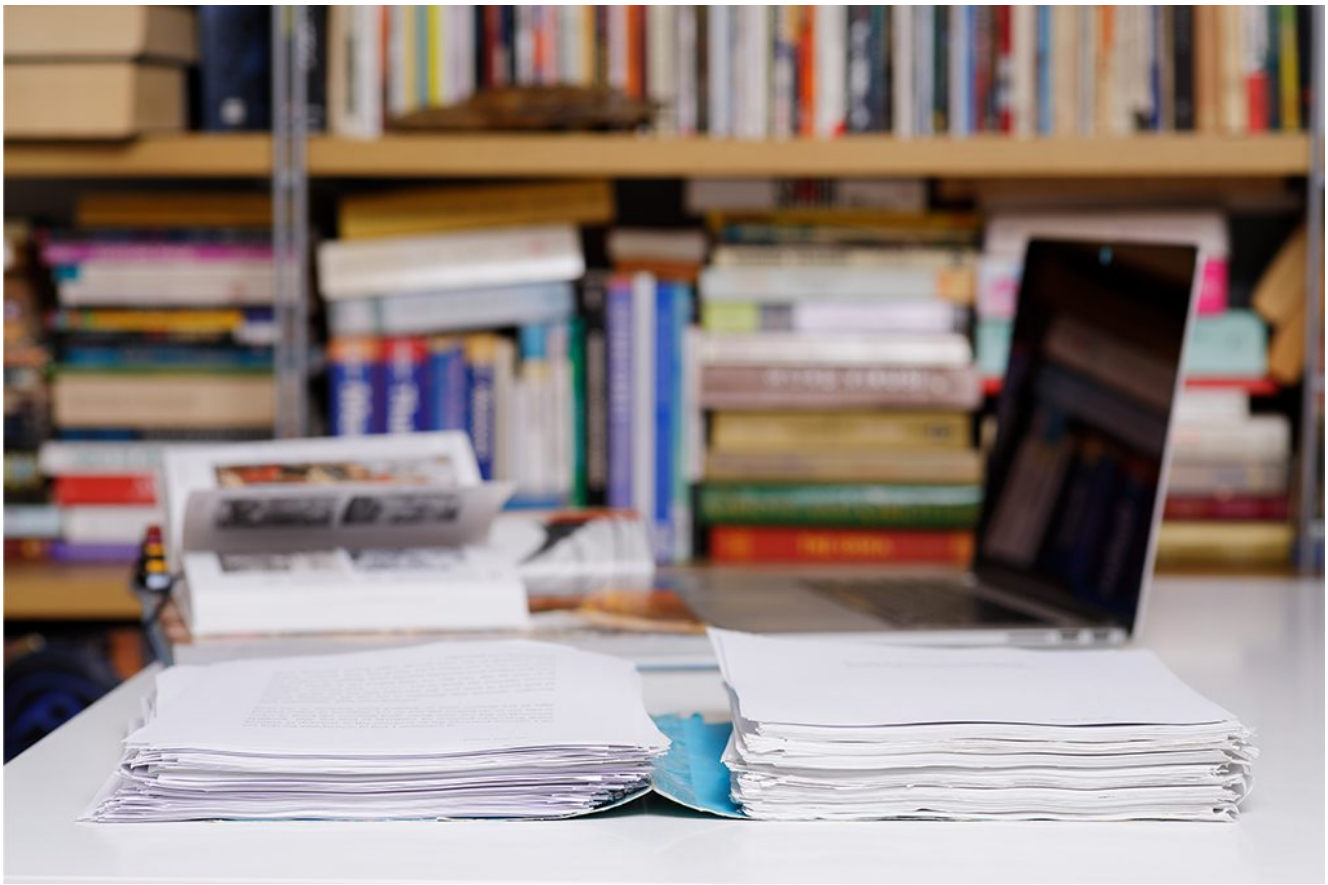
Riesgos y beneficios de publicar los avances de tu empresa en revistas científicas

Las publicaciones científicas pueden atraer nuevas inversiones, pero también son la puerta de entrada de un invitado indeseado, la competencia.



6 de noviembre de 2023

Muchas empresas del ámbito del I+D pueden conformarse con realizar investigaciones pioneras y desarrollar tecnologías innovadoras. Eso no basta para las compañías en sectores

©IESE Business School

altamente competitivos. Para estas, tan importante es investigar como divulgar sus avances con tal de atraer inversores y talento altamente cualificado.

Las empresas cuentan con varias maneras para salvar las asimetrías de información. Una de ellas son las notas de prensa, útiles para difundir avances en investigación, aunque no dejan de ser noticias promocionales y difíciles de verificar si no se tienen conocimientos técnicos.

También pueden optar por incluir previsiones de beneficios por acción en su información financiera, pero con eso corren el riesgo de dar una imagen distorsionada de su situación. Es algo que les sucede a la firmas biotecnológicas muy enfocadas en investigación, pues sus beneficios suelen ser negativos hasta que no lanzan los productos al mercado.

Una tercera vía consiste en difundir las actividades de la empresa mediante la publicación de trabajos de investigación en revistas científicas. El profesor del IESE David Wehrheim, junto con Stefano Baruffaldi y Markus Simeth, ha publicado un artículo sobre ello en *Management Science*. En él, examina las razones que llevan a las empresas a publicar en este tipo de publicaciones, los beneficios que obtienen de ello y las limitaciones que supone. Además, explica por qué empresas como Google han puesto fin a esta práctica.

¿Por qué publicar en una revista científica?

Gigantes como Alphabet (Google), IBM y Merck figuran en el prestigioso Índice Nature, que reconoce las instituciones académicas más prestigiosas. ¿Qué ganan divulgando allí sus proyectos? Eso les ayuda no solo a atraer a científicos a su organización y construir su reputación dentro de la comunidad académica, sino también a comercializar su tecnología y aumentar su cotización bursátil. Y eso actúa como un imán para los inversores.

“Una publicación científica se revisa por pares hasta obtener un documento auditado y certificado”, afirma Wehrheim. “Esto permite a los inversores evaluar el rumbo que sigue la empresa y la relevancia de sus actividades de investigación, incluso si no son expertos en la materia”, añade.

Para saber si las publicaciones científicas tienen algún tipo de efecto en el mercado de capitales, Wehrheim, Baruffaldi y Simeth analizaron el comportamiento de empresas que sufrieron una repentina asimetría de información con los inversores. Esta asimetría se produce, por ejemplo, cuando se fusionan intermediarios bursátiles o se suceden cierres varios, ya que reducen la cobertura de los analistas.

Ante acontecimientos de este tipo, las empresas reaccionaron aumentando la divulgación de

©IESE Business School

su información en publicaciones científicas en detrimento de otros métodos susceptibles de ser más lentos o menos precisos, como la previsión de beneficios o la solicitud de patentes. A resultas de ello, las publicaciones científicas incrementaron las búsquedas de aquellas empresas tanto en Google como en Bloomberg, su cobertura informativa y las descargas en bases de datos financieras.

Se demuestra así que las publicaciones científicas son una señal creíble del estado de una compañía y sus avances en investigación. Pero, entonces ¿por qué evitan algunas empresas este método de divulgación?

La razón por la que Google preserva su información

La publicación de resultados no solo proporciona información a potenciales inversores, también a posibles competidores. Con esta práctica, las empresas que investigan en campos pioneros corren el riesgo de ceder su propiedad intelectual a otros, los cuales la pueden aprovechar para desarrollar nuevos (y mejores) productos.

Sin ir más lejos, en mayo de 2023, Google anunció que dejaba de compartir sus avances con el mundo. Jeff Dean, su responsable de inteligencia artificial, explicó que Open AI se había estado informando de los progresos de la compañía a través de las publicaciones científicas e incluso había aprovechado toda esa información para desarrollar ChatGPT. Desde entonces, este gigante de Internet custodia toda su información hasta que lanza un producto al mercado.

En opinión de Wehrheim, cada empresa debe encontrar el equilibrio entre los beneficios y los inconvenientes de divulgar información. Por un lado, difundir conocimiento es crucial a nivel económico, ya que el crecimiento económico se basa en la producción de conocimiento acumulado –es decir, creo a partir de lo que otros crean–. El reto radica en determinar qué tipo de información y cuánta se está dispuesto a compartir sin comprometer la ventaja competitiva o propiedad intelectual. Por el otro, afirma el autor, “los directivos caminan sobre la fina línea que separa la necesidad de cumplir con las obligaciones con sus inversores y mantener los costes de financiación bajo control y el conocimiento de mayores implicaciones”.

Sobre la investigación

Los autores usaron un diseño de tipo más bien experimental para analizar los cambios en el entorno informativo de una empresa a raíz de fusiones de intermediarios bursátiles y otros

©IESE Business School

cierres entre 2000 y 2010, así como los efectos de publicaciones científicas posteriores.



David Wehrheim

Profesor de Dirección Estratégica en el IESE. Experto en economía de la innovación, propiedad intelectual y estrategia tecnológica.

www.iese.edu/es/insight

©IESE Business School