



¿Puede ganar dinero con su idea o invención?

Resumen

Las ideas innovadoras son esenciales para el progreso del negocio. Sin embargo, es muy difícil que los innovadores consigan el tipo de apoyo financiero y de gestión que necesitan para hacer realidad sus ideas.

En esta publicación, dirigida a personas con ideas, inventores y propietarios-gerentes innovadores de pequeñas empresas, se describen las pruebas que debe superar cada idea antes de poder ganar dinero con ella.

¿Tiene una idea? ¡Estupendo!

¿Ha tenido usted una idea de una invención o una forma innovadora de hacer algo que estimulará la productividad, dará trabajo a más gente y hará que usted y cualquiera que lo apoye ganen mucho dinero? Como probablemente habrá oído, usted es el tipo de persona que su país necesita para competir en los mercados mundiales y mantener su nivel de vida. Usted constituye un factor para el avance e innovación del futuro.

Usted es otra de esas personas de las que ha dependido siempre el progreso. Todos sabemos que no han sido las enormes compañías las que han realizado los inventos que han revolucionado la vida. Como dijo el descubridor de la penicilina, Sir Alexander Flemming, “Es el trabajador solitario el que realiza el primer avance en un tema: puede que un equipo finalice los detalles, pero la idea principal se debe a la iniciativa, pensamiento y percepción de un individuo”. Los innovadores como usted son el alma de los negocios.

Los propietarios-gerentes que han montado empresas basadas en ideas nuevas saben de primera mano cómo funciona el proceso de innovaciones. También saben que se puede esperar oír lo siguiente:

¿Tiene una idea? ¿Y qué?

En primer lugar, las posibilidades de que usted sea la primera persona a la que se le haya ocurrido una innovación particular son escasas o inexistentes. En segundo lugar, incluso si usted ha inventado la mejor ratonera, nadie —absolutamente nadie— va a asediarlo. De hecho, al intentar vender su mejor ratonera, necesitará dedicar mucho tiempo y esfuerzo a asediar a otra gente. Es muy probable que se le acabe la paciencia y también varias docenas de toallas para secarse las lágrimas.

¿Por qué es tan difícil encontrar a personas que apoyen sus ideas? Un asesor lo explicó así: “Nadie quiere ideas no probadas. Nadie quiere ser el primero. Todo el mundo quiere ser el segundo”. ¿Por qué este miedo a lo nuevo?



Pues bien, un cálculo conservador de las tasas de fracaso de nuevos productos es entre el 50% y el 80%. A través de una encuesta de importantes empresas con millones de dólares para gastar en I+D, investigación de mercado y publicidad de productos, y con sistemas de distribución bien establecidos, se descubrió que de 58 propuestas internas, sólo 12 superan la selección inicial. De esas 12 sólo surgió un nuevo producto exitoso.

Otro grupo establecido para ayudar a los innovadores descubrió que de cada 100 ideas presentadas, 85 tienen demasiados fallos como para ser consideradas y pueden eliminarse inmediatamente. De las 15 restantes, quizás cinco se lleguen a producir alguna vez. Puede que una de ellas gane dinero, pero esto es sólo una posibilidad.

Con probabilidades como 99 contra 1 de que una idea sea un éxito monetario, ¿le sorprende que su idea sea recibida con un coro de bostezos? La gente —empresas, inversionistas, y demás— es básicamente conservadora con su dinero. Las ideas son arriesgadas.

¿Significa eso que debería olvidarse de su idea? Por supuesto que no. Significa sencillamente que ahora está empezando a entender lo que Edison quiso decir cuando dijo “El genio es un uno por ciento de inspiración y un noventa y nueve por ciento de transpiración”.

Todos aquellos de ustedes que sean propietarios de pequeñas empresas que empezaron a partir de innovaciones saben muy bien la verdad que encierran las palabras de Edison. Ya han pasado el duro trabajo.

¿Puede explotar su idea?

Aunque el hecho de que se le ocurra una idea que usted considera infalible sea el paso más importante, no deja de ser sólo el primer paso. Le quedan todavía otras mil millas de camino que recorrer hasta llegar al éxito.

Quedan muchas cosas que hacer antes de poder esperar obtener el primer dólar de su invención u otra innovación. Debería estar preparado para el desafortunado descubrimiento de que el final del camino de su idea puede llegar mucho antes del punto que necesitaba alcanzar para ganar dinero con ella.

Cómo mínimo, su idea tendrá que superar las siguientes pruebas:

- ¿Es original o ya se le ha ocurrido antes a alguien?
- ¿Puede alguien producirla y distribuirla si es una invención u otro producto, o usarla si se trata de una innovación de mercadotecnia, un nuevo uso para un producto existente o algo por el estilo?
- ¿Ganará dinero verdaderamente? (¿La comprará alguien?)
- ¿Puede usted proteger su idea?

Esta parece ser una lista bastante modesta, y lo es. Los problemas surgen de las muchas preguntas subyacentes a las que debe responderse antes de que puedan resolverse las cuestiones más importantes. Por ejemplo, a continuación se exponen



33 áreas mediante las que puede presentarse cada idea para determinar si tiene mérito comercial:

Legalidad	Estado de desarrollo
Seguridad	Costos de inversión
Impacto ambiental	Tendencia de la demanda
Impacto en la sociedad	Potencial de la línea de productos
Mercado potencial	Necesidad
Ciclo de vida del producto	Promoción
Aprendizaje de uso	Apariencia
Visibilidad del producto	Precio
Servicio	Protección
Durabilidad	Período de recuperación
Nueva competencia	Rentabilidad
Viabilidad funcional	Interdependencia de productos
Viabilidad de producción	Investigación y desarrollo
Estabilidad de la demanda	Ventas potenciales
Compatibilidad de consumidores/usuarios	Competencia existente
Investigación de mercadotecnia	Función percibida
Distribución	

Ahora ya no es una lista modesta. Sin embargo, de momento dejemos de lado las 33 áreas y centrémonos en las cuatro preguntas amplias.

¿Es original su idea?

Obviamente, si alguien ya ha inventado o ha producido un artículo tan bueno o mejor, no tendría sentido proseguir con una idea similar. Sólo estaría perdiendo tiempo y dinero.



Hay muchos lugares donde mirar para informarse. Si su idea es para un producto de consumo, consulte las tiendas y catálogos. Consulte las asociaciones y publicaciones comerciales en el campo en el que entre su invención o innovación. Visite ferias comerciales pertinentes a su idea. Mire en la prensa popular y de negocios.

No tema preguntarle a la gente en ese campo si han oído alguna vez algo parecido a su idea. En la etapa de la idea pura no es muy probable que alguien intente robarle la idea; todavía tiene que hacerse todo el trabajo duro. Además, puede hacer preguntas generales y no revelar los detalles de su idea si se siente verdaderamente ansioso de que su idea pueda ser pirateada. Los derechos de patente de una idea en los principales países extranjeros se verán obstaculizados por una revelación no controlada antes de presentar una solicitud de patente en los Estados Unidos.

Obviamente, si lo que se le ha ocurrido a usted como invención o idea puede ponerse en forma de patente, con el tiempo tendrá que hacer una búsqueda de patentes. Puede hacer eso en esta etapa temprana, pero probablemente sea mejor idea esperar hasta que haya considerado su idea a la luz de las dos siguientes preguntas.

¿Cómo se producirá y distribuirá la invención?

Lo primero que piensan muchos innovadores es llevar sus ideas a una gran empresa nacional. Piensan que sólo tienen que proporcionar la impresionante idea y dejar que el gigante finalice los detalles. Después de todo, la empresa nacional tiene el dinero, la capacidad de producción y los conocimientos de mercadotecnia para impulsar este infalible “generador de beneficios”.

Desafortunadamente, las grandes compañías casi nunca están interesadas en ideas de personas externas. No importa si la razón es que, como sugirió un agente de innovaciones, la tecnología externa es “un riesgo, una amenaza” o simplemente que las grandes compañías necesitan que las ventas potenciales de un artículo sean por valor de millones de dólares. El hecho brutal es que la probabilidad de venderle a una empresa grande su idea es de 100 000 contra uno.

Por otro lado, es posible que pueda producir algunos artículos usted mismo, trabajando desde casa y usando el método de venta por correspondencia. Este método puede ser una buena forma de empezar, pero después de un tiempo puede que se canse de tener 200 000 mejores ratoneras acumuladas en su dormitorio.

Para estar seguro, si puede abrir (o si ya tiene) su propia compañía, será mejor. Es más fácil vender una compañía que una patente, incluso si la compañía está perdiendo dinero.

Muchos compradores potenciales comprenden una compañía mucho mejor que la tecnología de un invento. Los empresarios normalmente se fijan en las posibilidades de beneficios y pérdidas de forma diferente que un innovador.

Muchos de estos empresarios siguen lo que un innovador ha llamado “la teoría de economía ‘*De todos modos*’”. De todos modos tenemos una planta. De todos modos



tenemos un personal de ventas. De todos modos hacemos publicidad. De todos modos somos más inteligentes. Los empresarios de este tipo también saben que para cuando compren una empresa la mayoría de los problemas han desaparecido de la tecnología y existen clientes.

Entre los dos extremos de montar su propia empresa y que una gran empresa compre su compañía, el término medio es llevar su idea a pequeñas y medianas empresas. Muchas compañías más pequeñas están interesadas en producir cantidades que no interesan a las empresas más grandes. Es cierto que las empresas más pequeñas pueden carecer de la pericia en mercadeo y distribución característica de las grandes compañías, sin embargo en este momento es importante que usted use las empresas más pequeñas para introducirse.

¿Ganará dinero su idea?

Esta es una pregunta que preocupa a todo el mundo. Aquí es donde surge el riesgo que hace que sea tan difícil interesar a la gente para que apoye su idea.

Es una pregunta que es realmente imposible de responder con toda certeza. Después de todo, importantes empresas incluso con masivos estudios de mercado se encuentran siempre con productos que son un fracaso. ¿Se acuerda del Edsel? Por otra parte, una idea que aparentemente es tan estúpida que podría pensarse que se trata de un chiste malo puede llegar a producir millones. ¿No desearía haber pensado en la piedra mascota?

Tienen que considerarse muchos factores para responder a esta pregunta. ¿Hay un mercado? ¿Dónde está? ¿Está concentrado o disperso? ¿Podría cambiar de repente el tamaño del mercado? ¿Lo expulsará la competencia? Estas preguntas no son de ningún modo el fondo del iceberg. Sin embargo, el responder a la pregunta relativa al dinero a satisfacción de los patrocinadores potenciales es la clave de las otras preguntas.

¿Puede proteger su idea?

Una vez que haya respondido satisfactoriamente de forma provisional a las preguntas relativas a la originalidad, producción y distribución y atractivo comercial, es hora de considerar el proteger su idea. Después de todo, parece que tiene algo importante entre manos.

Si tiene un artículo patentable, es el momento de considerar protegerlo de conformidad con las leyes sobre patentes. A continuación se exponen brevemente los pasos que tendrá que seguir:

- Obtenga un folleto de información de patentes a través de la Oficina de la Propiedad Intelectual de Canadá (OPIC). Puede comunicarse con ellos buscando su número de teléfono en la sección del gobierno de su guía telefónica o accediendo a su sitio web. Además o alternativamente, puede llamar a la biblioteca de su zona para informarse de las publicaciones que tienen sobre el tema.



- Póngase en contacto con una organización como el Consejo de Investigaciones para obtener un tipo de búsqueda de patente que no tiene la profundidad ni abarca tantos años como una búsqueda de patente adecuada, pero puede servirle de punto de partida desde donde proseguir. Si va a proseguir con esto, tendrá que estar preparado para proporcionar la suficiente descripción del artículo y su uso previsto, para que pueda comunicarse una descripción precisa a la Oficina de la Propiedad Intelectual de Canadá del Ministerio de Industria de Canadá.
- Comuníquese con un abogado o agente especializado en patentes para discutir las complejidades del proceso de patentes y los costos potenciales de este proceso. La oficina de patentes aceptará una solicitud para una patente sólo del inventor o de un abogado o agente reconocido especializado en patentes. Querrá sopesar las ventajas y desventajas de intentar completar por sí mismo la solicitud o utilizar los servicios de profesionales que tienen experiencia en este campo.
- El tener una patente no significa que usted tiene una protección absoluta. De hecho, una encuesta descubrió que más del 70% de los casos de violación presentados por titulares de patentes para proteger sus patentes, la patente en sí se consideró inválida.
- El defender su patente puede ser muy caro. Sin embargo, si usted no tiene una patente, la probabilidad de proteger con éxito su invención es prácticamente nula.
- Las meras ideas o sugerencias no pueden ser patentadas. Es posible que algunas de ellas pueda ponerlas en forma patentable, pero para las que no pueda, se trata básicamente de hacerlo uno mismo. Consulte con un abogado/agente especializado en patentes o con la Oficina de Patentes sobre las clases de materia patentable.
 - Digamos, por ejemplo, que usted cree que tiene un magnífico truco para vender más productos de la Compañía A. Dejando a un lado la probabilidad de que la Compañía A no esté interesada, ¿cómo se dirige a la Compañía A con su idea teniendo cierta garantía de que no la utilizarán sencillamente sin pagarle un centavo?
 - Lo mejor que puede hacer es escribirles una carta diciéndoles que tiene una idea promocional (o de otro tipo) y, sin darles detalles, ofrecerse a enviársela. Incluya en su carta una declaración para que sea firmada y devuelta por un representante de la Compañía A, en la que se prometa que no divulgarán su idea ni harán uso de ella sin compensación (a ser negociada entre ellos y usted), si desean conocer los detalles de su plan. Probablemente le dirán “gracias, pero no gracias” o que no pueden prometerle tal cosa sin ver la idea, pero es el único camino que tiene.

¿Hay alguna esperanza?

Cada sección de esta publicación parece estar repleta de malas noticias, pero la publicación no le haría ningún favor si diera falsas esperanzas. La cuestión es que usted necesita ser más que una persona con ideas para ganar dinero de una invención u otra innovación.



Muchas pequeñas empresas han estado condenadas al fracaso desde el principio debido a las falsas esperanzas. Aquellos de ustedes que ya operen empresas en desarrollo han evitado hacerse ilusiones en otras áreas del negocio. También tiene que evitarlo en lo que se refiere a las innovaciones.

¿Qué están buscando los patrocinadores potenciales de ideas e invenciones? Si lee acerca del tema, encontrará muchos comentarios al siguiente efecto:

- Lo que queremos es un empresario, alguien que no sólo pueda inventar un producto sino también encontrar el capital y una forma de introducir el producto en el mercado.
- Es mejor tener un nuevo producto aceptable y un excelente gerente que lo contrario.
- La gestión es el elemento más importante para el éxito de una invención.

Edison no fue sólo un genio inventor. Fue también un genio promotor, un genio de la publicidad, un genio de la obtención de fondos, un genio de la identificación de mercados potenciales para las invenciones.

¿Ha oído hablar alguna vez de Joseph Swan? Podrían exponerse argumentos para decir que él inventó la luz eléctrica ocho meses antes que Edison. Pero, ¿quién consiguió las patentes? ¿Quién introdujo la bombilla en el mercado? Edison. ¿Quién inventó la bombilla de luz eléctrica? Edison.

Pocos de nosotros somos Edisons. Puede que tengamos ideas brillantes de productos, pero normalmente no somos conocedores, y mucho menos brillantes, en todas las áreas que hay que abarcar. Necesitamos ayuda.

¿Dónde puede conseguir ayuda?

Aunque probablemente todavía tenga que invertir una considerable cantidad de transpiración por sí mismo, puede conseguir ayuda para parte del sudor. Incluso Edison tuvo alguna ayuda.

Abogados y agentes especializados en patentes

Los abogados y agentes pueden ayudarlo a realizar búsquedas de patentes y solicitudes, si usted no puede hacerlo solo. Puede encontrar a abogados y agentes buscando en la sección de anuncios de su guía telefónica bajo “Patents” (“Patentes”).

Empresas de promoción de invenciones

También es probable que figuren en la sección de “Patentes” de la guía empresas que ofrecen —por una suma— asumir todo el trabajo de proteger y promover su idea. Es necesario actuar con precaución a la hora de tratar con este tipo de promotores.

Si usted decide usar una empresa de promoción de invenciones asegúrese de que:



- Puedan proporcionarle pruebas sólidas de su historial; no sólo unas cuantas llamativas historias de éxito, sino datos estadísticos verificables sobre el número de clientes que han tenido y el número que verdaderamente ha ganado dinero.
- No recauden todos los honorarios por adelantado.
- Le proporcionen muestras de su material promocional y listas de empresas a las que se lo han enviado. (Luego verifique con esas compañías usted mismo).
- Compruebe la reputación de la empresa con la Oficina de Buenas Prácticas Comerciales (*Better Business Bureau*), la Cámara de Comercio, un abogado especializado en patentes o un club local de inventores o innovadores.

Agentes de invenciones

Los agentes trabajan por una parte de los beneficios de un invento. Pueden ayudar a los inventores a obtener fondos y formar compañías para producir y comercializar sus inventos. Con frecuencia ofrecen consejos de gestión sofisticados. En general, puede esperar que estos agentes estén interesados en tecnología más compleja con un potencial de ventas bastante grande.

Centros universitarios de innovaciones/invenciones/empresariales

Estos centros, algunos de ellos financiados por el Consejo Nacional de Investigación, prometen ayudar a inventores e innovadores. El más conocido, la Universidad de Waterloo, por ejemplo, evalúa una idea por una suma muy modesta. El Centro evalúa una idea basándose en los 33 criterios (indicados anteriormente en la publicación) para ayudar a los inventores a descartar las malas ideas a fin de que no gasten más tiempo y dinero en ellas.

El Centro también identifica puntos problemáticos que requieren especial atención en la planificación del desarrollo o comercialización de un posible nuevo producto. Si parece que una idea tiene mérito y es factible desde el punto de vista comercial, el Centro intenta vincular al innovador con compañías establecidas o le recomienda fuentes de fondos.

Dirección de pequeñas empresas de su oficina provincial de desarrollo económico

La Dirección de Pequeñas Empresas puede proporcionarle información sobre la investigación de mercado, análisis de viabilidad, y asistencia en la planificación empresarial necesaria para hacer que una innovación tenga éxito.

Las oficinas locales de Pequeñas Empresas pueden proporcionarle información sobre programas gubernamentales. Puede encontrar también otros programas de ayuda de gestión ofrecidos en las oficinas locales para ayudar a hacer realidad su idea.

Clubes/Asociaciones/Sociedades de inventores

Puede que existan estos clubes en su localidad. Puede intercambiar experiencias con almas gemelas y obtener buenos consejos, evaluación de bajo costo y otra ayuda.



El hablar con otros inventores quizás sea lo más útil que pueda hacer. Encuentre a alguien que haya pasado por el proceso completo de patentes, I+D aplicados y fases de financiamiento. No importa si el resultado final fue un éxito o un fracaso financiero. Lo importante es conseguir la esencia del proceso.

¿Es usted poco razonable con respecto a sus posibilidades?

Si ha leído esta publicación y sigue pensando que puede ganar dinero con su idea, algunas personas pueden pensar que no ha entendido de qué se trata. Si sigue creyendo en su idea después de considerar las posibilidades y obstáculos, está siendo poco razonable.

Así exactamente es como debe ser. Está en buena compañía.

George Bernard Shaw observó que todo progreso está hecho por gente poco razonable. La gente razonable se adapta al mundo que la rodea; la gente poco razonable trata de cambiarlo.

Fuente: Administración de Pequeñas Empresas de los Estados Unidos
Preparado por: Oficina Regional de Desarrollo Económico y Cooperativo de Saskatchewan
