



Reunión do Xurado



# XII CONCURSO DE IDEAS EMPRESARIAIS INNOVADORAS DA USC



**CÁTEDRA UNESCO**  
Innovación y gestión de la cultura  
emprendedora en el marco universitario

**Patrocina:**



**XUNTA DE GALICIA**  
CONSELLERÍA DE TRABALLO  
Dirección Xeral de  
Promoción do Emprego

## **INDICE**

1. PRESENTACIÓN DO CONCURSO .....	3
2. ANÁLISE ESTATÍSTICA DAS IDEAS PRESENTADAS .....	4
3. RELACIÓN DE IDEAS FINALISTAS .....	7
4. DESCRICIÓN DAS IDEAS FINALISTAS .....	8

## 1. PRESENTACIÓN DO CONCURSO

O "XII Concurso de Ideas Empresariais Innovadoras da USC" ten por obxecto premiar a aqueles emprendedores e emprendedoras que presenten ideas innovadoras susceptibles de converterse en proxectos empresariais a curto e medio prazo.

O concurso vai dirixido a toda a comunidade universitaria (estudantes, titulados e tituladas, doutorandos e doutorandas, PAS, etc.) e a todas as áreas de coñecemento (Humanidades, Ciencias da Saúde, Ciencias Xurídicas e Sociais, Ciencias Experimentais e Ensinanzas Técnicas) de calquera das universidades galegas.

O prazo de presentación estivo aberto dende o día 1 de abril ata o 31 de maio de 2011.

Outorgaranse **5 premios de 600 euros** independentemente do número de participantes.

Valoraranse de forma preferente os seguintes aspectos:

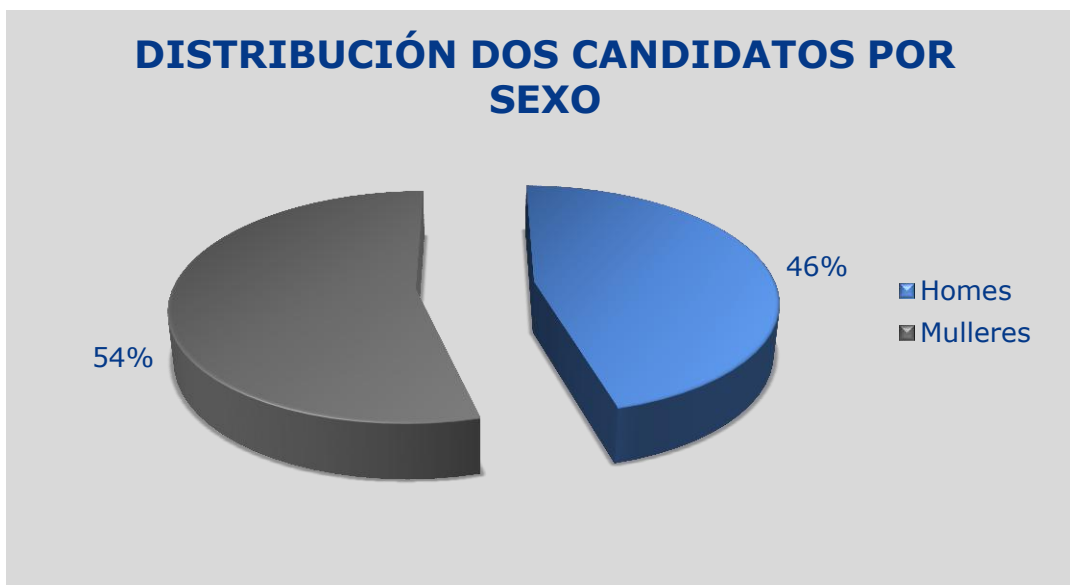
- Viabilidade e factibilidade da idea
- Carácter innovador
- Grao de madurez da idea
- Mercado
- Ter en conta as políticas de igualdade

**Nesta edición presentáronse un total de 241 ideas.**

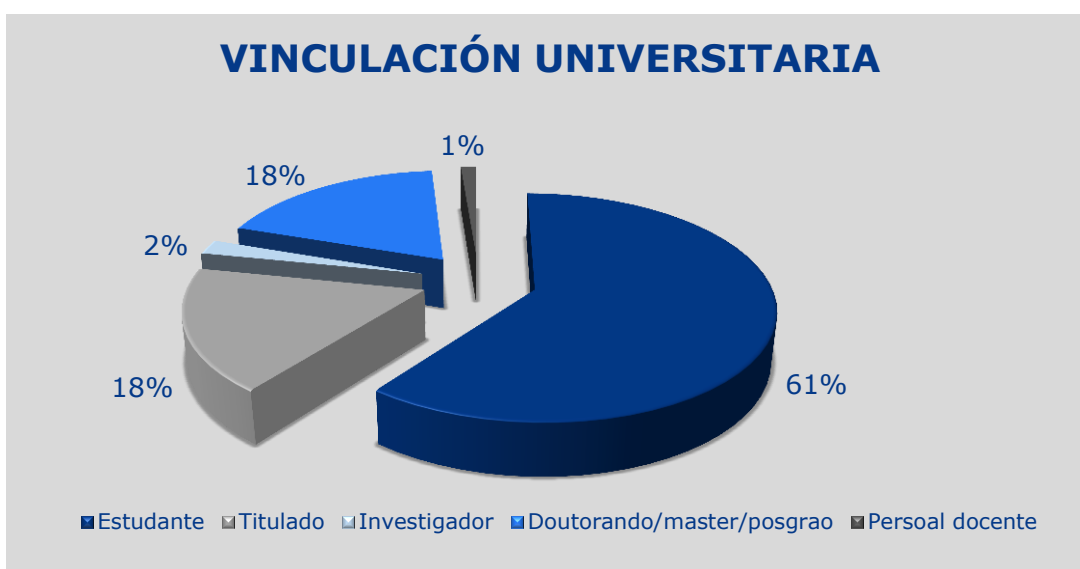
A continuación exponse unha análise das ideas presentadas así como unha breve descrición das finalistas.

## 2. ANÁLISE ESTATÍSTICA DAS IDEAS PRESENTADAS

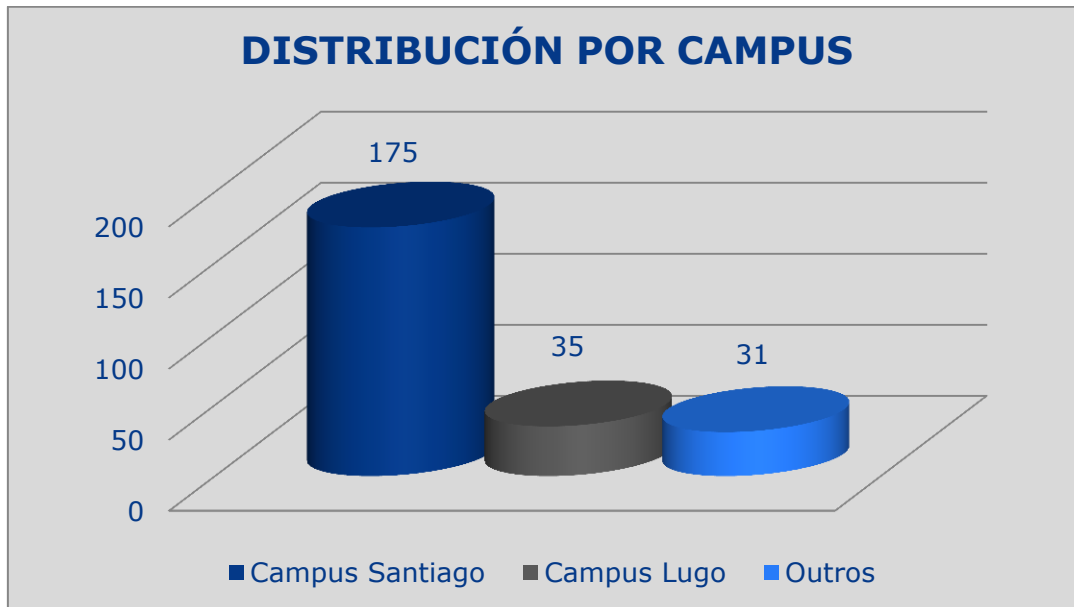
Das 241 ideas, o 54% foron presentadas por homes e o 46% por mulleres, tal e como se recolle na gráfica que se presenta a continuación.



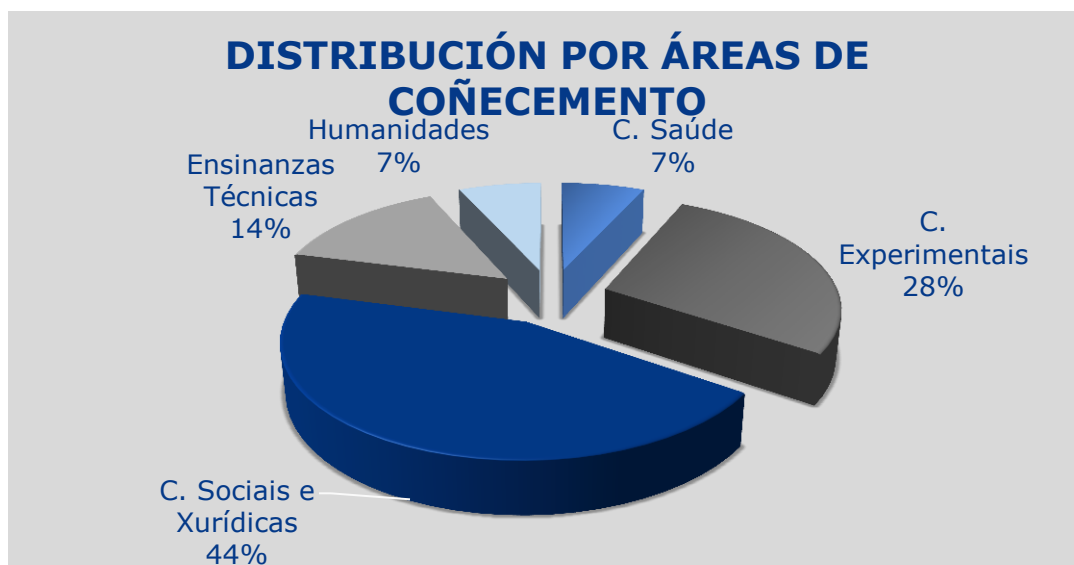
En canto á vinculación universitaria dos candidatos, o 61% son estudantes, o 18% titulados, outro 18 % están na fase ou teñen rematado o doutorado, master ou posgrao, o 2% son investigadores e un 1% persoal docente.



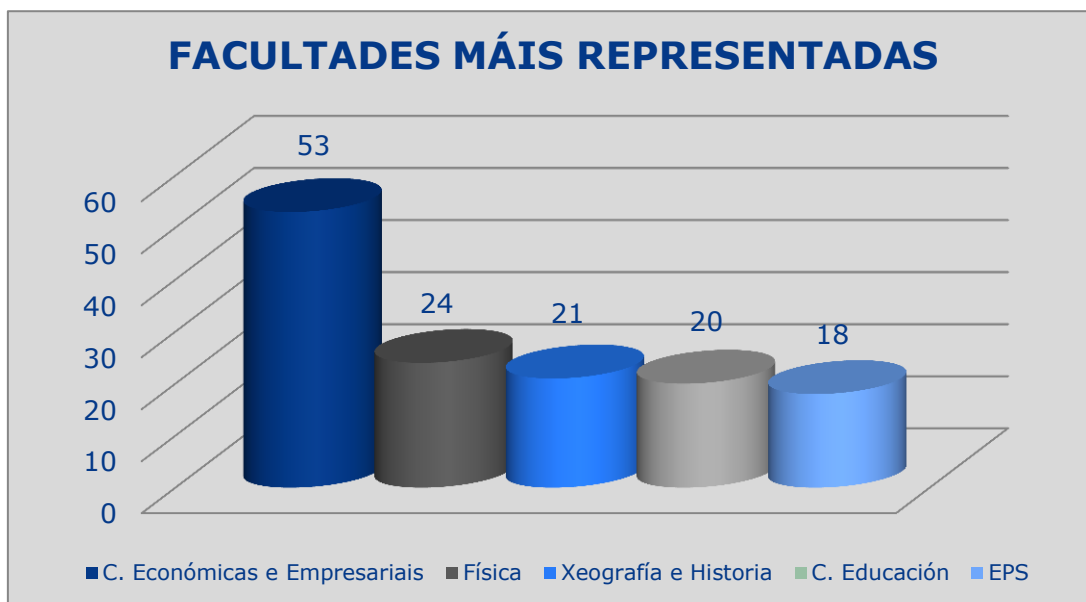
Por campus, o 72,6% das ideas presentadas corresponden ao de Santiago e o 14,5 ao de Lugo. O 12,9% restante son ideas das universidades de A Coruña e Vigo, de algunha universidade de fora de Galicia (aínda que non eran obxecto do concurso) e outras nas que non figura o campus.



En canto ás áreas de coñecemento sobresaee a Área de Ciencias Xurídicas e Sociais, que agrupa ao 44% das ideas e a continuación Ciencias experimentais co 28% e Ensinanzas Técnicas co 14%. Humanidades e Ciencias da Saúde son as que agrupan un menor número de ideas.



Por último, a facultade máis representada é a de Administración e Dirección de Empresas, da que proceden máis do 20% das ideas presentadas. Con menos do 10% cada unha, séguenlle: Física, Xeografía e Historia, Ciencias da Educación e a Escola Politécnica Superior de Lugo.



### 3. RELACIÓN DE IDEAS FINALISTAS

Nº	CÓDIGO	TÍTULO DA IDEA
1	2399	Sigue tu liga
2	2400	Cultivo sostenible de setas sobre sustrato consistente en posos de café
3	2420	Equipo de Atención Temperá "Os Pasiños"
4	2427	Control de animales hospitalizados mediante sensores biomédicos.
5	2440	Vehículos eléctricos de uso profesional con alto valor engadido
6	2443	NanotecFood. Tecnoloxía e alimentación.
7	2486	"Plataforma tecnolóxica baseada na proteína muNS. Novo sistema de purificación e detección de interaccións de proteínas"
8	2491	Artesa
9	2507	Xanela. Gestión cultural, turística e patrimonial
10	2520	The interactive cell (TIC)
11	2522	Información multiespectral y 3D a vista de pájaro
12	2554	Elaboración de Vinagre Balsámico Gallego (VINAGRE BALSÁMICO MENCÍA)
13	2558	Software de rastreo documental SRD
14	2576	Tecnoloxía de corrección da uniformidade de escáneres para uso clínico
15	2604	Poseidon Aqua System S.L. Engineering Solutions. Sistemas de Protección contra Inundaciones
16	2608	Valora: atención ao envellecer e a dependencia
17	2626	Detector de partículas en suspensión para los hogares

## 4. DESCRIPCIÓN DAS IDEAS FINALISTAS

<b>Contador</b>	<b>2399</b>
<b>Apellidos</b>	López Fernández
<b>Nome</b>	Diego
<b>Facultade</b>	Informática
<b>Universidade</b>	A Coruña
<b>Vinculación universitaria</b>	Titulado

<b>Título Idea</b>	<b>Sigue tu liga</b>
--------------------	----------------------

**Breve Descripción** SigueTuLiga es una comunidad online de deportes que se centra en las ligas más modestas: tu liga de fútbol, en la que juega tu pueblo; tu liga interna de fútbol sala de empresa o universidad; o, por ejemplo, tu torneo de pádel entre amigos. Su funcionamiento se basa en la autogestión. Son los usuarios quienes crean y administran todo el contenido, mediante un sistema de votación basado en el rango de cada usuario. La propia comunidad, la plataforma y el mecanismo que la hace funcionar, permiten una publicación fiable y muy rápida de toda la información, lo que conlleva a una fidelización total del usuario. SigueTuLiga cubre el vacío de información existente, tanto en medios online como offline, relacionada con las ligas deportivas locales o de aficionados. Los datos, de difícil recolección en la mayoría de los casos, que se publican en la plataforma y su funcionamiento automatizado, la diferencian notablemente de las webs competitivas.

**Productos** SigueTuLiga ofrece al usuario servicios gratuitos y servicios y productos de pago.

- Servicios gratuitos:
  - Sistema de funcionamiento global automatizado: cualquier cosa creada en la web por un usuario debe ser votada por la comunidad para su publicación, lo que influye directamente en el rango del usuario que la creó. A mayor rango, mayor credibilidad y mayores funciones disponibles. El rango se conoce en la web con el nombre de karma.
  - Potente gestor de ligas: permite crear y administrar ligas de cualquier disciplina deportiva de forma automática y en a penas cinco minutos; ofrece estadísticas avanzadas de equipos, partidos y de la propia liga; y cuenta con un sistema de inserción de resultados comunitario en el que todos los usuarios colaboran para su publicación.



- Sistema de localización y de rutas a instalaciones deportivas publicadas por los propios usuarios.
- Publicación de fotografías y vídeos. Etiquetado y geolocalización en ambos casos de equipos e instalaciones deportivas.
- Juegos sociales relacionados siempre con la competición deportiva preferida del usuario. Por ejemplo: la quiniela, la porra, el equipo de la semana o la liga fantástica.
- Personalización de la portada y del contenido de la web: cada usuario registrado elige de entre todas las ligas publicadas las competiciones que desea seguir. Su página de inicio muestra únicamente la información relacionada con las ligas de su interés y siempre tiene un rápido acceso a las mismas en su menú de usuario.
- Página de perfil de usuario configurable en cuanto a contenidos y privacidad. Muestra el resumen y actividad del usuario dentro de la web y ofrece la posibilidad de publicar comentarios en su perfil. Similar a la página de perfil de cualquier red social de hoy en día.
- Comunicación entre usuarios a través de foro, comentarios, mensajes privados y mensajes de perfil.
- Sistema de artículos periodísticos y crónicas de partidos que permiten al usuario informar y compartir información de forma más profesional.
- Confección de plantillas de clubes con la posibilidad de crear sus jugadores, entrenadores, directivos y aficionados.
- Servicios y productos de pago: En cuanto a los servicios y productos de pago, la empresa cuenta con dos grandes vías de ingresos: la moneda virtual y la publicidad. Con el sistema de dinero virtual, similar al de créditos de las máquinas recreativas o tragaperras, el usuario tiene la posibilidad de acceder a los siguientes servicios y productos:
  - AvisoSMS: activando este servicio el usuario recibirá en su teléfono móvil un SMS con los resultados de sus equipos favoritos en el momento en el que se publiquen en la plataforma. El funcionamiento de la aplicación web en general y de este servicio en particular hacen que una información que antaño llegaba al usuario días más tarde, ahora la obtenga minutos después de la conclusión de los encuentros y en su propio terminal telefónico.
  - Merchandising: productos deportivos y personalizados con la marca SigueTuLiga. La seña de identidad de los artículos a vender será la mezcla entre frases o situaciones típicas de las modalidades deportivas locales, diseño atractivo y, por supuesto, mucho humor.

- Multimedia: servicio que a su vez se divide en varios: Poder virtual: el usuario tiene la posibilidad de adquirir bienes virtuales que lo diferencien del resto y añadan valor a su perfil, obtener fondos de pantalla únicos y personalizables o melodías telefónicas oficiales de la web para sus dispositivos móviles.
- Fotógrafos profesionales: sección en donde fotógrafos profesionales publican su trabajo para que los usuarios, normalmente protagonistas absolutos de las imágenes, puedan adquirir la fotografía que deseen tanto en formato digital como en formato impreso.
- Apuestas: en la plataforma web se ofrecen numerosos servicios gratuitos de ocio entre los que destacan la quiniela y la porra de resultados. Con el servicio de apuestas un usuario que confíe ciegamente en su predicción tiene la posibilidad de jugarse su dinero virtual. Se juega con el valor añadido de que, a diferencia de lo que sucede en juegos del mismo estilo para ligas profesionales, el usuario apuesta y es partícipe del resultado al mismo tiempo, llegando a ser, en ocasiones, principal protagonista.
- Equipos: el servicio de pago para equipos permite a clubs tener su propia web dentro de la comunidad SigueTuLiga. En este caso el usuario paga una cuota mensual y, además de los servicios estándar, tiene acceso a la administración total del perfil de su club y al uso de funciones exclusivas como estadísticas profesionales, diseños personalizados y url propia, entre otras.
- Aplicaciones de terceros: con la publicación de la API los programadores tienen la opción de desarrollar aplicaciones que manejen los datos que SigueTuLiga almacena. Del beneficio que con ellas pueda obtener la empresa a través de publicidad o mediante el empleo de la moneda virtual SigueTuLiga se queda un 25%.
- Campañas/promociones: se ofrece al usuario la posibilidad de comprar importantes descuentos en productos deportivos en establecimientos cercanos, adquirir accesos a bajo coste a eventos relevantes como partidos de ligas profesionales o hacerse con merchandising de clubs más modestos. Asimismo, las tiendas deportivas incrementan su clientela y se publicitan llegando a su comprador potencial. Los clubes, por su parte, tanto profesionales como modestos, mejoran su imagen y consiguen beneficios a bajo coste. Es importante resaltar que actualmente contamos con acuerdos verbales con dos

establecimientos deportivos que operan en la zona de la ciudad de A Coruña y de prácticamente toda la provincia coruñesa para comenzar a ofrecer a nuestros usuarios los descuentos en material deportivo. En lo que a publicidad se refiere, tres son las distintas opciones:

- Patrocinador oficial: pensado para grandes empresas en el que su target sea la comunidad deportiva o similares. Consiste en un banner en el menú lateral que se muestra en todas las páginas y secciones de la web. Hay un patrocinador oficial por cada Comunidad Autónoma. En el caso de Galicia, prácticamente hemos llegado a un acuerdo con una importante cadena de supermercados.
- Colaborador: ideal tanto para grandes como para pequeñas y medianas empresas. Las empresas que contraten este servicio tendrán su logotipo corporativo visible en la parte inferior de la web y en una sección especial habilitada para todos los colaboradores. Contamos con diez anunciantes para el inicio de la actividad.
- Patrocinador local: creado para pequeñas empresas que quieran llegar a su cliente más potencial: su vecino. Consiste en el patrocinio de secciones en la web que permiten localizar a los usuarios fácilmente, como por ejemplo una liga, un campo, un equipo, etc. Al tratar datos tan locales el anunciante que escoja este tipo de patrocinio se asegura llegar a los usuarios interesados en esos datos: sus vecinos.

### **Quen Comprará**

Nuestro abanico de clientes potenciales es muy elevado. Los más fieles y potenciales compradores son los propios futbolistas, entrenadores, árbitros, directivos y aficionados del fútbol más amateur o de barrio, que encuentran en SigueTuLiga una gran fuente de información e interacción. Sus familiares, vecinos o amigos también son habituales en una web en la que les gusta ver tratado un equipo que les toca tan de cerca. A medida que nos vayamos expandiendo a otros deportes, contaremos con un cliente/usuario muy similar al actual en cada uno de ellos. Además, nuestros servicios también están orientados tanto a grandes empresas del sector como a pequeñas y medianas empresas. Los primeros tienen la posibilidad de mejorar su imagen y los segundos tienen la posibilidad de llegar directamente a sus clientes más potenciales gracias al patrocinio de secciones muy concretas.

### **Competencia**

Aunque no tratan todas las modalidades deportivas y se centran solo en el fútbol, consideramos los siguientes competidores como principal amenaza:

• Resultados-Futbol: Tiene una visión parecida a la nuestra en cuanto al aspecto social de la página aunque no se auto gestiona, lo que hace que no pueda llegar a las ligas más modestas. • Futbolme: Abarca un mayor número de ligas, aunque sólo aporta resultados. Cada liga cuenta con un solo administrador (nosotros podemos llegar a tener cientos) por lo que el contenido no es tan eficaz, rápido ni fiable. • Otras: Futmi, footbo y futwork son redes sociales que no atienden a resultados ni a seguimiento de ligas. Se centran en perfiles e interacción entre usuarios. En cuanto al resto de modalidades deportivas, no existe actualmente ninguna plataforma web similar a SigueTuLiga ni en contenido ni en funcionamiento, por lo menos en el panorama nacional.

### **Carácter Innovador**

El mecanismo de funcionamiento en el que se basa SigueTuLiga hacen de ella la única web auto gestionada del sector. Además, el uso de los últimos avances tecnológicos para webs (AJAX), el modelo de negocio cimentado en una potente moneda virtual, la posibilidad de acceso a través de aplicaciones específicas para dispositivos móviles, los servicios web que dan lugar a la API (Interfaz de Programación de Aplicaciones) para el desarrollo de aplicaciones de terceros y la información publicada de muy difícil acceso para otros medios, convierten a SigueTuLiga no sólo en una web pionera en el campo deportivo digital, sino que también en una plataforma social innovadora en el sector Internet. Asimismo, el hecho de que la plataforma sea accesible desde cualquier dispositivo con acceso a internet y desde cualquier parte del mundo, hace del propio sistema de comunicación de información un elemento totalmente innovador. Centrándose puramente en los aspectos tecnológicos, la web está confeccionada en su totalidad con software y lenguajes de programación de código abierto. El uso de aplicaciones como NetBeans, Eclipse, FTPzilla, Firebug, GIMP, PHPMyAdmin o MAMP facilitan el trabajo a la hora de ensamblar todas las piezas del puzzle. La columna vertebral de la web está implementada usando los lenguajes de servidor PHP y MySQL y empleando el patrón de arquitectura de software Modelo Vista Controlador (MVC). Muchas de las funciones del sistema, como las votaciones, emplean tecnologías asíncronas AJAX que mejoran la experiencia del usuario. En este sentido se emplea la librería de Javascript jQuery y, para secciones específicas, se combina con los servicios web (API) de Google Maps y de YouTube. En cuanto a la usabilidad y accesibilidad, la web emplea únicamente HTML y CSS estándares verificados por la W3C. El siguiente paso en el desarrollo del proyecto es el uso de servicios web. Con ellos se busca implementar un sitio web asíncrono construido totalmente en AJAX, una API para programadores y aplicaciones específicas para dispositivos móviles como Android, iPhone o iPad. La evolución de la aplicación, fruto

de un desarrollo propio, ha ido siempre ligada a las necesidades observadas durante estos tres años de funcionamiento y a los conocimientos adquiridos por parte del equipo emprendedor en seminarios, congresos y estudios relacionados. Además, la experiencia del usuario en la web y sus consejos o recomendaciones fueron, son y serán siempre nuestra guía de referencia.

**Disposto** Con outros socios

**Tempo posta en marcha** Entre 6 e 12 meses

<b>Contador</b>	<b>2400</b>
<b>Apellidos</b>	Mielgo de Luque
<b>Nome</b>	Ignacio
<b>Facultade</b>	Biología
<b>Universidade</b>	Santiago de Compostela
<b>Vinculación universitaria</b>	Titulado

<b>Título Idea</b>	<b>Cultivo sostenible de setas sobre sustrato consistente en posos de café</b>
--------------------	--

**Breve Descripción** Creación de una granja de cultivo sostenible de setas crecidas sobre sustratos reciclados de nuestra zona de influencia. El principal sustrato utilizado serán posos de café recogidos diariamente en cafeterías de nuestra ciudad, Vigo. Pretendemos así, biorremediar un subproducto tan masivo y tóxico como es el café. Una vez acabado el cultivo de las setas, el sustrato utilizado pasa a nuestra pila de compost, dándole unas características muy especiales, y creando así un ciclo cerrado.

**Productos** Las especies de setas que cultivaremos serán seta ostra, y shiitake. Se comercializarán frescas, deshidratadas y congeladas. Además, y como producto estrella, estamos diseñando un kit de autocultivo para que sea el propio cliente el que experimente la experiencia del cultivo sostenible, en su propia casa.

**Quen Comprará** Los clientes son muy diversos, según cada producto. Las setas frescas están orientadas a colectividades y tiendas de productos de la huerta. Sin embargo, el kit de cultivo está orientado para tiendas ecológicas, viveros, y directamente al consumidor a través de la web. El consumidor final de todos nuestros productos será, en especial, gente concienciada con el medio ambiente. El objetivo de comercialización del kit va más allá de nuestras fronteras, ya que queremos nacer ya con un marcado carácter internacional.

**Competencia** Si, hay varias empresas que se dedican al cultivo de setas. La mayoría de ellas muy diversificadas en cuanto a productos y servicios. Aunque nuestro público objetivo es un poco diferente. Ya que nosotros queremos llamar la atención, con una idea novedosa, a la gente "sostenible". Y este sería el valor añadido de nuestra empresa.

**Carácter Innovador** Es una idea innovadora porque reciclaríamos alrededor de 1.000 kg de café al mes, a la vez que obtendríamos una seta con unas características

organolépticas muy distintas a las setas que se comercializan hoy día. Este tipo de cultivo se está haciendo en regiones cafeteras como Colombia, con muy buenos resultados. Además hay varios estudios Europeos que avalan este tipo de cultivo.

**Disposto** Con outros socios

**Tempo posta en marcha** Ningún, xa está madura

<b>Contador</b>	<b>2420</b>
<b>Apelidos</b>	Osorio Tomé
<b>Nome</b>	Vanesa
<b>Facultade</b>	Ciencias da Educación
<b>Universidade</b>	Santiago de Compostela
<b>Vinculación universitaria</b>	Titulada

<b>Título Idea</b>	<b>Equipo de atención temperá os pasiños</b>
<b>Breve Descrición</b>	<p>A idea de negocio xurde prioritariamente dunha necesidade que as socias vimos na sociedade actual, debido a ausencia de servizos no ámbito da atención temperá. Somos un equipo atención temperá formado por tres socias que traballamos ca infancia. A atención temperá é un conxunto de intervencións dirixidas, ante todo, á poboación infantil de cero a seis anos, á familia, á escola, ao entorno. O obxectivo destas intervencións é dar unha pronta resposta ás posibles necesidades transitorias ou permanentes que amosan os nenos e nenas con trastornos no seu desenvolvemento ou con risco a padecelo, tanto de índole biolóxico, psicolóxico como social. A nosa función é procurar esta atención especializada a través dunha intervención multidisciplinar, xa que estas intervencións deben considerar a globalidade da nena e do neno e han ser planificadas por un equipo profesional de orientación interdisciplinar ou transdisciplinar. Hogano a realidade é que esta necesidade está aumentando a causa dunha vida creada para a poboación traballadora, esquecendo outras poboacións con necesidades específicas, como son os bebés. Na nosa organización somos conscientes de que a maioría das deteccións danse en nenos e nenas a partir dos catro anos e en primaria, así é que nós propoñemos unha detección máis temperá, é dicir, no tempo que corresponde dende o nacemento ata os tres anos, para unha maior eficacia das nosas funcións. O que pretendemos é traballar dun modo integrador e colaborador coas familias, garderías, escolas, é dicir, co entorno do/a neno/a para optimizar o seu desenvolvemento. Queremos introducir os mecanismos necesarios para a súa mellora, evitar ou reducir a aparición de efectos ou déficits secundarios ou asociados producidos por un trastorno ou situación de alto risco, atender e cubrir as necesidades e demandas da familia e do entorno no que vive e, ante todo, consideramos ao neno/a coma suxeito activo da intervención. A esta intervención temperá coñécese como Atención Temperá, e o Decreto 69/1998 do 26 de febreiro da Comunidade Autónoma de Galicia defínea como: Conxunto de medidas postas ao servizo do neno que presente deficiencias ou desharmonías no seu desenvolvemento, nas áreas físicas, sensoriais ou motoras ou con risco de padecelas, así como tamén ao servizo</p>



da súa familia e o contorno, coa finalidade de garantir ao máximo o desenvolvemento das capacidades mentais, físicas e motoras dende os seus primeiros momentos de vida. Esta atención se presta dende o nacemento ata os seis anos de idade.

## **Produtos**

A) Atención Temperá nas escolas. Na escola: - Reunións periódicas cas/os educadoras/es: De seguimento e avaliación. De programación. - Sesións de observación dos/as nenos/as e aplicación de escalas. Cos pais e nais: Escola de pais e nais - Cuestionario inicial en canto a dúbidas e preocupacións ca crianza. - Cuestionario sobre a crianza e evolución. - Organización e temporalización de reunións periódicos cas nais e pais. - Reunións individuais cas familias cando se considere necesario. - Informe psicopedagóxico da avaliación fixándonos na evolución e conclusións recollidas. Cas nenas e nenos: - Escalas de cribado. Plan de intervención: 1. Reunión coa educadora para establecer pautas. 2. Reunión cos pais e nais (en caso necesario): Valora-la posibilidade dunha segunda avaliación. Valora-la posibilidade de derivación a especialistas, CDIAT... - Posibilidade de facerlle unha adaptación curricular na aula.

B) Escola de Atención temperá. Escola de pais e nais: - Cuestionario inicial en canto a dúbidas e preocupacións ca crianza. - Cuestionario sobre a crianza e evolución. - Organización e temporalización de reunións periódicos cas nais e pais. - Reunións individuais cas familias cando se considere necesario Charlas informativas: - Contacto con concellos ou entidades que acepten estas propostas. - Preparación das charlas sobre temas actuais e de interese. Charlas para escolas. Charlas para familias. Charlas para profesionais. - Avaliación do proceso. Xornadas sobre Atención temperá: - Contacto con concellos ou entidades que acepten estas propostas. - Preparación das xornadas sobre temas específicos de Atención Temperá, de interese para escolas, familias e/ ou profesionais. - Avaliación do proceso. Obradoiros para familias, pais e nais ou rapaces: - Contacto con asociacións de pais e nais, de veciños, escolas infantís, ou outros clientes que requiran este servizo - Preparación destes obradoiros con xogos e dinámicas específicas segundo ós clientes aos que vaia dirixido. - Avaliación do proceso.

C) Atención Temperá individualizada. • Plan de intervención: - Reunión cos pais e nais : Presentación do caso. - Observación do usuario: Escalas de cribado e de desenvolvemento. Valoración e intervención Reunión coas educadoras para establecer pautas. Posta en común da experiencia na aula. Posibilidade de facerlle unha adaptación curricular na aula .

## **Quen Comprará**

1. Escolas Os servizos de atención temperá que propoñemos vai destinado a nenas e nenos de cero a tres anos de idade e para iso

traballarse nas escolas infantís, xa que é un ambiente familiar e beneficioso para o seu desenvolvemento. O que pretendemos é anular ou minimizar os efectos de aqueles factores negativos que poden incidir no desenvolvemento de nenas e nenos. A escola en sí sería outro dos destinatarios do noso proxecto xa que lle ofrecemos un servizo de información, coordinación, orientación e apoio a todos os elementos que a conforman.

2. Nenos: Atención individualizada As familias que o consideren preciso poderán optar ós nosos servizos de atención individualizada onde observaremos e analizaremos, en participación coas propias familias e o seu entorno, as situacións particulares de cada neno/a.

3. Concellos e/ou outras entidades A nosa proposta neste senso vai dirixida a varios ámbitos: - Á sociedade concienciando da importancia que a prevención ten na educación e evolución de todos os rapaces e rapazas. Prantexamos diferentes xornadas, charlas en asociacións, fundacións, centros socioculturais... - Á familia para axudar a mellorar á intervención, xerando un ambiente colaborador entre os diferentes eidos no que se moven os nenos e as nenas, obtendo unha completa proxección da Atención Temperá. Prantexamos diferentes charlas para pais e nais, escolas de pais e nais...

**Competencia**

- Unidade de atención temperá. Unidade de intervención nos trastornos do desenvolvemento e intervención familiar. Facultade de Psicoloxía, Planta soto, Módulo B, Campus Sur s/n, 15782 Santiago de Compostela.
- Complexo Hospitalario Universitario de Santiago (CHUS) – Unidade de Atención Temperá. Travesía da Choupana, s/n.

Estes competidores non se poden considerar competidores directos na súa totalidade, xa que estas Unidades de Atención Temperá adícanse a dar un servizo de atención individual a nivel máis sanitario. A diferenza é que nós prestamos unha atención directa tanto ás escolas, como aos pais e nais, e aos rapaces no seu propio entorno. Ofrecemos outros servizos como escolas de pais e nais con obradoiros, charlas informativas con temas de actualidade que preocupan ás familias. Ofrecemos unha seguridade nas escolas en canto a apoio e información ás educadoras e traballadoras. E, como non, unha atención individualizada cos/cas rapaces/as que o precisen.

**Carácter Innovador**

Multitude de investigacións científicas destacan a importancia dos primeiros anos de vida, como un dos momentos máis críticos do desenvolvemento futuro. Sabendo que a maioría das deteccións de problemas na infancia son a partir dos 4 anos ou da súa escolarización en primaria, a nosa organización prima á detección, prevención e intervención precoz das posibles necesidades transitorias ou permanentes que poidan prexudicar ao correcto desenvolvemento, tanto de índole biolóxico, psicolóxico como

social, de nenos e nenas que estean entre o nacemento e os tres anos. Para iso centraremos o noso proxecto nas escolas infantís e no seu currículo. A nosa organización de atención temperá céntrase sobre todo en nenos e nenas de cero a tres anos, xa que vai a desenvolver o seu proxecto prioritariamente en escolas infantís. A intención da organización é imprimir ás escolas un carácter máis curricular ao tempo que resolve a cuestión fundamental da atención temperá e precoz neste tramo de idade. A prevención e a estimulación nestas idades é ben sabido que son fundamentais para o bo desenvolvemento dos nenos/as, mellorando non só o seu presente, senón tamén o seu futuro. O noso obxectivo coincide cun dos obxectivos principais da Estrategia Europa 2020 que di: "El porcentaje de abandono escolar debería ser inferior al 10 % y al menos el 40 % de la generación más joven debería tener estudios superiores completos." A prevención e a estimulación nos tres primeiros anos de idade no contexto escolar sabemos que pode mellorar os porcentaxes actuais de abandono escolarxa que ese abandono case sempre ven derivado de algún déficit ou problema de desenvolvemento non corregido a tempo. Máis alá desta importante labor, tamén ten como obxectivo intervir na familia, na escola e no medio no que o/a neno/a se move, tendo en conta a súa individualidade e necesidades específicas. É a nosa obrigación explicar que nesta área de traballo o que se pode atopar actualmente en Galicia son dispositivos asistenciais no ámbito social e sanitario. No exame de dispositivos existentes en Galicia só se pode facer mención á presenza dalgunhas Unidades Específicas que COLABORAN (non traballan directa e plenamente) cás tarefas de atención temperá:

- Con financiación e dependencia da Organización Nacional de Cegos existen Unidades que se encargan da atención das deficiencias visuais cando estas se inclúen no campo de acción da ONCE. A súa modalidade básica de atención é o apoio domiciliario e en gardería mediante profesionais itinerantes, expertos/as en desenvolvemento infantil e especializados/as en limitacións visuais.
- Dependente da Facultade de Psicoloxía da Universidade de Santiago de Compostela existe unha Unidade de Atención Temperá que non ten un territorio definido de intervención.
- Para o recoñecemento de dereitos que otorga o certificado de minusvalía (dereitos económicos, fiscais, Plan Anual de Axudas...) os pais/nais deben cursar unha solicitude a través dos Equipos de Valoración (Médico, Psicólogo/a, Traballador/a Social), da Consellería de Familia. Estes Equipos, uns 15 en toda Galicia teñen asimismo a competencia en materia de integración e seguimento dos nenos e nenas nas garderías. A mediados de 2004 estaban censado en Galicia 1.305 nenos e nenas de 0 a 6 anos. Estamos a propoñer un proxecto innovador nos servizos de atención á infancia na capital de Galicia, ó que consideramos imprescindible na sociedade actual.

**Disposto** Con outros socios

**Tempo posta  
en marcha** Ningún, xa está madura

<b>Contador</b>	<b>2427</b>
<b>Apelidos</b>	Rodríguez Piñón
<b>Nome</b>	Diego
<b>Facultade</b>	Veterinaria
<b>Universidade</b>	Santiago de Compostela
<b>Vinculación universitaria</b>	Titulado
<b>Título Idea</b>	<b>Control de animales hospitalizados mediante sensores biomédicos</b>
<b>Breve Descripción</b>	A idea consiste no seguinte: Os animais hospitalizados disporán de unha serie de sensores (temperatura e frecuencia cardíaca). Eses sensores estarán conectados a un dispositivo emisor wifi en cada animal. No centro hospitalario existirá una rede wifi que conecta a todos os dispositivos dos animais con un ordenador con un programa informático que rexistra de forma contínua as lecturas dos sensores biomédicos e que reacciona ante alteracións fisiolóxicas anormais dos sensores mediante alarmas configurables. O programa informático é totalmente configurable e establece patróns de de medicións de cada animal.
<b>Produtos</b>	1.Sistema de control dos sensores biomédicos dos animais hospitalizados: Software de xestión. 2.Dispositivos emisores wifi dos pacientes. 3.Batería de sensores biomédicos configurables.
<b>Quen Comprará</b>	Hospitais veterinarios e clínicas veterinarias.
<b>Competencia</b>	Non
<b>Carácter Innovador</b>	Esta idea permite controlar de forma continuada a moita cantidade de animais hospitalizados, mediante sensores biomédicos, e configurar as alarmas para evitar destinar personal que teña que realizar de forma rutinaria esas comprobacións de rutina. Permite facer un seguimento exhaustivo dos parámetros máis importantes que indican favorable evolución de animais hospitalizados.
<b>Disposto</b>	Só
<b>Tempo posta en marcha</b>	Entre 6 e 12 meses

<b>Contador</b>	<b>2440</b>
<b>Apelidos</b>	Míguez Durán
<b>Nome</b>	Plácido José
<b>Facultade</b>	Escola Técnica Superior de Enxeñeiros Industriais
<b>Universidade</b>	Vigo
<b>Vinculación universitaria</b>	Titulado

<b>Título Idea</b>	<b>Vehículos eléctricos de uso profesional con alto valor engadido</b>
--------------------	--

**Breve Descripción**

Este proxecto enmarcase dentro do sector do automóbil e basease en tres aspectos:

- A fabricación de furgóns ou vehículos eléctricos lixeiros de uso profesional equipados con elementos tecnolóxicos, técnicos e de deseño que lle aporten valor engadido o produto final.
- O seu renting ou venta a profesionais.
- A prestación de servizos asociados o vehículo.

O sistema de produción non se asemellará o levado a cabo polos fabricantes tradicionais de automóviles, senón que seguirá os métodos que con éxito esta levando a cabo UROVESA, pequeno fabricante de vehículos que se especializou na fabricación de camións todo terreo, automóviles 4x4 para a loita contra o lume en entornos rurais e vehículos militares. Este modelo de negocio basease na fabricación dun vehículo específico a pequena escala, dotado de elementos tecnolóxicos, técnicos e de deseño que lle aporten valor engadido, a súa posterior comercialización e a prestación de servizos asociados debe de quedar claro dende o principio para ter unha visión correcta da dimensión do proxecto e do tipo de negocio.

**Produtos**

O produto consiste nun furgón eléctrico de características urbanas, apto para circular por todo tipo de vías a velocidade máxima establecida e con capacidade para transportar persoas e mercancías. O furgón caracterízase por un novidoso deseño exterior, de dimensións compactas e cunha silueta que o fan facilmente recoñecible fronte os seus competidores, sen que isto supoña unha perda de funcionalidade e sen caer en extravagancias. O seu sistema de propulsión eléctrico é a súa característica mais notable e desta xorden as súas principais cualidades, un custe por quilómetro recorrido moi inferior o dos vehículos tradicionais, tempos de mantemento reducidos, respetuoso coa natureza e de acorde co modelo de economía sostible que a sociedade demanda. Outra característica do modelo de negocio é que a relación comercial preferente que se establecera co cliente será o renting, sen descartar outras formulas comerciais tales coma o leasing e a venta directa. Escollese o renting como relación comercial preferente por tres motivos:

- O tipo de cliente o que vai dirixido o produto, persoas,

empresas e institucións que fagan un uso profesional do mesmo, normalmente optan polo renting polas vantaxes fiscais e operativas que ofrece. - Reduce a reticencia o uso dunha nova tecnoloxía posto que non se compra o produto, alugase. - Dáselle un valor engadido a empresa xa que ademais de producir un ben ofrece un servizo. O método de fabricación escollido é moi flexible polo que o vehículo será concibido non como un produto fechado, senón coma unha plataforma aberta sobre a que os clientes que o desexen poderán introducir os estras que precisen. O cliente será escoitado e asesorado en todo momento por persoal tecnicamente cualificado, con a finalidade de implementar unha solución específica para cada usuario, aumentando así o valor engadido do produto final e mellorando a experiencia do usuario. O concepto da empresa vai mais ala posto que este vehículo concíbese non coma un produto terminado, senón coma unha plataforma aberta sobre a que engadir os elementos técnicos e de deseño precisos para levar a cabo funcións específicas tales coma poden ser vehículos de emerxencias, de extinción de incendios, policiais, asistencia técnica, etc. Polo que ademais do vehículo en si a empresa ofrece un segundo produto, un servizo completo de enxeñería destinado a obter vehículos de alto valor engadido, deixando o de que sexa un vehículo eléctrico case que en un segundo plano sen obviar os beneficios propios que este tipo de vehículo ofrece, beneficios dos que nalgúns casos poden xurdir algunhas destas aplicacións especiais coma pode ser o traballo en recintos pechados grazas a ausencia de gases de escape.

**Quen  
Comprará**

Este vehículo ten principalmente tres tipos de clientes potenciais. En primeiro lugar están as empresas e institucións nas que o gasto de combustible e mantemento para os seus vehículos supón un lastre nas súas contas. O menor custe de operación dos vehículos eléctricos e a volatilidade dos prezos do combustible, fan que este sexa un produto moi apetecible para estas empresas. No segundo lugar están as persoas que, ben a título persoal ou coma responsables dunha empresa ou institución, están concienciados coa natureza e están decididos a adquirir este tipo de artigo. Por último están as empresas e institucións que preocupadas pola súa imaxe e por estar presentes nos medios de comunicación, adquiren este tipo de vehículos co fin de ofrecer una imaxe mais amigable e de ter unha maior presenza na sociedade.

**Competencia**

Neste intre o mercado de vehículos eléctricos esta desabastecido, soamente existen uns poucos modelos, a maioría de eles pequenos cuadríciclos ou transformacións de vehículos de motor de combustión a eléctricos, e todos eles a uns prezos excesivos. De todas as maneiras, estes vehículos carecen da flexibilidade do noso deseño e non teñen o perfil profesional do

noso produto. Pero en todo caso non se pode falar de ausencia de competencia posto que os vehículos movidos por combustibles fósiles copan o mercado por completo. Por outra banda son moitos os fabricantes de gran peso no panorama internacional que levan anos sacando prototipos de vehículos eléctricos e que anuncian próximos lanzamentos de vehículos eléctricos, e son moitos os movementos que se están facendo no sector para posicionarse neste novo mercado. Pero tamén e certo que aínda o ven coma un mercado minoritario e soamente a alianza formada por Renault-Nissan e a alianza formada por PSA-Mitsubishi teñen uns plans claros e ben definidos en canto a comercialización de modelos eléctricos no mercado europeo para finais do 2012 e principios do 2013. Neste punto temos que recordar que a finalidade desta empresa non é a de entrar eliza cos grandes fabricantes de automóviles, senón o de presentar solucións específicas adaptadas a clientes de carácter profesional mediante un produto flexible en múltiples aspectos coma pode ser a súa autonomía, característica da que carecen por completo, e seguirán a carecer, os produtos dos grandes fabricantes posto que estes orientan as súas forzas de ventas cara as grandes masas e non cara os pequenos nichos de mercado.

### **Carácter Innovador**

O proxecto conta con tres aspectos innovadores:

- O primeiro aspecto innovador é o propio produto ofertado, neste intre non existe no mercado ningún vehículo eléctrico destas características. As características que definen este modelo son o seu sistema de tracción eléctrica, o seu deseño exterior, a capacidade de circular a velocidade máxima establecida por todo tipo de vías en un peso máximo autorizado de 1.600Kg.
- O segundo aspecto innovador é a forma na que se realiza a comercialización do produto, renting do furgon sen concesionarios que fagan de intermediarios entre o cliente e o fabricante. Aínda que non se descarta a fórmula de venta tradicional se o cliente o demanda. As razóns de empregar o renting son varias:
  - > Vencer as dúbidas que nos clientes produce o emprego dunha nova tecnoloxía e unha marca descoñecida, posto que se o vehículo se avería é a empresa aluga Mejoras en la tecnología de las baterías y su abaratamiento dora a que se ten que facer cargo.
  - > Dalle a empresa un valor engadido, posto que ademais de producir un ben ofrece un servizo.
  - > Garantiza que o mantemento do vehículo se fai dunha forma adecuada, garantizando así a calidade do mesmo.
  - > Elimina a barreira de entrada no mercado que supón o maior coste de adquisición dos vehículos eléctricos fronte os tradicionais.
  - > Trátase dun vehículo dirixido a empresas e profesionais e estes usualmente optan polo renting antes que por mercar os vehículos polas ventaxas que este ofrece.
  - > O finalizar o contrato de renting o vehículo segue pertencendo a empresa e mantén un valor residual que se pode facer efectivo vendendo o vehículo ou facendo un novo



contrato de renting. - O derradeiro aspecto innovador é o método de produción, o tratarse da fabricación a pequena escala dun automóvil, produto por excelencia da produción en serie. Esta fabricación a pequena escala permite unha mellor adaptación as necesidades de cada cliente e as novas tendencias tecnolóxicas nun mercado fugaz e cambiante. Deste aspecto derivan outras dúas características fundamentais do produto: > Capacidade de adaptación as novas tecnoloxías que vaian xurdindo neste eido, fronte a lentitude de adaptación os cambios que neste campo presentan os grandes fabricantes, suxeitos a acordos comerciais cos seus provedores e as inversións acometidas nas súas cadeas de montaxe. > O vehículo podese personalizar segundo as demandas de cada cliente e as súas necesidades, mentres que os vehículos similares ofrecidos polos grandes fabricantes están concebidos coma produtos terminados e fechados.

**Disposto** Con outros socios

**Tempo posta en marcha** Ningún, xa está madura

<b>Contador</b>	<b>2443</b>
<b>Apelidos</b>	Díaz Vilariño
<b>Nome</b>	Lucía
<b>Facultade</b>	Escola Politécnica Superior
<b>Universidade</b>	Santiago de Compostela
<b>Vinculación universitaria</b>	Doutorando/Master/Posgrao

<b>Título Idea</b>	<b>NanotecFood. Tecnoloxía e alimentación</b>
<b>Breve Descrición</b>	NanotecFood é unha iniciativa empresarial destinada ó uso da nanotecnoloxía no desenvolvemento de novos procesos na tecnoloxía dos alimentos, mellora de características organolépticas e reolóxicas, creación de novos alimentos, mellora de características funcionais dos alimentos e desenvolvemento de novos envases para alimentación.
<b>Produtos</b>	A empresa posuiría unha ampla carteira de produtos en tres liñas de negocio: 1. ENVASES. Material para envases activos, capaces de adsorber o osíxeno e, polo tanto, actuar sobre a oxidación dos alimentos ou mesmo de incrementar a vida útil deses alimentos pola súa capacidade bactericida ou funxicida. Neste sentido estase estudando a colaboración cun grupo de investigación de Portugal para o desenvolvemento de cartonaxe que incorpora nanopartículas de prata que alargan a vida das froitas. 2. REOLOXÍA. Materiais xeradores de nanopartículas a través da activación mediante microondas. Como exemplo, unha nanopartícula que permita cambios de sabor nas bebidas a través da aplicación duns poucos segundos de microondas. Poderíase dispoñer dunha bebida con sabor a limón ou a naranxa en función dos segundos que se manteña no microondas. 3. SAÚDE E NUTRICIÓN. Nesta liña buscaríanse contactos cun grupo de investigación de Boston (USA) que traballa na produción de nanopartículas de lípidos capaces de provocar unha resposta de saciedade en humanos. Estas nanopartículas poden se-la base de tratamentos antiobesidade.
<b>Quen Comprará</b>	Os principais clientes serían empresas produtoras dentro do sector da alimentación, que, en base ós avances acadados poderían chegar ó sector lácteo, cárnico, hortofrutícola, etc... e tamén a empresas produtoras de envases. Nun futuro poderían chegar tamén á industria farmacéutica.
<b>Competencia</b>	Existen varias empresas a nivel internacional que desenvolven produtos de nanotecnoloxía destinados a produtos alimentarios. A sociedade "Nanoteckconsortium" leva anos investigando a produción de

nanopartículas comestibles e, na actualidade, ten varios produtos no mercado. A nivel nacional, "Nanogap" ten algún proxecto de realización similar. En base a datos de publicacións científicas existen máis de 1.800 proxectos en todo o mundo que desenvolven nanotecnoloxía para alimentación.

**Carácter  
Innovador**

A aplicación de nanotecnoloxía en alimentación é innovadora, xa que a nivel internacional existe pouca transferencia de tecnoloxía desde a fase de investigación ata a fase industrial. Isto é un dos puntos fortes que aproveitaría esta empresa, exercendo un papel de xerador de produtos con aplicación industrial a partir dos avances tecnolóxicos conseguidos por distintos centros de investigación. A innovación está presente tanto no modelo de xestión empresarial, coma nos produtos que comercializaría a empresa.

**Disposto**

Só

**Tempo posta  
en marcha**

Entre 6 e 12 meses

<b>Contador</b>	<b>2486</b>
<b>Apelidos</b>	Otero Romero
<b>Nome</b>	Iria
<b>Facultade</b>	Farmacia
<b>Universidade</b>	Santiago de Compostela
<b>Vinculación universitaria</b>	Doutorando/Master/Posgrao

<b>Título Idea</b>	<b>Plataforma tecnolóxica baseada na proteína muNS. Novo sistema de purificación e detección de interaccións de proteínas</b>
--------------------	---

<b>Breve Descrición</b>	<p>A plataforma tecnolóxica baseada na proteína muNS é un método novidoso e vantaxoso de purificación de proteínas para o entorno industrial e da saúde humana ou animal; ademais a mesma plataforma permite o estudo de interaccións entre proteínas así como a captura de proteínas nun material nanoparticulado o que dá lugar a un bo método de produción de vacinas. Crearíase unha Spin-Off adicada principalmente á produción de péptidos e proteínas para o entorno industrial e da saúde humana, así como ó desenvolvemento de vacinas veterinarias. En canto ó estudo de interaccións entre proteínas, a empresa ofrecería o servizo do estudo ou a venda dun kit para a realización dos experimentos. Descrición técnica: Na fisioloxía normal do reovirus aviario, muNS é a proteína que permite a formación das inclusións globulares citoplasmáticas (especie de sacos) que conforman as fábricas virais nas que ten lugar a replicación do virus así como a ensamblaxe das proteínas para formar os novos virus. O principal obxectivo do proxecto de investigación, que deu orixe á plataforma tecnolóxica, era caracterizar a proteína muNS do reovirus aviario e acotar as rexións mínimas ou os sinais polipeptídicos que confiren a esta proteína a propiedade de xerar as inclusións citoplasmáticas e reclutar outras proteínas a esas inclusións. Os resultados obtidos revelan dous tipos de sinais polipeptídicos funcionais: a) Sinal mínimo que permite a formación de inclusións: este sinal corresponde coa parte C-terminal de muNS (aminoácidos 448-635, a partir de agora designada como muNSMi). b) Sinais de muNS que, introducidas por fusión noutras proteínas, facilitan a interacción destas proteínas coas inclusións formadas por muNS (a máis caracterizada comprende os aminoácidos 477-542, a partir de agora designada como IC). Dende o punto de vista comercial, estes sinais mínimos xeraron un sistema baseado no concepto do etiquetado de proteínas que permite a purificación (dada a densidade e estabilidade das inclusións) e o estudo de interaccións entre proteínas, dando lugar a unha plataforma tecnolóxica versátil con múltiples aplicacións. 1. Sistema de purificación: Enzimas industriais Proteínas terapéuticas Vacinas en</p>
-------------------------	---

material particulado Marcadores/efectores celulares 2. Estudio de interaccións: Citoplasmáticas Nucleares Subcelular "knock down" 3. Capturas "in Vitro" Interaccións Morfoxénese "in Vitro" Co sistema baseado na proteína muNS do reovirus aviario que aquí se presenta poderanse mellorar aspectos relevantes nos campos de investigación e aplicación terapéutica ou industrial de diferentes proteínas xa que, entre outros aspectos, i) diminúese o tempo e custo da obtención industrial de proteínas, ii) mellóranse as posibilidades dos estudos de interacción ou iii) conséguese a obtención de proteínas de coñecido interés terapéutico ou industrial mais que, por exemplo pola súa toxicidade, actualmente non é posible producilas.

## **Produtos**

Reactivos de investigación tipo kit: trataríase de suministrar as ferramentas básicas necesarias para que os propios científicos desenrolaran as aplicacións (purificación ou estudos de interaccións), aportándolles exemplos que serviran de produto estándar ao mesmo tempo que validaran a tecnoloxía. As ferramentas básicas a aportar serían: a) Plásmidos preparados para etiquetar proteínas de interese co IC (sinal mínimo de reclutamento), e por outro o plásmido contendo á muNSMi (sinal mínimo capaz de formar inclusións) con variantes que permitiran a formación destas inclusións en diferentes compartimentos intracelulares (sinais de transporte ao núcleo, retención no retículo, golgi, etc). b) Células que expresan de xeito pseudoestable á muNSMi (sinal mínimo capaz de formar inclusións) tanto no citoplasma como no núcleo. Estas células serán as receptoras apropiadas para estudos de "subcellular knockdown" de proteínas etiquetadas e non etiquetadas co IC coexpresadas de xeito transitorio. Servizo de produción e purificación a baixo custo de enzimas industriais: esta plataforma explotaría o atributo de copurificación a baixo custo da muNSMi coa proteína de interese etiquetada con IC. Servizo de produción e purificación de proteínas terapéuticas: Neste caso a plataforma explotaría ademáis do atributo de purificación a baixo custo que vai asociado ao etiquetado co dominio de interacción de muNS (IC), por un lado, o feito de que a proteína purifícase como nanopartícula nas inclusións (o que podería conferirlle propiedades novas en canto a biodistribución ou biodispoñibilidade) e por outro lado que o sistema protexe ás células que actúan de sistema de produción no caso de proteínas tóxicas xa que ó etiquetalas co IC estas proteínas tóxicas quedan "secuestradas" nas inclusións. Servizo de produción de vacinas poliantixénicas: Débese demostrar a posibilidade de xerar, de xeito custo/efectivo e predicible, agregados multicompoñente nanoparticulados, aptos para o desenvolvemento de vacinas poliantixénicas e nos cales se poidan incluír inmunomoduladores como as interleuquinas. O mercado veterinario é máis

accesible e particularmente sensible ao custo. Estratéxicamente é importante demostrar a viabilidade da plataforma en base a exemplos que constitúan á súa vez propostas de valor no mercado. Neste senso, na actualidade estase a colaborar co laboratorio do Dr. Javier Ortego (CISA, Madrid) que dispón dun sistema para reproducir a enfermidade da lingua azul bovina e da cal existen vacinas mais deficientes en canto a grado de protección e capacidade de inmoxenizar contra tódolos serotipos. Outra vacina con posibilidade de ser validada coa colaboración deste mesmo grupo é a da peste equina africana.

**Quen  
Comprará**

O perfil de cliente depende da liña de aplicación, Ex.: o cliente será distinto en enzimas industriais, que en proteínas terapéuticas ou, no caso dos reactivos de laboratorio tipo kit, os clientes serían Universidades, Centros de investigación ou empresas biotecnolóxicas con laboratorios de I+D.

**Competencia**

Sendo conscientes de que tanto as melloras na obtención de enzimas industriais, proteínas terapéuticas e desenrolo de vacinas son unha liña de investigación de grande interese para os mercados, a competencia coa que podemos atoparnos non conta cos atributos que a plataforma baseada en muNS nos proporciona polo que estaríamos en condicións de competir no mercado.

**Carácter  
Innovador**

A plataforma tecnolóxica baseada en muNS presenta vantaxes sobre os métodos de purificación actuais como é o feito de que non precisa de columnas de afinidade (no que se basean os métodos ata agora en uso), este feito reduce o custo de produción e faino máis rápido. Ademais, as proteínas purificadas nas inclusións son activas polo que nos procesos industriais que precisan de enzimas, este sistema permítelles engadilas para que teña lugar o proceso e a continuación podelas retirar sendo reutilizables en seguintes procesos. Outra innovación é que ó poder obter as proteínas en material particulado, abre as portas á produción de vacinas que antes fracasaran pola súa baixa capacidade inmunolóxica e á produción de proteínas das que somos sabedores da súa utilidade terapéutica pero que non se poden usar por non ser capaces de obtelas en grandes cantidades, con este método a biodisponibilidade destas proteínas é diferente polo que pode ser unha vía para poder producilas en cantidade. En canto ó seu uso como método de detección de interaccións entre proteínas, trátase dun método de menor dificultade de manexo que os existentes no mercado e con menor número de incompatibilidades, ademais de ser máis rápido e de baixo custo.

**Disposto**

Con outros socios

**Tempo posta en marcha** Ningún, xa está madura

<b>Contador</b>	<b>2491</b>
<b>Apelidos</b>	Turnes Vieito
<b>Nome</b>	Xulio
<b>Facultade</b>	Xeografía e Historia
<b>Universidade</b>	Santiago de Compostela
<b>Vinculación universitaria</b>	Doutorando/Master/Posrao

<b>Título Idea</b>	<b>Artesa</b>
--------------------	---------------

**Breve Descrición**

En Galicia hai un Grado en Enxeñería en Deseño Industrial e Desenvolvemento de Produto (UDC), dous Grados en Arquitectura (UDC e Cesuga), un Grado en Belas Artes (UV), un Graduado en Arquitectura de Interiores (UDC) e, incluso, catro Escolas de Arte e de Deseño (Pablo Picasso, Ramón Falcón, Antonio Faílde e Mestre Mateo), pero, seríamos capaces de recoñecer algún deseño de mobiliario do panorama galego? A realidade é que se están a formar, cada ano, unha multitude de profesionais no eido do deseño, pero non redunda nun catálogo de artigos ó alcance da xente. O certo é, que SI existen pezas, sempre descoñecidas e anónimas, que, por unha razón ou por outra, nunca chegan ós ollos do gran público e se quedan en simples prototipos. Polo tanto, a iniciativa empresarial que se propón é a de crear unha plataforma de distribución do deseño galego. Trataríase de recompilar un determinado número de exemplares contemporáneos, de alta calidade, para logo xerar unha páxina web, a través da cal se visibilicen estas pezas, se comercialicen e se distribúan.

**Produtos**

A vantaxe de ser unha plataforma de distribución significa que o produto ofertado non ten porque ser único, senón que pode ser diverso, é dicir, dende cadeiras, butacas ou sofás ata lámpadas, mesas ou obxectos varios. Sen embargo, é preciso sinalar que a filosofía de venta non sería, en ningún caso, ofertar o máximo número de elementos, senón pezas dun deseño sumamente innovador e de absoluta vangarda. Loxicamente, a gran dificultade que entraña esta proposta é a carencia dun soporte industrial de base. Por este motivo e como punto de partida, a nosa intención é apoiarnos nun tecido artesanal, aínda operante, que reproduza as distintas pezas seleccionadas. Deste xeito, engadiríase un valor máis de exclusividade, xa que serían pezas únicas e diferenciadas.

**Quen Comprará**

Nos nosos días, contamos cunha ferramenta absolutamente revolucionaria que nos permite chegar ó lugares máis afastados do planeta. Referímonos, obviamente, ó mundo da internet e do seu alcance; polo tanto, calquera persona interesada nun artigo de ARTESA estaría en disposición de adquirilo a



través da rede, en calquera instante, e recibilo no seu fogar. De tódolos xeitos, a idea é contribuír á máxima difusión destes produtos e á súa venta; co cal, non pecharíamolas portas a estar presentes en diferentes tendas de mobiliario ou de decoración se existe un interese por parte das mesmas.

**Competencia** Se enfocamos o asunto da competencia, exclusivamente, dende a óptica da mera distribución de mobles, está claro que se trata dun campo amplamente explorado. Podemos citar, a nivel internacional, firmas como Vitra, Artek, Alessi, etc. ou mesmo, nunha escala máis local, Esturri, Sirvent ou Vilanova Peña. Sen embargo, se diriximos máis a mirada cara o QUE, e non tanto cara o COMO, ese sería o lugar que poderíamos ocupar, xa que, en realidade, estaríamos poñendo no mercado deseños totalmente novidosos e cun aroma moi atlántico. Xa sabemos onde acudir cando perseguimos un cálido deseño escandinavo, unha elegante posición italiana ou unha atrevida mirada catalana, pero, por que non salpicar o mercado internacional cun irónico acento galego.

**Carácter  
Innovador**

O fundamento desta proposta nítrese dunha clara vontade de compromiso e de vinculación co territorio. Preténdese que esta iniciativa emprendedora non se limite tan só a un enfoque económico, senón que se desenvolva tamén a nivel medioambiental e social. Neste primeiro eido, relacionado co noso entorno máis inmediato, apóstase decididamente polo emprego de materiais sostibles, é dicir, que no seu balance de vida, dende a fase de produción ata o final da súa vida útil, pasando polo seu período de uso, non foran prexudiciais para o medio ambiente. Isto significa que, apostando por materiais como a madeira, o liño, o coiro, etc. asegurámonos de que os produtos de ARTESA sexan absolutamente válidos para o futuro que nos espera. Ademais, para acadar boa parte deste obxectivo faise imprescindible apostar por materiais autóctonos que nos garantan desprazamentos mínimos para a súa obtención. Non obstante, o valor diferencial deste proxecto radica, loxicamente, no carácter innovador e orixinal dos seus deseños, e facendo partícipe a amplas capas da sociedade. Isto é, trátase dun foro aberto para que deseñadoras e deseñadores presenten as súas creacións, pero tamén unha necesidade de contar con profesionais, capaces de construíren e materializaren as ideas, antes esbozadas. Polo tanto, trátase de buscar a colaboración e o diálogo social entre distintos axentes a fin de poñer en valor un potencial latente, ata o momento, no máis profundo anonimato. ARTESA quere ser o instrumento que posibilite poñer no mercado o traballo e o esforzo de moita xente que, polo común, non acaba de ter eco, nin repercusión algunha no escenario global. Evidentemente, estas colaboracións sustentariáanse en acordos comerciais previos, fixando as partes proporcionais de beneficio de cada un (deseño, fabricación e distribución).

**Disposto** Con outros socios

**Tempo posta  
en marcha** Entre 6 e 12 meses

<b>Contador</b>	<b>2507</b>
<b>Apellidos</b>	Corredoira Rodríguez
<b>Nome</b>	Verónica
<b>Facultade</b>	Xeografía e Historia
<b>Universidade</b>	Santiago de Compostela
<b>Vinculación universitaria</b>	Doutorando/Master/Posgrao

<b>Título Idea</b>	<b>Xanela. Xestión cultural, turística e patrimonial</b>
--------------------	--

<b>Breve Descrición</b>	<p>Convertirnos en una empresa de promoción turística, cultural y patrimonial, que trate de dinamizar y poner en valor el territorio de la comunidad gallega, logrando con ello un desarrollo turístico y sobre todo económico, cultural y social. Todo ello a través de la proyección de planes estratégicos de dinamización cultural y turística, del apoyo y fomento del arte gallego emergente a través de un sistema innovador de alquiler de obras de arte a empresas y de la búsqueda de la protección del patrimonio por medio de la investigación y de la catalogación de elementos patrimoniales.</p>
-------------------------	---

<b>Produtos</b>	<p>1. ESPACIO DINAMIZA: Diseño a medida de proyectos y planes estratégicos de dinamización cultural y turística. <b>SERVICIOS</b> - Proyección de Actividades de difusión, didácticas y educativas. - Diseño y organización de itinerarios culturales que fomenten el patrimonio artístico. - Animación del patrimonio a través de la programación de visitas guiadas teatralizadas a diversos monumentos de interés histórico-artístico de nuestra geografía. - Diseño de proyectos para el desarrollo de actividades lúdico-culturales en casas rurales. 2. ESPACIO INVESTIGA: acercar al público el patrimonio y la historia de su territorio a través de su divulgación, investigación y catalogación, logrando con ello un mayor conocimiento del mismo por medio de la realización de estudios que permitan su protección y conservación de cara al futuro. 3. ESPACIO INTERAC-TU-ART: Convertirnos en intermediarios en el alquiler de obras de arte de jóvenes artistas emergentes, fomentando con ello el arte gallego actual, y ofreciendo al mundo empresarial una imagen corporativa innovadora y diferente, por medio de un sistema que permite alquilar obras de arte contemporáneo por parte de empresas que buscan ofrecer una imagen y una estética fresca y dinámica, por ello les ofrecemos un servicio de asesoramiento personalizado.</p>
-----------------	--

<b>Quen Comprará</b>	<p>Nuestros servicios se destinan principalmente: -A pequeños y medianos Ayuntamientos de la Comunidad Gallega. -Instituciones Privadas;</p>
----------------------	--

empresas, asociaciones etc. -colegios, casas rurales, agencias de viajes...

**Competencia** Previamente al desarrollo de nuestra idea empresarial, hemos realizado un estudio de la competencia dentro de nuestro sector, en un primer momento a nivel gallego que posteriormente hemos ampliado a nivel nacional. En nuestra investigación de la competencia hemos valorado los servicios que ofertan comparándolos con aquellos que nosotros queremos ofrecer, buscando con ello el punto de innovación que nos diferencie.

**Carácter Innovador** Como empresa de gestión cultural dentro de nuestro sector existen diversas empresas que buscan, al igual que nosotros, la dinamización cultural y turística, sin embargo ofrecemos actividades diferentes para lograr dicha puesta en valor de la cultura y el turismo, como la animación teatralizada del patrimonio, una forma lúdica y divertida de acercar al público nuestro legado patrimonial. A parte de todo esto, buscando siempre ese punto distintivo, por ello hemos apostado por la proyección del arte gallego emergente a través de un servicio desarrollado en otras comunidades con gran éxito y que hasta el momento no ha llegado a asentarse en Galicia, no buscamos ser una galería de arte al uso sino ser el vínculo entre el artista y el mundo de la empresa, por medio del alquiler de obras de arte.

**Disposto** Con outros socios

**Tempo posta en marcha** Entre 6 e 12 meses

<b>Contador</b>	<b>2520</b>
<b>Apellidos</b>	de Felipe González
<b>Nome</b>	Ana Paula
<b>Facultade</b>	Biología
<b>Universidade</b>	Santiago de Compostela
<b>Vinculación universitaria</b>	Estudiante

<b>Título Idea</b>	<b>The interactive cell (TIC)</b>
<b>Breve Descripción</b>	<p>Se trata de un programa de ordenador en el cual se podrá ver la célula desde dentro y participar en los mecanismos que tienen lugar en su interior. Así, el usuario podrá hacerse un "personaje" que será una proteína, deberá recorrer el camino que lleva a la formación de esa proteína la destrucción de la misma. El programa tendrá varios niveles de complejidad y podrá ir descubriendo lo que ocurre a nivel celular. Será capaz de fosforilar y desfosforilar enzimas para aumentar y reducir su actividad, ubiquitinar y llevar a la proteólisis, etc. Lo importante es recorrer todos los niveles de la célula, siendo especialmente importante la señalización intra y extracelular. Además, al poder interactuar con otras proteínas se podrán adquirir nuevos conocimientos. Este formato se puede adaptar a un tipo de juego on-line en el cual los usuarios elijan, cada día, un "protagonista" celular y puedan modificar la actividad de otros usuarios. De este modo se podrían acumular puntos, subir de "nivel" y permitir el acceso a zonas más restringidas de la célula (DNA...). En el caso de que el usuario haga mal uso de la actividad enzimática, se desencadenaría el proceso de apoptosis y perdería la partida. A su vez, se permitirá tener acceso libre a contenidos informativos acerca de la función, regulación, etc en las que interviene cada proteína, enzima... La idea en sí puede ampliarse a nivel fisiológico, anatómico,... por ejemplo: si el usuario, tras pasar por fases previas en las que fue adquiriendo conocimiento acerca de producción de proteínas,... llega a "ser" una hormona, podrá interactuar en su formación, proceso de secreción, señalización, transporte y transducción de señal. A su vez, si se amplía a nivel fisiológico, verá los cambios producidos por su actividad a nivel corporal. En este caso, un mal uso de hormonas y de otras reacciones no llevarían consigo la muerte celular, sino que podrían terminar con la vida del individuo del que se forma parte. En principio la idea está fundada para célula animal, pero se podría hacer lo mismo con una célula vegetal y, si se quiere, en otro "programa adjunto" poner la fisiología y anatomía de la planta. De esta forma se tendrían todos los conocimientos a la altura de nuestra mano.</p>

<b>Produtos</b>	Sería o bien un Juego-CD o un archivo de descarga gratuita en internet en el cual, contenidos de mayor profundidad serían accesibles o bien con un numero de "puntos" (es decir, tras haber jugado lo suficiente) o bien a través del pago de una cuantía no excesiva para desbloquear ciertas áreas.
<b>Quen Comprará</b>	Iría dirigido a todo el ámbito de la biología. Al ser un juego con distintos niveles de complejidad permitiría el uso desde primaria hasta nivel universitario, desbloqueando los niveles necesarios.
<b>Competencia</b>	Creo que en este aspecto no hay ningun tipo de juego que tenga estas características, aunque si videos y videos interactivos. Aún así, al tener toda la disponibilidad de información en un único producto creo que es un producto muy interesante.
<b>Carácter Innovador</b>	Hasta ahora siempre ha habido videos divulgativos o libros en los que adquirir nuevos conocimientos y se agradecería un poco de originalidad a la hora de poder acceder a ellos. Por eso, un juego de alto nivel académico, que puede ser divertido y a la vez muy útil y que puede ser adaptado a tantos niveles educativos puede ser una gran idea. Además, a través del juego se transmitirían conocimientos que podrían ser actualizables desde internet (cobrando por ello si así se quiere) poniendo los últimos artículos de investigación a disposición del usuario.
<b>Disposto</b>	Non, pero pode ser unha boa idea para que a leven a cabo outros
<b>Tempo posta en marcha</b>	Entre 6 e 12 meses

<b>Contador</b>	<b>2522</b>
<b>Apellidos</b>	Gil Docampo
<b>Nome</b>	Mª de la Luz
<b>Facultade</b>	Escola Politécnica Superior
<b>Universidade</b>	Santiago de Compostela
<b>Vinculación universitaria</b>	Persoal docente

<b>Título Idea</b>	<b>Información multiespectral y 3D a vista de pájaro</b>
--------------------	--

<b>Breve Descripción</b>	Se trata de obtener imágenes aéreas de baja altitud, en color natural o falso color, de todo tipo de objetos naturales o artificiales, accesibles e inaccesibles mediante sensores fotográficos y multiespectrales elevados mediante Vehículos Aéreos No Tripulados (fundamentalmente microdrones). Esta fuente de información será analizada mediante fotogrametría de bajo coste y teledetección terrestre.
--------------------------	---

<b>Productos</b>	La empresa proporcionaría distintos servicios relativos a la documentación, inventario y análisis de información. Estos servicios se pueden concretar, cuando se emplea la fotogrametría terrestre, en la realización de los siguientes productos: modelos tridimensionales, ortofotos y planos en dos y/o tres dimensiones. Podrá tener aplicación en sectores como la topografía (representación del relieve y microrrelieve del terreno), la documentación para patrimonio (monumentos, pavimentos históricos), para arqueología (excavaciones de castros, petroglifos), la realización de inventarios de arquitectura popular y urbana (caneiros, entornos urbanos). La teledetección de baja altitud, puede aportar además información relativa a pigmentos, vegetación y microvegetación y contenido en humedad. La teledetección terrestre tiene además su rango de aplicación propio para la estimación de producciones, detección de marras, estado sanitario, estado hídrico, estado vegetativo y diversos parámetros e índices tradicionalmente empleados en teledetección espacial todo ello aplicado a plantaciones y cultivos como campos de golf, parques y jardines, cultivos de patata, maíz, viñedo, etc.
------------------	---

<b>Quen Comprará</b>	Existe un amplio rango de clientes que pueden hacer uso de este nuevo servicio y fuente de información: - Clientes Privados: <ul style="list-style-type: none"> <li>•Profesionales: Arqueólogos, Ingenieros, Arquitectos, Topógrafos,...</li> <li>•Empresas: por ejemplo las que se dedican al mantenimiento de espacios verdes,.....</li> <li>•Grupos de investigación de muy diversa índole</li> <li>•Productores y agricultores (cooperativas, etc...)</li> </ul> - Clientes Públicos: administraciones estatales, autonómicas, municipales
----------------------	--

**Competencia** En relación al asunto en referencia, hay que distinguir entre la posible competencia nacional y la internacional. En España nos encontramos que hay empresas, dedicadas fundamentalmente a la venta y alquiler de equipos topográficos, que simplemente comercializan y/o alquilan el microdrón y sensores proporcionando al cliente las imágenes, pero sin procesado ni análisis de datos (en Galicia por ejemplo Cartogalicia) y que en consecuencia no son competencia para lo que planteamos. El cliente, por tanto, no puede adquirir un producto completo o hacer planteamientos concretos o tener acceso a especialistas sobre las posibilidades del método para el estudio o resolución de problemas. A nivel internacional hay una empresa (Basfood con sede en los Países Bajos) que sí genera valor añadido a sus imágenes proporcionando información sobre cultivos relativa a su crecimiento, estimación de producciones, contenido en humedad o necesidades de abonado, pero que sólo se centra en cultivos y utiliza exclusivamente imágenes de satélite, lo cual no resulta de utilidad en regiones con parcelas pequeñas: zonas como Galicia, norte de España, Italia y otras zonas de Europa, quedarían fuera del rango de aplicación de la teledetección espacial para muchas aplicaciones por el limitado tamaño de las parcelas o superficie a analizar. Por lo tanto existe una competencia teórica pero no práctica, de bajo perfil en el caso de España y una competencia puntual parcial en el caso internacional.

**Carácter Innovador** La idea es innovadora porque saca al mercado un producto que no existe como tal (está en parte pero de forma inconexa y sin valor añadido), apoyados en un equipo humano especialista en la materia y un equipo técnico novedoso (microdrón, el sensor terrestre multiespectral, el software de fotogrametría de objeto cercano y de tratamiento digital de imágenes). Se integran dos técnicas geomáticas como son la fotogrametría y la teledetección de baja altitud y de bajo coste, lo que permite responder de forma competitiva a la demanda de sectores diversos del mercado que necesitan de informaciones precisas y de análisis concretos para la resolución de sus planteamientos.

**Disposto** Con otros socios

**Tempo posta en marcha** Entre 6 e 12 meses



<b>Contador</b>	<b>2554</b>
<b>Apellidos</b>	Amado Vidal
<b>Nome</b>	Patricia
<b>Facultade</b>	Bioloxía
<b>Universidade</b>	Santiago de Compostela
<b>Vinculación universitaria</b>	Titulada

<b>Título Idea</b>	<b>Elaboración de Vinagre Balsámico Gallego (Vinagre Balsámico Mencía)</b>
--------------------	--

<b>Breve Descripción</b>	Elaboración de un vinagre balsámico originario de Galicia (Zona Ribeira Sacra), que permita elevar el valor añadido de los productos de la zona, además de incorporar una nueva referencia en un mercado en fuerte crecimiento.
--------------------------	---

<b>Productos</b>	Vinagre Balsámico Gallego elaborado a partir de uva mencía.
------------------	---

<b>Quen Comprará</b>	2 targets principales: - Mercado de la restauración (restaurantes y catering) - Mercado de consumo final (distribuido a través de cadenas especializadas en productos gourmet).
----------------------	--

<b>Competencia</b>	La producción de vinagres en nuestro país ronda los 630.000 hectolitros a 10o de acidez, con crecimientos interanuales que rondan el 3%. El vinagre de vino, y más específicamente de vino blanco, constituye la principal partida dentro de esa producción, con alrededor del 93% del total. El valor total de esta producción supera ya los 45 millones de euros. Los vinagres de mayor calidad y valor añadido son los que presentan un mayor dinamismo, mientras que las presentaciones más corrientes tienden a perder cuotas de mercado. Durante los últimos años han irrumpido con mucha fuerza en el mercado español los vinagres balsámicos, generalmente procedentes de Italia. Estos vinagres presentan incrementos interanuales de sus ventas en el libreservicio de en torno al 14,2% en volumen y el 10,2% en valor. Estas cifras de crecimiento de mercado, avalan el potencial del desarrollo objeto del presente documento. El consumo de vinagre en España se encuentra estancado en torno a unos 1,4 litros por persona y año, lo que supone una cifra bastante baja en comparación con las de otros países de la Unión Europea. En Bélgica, el consumo de vinagre se sitúa en 2,7 litros per cápita, mientras que en Alemania ronda los 2,2 litros, en Francia supera los 1,9 litros y en Holanda se queda en 1,5 litros por persona y año. Los menores consumos europeos de vinagre se registran en Polonia,
--------------------	---

con 1,2 litros, en Portugal (0,8 litros) y en Finlandia, con 0,6 litros anuales. La principal novedad relacionada con el consumo de vinagre en nuestro país se vincula a las preferencias cada vez más acusadas por los vinagres de mayor calidad y valor añadido, mientras que se encuentra estancado, o incluso disminuye, el consumo de los vinagres más corrientes, lo que acredita el interés en un nuevo e innovador vinagre como el planteado en este proyecto.

### **Carácter Innovador**

El Vino en Galicia Galicia es una zona sobradamente conocida y reconocida por su producción vitivinícola. La región de Galicia ha demostrado un gran éxito en la vendimia de uvas y regularmente produce algunas de las mayores cosechas en Europa con una media de 100 hectolitros por hectárea. La mayoría de los viñedos de la región se encuentran en la parte sur, en las provincias de Orense y Pontevedra, aunque hay algunas significativas plantaciones en Lugo. La Ribeira Sacra obtuvo el reconocimiento como denominación de origen en 1996 y es la única región vinícola de Galicia dominada por la producción de vino tinto. La mayor parte del vino producido aquí se hace con uva mencía. Es un vino de marcado cuerpo y carácter, propio de las Riberas del Sil y del Miño. Los viñedos se ubican en las escarpadas laderas de los cañones de estos ríos. El mercado tradicional de este vino, ha estado guiado a la producción de grandes volúmenes, pero recientemente, la estrategia está más posicionada hacia la obtención de vinos de alta calidad y un factor diferencial que los permita competir en un mercado tan altamente diversificado y competitivo como el vitivinícola. La amplia variedad de vinos en mercado, han provocado un fuerte descenso de los márgenes de venta individual en los productos industrializados, excepto en aquellos que aportan un claro factor diferenciador. El Vinagre El vinagre (del latín vinum acre, "vino agrio") es un líquido miscible en agua, con sabor agrio, que proviene de la fermentación acética del vino o de determinadas frutas como la manzana (mediante las bacterias *Mycoderma aceti*). El vinagre contiene una concentración que va de 3% al 5% de ácido acético en agua. Los vinagres naturales también contienen pequeñas cantidades de ácido tartárico y ácido cítrico. Tradicionalmente, el vinagre ha sido utilizado como condimento alimentario en ensaladas sin demasiada diferenciación en mercado. En los últimos años, han surgido productos diferenciados y tradicionalistas, empleados en toda la amplitud de la gastronomía, no sólo como aderezo, sino como ingrediente clave de muchos platos. Uno de las variedades de vinagre con mayor auge en la actualidad es el denominado Vinagre Balsámico. El más conocido de los acetos es el Aceto balsamico di Modena, un tipo de vinagre de origen italiano procedente de la región de Emilia-Romaña y sobre todo de la ciudad que le da nombre: Módena. Dentro de

sus características se encuentran las de poseer un sabor fuerte, de color oscuro y aromas ligeramente dulces. Se madura durante al menos 12 años en toneles de diferentes maderas. Se emplea mucho en vinagretas. Existen algunos acetos en pequeñas botellas de 100 ml que incluso pueden llegar a costar bastantes cientos de euros, ya que están envejecidos por muchos años (pueden llegar a 40 años o más). La innovación El presente proyecto propone la elaboración de Vinagre Balsámico a partir de Uva Mencía Gallega. No se han detectado en el mercado productos similares, aunque hay una clara tendencia en otras zonas vitivinícolas hacia el desarrollo de productos de estas características con parte de la producción de uva. El Vinagre Balsámico de Mencía elaborado, poseerá los siguientes valores añadidos: - Amplio margen de beneficio en la venta, dado su valor diferencial, lo que contribuye a minimizar la erosión de precios que afecta actualmente al mercado vitivinícola. - Valorización mediante la incorporación de un nuevo producto de la Denominación de Origen "Ribeira Sacra". El proceso de producción Se ha predeterminado la variedad de uva Mencía como materia prima para la producción del Vinagre Balsámico Gallego, dada sus similitudes con las variedades de uva de la zona italiana de Emilia-Romaña (cuna original del Aceto balsámico) (trebbiano, uniblanco, malbec o barbera). El aceto balsámico se prepara pasando por las tres fases de elaboración de cualquier vinagre, lo único que diferencia este vinagre de los demás es el complicado y elaborado proceso de cada una de las fases: 1) Fermentación alcohólica. En el que se emplean uvas de trebbiano principalmente, los mostos obtenidos se concentran (de 100 kg de uva trebbiano se obtienen 70 litros de mosto fresco que luego de la cocción se reducen a 30 litros) y se fermentan alcohólicamente. 2) Oxidación acética. Se emplea una variante del método de Orleans al igual que en la antigua elaboración de los vinagres. 3) La maduración o envejecimiento. Los buenos acetos dicen que deben haber madurado en toneles de madera al menos 5 años. En el siglo XV se elaboraban con envejecimiento de, por lo menos, 40 años. El principal esfuerzo se realiza en la última etapa, en la que se emplean pequeños toneles de diferentes maderas: roble, morera, castaño, cerezo, enebro y fresno. Durante el proceso de maduración se van cambiando los contenidos y mezclando entre ellos con vinagres más jóvenes en toneles cada vez más pequeños, siguiendo unas pautas y unas reglas secretas que pasan de generación a generación dentro de los elementos de una familia elaboradora. La evaporación y concentración del vinagre resultante, provoca unas pérdidas en volumen de aproximadamente el 10%/año. Las diferencias con los vinagres más corrientes son: - Se elabora directamente con el mosto del vino y no con el vino, tal y como ocurre con los demás vinagres. - La elaboración es una mezcla continua de viejos y nuevos vinagres. - La maduración se hace en toneles de diferentes

maderas. - El tiempo de maduración es muy superior al resto (al menos 12 años). Grado de madurez de la idea En la actualidad, hemos contactado ya con diversas bodegas de la zona de interés (Ribeira Sacra), los cuales se han mostrado ampliamente interesados en incorporar el producto descrito en su catálogo de venta. Los pasos pendientes serían la evaluación de pruebas organolépticas de una producción piloto del producto preliminar, así como la evaluación de la mejor estrategia de marketing que permita su comercialización y posicionamiento eficiente en el mercado.

**Disposto** Só

**Tempo posta en marcha** Entre 6 e 12 meses

<b>Contador</b>	<b>2558</b>
<b>Apelidos</b>	Vidal Martínez
<b>Nome</b>	Cristina
<b>Facultade</b>	Ciencias Políticas
<b>Universidade</b>	Santiago de Compostela
<b>Vinculación universitaria</b>	Titulada

<b>Título Idea</b>	<b>Software de rastreo documental SRD</b>
--------------------	---

**Breve Descripción**

A miña idea consiste en desenvolver un software de rastreo documental (SRD) que permita facer un seguemento de toda a actividade asociada a un documento, de maneira que posibilite identificar cando se fan accesos, copias, envíos ou modificacións dese documento, proporcionando ó autor orixinal do documento un reporte instantáneo de tal actividade. Así por exemplo no caso de filtrarse un examen de oposicións, a admón pública podería identificar os posibles culpables da filtración ou empresas como Renault que recentemente se viron envoltas en custions de espionaxe industrial poderían identificar os posibles filtradores da información. Por si mesmo o sistema resulta intimidatorio, e moitas veces o mal uso da documentación evitaríase dende o inicio, unha vez aberto o documento o sistema remitiría un importe instantáneo ó autor orixinal do documento informando da actividade sufrida. SRD sería un software parásito para tódolos formatos word, PDF, excel... de maneira que complementa os sistemas de seguridade existentes.

**Produtos**

Consiste nun software parásito de rastreo e reporte documental. Este software adhirese ó documento orixinal de forma que se active con calquera movemento asociado a actividade do documento a controlar. Inicialmente o servizo de rastreo documental que ofrece este software vai dirixido a ofrecer a seguinte información sobre un documento; Acceso, Copias, envíos ou modificacións. Ip dende a que se rexistrou a actividade. Hora e duración da apertura. Direccións electrónicas asociadas ó envío Identificación do soporte da copia, memory stick, cd, disco duro... Poderíase tamen plantexar a realización automática dunha foto dende a web cam se o equipo dispón dela. Se existe conexión a internet o documento reporta instantaneamente ó autor orixinal, senon é así o sistema agardaría calquer acceso a rede para enviar o reporte de xeito automático.

**Quen Comprará**

O público obxectivo é amplo pero comezaría utilizándose en admón. pública e empresas que traballen con información sensible, bancos, empresas farmacéuticas, resultados de I+D confidenciais, detállanse a continuación os principais clientes; Empresas que traballan con numerosos datos

confidencias como bancos e que precisan cumprir con rixidez a Ley Protección de Datos. deben ter controlado o acceso a esta información Empresas que invirtan +5M€/ano en I+D, e polo tanto pretendar ter a información relacionada con esta actividade o máis controlada posible. Farmacéuticas, químicas, automoción, militar... Administración pública tanto para a xestión da LPD, como para o control de información sensible como poidan ser exames de oposicións.

**Competencia** O noso produto pode ser complementario ós sistemas actuais, codigos de acceso, identificación de usuario... Non pretende competir con eles senón complementalos na medida do posible, de feito se a iniciativa sae adiante hai que avaliar a posibilidade de ofrecer a idea a un

**Carácter Innovador** Na actualidade non existe ningún software de rastreo documental, existen métodos de acceso ou seguridade, que serían complementarios non competidores. SRD satisface unha necesidade do mercado e a industria, de xeito distinto ós métodos actuais ofrecende vantaxes considerables para a xestión da información.

**Disposto** Con outros socios

**Tempo posta en marcha** Entre 6 e 12 meses

<b>Contador</b>	<b>2576</b>
<b>Apelidos</b>	Vázquez Rodríguez
<b>Nome</b>	Iván
<b>Facultade</b>	Informática
<b>Universidade</b>	A Coruña
<b>Vinculación universitaria</b>	Estudiante

<b>Título Idea</b>	<b>Tecnoloxía de corrección da uniformidade de escáneres para uso clínico</b>
--------------------	---

<b>Breve Descrición</b>	Nos hospitais, para a verificación de moitos tratamentos, por exemplo en Radioterapia, úsanse unhas placas chamadas radiocrómicas, sensibles á radiación. O modo de proceder con elas logo de aplicarse distintos niveis de radiación é escanealas usando un escáner de sobremesa estándar, obténdose unha imaxe que se pode tratar dixitalmente para facer a planificación do tratamento dos pacientes. Este sistema xera un gran problema, xa que os resultados varían moito debido a irregularidades intrínsecas do escáner. A idea é desenrolar un software que corrixa os devanditos erros tendo en conta a resolución espacial e a irradiación das placas. Así, aforraríanse presuposto nos aparatos xa que sería válido un escáner de sobremesa normal para o análise das probas, acurtaríase o tempo e a dificultade no estudo dos resultados das placas para os médicos, obtendo en conxunto unha planificación máis correcta do tratamento dos pacientes.
-------------------------	---

<b>Produtos</b>	A empresa podería ofrecer software específico para os distintos escáneres existentes no mercado ou ofrecer un servizo personalizado aos hospitais, adaptando o programa aos requerimentos específicos que teñan os seus aparatos e necesidades profesionais.
-----------------	--

<b>Quen Comprará</b>	O software ten como clientes potenciais aos hospitais, adaptándoo ao equipamento existente, e tamén aos propios fabricantes de escáneres (EPSON, HP, Canon, etc.), que poderían ofrecer o programa coma unha ferramenta que aumenta o atractivo dos seus produtos de cara o seu uso na medicina.
----------------------	--

<b>Competencia</b>	Iba-dosimetry, ten un programa chamado OmniPro-I´mRT que se utiliza para analizar placas radiocrómicas en xeral. Doselab, ten unha versión gratuita e unha de pago. Unha das empresas que fabrican as placas radiométricas, ISP, ten o programa chamado FILM QA, que tamén se
--------------------	---

utiliza para a análise. Os devanditos programas, conteñen entre as súas ferramentas, algunha opción para a corrección da uniformidade do escáner.

**Carácter  
Innovador**

Neste momento non hai una empresa que aborde de xeito directo e completo a problemática da corrección de uniformidade nas respostas dos escáneres. A idea solucionaría un problema descrito en numerosos artigos que os hospitais afrontan de diversas maneiras, ninguna totalmente satisfactoria.

**Disposto**

Con outros socios

**Tempo posta  
en marcha**

Entre 6 e 12 meses



<b>Contador</b>	<b>2604</b>
<b>Apellidos</b>	Pañeda Menéndez
<b>Nome</b>	Alberto
<b>Facultade</b>	
<b>Universidade</b>	Santiago de Compostela
<b>Vinculación universitaria</b>	Estudiante

<b>Título Idea</b>	<b>Poseidon Aqua System S.L. Engineering Solutions. Sistemas de Protección contra Inundaciones</b>
--------------------	--

<b>Breve Descripción</b>	<p>Descripción de la idea y empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación de Poseidon Aqua System:</li> </ul> <p>¿Qué es Poseidon Aqua System? Poseidon Aqua System S.L. es una empresa de base tecnológica única en el mercado internacional, especializada en el diseño y comercialización de sistemas de protección contra inundaciones.</p> <p>¿Por qué surge Poseidon Aqua System? Las inundaciones provocan pérdidas económicas y daños sociales alrededor de mundo. Las pérdidas en España en las últimas décadas alcanzan un valor medio anual en torno al 0,1% del producto interior bruto. Las consecuencias que conllevan las inundaciones sobre poblaciones, empresas, locales comerciales, viviendas, llevan asociados elevados costes de reconstrucción y reparación. La ocupación de zonas de alto riesgo, la falta de medidas de prevención y de sistemas de protección, implica unos costes en muchos casos gratuitos y evitables. La escasez de estudios y datos contrastados sobre el impacto de los riesgos en España contribuye también a la escasa atención que, hasta ahora, han prestado las instituciones científicas, técnicas, administrativas y políticas a esta materia. La necesidad de contar con estudios actualizados para su aplicación a la ordenación territorial, infraestructuras y obras públicas, compañías de seguros, protección civil, etc., es cada vez más acuciante, dado el nivel de seguridad que exige el desarrollo de una sociedad moderna. La prevención y mitigación de los daños por inundaciones debe incorporarse a las actividades constructivas, de planificación urbana y ordenación del territorio y al diseño de obras e infraestructuras seguras en zonas de riesgo, con la finalidad de evitar víctimas y costes sociales y económicos.</p> <p>¿Dónde se localizará Poseidon Aqua System? Se localizará en Santiago de Compostela. Se están valorando las condiciones de viveros de empresas para emprendedores.</p> <p>¿Cómo contactar con Poseidon Aqua System y seguir su evolución? En la</p>
--------------------------	---

red se puede seguir todo nuestro trabajo, en nuestra página web [www.poseidonaquasystem.com](http://www.poseidonaquasystem.com) y en redes sociales y otras plataformas como Twitter, Facebook y Canal Youtube. Para encontrarnos en éstos canales y redes sociales puede realizarlo de forma simple y cómoda, accediendo a nuestra página web y pulsando los accesos directos de cada uno de ellos. Logros/hitos alcanzados hasta el momento

- Plan de negocio y plan financiero elaborado (supervisado por Thierry Casillas, profesor de la EOI)
- Sondeo de mercado mediante encuesta en la que han participado hasta el momento 2.000 personas.
  - Recopilación y análisis de la bibliografía existente sobre inundaciones a nivel mundial.
  - Tecnología: perfeccionamiento de prototipos. Búsqueda de certificados de calidad y resistencia de materiales.
  - Clientes: hemos entrado en contacto con grandes superficies y otras empresas que puedan comercializar nuestros productos.
  - Productos/Servicios: diseñados prototipos y servicios que se ofertarán.
  - Propiedad intelectual: patente en trámite. Equipo directivo Alberto Pañeda Menéndez:CEO Almudena Rifón Vitos: COO. Ingeniera Técnica Industrial Especialidad Mecánica. Recursos humanos actuales o futuros de acuerdo con plan de operaciones:
    - Comenzaremos trabajando el equipo directivo por abaratar costes y porque el volumen de trabajo en un primer momento será menor. Se valorará en primer lugar la contratación de una persona especialista en comercio internacional y que desempeñará diferentes funciones que más adelante detallaremos. Se cuenta con la colaboración de los siguientes asesores (se contratará sus servicios de forma puntual si se requiere):
      - Valentín Casquero Menéndez: ingeniero informático. Asesor de comunicaciones, página web, redes sociales y programación de redes.
      - Maxi Pañeda Menéndez: ingeniero en telecomunicaciones. Máster en Economía Aplicada. Asesor de ventas en Norteamérica, Centro América y África.
      - Rima El Amil: ingeniera en telecomunicaciones. Asesora de ventas en Sudamérica y Oriente.
  - Accionistas Accionista principal: D. Alberto Pañeda Menéndez. Accionista minoritario: Dña. Manuela Menéndez Rodríguez. Otra información Como primeras opciones de financiación se buscarán inversores, subvenciones y acudiremos a todos los concursos de invención y de emprendedores a nivel internacional, que puedan ayudarnos a poner en marcha el proyecto (Uniemprende, Emprendia, CDTI, foro Neotec, Caixa Siglo XXI etc.).

## **Produtos**

A diferencia de nuestros competidores hemos desarrollado un prototipo novedoso. Mientras todas las empresas existentes en el mercado

comercializan productos que son simples copias de un primer modelo anticuado y muy limitado, nuestro producto surge como una idea original sin ser copia de nadie. Su versatilidad permite que se adapte fácilmente a cualquier lugar independientemente de la anchura de puertas y ventanas. Mientras que nuestros competidores se limitan a usar múltiples paneles para cubrir mayores áreas de protección, nosotros dispondremos de un modelo especial para superficies de mayor anchura, por ejemplo garajes. Comercializaremos por tanto dos modelos ajustables:

- Modelo ajustable a cualquier tipo de puerta o ventana
- Modelo ajustable a portones de garajes, grandes entradas de parkings, comercios y empresas.

Es destacable incluso el peligro que entrañan los dispositivos de nuestros competidores y la dificultad de su instalación. Requieren de obra para fijarlos a las puertas, lo que los convierte en dispositivos difíciles de instalar y poco útiles en caso de inundación repentina. Así mismo hacemos referencia al peligro que entrañan porque no son adaptables en altura. Sus productos tienen una altura estándar, por ejemplo 45 cm, pero ¿qué ocurrirá si la inundación es de 50 cm de altura? El agua entraría en el domicilio, garaje, local comercial, etc., convirtiéndose en un obstáculo para las personas del interior y haciendo del propio domicilio una auténtica trampa mortal.

#### Descripción del Producto

- Características básicas del Producto - Estructura de metálica. - Gomas de fijación. - Muelles especiales. - Tela impermeable - malla metálica. - Peso entre 6-10 Kg. - Impermeabilidad - Ajustable en anchura y altura.

#### Política de Precios

- Sistema de Determinación de Precios: los precios se establecerán en función del precio de la competencia, queremos evitar competencia por precios. Además se tendrá en cuenta el coste de producción y que al tratarse de un producto relativamente nuevo se puede poner un precio psicológico. Para ello se va a tener en cuenta el resultado de la encuesta realizada.
- Listado de Precios - Modelo venta directa particulares: 450 euros PVP recomendado (provisional) - Modelo venta distribuidores: 300 euros PVP recomendado (provisional)
  - Elementos que se incluyen en el precio: - Entrega a domicilio, cuando se trate de particulares - Servicio post venta
  - Sistemas de cobro y política de descuentos y rebajas: - Con tarjeta de crédito o sistema de pago por Internet cuando sean ventas directas y por transferencia bancaria cuando se venda a distribuidor. - Pedidos por dos o

más unidades porcentaje de descuento o regalo a incluir.

## **Quen Comprará**

Nuestro mercado objetivo lo componen todas aquellas personas que viven en zonas propensas a sufrir inundaciones. Por ello nuestro cliente potencial es cualquier persona que quiera proteger todo aquello que más valora (su empresa, su hogar, sus bienes materiales, su familia e incluso su vida) anticipándose mediante la ayuda de nuestros productos a las adversidades del mañana.

Para delimitar el mercado objetivo hemos realizado un análisis exhaustivo del estudio "Pérdidas por inundaciones en España durante el período 1987-2001 y su estimación para los próximos 30 años (2004-2033)", elaborado por el Instituto Geológico y Minero de España. Los datos aportados por éste estudio, los hemos verificado consultando otros organismos internacionales (UNESCO), coincidiendo plenamente. De éstos estudios determinamos, que desde 1987 a 2001, las comunidades autónomas con mayores pérdidas por inundaciones han sido la Comunidad Valenciana y Andalucía (superando los 3.300 millones de euros cada una), Cataluña (1.300 millones de euros) y el País Vasco (1.100 millones de euros). A escala provincial destacan Valencia, Málaga, Barcelona, Guipúzcoa, Alicante y Huelva. Las comunidades autónomas con mayores pérdidas estimadas por inundaciones para el período 2004 al 2033 son la Comunidad Valenciana y Andalucía (superando los 6.400 millones de euros cada una), Cataluña (3.600 millones de euros) y el País Vasco (2.750 millones de euros). A escala provincial destacan Valencia, Málaga, Barcelona, Guipúzcoa, Alicante y Huelva. Conociendo los lugares que más pérdidas han sufrido por inundaciones y estimando los lugares que serán más afectados en el futuro, podemos determinar las zonas prioritarias dónde debemos implantar nuestros productos.

Nuestro objetivo es que cualquier persona con independencia de dónde viva, a nivel nacional e internacional, pueda disponer de nuestros productos, ya que las inundaciones son acontecimientos muchas veces impredecibles. Por ejemplo la simple rotura de una tubería en una calle puede anegar en cuestión de minutos cientos de garajes, domicilios y locales comerciales, como ocurrió recientemente en el centro de Santiago de Compostela.

Serán grupos prioritarios para nosotros:

- Pequeñas, medianas y grandes superficies. - Empresas de construcción.
- Particulares.
- Locales comerciales, parkings, establecimientos, etc.
- Administraciones.
- Cualquier persona que quiera proteger todo aquello que más valora (su empresa, su hogar, sus bienes materiales, su familia e incluso su vida) anticipándose mediante la ayuda de nuestros productos a las adversidades

del mañana. La mayoría de la población mundial tiene alguna propiedad que podría sufrir inundaciones (viviendas, garajes, locales comerciales, oficinas, naves industriales, colegios, dependencias de la administración, etc.)

Sondeo de Mercado (Encuesta realizada y análisis de los resultados obtenidos) Poseidon Aqua System surge como un intento, por parte de su promotor, de evitar los devastadores efectos y el sufrimiento que ocasionan las inundaciones. Esta empresa nace por y para la gente. Por ello nos interesa la opinión de la sociedad para adaptarnos fielmente a sus necesidades, mediante nuestros productos. La visión de la población sobre la problemática de las inundaciones es fundamental para nosotros y por ello hacemos al ciudadano de a pie participe de nuestro proyecto. Su colaboración se plasmará en un breve cuestionario que nos permitirá recopilar datos muy valiosos como estudio científico de las inundaciones. La encuesta que Poseidon Aqua System ha planteado a nivel mundial puede encontrarla en nuestra web

Conclusiones: - Localizaciones geográficas: hasta el momento han participado en la encuesta 2.000 personas a nivel internacional. - Los rangos de edad no son significativos pero si observamos respecto al sexo, que participan más en estos estudios las mujeres (60%) que los hombres (40%) - El 100% contesta que se producen más de 15 lluvias torrenciales al año. - El 80% contesta que se producen acumulaciones de agua, mientras que un 20% afirma que el agua fluye con normalidad cuando llueve con intensidad. - El 90% de los encuestas comprarían un sistema de protección contra inundaciones, frente a un 10% que no. - El 90% pagaría más de 600 euros por el sistema de protección contra inundaciones. El 10% restante se distribuye de forma más o menos uniforme por las otras opciones. - Entre las 4 opciones a elegir: los encuestados valoran mayoritariamente la calidad del producto, los premios de reconocimiento obtenidos por el mismo, video demostrativo del producto y presencia del producto en grandes almacenes para poder comprarlo cómodamente. - En cuanto a las sugerencias los encuestados nos transmiten su descontento con las autoridades políticas y la mala gestión de limpieza de ríos, alcantarillado, etc.

**Competencia** El nivel de competencia esperado no supone una amenaza para nuestra empresa. los productos que comercializan son claramente superados por el nuevo diseño de los nuestros. A diferencia de nuestros competidores hemos desarrollado un prototipo novedoso. Mientras todas las empresas existentes en el mercado son simples copias de un primer modelo anticuado y muy limitado, nuestro producto surge como una idea original sin ser copia de nadie.

Comparación de los rasgos característicos de los competidores a fecha 31 de Mayo:

- Área de Actividad: venta de sistemas de protección contra inundaciones no regulables. (Panel Styl)
- Área de Actividad: venta de sistemas de protección contra inundaciones no regulables. (Floodgate)
- Área de Actividad: venta de sistemas de protección contra inundaciones regulables. (Poseidon Aqua System)
- Segmento de mercado: a nivel nacional(Panel Styl). a nivel europeo(Floodgate).Zonas que hayan sufrido o sean susceptibles de sufrir inundaciones. A nivel internacional (Poseidon Aqua System)
- Localización: Elche (Alicante) (Panel Styl. Reino Unido(Floodgate).Santiago de Compostela. (Poseidon Aqua System)
- Recursos técnicos: medios (Panel Styl).grandes (Floodgate).pequeños (debemos buscar alianzas) (Poseidon Aqua System)
- Recursos financieros: altos(Panel Styl. altos(Floodgate).bajos (necesitamos buscar financiación) . (Poseidon Aqua System)
- Principales productos: poca variedad (Panel Styl)(Floodgate).dos modelos iniciales y una tercera variante en estudio. (Poseidon Aqua System)
- Política de precios: muy elevados (Panel Styl)(Floodgate).competitivos. Serán productos asequibles. . (Poseidon Aqua System)
- Distribución: mala ( muy lenta en la expansión en el territorio español) (Panel Styl).buena pero sólo a nivel europeo (sin presencia en España) (Floodgate).muy buena (contactos con distribuidores internacionales con posibilidad de comercializar en cualquier parte del mundo) (Poseidon Aqua System)
- Comunicación: mala. Tienen redes sociales y página web pero sin actualizar. (Panel Styl). mala. No se encuentran en redes sociales y tienen página web pero sin actualizar. (Floodgate)
- Comunicación: muy buena. Presencia actualizada diariamente en la página web y redes sociales.(Poseidon Aqua System)
- Antigüedad: 2009 (Panel Styl).2009 (Floodgate).2011. (Poseidon Aqua System)
- Imagen la de empresa: desconocida (Panel Styl)(Floodgate). dándonos a conocer. Ya nos conocen 2.000 personas gracias a la encuesta realizada y va en aumento. (Poseidon Aqua System)

Síntesis DAFO y Modelo CAME:

4.1 Síntesis DAFO de Situación a fecha Mayo / 2.011

Análisis de los Factores Externos: Oportunidades(Tamaño del Mercado Grande/Creciente evolución del mercado/Ciente compulsivo/Pocos competidores/Incremento de lluvias torrenciales/Sensibilización del cliente tras sufrir catástrofes. Amenazas (Hay un líder nacional y uno internacional/Legislación y política del país donde se localiza la empresa/Existencia de producto sustitutos/Mano de obra especializada/Análisis de los Factores Internos Fortalezas (Nivel de formación de nuestro equipo/Adaptación a las exigencias del proyecto/Prototipo único en el mercado/Asesor para desarrollo web/Asesores para venta en otros países/Asesor perfeccionamiento de modelos Debilidades(Elevadas necesidades de capital/Difícil acceso a canales de distribución/Mano de obra

especializada/Carece de patentes internacionales, licencias, acuerdos/Política de precios Modelo CAPA Análisis de los Factores Externos Acciones para Aprovechar Oportunidades •Publicitar el producto a nivel internacional.Acuerdo con grandes superficies para venta directa del producto.Incrementar nuestra presencia en zonas donde haya habido inundaciones previamente.Facilitar la venta por internet para que el cliente compulsivo pueda adquirir cuando antes el producto Acciones para Afrontar Amenazas •Desarrollo del plan al 100% para cuando entremos en el mercado estar preparados frente a las amenazas.Esperaremos al desarrollo del plan para patentar el prototipo para así no dar pistas en los registros de patente. Si lo patentamos rápidamente sin conseguir financiación pueden haber modificado nuestro modelo y comercializarlo con rapidez los competidores ya que tienen la tecnología suficiente al alcance. Análisis de los Factores Internos Acciones para Potenciar Fortalezas:Incrementar formación sobre diseño de modelos.Incrementar formación en gestión y dirección de empresas.Contratar los servicios de los asesores (temporal o permanentemente).Retribuciones y salarios a alguno de los asesores.Dar a conocer la existencia de nuestro prototipo y su novedad Acciones para Corregir Debilidades: Búsqueda de inversores.Presentación del proyecto a diferentes foros y concursos.Presentarnos a premios de emprendedores.Búsqueda de subvenciones del estado, autonómicas, etc.Presentación a las principales superficies comerciales.Patentar el prototipo en el momento adecuado.Registrar dominio web y marca Poseidon Aqua System.Precio lo más competitivo posible.

### **Carácter Innovador**

Somos innovadores no sólo por cubrir una necesidad de vital importancia para la sociedad, sino por la forma en la que queremos trabajar diseñando, produciendo y comercializando nuestros productos. Por ello presentamos a continuación detalladamente una serie de planes que creemos que son básicos para ser innovadores: Plan de I + D + I: Investigación / Desarrollo / Innovación El Plan de Investigación, Desarrollo e Innovación de nuestra empresa, se desarrollará conjuntamente con centros de prestigio internacional. Buscaremos fórmulas de cooperación con el Centro de Innovación y Transferencia de Tecnología (CITT) de la Universidad de Santiago de Compostela (USC), entidad que recibe, asesora y da forma legal a las demandas de trabajos científicos y técnicos desarrollados para empresas y administraciones públicas, en los departamentos y centros de la USC. Así mismo nos gustaría colaborar con la Universidad de Santiago de Compostela a través de la Escuela Politécnica Superior de ingeniería. Pretendemos llegar a un acuerdo por el cual trabajen sobre nuevas mejoras de nuestro producto y crear nuevos modelos. Mantenemos actualmente contacto activo con organismos meteorológicos, geológicos y de gestión de

catástrofes humanas, para encontrar algún tipo de acuerdo y colaboración. En el futuro pretendemos crear un laboratorio (conjuntamente con la administración) donde se puedan estudiar los efectos de las inundaciones, resistencias de nuestros materiales, como evitar acumulaciones de agua, etc. Creemos que sería necesario un centro de referencia a nivel internacional en la prevención de estos desastres.

**Plan Medioambiente** La producción de nuestros productos velará por el respeto al medio ambiente y así lo haremos saber al cliente. Así mismo entablaremos numerosas relaciones con grupos relacionados con el cambio climático, ecologistas, etc., que puedan fomentar la publicidad indirecta de nuestro producto. Se estudiarán constantemente los impactos ambientales que tiene la empresa y se tomarán las medidas oportunas para disminuirlos.

**Plan Calidad** Para nuestra empresa y nuestros productos la calidad es algo fundamental. Por ello seguiremos las siguientes pautas para aumentar la calidad:

- Desde la dirección de la empresa nos comprometeremos con el Sistema de Gestión de la Calidad mediante una continuada mejora y optimización de nuestra labor que repercuta en un cliente satisfecho.
- Involucraremos a toda la plantilla de forma activa. No queremos un plan estático sobre el papel, nos interesa que se desarrolle con normalidad en el día a día de la empresa.
- Se realizarán evaluaciones de calidad con regularidad contando con la presencia de personal especializado en la materia.
- Se elaborarán memorias periódicas sobre la línea de producción, proveedores, estados de los productos, etc., con el fin de detectar posibles puntos débiles y someterlo a crítica. De esta forma pretendemos reforzar la calidad del producto final así como el de toda la cadena productiva.
- Certificaciones para nuestros productos de forma que el cliente pueda comprar con garantías un producto que ofrece impermeabilidad, resistencia y facilidad de montaje.

Prioritario será para nosotros la calidad de servicio al cliente. Por ello como referencia seguiremos la norma UNE 175001 "Calidad de servicio para pequeño comercio". Aunque esta normativa es específica para el pequeño comercio lo usaremos como referencia en nuestra empresa para mejorar el trato con el cliente. Nuestros objetivos serán:

- Mejorar la calidad del servicio prestado a los clientes.
- Mejorar la gestión de la empresa a nivel comercial.
- Mejorar la imagen de la empresa ante el cliente.
- Mejorar las competencias profesionales.
- Profesionalizar la gestión de la empresa a nivel comercial, potenciando el desarrollo de los recursos humanos.
- Proporcionar a los clientes una garantía de calidad del servicio que van a recibir.
- Diferenciar a nuestra empresa de aquellas que no adoptan medidas en la mejora de la calidad de servicio al cliente.

**6.8.4.- Responsabilidad Social Corporativa**

- Servir a la sociedad con productos útiles y en condiciones justas.
- Crear riqueza de la manera más eficaz posible.
- Respetar los derechos humanos con unas condiciones de



trabajo dignas que favorezcan la seguridad y salud laboral y el desarrollo humano y profesional de los trabajadores. - Procurar la continuidad de la empresa y, si es posible, lograr un crecimiento razonable. - Respetar el medio ambiente evitando en lo posible cualquier tipo de contaminación minimizando la generación de residuos y racionalizando el uso de los recursos naturales y energéticos. - Cumplir con rigor las leyes, reglamentos, normas y costumbres, respetando los legítimos contratos y compromisos adquiridos.

**Igualdad de Oportunidades** En Poseidon Aqua System el trato será idéntico para cualquier empleado con independencia de su sexo. La selección se realizará en base a sus conocimientos técnicos y profesionales, y se valorará su iniciativa personal y su motivación en relación con el puesto de trabajo. Los salarios serán establecidos según responsabilidades asumidas dentro de la empresa con independencia del sexo. La promoción para ascender a cargos de más responsabilidad, se hará mediante concurso/oposición en igualdad de condiciones, para cada candidato que esté interesado en presentarse a dicho ascenso. La formación será abierta a todo empleado. Se optará por medios de formación no sólo presencial sino también vía online, para que todo empleado pueda acceder a la formación cuando mejor se ajuste a su tiempo. Se valorará positivamente la realización de estos cursos. Facilitaremos la conciliación de vida familiar y laboral. Así mismo por el tipo de empresa que constituiremos hay puestos que no requieren presencia física en la oficina. Se dará la opción (en los puestos que sea viable) el trabajo desde el propio domicilio. Intentaremos facilitar de esta forma el empleo a necesidades personales que puede tener cada persona. Como prevención del acoso sexual se formará a los empleados sobre esta temática. Definiendo con claridad de que se trata y que consecuencias/infracciones acarreen, evitaremos ésta situación. Así mismo no se consentirán imágenes o comentarios despectivos, ya sean de índole sexual, creencias religiosas, ideología política, etc. La salud laboral de nuestros empleados es imprescindible para la empresa, ya que son el motor de la misma. Por ello se garantizará la salud a todo empleado en el desempeño de sus funciones.

**Plan de Prevención de Riesgos Laborales** Se encargará su realización a una empresa especializada en PRL. Nuestra empresa se fundamenta en prevenir para evitar catástrofes en relación con el medio ambiente. Por ello seríamos hipócritas si vendemos prevención y no la tenemos en nuestras propias instalaciones y con nuestros empleados.

**Disposto** Con outros socios

**Tempo posta en marcha** Ningún, xa está madura

<b>Contador</b>	<b>2608</b>
<b>Apellidos</b>	Ramos Goicoa
<b>Nome</b>	Marta
<b>Facultade</b>	Psicoloxía
<b>Universidade</b>	Santiago de Compostela
<b>Vinculación universitaria</b>	Doutorando/Master/Posgrao

<b>Título Idea</b>	<b>Valora: atención ao envellecer e a dependencia</b>
--------------------	---

**Breve Descripción**

La iniciativa empresarial se centraría en innovar en los servicios a domicilio diseñados para personas mayores. Actualmente, la mayoría de las intervenciones a domicilio con personas mayores y/o dependientes se centran exclusivamente en servicios de enfermería y cuidado (entendido como vigilancia, aseo y alimentación). Además, en las pocas ocasiones en las que otro tipo de intervención se realiza (fisioterapia, rehabilitación cognitiva, terapia ocupacional, etc.), estas intervenciones comienzan cuando la persona presenta mermas graves en su estado; realizándose, además, de forma aislada. Sin embargo, una vida activa, satisfactoria y plena es posible a cualquier edad; incluso en estados de dependencia. Desde Valora, atención ao envellecer e a dependencia, se buscaría maximizar este bienestar global en los clientes, prestando atención a todos los aspectos relevantes de su estado y entorno. Para realizar el trabajo se crearía una red de profesionales cualificados vinculados con la gerontología (psicología, enfermería, logopedia, terapia ocupacional, trabajo social, etc.) para diseñar intervenciones personalizadas para cada cliente, basando las intervenciones tanto en el conocimiento del envejecimiento como proceso, como en el estado y preferencias del cliente (gustos, actitudes, nivel educacional, estado cognitivo, etc.). La innovación vendría dada por el hecho de crear una red multidisciplinar de profesionales y por no centrarse en cuidados paliativos. Así, se intervendría activamente en diversas áreas, para maximizar las posibilidades presentes durante esta etapa de su vida. Es decir, una empresa de atención a las personas mayores (tanto sanas como dependientes) basada en el conocimiento y la visión multidisciplinar del envejecimiento; realizando los servicios en el domicilio del cliente (para evitar que se tengan que desplazar o que personas con movilidad reducida vean mermadas sus oportunidades de acceso).

**Produtos**

- Evaluación del estado cognitivo (evaluando todas las áreas cognitivas) y del estado físico (habla, estado del sistema músculo-esquelético, necesidad de adaptaciones en el entorno, etc.).
- Creación de una intervención personalizada: esta intervención se diseñaría teniendo en cuenta el estado

cognitivo del cliente, su bagaje cultural, su estado físico, sus necesidades, sus intereses e inquietudes (con el objetivo de hacer la intervención lo más entretenida y motivadora posible). Esta intervención abarcaría desde el estado psicológico, al físico o emocional (contando con diversos profesionales para llevarla a cabo). - Asesoramiento a cuidadores: desde el manejo de una persona dependiente a evitar el síndrome del cuidador quemado, pasando por la preparación para la separación y el luto. Todo esto bajo la perspectiva de que un cuidador sano y feliz realiza mejor su tarea. - Creación de una rutina de actividades lúdicas diseñada para aumentar el beneficio de la intervención: se crearía una serie de actividades (pensadas para cada cliente en particular) que apoyase la intervención que se está realizando; con el doble objetivo de que la persona disfrute de su tiempo libre y de que la actividad que realiza le ayude a mejorar su estado.

**Quen  
Comprará**

En este caso, los productos están diseñados para personas mayores de 65 años que presentan o no estados de merma. El objetivo es mantener las funciones que se poseen y evitar que se presenten (o avancen con rapidez) enfermedades neurodegenerativas. Además, se buscaría activamente evitar el aislamiento social y mantener un buen estado físico. Por otro lado, las familias y/o cuidadores de pacientes dependientes (por ejemplo, debido a la enfermedad de Alzheimer) recibirían asesoría sobre cómo manejar las situaciones más complicadas y como evitar acabar ellos mismos afectados por la situación.

**Competencia**

La competencia, tal como se plantea la empresa, es pequeña. No existen empresas que se dediquen a crear una red de profesionales expertos en el abordaje de estos problemas y que, además, realicen su actividad a domicilio. Normalmente, las empresas existentes basan su actividad económica en el cuidado (entendido como vigilancia), no en buscar la mejoría activa del paciente (o al menos en buscar que no aumente el deterioro). Por otro lado, estas empresas no desarrollan una intervención multidisciplinar. Desde la Administración Pública este tipo de servicios son muy complicados de conseguir. Y si se consiguen, no se dan simultáneamente en el tiempo y con coordinación entre ellos (para maximizar el beneficio de la intervención).

**Carácter  
Innovador**

La idea es innovadora porque se basa en el trabajo a domicilio en el ámbito gerontológico. Además, se basa en el conocimiento especializado de una amplia red de profesionales que crearían una intervención personalizada e individualizada, pensada para maximizar los beneficios que el cliente (y su familia y/o cuidadores) puedan obtener.

**Disposto** Só

**Tempo posta en marcha** Ningún, xa está madura

<b>Contador</b>	<b>2626</b>
<b>Apellidos</b>	Martínez Gómez
<b>Nome</b>	Fátima
<b>Facultade</b>	Xeografía e Historia
<b>Universidade</b>	Santiago de Compostela
<b>Vinculación universitaria</b>	Estudiante

<b>Título Idea</b>	<b>Detector de partículas en suspensión para los hogares</b>
<b>Breve Descripción</b>	Se trataría de un medidor de partículas en suspensión, muy similar al que ya se usa, por ejemplo, en las salidas de los depósitos de escape de algunos vehículos o en las chimeneas de las fábricas a nivel industrial. Podría dispones de varias sondas localizadas en diferentes habitaciones de la casa, y mediría la cantidad de ácaros u otros elementos causantes de alergias en suspensión en el aire. Sería especialmente útil para personas alérgicas, o con problemas crónicos respiratorios como el asma.
<b>Produtos</b>	Detectores de partículas
<b>Quen Comprará</b>	Detectores de partículas
<b>Competencia</b>	
<b>Carácter Innovador</b>	No existe a escala doméstica, y sería útil
<b>Disposto</b>	Con outros socios
<b>Tempo posta en marcha</b>	Entre 6 e 12 meses