

## **Innovación, Competencia y Cuasi Rentas**

***Por Darío Milesi***

En las últimas décadas, una profusa literatura ha puesto de manifiesto que el desempeño económico y competitivo de las empresas se sustenta principalmente en la innovación, la generación de conocimiento y la acumulación de capacidades tecnológicas.

En el caso argentino, las estadísticas muestran que, en el ámbito manufacturero, aproximadamente dos tercios de las empresas realizan actividades de innovación (entendidas como aquellas orientadas a obtener innovaciones de producto, proceso, organización o comercialización) y que la inversión en estas actividades se destina en más de un 50% a la adquisición de maquinarias y equipos -destinados a mejorar significativamente el proceso productivo o a la fabricación de nuevos productos- y en un 20% a actividades de investigación y desarrollo. El resto se distribuye entre actividades de ingeniería y diseño, pagos de derechos de propiedad intelectual, adquisición de hardware y software, capacitaciones y consultorías. La evidencia muestra también que aproximadamente un 80% de las empresas que invierten en actividades de innovación obtiene efectivamente innovaciones. Sin embargo, la diversidad enmarcada en esas tendencias generales es muy grande. Surgen en ese marco dos preguntas, que también han sido profusamente abordadas en los estudios sobre innovación: ¿cuáles son los factores que explican las decisiones de la firma sobre cuándo, cómo y cuánto innovar? y ¿cuáles son los factores que inciden en la eficacia de los esfuerzos realizados para innovar?

Los factores identificados por la literatura se pueden agrupar en cuatro categorías: características estructurales de las firmas (tamaño, edad, propiedad), características del sector de actividad (madurez, intensidad tecnológica), características del entorno (grado de desarrollo del sistema de innovación, disponibilidad de apoyo para innovar) y características propias de la firma (competencias tecnológicas). La combinación de estos factores incide en la capacidad y las decisiones de las firmas sobre sus actividades de innovación y sobre la eficacia de las mismas. Los estudios realizados para el caso argentino, nuevamente referidos al sector manufacturero, indican una incidencia positiva principalmente del tamaño, de la pertenencia a sectores de mayor intensidad tecnológica y de las competencias tecnológicas propias de cada empresa.

Ahora bien, el valor económico de la innovación y la posibilidad de la empresa innovadora de apropiarse del mismo, se define en el mercado. Para proteger los beneficios económicos de su innovación la empresa innovadora debe impedir o dificultar que la imiten o, si eso no fuera posible, impedir o dificultar que los imitadores le arrebatan una parte importante del mercado de su innovación. Para ello, las empresas utilizan diversos mecanismos, entre los que se destacan los registros de propiedad intelectual tales como patentes, modelos y diseños y otras estrategias tales como mantener en secreto aspectos clave de la innovación, los activos complementarios (calidad productiva, redes de distribución, servicios post

venta) y la innovación continua (que mantiene una distancia con los imitadores a través de las sucesivas innovaciones). Mientras que los mecanismos legales y el secreto apuntan a impedir o dificultar la copia, los activos complementarios y la innovación continua tienen por objetivo proteger el mercado en los casos en que la imitación es inevitable. Los diversos mecanismos se utilizan en diferentes combinaciones que configuran la distintas estrategias de apropiación de las empresas innovadoras.

La evidencia internacional indica que, a nivel individual, los mecanismos preferidos por las firmas son el secreto, los activos complementarios y la innovación continua. La patente y los demás mecanismos legales figuran sistemáticamente entre los menos preferidos. Esto no es de extrañar ya que los mecanismos legales, especialmente la patente, están orientados a proteger innovaciones con un grado de novedad que no está presente en la mayoría de los casos y, además de eso, los registros obligan a revelar información tecnológica que puede ser usada como punto de partida para desarrollos similares (aunque no iguales) por potenciales competidores e involucran diversos costos que no todas las empresas están en condiciones de asumir. En Argentina, al igual que lo observado a nivel internacional, los estudios revelan que las empresas innovadoras manufactureras prefieren proteger sus innovaciones a través de los activos complementarios, el secreto y la innovación continua. Por el contrario, el uso de patentes caracteriza a una porción menor de alrededor del 10% de esas empresas.

\*

[https://www.researchgate.net/publication/336444661 Milesi Petelski Verre Capitulo patentes libro ENDEI](https://www.researchgate.net/publication/336444661_Milesi_Petelski_Verre_Capitulo_patentes_libro_ENDEI)

[https://www.researchgate.net/publication/336444408 Apropiacion privada de los resultados de innovacion](https://www.researchgate.net/publication/336444408_Apropiacion_privada_de_los_resultados_de_innovacion)

[https://www.researchgate.net/profile/Dario\\_Milesi](https://www.researchgate.net/profile/Dario_Milesi)