Glosario FIA

A

APORTE NO PECUNIARIO:

Corresponde a todo aquel gasto que se derive de la valorización por el uso de bienes, infraestructura y/o destinación de recursos humanos.

APORTE PECUNIARIO:

Aporte en dinero que realiza el postulante y/o asociado, para las distintas actividades de la iniciativa (proyecto, giras, consultorías, entre algunos).

ASOCIADO:

Personas naturales y/o jurídicas que acompañan al postulante en la ejecución de iniciativas FIA (proyectos, giras, consultorías, eventos, entre otros). Se deben comprometer contractualmente con la ejecución de la iniciativa realizando aportes técnicos y financieros (pecuniarios y/o no pecuniarios), y se espera que obtengan un beneficio de los resultados de esta misma.

C

CANALES:

Puntos de contacto o medios que comunican a los distintos segmentos de clientes y/o usuarios con la solución de la empresa. Estos pueden ser físicos o digitales.

CARTA DE PUESTA EN MARCHA:

Documento que determina el fin del periodo de negociación y habilita al ejecutor para poder realizar gastos en el marco de la ejecución de una iniciativa FIA adjudicada.

CLIENTES:

Persona o empresa que toma la decisión de compra y/o hace una transacción de dinero u otro artículo de valor a cambio de un producto y/o servicio.

COORDINADOR:

Persona encargada de coordinar las actividades y cumplimiento de lo que dicta el plan operativo de una iniciativa FIA. Para todos los fines técnicos, administrativos y jurídicos es el contacto oficial con FIA.

D

DISEÑO INDUSTRIAL:

Toda forma tridimensional asociada o no con colores, y cualquier artículo industrial o artesanal que sirva de patrón para la fabricación de otras unidades y que se distinga de sus similares, sea por su forma, configuración geométrica, ornamentación o una combinación de éstas, siempre que dichas características le den una apariencia especial perceptible por medio de la vista, de tal manera que resulte una fisonomía nueva. El diseño debe poder ser reproducido por medios industriales, finalidad esencial del diseño, y por la que recibe el calificativo de “industrial”.

DERECHO DE AUTOR:

Protege la expresión de las creaciones literarias, artísticas y científicas, durante cierto periodo de tiempo, por el sólo hecho de la creación de una obra. La protección por derecho de autor recae sobre un número indeterminado de obras tales como, libros, obras musicales, pinturas, esculturas, películas, programas de computador o softwares y bases de datos electrónicas.

E

EJECUTOR:

Actúa como único responsable de la realización de la iniciativa ante FIA y es la contraparte para todos los efectos legales.

EMPAQUETAMIENTO COMERCIAL:

Envase o empaquetado de primeras unidades de un producto o servicios, con el objetivo de iniciar su comercialización.

EMPAQUETAMIENTO TECNOLÓGICO:

Es el proceso de desarrollo de tecnologías con la información necesaria para hacer uso de ésta por parte de un tercero. Incluye el detalle de equipos, instrumentación, infraestructura y otros activos complementarios requeridos.

EQUIPO TÉCNICO:

Profesional (es) que desempeñan funciones técnicas y/o administrativas en el marco de ejecución de una iniciativa FIA.

ESCALAMIENTO PRODUCTIVO:

Incremento del tamaño de una unidad productiva, cultivo y/o equipo de trabajo para aumentar la producción de un bien o servicio.

ESCALAMIENTO COMERCIAL:

Conjunto de mecanismos, actividades y/o infraestructura que incrementan la compra y/o venta del producto y/o servicio.

ESTUDIOS:

Iniciativa cuyo objetivo es generar y/o sistematizar información de mercado, tecnologías, productos, rentabilidad, competitividad, factibilidad, estado del arte, entre otros. La información generada y/o sistematizada contribuye a evaluar la conveniencia técnica, económica, social y/o medioambiental de realizar una iniciativa y apoyar la toma decisiones.

F

FINIQUITO:

Acto por el cual se da por finalizada una iniciativa FIA.

FOMENTO PRODUCTIVO:

Desarrollo de un conjunto de acciones y actividades orientadas al aumento de la producción, utilizando y/o adoptando tecnologías, métodos, procedimientos y/o técnicas que ya son conocidas o han sido implementadas con anterioridad, por lo que no tienen incertidumbre asociada.

G

GRADO DE NOVEDAD:

Es la diferenciación de un producto/servicio y proceso en comparación a las alternativas existentes y disponibles. El grado de novedad depende de si el producto/servicio y/o proceso es nuevo para el mercado a nivel mundial, nacional, regional, local, o si es nuevo para la empresa.

GARANTÍA BANCARIA:

Garantía que otorga un banco, a petición de su cliente, llamado “tomador” a favor de otra persona llamada “beneficiario” que tiene por objeto garantizar el fiel cumplimiento de una obligación contraída por el tomador o un tercero a favor del beneficiario, que se obtiene mediante un depósito de dinero en el banco o con cargo a un crédito otorgado por el banco al tomador.

I

INVERSIÓN:

Acción mediante la cual se invierte un bien y/o servicio para obtener ingresos a lo largo del tiempo, como compra de maquinarias, inmuebles, terrenos, medios de transporte, entre otros.

INVESTIGACIÓN BÁSICA:

Corresponde a trabajos experimentales o teóricos que se emprenden principalmente para obtener nuevos conocimientos acerca de los fundamentos de los fenómenos y hechos observables. Es una investigación que prescinde de una aplicación práctica o utilización determinada.

INVESTIGACIÓN APLICADA:

Son trabajos originales realizados para adquirir nuevos conocimientos, dirigidos fundamentalmente hacia un objetivo práctico específico.

INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO EXPERIMENTAL (I+D):

Comprende el trabajo creativo y sistemático realizado con el objetivo de aumentar el conocimiento y concebir nuevas aplicaciones a partir del conocimiento disponible.

INCERTIDUMBRE COMERCIAL:

Desconocimiento sobre cómo interactuarán los clientes y/o usuarios potenciales con la solución propuesta o desarrollada. Se desconoce quiénes son los clientes, cuáles son sus preferencias, cómo se comunicará con ellos, como ejemplos.

INCERTIDUMBRE TÉCNICA:

Desconocimiento sobre la factibilidad de desarrollo técnico y/o productivo de la idea/solución propuesta. Se desconoce cómo se debe desarrollar, qué recursos se deben utilizar, cuáles son los plazos operativos, qué pasos se debe realizar para la puesta en marcha, quién las debe hacer. Se citan como ejemplos de algunas incertidumbres.

INNOVACIÓN:

Un bien o servicio (o combinación de ambos) nuevo o mejorado, que se diferencia significativamente de los anteriores bienes o servicios de las instituciones, organizaciones y/o empresas, y que ya ha sido introducido al mercado o puesto a disposición de los potenciales usuarios.

INNOVACIÓN EN PROCESOS:

Un proceso interno nuevo o mejorado para una o más de las funciones de las instituciones, organizaciones y/o empresas, que difiere significativamente de los anteriores procesos internos y que ya ha sido implementado o puesto en marcha dentro de ellas.

INNOVACIÓN EN PRODUCTOS:

Un bien o servicio que es nuevo o significativamente distinto a los bienes y/o servicios que la empresa desarrolla y que se ha introducido en el mercado.

INTEGRACIÓN DE TECNOLOGÍAS:

Aplicaciones de tecnologías existentes para el desarrollo de nuevos productos, servicios o procesos que generen una nueva propuesta de valor para el mercado y/o instituciones.

M

MARKETING:

Conjunto de técnicas que busca conocer y entender a los clientes, con el objetivo de que el producto o servicio que se le va a ofrecer se adapte de la mejor manera a sus necesidades.

MARCA:

Es todo signo susceptible de representación gráfica y capaz de distinguir en el mercado productos, servicios o establecimientos comerciales o industriales.

MERCADO:

Conjunto de personas o empresas que comparten una necesidad o deseo especifico con capacidad de compra, dispuestas a realizar un intercambio tendiente a satisfacer tal necesidad o deseo.

MODELO DE NEGOCIO:

Es el mecanismo por el cual una organización crea, distribuye y captura valor. En otras palabras, es una herramienta que permite definir aspectos tales como: qué se quiere ofrecer al mercado, de qué manera se va a realizar, cuáles son los clientes y de qué manera se les va a vender.

MODELO DE UTILIDAD:

Se refiere a títulos de propiedad industrial que, al igual que las patentes, protegen invenciones, pero de escaso valor creativo o de innovación no radical. Por lo general, los modelos de utilidad se aplican a invenciones de menor complejidad técnica, razón por lo que se conocen como “pequeñas patentes”, “innovaciones de utilidad” o “patentes a corto plazo”. El dispositivo, instrumento o herramienta protegible por el modelo de utilidad se caracteriza por su “utilidad” y el dispositivo, instrumento o herramienta protegible por el modelo de utilidad se caracteriza por su “utilidad” y “practicidad” y no por su “estética” como ocurre en el diseño industrial.

P

PATENTE DE INVENCIÓN:

Es el derecho exclusivo que concede el Estado para la protección de una invención, que permite su uso y explotación e impide que terceros la utilicen sin consentimiento. Si se opta por no explotar la patente, se puede vender o ceder los derechos a otra empresa para que la comercialice bajo licencia.

PERFIL DE PROYECTO:

Un perfil corresponde a una visión simplificada del proyecto final, que además de definir el propósito y la pertenencia de un proyecto, presenta un primer estimado de las actividades requeridas y de los costos totales que se necesitarán.

PERIODO DE NEGOCIACIÓN:

Periodo de tiempo establecido por las bases de una convocatoria en el cual se debe ajustar una propuesta en función de las recomendaciones o condiciones de adjudicación respectivas.

PERSONA JURÍDICA:

En el ámbito tributario, se llama persona jurídica a una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, así como de ser representada judicial y extrajudicialmente. Puede funcionar como Sociedades Anónimas, Sociedades de Responsabilidad Limitada, Sociedad Colectiva, Sociedad Comanditaria o Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (EIRL), entre otras.

PERSONA NATURAL:

En el ámbito tributario, son personas naturales todos los individuos de la especie humana, cualquiera que sea su edad, sexo, estirpe o condición; y están divididos en chilenos y extranjeros.

PLAN OPERATIVO:

Documento generado al finalizar el periodo de negociación de un proyecto de innovación y que establece entre otros los objetivos, metodología y los resultados esperados en un marco de temporalidad. Este forma parte integrante del contrato entre FIA y el Ejecutor.

PRODUCTO MÍNIMO VIABLE:

Es la versión inicial de una nueva solución que permite a un equipo recolectar, con un mínimo esfuerzo posible, la máxima cantidad de conocimiento validado y real sobre sus potenciales clientes/usuarios.

PROSPECCIÓN DE MERCADO:

Desarrollo de actividades que buscan determinar el alcance del problema o necesidad que se busca abordar (detallando el atractivo de un nuevo producto o proceso, cuantificando el tamaño de mercado y caracterizando los clientes, la competencia y el entorno regulatorio).

PROSPECCIÓN DE TECNOLOGÍAS:

Desarrollo de actividades que buscan identificar tecnologías existentes que puedan ayudar a resolver el problema u oportunidad o que puedan representar una amenaza para el futuro negocio derivado de la innovación.

PROSPECCIÓN DE USUARIOS, IMPACTO Y SUSTENTABILIDAD:

Desarrollo de actividades para evaluar el atractivo del nuevo producto o proceso para un conjunto de usuarios, su impacto potencial o la evaluación del modelo de sustentabilidad del proyecto.

PROPIEDAD INTELECTUAL:

Derechos exclusivos a individuos y empresas que generan creaciones intelectuales, con el fin de proteger el uso de sus activos inmateriales por parte de la competencia y, a la vez, permitir su explotación comercial. Se divide en propiedad industrial (invenciones, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales e indicaciones geográficas de origen) y derecho de autor (obras literarias y artísticas).

PROPUESTA DE VALOR:

Beneficios que reciben los clientes y/o usuarios al utilizar un producto, servicio y/o proceso.

PROSPECCIÓN COMERCIAL:

Investigación y/o exploración que se realiza en búsqueda de potenciales clientes para vender la solución desarrollada.

POTENCIAL DE MERCADO:

Tamaño total del mercado que se puede atender con un producto/servicio tras el inicio de su comercialización. Para calcularlo, se debe analizar e identificar las tendencias locales e internacionales. Si el sector aún no tiene una relevancia en la región, pero se espera que la tenga, se debe entregar los antecedentes que permiten inferir dicho crecimiento potencial.

PROTOTIPAR:

Práctica que consiste en desarrollar modelos de estudio del producto/servicio/proceso con pocos recursos y de forma rápida para descubrir el potencial y viabilidad de las soluciones propuestas y modelos de negocio planteados.

PROTOTIPO:

Es una versión preliminar de un producto físico, experiencia, artefacto, sistema, programa, entre otros, que funciona como representación de la solución (producto, servicios, o proceso) que se está diseñando, con el objetivo probar/testear con potenciales usuarios/clientes el diseño y la implementación para analizar su reacción, retroalimentación y generar aprendizajes. Existen distintos tipos de prototipos, dependiendo del avance de desarrollo de la solución.

PRUEBA DE CONCEPTO:

Representación teórica de un producto/servicio/proceso que sirve para verificar que los conceptos y metodologías en los que se sustenta su desarrollo tendrán una aplicación en el mundo real, logrando validar la mayor cantidad de información técnica y comercial de la solución.

S

SEGMENTO DE CLIENTES:

Grupos de personas u organizaciones que una empresa tiene como objetivo alcanzar y atender con su solución, y para las cuales se crea valor en un proyecto. Es un subconjunto del universo de clientes de una empresa que comparte necesidades y características comunes que lo hace diferenciable de otros segmentos.

SOSTENIBILIDAD:

Corresponde a la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer las suyas, garantizando el equilibrio entre crecimiento económico, cuidado del medio ambiente y bienestar social.

T

TESTEAR:

Técnica que consiste en seleccionar a un grupo de personas (representativas de los segmentos de clientes/usuarios potenciales) para poner a prueba la propuesta a través de los prototipos generados.

TRANSFERENCIA TECNOLÓGICA:

Transferencia de conocimiento o tecnología que es adoptada por empresas y permite mejorar sus procesos productivos o de gestión, o incorporar nuevos productos.

TECHNOLOGY READINESS LEVELS (TRL):

Se utiliza para determinar el nivel de madurez de desarrollo en un proyecto, son categorías que permiten determinar el grado de novedad o acercamiento al mercado o implementación de éste, los cuales se pueden clasificar según la siguiente escala: Idea básica (TRL 1), concepto o tecnología formulados (TRL 2), prueba de concepto (TRL 3), validación a nivel de componentes en laboratorio (TRL 4), validación a nivel de componentes en un entorno relevante (TRL 5), validación de sistema o subsistema en un entorno relevante (TRL

6), validación de sistema en un entorno real (TRL 7), validación en un sistema completo en un entorno real (TRL 8), pruebas con éxito en entorno real (TRL 9).

V

VALIDACIÓN:

Proceso de recopilación de pruebas y aprendizajes que permiten comprobar o no la factibilidad de ideas preconcebidas que sustentan el desarrollo de una solución, a través de la experimentación y las pruebas de usuario o clientes.

VALIDACIÓN COMERCIAL:

Actividades que permitan comprobar que el producto o servicio es aceptado por el mercado. Por lo general, se valida comercialmente cuando se realiza una venta de la solución desarrollada.

VALOR AGREGADO:

Característica(s) especial(es) de un producto, servicio o proceso que le otorga(n) un mayor valor comercial y lo hace(n) diferenciarse de la competencia.

REFERENCIAS GLOSARIO

1. Blank, S., Dorf, B. (2012). El Manual del Emprendedor, la guía paso a paso para crear una gran empresa.

2. Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A. (2014), Diseñando la propuesta de valor.

3. Osterwalder, A., Pigneur, Y. (2011), Generación de modelos de negocio.

4. Subsecretaría de economía y empresas de menor tamaño. ministerio de economía (2019). Test Cognitivo para la Encuesta Nacional de Innovación.

   Link: https://www.economia.gob.cl/wp-content/uploads/2019/06/Informe-Final-ENI-VF-11-abril-2019.pdf

5. Corporación de Fomento de la Producción, Ministerio de Economía Fomento y Turismo, Glosario de Conceptos Corporativos.

   Link:
   https://www.corfo.cl/sites/Satellite?blobcol=urldata&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1475166224346&ssbin ary=true

6. OECD/Eurostat (2019), Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities.

   Link: https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oslo-manual-2018_9789264304604-en

7. OECD (2015). Manual de Frascati, Guía para la recopilación y presentación de información sobre la investigación y el desarrollo experimental.

   Link:

   https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264310681-es.pdf?expires=1598994276&id=id&accname=guest&checksum=A7 25378F248079E51036B3C36DAC7205

8. Corporación de Fomento de la Producción, INNOVA, Prototipos.

   Link:
   https://www.corfo.cl/sites/Satellite?blobcol=urldata&blobkey=id&blobtable=MungoBlobs&blobwhere=1475166728192&ssbin ary=true

9. Board of Innovation, Validation Guide, 24 ways to test your business ideas.Link:
   https://www.boardofinnovation.com/guides/validation-guide/

10. ASECH (2018), Glosario de Emprendimiento.

    Link: https://home.asech.cl/tips/detalle/4443/glosario-para-el-emprendedor

11. Formulación y empleo de perfiles de proyecto, FAO 2005.
    Link: https://www.fao.org/4/a0322s/a0322s03.htm)