

Convocatoria a Ideas-Proyectos y Emprendimientos Innovadores

Bases y Condiciones

EL CENTRO DE DESARROLLO EMPRENDEDOR E INNOVACIÓN (CDEI) de la FACULTAD DE INGENIERÍA DE OLAVARRÍA (FIO) de la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN) promueve que EMPRENDEDORES Y/O EQUIPOS DE EMPRENDEDORES formulen y presenten IDEAS-PROYECTO o EMPRENDIMIENTOS INNOVADORES.

1. FUNDAMENTACIÓN

Desde hace más de diez años, la Facultad de Ingeniería de Olavarría - UNICEN, trabaja sistemáticamente fomentando la cultura emprendedora, realizando actividades abiertas a la comunidad y articuladas con otras organizaciones. El Proyecto de Extensión “Para Emprendedores” formalizó en 2012 un grupo de trabajo interinstitucional e interdisciplinario para trabajar la temática, y en el 2015 se crea el Programa Institucional “Centro de Desarrollo Emprendedor e Innovación” en el que se nuclean todas las iniciativas emprendedoras de manera de coordinarlas estratégicamente para optimizar los esfuerzos y potenciar los resultados. Se realizan actividades de sensibilización para la comunidad en general, intensificando la acción dentro de la FIO, acompañadas de talleres, seminarios y capacitaciones para todas las etapas del proceso emprendedor. Esta convocatoria pretende sumar a las actividades actuales y al espacio de incubación física de empresas disponible, la posibilidad de dar apoyo financiero a ideas-proyecto o emprendimientos de la comunidad FIO, cerrando así el ciclo que intensifique la generación de “clima de emprendimiento” en la Facultad.

2. CONVOCATORIA

2.1. Objetivo de la convocatoria: fortalecer el comportamiento emprendedor a través de la generación de nuevos proyectos de base tecnológica en el ámbito de la Facultad de Ingeniería. Se pretende realizar los aportes que contribuyan con la concreción de emprendimientos de base tecnológica.

2.2. Destinatarios: Graduados/as, Estudiantes, Docentes, No Docentes, Investigadores/as y/o becarios/as de la comunidad FIO que tengan una idea-proyecto o emprendimiento en marcha. Los equipos emprendedores podrán contar con integrantes no pertenecientes a la Facultad.

2.3. Perfil de las Ideas-Proyectos y Emprendimientos: Se podrán presentar ideas – proyectos/emprendimientos productivos o de servicios de base tecnológica con impacto económico, ambiental y/o social positivo. En todos los casos se deberá contar con un MENTOR de la idea–proyecto/emprendimiento con antecedentes comprobables en la temática del proyecto. Se priorizarán aquellos proyectos donde exista una vinculación explícita o documentada con el sistema científico - tecnológico.

2.4. Inscripción: La inscripción se realizará a través de la página web de la FIO: <http://www.fio.unicen.edu.ar/>, a través de un formulario digital, la misma se

concretará presentando en el CDEI el formulario impreso y firmado por el responsable del proyecto y el Mentor.

2.5. Capacitación: los participantes deberán aprobar el “Taller de Innovación” dictado desde el CDEI, o un taller que se considere pertinente con el objetivo de la convocatoria y del proyecto, debiendo presentar la propuesta de capacitación alternativa con antelación a su inicio, para su consideración y aprobación.

2.6. Apertura de la convocatoria: se considera abierta la convocatoria a partir de la difusión de la misma. La recepción de las ideas-proyectos o emprendimientos se realizará bajo la modalidad de ventanilla abierta.

2. GLOSARIO

Idea-proyecto: Es la posible solución a un problema o necesidad detectada por el emprendedor o equipo emprendedor y que no ha sido validada como oportunidad de negocios y aún no se capitaliza/comercializa.

Oportunidad de Negocio: es la idea de negocio que cuenta con un Mercado o potencial mercado, recursos (existentes o que se pueden conseguir) y un equipo emprendedor capaz de llevarla adelante.

Emprendimiento: es una forma de organización creada e integrada por una o más personas con el objetivo de brindar un producto o servicio para satisfacer una necesidad de la sociedad, que puede o no tener fines de lucro.

Innovación: Según el Manual de Oslo, se entiende por innovación la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados. Los cambios innovadores se realizan mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología.

Además, es muy importante el concepto de innovación en relación con la aportación de valor que se logra para la organización y para el mercado, si no hay creación de valor no hay innovación. No debe dejar de considerarse que esta conceptualización tiene que realizarse en relación a un contexto determinado.

El Manual de Oslo define cuatro tipos de innovaciones: Producto, proceso, marketing y organización. Se aplica tanto a la industria como a los servicios, incluyendo los servicios públicos. Considera la innovación como un proceso en red en el que las interacciones entre los diversos agentes generan nuevos conocimientos y tecnología. El Manual plantea que los vínculos habituales entre empresa, proveedores y clientes se amplían en los procesos de innovación a otras relaciones con los centros de investigación, con la enseñanza superior y con las entidades públicas y privadas de desarrollo. Las actividades de innovación incluyen todas las actuaciones científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales que conducen

a la innovación. Se consideran tanto las actividades que hayan producido éxito, como las que estén en curso o las realizadas dentro de proyectos cancelados por falta de viabilidad.

3. DOCUMENTACIÓN A PRESENTAR PARA LA POSTULACIÓN

- Formulario de inscripción impreso y con firma del responsable de la idea-proyecto/emprendimiento y el Mentor.
- Constancia de pertenencia a la comunidad de la FIO de los miembros del Equipo Emprendedor y conformidad de terceros ya sean personas físicas y/o jurídicas de participar del equipo.

4. INTEGRACIÓN DEL COMITÉ EVALUADOR (CE)

El comité evaluador estará integrado por un número impar de personas, no pudiendo ser menor a 3 (tres) que serán designados por el Consejo Académico.

- Decano de FIO o quien él designe.
- Director del CDEI o quien él designe.
- Director/es de Departamento o quien el/ellos designen, pertinentes a la temática de la propuesta presentada por los emprendedores.
- Director/es de núcleos de investigación o quien el/ellos designen, pertinentes a la temática de la propuesta presentada por los emprendedores.
- Miembro del sector empresario/industrial pertinente a la temática de la propuesta presentada por los emprendedores.

5. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

El Comité Evaluador seleccionará las ideas-proyectos en base a los siguientes criterios:

- Proyecto individual o asociativo.
- Tipo de Innovación que presenta.
- Forma de vinculación con el sistema científico y tecnológico.
- Qué problemática resuelve.
- Impacto social, económico y ambiental.
- Vinculación con otros actores del ecosistema emprendedor local y/o regional.
- Pre-factibilidad técnica.

Se considerará la viabilidad económica.

6. SERVICIOS OFRECIDOS POR EL CDEI

- Consultoría.
- Mentorías.
- Acceso a red de contactos.
- Planificación estratégica y operativa del emprendimiento. Plan de Trabajo.

- Vinculación con grupos de investigación y otros actores de la comunidad universitaria.
- Posibilidad de espacio físico de trabajo y servicios (en función de las disponibilidades y el tipo de requerimientos de la idea-proyecto).
- Espacios comunes de trabajo colaborativo (Coworking).
- Asistencia técnica para el acceso a recursos.
- Asistencia en la protección de la propiedad industrial e intelectual.

7. FINANCIAMIENTO

Se determinará anualmente el monto total de la convocatoria.

El financiamiento, su monto y momento de monetización, otorgado para cada idea-proyecto o emprendimiento se acordará con los emprendedores o equipo emprendedor seleccionados. Se firmará un Acta Acuerdo en la cual los emprendedores se comprometen a utilizar los fondos en función al Plan de Trabajo presentado, en la cual se detallará el cronograma de desembolsos y el esquema de consultoría y seguimiento, que quedará documentado a través de informes de acuerdo a la metodología que se realiza en el CDEI (Planilla de Alta, Planilla de Seguimiento y Nota de Baja).

Si los montos económicos solicitados por los proyectos presentados y evaluados positivamente superan lo disponible en la convocatoria, a través del CDEI se buscarán otras alternativas financieras que colaboren con la ejecución del proyecto.

8. DESTINO DEL FINANCIAMIENTO

Los gastos deberán estar relacionados con la idea-proyecto/emprendimiento presentado:

- Materias primas e insumos.
- Servicios no personales: Mantenimiento, reparación y limpieza, servicios técnicos y profesionales, servicios comerciales (impresión, publicaciones, reproducciones, etc.)
- Bienes de capital: Son aquellos bienes que se utilizan para la producción de productos y servicios y perduran en el tiempo. Ejemplo: maquinarias, herramientas, etc. En caso de no concreción del proyecto o que se hayan adquirido con fines de pruebas piloto, en común acuerdo entre la FIO y el equipo emprendedor se decidirá el destino de los bienes, considerando una donación a la FIO o la posibilidad de su venta para la expansión del emprendimiento.

Exclusiones

El subsidio no podrá ser destinado para cubrir erogaciones en:

- Compra o alquiler de inmuebles
- Pago de deudas

- Servicios públicos
- Sueldos y salarios
- Todo gasto o inversión que, a criterio del Comité Evaluador resulte improcedente.

9. PROPIEDAD INTELECTUAL

Los derechos de propiedad intelectual, ya sea propiedad industrial o derechos de autor, que se deriven de los desarrollos relacionados a las Ideas-Proyecto/emprendimientos se registrarán por acuerdos particulares que se celebren entre los responsables del desarrollo, la Facultad de Ingeniería de Olavarría y el equipo emprendedor del proyecto.

10. RESULTADOS

Los resultados de la convocatoria serán comunicados por las listas de Difusión Institucional y de manera personal y fehaciente a los emprendedores o equipo emprendedor por un representante del CDEI-FIO.

11. DIFUSIÓN PÚBLICA

La FIO podrá reproducir, distribuir o comunicar públicamente las ideas-proyecto/emprendimientos participantes de la convocatoria a distintos medios de difusión como parte de sus actividades de divulgación, tanto en el ámbito local, provincial o nacional.

12. ACEPTACIÓN DE LAS BASES

La inscripción a la convocatoria implica la plena aceptación de todas las bases y condiciones de la misma.

Las situaciones no previstas por las presentes Bases y Condiciones serán resueltas por el Consejo Académico de la Facultad de Ingeniería de Olavarría con los aportes del CDEI.

ANEXO AL GLOSARIO

Principales tipos de innovación

Innovación de producto: Aporta un bien o servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características técnicas o en cuanto a su uso u otras funcionalidades, la mejora se logra con conocimiento o tecnología, con mejoras en materiales, en componentes, o con informática integrada.

Para considerarlo innovador un producto debe presentar características y rendimientos diferenciados de los productos existentes en el mercado, incluyendo las mejoras en plazos o en servicio.

Innovación de proceso: Concepto aplicado tanto a los sectores de producción como a los de distribución. Se logra mediante cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o los programas informáticos empleados, que tengan por objeto la disminución de los costes unitarios de producción o distribución, mejorar la calidad, o la producción o distribución de productos nuevos o sensiblemente mejorados.

Las innovaciones de proceso incluyen también las nuevas o sensiblemente mejoradas técnicas, equipos y programas informáticos utilizados en las actividades auxiliares de apoyo tales como compras, contabilidad o mantenimiento. La introducción de una nueva, o sensiblemente mejorada, tecnología de la información y la comunicación (TIC) es una innovación de proceso si está destinada a mejorar la eficiencia y/o la calidad de una actividad de apoyo básico.

Innovación en Marketing: Consiste en utilizar un método de comercialización no utilizado antes en la empresa que puede consistir en cambios significativos en diseño, envasado, posicionamiento, promoción o tarificación, siempre con el objetivo de aumentar las ventas. La variación en el método tiene que suponer una ruptura fundamental con lo realizado anteriormente.

Los cambios de posicionamiento pueden consistir en la creación de nuevos canales de venta como el desarrollo de franquicias, la venta directa, las modificaciones en la forma de exhibir el producto o la venta de licencias de uso.

Los cambios en promoción suponen la modificación en la comunicación utilizando nuevos soportes, sustitución del logo, los sistemas de fidelización y la personalización de la relación con el cliente.

La tarificación hace referencia a sistemas de variación de precios en función de la demanda o de las opciones ofrecidas.

Innovación en organización: Cambios en las prácticas y procedimientos de la empresa, modificaciones en el lugar de trabajo, en las relaciones exteriores como aplicación de

decisiones estratégicas con el propósito de mejorar los resultados mejorando la productividad o reduciendo los costes de transacción internos para los clientes y proveedores. La actualización en la gestión del conocimiento también entra en este tipo de innovación, al igual que la introducción de sistemas de gestión de las operaciones de producción, de suministro y de gestión de la calidad.

Igualmente se consideran innovaciones en organización las variaciones en las relaciones con clientes y proveedores, incluyendo centros de investigación y la integración de proveedores o de inicio de subcontratación de actividades.

La innovación se concreta mediante nuevos programas informáticos y nuevos modos de recopilación y distribución de la información entre divisiones. Al contrario, la norma escrita nueva no implica innovación, para ello se requiere su transposición a programas y rutinas de proceso de información automatizados.

Las actividades de innovación pueden ser de tres clases: Conseguidas, en curso o desechadas antes de su implantación. Todas las empresas que desarrollan actividades de innovación durante el período estudiado se consideran como “empresas con actividades innovadoras”, tanto si la actividad ha desembocado o no en la introducción de una innovación.

Actividades que no se consideran innovación:

- Dejar de hacer algo obsoleto
- Sustituir y ampliar equipos
- Trasladar las variaciones de coste a los precios
- Cambios por estacionalidad
- Vender algo nuevo con el método habitual

Las relaciones y vínculos de innovación: Las universidades y los centros de investigación se consideran como vínculos de adquisición transferencia del conocimiento y la tecnología, a su vez fuentes esenciales del proceso de innovación en:

- Información de libre acceso
- Adquisición de conocimiento y tecnología
- Participantes en acciones de cooperación

La divulgación de patentes y la información catalogada constituye un vínculo de interacción débil, mientras que los vínculos con los proveedores y el conocimiento tácito se considera interacción fuerte. Estas interacciones constituyen una parte esencial del proceso de innovación.

Una patente es un derecho de propiedad legal sobre una invención, que es concedido por las oficinas de patentes nacionales. Una patente confiere a su titular el derecho único (de duración limitada) de explotar la invención patentada como contrapartida a la revelación del descubrimiento y con el fin de permitir una utilización colectiva más amplia.

Actividades concretas consideradas innovación

- Todas las actividades científicas, tecnológicas, organizativas, financieras y comerciales, incluida la inversión en nuevos conocimientos, que llevan o están encaminados a la introducción de innovaciones
- Toda actividad de I+D financiada o efectuada por la empresa.
- La construcción y prueba de un prototipo o modelo original destinado a la realización de ensayos que presente todas las características técnicas del nuevo producto o proceso. La validación de un prototipo corresponda al final de la fase de desarrollo y al inicio de las fases siguientes del proceso de innovación.
- Adquisición de tecnologías y conocimientos técnicos mediante compra de patentes, invenciones no patentadas, licencias, know-how y diseños.
- Adquisición de máquinas, equipos y bienes de capital con fines innovadores que aporten mejores rendimientos o que sean necesarios para la realización de la innovación.
- Las actividades de diseño industrial, ingeniería y puesta a punto y ensayos de producción.
- Actividades de planificación y desarrollos no considerados I+D pero destinados al proceso de investigación.
- Planificación y elaboración de procedimientos, especificaciones técnicas, y otras características como puestas a punto y modificaciones posteriores.
- Ensayos y test de productos y procesos, incluyendo los ensayos destinados a mostrar su funcionamiento.
- Estudios de mercado y la publicidad en torno al lanzamiento de bienes y servicios nuevos o significativamente mejorados.
- La formación cuando sea necesaria para la introducción de una innovación de producto o de proceso.
- Diseño, planificación e implantación de nuevos métodos de organización.