

El conocimiento tecnológico en los ámbitos académicos y profesionales (visión desde la universidad)

Gonzalo León

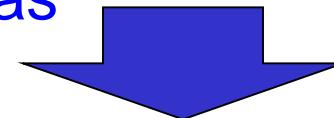
Adjunto al Rector para Programas Estratégicos
Director del Centro de Innovación Tecnológica
Universidad Politécnica de Madrid

Competitividad

El progreso de una sociedad avanzada depende de su ***competitividad sostenible en un entorno globalizado***

Niveles de competitividad

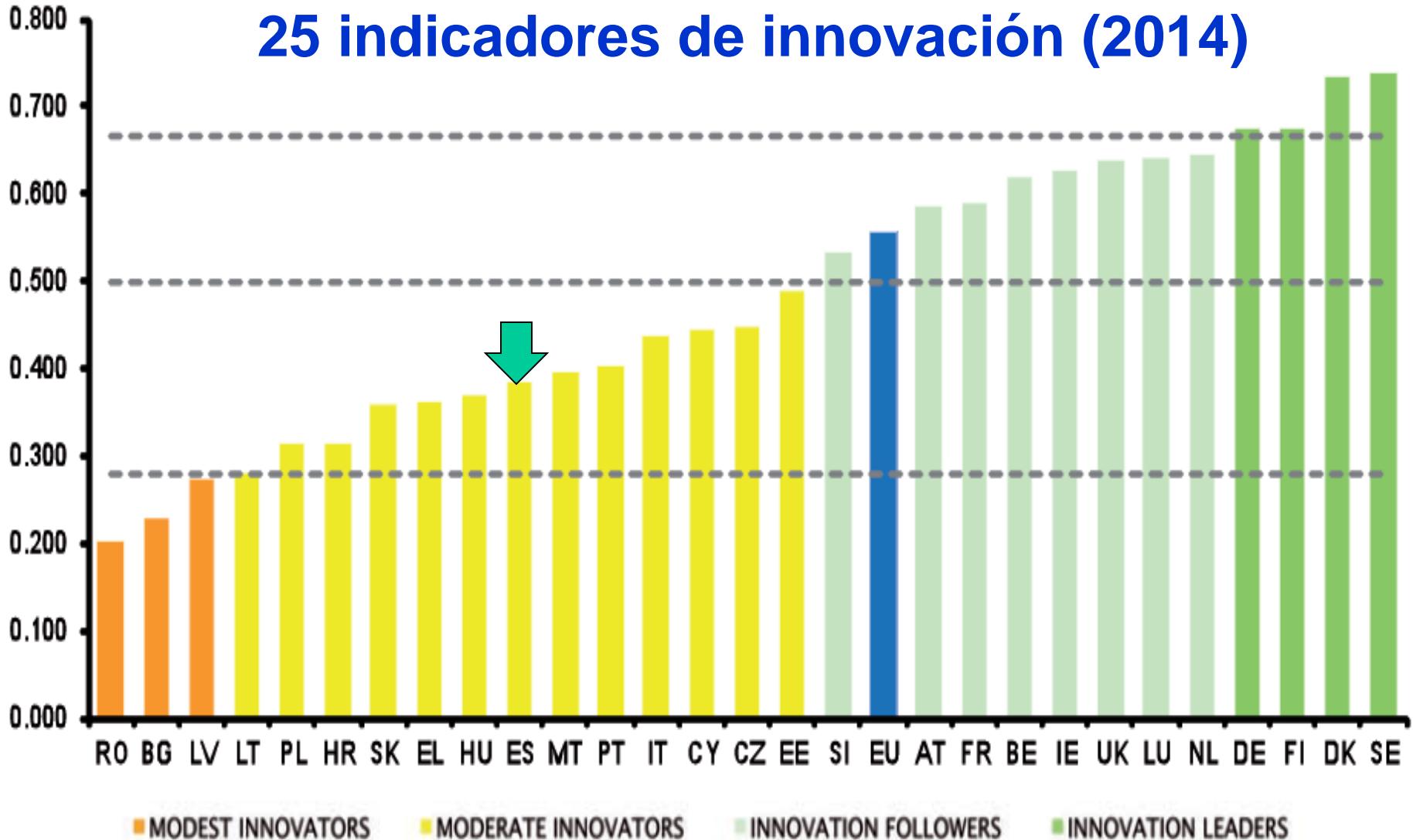
- **Personal**: capacidades, actitudes y nivel formativo de sus recursos humanos
- **Institucional**: cultura, estructura organizativa y tecnología de empresas y centros públicos
- **Social**: eficacia y calidad de los servicios públicos e infraestructuras básicas



De poco sirve tener una entidad competitiva (pública o privada) en una sociedad que no lo sea

Situación de la UE (I)

25 indicadores de innovación (2014)



Fuente: IUS (2015)

La investigación, la innovación y la evaluación de los campos tecnológicos. U. Carlos III. Octubre de 2015

Modernización de las universidades europeas

- La **Unión Europea** está promoviendo desde 2010 un proceso de **reforma estructural de las universidades europeas** con el objetivo de incrementar su competitividad global
- **Ejes de actuación:**
 - Potenciación de la **excelencia en la diversidad** que permita a cada universidad definir sus objetivos y prioridades
 - Establecimiento de acuerdos de **cooperación a largo plazo con el sector productivo** en el contexto internacional
 - Incremento de la **autonomía normativa y financiera** que permita establecer una independencia de actuación
 - Creación de **alianzas estables entre universidades** para reorientar su oferta educativa y líneas estables de investigación
- Los **EEMM** han puesto en marcha sus propios programas

Cambio de paradigma

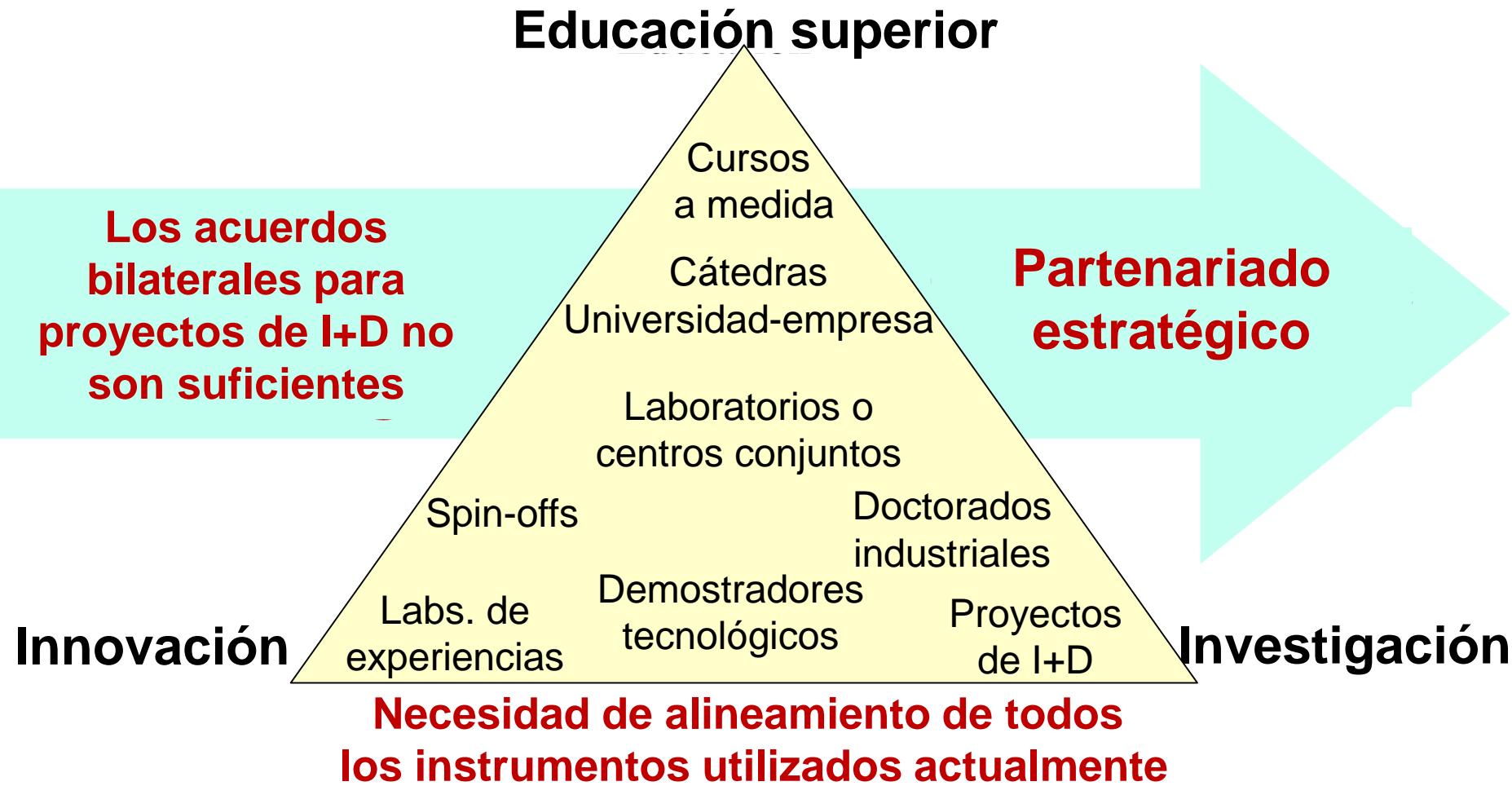
- **Los desafíos globales también afectan a las universidades**
 - Las universidades europeas han explorado diversos mecanismos para asegurar su papel
 - **Vivimos un periodo de transición**



Impacto del conocimiento tecnológico



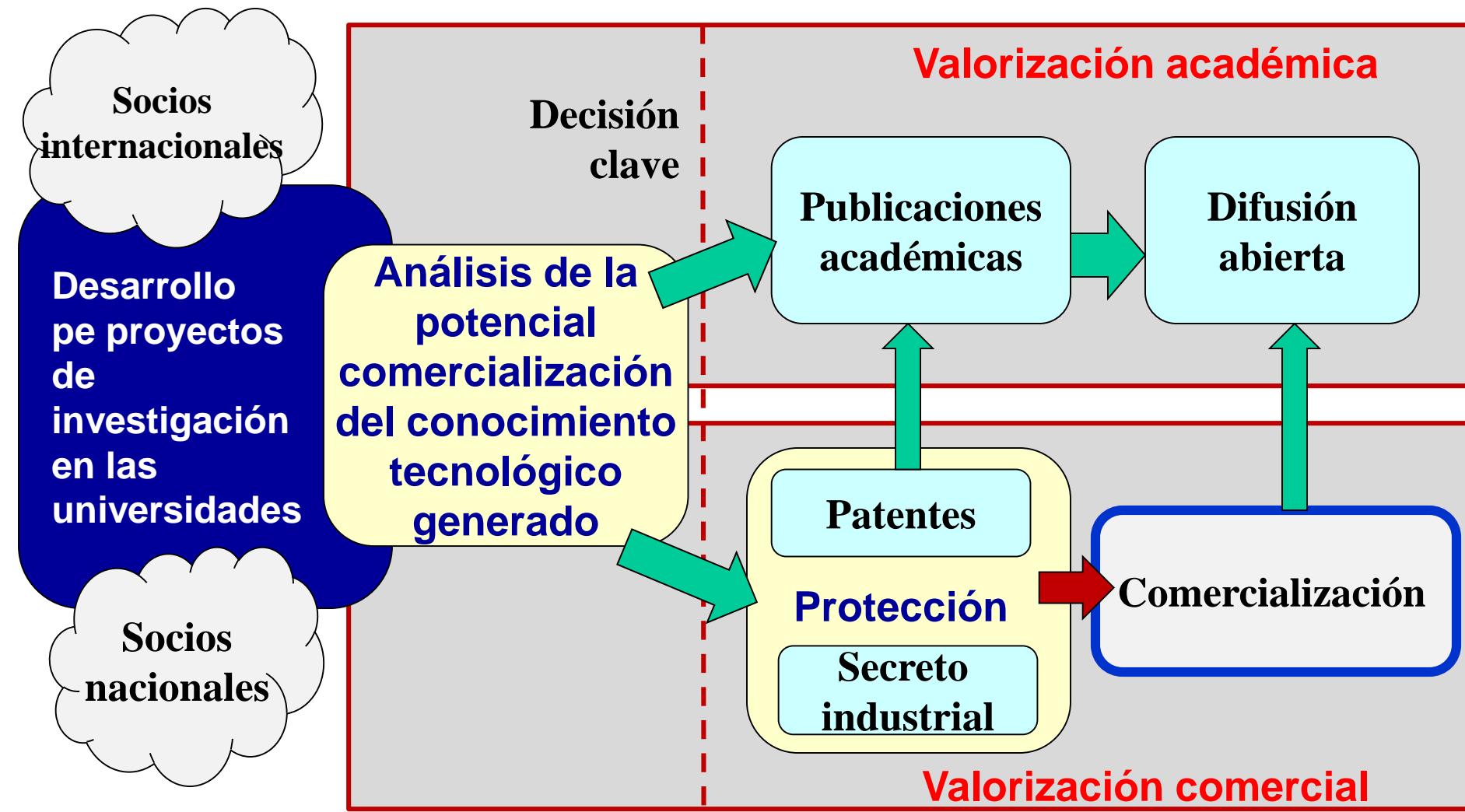
Estrategias institucionales para facilitar el partenariado estratégico con la empresa



Aprovechamiento estratégico del conocimiento tecnológico



Valorización de resultados de I+D



Barreras para la explotación del conocimiento

Nivel individual

Percepción negativa de la influencia curricular

Conocimiento reducido de aspectos básicos

Estructura inestable de los grupos de inv.

Nivel institucional

Valoración institucional insuficiente

Inexistencia de programas de ayuda internos

Inadecuación de los RRHH de plantilla

Nivel gubernamental

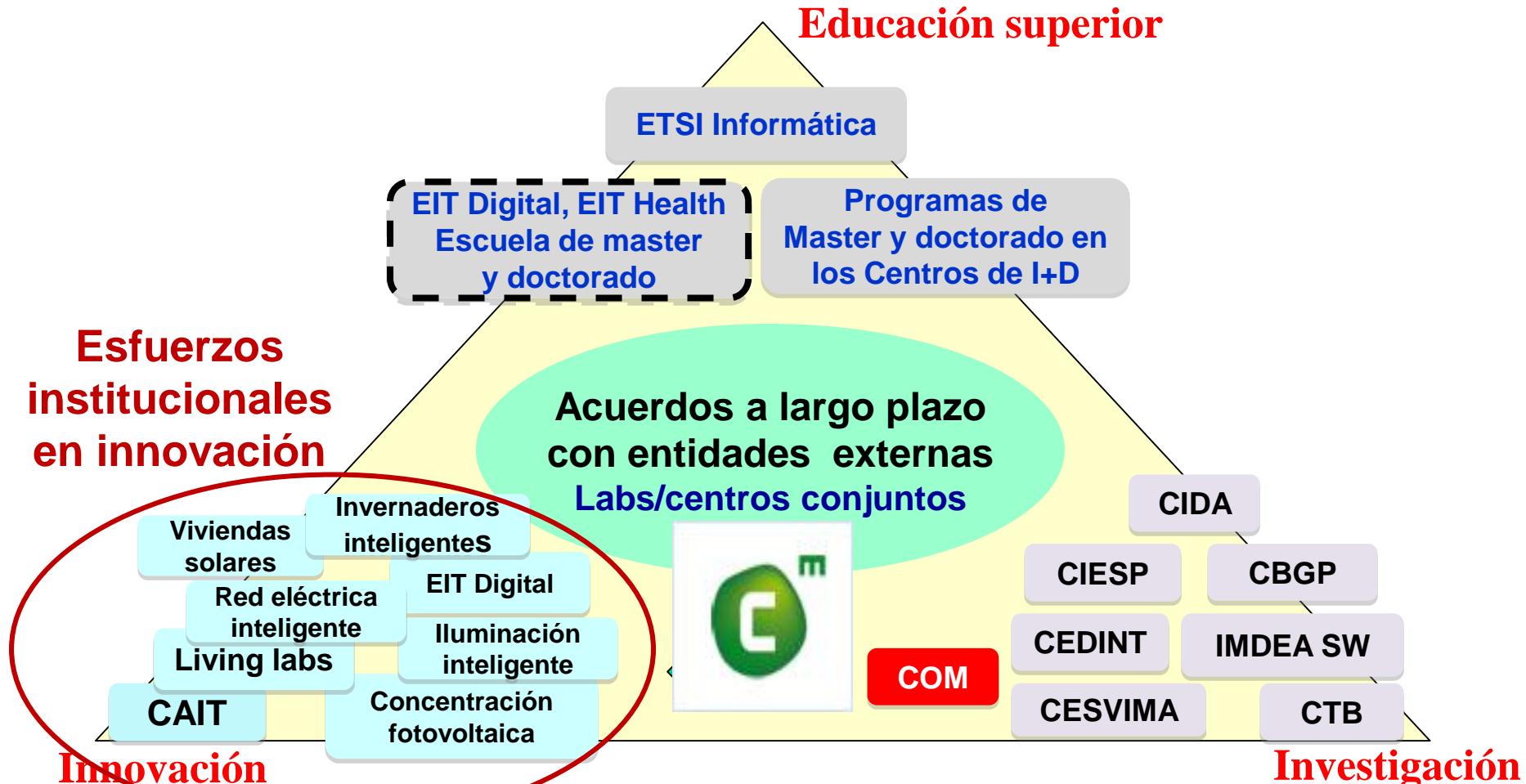
Fragmentación de las políticas de apoyo de las AAPP

Recursos escasos

Falta de continuidad de programas

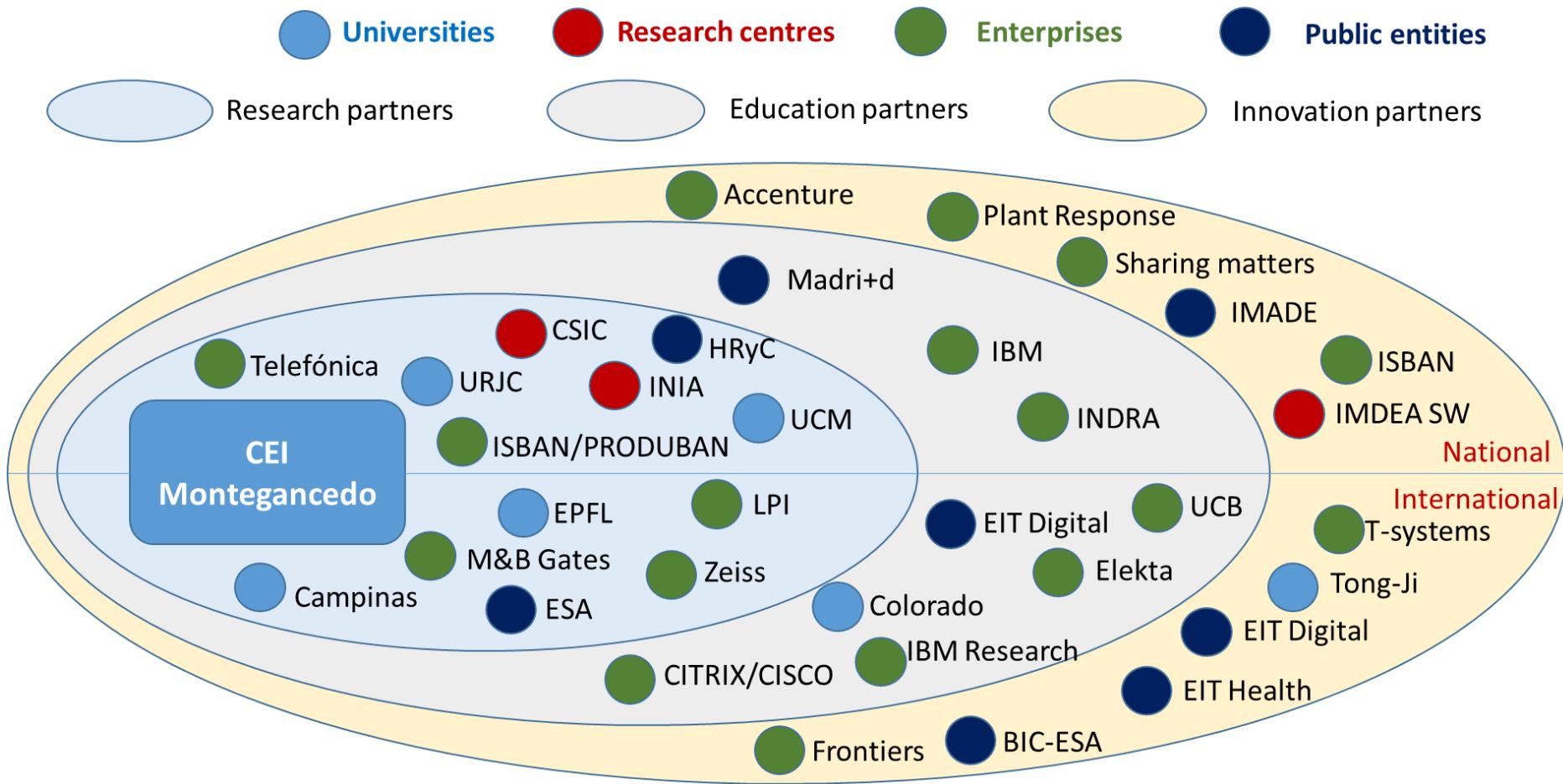
CEI Montegancedo

Énfasis en acuerdos estratégicos con otras entidades para explorar modelos de innovación abierta



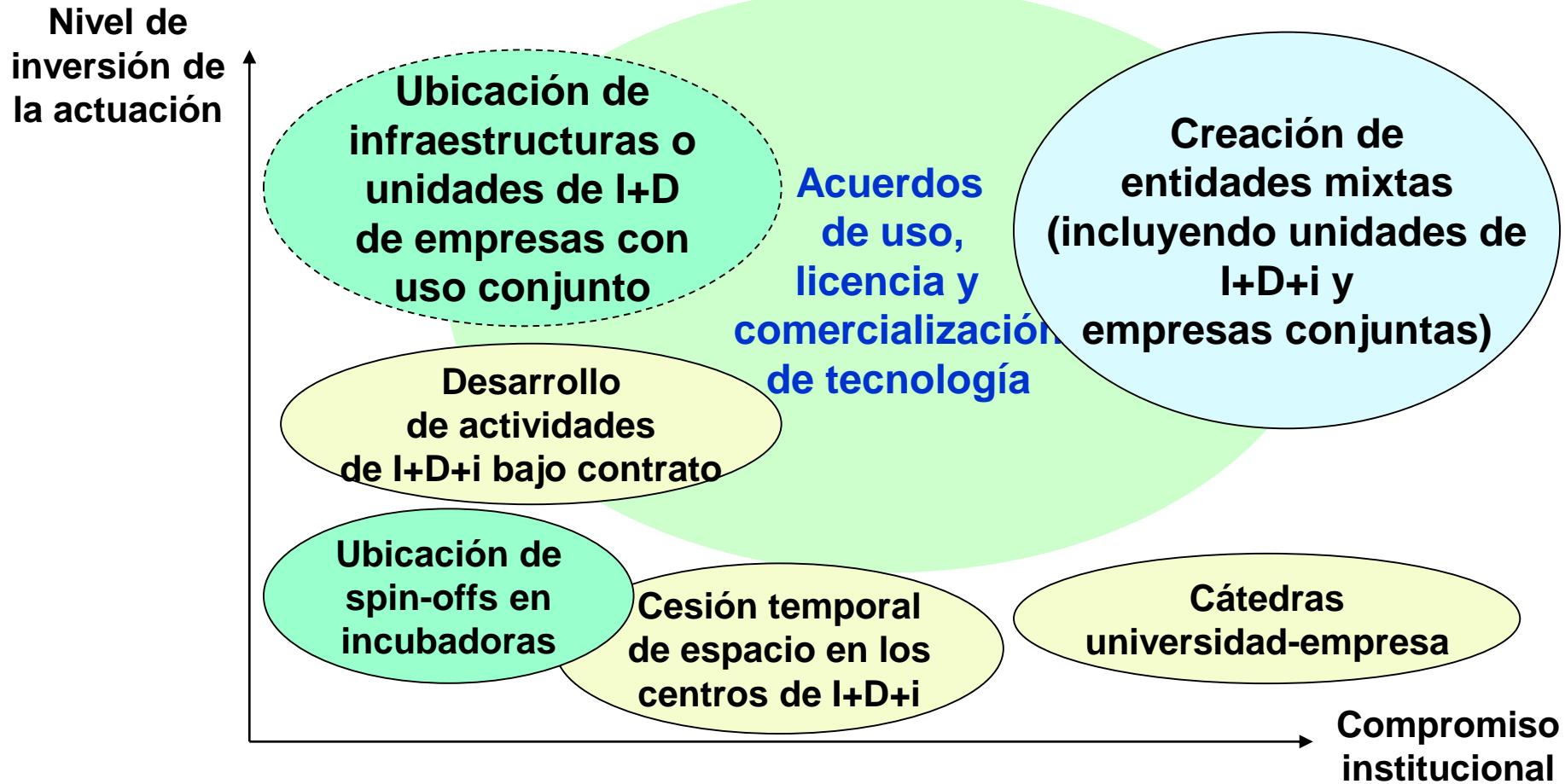
Ecosistema innovador del CEI Montegancedo

Acuerdos a largo plazo con entidades públicas y privadas



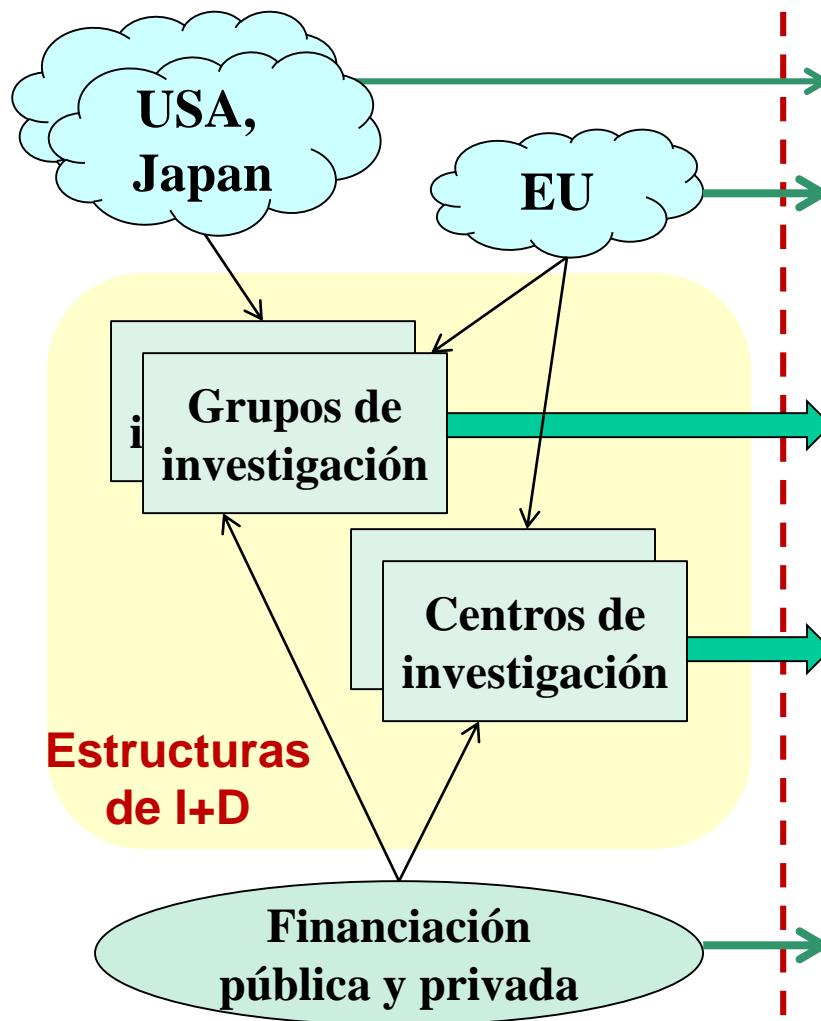
De los proyectos de I+D ... a las alianzas estratégicas

Interacción estratégica con empresas comprometidas como parte de la modernización de las universidades

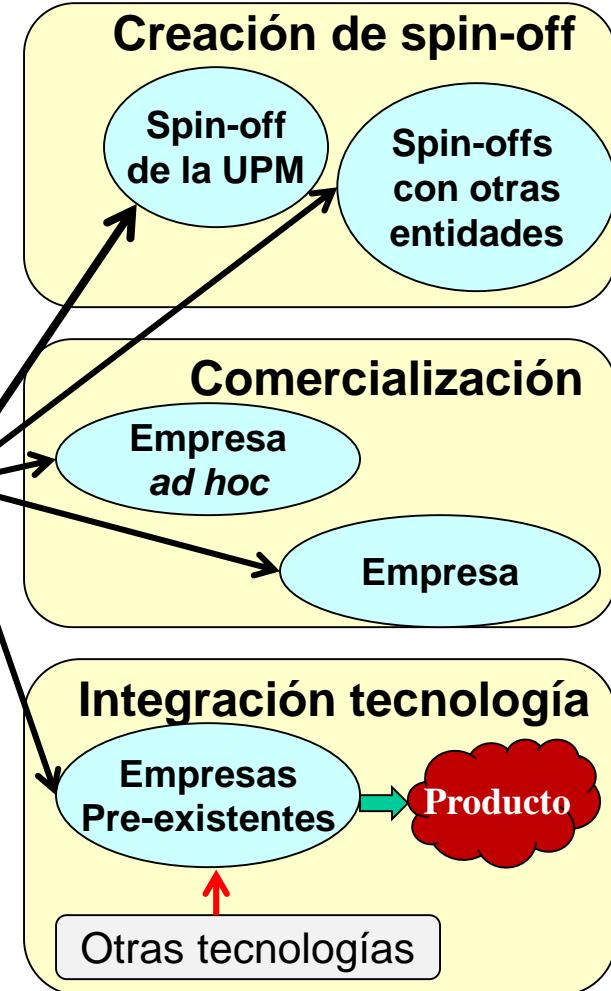


Papel del CAIT

Generación de tecnología



Acceso al mercado



Creación de empresas de base tecnológica



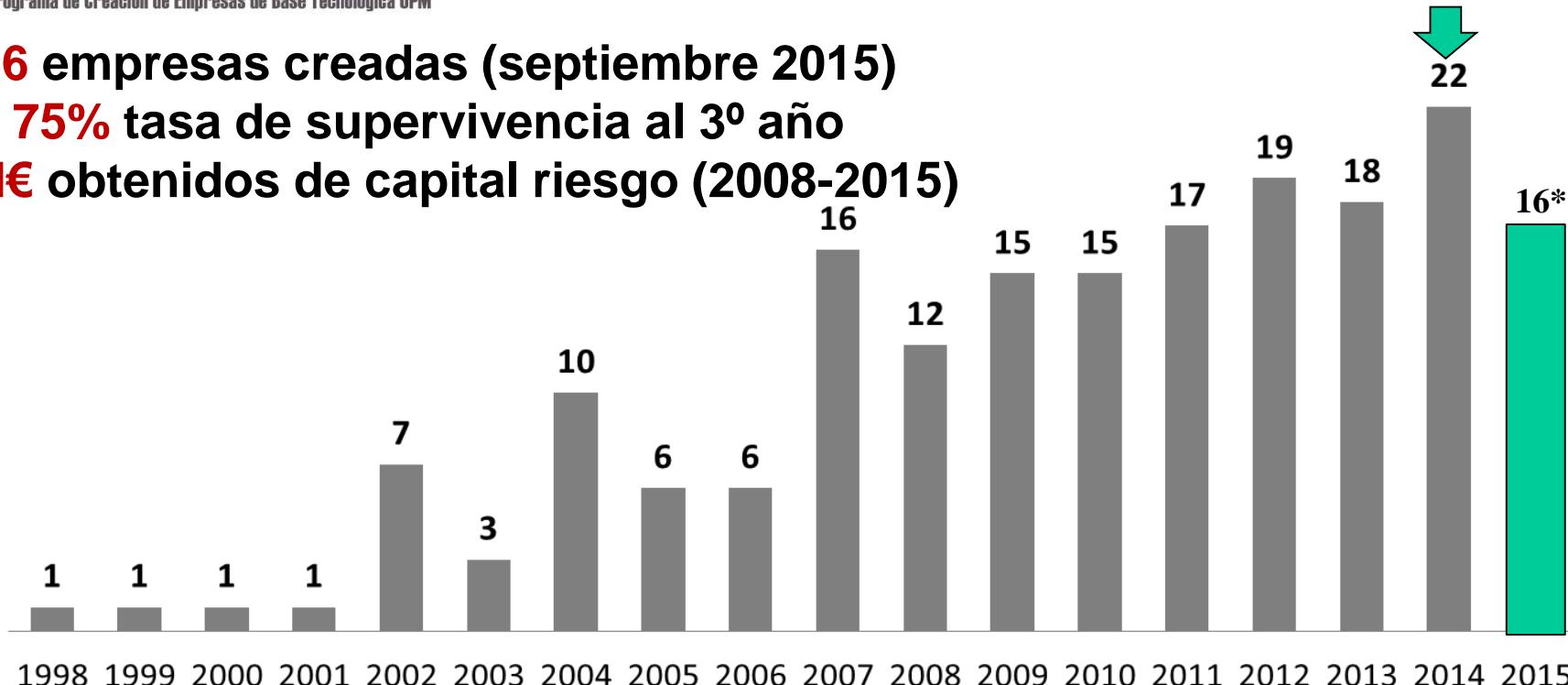
186 empresas creadas (septiembre 2015)

75% tasa de supervivencia al 3º año

47 M€ obtenidos de capital riesgo (2008-2015)

Record

22



* 16 nuevas empresas creadas hasta 30 septiembre



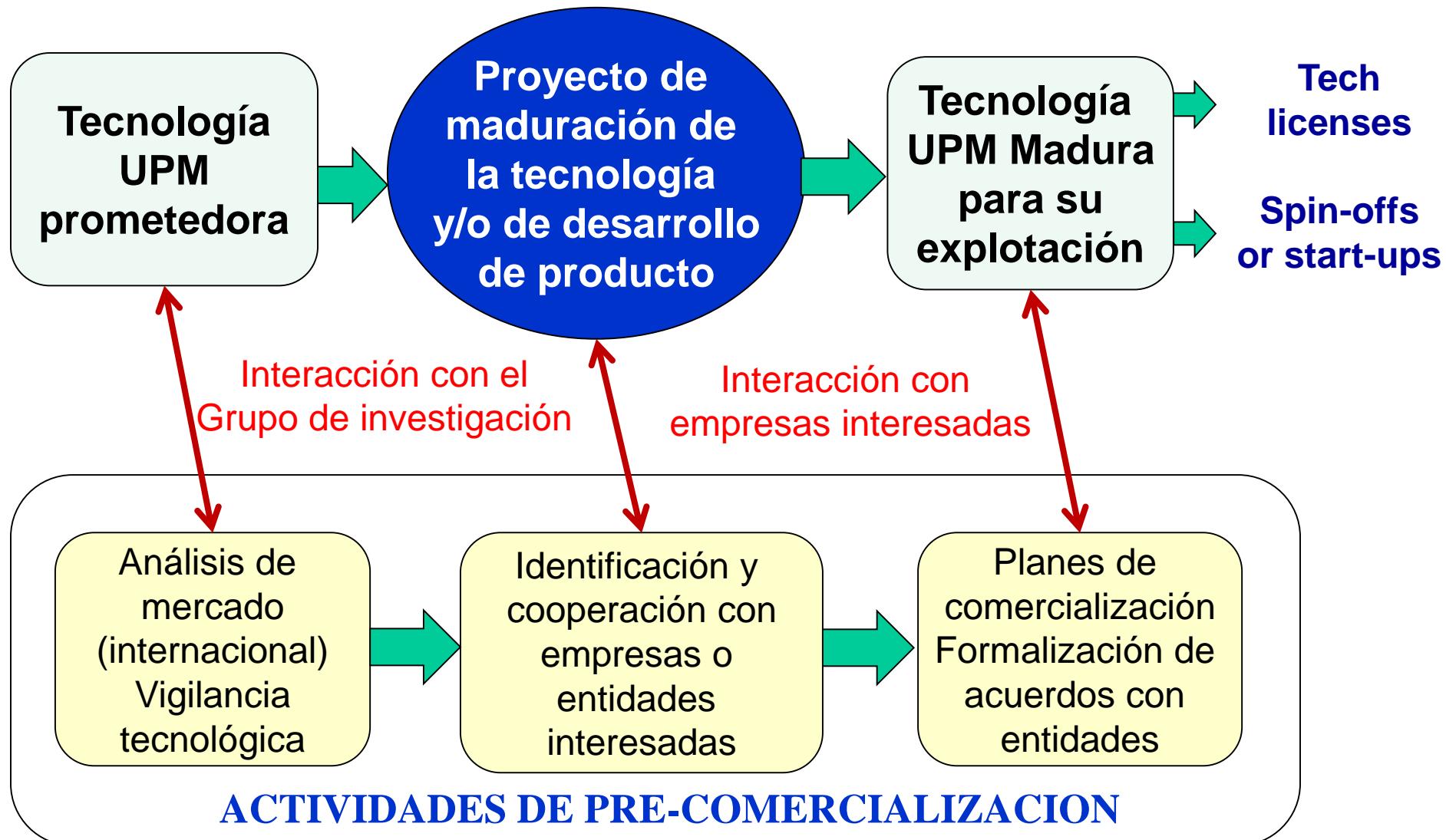
Cartera de tecnologías

- **Estrategia de comercialización del IP de la UPM**

- Relaciones con empresas españolas como “brokers”
- Acuerdos de co-inversión en pruebas de concepto industrial

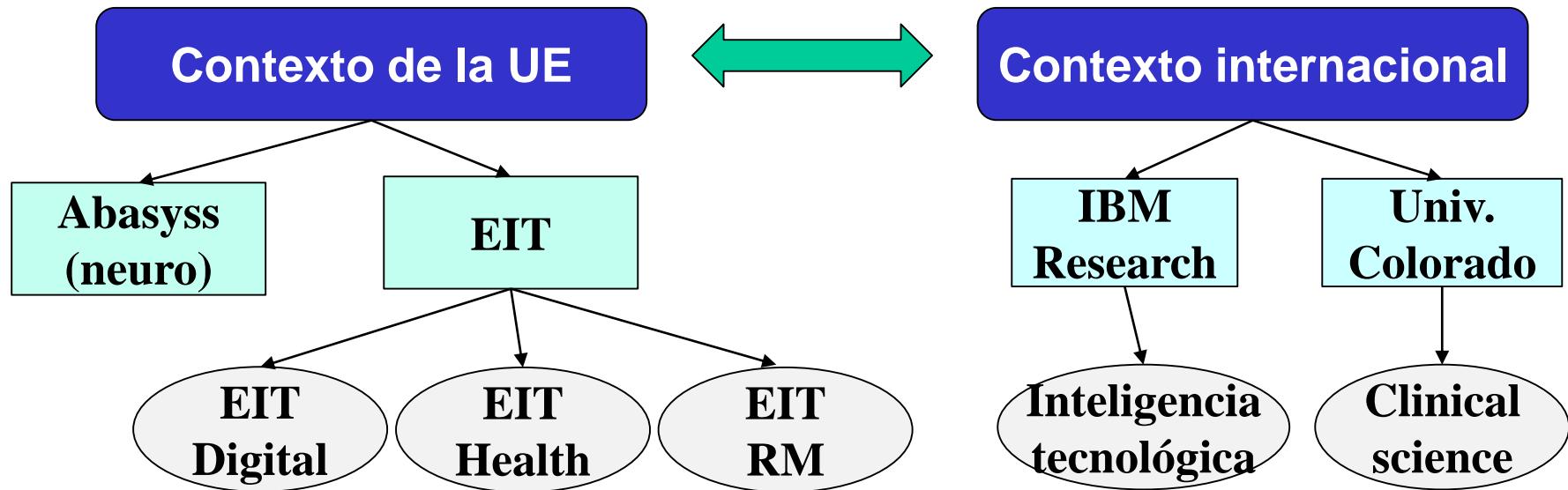
100 tecnologías prometedoras disponibles para comercialización internacional (con el apoyo de los grupos de investigación)

Proyectos de “Prueba de concepto industrial”



Comercialización de tecnología

- El mercado tecnológico es global
 - Las estrategias de explotación del conocimiento tecnológico se deben plantear en un contexto internacional en el que la existencia de “socios” con los que trabajar se convierte en un elemento clave.



- Difícil comercialización sin “presencia en el terreno” lo que requiere acuerdos con entidades locales

Conclusiones

- Disponer de una estrategia universitaria de I+D y transferencia no es sencillo
 - Voluntad institucional, normativa específica, financiación adecuada
- Los campus de excelencia y los parques científicos y tecnológicos de las universidades han supuesto una oportunidad aunque poco integrada estratégicamente.
 - Objetivo estratégico de fomento de alianzas mediante la creación de centros de I+D propios o con otras entidades
- El establecimiento de alianzas con sectores empresariales y con otras universidades y OPIs es un objetivo estratégico
 - Requiere identificar intereses comunes
- El esfuerzo de priorización en innovación debe ser integrado (en todas las dimensiones) y prolongado en el tiempo
 - Ejemplo del CAIT en la UPM