

## Editorial: El Desafío de Gestionar el Conocimiento Científico.

Alejandro Jiménez M.  
Chief Editor.  
[ljimenez@jotmi.org](mailto:ljimenez@jotmi.org)

La comercialización óptima de hallazgos científicos es un tema de interés para muchos gestores tecnológicos en el mundo y también para quienes desarrollan políticas públicas. Lo anterior implica un especial desafío debido a que por desgracia, las buenas ideas científicas no necesariamente se traducen en buenos negocios. Para lograr esto, los futuros investigadores deberán disponer de una mezcla de ciencia, tecnología y finanzas para afrontar las demandas y requerimientos que se proyectan en una economía basada en el conocimiento.

Existe consenso en que no es fácil capturar el valor económico implícito en las ideas científicas. Esto se debe a que a diferencia de muchas tecnologías, las ideas científicas no pueden observarse mientras están en funcionamiento y su uso no es fácil de monitorear. En la práctica, los investigadores comparten una serie de conocimientos previos y su utilización no implica rivalidad. Sin embargo, con el tiempo las ideas científicas tienden a ser específicas y codificadas, lo que involucra que cuando son transferidas a terceros, muchos experimentos resultan ser extremadamente difíciles de repetir con éxito. Este problema de repetición surge porque la ciencia es de naturaleza acumulativa, y muchas veces resulta difícil separar las ideas de su creador lo que constituye que el proceso sea a menudo inalienable. El concepto de inalienabilidad ocupó un lugar preponderante en la ley romana y, más tarde, en los debates en torno a los derechos sobre las tierras en la edad media. Sin embargo, por lo común se considera que otorga a su dueño el poder de separar (o vender) un derecho (que pudiera ser una idea).

Actualmente, la gestión del conocimiento científico y tecnológico es considerada un factor preponderante para el desarrollo de los países. Por lo que entender la importancia estratégica de separar las

ideas de su creador implica un especial desafío en especial para Chile, país que aspira a transitar hacia una economía basada en el conocimiento. Cuando las ideas pueden desprenderse de sus creadores, es posible desarrollar un negocio ya sea de productos o procesos, o bien vender la idea directamente. Fomentar que las ideas científicas sean alienables, significará invertir en mejorar los planes de estudios de ingenieros y estudiantes de ciencias, para que estos aprendan a gestionar sus conocimientos y así, los negocios de base tecnológica se inserten de una vez por todas en el mercado económico. Afortunadamente en Chile, las Universidades de Talca y Santiago han asumido el compromiso de formar especialistas en Gestión Tecnológica en un postgrado cuyo *focus* principal es la biotecnología. Sin embargo, estos esfuerzos no tendrán sentido si las universidades mantienen en sus escuelas de ciencias la formación conservadora del saber por el saber. En general, en Latinoamérica, son las universidades los principales centros de investigación y desarrollo, por lo tanto, les compete a estas casas de estudio migrar de sus actuales planes educacionales a un currículo basado en competencias. Estos cambios deben incluir materias como propiedad intelectual, negocios de base tecnológica y/o preparación y evaluación de proyectos. Así, los futuros investigadores podrán tener las nociones necesarias para llevar a cabo un proceso de comercialización de alguna idea innovadora o al menos, tener un lenguaje común que sea puente entre la ciencia, tecnología y negocios.

Finalmente, la apertura de Chile a nuevos mercados internacionales trae como consecuencia la mirada de nuevos inversionistas. Entonces, no solamente habrá gestores tecnológicos dispuestos a mediar el cambio con proyectos e ideas innovadoras. También habrá científicos e investigadores dispuestos a que su conocimiento sea gestionado.