

Dentro de las actividades de la Delegación TIE, se enmarcan aquellas relativas a la gestión de la oferta y demanda tecnológica, así como las de comercialización y marketing del I+D generado. Entre otras actividades, destacan este año las siguientes:

### Programa CONECTA UGR35

En el año 2014 se puso en marcha el programa Conecta UGR35 (<http://otri.ugr.es/banners/conecta-ugr35/>), con el objetivo de conectar anualmente la UGR con al menos 35 empresas de la provincia de Granada para actividades de I+D+I. Así, durante el periodo 2014/2015 se han contactado con un total de 40 empresas granadinas y se han mantenido reuniones con 24 de ellas. A partir de esta actividad, se ha podido detectar necesidades de innovación de las empresas que han dado lugar a nuevas oportunidades de cooperación para la UGR, en el marco de proyectos de I+D+I o prestación de asesoramiento científico-técnico. Resultado de este Programa se ha hecho público la firma del Convenio Marco de Colaboración entre la UGR y la Fundación Covirán.

### Gestión de la oferta y demanda tecnológicas

Una de las actividades principales de la unidad de marketing y comercialización de la OTRI es la gestión de la oferta y demanda de I+D. En relación a la primera, actualmente, se dispone de información relativa a 1.455 líneas de investigación, 1.435 servicios y 427 ofertas tecnológicas, en español e inglés, procedentes de los 290 grupos de investigación que participan de esta actividad permanente. Como parte visual del resultado de esta actividad diaria de detección, análisis y clasificación, se encuentra el Portal de Oferta de I+D de la UGR: <http://ofertaimasd.ugr.es>

De forma paralela al mantenimiento habitual de la Oferta de I+D de la UGR, desde 2014 se vienen lanzando campañas anuales dirigidas a los investigadores/as de forma individual, para conocer nuevos retos en investigación a fin de encontrar sinergias con las tendencias detectadas en el mercado. En este curso académico, se ha lanzado a toda la comunidad investigadora la campaña '**Tendencias a conCiencia**' que nos ha reportado información de 49 novedosos proyectos de I+D, así como las necesidades económicas, técnicas o de búsqueda de socios, entre otras, que tienen los equipos para su realización.

Respecto a la interacción con clientes externos en busca de nuevas oportunidades para los equipos de investigación, se ha contactado en este periodo con 106 empresas, que han dado lugar a 62 nuevas colaboraciones en áreas de conocimiento diversas.

### Organización de la Conferencia RedOTRI 2014

Durante los días 11 y 12 de noviembre la Universidad de Granada (UGR) acogió la Conferencia RedOTRI 2014, organizada conjuntamente por la OTRI de la UGR y la Comisión Permanente de RedOTRI, con el objetivo de debatir sobre el estado actual de la función de la transferencia en la universidad española, además de otras cuestiones técnicas relacionadas con la promoción del conocimiento científico, la internacionalización de la investigación y las normativas propias de creación de Spin-Off universitarias.

En la Conferencia se dieron cita cerca de 100 gestores de transferencia y técnicos de las OTRIs pertenecientes a las universidades españolas y de organismos públicos de investigación, así como, profesionales del ámbito privado.

Se puede consultar el programa, y en general, toda la información relativa a la Conferencia RedOTRI 2014, en la web del evento: <http://otri.ugr.es/redotri2014/>

### Organización y participación en eventos de transferencia de tecnología

Durante en curso académico 2014/2015 se ha promovido la participación del PDI en 43 eventos de transferencia tecnológica. Al objeto de promocionar la Oferta de I+D de la UGR, la OTRI ha participado activamente los siguientes eventos:

- **Emoticon:** 4 de diciembre de 2014, Granada. Organiza: AJE Granada.
- **Foro Transfiere 2015:** 11 y 12 de febrero de 2015, Málaga. Organiza: Palacio de Ferias y Congresos de Málaga.
- **Perspectivas de la Investigación y la Empresa en el Sector TIC:** 10 de abril de 2015, Granada. Organiza: CITIC-UGR. Colabora: OTRI UGR.
- **Workshop Marketing Biotecnológico:** Cómo hacer efectivo el lanzamiento de productos innovadores: 26 de mayo de 2015, Granada. Organiza: BioAndalucía. Colabora: OTRI UGR y CTA.



Asimismo, con objeto de dinamizar la Transferencia e Innovación desde las áreas de Humanidades y Ciencias Sociales de la UGR, la OTRI organizó el 29 de abril de 2015, en colaboración con la Facultad de Derecho, un **Foro en Transferencia e Innovación desde el ámbito jurídico**, al que asistieron un total de 42 investigadores procedentes de diferentes áreas de conocimiento. Entre otros temas, en el Foro se trataron la importancia de la transferencia de resultados de investigación en el ámbito profesional, concretado al ejercicio de la abogacía, y se analizaron los problemas relacionados con la propiedad intelectual sobre obra científica.

## Comunicación para la Transferencia de Conocimiento de la UGR

- **Boletín electrónico mensual QUI+D** (<http://otri.ugr.es/suscribete/>)

Durante el curso académico 2014/2015, concretamente en el mes de mayo, el Boletín QUI+D cumplió un año. Durante este periodo, se han incorporado nuevas secciones, como por ejemplo la sección *Insights*, y contenidos relacionados con las últimas novedades de investigación y de las Spin-off de la UGR.

Cada mes se prepara una nueva edición del Boletín y se envía, de manera selectiva en cuanto a contenidos, a un total de:

- 3.510 investigadores de la UGR.
- 164 emprendedores pertenecientes a Spin-Off de la UGR.
- 71 suscriptores de diferentes perfiles (empresas, particulares, etc.)

A través de una herramienta de e-mail marketing, mensualmente se realiza un seguimiento del éxito de cada edición del Boletín, midiendo, entre otros aspectos, el número de usuarios que lo han abierto o los contenidos más leídos.

- **Campañas de e-mail marketing**

Se han enviado 101 campañas de e-mail marketing de manera selectiva, por área de conocimiento o sector de actividad, a los dos tipos de usuarios de la OTRI: investigadores y empresas. Las campañas de e-mail marketing se utilizan para comunicar convocatorias de proyectos, eventos, y en general, cualquier contenido, propio o externo, que pueda ser de interés de cara a la transferencia de conocimiento. Para esta actividad se utiliza una herramienta de e-mail marketing, que nos aportan el feedback necesario del usuario.

- **Redes sociales @OTRIUGR**

Se cumple un año de actividad en la red social Twitter bajo el perfil @OTRIUGR. En este periodo se han alcanzado los objetivos definidos en la estrategia de *branding* inicial, para alcanzar un posicionamiento de nuestra marca. Para ello recopilamos los principales estadísticos a medir como son la audiencia, con 1.015 seguidores (77% hombre, 23% mujer) con un interés destacado en contenidos de ciencia y tecnología, eventos y emprendimiento; la interacción, medida a través de los retuits y favoritos, información proporcionada a tiempo real por la herramienta gratuita Twitter Analytics; y por último, la influencia, obtenida mediante el único estándar disponible, el índice Klout, que en nuestro caso ya supera el valor de 50. También en relación a la influencia, medimos las listas en las que estamos incluidos, pues denota el interés de otros usuarios en querer seguir nuestro contenido de forma precisa. La plataforma Hootsuite nos proporciona entre sus funcionalidades gratuitas el número de listas, que a fecha de cierre de esta memoria es de 64.