

El valor económico de la innovación: de la invención a la comercialización



Walter García-Fontes

Departamento de Economía y Empresa

Universitat Pompeu Fabra

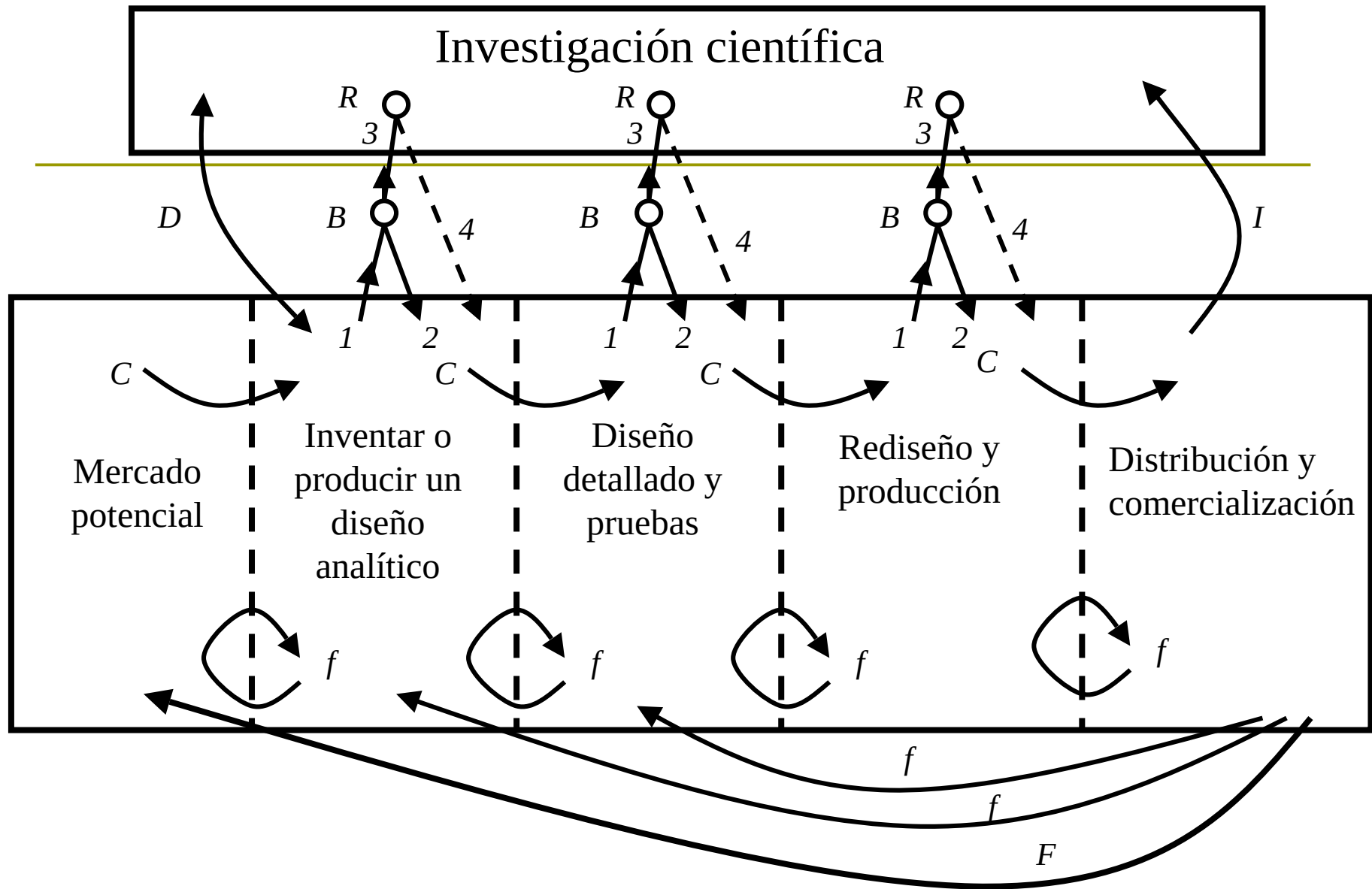
Junio 2006

Preguntas

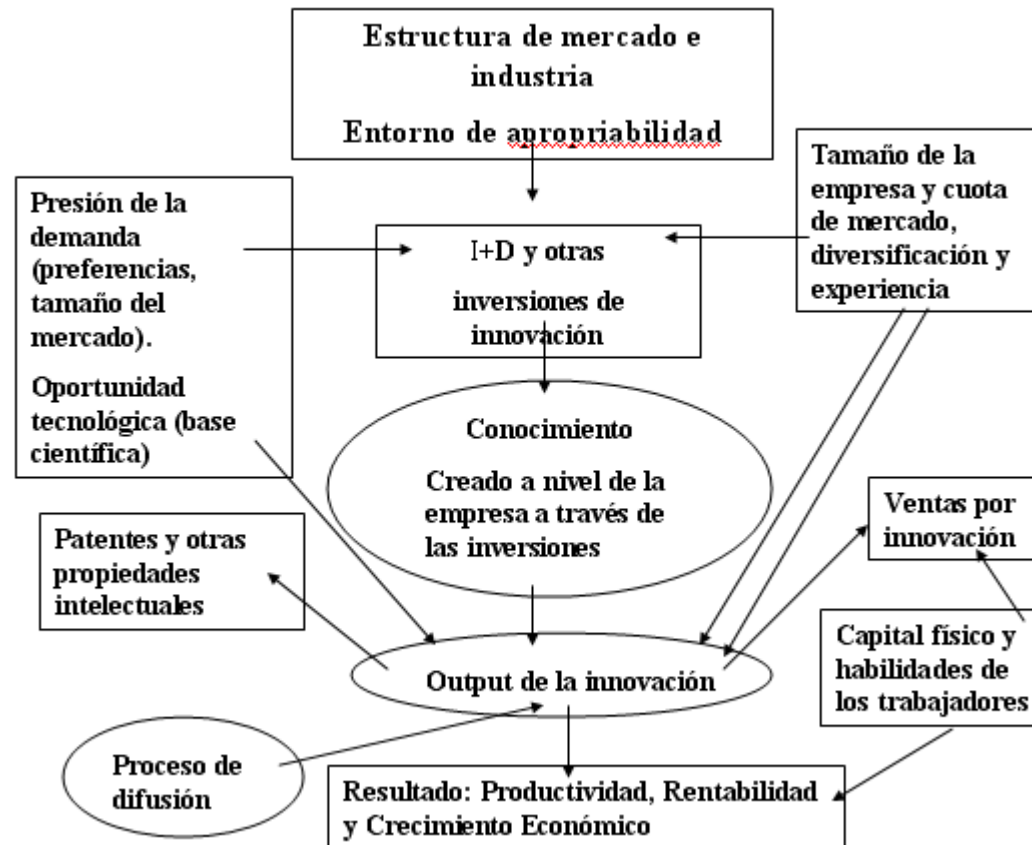
- ❑ ¿Cuál es el valor económico de la invención?
- ❑ ¿Cuáles son sus determinantes?
- ❑ ¿Cuáles son los factores que inhiben el valor de las invenciones?
- ❑ ¿Qué acciones y qué políticas pueden mejorar este valor?
- ❑ ¿Cómo se puede incrementar el número de invenciones que proporcionan rendimientos económicos?

¿Valor económico?

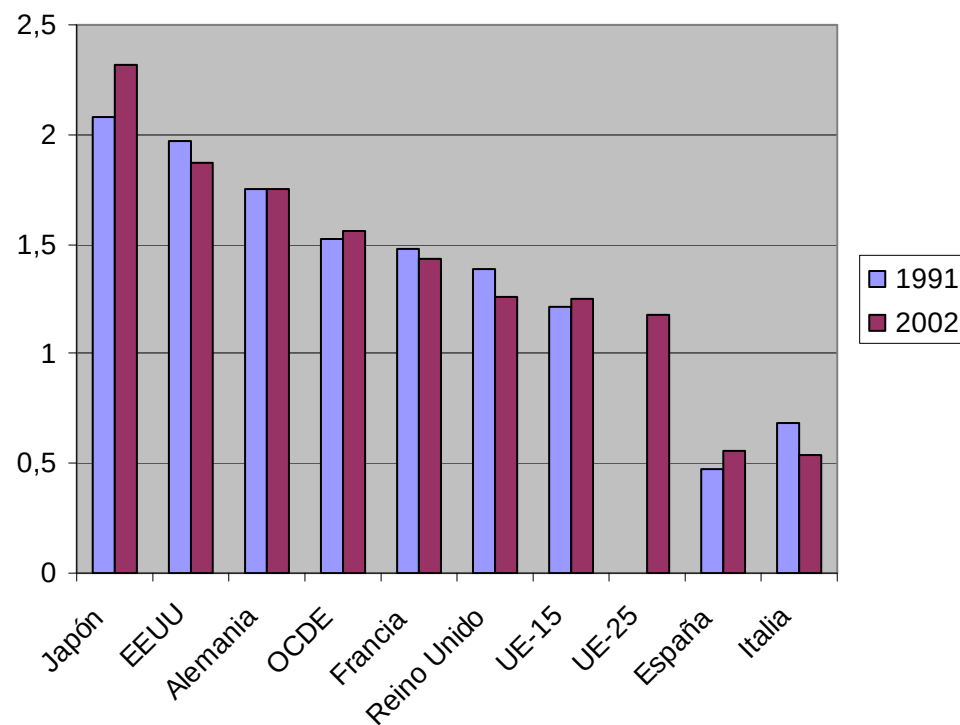
- “La caja de música sin cables no tiene ningún valor comercial que se pueda imaginar. ¿Quien querría comprar un aparato para enviar un mensaje a destinatarios anónimos?”, David Sarnoff’s Associates al rechazar invertir en la producción de radios en la década de 1920
- “El concepto es interesante y está bien estructurado, pero para que te de una nota más alta que Aprobado la idea tiene que ser factible”, un profesor de Yale en su corrección del trabajo de curso de Fred Smith, donde proponía un servicio garantizado de envíos de un día para otro. Smith se graduó y fundó Federal Express.



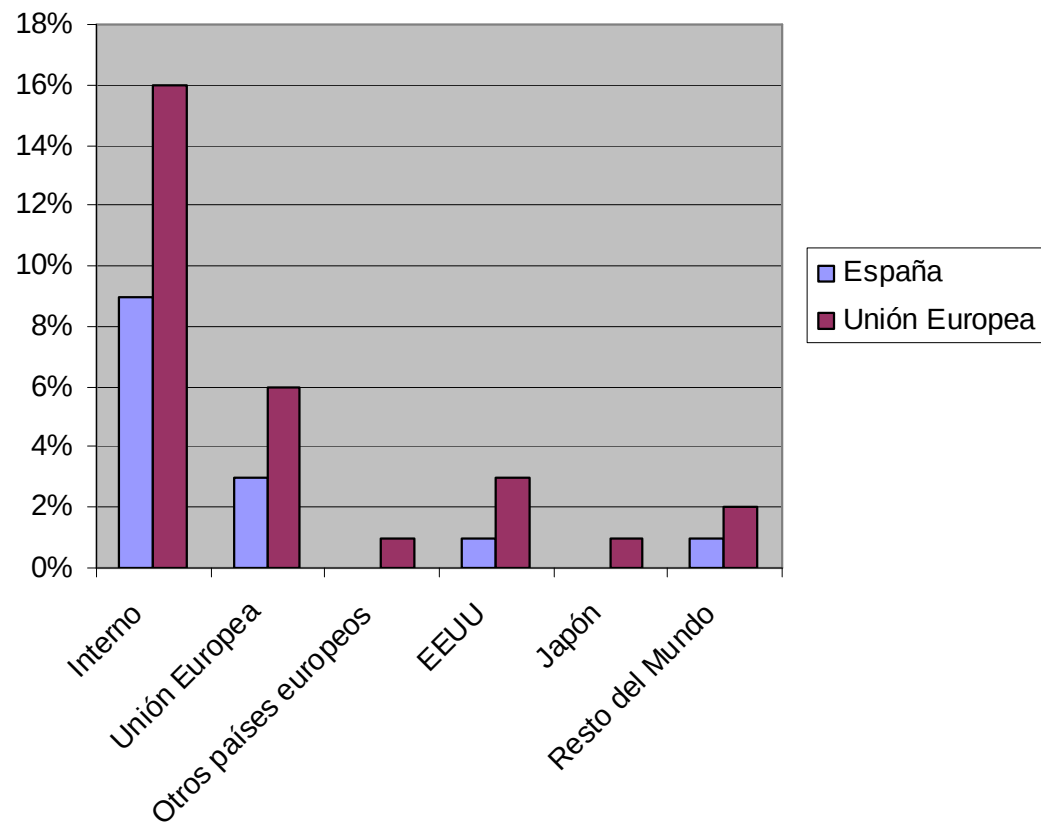
El entorno de la innovación



Gasto empresarial de I+D

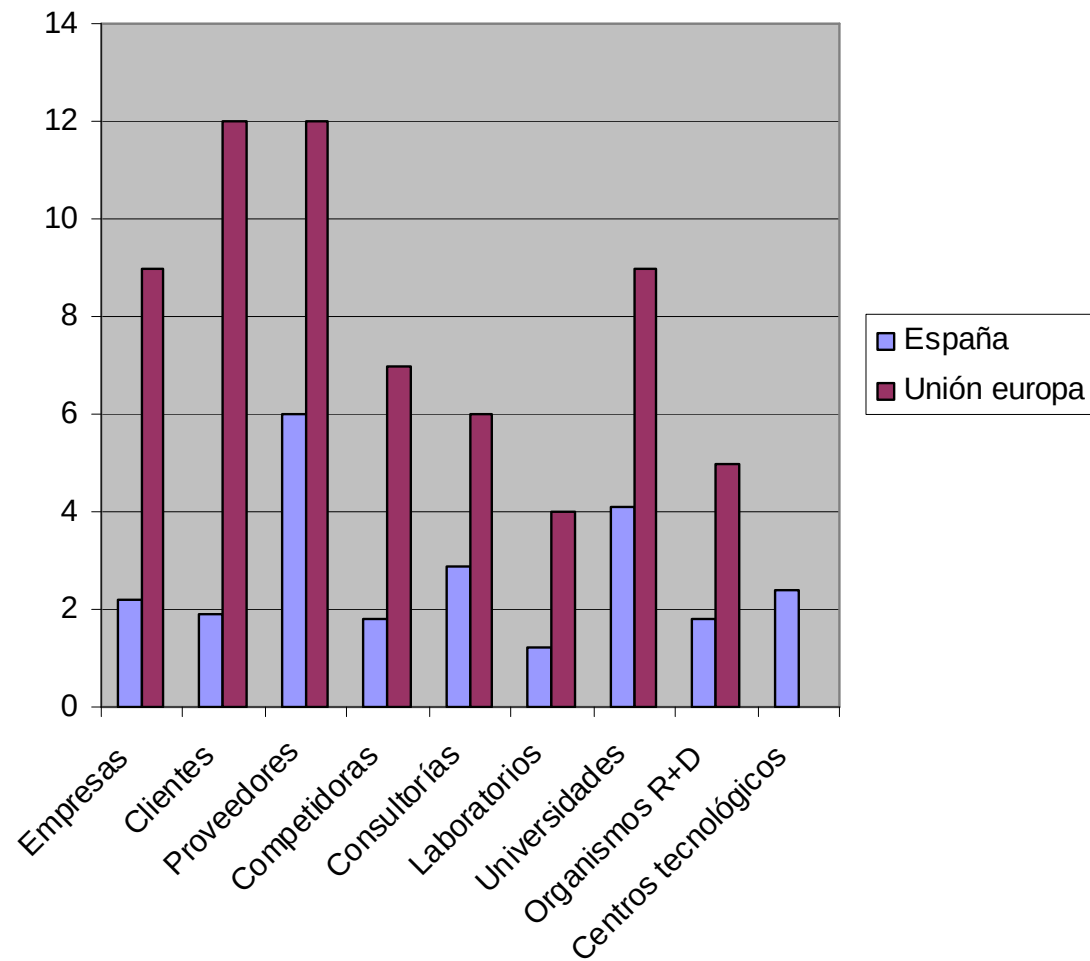


Cooperación entre empresas



Conferencia Anual de Red OTRI
Walter García-Fontes - Junio 2006

Entidades con las cuales se coopera



Conclusiones

- ❑ Entorno simultáneo de la innovación: valor comercial
- ❑ Obstáculos:
 - Esfuerzo empresarial de I+D
 - Grado de cooperación entre empresas
 - Interacción en la cadena de la innovación
- ❑ Políticas:
 - Incentivos a la interacción
 - Movilidad del capital humano