

**LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO EN LA RELACIÓN
UNIVERSIDAD-EMPRESA**

MARÍA ALEJANDRA BUITRAGO GÓMEZ

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
MAYO 27 DE 2013**

**LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO EN LA RELACIÓN
UNIVERSIDAD-EMPRESA**

MARÍA ALEJANDRA BUITRAGO GÓMEZ

PROYECTO DE GRADO

Profesor:

MERCEDES FAJARDO DIRECTORA
MERCEDES FAJARDO ORTIZ
Ph. D (c) en Dirección de Empresas

UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
SANTIAGO DE CALI
MAYO 27 DE 2013

Contenido

Resumen.....	4
1. Introducción.....	5
2. Justificación.....	6
3. Objetivos	6
3.1. Objetivo general	6
3.2. Objetivos específicos	6
4. Marco de referencia	7
4.1. Marco teórico	7
4.1.1. Aprendizaje interorganizativo	7
4.1.2. Transferencia de conocimiento	9
4.1.3. Acuerdos de cooperación	10
4.2. Estudios analizados sobre el tema.....	14
5. Conclusiones.....	22
6. Bibliografía	23

Resumen

Actualmente, los activos intangibles en general y el conocimiento en particular alcanzan una importancia primordial en el desarrollo de las organizaciones. El aprendizaje interorganizativo se presenta como una forma de creación de conocimiento. Por la anterior, el presente artículo divulga cómo las empresas para aumentar su competitividad ante la entrada de nuevos competidores en sus mercados deben generar una cultura de cooperación que permita la transferencia de conocimiento. En este contexto, los problemas económicos como los elevados gastos en fusiones hacen que las empresas tiendan a utilizar las alianzas estratégicas, creándose así, la estrecha relación entre las Universidades y las Empresas.

Palabras clave: aprendizaje interorganizativo, transferencia de conocimiento, acuerdos de cooperación.

ABSTRACT

Today, intangible assets and knowledge have acquired a great importance in the development of organizations or companies. The inter-organizational learning is a form of creating knowledge. Because of this, the present article has the objective of showing how companies in order to augment their competitiveness due to the entry of new competitors to their markets, must generate a culture of cooperation that allows for the transference of knowledge through different areas. In this context, the economic problems such as the high costs of merging create an incentive for firms to use joint ventures, and this is the origin of the relationship between firms and universities.

Key Words: Interorganizational learning, transference of knowledge, cooperative agreements.

1. Introducción

Se conoce como *universidad* al establecimiento educacional dedicado a la enseñanza superior y a la investigación de un tema particular. Y con respecto a la *empresa* se dice que es una unidad económico-social, integrada por elementos humanos, materiales y técnicos, que tienen el objetivo de obtener utilidades a través de su participación en el mercado de bienes y servicios.

Dado lo anteriormente planteado alrededor de este escrito, se puede decir que, el aprendizaje que, está determinado por la experiencia y en general por el conocimiento; adquiere una importancia primordial en el desarrollo competitivo de las organizaciones. Aprendizaje que de una u otra manera se obtiene en la universidad y en las diferentes situaciones que día a día vivimos. Donde es claro que una cultura de cooperación es fundamental. Puesto que, en la época actual los activos intangibles y en general el conocimiento representa uno de los mayores retos para cualquier empresa, ya que el acelerado ritmo al que suceden los cambios en el entorno de estas dificulta la generación interna de dicho conocimiento. Por lo tanto, desde esta perspectiva una de las alternativas que facilita a la empresa la adquisición de un nuevo conocimiento, consiste en el establecimiento de acuerdos de cooperación con otras organizaciones. Un ejemplo claro es la relación que se da entre las universidades y las empresas en el momento de que los estudiantes van a practica, puesto que ellos con un conocimiento claro y una actitud dinamizadora contribuyen al mejoramiento de esta.

Es por esta razón que, este trabajo está orientado a reflexionar desde el punto de vista teórico acerca de la importancia de dinamizar la relación universidad – empresa.

2. Justificación

Este trabajo de grado se realiza bajo la orientación del proyecto de investigación “Factores determinantes en las prácticas de aprendizaje organizacional en el marco de la relación Universidad - Empresa” que tiene por objetivo general, la construcción de una propuesta teórica a partir de la identificación de los factores determinantes de los procesos de aprendizaje que influyen en la adopción de prácticas de aprendizaje estratégicas en las organizaciones, en el marco de los acuerdos de cooperación generados en la relación universidad – empresa.

La conceptualización de los constructos que participan en el proyecto se han establecido como: Capacidad de absorción, aprendizaje organizacional, transferencia de conocimiento, acuerdos de cooperación, la relación Universidad – Empresa.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Aportar a la construcción de un marco teórico para el fortalecer la transferencia de conocimiento en la relación universidad – empresa.

3.2. Objetivos específicos

- Identificar los conceptos teóricos que acompañan la construcción de la relación entre Universidad – Empresa.
- Explicar la transferencia de conocimiento en la relación interorganizacional Universidad – Empresa.
- Analizar la variable transferencia de conocimiento y los beneficios para el aprendizaje y la innovación empresarial.

4. Marco de referencia

4.1. Marco teórico

4.1.1. Aprendizaje interorganizativo

El *aprendizaje* está determinado por las habilidades y el proceso de adquisición de conocimiento. Por lo tanto, las conductas se darán en función de las experiencias del individuo con la sociedad. Y es así como dichos aprendizajes permiten que las personas cambien la forma de pensar, de sentir, de percibir las cosas y a su vez modifiquen la manera en la que se adaptan al entorno y responden a los cambios. Por lo que, para aumentar los recursos y capacidades de una empresa, ésta debe ser capaz no sólo de resolver problemas cada vez más complejos, sino también de crear, adquirir y transmitir conocimientos, y de modificar su conducta para adaptarse a esas nuevas ideas y conocimientos (Gil, 2003).

De igual manera, teniendo en cuenta la globalización de las economías mundiales y el creciente interés por la sociedad de la información y la gestión del conocimiento, cobran cada vez más importancia para las empresas la colaboración y el aprendizaje, con el fin de ser más competitivos. Es aquí donde el aprendizaje interorganizativo originado como consecuencia de las relaciones y colaboraciones entre las diferentes organizaciones permite crear un nuevo conocimiento útil para la organización.

Por otro lado, dado que la creación de conocimiento es uno de los mayores retos que se le presenta a cualquier organización, pero el acelerado ritmo al que suceden los cambios en el entorno de las empresas dificulta la generación interna de dicho conocimiento entonces, por lo anterior, cabe afirmar que una de las alternativas que facilita a la empresa la adquisición de conocimiento se va a basar en el establecimiento de acuerdos de cooperación con otras organizaciones, de

forma que los socios puedan aprender unos de los otros. Por lo cual, adquirir las habilidades del aliado, en el sentido de tener acceso a ellas, es diferente a interiorizarlas, de tal modo que más tarde pueden ser aplicadas a nuevos productos, mercados geográficos o negocios. En este sentido, Gil en su trabajo expone cuatro etapas del aprendizaje interorganizacional:

- Analizar el entorno e identificar posible conocimiento nuevo para ser adquirido.
- Adquirir (transferir) ese conocimiento e interpretarlo, es decir, averiguar cómo pueden ser usado para mejorar los resultados.
- La organización usa el conocimiento adquirido, adaptando su comportamiento para alcanzar sus objetivos.
- Institucionalizar el nuevo conocimiento adquirido.

Si bien es claro que, la colaboración no siempre da la oportunidad de absorber completamente las técnicas del aliado. Sin embargo, el simple hecho de adquirir puntos de referencia, nuevos y más exactos, pueden ser sumamente valiosos en relación con el funcionamiento del aliado.

Es por esta razón que surge la transferencia de conocimiento, ya que uno de los elementos clave para las empresas debe ser las alianzas estratégicas entendidas como una forma rápida y flexible de poder acceder a recursos y capacidades complementarias de otras empresas que puede generar un nuevo conocimiento, que no solamente es útil para la evolución de las actividades de la misma, sino que puede tener un gran valor para las actividades propias de cada empresa (Gil, 2003).

4.1.2. Transferencia de conocimiento

Los rápidos cambios que se están dando en el entorno actual, como consecuencia de la globalización del conocimiento, están obligando a las empresas a que abandonen estructuras organizativas más rígidas y busquen organizaciones más flexibles, con objeto de aumentar su capacidad tecnológica e innovadora. En este contexto, en que el conocimiento como componente fundamental de los procesos de avance científico y tecnológico fluye de la empresa hacia fuera y viceversa por medio de la transferencia de conocimiento que se da por acuerdos de colaboración entre distintas empresas (Peña y Aranguren, 2002).

Este proceso de transmisión-adquisición de conocimiento consiste en un proceso interactivo donde los socios comparten su conocimiento tácito a través del efecto sinérgico que se produce en la alianza mediante el desarrollo de actividades conjuntas. Esta etapa conlleva una importación y exportación de conocimientos. Pero desde que el conocimiento es adquirido y asimilado hasta que es transmitido o exportado se produce un proceso de transformación. Este proceso de transferencia y transformación de conocimiento es el que nos muestra el modelo de gestión del conocimiento en donde el conocimiento tácito individual se articula y por tanto se convierte en conocimiento explícito, que a su vez se comparte con el grupo para transformarse en conocimiento organizacional. Al ser un proceso interactivo dentro de una alianza, donde intervienen varias organizaciones, esta transformación proporciona un conocimiento interorganizacional, que tiene que pasar a formar parte de ambas mediante lo que podríamos llamar una apropiación del mismo. El proceso no se completa si no existe una construcción de un nuevo conocimiento, que a su vez sea integrado mediante un proceso de aprendizaje (Gil, 2003).

Desde el punto de vista de Coase, el cual es citado por Peña, la principal razón por la que resulta rentable la integración de la actividad dentro de la empresa es que se pueden evitar algunos costes importantes, además, factores como racionalidad limitada, incertidumbre/complejidad, oportunismo, asimetría de la información y la rivalidad en el entorno hacen que surja una transferencia de conocimiento entre organizaciones, siempre y cuando los costes de hacerlo sean inferiores a los de transacción. Pero, en el entorno actual, donde la incertidumbre creciente va unida con nuevas trayectorias tecnológicas, rápida difusión de las innovaciones, reducción del ciclo de vida del producto, y una nueva composición y segmentación de la demanda, los costes de integración se encarecen frente a los de transacción y hacen menos eficientes las empresas integradas. En estos casos, los acuerdos de cooperación pueden constituirse en una solución intermedia eficiente entre la realización de la actividad en el mercado o su integración dentro de la empresa.

Es por lo anterior, que se puede afirmar que, la transferencia surge por medio de acuerdos de cooperación, ya que queda demostrado que la integración entre empresas puede ser más costoso.

4.1.3. Acuerdos de cooperación

La *cooperación* entendida en un sentido amplio –obrar juntamente con otro u otros para el mismo fin-, se puede dar en todos los sectores de la sociedad, aunque si nos ceñimos con rigor al tema que nos ocupa, tenemos que fijarnos en el área de la economía, donde el concepto cooperación es mucho más estricto y riguroso. Pero debemos tener presente que la cooperación, en el sentido literal de la palabra, se puede dar y de hecho se da con diferentes formas e intensidades, en cualquier institución de carácter social, económico o político. (Briones, 2004)

Además, como afirma Peña, el desarrollo de estas relaciones está muy relacionado con la globalización de la economía, que genera una competencia cada vez más dura y obliga a las empresas a revisar sus objetivos estratégicos. La necesidad de estar innovando constantemente es hoy en día un elemento crucial de competitividad y, en un entorno con continuas innovaciones, obliga a las empresas a tener flexibilidad organizativa para adaptarse rápidamente a los cambios generados por la innovación constante y el nivel de incertidumbre que existe en los mercados. Para ello, la cooperación representa una opción que permite a las empresas avanzar conjuntamente ante el desafío al que se enfrentan, y además, alcanzar niveles superiores de conocimiento. Por lo que, las alianzas estratégicas, entendidas como acuerdos entre dos o más empresas independientes que, uniendo o compartiendo parte de sus capacidades y/o recursos, instauran cierto grado de interrelación para aumentar sus ventajas competitivas.

Dado esto, las alianzas estratégicas constituyen un medio para que las empresas aprendan y mantengan sus capacidades, por lo que son un vehículo para la transferencia del conocimiento. Una especificación para estas según Sánchez de Pablo y Jiménez podría ser:

- Alianzas complementarias: la motivación de al menos uno de los socios es buscar un activo complementario a su actividad. Las empresas van a aportar activos y capacidades de naturaleza diferente. No existirá una competencia frontal gracias a la diferenciación.
- Alianza de integración conjunta: los activos incorporados al acuerdo son de la misma naturaleza y se realiza para obtener economías de escala sobre una fase concreta del proceso productivo. El componente obtenido será propiedad de cada una de las empresas, por lo que lo incorporaran a su producto y competirán entre sí.

- Alianzas de adición: en este caso las empresas van a cooperar en todo el proceso que conlleva la actividad empresarial: desarrollo, producción y comercialización de un producto común. En este tipo de acuerdo, no existirá competencia entre las empresas, ya que actuarán como si fueran una única entidad.

Según Sánchez de Pablo y Jiménez, 2007, la cooperación entre empresas persigue la obtención de objetivos no alcanzables de forma individual, o al menos no con el mismo grado de eficiencia, siempre ligados con la generación de beneficios (tanto estratégicos como financieros) para todas las organizaciones participantes, especialmente en el medio y largo plazo. Para esto, resumen todas estas motivaciones y las acciones que permiten alcanzarlas y a su vez las ventajas. Ver tabla 1 y 2 respectivamente.

Tabla 1

<p>Acceso a recursos o capacidades y transferencia de conocimiento</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acceso a recursos y capacidades más complejas que la empresa no posee y que no pueden ser transferidos eficientemente a través del mercado ▪ Desarrollo de proyectos y estrategias con los recursos y capacidades de los socios ▪ Acceso a nuevo conocimiento de los socios y transferencia del mismo ▪ Transferencia de conocimiento
<p>Aprendizaje</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprendizaje de las características de un mercado ▪ Aprendizaje de conocimiento tácito y tecnológico ▪ Aprender a cooperar ▪ Aprender nuevas habilidades ▪ Aprender a gestionar una alianza
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Desarrollo de otras opciones estratégicas no alcanzables de forma aislada:

Orientación Estratégica	<p>diversificación, internacionalización...</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Colusión o restricción de la competencia en beneficio de las empresas que cooperan ▪ Obtención de sinergias ▪ Mejora de reputación, imagen y prestigio ▪ Entrada a nuevos mercados o negocios ▪ Aumentar poder competitivo: incremento del poder negociador, establecimiento de estándares tecnológicos...
Reducción de costes/ Aumento de la eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Economías de escala, alcance o aprendizaje ▪ Coordinación de actividades y capacidades complementarias ▪ Compartir costes y riesgos de grandes inversiones
Satisfacción del cliente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Selección de socio con conocimiento relevante sobre las necesidades y deseos de los clientes ▪ Colaboración entre proveedores y clientes
Motivos institucionales	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Imitación de las acciones exitosas de otras empresas ▪ Facilitar su adaptación a los requerimientos legales o regulaciones específicas ▪ Incentivos a cooperar por parte de instituciones públicas

Fuente: Sánchez de Pablo & Jiménez, 2007

Tabla 2

Principales ventajas de los acuerdos cooperativos	
Acceso a recursos y capacidades complementarias	Mejor de transferencia de conocimiento
Reducción de costes y aumento de la eficiencia	Mejorar satisfacción del cliente
Aumento poder competitivo	Entrada a nuevos mercados o negocios
Desarrollo de nuevas estrategias	Mejora del aprendizaje
Obtención de economías de escala	Aumento en la calidad de la toma de

Fuente: Sánchez de Pablo y Jiménez, 2007.

4.2. Estudios analizados sobre el tema

Lectura 1: Relación Universidad - Empresa

Revista, año: Omnia, 2003.

Título: Estrategias de juego y la transferencia de conocimiento en la relación Universidad - Empresa

Autores: Freddy Marín González

Línea Temática

Método de investigación para dinamizar la relación Universidad – Empresa.

Palabras claves

Estrategias de juego, relación Universidad - Empresa, transferencia de conocimiento, cambio organizacional.

Resumen

El presente artículo divulga resultados de un proceso de investigación orientado a reflexionar desde el punto de vista teórico acerca de la importancia de dinamizar la relación universidad - empresa, a partir de la definición de estrategias de juego para la transferencia de conocimiento, entre organizaciones del sistema social, como las académicas y empresariales. Por su intención explicativa y demostrativa, se utilizan algunos elementos característicos de la teoría del juego como soporte para explicar la transferencia de conocimiento en el espacio de interacción. En el artículo como producto de investigación se configura una elaboración teórica a través de un tratamiento de naturaleza holística, que aborda el análisis,

interpretación y construcción. Se utiliza como método de investigación la inferencia abductiva, obteniendo como resultado, un conjunto de hipótesis explicativas con la intención de que representen un aporte a la discusión y posible elaboración de estrategias de transferencia de conocimiento que puedan contribuir a generar cambios favorables en las estructuras organizacionales del contexto estudiado.

Objetivo General

Divulgar los resultados de un proceso de investigación orientado a reflexionar desde el punto de vista teórico acerca de la importancia de dinamizar la relación universidad — empresa, a partir de la definición de estrategias de juego para la transferencia de conocimiento entre organizaciones del sistema social, como las académicas y empresariales.

Objetivos específicos

- ✓ Explicar la transferencia de conocimiento en la relación interorganizacional universidad - empresa.
- ✓ Fundamentar la comprensión del proceso de transferencia de conocimiento entre organizaciones del sistema social desde la perspectiva de la teoría de juegos.
- ✓ Identificar estrategias dinamizadoras para la transferencia de conocimiento que converjan en la “mesa del juego” organizacional en el espacio de interacción universidad - empresa.
- ✓ Inferir algunas hipótesis explicativas sobre el comportamiento de la relación universidad - empresa que represente un aporte al análisis y discusión sobre el cambio en sus estructuras organizacionales.

Metodología

Método de investigación la inferencia abductiva.

Ideas principales

- I. La emergencia del paradigma científico - técnico característico de la sociedad del conocimiento conduce a analizar las necesidades que en esta dirección presenten instituciones, como la universidad y la empresa. La universidad es el principal centro para la producción de conocimiento. Por su lado la empresa desarrolla actividades fundamentalmente económicas, formando parte de mercados heterogéneos y fuertemente segmentados.
- II. La producción de conocimiento puede asumirse como un proceso que se desarrolla generalmente en la universidad. Sin embargo, para garantizar la transferencia del mismo es necesario disponer de espacios que permitan su asimilación. Tal es el caso de la organización empresarial.
- III. De la postura precedente se desprende la necesidad de identificar en el espacio de interacción universidad — empresa las unidades emergentes que se encargaran de gerenciar la producción y transferencia de conocimiento. Una de las perspectivas que permiten fundamentar la comprensión del referido proceso, está representada por la Teoría de Juegos. Desde la óptica de lo que es el juego, las relaciones interorganizacionales en términos, por ejemplo de compartir conocimiento, conllevan igualmente a asumir ciertas estructuras y estrategias de juego que ofrecen la pauta para que los actores puedan gestionar las diferentes instancias organizacionales.
- IV. El juego como postura teórica dentro del presente artículo, aporta elementos de singular importancia, que permiten moverse en el lenguaje de la configuración de escenarios. Llegar a visualizar un escenario que además de ser deseable, pueda ser posible y probable, parte de la necesidad de identificar esos elementos estratégicos que están dentro del contexto estudiado.

- V. La configuración de escenarios a partir de la operacionalización de estrategias de juego, contribuye a la creación de ciertas condiciones básicas de funcionamiento que en el ámbito de intersectorialidad universidad — empresa, sustenten el desarrollo de procesos claves como la producción y transferencia de conocimiento.
- VI. En las últimas décadas, se manifiesta una tendencia creciente a disminuir el nivel de polarización en los estilos de comportamiento, es decir, la emergencia de nuevas necesidades induce a las organizaciones del sistema social a crear mecanismos de acercamiento para el logro de propósitos comunes.
- VII. La transferencia de conocimiento puede ocurrir de manera bidireccional o multidireccional a partir del intercambio entre los trabajadores del conocimiento de investigación y desarrollo que crean una innovación y los usuarios de la nueva idea. Dicha transferencia se materializará en la asimilación por una de las partes, los usuarios o consumidores, del conocimiento producido. Esto conduce a una serie de intercambios, con el propósito de lograr una comprensión mutua acerca del significado y propósitos de dicho conocimiento.
- VIII. En el espacio de intersección universidad - empresa se podría configurar una “mesa de juego” donde converjan actores de ambos espacios organizacionales para definir estrategias prospectivas proactivas (Godet 1999) con el fin de transferir conocimiento. El principal propósito es desarrollar estrategias que permitan crear condiciones para que dicha mesa con sus diversos integrantes se adapte a las condiciones de juego. Ello lleva implícito un clima propicio de trabajo, donde las discusiones generadas conduzcan a vías de concertación, cooperación, negociación.
- IX. En el contexto de intersección entre la universidad y la empresa, resulta prioritario determinar estrategias que constituyendo un patrón para la

acción de los diferentes grupos intervinientes, orienten la identificación de los principales canales que permiten la transferencia de conocimiento, no sólo, entre las organizaciones que han acordado alguna modalidad de relación, sino también, que puede contemplar un radio de acción más amplio e involucrar otros espacios del sistema social.

Conclusiones

Los planteamientos reflejados en este artículo, son resultado de un proceso reflexivo que permite explicar la transferencia de conocimiento como un juego que puede dinamizarse en el ámbito de la relación interorganizacional universidad - empresa. Se considera este espacio como una mesa de juego donde se pueden definir e instrumentar múltiples estrategias que constituyendo un patrón para la acción contribuya a fortalecer el mismo. La tesis central del “juego” y la “estrategia” es utilizada como un elemento metafórico que ayuda a explicar el comportamiento de la relación universidad - empresa en función de la transferencia de conocimiento. El basamento teórico que sustenta la Teoría de Juegos es considerado para construir a su alrededor las diferentes argumentaciones, de tal forma que contribuyan a la comprensión del fenómeno organizativo. En el artículo se presenta como principal producto, la construcción de una serie de premisas explicativas que intentan direccionar el comportamiento futuro en el deber ser teórico o práctico del tema objeto de estudio a nivel organizacional.

Lectura 2: Relación Universidad - Empresa

Revista, año: Cofin habana, 2012.

Título: Relación universidad-empresa y la transferencia de conocimiento-utilidad para la investigación en control de gestión.

Autores: Vicente Ripoll Feliu

Línea Temática

Método de investigación para dinamizar la relación Universidad – Empresa.

Palabras claves

Innovación, sostenibilidad, transferencia de conocimiento.

Resumen

El presente artículo trata acerca de la importancia que tiene en el contexto universitario el proceso de modernización, en el cual se le reconocen tres misiones vitales: la docencia, la investigación y el desarrollo, y la transferencia de conocimientos y tecnología, conjuntamente con la responsabilidad social universitaria. Se trata de poner de manifiesto los proyectos y actividades que se llevan a cabo en las universidades para impulsar la innovación y la transferencia de conocimientos que se genera de la universidad a la sociedad y al tejido productivo. Este proceso cobra especial relevancia en el marco de una situación de crisis en la que se ha adjudicado al trinomio I + D + i (Investigación, Desarrollo, innovación) la responsabilidad de canalizar la evolución hacia un nuevo modelo de economía, basado, además de en los tres conceptos que lo integran, en la sostenibilidad, en una nueva estructuración del mercado de trabajo y en la responsabilidad social.

Objetivo General

Poner de manifiesto los proyectos y actividades que se llevan a cabo en las universidades para impulsar la innovación y la transferencia de conocimientos que se genera de la universidad a la sociedad y al tejido productivo.

Objetivos específicos

- ✓ Mostrar información relevante referida a la educación universitaria en España; también describe el papel que las instituciones de educación superior desempeñan en el ámbito de la investigación y la innovación.
- ✓ Manifiestar que en el sistema universitario español son varios los factores que inciden en el «triángulo del conocimiento»: la educación, la investigación y la innovación.

Metodología

Método de investigación informe anual «Datos y cifras del Sistema Universitario Español».

Ideas principales

- I. La universidad se encuentra en un momento de modernización en el que se le reconocen tres misiones: docencia, investigación y desarrollo, y la transferencia de conocimiento y tecnología así como la responsabilidad social universitaria.
- II. La oficinas de transferencia de resultados de investigación (OTRI) está compuesta por las unidades de transferencia de las universidades pertenecientes a la CRUE (Conferencia de Rectores de Universidades Españolas), con vistas a facilitar y promover la integración, en sus actividades, del mayor número de profesionales del ámbito universitario.
- III. La memoria Red de Oficinas de Transferencia de Resultados de Investigación de las Universidades Españolas (Red OTRI) pone de manifiesto los proyectos y actividades que se llevan a cabo en las universidades para impulsar la innovación y la transferencia de conocimiento que se genera en la universidad, y de allí pasa a la sociedad y al tejido productivo.

- IV. Las universidades españolas están estimulando las relaciones con un tejido productivo poco acostumbrado a potenciar estructuras conjuntas y proyectos colectivos, a invertir en investigación o a llevar la iniciativa en estos terrenos. Asimismo, la universidad está asumiendo por su cuenta la creación de empresas de base tecnológica, potenciando la creación de parques tecnológicos nacidos en conexión con los departamentos universitarios, gestionando patentes, dinamizando una formación especializada y permanente, facilitando la difusión y la comprensión de las informaciones, participando en programas internacionales, y está cada vez más presente y activa en cualquier actuación relacionada con este campo.
- V. En el ámbito internacional, Red OTRI sigue colaborando con otras redes nacionales europeas y asociaciones internacionales de profesionales, formando parte de comités ejecutivos y participando en sus principales eventos. Asimismo esta red es cada vez más un referente de modelo de funcionamiento para países de América Latina.
- VI. En 1997 se crea la Red de Oficinas de Transferencia de Resultados de Investigación de las Universidades Españolas (Red OTRI). Nace de la inquietud y voluntad de sus miembros por compartir esfuerzos y colaborar en acciones de interés común para el desarrollo y la consolidación de la función transferencia. La misión de la Red OTRI es potenciar y difundir el papel de las universidades como elementos esenciales dentro del Sistema Nacional de Innovación.
- VII. En la actualidad, la Red OTRI está compuesta por las unidades de transferencia de 67 universidades y 20 organismos públicos de investigación como miembros asociados.

Conclusiones

Las OTRI tienen como misión apoyar y promover la transferencia de los resultados de investigación generados por las universidades y otros organismos, a las

empresas y demás agentes socioeconómicos. Con ello, contribuyen al desarrollo y consolidación definitiva, en el entorno universitario, de la llamada «función transferencia de conocimiento». Estas oficinas nacen de la necesidad de dinamizar las relaciones entre el entorno científico y el productivo, promueven y facilitan la transferencia de resultados de I + D desde la universidad hacia las empresas y la sociedad en general, y también adoptan distintos modelos funcionales, adaptados a las necesidades y a la naturaleza de sus respectivas instituciones.

Como estructura intermedia entre la universidad y la sociedad, la OTRI se esfuerza en promover y catalizar las relaciones eficaces de intercambio de conocimiento aplicado a las necesidades de la sociedad industrial, social y de servicios, y facilita su transferencia.

5. Conclusiones

El desarrollo de un buen trabajo de grado se basa en las investigaciones previas y en la realización de un completo marco teórico. Por lo cual, es aquí donde está la clave, puesto que el conocimiento generado a partir de la información y datos recolectados permiten la creación de un documento claro y crítico que enmarca la transferencia de conocimiento, resaltando que mientras el mundo evoluciona se debe tener un aprendizaje interorganizativo que implica la intervención de un primer espacio individual u organizacional donde ocurre la percepción y explicación de la realidad, para procesarla a nivel mental y posteriormente transferir a través de diferentes canales el conocimiento producido hasta un segundo espacio, donde existen necesidades y requerimientos particulares que satisfacer. A partir de esto la empresa se ve motivada a generar una cultura de

cooperación que a su vez es explicada por los posibles beneficios estratégicos o financieros que en el futuro esta pueda obtener.

Por otro lado, el conocimiento se constituye como el activo más importante en cualquier organización y su adecuada gestión determinará la supervivencia de las mismas en un entorno cada vez más cambiante y competitivo. De igual forma, el aprendizaje es el principal motivo de acometer alianzas, cuando se desean descubrir nuevas oportunidades o adquirir nuevas capacidades.

Teniéndose que, en los diferentes tipos de relación universidad - empresa se realizan transferencias de conocimiento y es importante contar con una adecuada gestión del conocimiento en las empresas que les permita fortalecer el aprendizaje y aumentar la investigación y desarrollo con el fin de innovar y así aumentar la competitividad.

6. Bibliografía

Briones, A. (2004). "Animación de los espacios de cooperación en las microempresas del municipio de Murcia. Proyecto micro, iniciativa comunitaria equal". Animación de los espacios de cooperación. Capítulo 42.

Feliu VR. (2012). Relación universidad-empresa y la transferencia de conocimiento-utilidad para la investigación en control de gestión. cofin habana; 2: 9-16.

Gil H. (2003): "El aprendizaje interorganizativo en la Economía de la Información y el Conocimiento", Departamento de Organización de Empresas, Economía

Financiera y Contabilidad. Grupo de Investigación de Integración de las TI en las Organizaciones (ITIO). Universidad Politécnica de Valencia.

Marín, F. (2003). Estrategias de juego y la transferencia de conocimiento en la relación Universidad – Empresa. *Omnia*, 9(1): 1-18.

Peña, I. y Aranguren, M. J. (2002): “Transferencia de conocimiento mediante acuerdos de colaboración”, *Economía Industrial*, nº 346, pp.67-80.

Real Academia Española. (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.^a ed.). Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>