

SESIÓN 1: QUÉ ES LA INTERNACIONALIZACIÓN Y CÓMO PROMOVERLA



INTRODUCCIÓN

En esta sesión de Experiencias Compartidas del 24 de febrero de 2026, coorganizada con la Comisión de Internacionalización y con 40 participantes, se analizó qué significa internacionalizar un proyecto de innovación y cómo pueden impulsarlo las Unidades de Apoyo a la Innovación (UAI).



¿QUÉ ES LA INTERNACIONALIZACIÓN?

Los participantes asociaron el concepto principalmente a la **expansión más allá del contexto nacional** y a la **colaboración con socios internacionales**. También emergieron ideas como estrategia de **escalado, búsqueda de licenciarios, acceso a convocatorias europeas y la adaptación** del producto o modelo de negocio a otros contextos culturales, legales y comerciales.



GESTIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL

La gestión de la propiedad industrial (PI) en consorcios internacionales es compleja, especialmente cuando participan grandes empresas. Las instituciones insisten en la **declaración previa de know-how y derechos de IP (IPR)**, y cuando la negociación se complica, se opta por **negociar retornos de explotación (milestones, royalties)**. Se identificó como problema frecuente la falta de estrategia previa de PI.



COORDINACIÓN DE FONDOS

La **combinación de fondos nacionales, regionales y europeos se gestiona con dificultad**. En muchos casos, la decisión recae en el investigador principal (IP). Las UAIs asesoran, aunque se reconoce la necesidad de mejorar la coordinación entre unidades y de fomentar una mayor cultura de innovación e internacionalización.



EL PAPEL DE LAS UAI

Los participantes destacaron que **las UAIs deben involucrarse desde la fase de generación de la idea**, buscando partners y licenciarios internacionales, gestionando la PI, apoyando la presentación a convocatorias europeas y trabajando coordinadamente con las *grants office* en proyectos competitivos.



IDENTIFICACIÓN DE SOCIOS INTERNACIONALES

El canal más habitual es el **contacto directo de los investigadores en congresos**. Como primera opción, se recurre siempre a socios ya conocidos y, en su ausencia, se realiza búsqueda proactiva del perfil más adecuado para las tareas a realizar.



MADUREZ Y PREPARACIÓN PARA INTERNACIONALIZAR

Las certificaciones y normativas aplicables (CE, ISO13485, MDR) ayudan, pero **la madurez tecnológica del proyecto es el factor más determinante**. Los criterios objetivos más valorados son el interés previo recibido a nivel nacional y el *product-market fit* como orientador del mercado de destino. Se señaló que contar con una empresa detrás es clave para llegar al mercado internacional.



BARRERAS IDENTIFICADAS

- Dificultad de acceder a decisores y encontrar el interlocutor correcto.
- Diferentes prioridades, necesidades y expectativas según el mercado.
- Desconocimiento de los profesionales e incertidumbre.
- Programas de financiación complejos y muy competitivos.
- Diferentes ritmos de desarrollo asociados a la disponibilidad de recursos.
- Necesidad de mayor profesionalización en internacionalización.

CONCLUSIONES

- La internacionalización debe integrarse como estrategia desde la fase de ideación, no como un paso posterior.
- Las UAIs tienen un rol clave como facilitadoras: búsqueda de socios, gestión de PI, acceso a financiación europea y coordinación con *grants office*.
- La identificación de socios se basa principalmente en redes de confianza construidas por los investigadores.
- La gestión de la PI en consorcios internacionales requiere una estrategia definida desde el inicio del proyecto.
- Reforzar la coordinación interna entre unidades es esencial para maximizar el impacto internacional de los proyectos.