



FONDO EUROPEO DE
DESARROLLO
REGIONAL



UNIÓN EUROPEA

ACCIONES GENERALES BÁSICAS PARA UNA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO DESDE LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA DE SALAMANCA A TRAVÉS DE LA OTRI.

Resumen Ejecutivo

El propósito es impulsar el número de los contratos y colaboraciones con empresas y entidades para acceder, entre otros beneficios:

- A fondos privados destinados a financiar la investigación.
- Fomento, impulso y difusión de toda clase de actividades relacionadas con el estudio y la investigación de las ciencias, la cultura, la tecnología, las artes, el deporte y las humanidades
- Fomento y promoción de las relaciones de la Universidad Pontificia de Salamanca y las empresas y demás instituciones públicas o privadas para la consecución de fines de interés mutuo que permitan potenciar las actividades de innovación e investigación de la Universidad.

El planteamiento siguiente se ha hecho analizando hacia dónde puede evolucionar la actividad de los equipos de investigación en relación a la transferencia de conocimiento, atendiendo a:

- La especialidad académica predominante, humanista.
- La forma de pensar como Universidad
- Los socios estratégicos con los que puede asociarse ésta y los Grupos de Investigación.
- La capacidad de innovar y de acomodarse a las necesidades que demanda el mercado.
-

Acciones Generales para una Estrategia Empresarial

1. Carta de Conocimiento

Una actividad primordial es documentar resultados de investigación, capacidades de trabajo y servicios. Crear una “*carta de conocimiento*” dirigida al mercado y hacerla accesible a potenciales clientes usando intermediarios internet, RRSS, etc.

2. Marca Paraguas: Especialización en conocimiento

Especialización de la UPSA en “innovación social, humanista, centrada en la persona...”

Especialización de los Grupos e investigadores en determinados campos. Nos diferenciará respecto a otras universidades.

3. Convertir a la UPSA en partner especializado para las empresas y entidades

Orientar el trabajo de investigación hacia la especialización en áreas que puedan complementar a otras empresas/administraciones con las que podamos trabajar como socio o partner, dándoles valor a aquellos solo por el mero hecho de contar con un partner innovador, la UPSA.

4. Funcionar con un modelo de negocio para transferencia.

Trabajar como si fuéramos una empresa consultora de servicios profesionales ofreciendo conocimiento, investigación y asesoramiento. Tener definidos:

Productos: innovación social, etc.

Precio: concreto

Modo de implantación-entrega

Postventa del conocimiento: rentabilidad que ofrecemos

5. Ecosistema de relaciones alrededor de la Innovación de la UPSA

Crear una dinámica de interacciones sostenibles entre los investigadores de las áreas de humanidades (y otras disciplinas complementarias), empresas de todos los ámbitos sensibilizadas con estos temas y expertos en tecnologías de la información, desde un punto de vista creativo y co-creador.

Formalizar un lobby de “*Empresas Conocimiento UPSA*” incluso en uno o varios sectores concretos, donde se les dé visibilidad a ellas en todos los actos que organice la UPSA, sean o no científicos.

6. Acciones de lobby con los contactos de la UPSA

Aprovechar las personalidades que reciben honores puntuales desde la UPSA para establecer relaciones de colaboración estables

7. Plataforma de recaudación de fondos (fundraising)

“*Escaparate Tecnológico Permanente*” un lugar donde exponer nuevas ideas de proyectos a un público no académico para recaudar fondos de aportaciones de individuos particulares (crowdfunding) o filántropos (mecenazgo).

8. Hacer un decálogo de “ventajas de colaborar con la UPSA”

- Acceso a un colectivo numeroso
- Notoriedad de la empresa patrocinadora por su vinculación a un centro de excelencia
- Reconocimiento público y máxima difusión de la colaboración,
- Acceso al "capital relacional" de la Universidad Pontificia de Salamanca

- Información periódica Incentivos fiscales, a las empresas colaboradoras como:
 - Patrocinadores estratégicos
 - Patrocinadores de honor
 - Patrocinadores
 - Colaboradores
 - Donantes
- Descuento en matrículas, y beneficios

Propuestas de funcionamiento entre la OTRI y los Proveedores de Conocimiento UPSA

Resumen Ejecutivo

Están orientadas al mercado y a la práctica, con el propósito de apoyar la conexión entre los investigadores y el entorno empresarial, en el marco de la globalización del conocimiento, la innovación abierta, la creación de valor, el uso de las nuevas tecnologías y la autonomía de los grupos de investigación.

La Estrategia se divide en tres fases:

- A).- Detección de Oportunidades de Transferencia;
- B).- Interacción de la Universidad con los agentes económicos y sociales;
- C).- Conversión de todos esos contactos en clientes.

A).- Acciones de la OTRI con los Proveedores de Conocimiento de la Universidad Pontificia de Salamanca.

- 1. Acciones de Sensibilización I: Ventajas de la transferencia**
- 2. Acciones de Sensibilización II: Implicación en transferencia**
- 3. Acciones de Sensibilización III: Apoyo a investigadores**

Se Trata de realizar de sensibilización en transferencia de tecnología y conocimiento dirigidas a grupos de investigación, con el objetivo de involucrarlos más en la función de transferencia de tecnología y conocimiento. Así dar a conocer los beneficios que tanto para las empresas como para la propia universidad tienen las acciones en transferencia

Ejemplos de acciones:

Premios, rankings, reconocimientos... Destacar méritos en transferencia; Publicaciones internas: Divulgar casos de éxito. Visitas de personalidades: Aprender de la experiencia de investigadores de prestigio en transferencia, grandes empresas... Formación / capacitación Adiestrar sobre cuestiones de fundamentos de transferencia de tecnología: mecanismos de transferencia, negociación con clientes, innovación abierta, web 2.0...

Otras:

- Reuniones de creatividad. Búsqueda de: nuevas oportunidades de transferencia, nuevos canales de promoción, nuevos contactos con empresas...
- Reuniones de apoyo a la planificación Estrategia de transferencia, marketing, negociación, presencia web...
- Herramienta colaborativa. Utilización de una herramienta colaborativa (intranet, plataforma web, blog corporativo...) que facilite la comunicación entre un grupo de miembros y de soporte el resto de acciones de dinamización.
- Apoyo en tareas de soporte Carga burocrática y de gestión asociada a la transferencia de tecnología.

4. Comunicación de las invenciones

Disponer de un mecanismo oficial desde la OTRI para que los investigadores comuniquen y notifiquen sus invenciones dentro de la universidad, para cumplir con la regulación en materia de propiedad intelectual; al mismo tiempo servirá de registro interno y documento de información para posibilitar la evaluación posterior.

5. Reconocimiento en transferencia

Crear una intranet para investigadores orientada a la detección de oportunidades de transferencia. Plataforma de transferencia abierta de tipo colaborativo para que los propios investigadores aporten sus mejores propuestas para transferir.

6. Apoyo financiero

Establecer las bases para un apoyo financiero a los investigadores de las acciones realizadas en cada una de las fases del proceso de transferencia de tecnología y conocimiento (detección, interacción, conversión) desde la universidad a la empresa.

Ejemplos a financiar:

- *Visitas a empresas, misiones de promoción tecnológica*
- *Participación en eventos de transferencia y de tipo empresarial (ferias...)*
- *Edición de publicaciones orientadas a la transferencia (boletines, revistas...)*

B).- Interacción. Crear “Marca en Conocimiento”

- 1. Imagen Corporativa** → El objetivo principal es empezar a crear marca de nuestra *diferencia competitiva* en el entorno de un mercado potencial.
Creación de un programa dirigido a desarrollar la imagen de marca de la Universidad Pontificia de Salamanca, sus grupos y/o investigadores ante la comunidad empresarial, tanto en un ámbito regional como nacional o global.
- 2. Acciones de Comunicación** → de la Transferencia
- 3. Plan de Marketing Tecnológico** → plan de explotación tecnológica o plan de negocio de las invenciones.
- 4. Fomento de Áreas Específicas**
- 5. Ecosistema de Innovación Empresarial** → Comunidad de relaciones de innovación empresarial alrededor de la Universidad Pontificia de Salamanca, dirigida a fomentar, estimular, generar y producir conexiones, en su sentido más amplio

6. **Eventos de Transferencia**→ Son útiles como servicios de fidelización, creación de marca y reputación. Ayudan a transmitir los valores y lograr la misión de la universidad alrededor de la ciencia, la tecnología y la empresa.
7. **Ventanilla de Innovación**→ canal de atención al cliente en materia de conocimiento (innovación, investigación y tecnología) para facilitar a las empresas la consulta de posibles colaboraciones con la universidad.

C).- Conversión de los Contactos en Clientes

“La mejor forma de convencer a un inversor es enseñarle el producto ya en marcha”.

Transformar las relaciones y los contactos realizados en clientes que generen contratos de investigación y transferencia, a través la orientación al cliente y de servicios de valor añadido diferenciales complementarios.

1. **Valoración económica del conocimiento e innovaciones**→ El precio y el talento nos hacen competitivos. Hay que definir ambos muy bien.
2. **Apoyo en Financiación**→ para comprar nuestras invenciones.
3. **Apoyo en Marketing**→ para que puedan rentabilizar nuestras invenciones las empresas/entidades con la promoción de las mismas. Eso les hace ser más competitivos y tenemos que ayudarles a que se les vea.
4. **Atención Post-Transferencia**→ Aspectos a atender:
 - *Chequeo del nivel de calidad y satisfacción del cliente en su relación con la universidad*
 - *Seguimiento y mantenimiento de la relación a largo plazo*
 - *Propuesta de nuevos servicios o colaboraciones (en relación con la utilización de la herramienta de gestión de la relación con el cliente de las fases de interacción y conversión)*
 - *Localización del interlocutor adecuado entre la empresa y otros aspectos de la universidad no relacionados directamente con transferencia de tecnología (estudios, prácticas de alumnos, eventos...)*

Creación de Empresas

Disponer de un programa que fomente la creación de empresas de base tecnológica (spin-off, spin-out, start-up, ebt...) entre los investigadores de la Universidad Pontificia de Salamanca, como mecanismo de transferencia de tecnología. Este programa debe estar abierto a estudiantes y comunidad universitaria.

El programa debe comunicar las ventajas e inconvenientes de las EBTs y asesorar en materia de: plan de negocio, equipo humano y mercado y reparto de derechos (propiedad industrial e intelectual) entre la Universidad y la EBT.

1. Programa de creación de empresas
2. Evaluación de mercado
3. Validación, Valorización o Prueba de Concepto.
4. Apoyo Legal en la creación de empresas
5. Apoyo en Financiación
6. Apoyo en Marketing y Posicionamiento de mercado
7. Programa de Mecenazgo.