



BODEGAS RIOJANAS S.A

LA TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO

12 de Diciembre de 2019

Natalia Olarte

EL PODER DEL CONOCIMIENTO

DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN A LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO



A partir de la información, los seres humanos creamos conocimiento, que se difunde y se absorbe para poder, a su vez, crear más conocimiento aún.

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO

No es un concepto futurista.

“KNOWLEDGE MANAGEMENT” AÑOS 80-90

OBTENER/CREAR –CONSERVARLO- AUMENTARLO- DIFUNDIRLO

GESTION Y ADMINISTRACIÓN

La Gestión conocimientos es un **ACTIVO INTANGIBLE**

Activo fundamental: **SABER**

EL PODER DEL CONOCIMIENTO

TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTOS, QUE ES?

Proceso, resultados de investigaciones, los descubrimientos, los hallazgos científicos, la propiedad intelectual (PI), la tecnología, los datos o **los conocimientos fluyen** entre las diferentes partes interesadas.

Persigue **incorporar el conocimiento a una cadena de valor** para que genere un retorno económico,

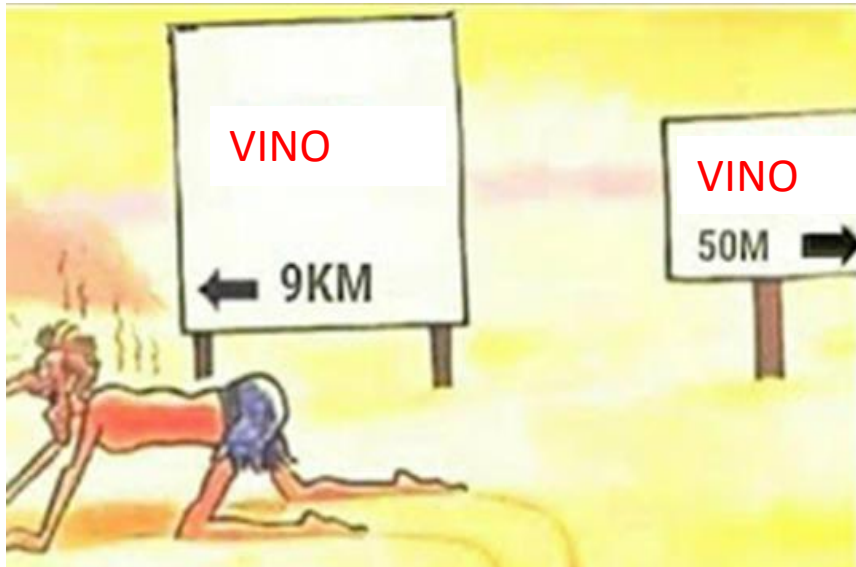
La transferencia procura **transformar los resultados** de la investigación en bienestar social, económico y cultural.



WINE NOT?

TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO ORIENTADA A LA INNOVACIÓN SOCIAL

EL conocimiento en sí mismo es un poder, por lo tanto, si su poder es ilimitado, su conocimiento también lo será. Francis Bacon (1561-1626)



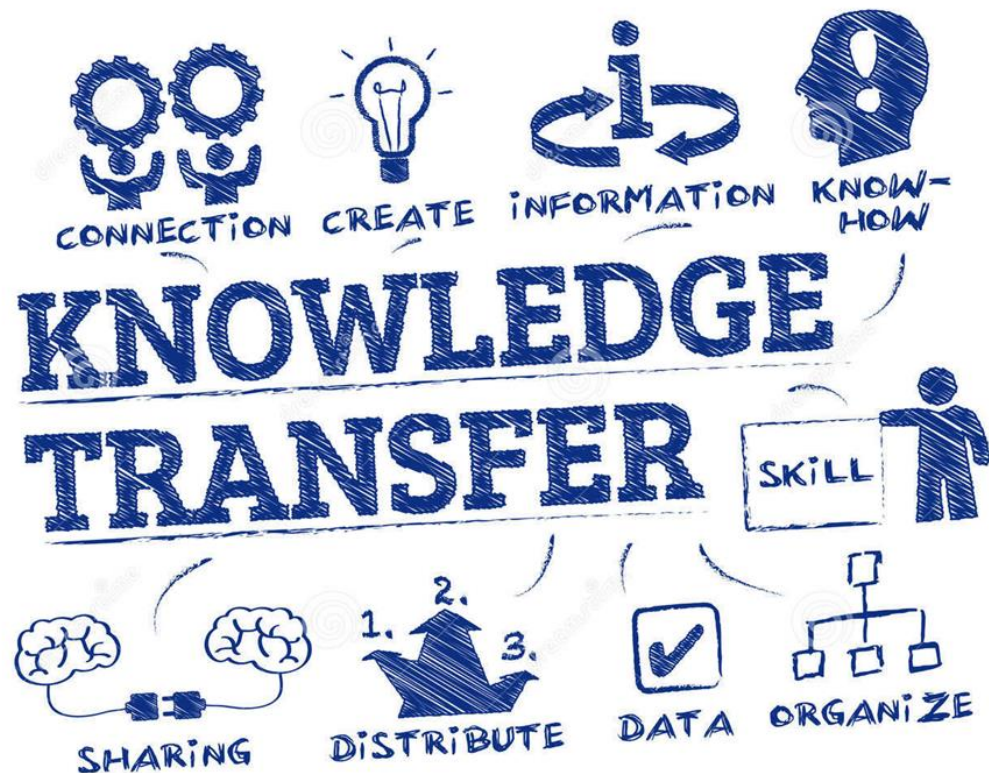
CUANTO MAS SABEMOS

MEJOR PODREMOS TOMAR
DECISIONES

IESCUELA DE VITICULTORES BODEGAS RIOJANAS



Proyectos didácticos



PROCESO DE INNOVACIÓN SOCIAL



organizaciones "Aspirina"

Síndrome del salvador blanco

Ayudamos solo para alimentar nuestro Ego, olvidando el verdadero problema.

EL PODER DEL CONOCIMIENTO

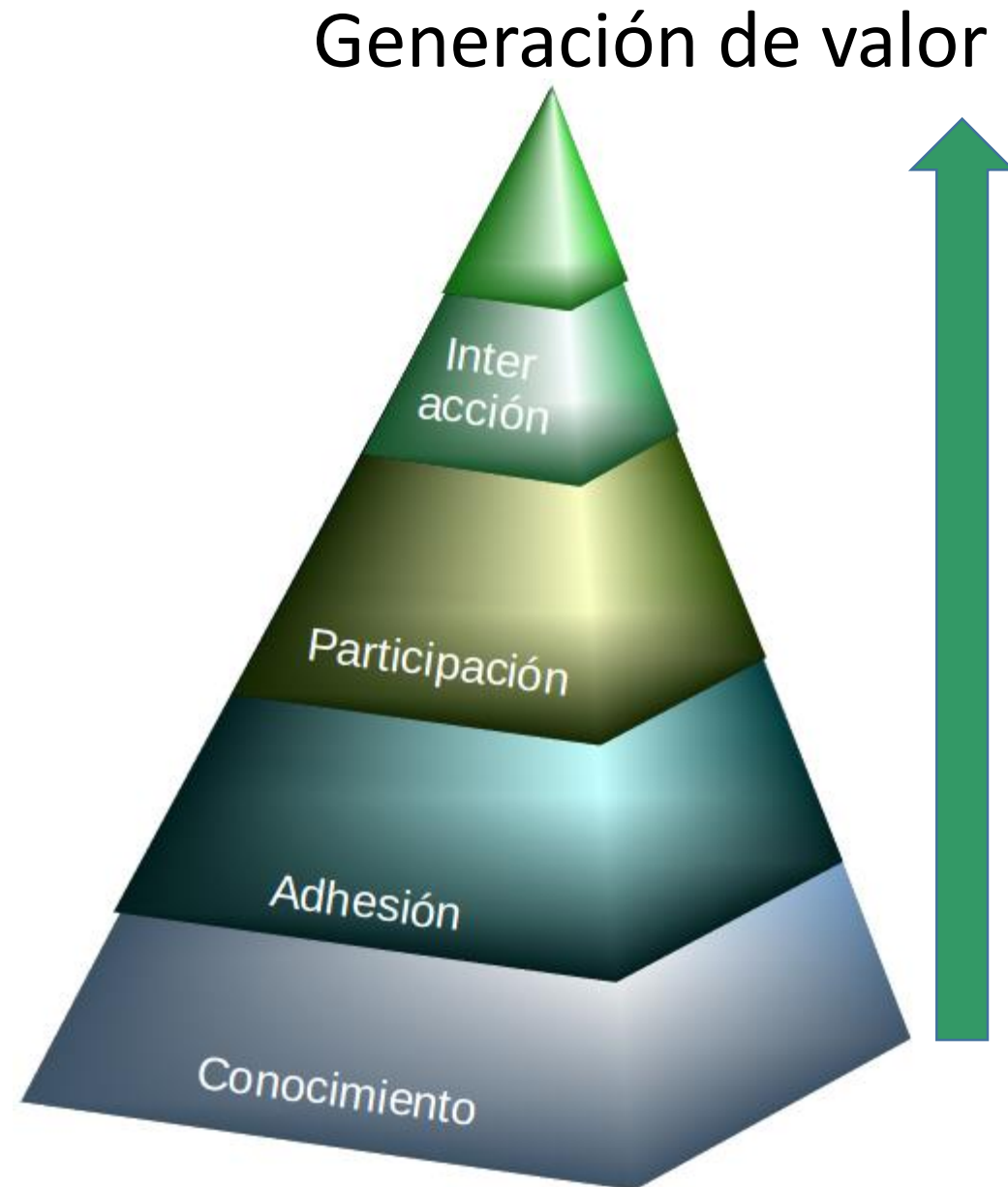
TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO ORIENTADA A LA INNOVACIÓN SOCIAL

- Base científica y tecnológica
- Ciencia – Bodegas- Empresas deben caminar de la mano para afrontar grandes retos a medio y largo plazo en el sector del vino.
- adecuarse a las nuevas demandas del mercado, en las que los productos diferenciados y sostenibles pueden verse recompensados



La pirámide de la comunicación

Las nuevas tecnologías brindan a los investigadores y empresas espacios innovadores con los que difundir sus hallazgos.



OBJETIVOS DE LA ESCUELA DE VITICULTORES



PUNTO DE ENCUENTRO

PROMOVER INNOVACIÓN

BRINDAR CONOCIMIENTO CERCANO

importante **transmitir los conocimientos de forma útil y**
cercana al público objetivo.

Una Escuela que **INVITE A REFLEXIONAR**

¿cómo desarrollar un proyecto, mejorar uno existente o
abordar un problema/reto?

CICLO DE CONFERENCIAS DINÁMICO Y CON UN
LENGUAJE ADECUADO

Espacio abierto a todo el mundo

ADQUIRIR

GENERAR

UTILIZAR EL CONOCIMIENTO

PARA

Transferirlo a **BENEFICIO DEL MUNDO DEL VINO**

DESARROLLO SOCIECONOMICO (economía circular, sostenibilidad, relevo generacional, protección del paisaje)

Ser **COMPETITIVOS**. Frente a cualquier crisis necesitamos formación **TODO EL SECTOR**

ayudar a **ASUMIR LOS CAMBIOS RAPIDAMENTE**
(nuevas demandas del mercado, en las que los productos diferenciados y sostenibles pueden verse recompensados)

El futuro no es lo que solía ser,

El mundo del vino sabe que

La **#TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO** es un asunto de **TODOS**

Os invitamos a **SER** parte de nuestra **ESCUELA!**

Y a **BRINDAR CON VINO ESTA NAVIDAD**



**GRACIAS POR VUESTRA
ATENCIÓN.**

Preguntas?
a mi asesor de Google,

GRACIAS!
nataliaolarte@bodegasriojanas.com