



# UCSC

## FICHA DESCRIPCIÓN DE SERVICIOS OFRECIDOS CENTROS FORMACION SUPERIOR

1. ANTECEDENTES CENTROS FORMACIÓN SUPERIOR ACREDITADOS	
Nombre Centro Formación Superior	UNIVERSIDAD CATOLICA DE LA SANTISIMA CONCEPCION
Período de Acreditación	14/11/2012 A 14/11/2016
Nombre Contacto (responsable OTL, OTT, otro)	OTT: Jefe de Oficina Transferencia Tecnológica. UCSC.
Correo	csilva@ucsc.cl
Teléfono	412345494

  

2. ANTECEDENTES DEL SERVICIO OFRECIDO	
Tipo de Innovación	Producto
Tipo de Actividad	17. Mejorar la capacidad en cuanto a tecnologías de la información
Centro Tecnológico/ Facultad/ Unidad que presta el servicio	Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la UCSC
página web	www.facea.ucsc.cl
Título Servicio	Implementación de sistemas de información de marketing
Valor Cobrado o rango referencial	\$ 7 millones
Tiempo Duración estimado	12 meses
Director del proyecto	Manuel Alonso Dos Santos, Doctor en Marketing y Consumo. Especialista en comportamiento del consumidor e investigación de mercados.
Correo	malonso@ucsc.cl
Teléfono	412345517
Recursos a disposición del Servicio	
Profesionales	3 profesionales con más de 5 años de experiencia en consultoría, con especialidad en gestión de la innovación: área comercial, de ingeniería y biotecnología.
Alumnos Pre o Postgrado	Al menos 2 alumnos de pregrado del área comercial y/o ingeniería y/o ciencias y/o salud. Y al menos un alumnos de post-grado de las áreas: comercia y/o ingeniería, y/o ciencias y/o salud.
Laboratorios	En caso que el desarrollo de nuevos productos o servicio lo requiera, se podrán emplear laboratorios de la universidad de áreas de ciencias, salud e ingeniería, junto con instalaciones para el trabajo en equipo bajo método design thinking
Posibilidad de ejecutar actividades en la empresa	Sí.
Descripción del Servicio	Innovación en sistemas de información del mercado y consumidor. Implantación de sistemas CRM (Customer Recruitment Marketing), sistemas de fidelidad y sistemas de minería de datos para obtener información útil, actual y pertinente del mercado y consumidor. Incluyen sistemas de medición de las inversiones en marketing por cliente, producto, rubro, etc. Se incluye taller que permitirá incrementar las capacidades de innovación en la empresa.
Entregables una vez concluido el servicio	Informe de situación del gap de información y posibilidades de la empresa. Informe estratégico de orientación a la innovación en marketing y rentabilidades futuras.

En el caso de factibilidad, implantación de sistemas de información que incluyen procesos, hardware y software específico para el análisis del mercado y cliente.

Convenio para realización de práctica de estudiante(s) de pregrado a fin de gestionar, captar, implementar y realizar la implementación del sistema de información CRM.

### 3. DEFINICIÓN DE INNOVACIÓN

Introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un método de comercialización o de organización nuevo aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas.

Por definición, toda innovación debe incluir un elemento de novedad. El concepto de novedad se configura bajo tres formas: nuevo para la **empresa**, nuevo para el **mercado** y nuevo para el **mundo entero**.

### 4. TIPOS DE INNOVACIONES CONSIDERADAS EN ESTA LÍNEA

Innovación de producto	Innovación de proceso
<i>Introducción de un bien o servicio nuevo o significativamente mejorado en sus características o en sus usos posibles. Este tipo de innovación incluye mejoras significativas en las especificaciones técnicas, los componentes o materiales, el software incorporado, la ergonomía u otras características funcionales.</i>	<i>Introducción de un método de producción o de distribución nuevo o significativamente mejorado. Incluye mejoras significativas en técnicas, equipo o software.</i>
<i>Las innovaciones de producto incluyen tanto la introducción de nuevos bienes y servicios como las mejoras significativas en las características funcionales o de uso de bienes y servicios ya existentes.</i>	<i>En los servicios, las innovaciones de proceso incluyen métodos nuevos o significativamente mejorados para la creación y la producción de los mismos. Pueden implicar cambios significativos en el equipo o el software usado en empresas de servicios o en los procedimientos y técnicas que se utilizan para suministrarlos</i>

### 5. CAMBIOS QUE NO SE CONSIDERAN INNOVACIONES

- ✗ *El cese de la utilización de un proceso, de un método de comercialización, de un método de organización o de la comercialización de un producto.*
- ✗ *La simple sustitución o ampliación de equipos*
- ✗ *Cambios que se derivan solamente de variaciones del precio de los factores*
- ✗ *Producción personalizada (Si los atributos de este producto único no difieren significativamente de los productos fabricados anteriormente por la empresa)*
- ✗ *Modificaciones estacionales regulares y otros cambios cíclicos.*
- ✗ *Comercialización de productos nuevos o significativamente mejorados*

## 6. TIPOS DE INNOVACIÓN OFRECIDA

N°	TIPO DE ACTIVIDAD	SubTipo de Innovación	
		Producto	Proceso
1	Reemplazar los productos progresivamente retirados		
2	Aumentar la gama de los bienes y servicios		
3	Desarrollar productos respetuosos con el medio ambiente		
4	Aumentar o mantener la cuota de mercado		
5	Introducirse en nuevos mercados		
6	Reducir el plazo de respuesta a las necesidades de los clientes		
7	Mejorar la calidad de los bienes y servicios		
8	Mejorar la flexibilidad de la producción o la prestación del servicio		
9	Aumentar la capacidad de producción o de prestación del servicio		
10	Reducir los costos laborales unitarios		
11	Reducir el consumo de materiales y de energía		
12	Reducir los costos de diseño de los productos		
13	Reducir las demoras en la producción		
14	Cumplir las normas técnicas del sector de actividad		
15	Reducir los costos de explotación vinculados a la prestación de servicios		
16	Aumentar la eficiencia o la rapidez del aprovisionamiento y/o del suministro de los bienes o servicios		
17	Mejorar la capacidad en cuanto a tecnologías de la información		
18	Mejorar las condiciones de trabajo		
19	Reducir el impacto medioambiental o mejorar la sanidad y la seguridad		
20	Respetar las normas		