



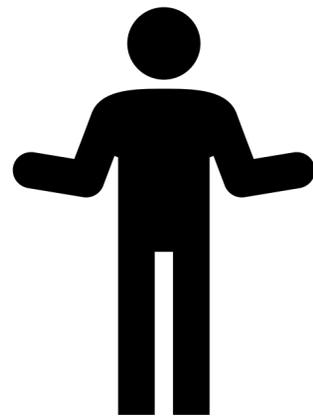
PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

Proyectos de I+D y su relación con un problema u oportunidad

C203  • PROMOVRIENDO
LA CIENCIA, LA INNOVACIÓN
Y EL DESARROLLO



Modalidad del taller y presentación de los participantes



Quien soy



Mi línea de trabajo en una frase corta



Mi hobby



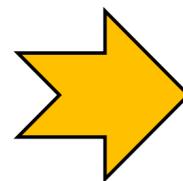
¿Por qué para innovar necesito un proyecto?

Los proyectos han existido siempre, bien o mal ejecutados, sin embargo, sin una estructura que maximice los recursos humanos, financieros y técnicos, no podríamos imaginar el desarrollo tecnológico de la mano de su implementación.

Una ópera que casi desafina

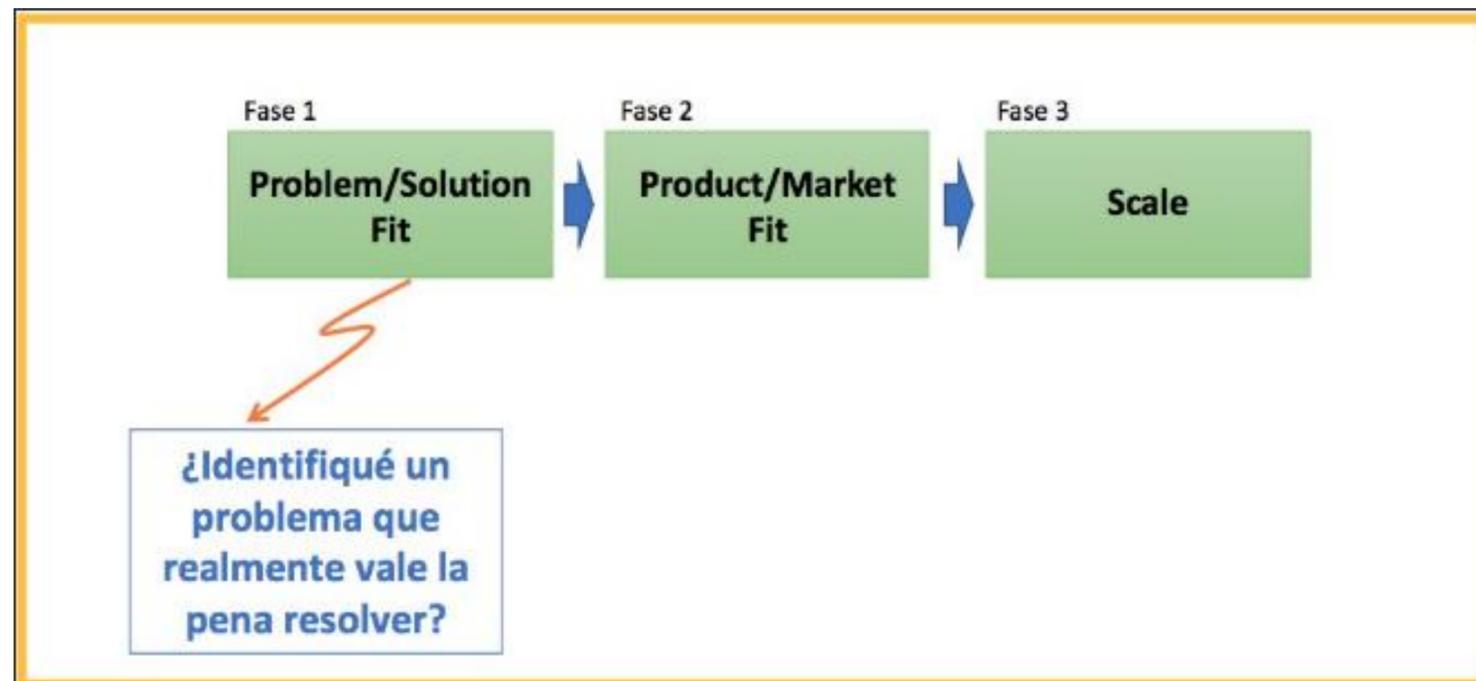


La construcción del Sydney Opera House tardó 15 años y su costo fue de 102 millones de dólares, un presupuesto 1.400% mayor que el inicial. ¿Qué pasó en el camino? ¿Acaso no estaban claras las dimensiones del proyecto cuando se pensó en su ejecución?



¿Cómo escribo un proyecto?

Albert Einstein dijo “Si tuviera 1 hora para resolver un problema, ocuparía 59 minutos en entender el problema y 1 minuto en concebir la solución”



Claves para identificar el problema:

Debe estar cuantificado
(cuántos, donde...)

Debe afectar a un grupo importante
(eso no significa que sea global)

Entender cómo se ha estado resolviendo hasta ahora
(competidores)

Si es un problema nuevo entender cómo se generó, dónde interviene, a quienes afecta y cómo



¿Cómo identifico y cuantifico un problema u oportunidad?

Mapa de la empatía, creado por Dave Gray, autor y fundador de Xplane, una consultora



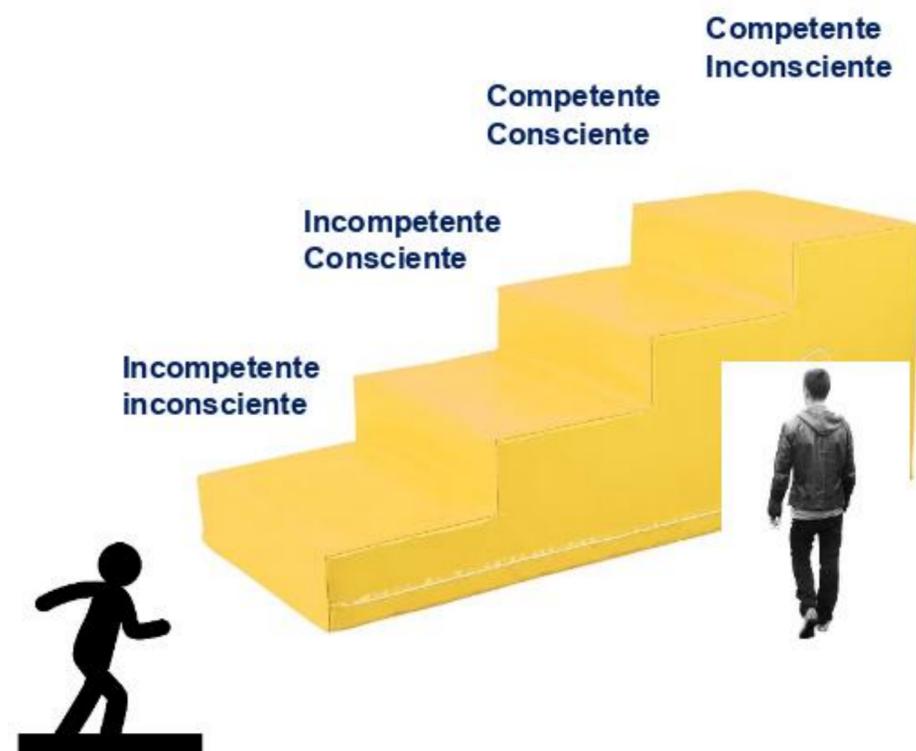
Herramienta diseñada por XPLANE

Metodologías:

Búsqueda de información
Estudios etnográficos
Estadísticas
Entrevistas
Focus group
Conversaciones con expertos
Shadowing



Tener presente en la identificación del problema u oportunidad



ENCONTRAR UN PROBLEMA NO RESUELTO O RESUELTO DE UNA FORMA POCO SATISFACTORIA



¿Qué tiene que ver el problema con el modelo de negocios?

Absolutamente todo

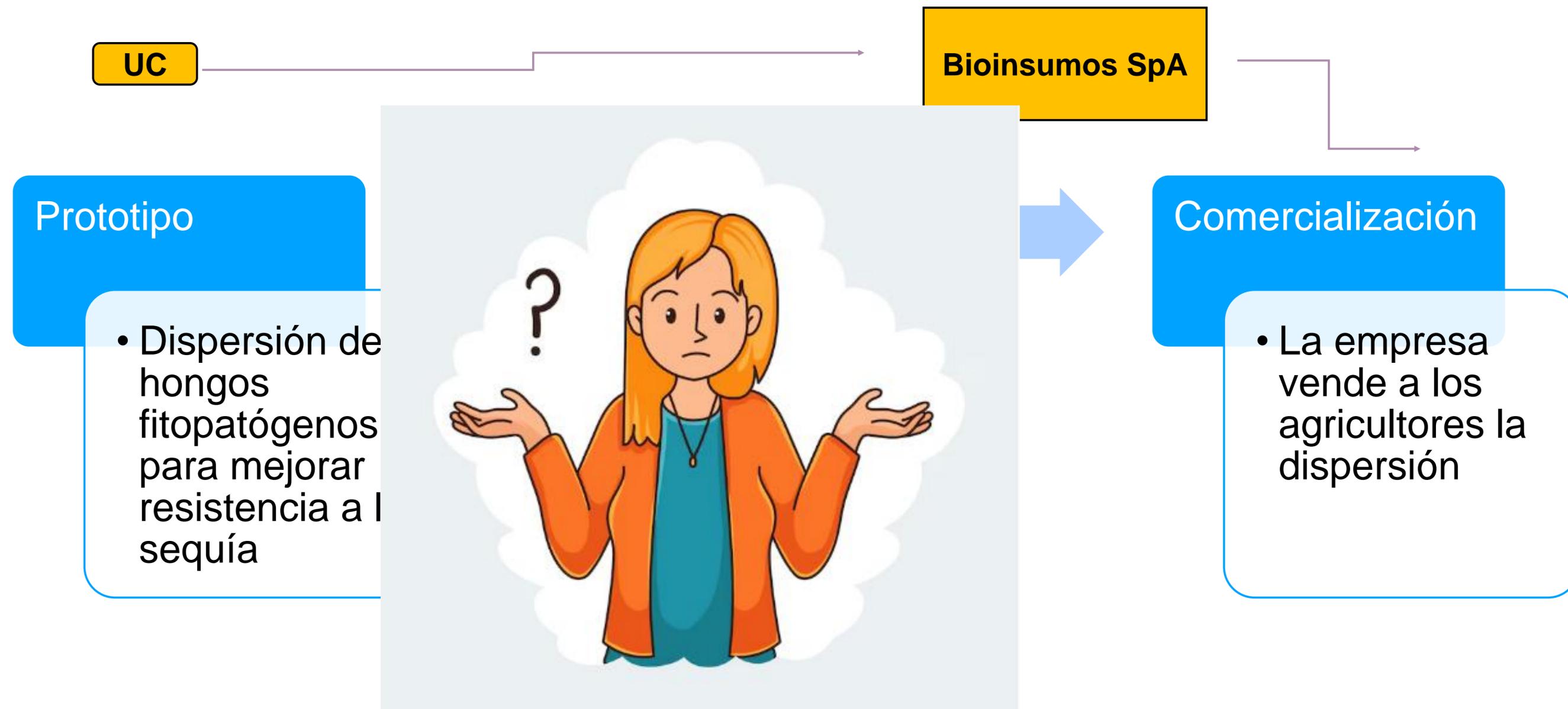
- Para demostrar que el problema es factible de resolver debo ser capaz de identificar:
 - Una propuesta de valor
 - Cómo ésta se disponibiliza
 - Cómo se vende
 - Quién la vende

Para que ocurra lo anterior debo

- Saber cómo lo vendo, ej si es producto químico podría ser una nanodispersión de agua, con una concentración de la molécula xx al 5%.
- ¿Quién lo vende? Porque si es una distribuidora de agroquímicos - significa que debe cumplir ciertas regulaciones -
- ¿Para quién? – es lo mismo si es para productores de cerezas que de cebollas?



Antecedentes básicos del modelo de negocios





SOCIOS CLAVE
Escribe aquí

ACTIVIDADES CLAVE
Escribe aquí

PROPUESTA DE VALOR
Escribe aquí

RELACIÓN CON EL CLIENTE
Escribe aquí

SEGMENTOS DE CLIENTES
Escribe aquí

RECURSOS CLAVE
Escribe aquí

YOUR LOGO HERE

CANALES
Escribe aquí

ESTRUCTURA DE COSTOS
Escribe aquí

FUENTES DE INGRESOS
Escribe aquí



El problema – los clientes y la propuesta de valor ¿Cómo capturo valor?

1. El problema

2. Los clientes

3. La propuesta de valor



Productores de cerezas o productores de cebollas

Dosis
Período de carencia
Formato del i.a

Ficha técnica
Registro

Early adopters

¿Por qué lo usarían?

¿Cómo lo promocionarían ?



Menor periodo de carencia

Baja toxicidad

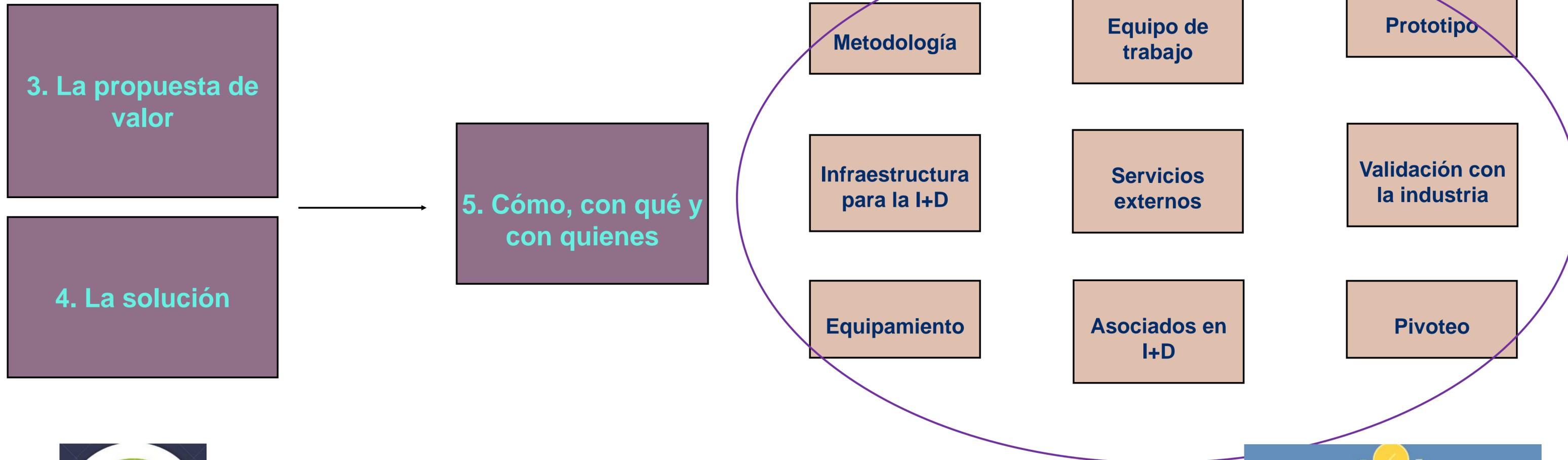
Más económico

Mejor disolución en agua

Más efectivo

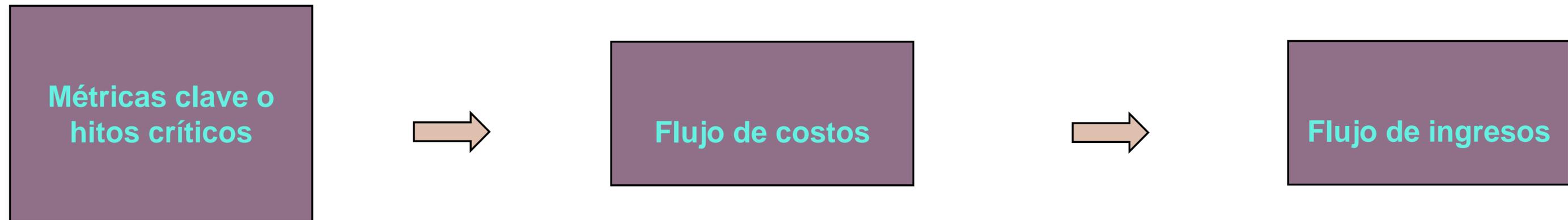
Baja degradación con altas temperatura

De la propuesta de valor a la solución





El negocio tecnológico o ¿Cómo entrego valor?



La propuesta de valor en el mercado



TRABAJO GRUPAL

Problemas - Oportunidades - propuesta de valor

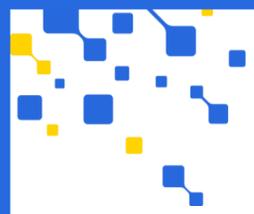
Grupos	3-4 personas
Tiempo	25 minutos
Metodología	Por grupo deberán elegir solo una línea de investigación o idea de proyecto para trabajar en el taller. La idea es que sea un espacio para ensayar, con ayuda de otros/as, estos primeros elementos de la elaboración de un proyecto aplicado, para que luego puedan transferirlo a sus propios proyectos de investigación.
Preguntas para el trabajo grupal	<p>Caracterización del problema u oportunidad:</p> <p>¿Cuál es el problema que resuelve? ¿A quiénes afecta, dónde y de qué manera? ¿Cómo se manifiesta este problema en diferentes contextos y cuáles son sus consecuencias a corto y largo plazo?</p> <p>¿Existen datos cuantitativos o cualitativos que respalden la existencia y magnitud del problema? ¿Dónde buscarían información?</p> <p>¿A quiénes entrevistarían para validar el problema?</p> <p>¿Qué factores han impedido que este problema se resuelva hasta ahora? (Barreras técnicas, económicas, regulatorias, culturales, etc.)</p>
	<p>¿Cómo se resuelve o se trata de resolver hoy el problema?</p> <p>¿Cuáles son los enfoques actuales para abordar este problema y qué ventajas/desventajas tienen?</p> <p>¿Cuáles son las principales limitaciones de las soluciones en competencia? ¿Qué aspecto clave no están abordando?</p> <p>¿Existen soluciones exitosas en otros sectores o países que podrían adaptarse a este contexto?</p>



TRABAJO GRUPAL

Problemas - Oportunidades - propuesta de valor

Tiempo	25 minutos
Preguntas para el trabajo grupal	<p>Descripción de la solución propuesta.</p> <p>¿En qué aspectos clave nuestra solución es diferente o superior a las alternativas existentes? (valor diferencial)</p> <p>¿Cuáles son los posibles desafíos para implementar esta solución en la práctica? (técnicos, financieros, legales, culturales).</p>
	<p>Calce con el mercado y propuesta de valor. Identifiquen los clientes potenciales y la propuesta de valor del proyecto. Este proceso puede llevarlos a ajustar elementos de la solución propuesta (proceso no lineal)</p>
	<p>Identificación de clientes o usuarios</p> <p>¿A quiénes le interesaría la solución propuesta? ¿Quiénes son los primeros usuarios o clientes que podrían beneficiarse más de esta solución?</p> <p>¿Qué incentivos o motivaciones tienen los clientes potenciales para adoptar nuestra solución?</p> <p>Consideren que la solución propuesta debe resolver un problema o necesidad del cliente (“dolores”) de mejor manera que las soluciones ya existentes</p>

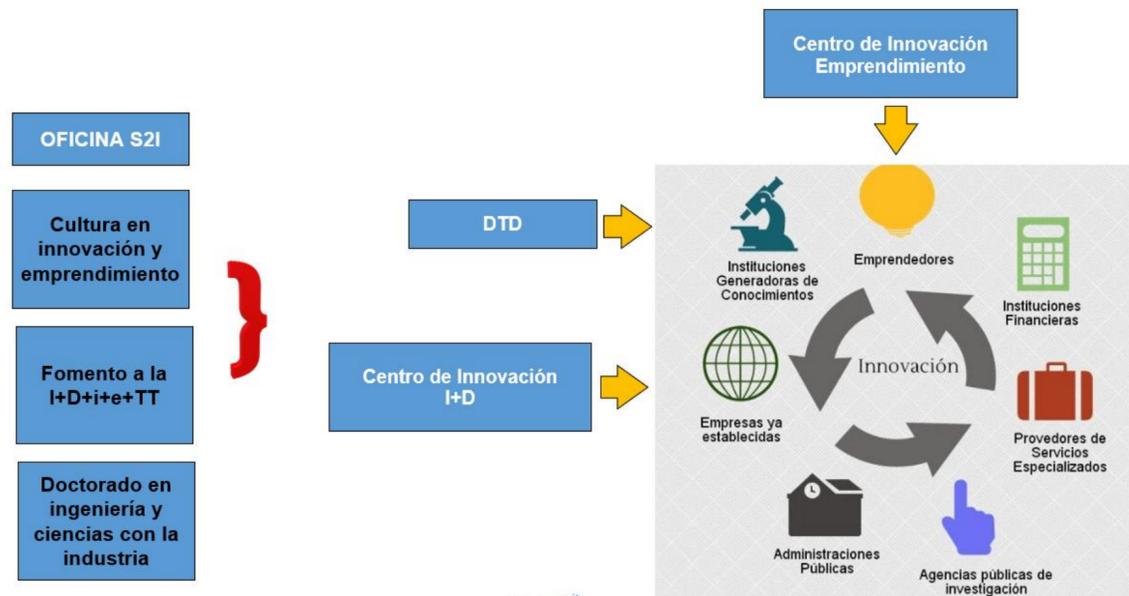


PLENARIA

La propuesta de valor

Tiempo	15 minutos
1 persona de cada grupo (que no sea la misma que planteó el problema u oportunidad)	Propuesta de valor: conectar el valor de la solución con el problema del cliente. ¿De qué manera la solución propuesta resuelve el problema o necesidad del cliente? ¿Cómo le venderíamos el producto o servicio al cliente para que fuera de su interés? (considerar valor diferencial)
	Se debe justificar claramente por qué esta solución es mejor que las alternativas actuales y presentar los factores críticos que hacen que las soluciones existentes sean insuficientes frente a la propuesta de valor que se presenta

Eje de vinculación – Oficina S2I



Articulación con el ecosistema de innovación y emprendimiento

Sentar las bases de innovación y emprendimiento en las facultades científico-tecnológicas





Oficina S2I



Macarena Mosqueira
Gestora tecnológica
mamosque@uc.cl



Patricia Piña
Gestora tecnológica
eppina@uc.cl



Esteban Reyes
Gestor tecnológico
emreyes@uc.cl

¿Qué ofrecemos?

- **Búsqueda de empresas colaboradoras, asociadas e interesadas**
- **Vinculación con empresas de interés**
- **Identificación de problema y/o desafío a resolver**
- **Mercado objetivo e impacto en la sociedad**
- **Modelos de negocio**
- **Validación de resultados de investigación con empresas**
- **Levantamiento de problemas de la industria**

Pueden visitarnos Edificio CdeDOC Piso 3





PONTIFICIA
UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CHILE

C2030 • PROMOVRIENDO
LA CIENCIA, LA INNOVACIÓN
Y EL DESARROLLO