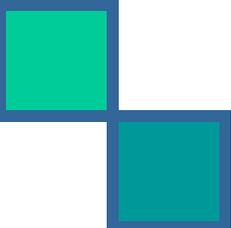
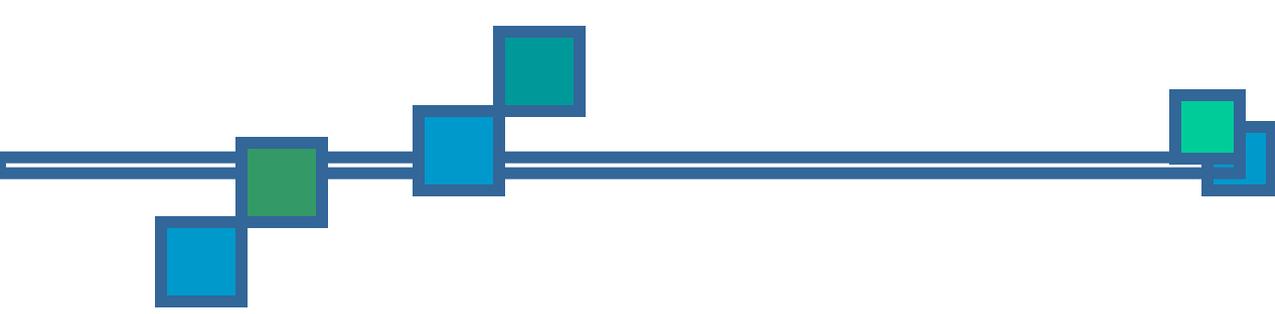


TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO



Roberto Payá Doménech

www.ceei-alcoy.com



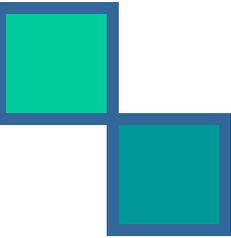
MUNDO ACADÉMICO VS. MUNDO DEL EMPRENDEDOR





¿QUÉ MOTIVA A LOS INVESTIGADORES?

Descubrir/inventar algo nuevo.



Profundizar en el conocimiento de la técnica, ciencia, etc. dentro de su área de saber.

Publicar para “mostrar al mundo” su descubrimiento, antes que otro “colega” competidor.

El reconocimiento en el mundo académico, la Universidad, sus colegas, las revistas especializadas, etc...



Imagen para conseguir fondos para seguir investigando.

Mayor calidad de vida. Cosa que pasa por:

Reconocimiento de su valía (sueldo, renombre, etc...)

Seguridad



FRENOS HACIA EL MUNDO DE LA EMPRESA

Arriesgar la estabilidad y el patrimonio.

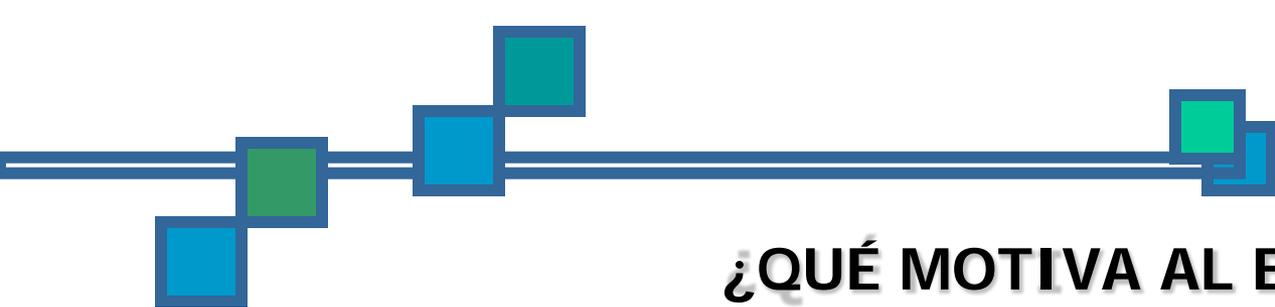
Que le “sustraijan” el reconocimiento sobre su descubrimiento.

Entorno desconocido y hostil: mercado, relaciones laborales, mundo financiero, estigma de fracaso, “cuenta de resultados”, etc...

El mundo académico no otorga su reconocimiento por el éxito en el mercado.

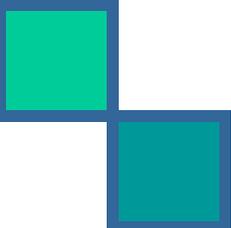
Inseguridad por desconocimiento de las técnicas empresariales de gestión, o carencia de habilidades personales.

Mensaje del sistema de enseñanza, desde la educación primaria hasta la universidad, enfocado hacia la seguridad y con una carencia histórica de valores pro-emprendedurismo, aceptación del riesgo, mundo de la empresa, etc...



¿QUÉ MOTIVA AL EMPRENDEDOR?

Sobrevivir. Ganar dinero.



Hacer realidad un sueño.

Reto personal para satisfacer sus necesidades de autorealización.

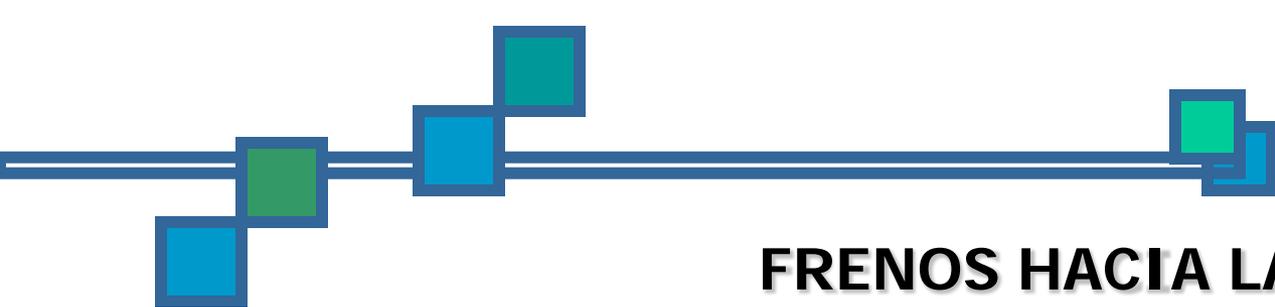
Liderar, motivar personas.

Crear trabajo.

Ganar dinero para mejorar su calidad de vida.

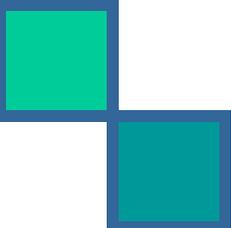
Espíritu de aventura derivado del riesgo de fracaso.

Inconformismo, convencimiento de ser capaz de hacerlo mejor.



FRENOS HACIA LA UNIVERSIDAD

Los resultados de la investigación no son interesantes para el mercado o, al menos, “no se vislumbra cómo”.



Extremadamente celosos de su conocimiento.

Piden demasiado antes de saber si el descubrimiento/invento va a funcionar en el mercado y no están dispuestos a asumir riesgos.

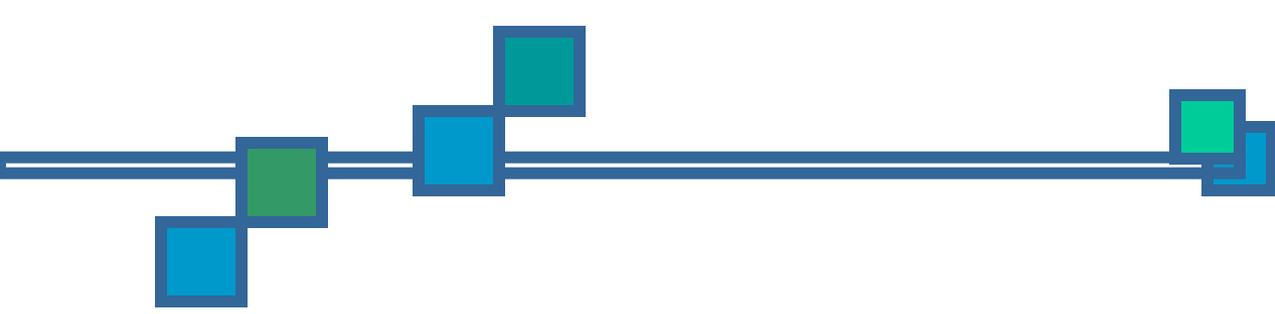
Indiscreción.



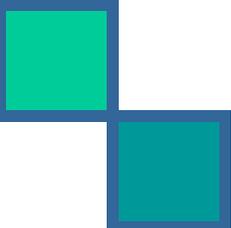
Desconocimiento de la “jerga” técnica.

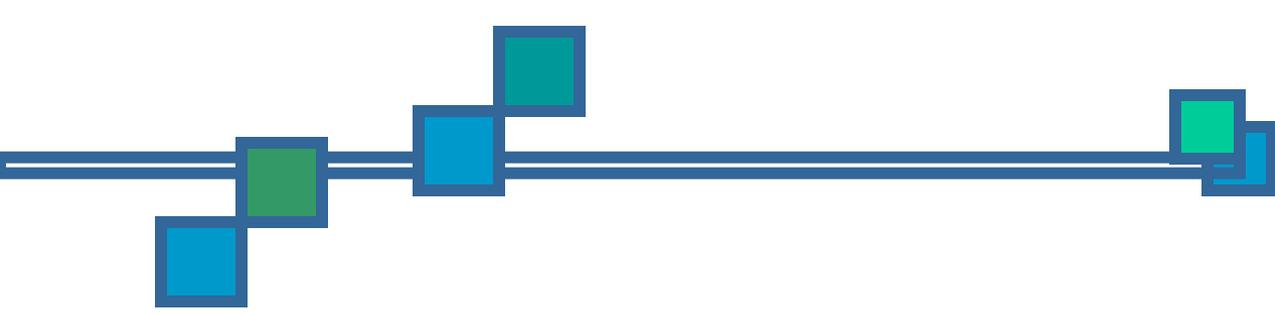
Resultados de los proyectos en un estado “muy básico”, lo que exige demasiado esfuerzo y recursos para ser llevado hasta el mercado.

Falta de compromiso: tiempo, esfuerzo, becarios...



**PERO... ¿REALMENTE SON
MUNDOS TAN LEJANOS O
DIFÍCIL DE APROXIMAR?**





PROPUESTAS DE APROXIMACIÓN





CONTACTO, COMUNICACIÓN:

Intermediarios "traductores" del lenguaje entre ambos mundos

INFORMACIÓN, DIFUSIÓN

Aplicar la filosofía web 2.0 a la divulgación

FORMACIÓN

De los investigadores en mercado y de los emprendedores en evolución y tendencias

FINANCIACIÓN

**Divulgación de las fuentes de financiación de la innovación.
Asistencia para elaborar proyectos**



COMPROMISO

Actitud hacia el encuentro, claridad y sinceridad

SISTEMAS QUE FACILITEN LAS REGLAS DE JUEGO, BASADOS EN RESULTADOS

Normativa, entorno pro-activo, Universidad hacia afuera

TRANSPARENCIA