

Expertos invitados:

**D. Juan Mulet,**  
Director General Fundación COTEC

**D. Andrés Zabara,**  
Dirección de Promoción y Cooperación CDTI



Barómetro  
Internacional  
de Financiación  
de la Innovación

2013

**Alma**<sup>cg</sup>

## Índice

Objetivos .....	03
Principales conclusiones .....	03
Análisis de la muestra .....	06
Percepción de la competitividad y la innovación empresarial .....	09
Mecanismos para la financiación de la Innovación .....	24
Focus: deducciones fiscales a la I+D+i .....	31

## Objetivos

**01-** Medir el impacto de estos mecanismos en términos de crecimiento e innovación

**02-** Visión de los mecanismos que usan las empresas para financiar su I+D

## Principales conclusiones

### Internacional

**3 de cada 4** empresas se consideran **innovadoras**

La **competitividad** se asocia principalmente con la innovación

La **innovación** es obligatoria para incrementar la competitividad (**68%**) e importante (**28%**)

### Nacional

**2 de cada 3** empresas se consideran **innovadoras**

La **competitividad** se asocia principalmente con la satisfacción del cliente

La **innovación** es obligatoria para incrementar la competitividad (**54%**) e importante (**42%**)

A pesar de que las entidades opinan que no es fácil innovar, tanto a nivel nacional como internacional, en torno a **un 70% afirman innovar frecuentemente** en productos o procesos.

## Principales conclusiones

**1-** El 40% de las entidades encuestadas en el territorio nacional llevan aplicando deducciones una media de 5 años.

**2-** El 75% de los encuestados necesitan ayuda externa para el asesoramiento y gestión de las deducciones fiscales.

**3-** El 50% de los encuestados piensan que innovar sin las deducciones fiscales sería significativamente más difícil.

**4-** Las deducciones permiten mejorar su competitividad, aumentar el número de proyectos de I+D y atraer las actividades innovadoras.



Los datos del Barómetro Internacional de Financiación de la Innovación **confirman algunas de las percepciones que tenemos en CDTI sobre la realidad del tejido innovador español** que, a pesar del crecimiento en las últimas décadas y la resistencia que ha experimentado ante la crisis, todavía tiene unas características bastante diferenciadas del resto de los países de nuestro entorno.

**D. Andrés Zabara,**

Director de Promoción y Cooperación CDTI



La edición de 2014 del Barómetro Internacional de Financiación de la Innovación de Alma CG ofrece interesantes datos para **comprender en qué se diferencia la innovación española** de la que caracteriza a la media de los diez países europeos que han participado en la consulta.

**D. Juan Mulet,**

Director General Fundación COTEC

Cotec

## Análisis de la muestra

El presente estudio se ha desarrollado desde un enfoque multisectorial, dirigido a empresas de diversos sectores y naturaleza, de manera que se ha conseguido una muestra representativa del tejido industrial en los países objeto del análisis.

Tanto a escala internacional como nacional, **la mayoría de las entidades encuestadas son Pequeñas y Medianas Empresas (PYMEs)**.

El 25% de los encuestados a nivel nacional, superan los 250

trabajadores y las empresas presentan una cifra de facturación superior a 50 millones de euros. Asimismo, el 64% de la muestra española analizada se corresponde con **empresas maduras de más de 20 años de experiencia** en sus mercados.

El análisis se ha realizado desde una **perspectiva multisectorial**, predominando a escala nacional las empresas del área de la construcción, ingeniería, industria manufacturera (metalurgia, industria química, alimentaria, etc.) y tecnologías de la información.



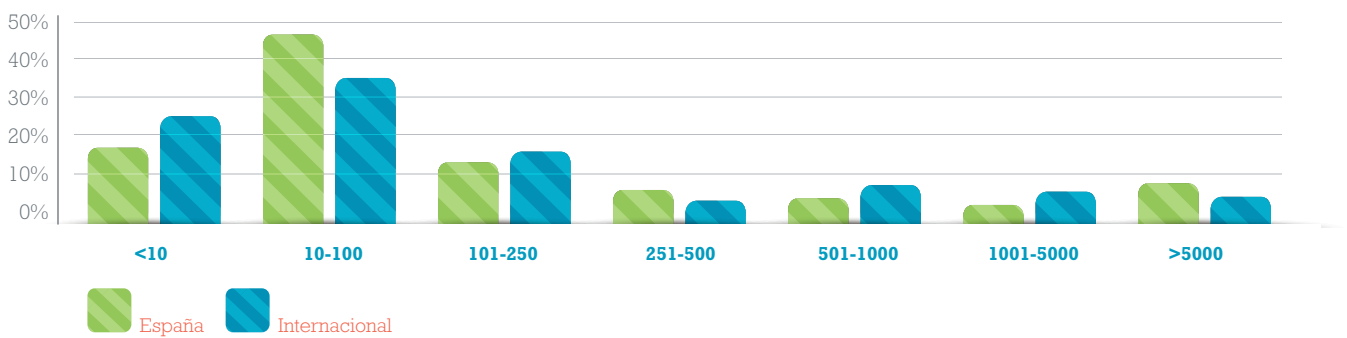
El Barómetro de la Innovación, que realiza anualmente Alma Consulting Group, es un instrumento útil para analizar el ecosistema completo de I+D+i. Además, sirve para **reflexionar acerca de las estrategias empresariales** y de su alineamiento con las políticas públicas de cada país.”

**D. Emmanuel Mielvaque,**  
Country Manager de España y Portugal  
de Alma Consulting Group

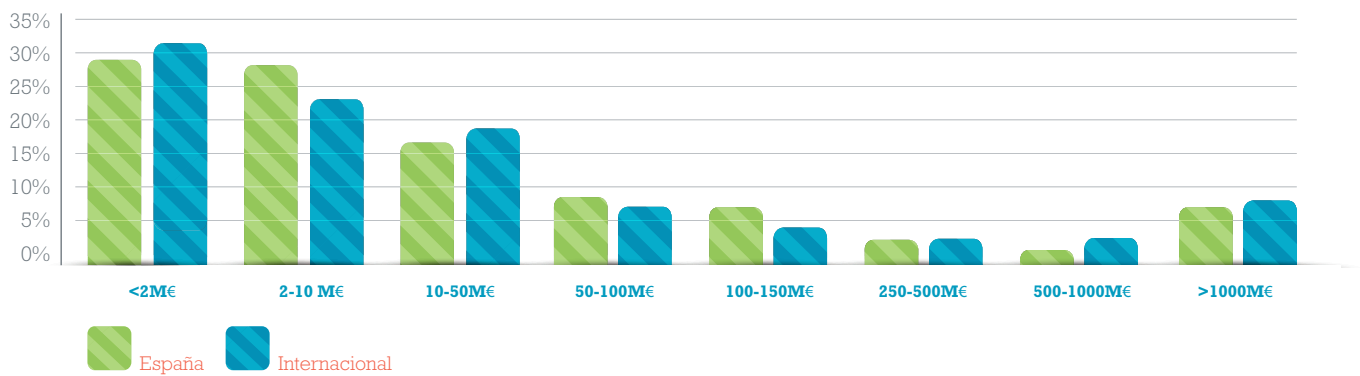
**Alma**<sup>cg</sup>

## Análisis de la muestra

### Empresas por número de empleados

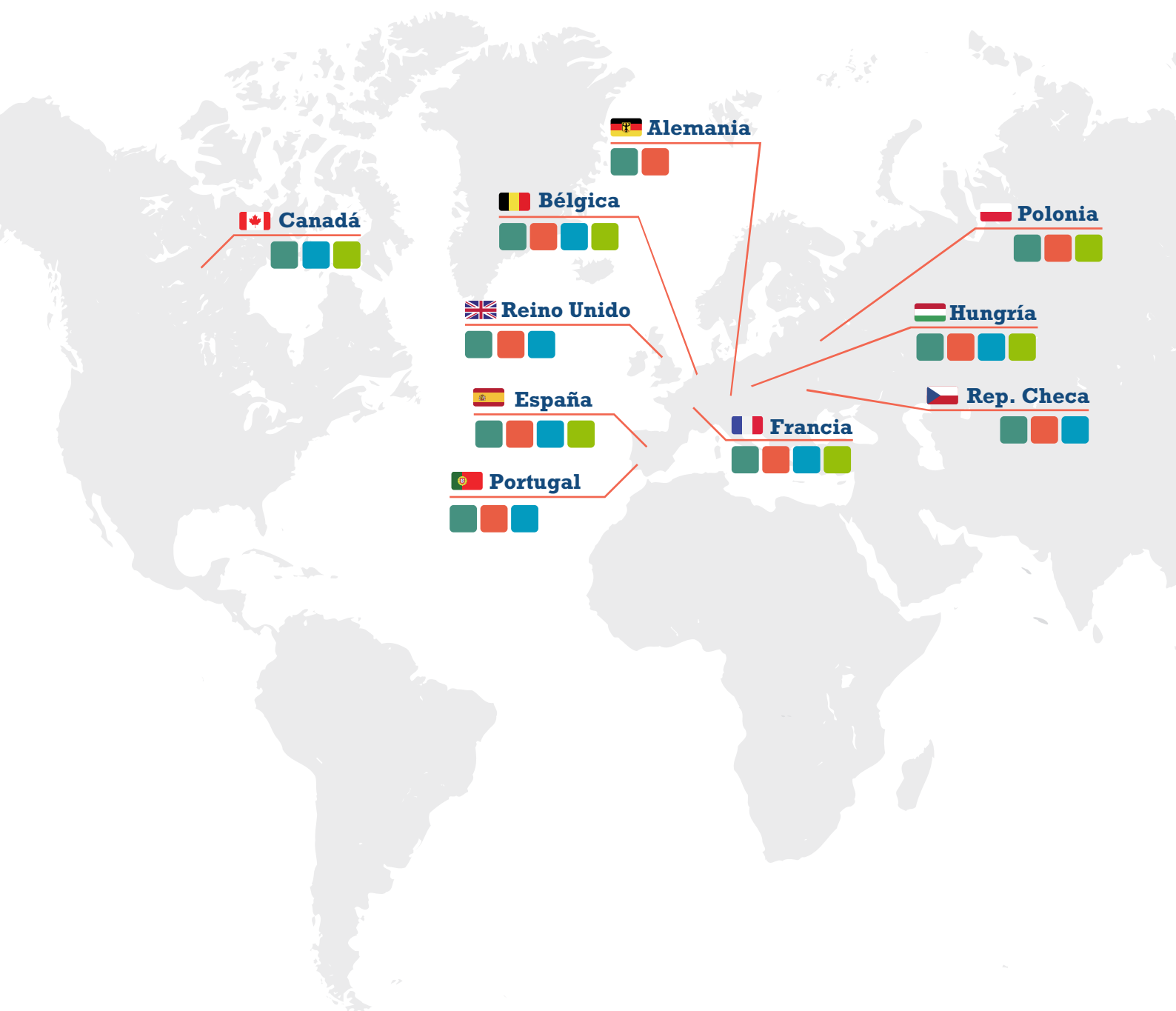


### Empresas por volumen de facturación (en MM de €)



## Mapa de la innovación

- Ayudas directas Nacionales
- Ayudas directas Europeas
- Deducciones fiscales (ayudas indirectas)
- Otros incentivos fiscales



## Mapa de la innovación

País	Principales ayudas directas	Principales ayudas indirectas / incentivos fiscales
<b>Bélgica</b>	<p>Ayudas Europeas: H2020 y FEDER</p> <p>Ayudas Nacionales: Plan Marshall, IWT</p>	<p>Deducciones por I+D: Deducciones por inversión (DPI) o por investigación</p> <p>Otros incentivos fiscales: Bonificaciones a la Seguridad Social, Single Innovation Premium y Patent Box</p>
<b>Canadá</b>	<p>Ayudas Federales: Programa de la Comercialización de la Innovación, Programa piloto de la Adopción a la Tecnológica Digital</p>	<p>Programa Federal RS&amp;DE (posible contribución adicional dependiendo de la región)</p> <p>Otros incentivos fiscales: Deducciones por medios digitales, Deducciones por materia electrónica</p>
<b>España</b>	<p>Ayudas Europeas: H2020 y FEDER</p> <p>Ayudas Nacionales: ayudas para la I+D e Innovación de MINECO (Ministerio de Industria y Competitividad) y MINETUR (Ministerio de Industria, Energía y Turismo)</p>	<p>Deducciones fiscales por I+D+i y Deducciones por Medio Ambiente</p> <p>Otros incentivos fiscales: Bonificaciones a la Seguridad Social, libertad de amortización fiscal para activos de I+D y Patent Box</p>
<b>Francia</b>	<p>Ayudas Europeas: H2020 y FEDER</p> <p>Ayudas Nacionales: BPI, FUI, ANR, Inversiones futuras.</p>	<p>Deducciones Fiscales por investigación</p> <p>Otros incentivos fiscales: Young Innovating Company y Patent box</p>
<b>Hungría</b>	<p>Ayudas Europeas: H2020 y FEDER</p> <p>Ayudas Nacionales: Fondos de apoyo directo a la Innov.</p>	<p>Incentivos fiscales por I+D</p> <p>Otros incentivos fiscales: Patent Box</p>
<b>Polonia</b>	<p>Ayudas Europeas: H2020 y FEDER</p> <p>Ayudas Nacionales: Agencia Polaca de Desarrollo Empresarial, Crédito Tecnológico.</p>	<p>Ningún tipo de deducción fiscal</p> <p>Otros incentivos fiscales: deducciones por compra de la licencia de una patente</p>
<b>Portugal</b>	<p>Ayudas Europeas: H2020 y FEDER</p> <p>Ayudas Nacionales: QREN (Marco Estratégico Nacional de Referencia)</p>	<p>SIFIDE Sist. de Incentivos Fiscales por I+D empresarial</p> <p>Otros incentivos fiscales: Patent Box</p>
<b>Rep. Checa</b>	<p>Ayudas Europeas: H2020 y FEDER</p> <p>Ayudas Nacionales: Programa Operativo para la empresa y su Innovación: OPPI.</p>	<p>Desgravación fiscal por I+D</p>
<b>Reino Unido</b>	<p>Ayudas Europeas: H2020 y FEDER</p> <p>Ayudas Nacionales: Subvenciones por I+D</p>	<p>Deducciones fiscales por I+D+I</p> <p>Otros incentivos fiscales: Patent box</p>



# **1** Percepción de la competitividad y la innovación empresarial

## 1.1 Impacto de la competitividad en el mercado

La competitividad es la capacidad de un país o de una empresa para, proporcionalmente, generar más riqueza que sus competidores en los mercados mundiales. Para estudiar la percepción que cada empresa tiene sobre su competitividad, y la de su país, es necesario saber que

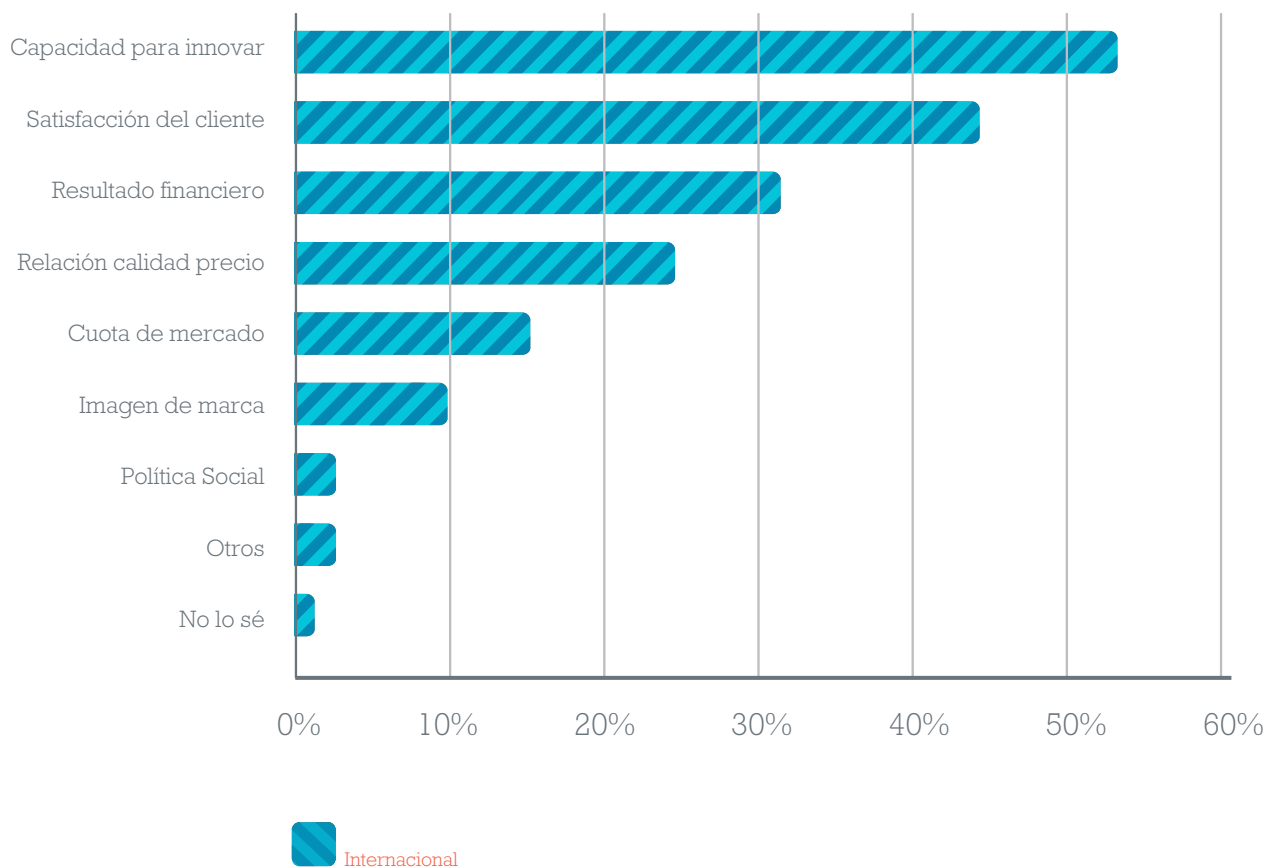
factores se consideran fundamentales en este aspecto.

Ante la pregunta, **a la hora de evaluar la competitividad de una empresa, ¿se debe dar prioridad a su...?** A continuación, se muestran los resultados obtenidos.

## 1.1 Impacto de la competitividad en el mercado

A nivel internacional, más de la mitad de las empresas encuestadas consideran que el factor más importante, que define la

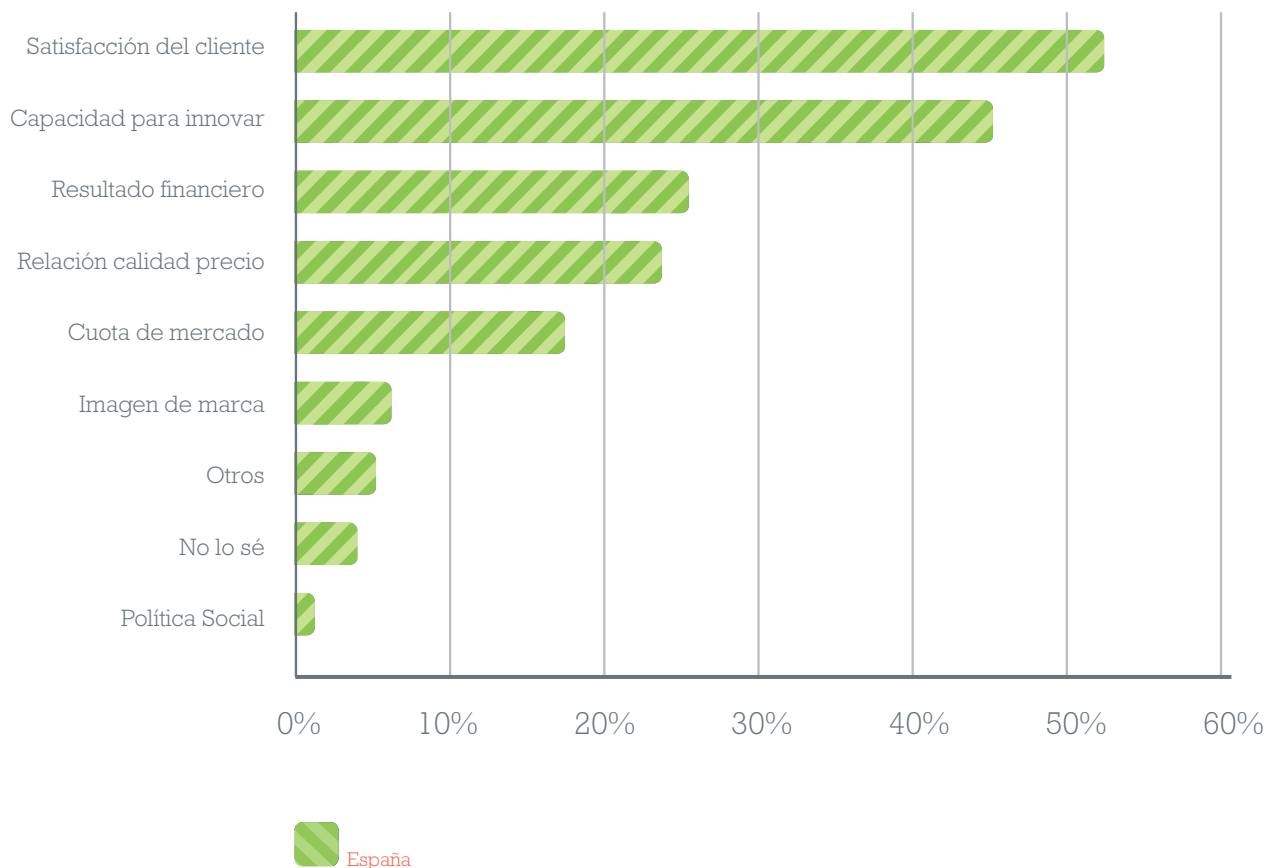
competitividad de una empresa, es su **capacidad para innovar**. Seguido por la satisfacción del cliente y la relación calidad/precio.



## 1.1 Impacto de la competitividad en el mercado

En el caso de España, se invierte el orden de las dos primeras opciones, **situándose en primer lugar la satisfacción del cliente**. Este

resultado da una primera idea del concepto de innovación que tienen las empresas españolas frente al resto de países encuestados.

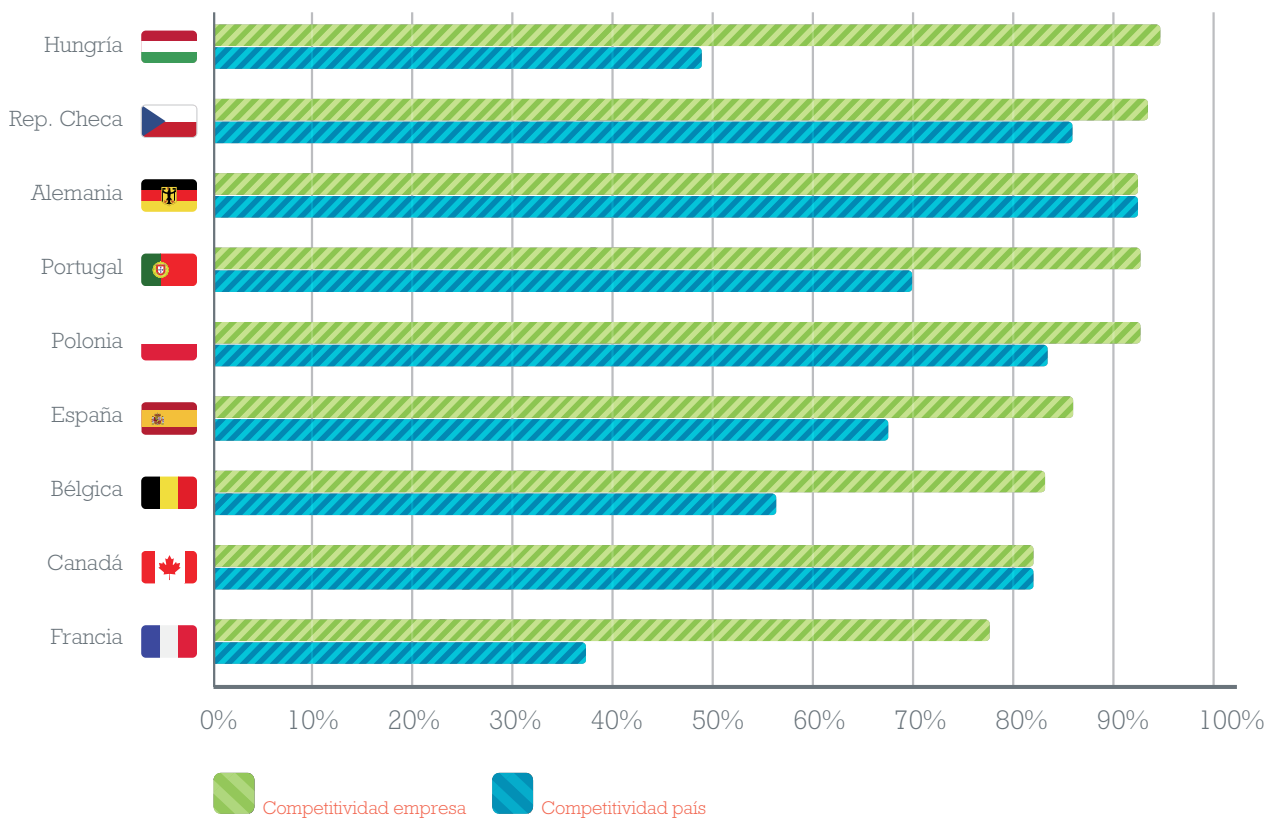


## 1.2 Impacto de la competitividad en el mercado

Una vez analizadas las principales variables de las que depende la competitividad empresarial, se analiza la percepción que poseen

las empresas encuestadas acerca de su competitividad en el sector y la de su país a nivel mundial.

- ¿Considera a su empresa competitiva?
- ¿Considera a su país competitivo?



	Francia	Canadá	Bélgica	España	Polonia	Portugal	Alemania	Rep. Checa	Hungría
Competitividad empresa	79%	82%	83%	86%	92%	92%	92%	93%	94%
Competitividad país	37%	82%	57%	68%	83%	70%	92%	85%	49%

## 1.2 Impacto de la competitividad en el mercado

Como se puede observar en los datos obtenidos por las empresas encuestadas, algunos países, como el caso de Portugal, Bélgica, Hungría, España o Francia, no tienen una percepción similar de la competitividad de su país y la de sus propias empresas. Por ejemplo, en el caso de España **el 86% de las empresas se consideran competitivas frente al 68% que consideran a su país competitivo**, abriéndose una brecha en cuanto a políticas

estratégicas empresariales y políticas nacionales se refiere. Caso similar ocurre en Francia y Hungría, aunque en este caso la brecha es aún mayor. En el caso de **Francia solo el 37% consideran a su país competitivo, mientras que en el caso de Hungría es el 49%**, aunque es el primero en la lista si nos referimos a la competitividad empresarial (94%). Para el resto de países las políticas públicas se encuentran alineadas con las estrategias empresariales.

Desde mi punto de vista, **uno de los motivos de la menor capacidad innovadora de las empresas españolas está en su menor tamaño y en los esfuerzos desiguales que realizan en la materia**. Mientras que en Alemania o en Francia el grueso del gasto empresarial en I+D es acometido por grandes empresas (simplificando, de más de 250 empleados), en España las grandes empresas realizan en proporción mucha menos inversión.

Así, en Alemania las PYMES ejecutan el 11% del total de gasto empresarial en I+D o el 20% en el caso francés, en España realizan el 48% (datos comparables de 2011). De hecho, si miramos los gastos medios por tamaño de empresas, veremos que las pymes españolas se desempeñan bastante bien, con una media por empresa de 22.302 euros<sup>1</sup> frente a los 13.170 euros en Alemania o los 20.974 euros en Reino Unido, aunque con valores por debajo de las pymes francesas (37.794 euros) o las holandesas (34.053 euros)<sup>1</sup>.

**D. Andrés Zabara,**  
Director de Promoción y Cooperación CDTI



## 1.3 La innovación como motor empresarial

Frente a la cultura tradicional que dictaba que la innovación quedaba exclusivamente ligada a un contexto industrial y tecnológico, actualmente las empresas deben asumir que la **innovación afecta a todas sus áreas funcionales**, desde el diseño y desarrollo de bienes o servicios y la comunicación y el marketing,

hasta los recursos humanos o la gestión empresarial. Para saber la percepción que tiene la muestra sobre la innovación dentro de las empresas se analizaron las características que mejor definen a una empresa innovadora, obteniendo las siguientes respuestas.

“ Seguramente, la diferencia más significativa entre la situación de la innovación española y la del colectivo internacional, que también incluye España, es **la mayor importancia que las empresas españolas consultadas dan a la innovación no tecnológica**. Esto se refleja en la pregunta sobre la característica que considera que mejor define a una empresa innovadora. Las españolas la atribuyen a la preocupación por la organización y los procesos, con casi veinte puntos porcentuales sobre su siguiente elección, mientras que la media internacional prefiere la inversión en I+D, seguida de la posibilidad de abrir nuevos mercados. Y también queda patente, cuando se da la opinión sobre cómo evaluar la competitividad de una empresa. Las españolas prefieren la satisfacción de los clientes, mientras que para el conjunto de las internacionales es la capacidad de innovar.”

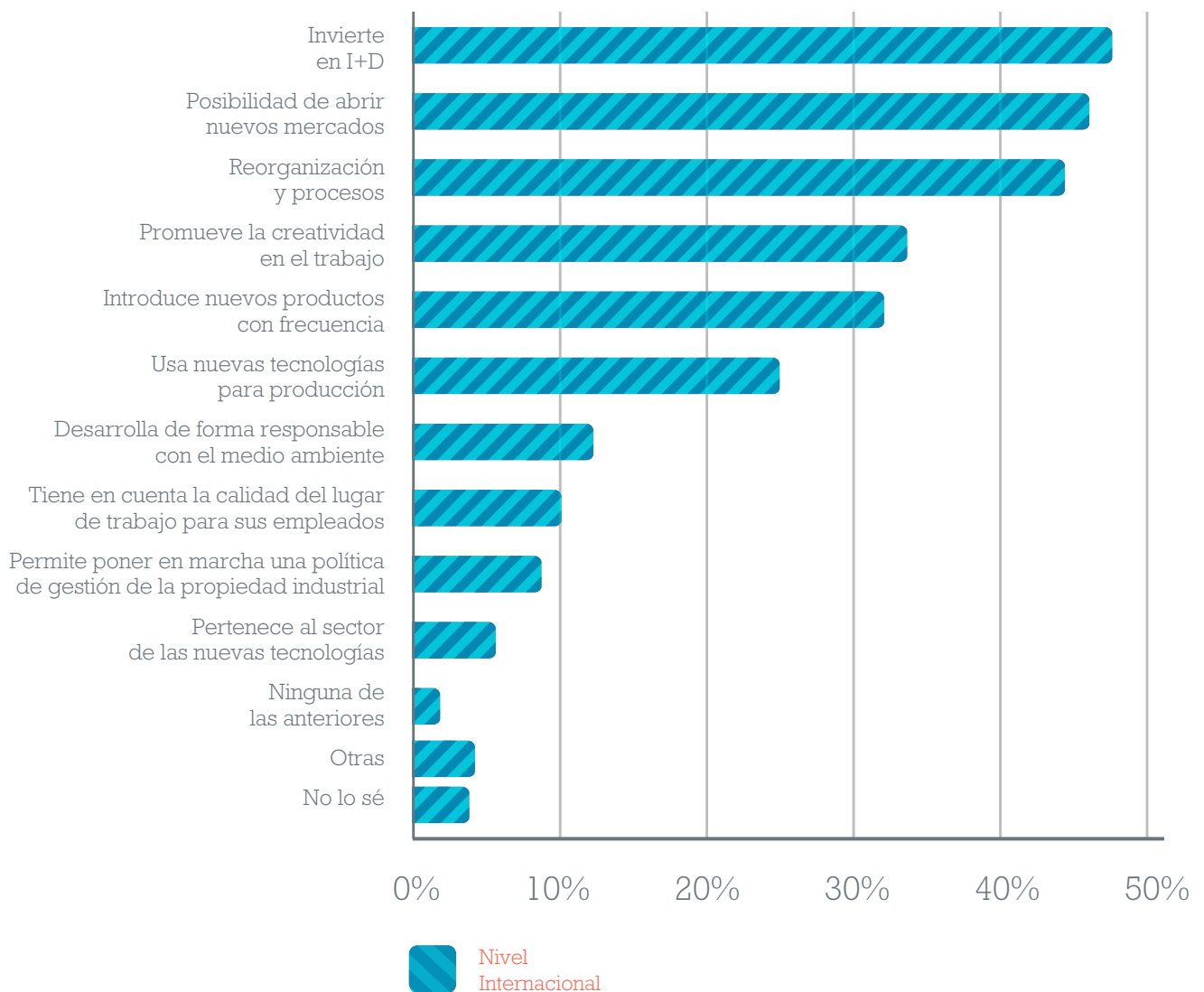
**D. Juan Mulet,**  
Director General Fundación COTEC

Cotec

### 1.3 La innovación como motor empresarial

A nivel internacional, aproximadamente la mitad de los encuestados considera que una de las características que definen a las empresas innovadoras es su

continua inversión en I+D, seguido muy de cerca de la posibilidad de abrir nuevos mercados y de la reorganización de procesos.

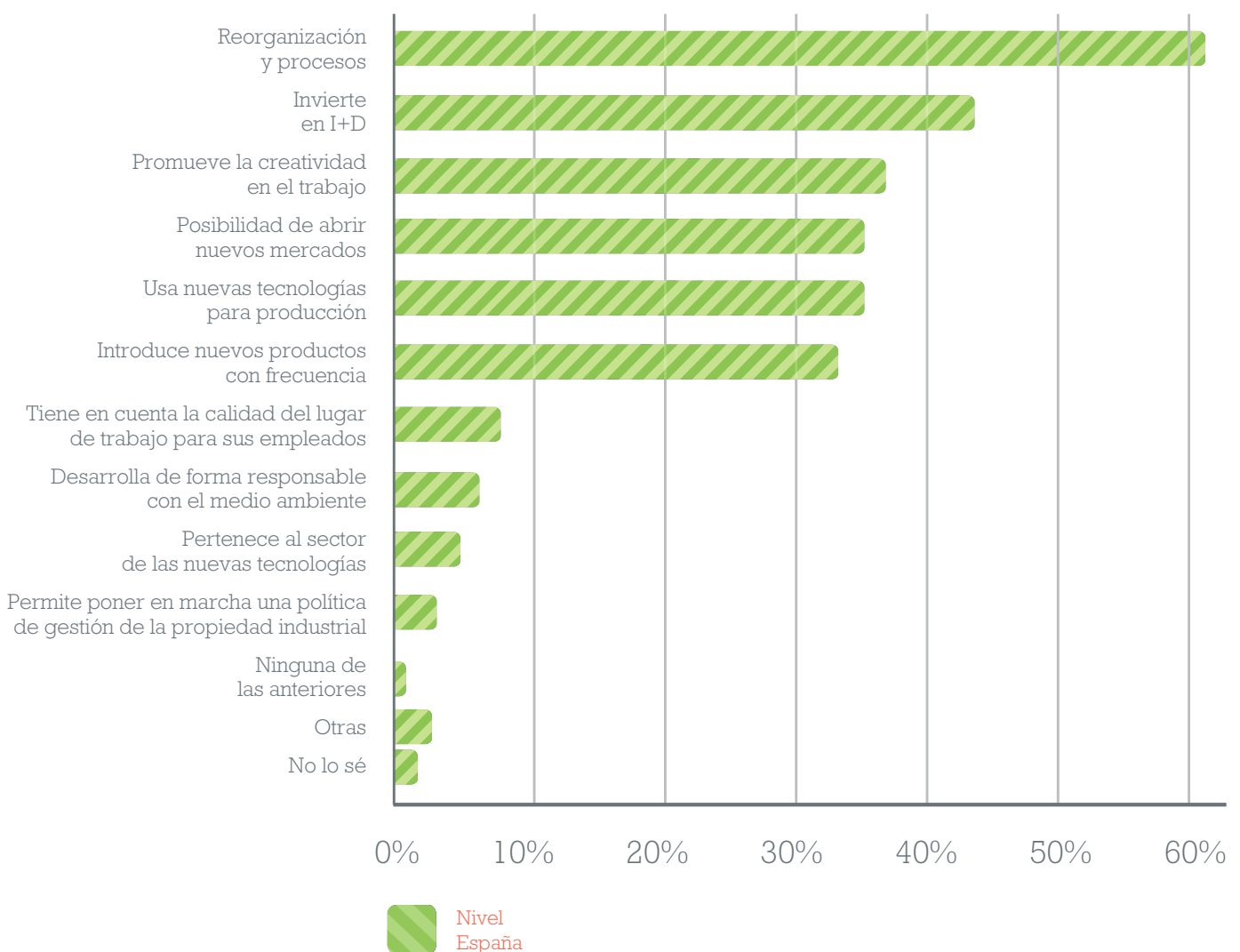




### 1.3 La innovación como motor empresarial

En el caso de España, las empresas encuestadas creen que **ser innovadora tiene como referente una continua reorganización**

**industrial y de procesos**, seguido por una gran inversión en I+D y la promoción de puestos de trabajo.

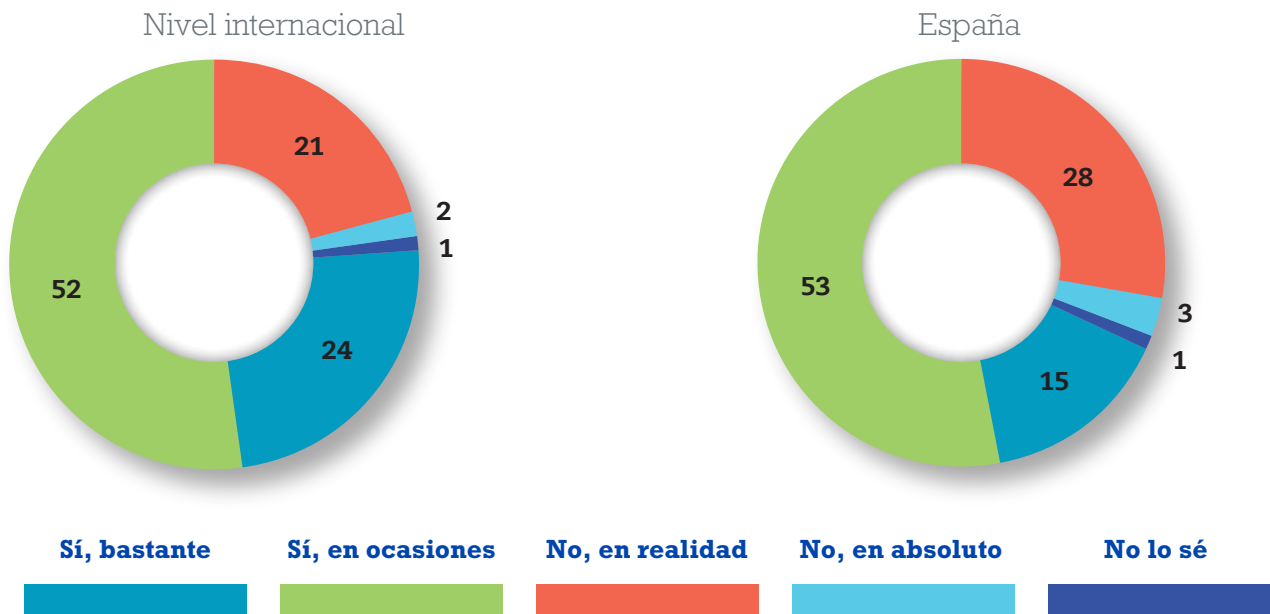


## 1.4 Innovación vs. competitividad

Como ya se ha comprobado, la innovación es uno de los principales factores de competitividad de las empresas. Sin embargo, todavía

para algunas, especialmente para las de menor tamaño, **la innovación es sinónimo de complejidad y desconocimiento.**

### ¿Considera su empresa innovadora?



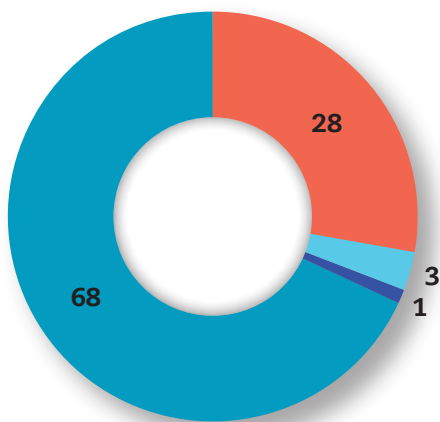
Comparando los resultados obtenidos en estas preguntas con la importancia de la innovación para el fomento de la competitividad, se observa que **un 18% de las empresas encuestadas en**

**España no integran la innovación como pilar de la competitividad**, ya que el 86% se consideran competitivas y tan solo un 68% innovadoras.

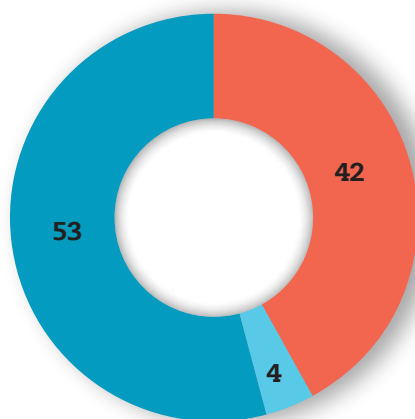
## 1.4 Innovación vs. competitividad

### ¿Importancia de la innovación en el impulso de la competitividad?

Nivel internacional



España



Obligatoria

Importante pero  
no obligatoria

Secundaria

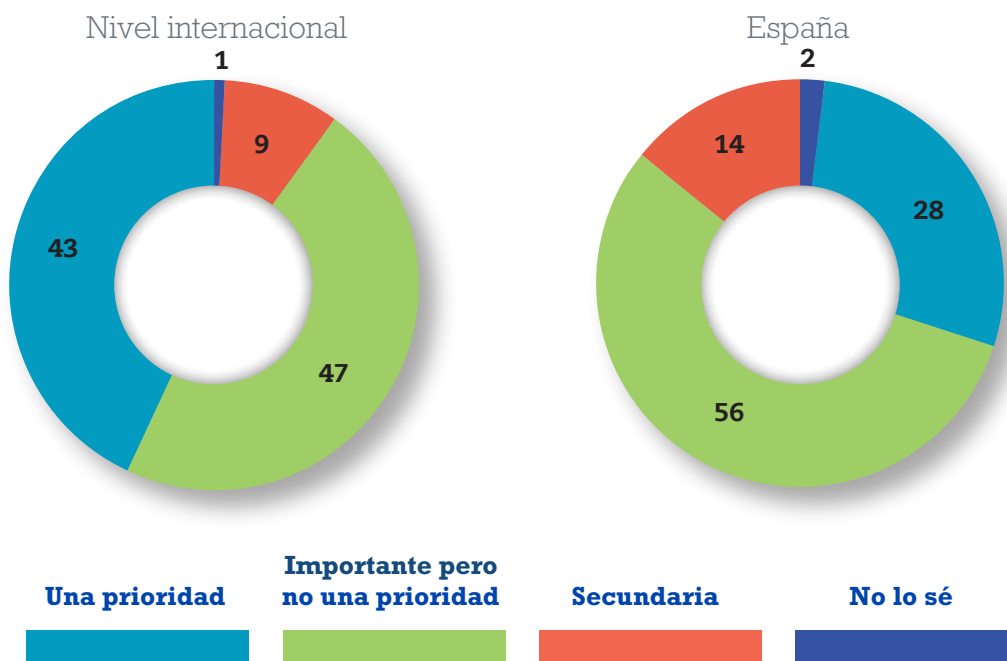
No lo sé

Queda patente que a nivel internacional las empresas son más conscientes de la importancia de la innovación en la competitividad que a nivel nacional. Además el 41,2% de las empresas consideran la innovación como pilar fundamental pero no se consideran innovadoras, por lo que es posible que no se detecten todos los focos de innovación disponibles.

## 1.5 Las barreras de la innovación

Llama la atención que aunque las empresas consideran la innovación clave en muchos aspectos, solo un porcentaje realiza actividades

innovadoras. Ante la pregunta , **¿Situación actual de la innovación en la estrategia empresarial?** , se muestran los resultados obtenidos.

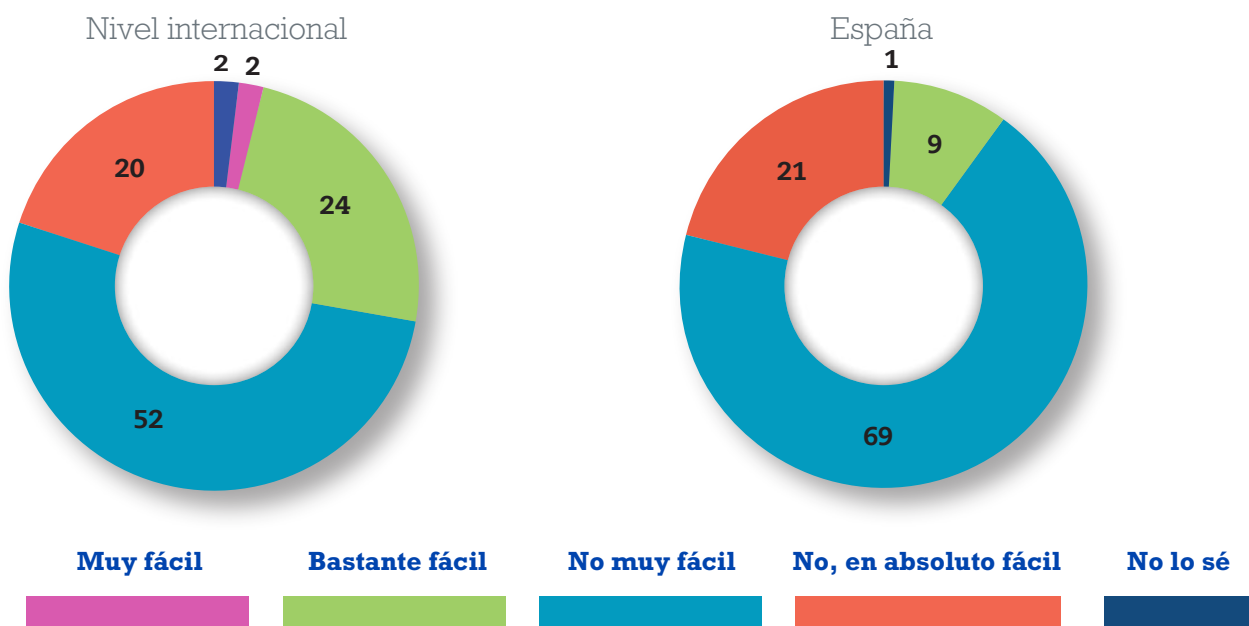


El 84% de las empresas españolas consideran relevante la innovación, pero tan solo el 66% se considera innovadora. Por tanto **un 16% de las empresas no consiguen incorporar la innovación en su estrategia empresarial**, aun considerándola importante. A nivel internacional se

muestra la misma tendencia, aunque el porcentaje de empresas que consideran la innovación primordial es un 15% mayor. Es normal con la actual situación económica española que las empresas tengan otras prioridades por encima de la innovación, aunque sean conscientes de la importancia de ésta.

## 1.5 Las barreras de la innovación

### ¿Siente que es fácil innovar en su país?



Se observa que 9 de cada 10 empresas consideran difícil innovar hoy en día en España. Este dato es significativo lo que hace pensar que existen barreras de

entrada que imposibilitan a las empresas realizar actividades innovadoras.

“ También hay una significativa diferencia en cómo las empresas se ven a si mismas. El 24% de las empresas del colectivo internacional se ven bastante innovadoras, frente a sólo el 15% de las españolas. Es posible que las nuestras se vean menos innovadoras porque tienen menos innovaciones tecnológicas. Están a la misma distancia las que se consideran que no son innovadoras en realidad, el 28% de las españolas y el 21% del colectivo total”.

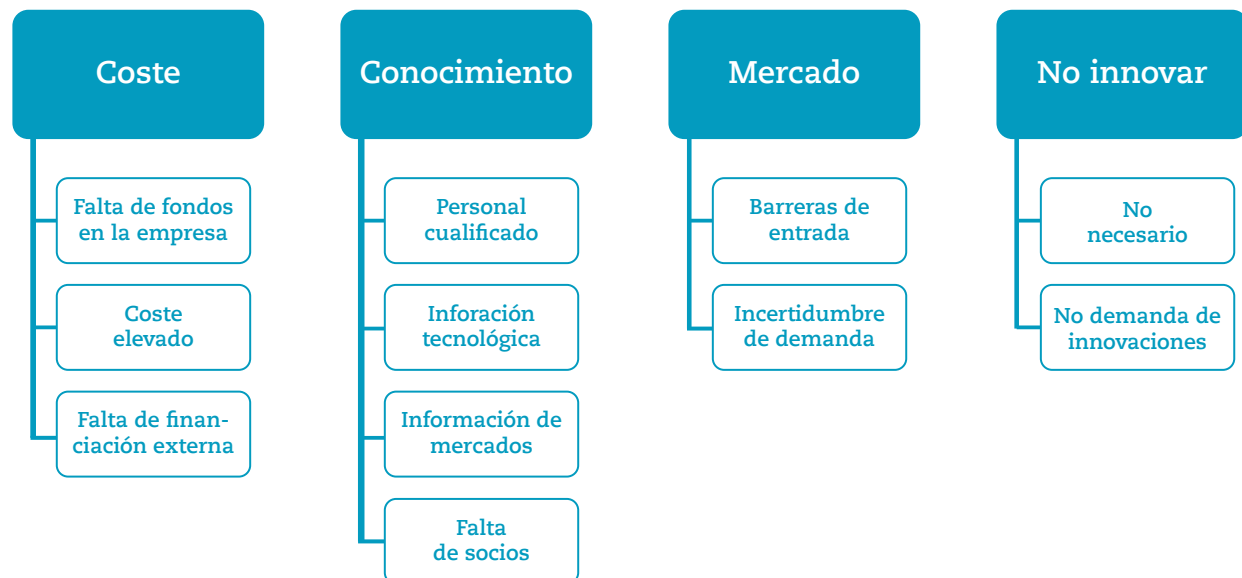
**D. Juan Mulet,**  
Director General Fundación COTEC

Cotec

## 1.5 Las barreras de la innovación

Además de la situación económica que daña actualmente el territorio español, existen una serie de factores que dificultan la innovación en las empresas, sobre todo relacionados con el coste, el

conocimiento y el mercado. Según datos del Instituto Nacional de Estadística, INE, en el mercado español las empresas no innovan por los siguientes motivos o factores:



“ Por lo menos en el caso español, el colectivo encuestado tiene más propensión a innovar que la media del país. Según datos de Eurostat, y para el sector manufacturero español, sólo el 44% de las empresas son innovadoras de cualquier tipo, y un 34% dicen tener innovaciones tecnológicas. En la muestra de Alma dos de cada tres empresas, un 66% se consideran innovadoras. La opinión del Barómetro representa, por tanto, la de empresas con mayor propensión a innovar que la media española, lo que da más valor a este observatorio porque recoge una opinión más cualificada.

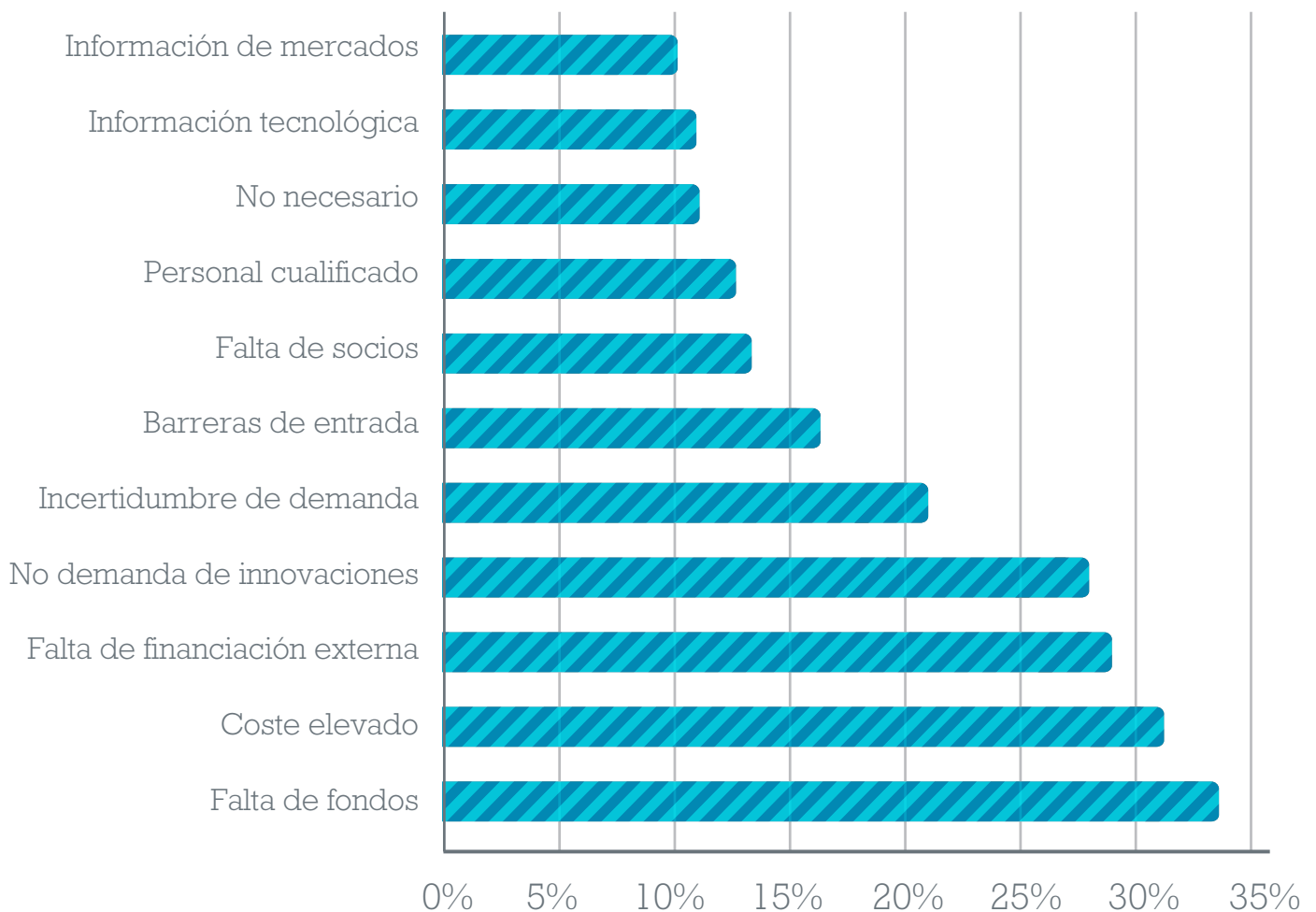
**D. Juan Mulet,**  
Director General Fundación COTEC

Cotec

## 1.5 Las barreras de la innovación

¿Qué soluciones se encuentran?  
Los incentivos fiscales son un dispositivo que permite atraer la

inversión en I+D+i a una determinada región y reducir el coste de las actividades innovadoras.



## **2** Mecanismos para la financiación de la innovación



## 2.1 Fuentes de la innovación

En primer lugar, para realizar un estudio sobre los instrumentos de financiación de la innovación, hay que analizar el escenario existente. Esta información da una idea de las actividades innovadoras que son más frecuentemente realizadas por las empresas objeto de estudio, si bien no permite valorar la intensidad de la actividad innovadora, esto es, el tiempo o recursos dedicados.

El análisis de las actividades innovadoras en función del tamaño de las empresas revela datos interesantes sobre el esfuerzo innovador y el tipo de actividad en la que se centran las empresas. Para realizar este análisis, hemos hecho un gráfico con el porcentaje de empresas innovadoras menores y mayores de 50 empleados que efectúa gastos en innovación.

“ La gran diferencia está en la inversión que realizan las grandes empresas europeas frente a las españolas, que **llega a multiplicar por 5 veces la inversión media de las grandes empresas españolas**. Por ejemplo, en Finlandia la inversión media por gran empresa es 5 veces superior a la española, en Dinamarca, 4,8 veces superior; en Francia, 3,8 veces; en Alemania, 3,2 veces o en Holanda, 1,7 veces.

Esta realidad puede explicar muy bien la diferencia de percepciones que existe entre el esfuerzo innovador individual y la competitividad del conjunto de la economía. **Las empresas españolas**, mayoritariamente pymes, **perciben que realizan un elevado esfuerzo en I+D que no se traduce en el conjunto de la economía española**. Esto es así porque tenemos pocas empresas grandes (1,88% del tejido empresarial una vez excluidas las micropymes frente al 3,39% de Finlandia, el 3,10% de Holanda, el 2,98% de Francia o el 2,64% de Alemania) que realizan poca I+D.”

**D. Andrés Zabara,**  
Director de Promoción y Cooperación CDTI

## 2.1 Fuentes de la innovación

### Nivel internacional

#### Innovación organizacional (modelo de negocio)



#### Innovaciones científicas y tecnológicas (productos y procesos)



#### Innovaciones científicas y tecnológicas (productos y procesos)



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

### España

#### Innovación organizacional (modelo de negocio)



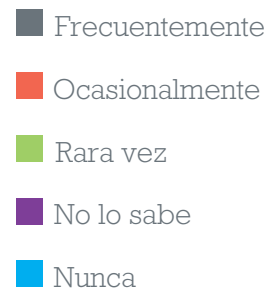
#### Innovaciones científicas y tecnológicas (productos y procesos)



#### Innovaciones científicas y tecnológicas (productos y procesos)



0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



Como se puede observar alrededor del **95% de las empresas, internacionales y nacionales, innovan de manera frecuente u ocasional a nivel operacional**, tanto en producto como en proceso. Apenas un 4% de las empresas encuestadas desconoce esta información o han innovado rara vez. En el caso de las innovaciones sociales disminuye el porcentaje de empresas

que las realizan frecuentemente o de manera ocasional. Reconociendo alrededor del 15% de las mismas que nunca han innovado en este campo. La innovación organizacional, o a nivel de modelo de negocio, está más extendida que la social, el 74% de las empresas encuestadas innovan frecuentemente o de manera ocasional, frente con **el 5% que reconocen nunca haberlo hecho**.

## 2.2 ¿Qué recursos se emplean para innovar?

Se analizan los recursos empleados por las empresas encuestadas para gestionar los proyectos innovadores que desarrollan habitualmente.

**El recurso más utilizado tanto a nivel nacional como internacional son los internos.**

El coste de personal para la empresa es fijo, por lo que es interesante que se obtenga algún método de financiación para recuperar parte de la inversión para innovar.

En el caso de subcontratar, tanto recursos públicos como privados, sí tiene un coste adicional, por lo que el empleo de estos recursos disminuye frente al uso de recursos internos. No obstante, **en múltiples proyectos innovadores es necesario contar con ayuda de especialistas externos que garanticen el éxito de la innovación.** Además, este tipo de recursos puede ser susceptible de encontrar mecanismos añadidos para recuperar parte de la inversión realizada.

“ Uno de los grandes retos a los que se enfrenta el sistema de innovación español es lograr que las grandes empresas realicen más I+D, sean más innovadoras –y se trata de un reto diferencial respecto del conjunto de los países de nuestro entorno–; mientras que compartimos la necesidad de que más pymes realicen I+D y lo hagan de forma más intensiva, aunque quizás sea menos acuciante que estimular a las grandes.

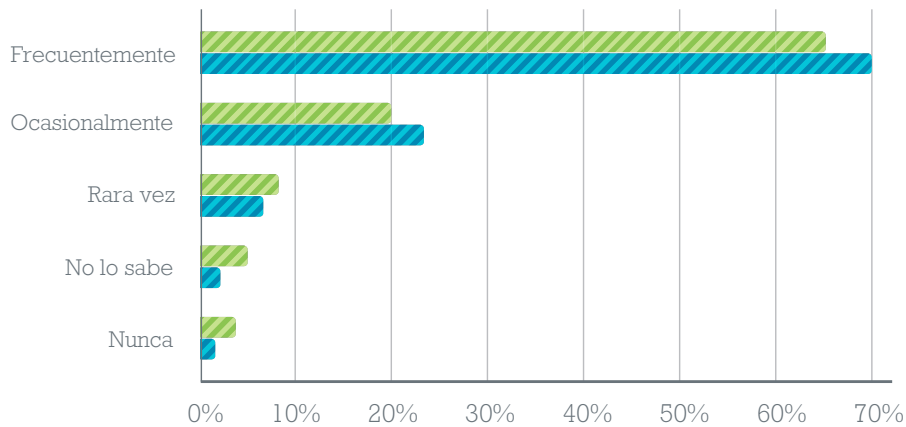
Y no hay que olvidar que la estructura sectorial de España, con un **elevado peso del sector servicios con menor capacidad de innovar** en el ámbito tecnológico, agudiza esta situación que he descrito ya que por composición la economía española tiene una menor tendencia a invertir en I+D”.

**D. Andrés Zabara,**  
Director de Promoción y Cooperación CDTI

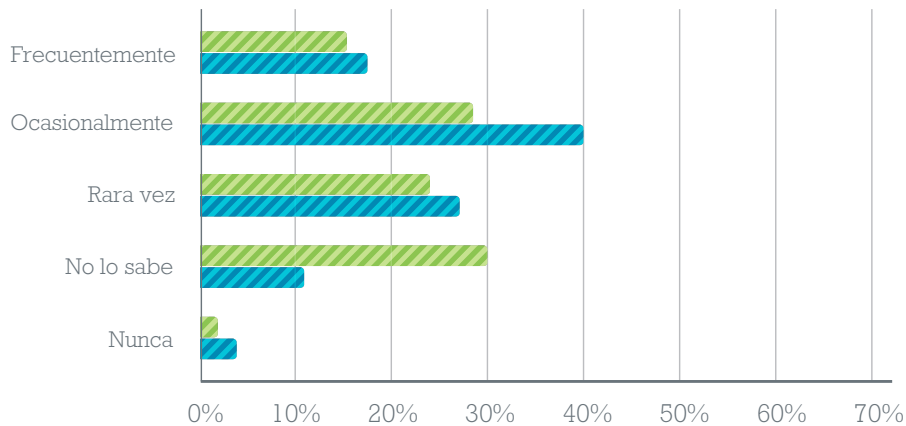


## 2.2 ¿Qué recursos se emplean para innovar?

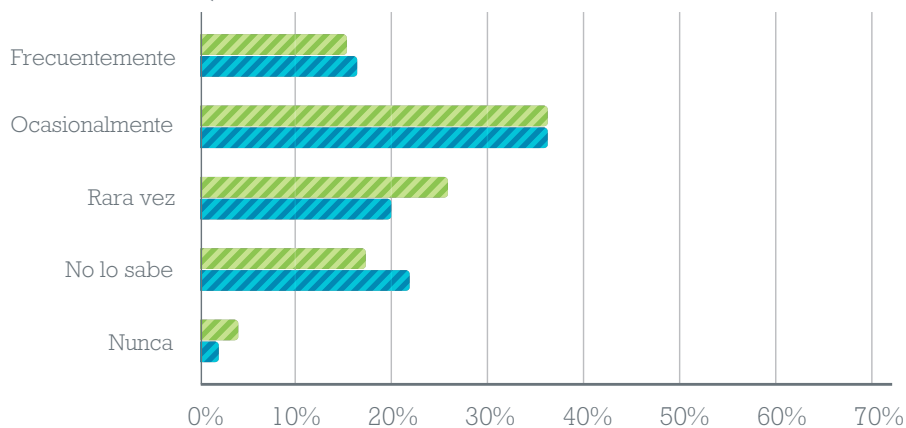
### Uso de recursos internos



### Uso de recursos externos públicos (OPIs)



### Uso de recursos externos privados (Proveedores de servicios, subcontratistas, etc)



## 2.3 Financiación de la innovación

Se analizan los métodos empleados para financiar la innovación de las empresas encuestadas durante el ejercicio 2013, para comprobar la

experiencia que tienen en los incentivos fiscales disponibles, en subvenciones y en capital social y otro tipo de financiación.

A nivel nacional el 71% de las empresas encuestadas innovan frecuentemente en productos y procesos, por lo que comparándolo con las empresas que emplean deducciones fiscales (52%), **hay un 19% de empresas que podrían aplicarse deducciones y no las están utilizando.**

El uso de otros métodos de financiación como Subvenciones y Capital social está muy extendido, tanto a nivel internacional como en España.



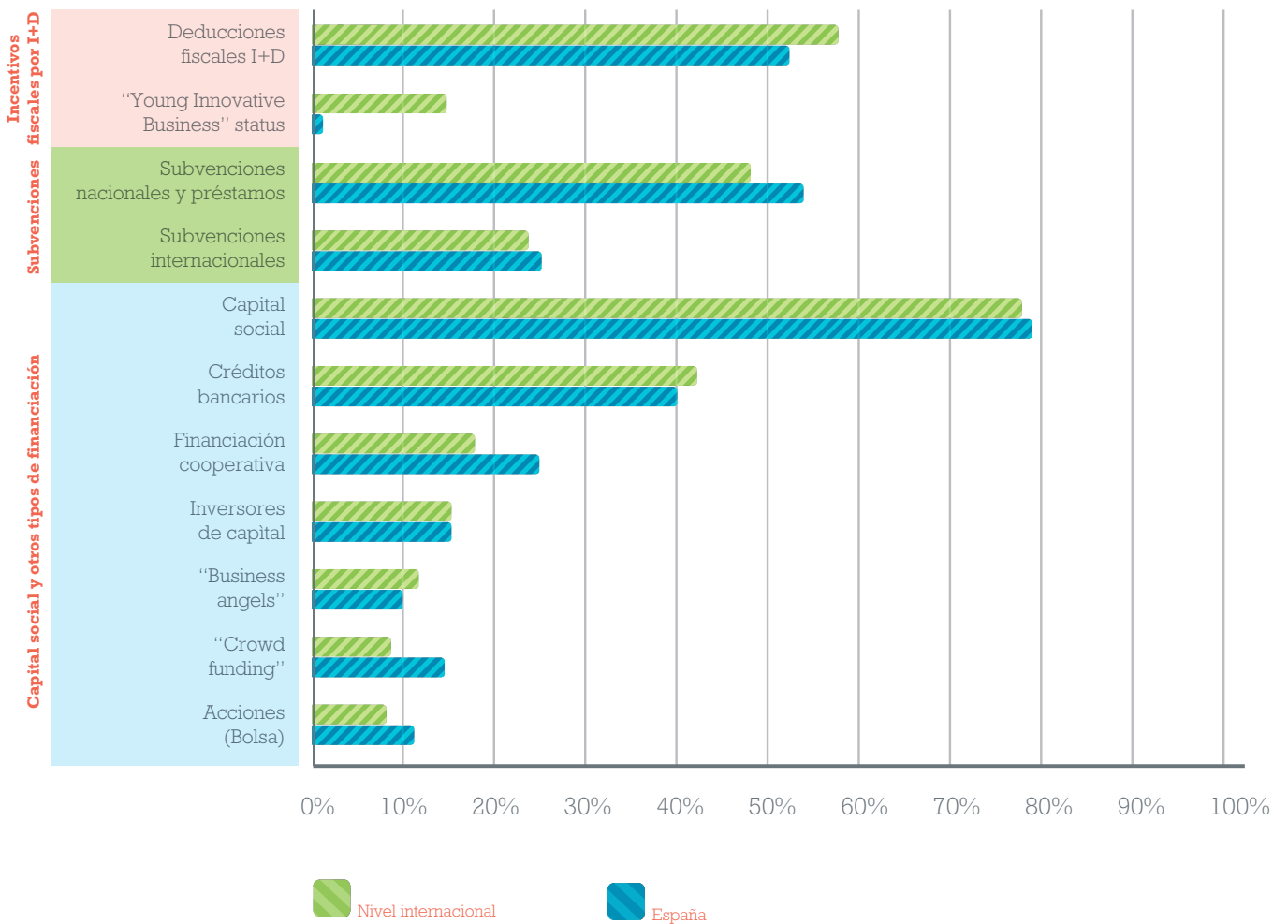
Aun cuando no es significativa la diferencia en la experiencia con los distintos instrumentos de financiación pública de la innovación entre el colectivo español y el total, **el 40% de las empresas españolas consideran escaso lo obtenido mediante los incentivos fiscales**, diez puntos por encima que en el colectivo total, a pesar de que son un 76% las que lo han utilizado en España más de cuatro años, frente al 64% del conjunto internacional.

El porcentaje que no consideran el instrumento fiscal fácil de utilizar, y por esto recurren a expertos, es parecido en los dos colectivos analizados, el 75%. Y también en todos los colectivos, prácticamente el 50% considera una gran ayuda el instrumento fiscal para impulsar su innovación, lo cual demuestra una vez más que los incentivos fiscales son el instrumento más adecuado para una política de innovación, algo que es aceptado hoy por la OCDE y confirmado porque, entre sus miembros, sólo Alemania, Nueva Zelanda y México carecen de él.

**D. Juan Mulet,**  
Director General Fundación COTEC

Cotec

## 2.3 Financiación de la innovación



### **3**

## Focus: deducciones fiscales a la I+D+i

### 3.1 Introducción. Deducciones fiscales por I+D+i

La deducción fiscal por I+D, o por I+D+i en España, es un instrumento para fomentar el cambio de modelo productivo y la mejora de la competitividad a través de la innovación. Este dispositivo fiscal está regulado por el artículo 35 del Real Decreto 4/2004 de 5 de marzo, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Impuesto de Sociedades, con sus modificaciones posteriores(1).

En España estos incentivos fiscales **permiten a las empresas recuperar entre un 25-42% del gasto realizado en I+D** (pudiendo incrementarse en el caso de contar

con deducciones adicionales por personal investigador e inversión en inmovilizado en exclusiva a actividades en I+D) y un 12% del gasto de los proyectos de Innovación Tecnológica.

Aunque la normativa nacional establece ciertos límites para la aplicación en cuota del importe deducible generado, las deducciones son acumulables como crédito fiscal y aplicables en un plazo temporal de 18 años.

Las principales ventajas y características de las deducciones por I+D+i en España son:

**Accesibilidad total: cualquier sujeto pasivo del Impuesto de Sociedades de todo tipo de sectores y mercados, puede ser beneficiario de estos incentivos.**

**Proporcional a la actividad de I+D+i.**

**Efecto financiero inmediato sobre el Resultado Neto y los Fondos Propios.**

**Retorno de la inversión ejecutada en I+D+i.**

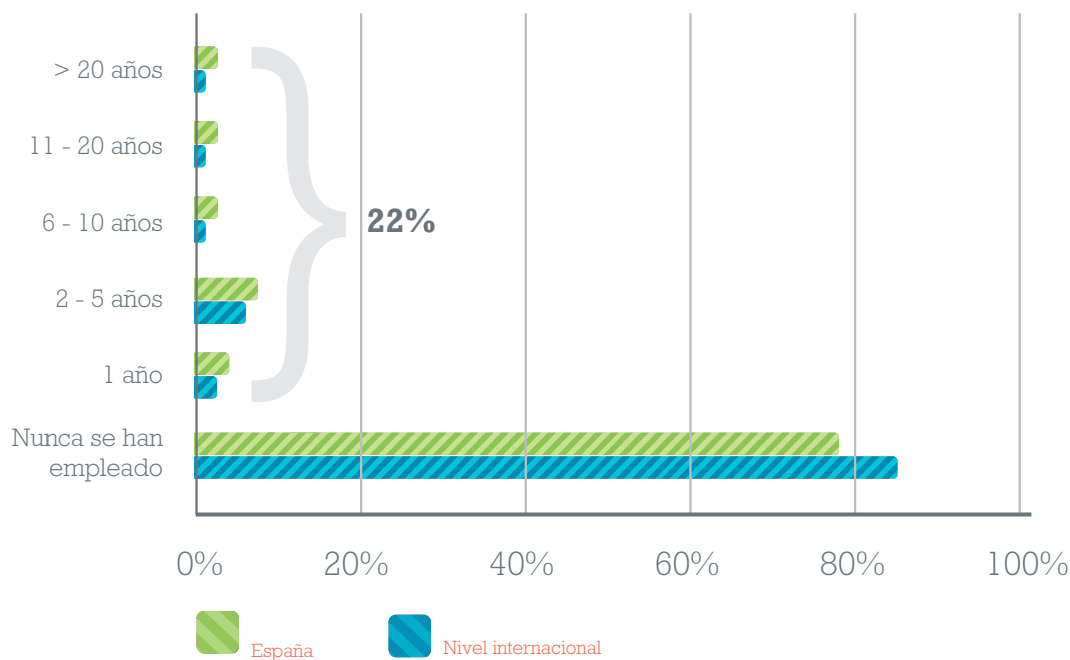
**Compatible con las ayudas públicas y el incentivo a la cesión de conocimiento, recogido en el artículo 23 del TRLIS (Patent Box).**

(1) Modificaciones con la ley 35/2006 del 28 de noviembre, ley 4/2008, de 23 diciembre, artículo 65 del Capítulo V "Ciencia e innovación" del Título II de la Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible y la Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y a su internacionalización.



### 3.2. Histórico de las Deducciones fiscales por I+D+i y novedades legislativas

#### De las entidades que no aplican deducciones en la actualidad, ¿las aplicaban en el pasado?



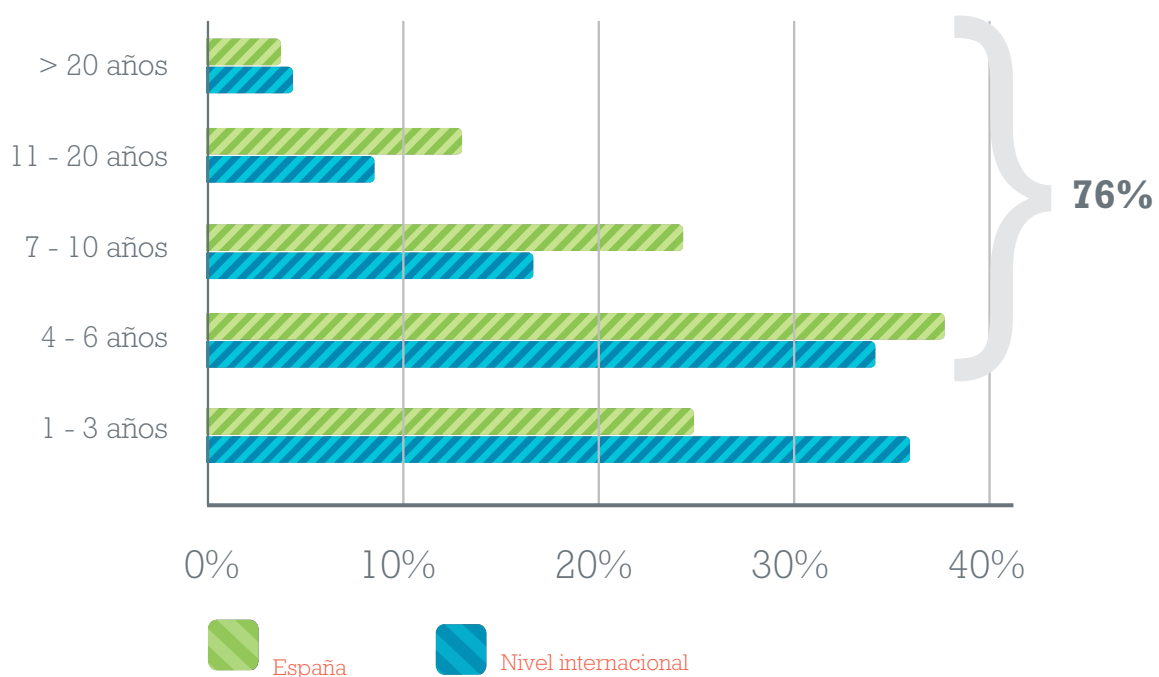
**El 22% de las empresas que actualmente no aplican las deducciones fiscales las empleaban en el pasado.**

Esto puede deberse a la imposibilidad de aplicación de las deducciones fiscales en cuota y a su acumulación en forma de crédito fiscal.

Con la entrada de la Ley de apoyo a los emprendedores y a su internacionalización (Ley 14/2013, de 27 de septiembre) se abre la posibilidad de utilización de las deducciones fiscales a aquellas empresas que no dispongan de cuota suficiente para su beneficio mediante un sistema de cash-back.

### 3.2. Histórico de las Deducciones fiscales por I+D+i y novedades legislativas

#### ¿Cuánto tiempo se han empleado las deducciones fiscales por I+D+i en su empresa?

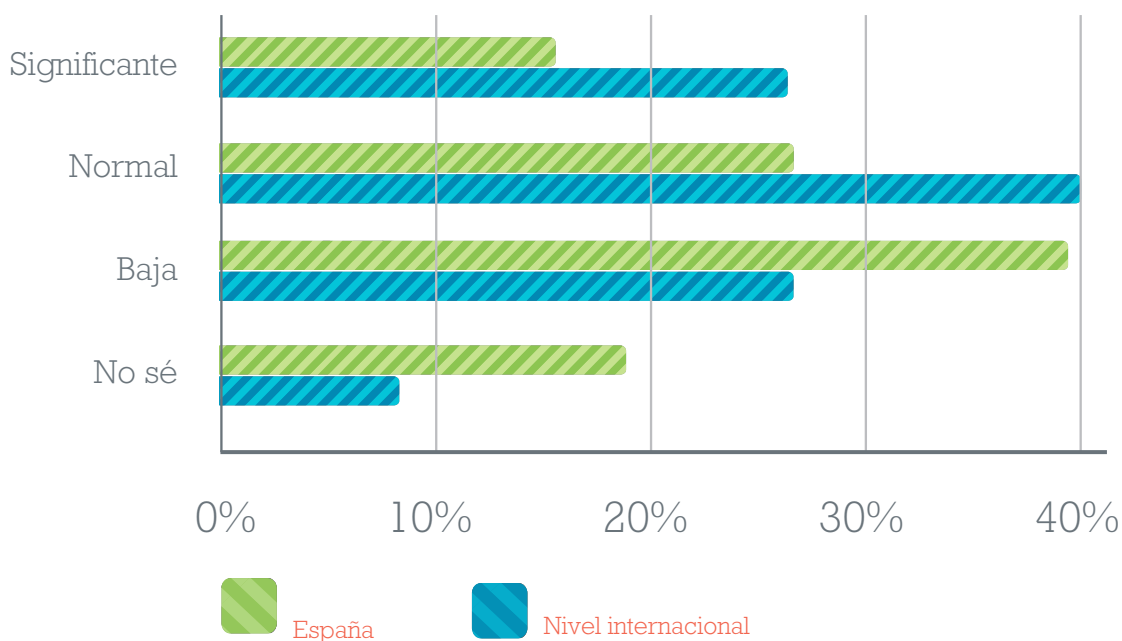


Las empresas beneficiarias de los incentivos fiscales a la I+D en el territorio nacional, han aumentado en un 35% en los últimos 3 años. La escala internacional sigue la misma tendencia.

El 76% de las empresas españolas que emplean los incentivos fiscales a la I+D+I, los llevan utilizando más de 4 años. A escala internacional, un 64%.

### 3.3 Impacto económico de las deducciones por I+D+i

#### ¿Cómo cuantifica la financiación indirecta obtenida a través de las deducciones fiscales?

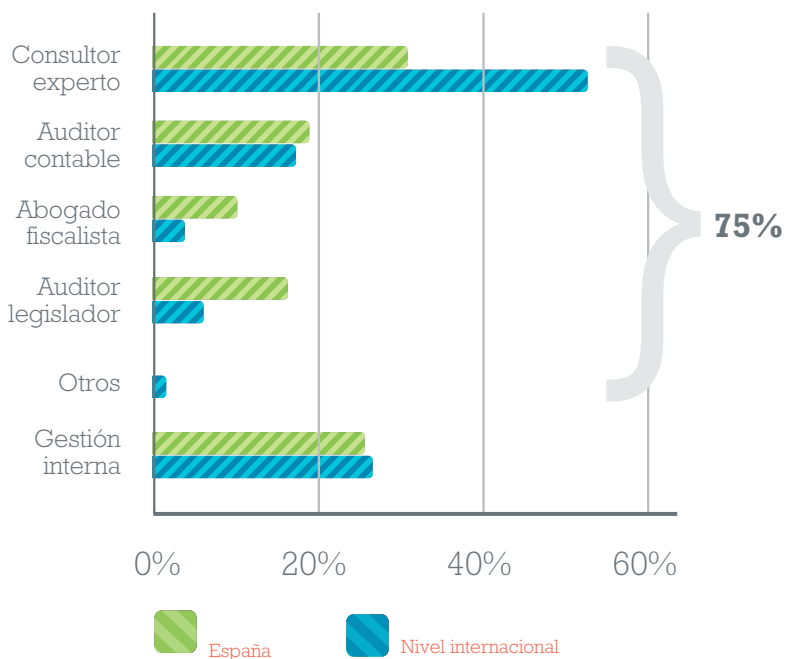


Aproximadamente, un 30% de los encuestados a nivel internacional creen que los resultados obtenidos con los incentivos fiscales a la I+D han sido bajos, estando este porcentaje más próximo al 40% en las entidades Españolas.

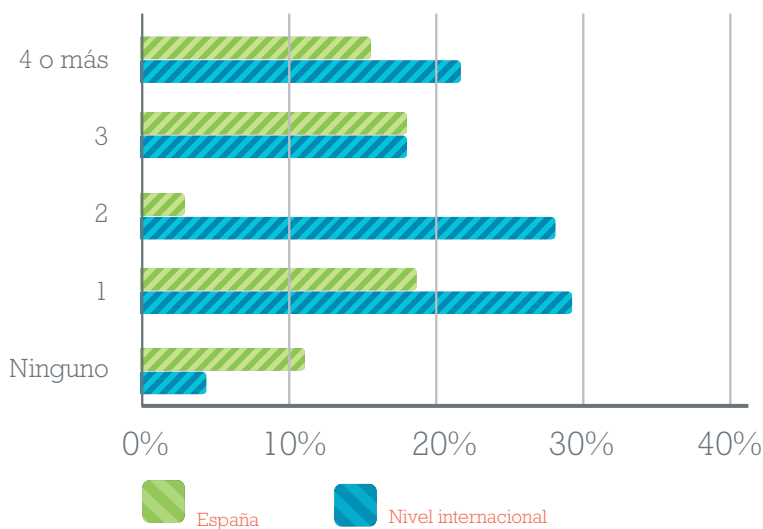
Con la experiencia de empresas especializadas en este sector, los resultados podrían mejorar, superando el 42% de satisfacción a escala nacional.

### 3.3 Impacto económico de las deducciones por I+D+i

#### ¿Cómo realiza la gestión de las deducciones fiscales, con recursos externos o internos?



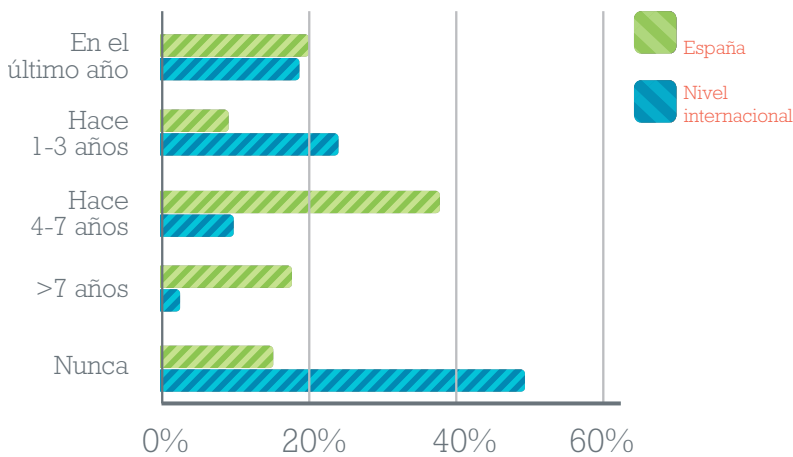
Aproximadamente, el 75% de los encuestados tanto a nivel internacional como nacional, **necesitan ayuda de expertos para gestionar las deducciones fiscales por I+D+i.**



Haciendo un zoom en las empresas que trabajan de manera interna las deducciones por I+D+i, necesitan una media de dos personas por compañía para gestionar estos incentivos fiscales. Este dato a escala internacional aumenta un 50%, con una media de tres personas por empresa.

## 3.4 Impacto operativo de las deducciones por I+D+i

### ¿Han realizado un proceso de inspección de sus deducciones por I+D?

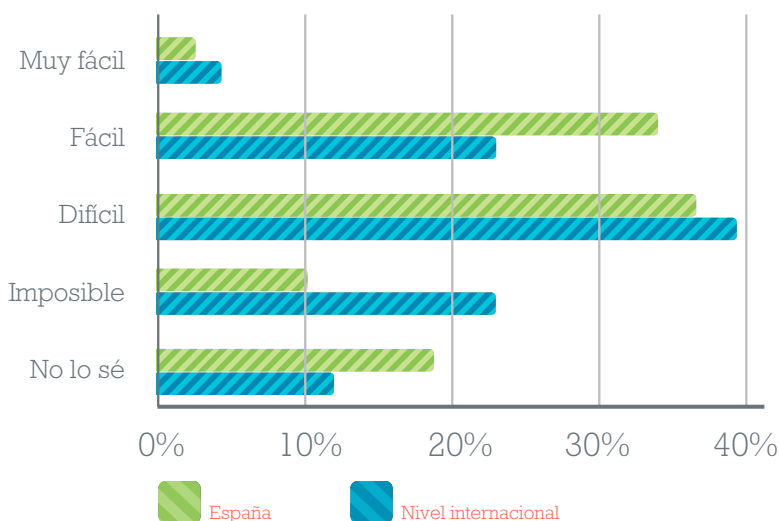


Una de cada cinco empresas encuestadas a nivel nacional han sido inspeccionadas. Por otro lado, a nivel internacional, prácticamente la mitad de empresas nunca se ha visto involucrada en una inspección.

En este tipo de inspecciones fiscales **es necesario tener la documentación justificativa de los proyectos tanto en el área técnica como económica**, de

acuerdo a la legislación vigente. La ayuda de consultores externos resulta fundamental para gestionar con éxito todos los requisitos y documentación durante la inspección.

### Si no existieran las deducciones fiscales por I+D, ¿innovar sería más complicado?



Prácticamente la mitad de las entidades encuestadas reconocen que innovar sin la financiación indirecta que proporcionan las deducciones por actividades de I+D+i, sería muy complicado. Por tanto, se percibe el gran interés en este dispositivo fiscal por parte de las empresas, como herramienta impulsora de la innovación.

## Conclusión

Entre las conclusiones alcanzadas respecto a los dos mecanismos más importantes de financiación de la innovación, las deducciones fiscales y las subvenciones nacionales, éstos se emplean principalmente para la mejora de las competencias técnicas y el fomento de la I+D en España.

A nivel internacional estos mecanismos se aplican principalmente para **mejorar la competitividad de las empresas** e incrementar el horizonte de la I+D.

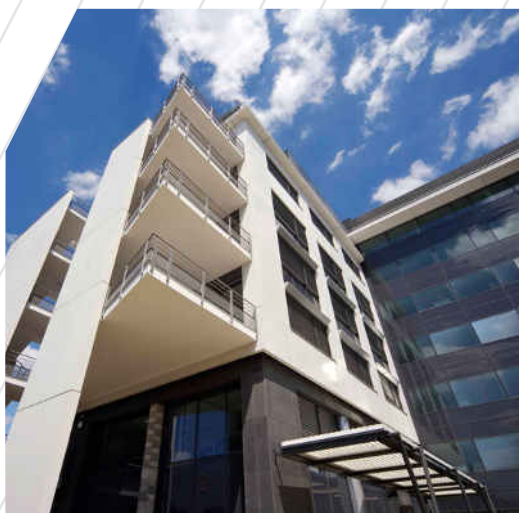
### Impacto de las deducciones fiscales y las subvenciones nacionales





Barómetro  
Internacional  
de Financiación  
de la Innovación

# 2013



164 M€ Facturación 2012

1.500 empleados

10 países con presencia

28 años de experiencia

Alma Consulting Group acompaña a más de 2.500 empresas innovadoras en materia de ayudas, fiscalidad de la I+D y en general en la optimización de sus actividades de I+D. Así como en proyectos de colaboración de I+D a nivel España y Europa.

Plaza de Carlos Trías Bertrán, 7, 4ª Planta. 28020 Madrid  
C/ Moià, 1 - Tuset 3, 2ª Planta 08006 Barcelona

[contacto@almacg.com](mailto:contacto@almacg.com) | [www.almacg.es](http://www.almacg.es)

 [@almacg\\_es](https://twitter.com/almacg_es) |  [Alma Consulting Group España](https://www.linkedin.com/company/almacg-es)

# Alma<sup>cg</sup>