunta es la creencia más firme de que, **en éste ámbito, no vale todo**. Las universidades y los centros de investigación deben saber encontrar su lugar, que lo tienen.

La interrogante de fondo que hay que responder es cuál ha de ser el papel diferencial, el "valor añadido" de estos centros públicos de investigación dentro del sistema de mercado.

La práctica demuestra que el riesgo de *tirar precios* y acometer proyectos intensivos en trabajo y pobres en investigación es alto. Esta situación se dispara cuando algunas empresas solo acceden a la universidad en busca de especialistas a un bajo coste, y se ponen en contacto con grupos que no son nada selectivos en los proyectos que aceptan realizar.

Soy un convencido defensor de que los grupos universitarios "levanten la cabeza del laboratorio", como he titulado un artículo anterior en esta columna. Pero también he insistido siempre a los investigadores que deben evitar la tentación de convertirse en meros "chiringuitos" para vender servicios técnicos repetitivos a costes subvencionados.

Las universidades, con sus OTRIs y Vicerrectorados de Investigación y Cooperación Empresarial al frente, deben definir criterios claros para que en este tipo de actividades haya realmente una transferencia de tecnología (innovadora) a la sociedad.

¿Hasta dónde deben llegar los grupos universitarios? Pues yo lo tengo claro, deben transferir know-how que no se encuentra fácilmente en el mercado y desarrollar su trabajo hasta la fase de prototipo. **Los límites de su actuación están precisamente en el diseño de un prototipo que funcione.** Son las empresas las que deben encargarse de escalar el producto, del mantenimiento y el servicio de post-venta.

¿Qué otras cosas pueden hacer los grupos universitarios? Pues una tarea importante sería impulsar iniciativas tecnológicas que sirvan de "efecto de demostración" para el tejido de empresas del entorno. **Hacer cosas que no hayan hecho las empresas** y transferir estos "modelos innovadores" para que otros los reproduzcan en el mercado.

Por ejemplo, ¿estaría bien que la Universidad de Málaga diseñe e implante una "tienda virtual" para alojar las Pymes de la provincia? Si no existiera un servicio similar que sea asequible en precio (siempre calculados de forma transparente) y con una calidad razonable, y **este proyecto demuestra claramente que es "innovador" para lo que ya existe en el mercado**, entonces sería legítimo acometerlo pero su gestión y comercialización posterior no debería quedar en ningún caso en manos de la propia universidad.

Insisto, es importante evitar la tentación de desarrollar servicios comerciales basados en tecnologías estandarizadas en el mercado y que no constituyen actividades realmente innovadoras. Dejemos a las empresas que asuman la fabricación y distribución de los productos al gran mercado, o siendo más precisos, la reproducción a escala industrial de modelos innovadores desarrollados en "laboratorio". Esa no es labor de la universidad.

Si se está pensando en desarrollar tecnologías hasta su comercialización para el gran mercado, por ejemplo la tienda virtual antes citada, entonces puede optarse por transferir la tecnología a una compañía spin-off, pero **con una gestión y contabilidad de costes convenientemente separada de la Universidad y que se someta a las reglas naturales del mercado como cualquier otra empresa**, salvo algún apoyo (de infraestructuras y de otro tipo) en los primeros años para facilitar su consolidación, como se haría con cualquier empresa de interés general.

Pondré un **buen ejemplo** que se ajusta a la dinámica antes propuesta: un laboratorio de la Universidad desarrolla una novedosa

técnica de diagnóstico molecular para enfermedades hereditarias. Una vez codificada y estabilizada la técnica, se transfiere la tecnología a una empresa que se encargue de ofrecerla como servicio. Sólo una razón justificaría que el laboratorio universitario asuma también el servicio (con las debidas medidas de seguridad y control de calidad que se exigen a los laboratorios) y es la ausencia de empresas u hospitales capaces de asumir el servicio por razones de rentabilidad o de otro tipo. En este caso, la Universidad puede satisfacer este servicio social hasta tanto sea posible transferir el servicio a una entidad adecuada.

Ahora comento un **mal ejemplo**, que incumple el principio antes enunciado: una universidad ofrece servicios habituales de secuenciación a empresas por precios muy inferiores a los del mercado, aprovechándose del hecho de que no necesita amortizar ciertos costes gracias a la financiación pública. De este modo está haciendo competencia desleal a empresas que operan con costes reales.

Más grave aún: Algunos profesores venden servicios profesionales paralelos a la Universidad utilizando recursos de la misma que no pagan, como el tiempo y la infraestructura. Si bien la Ley permite cierta flexibilidad en este campo, algunos investigadores abusan de la infraestructura sin una contraprestación clara para la universidad y se aprovechan de la benevolencia en la gestión económica que se practica a veces en el entorno académico.

El resultado de estas prácticas es claramente contraproducente. Se están presentando como positivas algunas acciones de cooperación Universidad-Empresa que en el fondo lo que hacen es destruir empleo y distorsionar seriamente la transparencia de mercado. **Quiero dejar claro que cualquier cooperación no es buena, y para eso tendríamos que afinar las estadísticas que nos sirven para el análisis.** Si un grupo universitario está vendiendo servicios que se pueden ofrecer perfectamente por empresas del entorno (lo que se explica solo porque los vende más baratos), entonces tendríamos que dejar bien claro que esa cooperación no la queremos.