



Artículo

Relación entre la estrategia de innovación de la firma y su decisión de patentar: evidencia de empresas pertenecientes al sector manufacturero colombiano

Jorge Luís Juliao Rossi^{a,*}, Fernando Barrios Aguirre^b, Jana Schmutzler^c e Iván Darío Sánchez Manchola^d

^aDocente e Investigador, Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Universidad de La Salle, Bogotá, Colombia

^bDocente e investigador, Facultad de Economía de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, Bogotá, Colombia

^cDocente, Escuela de Negocios, Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia

^dProfesor Asistente, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Historial del artículo:

Recibido el 30 de junio de 2011

Aceptado el 16 de septiembre de 2013

Clasificación JEL:

O31

O34

Palabras clave:

Colombia

Estrategia de Innovación

Patente

Propiedad intelectual

Fuentes de información

RESUMEN

El objetivo del presente artículo es determinar los efectos que ejerce la apuesta estratégica de innovación de las empresas manufactureras colombianas sobre la decisión de proteger sus innovaciones con registro de propiedad intelectual (patentes). Para lo anterior, se utilizó un *Zero Inflated Poisson Model* sobre datos provenientes de la 2.^a y 3.^a Encuesta de Desarrollo e Innovación Tecnológica efectuada por DANE-DNP-COLCIENCIAS. Los resultados de esta investigación evidencian una relación negativa entre la proporción de inversión en inversión y desarrollo y la decisión de patentar. Adicionalmente, el bajo nivel de patentes se debe en parte a la carencia de relaciones de calidad de las firmas con proveedores y competencia.

© 2013 Universidad ICESI. Publicado por Elsevier España. Todos los derechos reservados.

Relationship between company innovation strategy and the decision to patent: empirical evidence from Colombian manufacturing companies

ABSTRACT

The objective of this paper is to determine the effects that a specific innovation strategy has on the decision to protect the intellectual property of Colombian manufacturing enterprises via patents. The Zero Inflated Poisson Model was applied, relying on data from the Second and Third Survey on Development and Technological Innovations carried out by the DANE-DNP-COLCIENCIAS. The results of this investigation show a negative relationship between the proportion of investment in R & D and patenting decisions of firms. Additionally, it was shown that the low level of patents is partially due to lacking quality relationships with providers and competition.

© 2013 Universidad ICESI. Published by Elsevier España. All rights reserved.

JEL Classification:

O31

O34

Keywords:

Colombia

Innovation Strategy

Patents

Intellectual Property

Information Sources

*Autor para correspondencia.

Facultad de Ciencias Administrativas y Contables, Universidad de La Salle, Cra. 2,

N.º 10-70, Bogotá, Colombia.

Correo electrónico: jjuliao@unisalle.edu.co (J.L. Juliao Rossi).

Relação entre a estratégia de inovação da empresa e a sua decisão de patentear: evidência de empresas pertencentes ao sector da indústria transformadora colombiano

RESUMO

Classificação JEL:

O31

O34

Palavras-chave:

Colômbia

Estratégia de Inovação

Patente

Propriedade Intelectual

Fontes de Informação

O objectivo do presente artigo é determinar os efeitos que a aposta estratégica de inovação das empresas da indústria transformadora colombianas exerce, sobre a decisão de proteger as suas inovações com o registro de propriedade intelectual (patentes). Para a realização do anterior utilizou-se um *Zero Inflated Poisson Model* sobre dados provenientes do Segundo e Terceiro Inquérito de Desenvolvimento e Inovação Tecnológica efectuados pela -DNP-COLCIENCIAS. Os resultados desta investigação mostram uma relação negativa entre a proporção de investimento em I+D e a decisão de patentear. E, o baixo nível de patentes deve-se, em parte, à carência de relações de qualidade das empresas com os fornecedores e com a concorrência.

© 2013 Universidad ICESI. Publicado por Elsevier España. Todos os direitos reservados.

1. Introducción

Para apropiarse de las rentas provenientes de la explotación de sus innovaciones (Teece, 1986), una firma puede utilizar diversos mecanismos: aprovechar las ventajas de ser el primero en introducir la innovación en el mercado; moverse rápidamente por la curva de aprendizaje; usar sus capacidades complementarias en ventas, servicios y manufactura; mantener la innovación en secreto, o patentar la innovación (Levin, Klevorick, Nelson y Winter, 1987; Cohen, Nelson y Walsh, 2000). El uso de estos mecanismos depende del tipo de industria, de la clase de innovación (productos o servicios), de las características del producto (simple o complejo) y de atributos de las empresas dueñas de las innovaciones (tamaño, apalancamiento financiero, capacidades de innovación y complementarias) (Cohen et al., 2000).

El uso de patentes es apenas una de las formas de apropiarse de las rentas de una invención. Es especialmente importante, sin embargo, porque permite a los innovadores obtener ingresos por sus inventos mediante la promesa del monopolio dada por la protección de derechos de propiedad y prevenir la copia por parte de la competencia (Deardorff, 1992). Aunque los costos de hacer respetar una patente pueden ser muy altos, este es el único mecanismo que permite vender el conocimiento creado o licencias para su uso. Otras motivaciones para patentar incluyen la posibilidad de bloquear el desarrollo de ciertos productos por parte de adversarios, el fortalecimiento del poder de negociación de una empresa (Cohen et al., 2000) y hacerla atractiva a posibles socios (usuarios de tecnologías relacionadas con la patente) para establecer alianzas o entrar en mercados internacionales (Gick, 2008). Las patentes, generalmente aumentan el valor de la compañía mediante el aseguramiento de activos intangibles, mejoran la imagen tecnológica de la empresa y la posicionan ante proveedores de recursos financieros (Blind, Edler, Frietsch y Schmoch, 2006), especialmente en los escenarios internacionales.

En los estudios sobre patentes desarrolladas por empresas del sector manufacturero, se pueden identificar 2 enfoques. El primero ha intentado explicar la dinámica de patentamiento de la firma en función de variables relacionadas con el mercado y la respuesta de las firmas. Entre las variables que se han utilizado en estos estudios se destacan el tamaño de la firma y su poder de mercado (Schumpeter, 1942; Cohen et al., 2000), la inversión en investigación y desarrollo (I+D) y las oportunidades tecnológicas (Crepon, Duguet y Mairesse, 1998).

En el segundo enfoque, que se ubica en la corriente que va desde Hayek (1945), pasando por Arrow (1962), hasta llegar al *Resource-Based View* (Barney, 2007), algunos investigadores se han centrado en el estudio de las capacidades de innovación de la firma (Zhao, Tong, Wong y Zhu, 2005) y en las decisiones estratégicas de estas en

torno a sus resultados de innovación (Blind et al., 2006). Dentro de este enfoque, Peeters y Van Pottelsberghe de la Potterie (2006) proponen que, además de las variables tradicionales, la estrategia de innovación de la empresa influye en la actividad de patentamiento de la firma. Estos autores entienden la estrategia de innovación de una firma como una combinación de la importancia relativa de la investigación básica y aplicada en los proyectos de innovación de la empresa, las actividades de innovación realizadas en cooperación con otras instituciones (proveedores, clientes, competidores y universidades) y la orientación del esfuerzo de innovación hacia productos o procesos. Dentro del anterior contexto, el objetivo del presente artículo es determinar los efectos que la estrategia de innovación de la empresa ejerce sobre su decisión de proteger sus innovaciones a través del registro de patentes.

La motivación de este estudio subyace en el reconocimiento de que la obtención de patentes es importante para el desempeño y la creación de ventajas competitivas de las firmas (Blind, Cremers y Mueller, 2009). Adicionalmente, se reconoce la existencia de una correlación positiva y alta (0,806) entre competitividad y número de patentes registradas por país (López-Claros, Porter, Sala-i-Martin y Schwab, 2006). Se considera, entonces, que la comprensión de cómo influyen las dimensiones que constituyen la estrategia de innovación de la firma en la obtención de patentes y la contextualización de estos efectos en las condiciones de desarrollo tecnológico, financiero e institucional proporcionadas por un país emergente puede ser un insumo importante para el necesario debate informado y diseño de políticas públicas de innovación en países latinoamericanos.

Es importante resaltar además, que son pocas las investigaciones econométricas sobre determinantes de registro de patentes (por ejemplo, López y Orlicki, 2009) o acerca de otros tipos de indicadores de resultados de innovación (por ejemplo, Chudnovsky, López y Pupato, 2006; Forero, Corredor y Forero, 2009; Gorgoni y Pietrobelli, 2010) en el ámbito de países, sectores industriales o firmas en Latinoamérica. Por lo tanto, entender cómo influyen las diferentes dimensiones de la estrategia de innovación en el comportamiento de patentar de las empresas manufactureras en Colombia es el principal aporte del presente estudio al repositorio de conocimiento existente sobre el fenómeno de la innovación en países latinoamericanos.

El trabajo se divide en 5 partes. En la primera, se hace una revisión de la literatura con el fin de formular las hipótesis de investigación. La segunda parte está constituida por la descripción de la metodología que se ha de utilizar. Posteriormente, se contrastan las hipótesis con los resultados empíricos encontrados. En la cuarta parte, se discuten los resultados a la luz de hallazgos de investigaciones relacionadas y el contexto colombiano. Finalmente, se proponen algunas recomendaciones, se identifican las limitaciones de la investigación y se sugieren algunos temas de investigación.

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/997981>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/997981>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)