

Nº 193

Enero 2010

FICHA TÉCNICA

Título: **Mercado de Tecnología. Estrategias y Características.**

Año: **2010**

Fuente: COTEC

Nº de páginas: 47

Acceso/coste: Libre, descargable de Internet.

Localización: http://www.cotec.es/upload/documentos/fichero_1_1192720100111.pdf



La fundación COTEC para la innovación tecnológica durante más de quince años, ha trabajado de forma ininterrumpida para contribuir a promover la cultura de la innovación tecnológica en el tejido empresarial y en la sociedad española.

Cotec, dentro de su línea de trabajo sobre la economía de la innovación, publica periódicamente diversos estudios que analizan, desde distintas perspectivas, las consecuencias de la innovación sobre la productividad, la competitividad y el crecimiento económico, así como el papel del capital humano en la economía del conocimiento.

Descripción y contenido

El estudio que se presenta introduce el tema de los mercados de tecnología. Tras una extensa revisión de la literatura, el documento muestra evidencias del reciente crecimiento de estos mercados e identifica tres motivos principales que lo explican. En primer lugar, la existencia de sectores industriales muy dinámicos en la aplicación comercial de resultados científicos. En segundo lugar, la protección más estricta de los derechos de propiedad intelectual, que favorece sobre todo el suministro de tecnología por parte de las empresas más pequeñas, carentes de activos complementarios para el desarrollo interno de la tecnología y su comercialización. Por último, la tendencia creciente en las empresas a buscar e incorporar conocimiento externo para sus procesos de innovación, que es lo que se conoce como "innovación abierta".

En este escenario se analizan las implicaciones que tiene la existencia de los mercados de tecnología para la estructura industrial y para las estrategias tecnológicas de las empresas, tanto en su papel de proveedoras como de usuarias de tecnología.

Estructura del informe

RESUMEN

1. INTRODUCCIÓN

2. MERCADOS TECNOLÓGICOS

- 2.1. Definición y alcance del análisis
- 2.2. Tamaño de los mercados tecnológicos

3. ¿POR QUÉ ESTÁN CRECIENDO LOS MERCADOS DE TECNOLOGÍA?

- 3.1. El papel creciente de la ciencia como base de la tecnología industrial
- 3.2. La protección de derechos de propiedad intelectual más estrictos
- 3.3. Emergencia del modelo de innovación abierta

4. IMPLICACIONES DE LOS MERCADOS TECNOLÓGICOS

- 4.1. Proveedores: la obtención de beneficios de la innovación
 - 4.1.1. Implicaciones para los proveedores especializados de tecnología
 - 4.1.2. Implicaciones para las empresas establecidas
- 4.2. Implicaciones para los usuarios de tecnología
- 4.3. Implicaciones para la estructura industrial

5. CONCLUSIONES

6. BIBLIOGRAFÍA

Principales conclusiones

La implicación más clara del auge de los mercados tecnológicos es que las principales compañías pueden ahora **vender tecnologías que no son explotadas internamente**, aumentando sus ganancias en concepto de I+D.

Para empresas pequeñas y otras de nueva creación basadas en la tecnología, los mercados tecnológicos **incrementan la efectividad de las estrategias** basadas en la especialización de dichas empresas en el desarrollo tecnológico.

Los mercados tecnológicos pueden **reducir la importancia relativa de la tecnología como fuente de ventaja diferenciadora**, porque la ventaja de poseer conocimientos o tecnologías cruciales puede verse limitada por la capacidad de la competencia para adquirir tecnología alternativa que permita conseguir los mismos beneficios. La consecuencia natural es que las compañías tengan que concentrarse en otros activos internos que les puedan proporcionar ventajas diferenciadoras.

Las implicaciones de los mercados tecnológicos para los proveedores de tecnología

- Disponibilidad de un **mayor número de opciones estratégicas**. La empresa puede elegir entre otorgar licencias tecnológicas o la explotación interna. La empresa otorgará licencias si la disipación de beneficios es menor que las rentas de la venta de la tecnología. Por ejemplo, cuando el comprador compite en un mercado lejano o cuando el vendedor tiene una cuota de mercado del producto muy pequeña.
- La empresa generará **incentivos para una gestión activa de las patentes** y de la propiedad intelectual.
- Los mercados tecnológicos permiten a los proveedores centrarse en las **ventajas de la especialización**.
- Las empresas no necesitan invertir en los recursos complementarios y pueden existir cuando dichos mercados están muy poco desarrollados
- Los mercados tecnológicos **permiten la entrada de pequeñas empresas** tecnológicas otorgando más opciones estratégicas y **menores costes de fracaso**.

Implicaciones de los mercados tecnológicos para los usuarios de tecnología

- **Mayor penalización por el miedo al uso de nuevas tecnología**, debido a que se duplican los costes por esfuerzos tecnológicos ya que la tecnología conocida usada no iguala la competitividad de la nueva.
- Se ha de incentivar la **supervisión constante de las tendencias** de los mercados tecnológicos.
- Pueden comprar tecnología que no serían capaces de desarrollar internamente.
- La tecnología acaba perdiendo importancia como fuente de ventaja competitiva.