



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

Patrocina:



**XUNTA
DE GALICIA**

XIV CONCURSO DE IDEAS EMPRESARIAIS INNOVADORAS DA USC

Reunión do xurado

Santiago de Compostela, 5 de decembro de 2014

Edificio Emprendia

Sala de reunións da planta baixa

12:00 horas

ÍNDICE

- 1.- Presentación do Concurso
- 2.- Análise estatística das ideas presentadas
- 3.- Relación das ideas finalistas
- 4.- Descrición das ideas finalistas

1. PRESENTACIÓN DO CONCURSO

O "XIV Concurso de Ideas Empresariais Innovadoras da USC" ten por obxecto premiar a aquelas emprendedoras e emprendedores 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, tituladas e titulados, doutorandas e doutorandos, 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 desde o día 30 de setembro ata o 14 de novembro de 2014 ambos inclusive.

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

Valoraranse de forma preferente os seguintes aspectos:

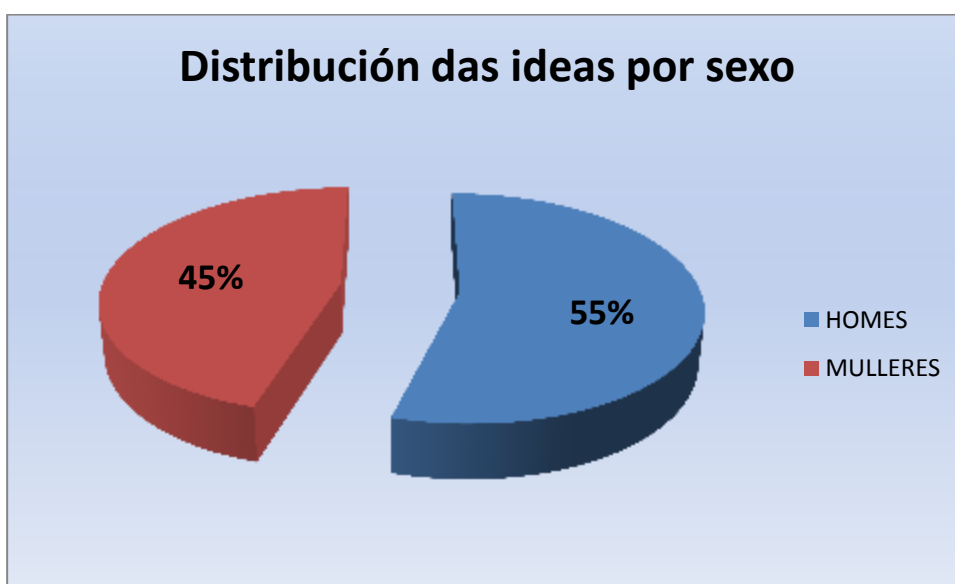
- Viabilidade e factibilidade da idea
- Carácter innovador
- Grao de madurez da idea
- Mercado
- A presenza de políticas de igualdade

2. ANÁLISE ESTADÍSTICA DAS IDEAS PRESENTADAS

Nesta XIV edición presentáronse un total de 343 ideas. Mostramos a continuación a evolución do número de ideas recibidas durante os últimos anos:



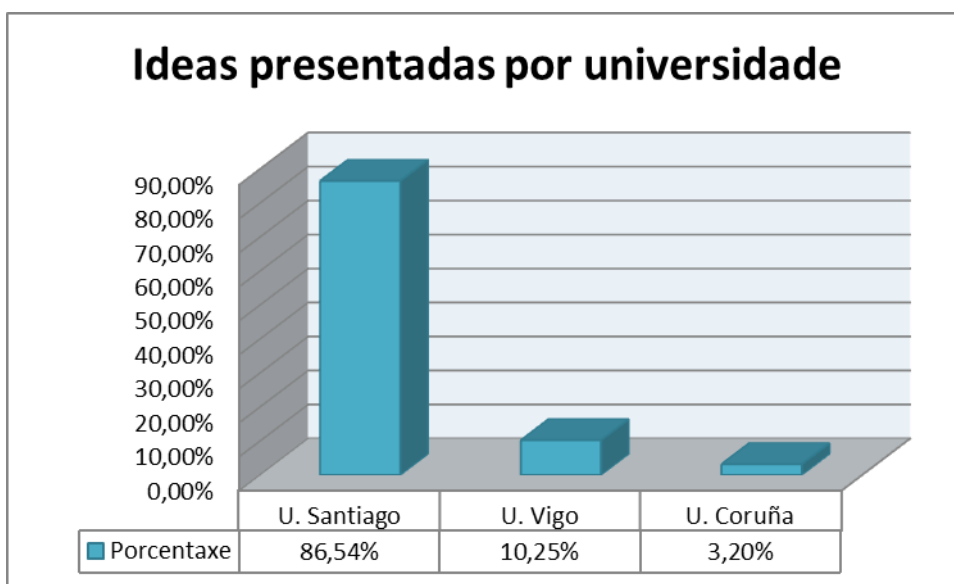
Das 343 ideas o 55% foron presentadas por homes e o 45% por mulleres, tal e como se recolle na gráfica que se presenta a continuación.



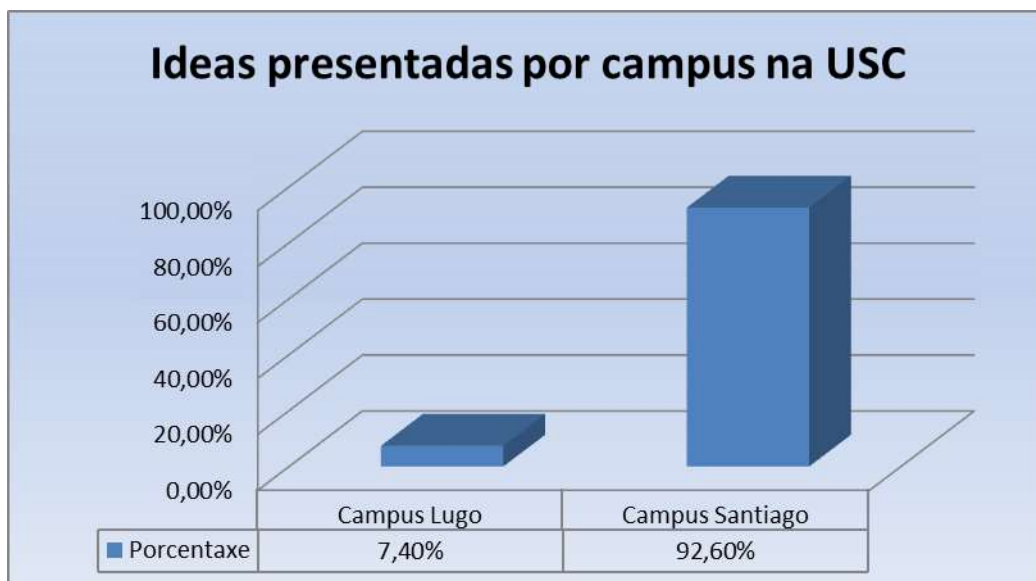
En canto á vinculación universitaria das persoas promotoras das ideas, resaltamos a ampla participación do estudantado, cuxa participación acadou o 70%. Cunha representatividade do 14 e o 12% respectivamente atopamos aos titulados/as e aos doutorandos/as, master e posgrao. Nesta edición o persoal investigador presentou o 3% das ideas e por último atopamos ao persoal docente representado co 1 %.



Por universidades, a porcentaxe de participación maioritaria correspóndese coa Universidade de Santiago de Compostela da que proceden o 86,54 % das ideas recibidas nesta XIV edición do Concurso, seguida da Universidade de Vigo co 10,25 % das ideas e finalmente da Universidade da Coruña, que tivo unha representación do 3,20 %.



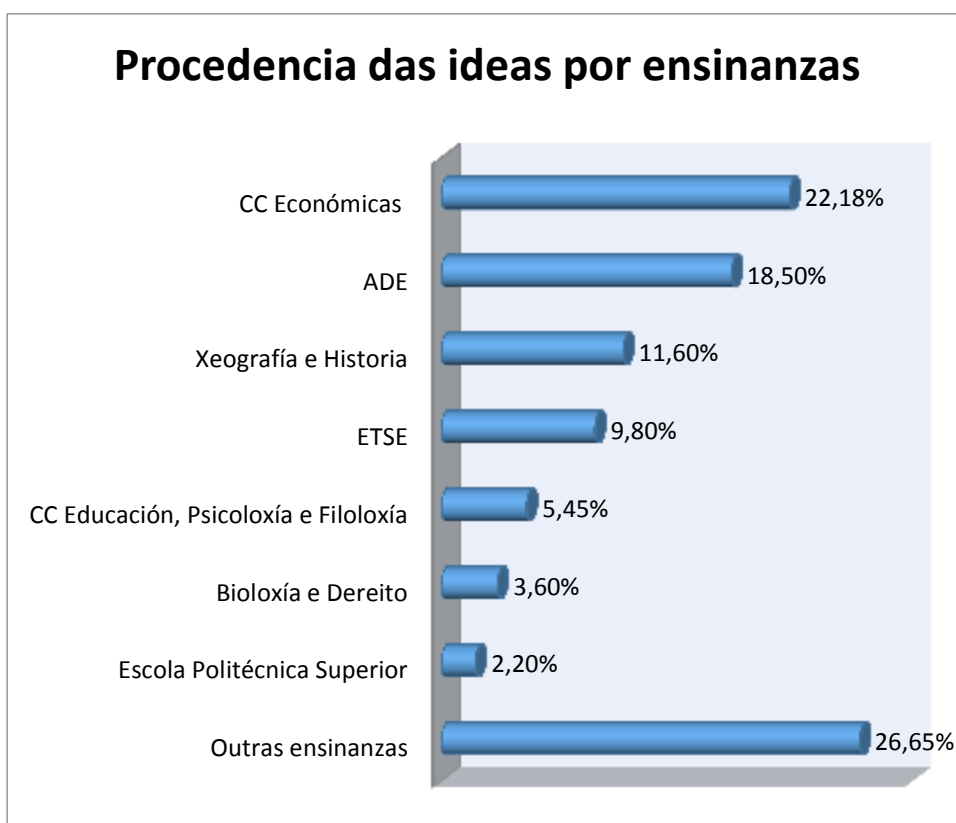
Centrándonos na participación por campus da USC, vemos que o 92,6 % das ideas proveñen do campus de Santiago e o 7,4 % do campus de Lugo.



Respecto á distribución por áreas temáticas das ideas, observamos na gráfica seguinte como a maioría se corresponden coas Ciencias Sociais e Xurídicas sendo a súa representación do 52%, seguidas das Ensinanzas Técnicas co 17%, as Ciencias Humanas co 13%, as Ciencias Experimentais co 11% e por último as Ciencias da Saúde que se atopan representadas polo 7% das ideas recibidas.



Se analizamos as ensinanzas das cales proveñen as persoas promotoras das ideas, vemos que Ciencias Económicas é a disciplina máis representada cun 22,18%, seguido moi de preto por Administración e Dirección de Empresas cun 18,50%. A continuación atopamos Xeografía e Historia que acada o 11,6 % do total. Da Escola Técnica Superior de Enxeñaría proveñen o 9,8% das ideas, e co 5,45% están Ciencias da Educación, Psicoloxía e Filoloxía. Resaltamos tamén a participación de ideas procedentes de Bioloxía e Dereito co 3,6 % e da Escola Politécnica Superior representada co 2,2 %. Co 26,65% restante atopamos a todas as demais disciplinas como Medicina, Enfermería, Farmacia, Ciencias Xurídicas e do Traballo, Química, Veterinaria, Óptica, Física...



3. RELACIÓN DAS IDEAS FINALISTAS

Nº	CÓDIGO	TÍTULO DA IDEA
1	3100	Adaptadores AstigmCorrector
2	3105	QualDIMUS piscicultura sostenible
3	3111	Ameiga
4	3171	Light transmission
5	3172	Look & Fit
6	3190	Háblame
7	3219	Buy and Return
8	3226	HuertoApp
9	3242	Garden Rate App
10	3250	galiciagarden.com
11	3292	VERSABOTIC
12	3325	CONTACTÚA: DO CONTO AO TEATRO
13	3378	Patrimonio cultural e novas tecnoloxías
14	3399	Biostarter: Levaduras autóctonas seleccionadas
15	3400	Sustratos SERS con polimeros e metais
16	3406	Células solares híbridas orgánico-plasmónicas

4. DESCRICIÓN DAS IDEAS FINALISTAS

3100	Adaptadores AstigmCorrector
Promotor	Justo Arines Piferrer
Facultade	Óptica e Optometría
Universidade	Universidade de Santiago de Compostela
Vinculación	Doutorando
Descrición da idea	<p>A observación a través de oculares incorporados normalmente en microscopios, lupas binoculares, sistemas de observación oftalmolóxica, telescopios, prismáticos, etc, vese limitada principalmente pola miopía/hipermetropía e astigmatismo que presenta o ollo do observador.</p> <p>Os oculares actuais permiten correxir tanto a miopía como a hipermetropía, pero non o astigmatismo. Existen algunhas empresas que comercializan adaptadores para correxir o astigmatismo do observador/a, pero estes adaptadores son magnitude fixa, de forma que soamente poden correxir astigmatismos da mesma cantidade. Se temos tres persoas observadoras con por exemplo 1D, 2D e 3D de astigmatismo, necesitaríamos comprar tres adaptadores distintos, un para cada magnitude. A variabilidade na orientación do astigmatismo solvéntase permitindo a rotación do adaptador.</p>
Produto/ Servizo	<p>Proponse un sencillo complemento para oculares que permite correxir diferentes magnitudes de astigmatismo e eixes.</p> <p>Desta forma un único adaptador poderíase usar cun gran número de persoas observadoras sin máis que adaptar a magnitude do astigmatismo á demanda do observador ou observadora.</p> <p>Así só se necesitaría adquirir un adaptador para que os tres observadores/as do exemplo anterior poideran observar cómodamente a través do ocular. A corrección anterior para distintos eixes solvéntase permitindo a rotación do adaptador.</p>
Cientela	<p>A posible clientela son todos e todas as usuarias de oculares. Como os oculares se usan nun sinfín de sistemas ópticos (microscopios, lupas, telescopios, prismáticos, mirillas telescópicas...) este usuario abarca profesionais como médicos/as, científicos/as, profesores/as, xoieiros/as e aficionados/as á astronomía entre outros/as.</p>

Competencia	A principal competencia está representada pola empresa Televue que comercializa o adaptador Televue DIOPTRX Astigmatism Correction Telescope Lenses por un precio de 100 dólares aproximadamente. Pero estos elementos son de magnitude fixa de forma que sóamente poidan corrixer o astigmatismo de persoas coa mesma magnitude, persoas con astigmatismos maiores ou menores aos que corrixer o adaptador non verían corrixido o seu astigmatismo.
Carácter Innovador	A innovación radica en propoñer un corrector de astigmatismo de magnitude e eixe variable propoñendo desta forma un adaptador válido para posibilitar a observación nitida a través de oculares a unha poboación de observadores/as con astigmatismo de eixe e magnitude dispar.
Disposto	Só
Tempo de posta en marcha	Ningún, xa está madura

3105	QualDIMUS piscicultura sostenible
Promotora	Maruxa Álvarez Jimenez
Facultade	Ciencias
Universidade	Universidade de Vigo
Vinculación	Persoal Docente
Descrición da idea	<p>QualDIMUS é unha iniciativa empresarial de base tecnolóxica dentro do sector da biotecnoloxía alimentaria aplicada á acuicultura de peixes. Ten como misión principal asesorar no desenvolvemento dun novo concepto de alimentación para a acuicultura baseado na integración de tres aspectos básicos que afectan á supervivencia e estado dos peixes: a calidade da dieta, a calidade do mucus que recubre a pel dos peixes e a susceptibilidade a contraer infeccións (QualDI + QualMU + QualS).</p> <p>Os servizos que ofrecería QualDIMUS á súa clientela serían os seguintes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avaliación e diagnóstico do estado dos peixes en base á composición do seu mucus cutáneo. • Asesoramento sobre a composición do penso máis axeitado para un grupo de peixes (especies e estadios) a fin de reducir o seu risco a contraer infeccións. • Seguemento do estado dos peixes. • Venta dunha licencia do uso dun software a disposición da clientela para o seu uso na nube (SaaS) e que relacione o estado do peixe coa susceptibilidade a contraer infeccións bacterianas. A aplicación desenvolveríase en base a un modelo matemático personalizado para cada caso, que integre datos da calidade do mucus, calidade da dieta e susceptibilidade a infeccións para unha especie de peixe e unhas condicións específicas.
Produto/ Servizo	<p>QualDIMUS utiliza o mucus cutáneo dos peixes como indicador temperán do estado dos peixes, ofrecendo unha gran vantaxe sobre o análise invasivo doutros tecidos, xa que o mucus rexenérase de maneira continua e a unha taxa elevada de produción.</p> <p>QualDIMUS ofrece tamén un servizo de asesoramento sobre a composición do penso máis efectiva para determinadas especies e estadios do ciclo de vida dos peixes, a fin de reducir o seu risco a contraer infeccións.</p>
Clientela	<p>QualDIMUS aporta solucións tecnolóxicas efectivas a unha necesidade real que teñen todas as empresas de piscicultura: reducir a mortandade que afecta aos peixes como consecuencia de desamaños nutricionais e infeccións, aumentando así os resultados económicos e a eficiencia destas explotacións. O público obxectivo son empresas de acuicultura de peixes e fabricantes de pensos e probióticos, que son a súa vez provedores das piscifactorías.</p>

Competencia	<p>Ademáis das medidas de prevención e tratamento desenvoltas polas empresas fabricantes de vacunas e antibióticos, os sistemas que se veñen utilizando para avaliar o estado da saúde dos peixes son análises microbiolóxicas da auga, observación individual de exemplares en búsqueda de infeccións e o sacrificio de varios individuos.</p> <p>QualDIMUS traballa en base a datos reais que permiten avaliar o estado dos peixes a partir dun sinxelo análisis do seu mucus cutáneo.</p>
Carácter Innovador	<p>QualDIMUS analiza de forma integral o efecto da composición da dieta con grao de susceptibilidade dos peixes a contraer infeccións por microorganismos, incluíndo no estudo tanto o efecto da composición e orixe proteico da dieta e na composición elemental do mucus, como a relación entre estes dous factores e a susceptibilidade dos peixes a contraer enfermidades de orixe infeccioso.</p>
Disposta	<p>Con outros e outras socias</p>
Tempo de posta en marcha	<p>Entre 6 e 12 meses</p>

3111	Ameiga
Promotora	M ^a de los Ángeles Martínez Estevez
Facultade	Informática
Universidade	Universidade de A Coruña
Vinculación	Titulada
Descrición da idea	O nome da empresa é Ameiga, e a finalidade da mesma é ser un referente no desenvolvemento de video xogos para dispositivos móbiles dende Galicia.
Produto/ Servizo	<p>Estamos traballando en 3 xogos diferentes, onde cubrir o rango de tecnoloxías máis incipientes, buscando ter, no apartado de interacción entre o usuariado e o dispositivo, o noso principal valor diferencial.</p> <p>Dos tres xogos iniciais, actualmente atopámonos na produción dun xogo de estratexia, que gracias ás posibilidades do xogo multiusuario e ao uso de técnicas de xeolocalización e realidade aumentada, buscamos que o usuariado, se sinta inmerso na conquista do territorio onde vive.</p> <p>Temos outros produtos, con datas posteriores de lanzamento. Están en pre-producción dous proxectos con enfoque en tecnoloxías de vangarda como pode ser o uso de WebGL, uso de comandos de voz, para manexar o persoaxe, ou un xogo onde buscaremos a integración de dispositivos móbiles con minirobots que permitan aos nenos e neas realizar interaccións por eles/as mesmos/as e posiblemente realizar os seus propios desenvolvementos.</p>
Cientela	<p>Según os datos aportados por un recente estudio de mercado realizado pola consultora Newzoo, dos 19,5 millóns de xogadores e xogadoras cos que conta o mercado de entretemento dixital en España, o 31,1% (6 millóns) xogan indistintamente en todas as plataformas dispoñibles.</p> <p>O usuariado ao que vamos dirixidos é aos 13,7 millóns que usan Smartphone e aos 5 millóns que prefiren usar tablet. Estes datos refírense a España, a nova visión é distribuír video xogos a nivel mundial.</p>
Competencia	No mercado só existe un video xogo para móbiles que poderíamos comparar co noso, pero en vez de velo como un inconvinte, podemos demostrar que é unha vantaxe, xa que por varios motivos, como pode ser o éxito do xogo e a compañía que o avala, demostra que un produto como este ten cabida no mercado de dispositivos móbiles.

Por tanto a nosa competencia directa chámase Ingress, creado por Niantic Labs dos laboratorios de Google, este proxecto de Google xurdíu dun departamento de google Earth. Ingress lanzouse en novembro de 2013 como unha beta, só se accede por invitación. En outubro de 2013 deixa de ser beta e ábrese a todo o público, pero só está dispoñible para sistema operativo Android.

Cabe destacar que con só 3 factores, tales como 1º, ten só 1 ano e medio de vida, 2º, a maior parte da súa actividade foi unha beta e 3º, só está dispoñible nunha plataforma (Android mantida por Google), alcanzou preto dos 2.000.000 de usuarios e usuarias.

**Carácter
Innovador**

O noso primeiro produto, War of Sides é un video xogo, desenvolto para utilizar as últimas tecnoloxías integradas nos dispositivos móbiles. As características innovadoras tecnolóxicas son: o uso da xeolocalización, xiroscopio e realidade aumentada.

Non obstante a verdadeira revolución non está tanto na tecnoloxía usada, senón no modo en que a implementamos, xa que conseguimos que éstas interactúen entre sí dentro dun video xogo e en tempo real.

Neste momento, as aplicacións que hai no mercado, utilizan as tecnoloxías de forma separada e para outros ámbitos.

Disposta

Con outros socios ou socias

**Tempo de posta
en marcha**

Ningún, xa está madura

3171	"Light transmission"
Promotor	Jacobo Villar Pombo
Facultade	Ciencias Económicas e Empresariais
Universidade	Universidade de Santiago de Compostela
Vinculación	Doutorando/master/posgrao
Descrición da idea	<p>Implantar sistemas de transmisión e recepción de información mediante espectro visible (Luz LED) como substituto aos sistemas actuais de onda WiFi, Bluetooth, Wimax, etc .</p> <p>Na actualidade existe conciencia do perxuízo que producen os sistemas de transmisión radio. Provocan diferentes doenzas no corpo humano. Por outra banda, estes sistemas de transmisión proporcionan pouca seguridade e privacidade. A todo isto súmase que os sistemas radio de gran capacidade non operan en determinados entornos (acuáticos por exemplo). Tamén están limitados en lugares coma hospitais, avións, etc., onde poden interferir con outros aparatos de transmisión.</p> <p>A eficiencia enerxética e os dispositivos LED son o soporte material, que ademáis de iluminar, tamén son os dispositivos empregados para a transmisión. Ao seu corrente uso e auxe para iluminar, súmaselle a posibilidade de transmisión de datos de forma segura e inocua.</p>
Produto/ Servizo	<p>O servizo sería a implementación de sistemas de transmisión de Información mediante luz. O produto base serán dispositivos LED, que ademáis de iluminar, tamén transmitirán información a dispositivos electrónicos. Sexa por exemplo, un semáforo, a luz dunha oficina, dun hospital, dun avión, bombilla led dun vehículo...</p> <p>Plantéxase como substituto a sistemas de transmisión de información por onda (coma o WiFi). Ademáis a nosa proposta non ten rival no uso da tecnoloxía (non hai empresas aínda).</p> <p>Por outra banda existe conciencia social sobre os problemas das ondas sobre a saúde, operatividade e seguridade. Estamos nun océano azul. Non existen empresas que ofrezan este servizo (tecnoloxía) en España (aínda). Co noso proxecto tratamos de ofrecer un servizo e produto inocuo para o ser humano. Ademáis da total seguridade nun entorno cerrado. Para a transmisión é necesaria a visión directa entre o transmisor e o receptor, polo que calquera ataque á seguridade é imposible, a diferenza da onda que supera as paredes.</p> <p>Á oportunidade ven fixada polas vantaxes de transmisión por espectro visible (seguridade, inocuo, uso en diferentes ambientes acuáticos, hospitais...). Súmaselle o feito do auxe do dispositivo LED, que terá un uso, ademáis de iluminar con eficiencia enerxética, poder transmitir información (sustituíndo o sistema por ondas en determinados entornos)</p>

Cientela	<p>Utilizamos a segmentación para precisar á clientela á que nos diriximos. Dado o carácter xenérico da tecnoloxía, distinguiremos clientes e clientas do ámbito domésticos (sensibles á exposición ás microondas) e entidades. No caso das entidades, distinguir públicas e privadas. Véxase as entidades públicas (coma bibliotecas, universidades, hospitais...) e privadas (empresas). Todas elas poden precisar esta tecnoloxía como substitutiva da WiFi, a cal interrompe e afecta a determinados instrumentos. A transmisión por luz non. Ademáis, ao seren inocuo ao corpo, ofrecen garantía á saúde.</p> <p>Outra segmentación sería por uso da clientela:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clientes/as sensibles ou concienciados cos efectos das ondas. A tecnoloxía de luz é inocua. - Clientela (empresas, entidades públicas ou privadas, consumidores domésticos) sensible á privacidade. <p>A transmisión por espectro visible LED ofrece total seguridade, dado que se a luz queda atrapada dentro das paredes, é invulnerable dende fóra. Operatividade en diferentes entornos: en avións e medio acuático, a transmisión mediante luz é posible. Non o é mediante onda.</p>
Competencia	<p>Estamos nun océano azul. Non existen empresas que ofrezan este servizo (tecnoloxía) en España (aínda).</p>
Carácter Innovador	<p>En primeiro lugar, a idea nace de 2 proxectos de máster: "Máster en fotónica e tecnoloxías de láser" e "Máster en dirección de Pymes".</p> <p>Os dous partícipes da idea de negocio temos esas titulacións. Por ende, o I+D son unha constante académica para ambos, e queremos poñer en práctica o noso proxecto "light transmission".</p> <p>Resulta evidente que é innovador, pois non existe competencia en España. Ademáis, vistos os inconvintes das ondas, a curto/medio prazo a transmisión de información por luz será unha realidade. Ofrece seguridade, é inocuo para o corpo humano e ten operatividade en todos os entornos. As cidades intelixentes nas que se recibirá información mediante a transmisión por luz serán unha constante nas nosas vidas cotiás. Sen embargo, a nacente tecnoloxía deberá incorporarse a soportes de aforro enerxético. As luces LED son por tanto e polo momento, o noso sistema de base: iluminarán e transmitirán información.</p>
Disposto	<p>Con outros socios ou socias</p>
Tempo de posta en marcha	<p>Ningún, xa está madura</p>

3172	Look & Fit
Promotor	Adrián Paramés González
Facultade	CC Educación y Deporte
Universidade	Vigo
Vinculación	Investigador
Descrición da idea	<p>O 50% das persoas maiores de 18 anos sufren obesidade ou sedentarismo. Co obxectivo de revertir esta situación xorde e o proxecto Look&Fit, que busca optimizar os recursos das cidades para a práctica de actividade física. Deste modo ofrécese á poboación unha ferramenta que amosa o tipo de actividade que debe desenvolver para a consecución de melloras na súa condición física.</p> <p>Recientemente un estudio universitario demostrou que o 77,7% das persoas que van ás zonas deportivas a practicar exercicio, non saben a actividade que deben realizar. Ademáis esta investigación confirmou que a mellor forma para ensinar estos exercicios é mediante a utilización de vídeos. Por iso propoñemos colocar nas zonas deportivas códigos Qr con vídeos encriptados vinculados a unha web. Isto permite ao usuariado de forma gratuita, ver un vídeo que amose cómo desenvolver un programa de exercicios no seu entorno, mellorando a súa saúde e previndo posibles lesións pola execución incorrecta de exercicios.</p> <p>No seguinte enlace pódese ver unha experiencia piloto nun área deportiva do Parque de Castrelos de Vigo: www.lookfit.es Vídeos de exercicios clasificados por nivel de dificultade en: http://lookfit.es/entrenamiento/</p>
Produto/ Servizo	<p>O produto que comercializaríamos sería o de vídeos explicativos, accesible a todo o mundo, que permitan coñecer a correcta execución técnica de exercicios físicos saudables. Estes vídeos encriptaríanse en códigos Qr e a súa temática poderíase adaptar a:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Espacios ao aire libre como a experiencia piloto de Castrelos nun área deportiva, con vídeos explicativos sobre a correcta utilización de cada unha das máquinas. http://lookfit.es/entrenamiento/ 2. Espacios ao aire libre sen ningún tipo de equipamento deportivo, amosando os posibles exercicios nesa zona ou parque. Temos un exemplo con exercicios de: estiramento: http://lookfit.es/estiramientos/ carreira: http://lookfit.es/carrera/ Podería adaptarse da mesma forma para exercicios de musculación. 3. Ximnasia low cost con escaso equipo de monitoras e monitores deportivos e un gran volume de usuariado, ao que non poden explicar a correcta execución de cada unha das máquinas. 4. Clínicas de fisioterapia e rehabilitación que mandan aos/as pacientes exercicios específicos para realizar nas súas casas. É difícil recordar a correcta execución, e un vídeo ilustrativo favorecerá recordar ese exercicio. 5. Editoriais da saúde e especialmente do ámbito deportivo, que utilizan longas descrições para explicar: exercicios, movementos técnicos, movementos tácticos... que se poderían substituír por un rápido e intuitivo vídeo ilustrativo.

<p>Clientela</p>	<p>Diferentes estudos da Organización Mundial da Saúde (OMS) indican que entre o 25% e o 30% da poboación xuvenil galega presenta sobrepeso, e do 12 ao 16% obesidade. Sendo este a orixe da alta taxa de obesidade en persoas adultas, con máis do 50% de persoas de máis de 18 anos con problemas de sobrepeso ou obesidade.</p> <p>Por tanto con este proxecto preténdese fomentar a práctica de actividade física das persoas sedentarias e mellorar a calidade dos exercicios das persoas activas, para reducir estes datos que nos colocan como unha das peores Comunidades de España. Así o produto iría dirixido a todas aquelas persoas que se desprazan a zonas deportivas e non teñen claro a actividade que deben realizar, nin cómo realizala.</p>
<p>Competencia</p>	<p>Tras realizar búsquedas por internet sólo coñecemos unha empresa en Montreal - Canadá que utiliza esta metodoloxía de ensinanza de exercicios, o seu nome é Trekfit.</p>
<p>Carácter Innovador</p>	<p>Trátase dunha idea innovadora debido a que nela únase tecnoloxía e deporte. Dentro do contexto do sedentarismo no que está inmersa a sociedade actual, mediante Look&Fit dase unha solución para que todas as persoas poidan acceder a vídeos sobre a correcta execución de exercicios físicos de forma gratuita. O acceso é rápido e intuitivo, facilitando o acceso en calquera momento e dándolle autonomía ao usuario. Á súa vez tense demostrado que o uso de códigos Qr para acceder a vídeos, é unha forma axeitada para optimizar os espazos ao aire libre das cidades, permitindo de forma innovadora a práctica de actividade física de forma segura e previndo posibles lesións pola execución incorrecta de exercicios.</p>
<p>Disposto</p>	<p>Con outros socios ou socias</p>
<p>Tempo de posta en marcha</p>	<p>Ningún, xa está madura</p>

3190	Háblame
Promotora	Soraya Cortiñas Ansoar
Facultade	Filoloxía
Universidade	Santiago de Compostela
Vinculación	Doutoranda/master/posgrao
Descrición da idea	<p>Háblame preséntase como unha nova metodoloxía educativa de base tecnolóxica centrada en actividades predeseñadas na que se prima a estimulación lingüística en etapas temperás como impulsora do coñecemento e facilitadora da aprendizaxe de segundas linguas.</p> <p>O noso proxecto consta dun portal e aplicación web que integra a toda a comunidade educativa facilitándolle os coñecementos, actividades e recursos necesarios para levar a cabo tarefas de estimulación lingüística en etapas temperás (2-5 anos).</p>
Produto/ Servizo	<p>Ofrecemos un servizo principal: Háblame 3.0.</p> <p>"Háblame 3.0" trátase dunha plataforma que consta dun servidor web no que se ofrecen dous niveis de acceso (ACCESO PRIVADO, con información xeral sobre o proceso de adquisición da lingua e ACCESO PÚBLICO, cun espazo para actividades e xogos interactivos, un foro para intercambiar coñecementos e inquietudes sobre adquisición da lingua e un diario para que os usuarios poidan ser conscientes do progreso lingüístico dos cativos cos que se traballe coa nosa plataforma).</p>
Clientela	O noso mercado obxectivo son os centros educativos privados con prestixio recoñecido e recursos propios.
Competencia	Realizouse un estudo de mercado e da competencia e comprobouse que actualmente existen escolas especializadas no método Montessori ou na exercitación de diversas capacidades en etapas temperás (Brain Gim, Ábaco Soroban, Intelixencia Emocional...) que contan con centros propios e profesorado específico. Sen embargo, non ofrecen servizos directos a centros (Nenoos, Luscofusco, A avoaescola, Centro Humana...) nin consideran a exercitación da linguaxe como facilitador do desenvolvemento posterior do neno ou nena.

<p>Carácter Innovador</p>	<p>Presentamos unha metodoloxía innovadora de estimulación lingüística en etapas temperás, baseada nos resultados obtidos nunha investigación que se levou a cabo mediante a observación dos intercambios comunicativos de diferentes suxeitos durante catro anos consecutivos en garderías públicas (tese doutoral). Nesta metodoloxía, involúcrase a toda a comunidade educativa e facilitáanse recursos para o desenvolvemento lingüístico de nenos e nenas en etapas temperás, para a aprendizaxe de linguas estranxeiras, e par a detección de problemas no desenvolvemento lingüístico dos pequenos e pequenas, claves no sistema educativo actual. A plataforma que "Háblame 3.0" pon ao servizo dos centros educativos esta metodoloxía de traballo, rica en recursos educativos. Á súa vez, o contacto directo e continuo cos usuarios da mesma aporta valor ao proxecto empresarial. Non se trata dun proxecto estático, se non que se presenta como unha solución que debe ser aplicable en etapas temperás para solventar o fracaso escolar imperante, solución que irá adquirindo funcionalidades segundo as necesidades que teñan os usuarios do servizo.</p>
<p>Disposta</p>	<p>Con outros socios e socias</p>
<p>Tempo de posta en marcha</p>	<p>Entre 6 e 12 meses</p>

3219	Buy and Return
Promotor	Alejandro Cobelo Pardo de Donlebun
Facultade	Ciencias Económicas e Empresariais
Universidade	Santiago de Compostela
Vinculación	Estudiante
Descrición da idea	<p>Nos últimos anos, o noso Goberno lanzou numerosas campañas publicitarias a favor da reciclaxe co fin de concienciar á sociedade actual. Pero, ¿tiveron estas o efecto positivo que se esperaba delas? Os datos apuntan a que non. España segue á cola de Europa en reciclaxe de residuos urbáns. Máis do 70% destes residuos acaban en vertedoiros. Co fin de incentivar esta acción e combater na protección do medio ambiente, preséntolles este proxecto baixo o lema "Buy and Return".</p> <p>Esta idea innovadora consiste en incentivar a acción de reciclar no cidadán de a pe, evitando así que envases de vidro acaben no contenedor equivocado ou, no peor dos casos, nas rúas das nosas cidades. ¿Cómo desenvolver esta idea? É un proceso sinxelo. A través dunhas máquinas de reciclaxe situadas nos supermercados onde se realice a compra destes, Cando a clientela introduce o envase valeiro, a máquina devólvelle un ticket cunha cantidade de diñeiro que pode gastar en dito establecemento. O "money back" dependerá da capacidade do envase, e por suposto, da cantidade destes que devolva.</p> <p>¿Qué partes se benefician?</p> <ul style="list-style-type: none"> - A clientela, porque parte do gasto que realiza no supermercado se lle devolve mediante un sinxelo xesto, depositar o envase valeiro na máquina situada nel. - As empresas proveedoras, porque mediante esta acción aforran custos de produción xa que recuperan os envases para a súa reutilización. - O supermercado, porque fideliza á clientela a través do uso do ticket que lle devolve a máquina. Además mellora a súa imaxe de marca asociada ao consumo responsable dende o punto de vista medioambiental. - Ao Goberno, porque a través da empresa e a súa clientela aforra a inversión que, sin esta iniciativa, sería responsabilidade do Estado. A parte da imaxe pública que transmite. - E sobre todo á sociedade, porque se protexería o medioambiente e se concienciaría á poboación dos beneficios de incorporarse á filosofía do reciclaxe. <p>A modo de resumen, "Buy and Return" é un proxecto pensado para protexer o medio ambiente, incentivando ao cidadán a reciclar. Recicle y matenña limpas as súas rúas.</p>

Produto/ Servizo	Todos os produtos envasados en vidrios de todos os establecementos onde estén instaladas as máquinas de reciclaxe.
Cientela	O público obxectivo desta idea son a clientela, que sexa consumidora frecuente de produtos envasados con vidro, dos supermercados.
Competencia	Os contenedores de reciclaxe público
Carácter Innovador	O proceso de reciclaxe de vidro consiste na recollida indiscriminada do mesmo e o seu transporte ás plantas de reciclaxe de onde sae o vidro que obriga ás empresas á elaboración de novos envases. Co "Buy and Return" esta idea do reciclaxe é diferente. A través do "money back" incentívase á sociedade a devolución do envase en perfectas condicións, permitindo así á empresa envasadora dos produtos a consumir, un aforro á hora de obter o precio final do seu produto.
Disposto	Con outros socios ou socias
Tempo de posta en marcha	Ningún xa está madura

3226	HuertoApp
Promotora	Eva Fernández Rodríguez
Facultade	Escola de Enxeñaría de Telecomunicacións
Universidade	Vigo
Vinculación	Titulada
Descrición da idea	<p>Creación dunha multiplataforma dixital con diversas ferramentas que dan soporte integral para desenvolver a túa horta na casa, proporcionando monitorización, control e seguemento de tódalas fases do proceso de cultivo, dende a sembra ata a colleita.</p> <p>Permitimos que calquera persoa poida adentrarse no engaiolante mundo da horticultura, independentemente do seu nivel de experiencia nesta materia. As nosas ferramentas tecnolóxicas inclúen acceso á información de forma sinxela e intuitiva, permitindo unha experiencia de usuario ou usuaria satisfactoria e aportando á nosa clientela a posibilidade de consumir produtos frescos froito do propio esforzo.</p>
Produto/ Servizo	<p>– Wiki onde se inclúe toda a información de referencia – Comunidade de usuarios e usuarias con foro especializado onde interactuar e compartir experiencias. Ademáis, no propio foro poderanse facer consultas a persoas expertas en diferentes aspectos desta temática. – Aplicación móbil que guía ao usuariado durante tódalas fases, axudando a monitorizar e realizar un seguemento dos cultivos a través de alarmas de diferente índole (de rego, plagas, etc.) e consellos persoalizados.</p>
Clientela	O público obxectivo está composto por aquelas persoas interesadas na agricultura, saúde, comida sana, ecoloxía e ámbitos relacionados con estas terminoloxías.
Competencia	<p>Existen diversos competidores que podemos subdividir en función da ferramenta na que se centran:</p> <p>– Aplicación móbil: Neste apartado podemos mencionar Tu Huerto en Casa ou iHuerting</p> <p>– Páxina web informativa: como por exemplo a web infojardín.com</p> <p>Estos competidores céntranse nunha das ferramentas e non integran o proceso completo e interactivo que permite a nosa multiplataforma.</p>

XIV CONCURSO DE IDEAS EMPRESARIAIS INNOVADORAS DA USC

Carácter Innovador	Non nos limitamos a ser unha simple base de datos senón que imos máis aló, ofrecendo unha experiencia persoalizada ao longo de todo o proceso de cultivo e integrando as diferentes ferramentas para cubrir todas as necesidades. Ademáis, incluímos o valor engadido da simbiose entre tradición agrícola e TICs tendo en conta aspectos como a influencia da lúa.
Disposta	Con outros socios ou socias
Tempo de posta en marcha	Ningún xa está madura

3242	Garden Rate App
Promotor	Daniel Manuel Alves
Facultade	Escola técnica de Enxeñeiros de telecomunicacións
Universidade	Vigo
Vinculación	Estudante
Descrición da idea	<p>Creación dun dispositivo para monitorizar as necesidades nutritivas dos produtos agrícolas así como a invención dun procedemento de rego e fertilización mineral.</p> <p>Este sistema incluírá sensores que entren en contacto co cultivo e detecten as súas carencias nutritivas en cada fase. Cando esta situación suceda, o usuario ou usuaria recibirá unha alerta no seu dispositivo móbil e poderá activar o procedemento automático de rego e fertilización mineral.</p>
Produto/ Servizo	<p>A empresa comercializará por separado o dispositivo de monitorización e o sistema de rego e fertilización mineral. Desta forma, para usuarios ou usuarias con menos posibilidades económicas, con maior dispoñibilidade para adicarse aos seus cultivos ou cun risco menor se se produce a perda colleita, comercializarase o dispositivo de monitorización por separado que, ademáis de informar sobre as necesidades do cultivo, incluírá a detección de variables de entorno tales como a temperatura.</p> <p>Por outro lado, para outro tipo de usuariado comercializarase un formato pack que incluírá tanto o dispositivo de monitorización como a instalación do procedemento de rego e fertilización mineral. Este pack tamén poderá incluír unha aplicación para dispositivos móbiles onde recibir avisos se algún dos parámetros varía fóra do rango considerado como adecuado. Nesta aplicación, tamén se poderá activar automaticamente o sistema de rego e fertilización mineral.</p>
Clientela	Estos servizos oriéntanse a un público moi amplo no que se inclúen tanto profesionais do mundo agrícola como persoas con menos coñecementos. Isto débese ás diferentes ofertas de comercialización dos produtos, adaptables aos requisitos de cada usuario e usuaria.
Competencia	<p>Existe unha patente sobre un procedemento e dispositivo para o cultivo hidropónico orientado ao cultivo sen facer uso de terra.</p> <p>Non obstante, a nosa idea está pensada para a agricultura convencional polo que non habería colisión. Existen tamén investigacións abertas para o control da vide e o olivo como a que fan as empresas CUBENUBE ou Solfranc Tecnoloxías.</p>

XIV CONCURSO DE IDEAS EMPRESARIAIS INNOVADORAS DA USC

Carácter Innovador	<p>Esta idea é diferente porque monitorizamos os cultivos en función das súas necesidades nas diferentes fases polas que pasan, adaptando as mensaxes emitidas ós coñecementos dos nosos interlocutores.</p> <p>Ademáis, incluimos a comodidade de permitir o control da nutrición, rego e outros factores dende unha aplicación móbil que avisa en tempo real de cada incidencia.</p>
Disposto	Con outros socios ou socias
Tempo de posta en marcha	Entre 6 e 12 meses

3250	galiciangarden.com
Promotora	Eva Barcala Pérez
Facultade	Historia
Universidade	Santiago de Compostela
Vinculación	Doutorando/master/posgrao
Descrición da idea	<p>A idea consiste na creación dunha empresa de xestión e divulgación dos xardíns galegos a través dunha plataforma dixital plurilingüe (galego, castelán e inglés) e coa colaboración dun equipo multidisciplinar. Vinculados a aquela, polo tanto, deseñaranse e xestionaranse unha serie de proxectos, actividades e materiais didácticos pensados para a educación a partir do xardín, ao respecto da nosa flora e fauna, e a difusión do patrimonio cultural e natural de Galicia. En última instancia, a intención é a de avogar pola consolidación e exportación dun concepto rendible a distintos niveis, o Xardín Galego, e a través de tres pilares fundamentais: a investigación, a formación e o turismo.</p>
Produto/ Servizo	<p>Podemos dividir os servizos ofertados en catro bloques principais:</p> <p><u>Documentación e investigación:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> •Identificación de recursos culturais (relativos ao xardín) e plans estratéxicos de dinamización (Plan de turismo de xardíns de Galicia ou o impulso para a creación dun club do xardín galego que actúe facendo unha unidade conxunta dos xardíns históricos galegos cara ao turismo internacional, por exemplo) •Labor de estudio e documentación dos Xardíns, a paisaxe e paisaxistas do último século en Galicia. •Edición de contidos para webs, publicacións, audiovisuais, exposicións... •Informes valorativos. <p><u>Paisaxismo</u></p> <ul style="list-style-type: none"> •Deseño de xardíns e seguimento de obras. •Elaboración de estudos de paisaxe e plans de integración paisaxística. •Asesoramento en proxectos de paisaxismo e restauracións de xardíns históricos. •Informes, inventarios e catálogos. •Estudos previos a proxectos de paisaxismo. •Proxectos de investigación e posta en valor. <p><u>Difusión e interpretación</u></p> <ul style="list-style-type: none"> •Servizo permanente de guías-interpretes dos xardíns históricos. •Deseño de itinerarios e material interpretativo: paneis, rótulos, libro-guías, folletos... •Deseño e edición de contidos para rutas xardinísticas. (audioguías, aplicacións dixitais...) •Organización de exposicións e eventos culturais. <p><u>Formación</u></p> <ul style="list-style-type: none"> •Servizos e actividades didácticas para colexios, asociacións, institutos... •Obradoiros didácticos. Lecer educativo. •Cursos de xardinería e deseño de xardíns. •Organización de congresos, workshops, cursos...

Clientela	A clientela pode ser moi variada dependendo da actividade a realizar: dende a administración pública ou entidades sen ánimo de lucro e fundacións, ata outras empresas, entidades privadas ou particulares.
Competencia	Sí, existe un gran número de empresas que ofertan este tipo de servizos, pero a excepción dos relativos ao noso bloque de paisaxismo, o resto (investigación, formación e difusión) case nunca é aplicado ao xardín, senón a outros sectores, e menos aínda no xeito no que nos pretendemos plantexalo.
Carácter Innovador	<p>Porque se trataría da primeira empresa en Galicia adicada exclusivamente a difusión e estudo do xardín galego, desenvolvendo novos xeitos de interpretar, conservar e rendibilizar o importante patrimonio xardinístico galego.</p> <p>Ademáis o principal punto de acceso da empresa, por parte do público interesado é unha web que non só ten a misión de promocionar as nosas actividades e servizos, senón tamén a de informar sobre o xardín en Galicia, facilitando ao usuariodo interesado na xardinería, especialista ou non, unha guía de xardíns de Galiza actualizada e con información detallada.</p> <p>Ao mesmo tempo figurarán alí outras actividades relacionadas e ofertadas na nosa comunidade, dende festas tradicionais ligadas ao xardín e natureza, artigos de profesionais do sector, propostas vacacionais nos xardíns galegos.... Con todo isto aspiramos así a revalorizar o concepto de Xardín Galego e a destacalo como feito diferenciador dentro da oferta cultural e turística de Galicia.</p>
Disposta	Soa
Tempo de posta en marcha	Ningún, xa está madura

3292	VERSABOTIC
Promotor	Ricardo Veira Lorenzo
Facultade	Escola Universitaria Politécnica
Universidade	Universidade de A Coruña
Vinculación	Titulado
Descrición da idea	<p>Empresa de I+D+i, para o desenvolvemento de aplicacións de visión artificial e software offline que confira versatilidade e multifuncionalidade a robots industriais antropomórficos.</p> <p>Na actualidade non existe unha oferta de unidades robóticas que se poidan adaptar a procesos industriais con produtos heteroxéneos, como é o caso, por exemplo, do sector do moble onde en cada unha das pezas ao pintar ou barnizar difire, tanto en tamaño como en deseño da anterior.</p> <p>É dicir, os actuais fabricantes de robots e empresas integradoras de software ofrecen robots programados e dotados de utillaxe para realizar unha única función, deixando fora deste mercado a un innumerable grupo de pequenas e medianas empresas que non automatizan os seus procesos debido ao elevado coste que supón o cambio de utillaxes e a reprogramación dos robots para o tratamento de pezas diferentes.</p> <p>VERSABOTIC é un proxecto empresarial innovador e multidisciplinar fruto da colaboración público-privada entre persoas emprendedoras con vinculación e experiencia industrial en robótica e dous grupos de investigación da Universidade da Coruña, que conxuntamente desenvolveron unha serie de aplicacións, basadas en visión artificial e software offline para a adaptación de robots a procesos produtivos onde non existe unha homxeneidade de produtos e onde a inexistencia de automatización, fai que empresas con procesos moi intensivos en man de obra, sexan menos competitivas que aquelas outras ubicadas en mercados, coma o asiático, onde os costes salariais son considerablemente inferiores.</p>
Produto/ Servizo	<p>Desenvolvemento, produción e comercialización de Sistemas Robóticos e a súa integración en procesos produtivos, onde a maior flexibilidade e versatilidade que os utilizados na actualidade é unha das principais características deste produto e que contén as seguintes innovacións:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li data-bbox="392 1798 1362 1865">1. Integración dun software offline que permite eliminar tempos de reprogramación. <li data-bbox="392 1906 1362 2007">2. Incorporación de visión artificial ao sistema co obxecto de prescindir do cambio de utillaxes e reducir o número dos mesmos para realizar idéntica función.

O produto en concreto constará de: un robot industrial antropomórfico, as aplicacións de visión artificial e software offline para dito robot, a integración no proceso produtivo da clientela e as actividades de atención ao cliente/a e mantemento pertinentes.

O catálogo de produtos da empresa, inclúe tantos produtos coma diferentes tipoloxías de empresas, con variados procesos produtivos como poidan existir, non estando, por tanto, suxeitos, nin dependentes de clientela dun sector produtivo concreto. De igual modo, a existencia de diferentes empresas provedoras de robots, fai máis viable a elección dunha delas, poidendo dispoñer dun poder de negociación considerable respecto a estas.

Clientela

PEMES de mercados nacionais e internacionais de diferentes sectores produtivos, como poden ser a industria manufacturera dedicada ao mobiliario, cerámica, xoguete, accesorios do fogar, etc., cuxo acceso á automatización dos seus procesos é inalcanzable, nestos momentos, ao non existir unha proposta tecnolóxica que garantice a versatilidade y axilidade dos robots industriais, para este tipo de empresas con produción variable.

De ahí que, a oferta actualmente existente no mercado non sexa interesante para ditas empresas, xa que supoñen un incremento de costes considerables pola perda de automatización no proceso, cada vez que unha peza diferente é manufacturada, debido aos tempos empregados, tanto no deseño de novos utillaxes, como na reprogramación do software asociado ao robot.

Competencia

A non existencia dunha tecnoloxía ad hoc para a automatización dos procesos de empresas de produción variable, dota dunha vantaxe competitiva considerable ao proxecto. Non obstante existen certas ameazas de entrada nestos mercados de produtores e integradores que actualmente ignoran este tipo de empresas. En concreto, as enxeñarías de software que desenvolven produtos para o mercado aeroespacial e de automoción, poderían acceder á nosa potencial clientela, pero o tamaño destes sería a súa principal barreira de entrada.

O modelo de negocio das grandes empresas de robótica (ABB Robotics, KUKA, Yaskawa Motoman, FANUC...) non é a integración, ao estar enfocadas, tamén a sectores como a automoción, aeroespacial, etc. De ahí que, máis que competencia poden chegar a ser parners estratéxicos da nosa empresa.

Carácter Innovador

O carácter innovador deste proxecto baséase na utilización da tecnoloxía, é dicir no software offline e os elementos de visión artificial, desenvolto por dous grupos de investigación da Universidade da Coruña para a súa incorporación a robots, dotándoos dunha maior versatilidade e flexibilidade, para ser utilizados en procesos de produción variable, o que se traduce nunha innovación de produto ao diferenciarse considerablemente da oferta existente no mercado. Por outra parte, podemos considerar unha innovación de aplicación debido á creación dun novo mercado para PEMES de carácter industrial.

Todo esto, proporcionará aos produtos da empresa unha vantaxe competitiva sustancial, que favorecerá a xeración dun modelo de negocio innovador tanto polo tipo de clientes ao que se terá acceso, como pola proposta de valor plantexada. Á tecnoloxía debemos añadir un equipo multidisciplinar composto por persoal investigador universitario, persoal enxeñeiro con experiencia industrial e persoal xestor cunha traxectoria dilatada no mundo dos negocios que complementa e sustenta a un proxecto tan innovador.

Disposto

Con outros socios ou socias

**Tempo de posta
en marcha**

Ningún xa está madura.

3325	CONTACTÚA: DO CONTO AO TEATRO
Promotor	Pablo Culebras Sánchez-Biezma
Facultade	Facultade de CC.Económicas e Empresariais
Universidade	Santiago de Compostela
Vinculación	Doutorando/master/posgrao
Descrición da idea	Empregar o proceso de transformación dun texto dixital nunha obra teatral para incentivar as competencias comunicativas (lectoras, de expresión oral e de uso das TIC) entre os nenos e nenas de Infantil e Primaria, co fin de evitar os malos resultados que demostran nas devanditas competencias cando chegan a cursos máis avanzados.
Produto/ Servizo	<p>Os produtos a comercializar serían unha serie de libros en versión impresa e dixital interactiva para encerados electrónicos, dirixidos a alumnos e alumnas de último ano de Educación Infantil e de 1º e 2º curso de Primaria (5, 6, 7 anos).</p> <p>As características destes libros serían as seguintes:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Cada un deles estaría composto por un conto, unha serie de actividades relacionadas con este (preguntas, adiviñas, xogos) e unha adaptación do conto en forma de breve guión de teatro. * Cada conto centraríase nun ambiente xeográfico concreto, tomando sempre a realidade galega como referente. Deste modo, os nenos e nenas irían descubrindo os espazos da casa; a cidade, a vila e a aldea; as rías, illas e mariñas; os ríos e brañas; os bosques e vales; a alta montaña... tomando como exemplos as distintas bisbarras de Galicia. * Os e as protagonistas dos contos serían animais típicos das distintas bisbarras, e ao mesmo tempo, representarían as profesións e modos de vida típicos das súas xentes. * O obxectivo sería introducir ao neno ou nena no coñecemento do seu ámbito social e natural, indo do máis próximo (medio social) ao máis afastado (medio natural). <p>Todo iso levaríase a cabo mediante un proceso de integración de varias ferramentas comunicativas e coñecementos de distintas áreas que pode esquematizarse nunha serie de transicións que serían as seguintes:</p> <p>a) Do conto ao teatro . O fío condutor de tódalas actividades sería a tarefa de converter un conto nunha pequena obra de teatro representada polos propios nenos e nenas. Isto permitiría manter un enfoque práctico na aprendizaxe, e xeraría o estímulo de facer unha obra colectiva entre os e as compoñentes do grupo. Penso que o teatro resulta un medio idóneo para cumprir algúns dos elementos transversais que define a LOE / LOMCE para o currículo de Educación Primaria: "(...) que el alumnado participe en actividades que le permitan afianzar el espíritu emprendedor y la iniciativa empresarial a partir de aptitudes como la creatividad, la autonomía, la iniciativa, el trabajo en equipo, la confianza en uno mismo y el sentido crítico..." A preparación da obra podería dar moitas oportunidades ao mestre ou mestra para afondar en distintos temas, introducir novos conceptos ou formular debates sobre o modo de actuar dos personaxes: é dicir, por que actúan dun xeito e non doutro.</p>

b) Da lectura á comunicación total. Dende o punto de vista das competencias lingüísticas, pasaríase da escoita ou lectura dun texto escrito á participación na comunicación oral e por medio doutros códigos, como a linguaxe corporal, a linguaxe icónica, o plástico, o audiovisual... o obxectivo sería ensinar aos alumnos e alumnas a manexar tódalas ferramentas comunicativas dun modo coherente e en interacción cos demais.

c) Dun/ha mesmo/a ao outro/a. A interpretación dun persoaxe implica non só o coñecemento do propio corpo e control deste; senón o recoñecemento dos demais, a aceptación das súas peculiaridades e as súas diferenzas, e o desenvolvemento da empatía.

d) Do papel á plataforma dixital. Para a realización do proxecto, os nenos e nenas haberían familiarizarse co manexo de dous tipos de soporte: o material impreso ou "analóxico" e o material dixital. O obxecivo sería ensinar aos alumnos e alumnas a empregar con propiedade e complementariedade os distintos medios, dentro dun mesmo fluxo de traballo, e reforzar a idea de que son eles mesmos os que realizan ou completan o seu propio material. O libro en papel concebiríase como unha especie de "caixa de xogos", que iría máis alá da función do libro como mero soporte. Deste modo, poñeríanse en valor as calidades insubstituíbles do papel: a súa propia natureza física e a posibilidade que ofrece de traballalo coas mans, a súa textura, o seu olor, o seu tacto e o seu peso. Pola súa banda, a versión dixital do libro ofrecería pequenos xogos e actividades interactivas, e ademais podería ser particularmente útil na lectura e aprendizaxe do guión. Deste xeito, sería posible escoitar os diálogos en versión audio pre-gravada, na que distintas voces interpretarían aos personaxes. Tamén se podería levar a cabo unha lectura do texto en voz alta, tanto en grupo - asignando un papel a cada alumno/a- como de forma individual: o neno ou nena elixiría un papel e o resto serían recitados pola versión "auto". Esta última opción permitiríalle ao alumnado practicar co seu ordenador persoal de aula. Calquera que fose a opción elixida, o texto iría iluminándose para marcar o tempo da lectura, tal e como sucede nos karaokes. Tamén sería posible gravar o resultado, para que os nenos tivesen oportunidade de se escoitar.

e) Do galego ao inglés. Ademais da lingua galega, certos fragmentos do texto estarían escritos en inglés (algúns personaxes dos contos procederían de países anglófonos), co fin de cumprir as disposicións da lei, sobre o uso dunha lingua estranxeira.

f) Do próximo ao afastado. Os escenarios dos contos seguirían unha transición do máis inmediato e concreto aos máis xeral / abstracto, nun percorrido que parte da casa, pasa polo barrio ou aldea e avanza polas distintas bisbarras de Galicia, para rematar de compoñer un primeiro referente xeográfico. Aos poucos, vanse introducindo personaxes de lugares exóticos, co fin de espertar nos nenos/as a curiosidade por outros países e suxerir unha realidade máis global.

g) Do medio social ao medio natural. Nos contos, comezaríase pola descrición do medio social máis familiar e de ahí pasaríase ao descubrimento da contorna natural; mantendo unha continuidade entre ambos os dous espazos, para evidenciar dependencia que ten a sociedade humana respecto do seu soporte ecolóxico. Tanto as especies animais que protagonizarían os contos coma os seus referentes humanos estarían inspirados na realidade galega. Por exemplo:

* No conto dedicado á alta montaña presentaríase a unha parella de anciáns, a osa Úrsula e Uro o Galo do monte; que serían os dous únicos habitantes dunha aldea de pallozas dos Ancares. Estes personaxes introducirían aos cativos e cativas a unha paisaxe onde case todo (os modos de vida, as plantas e os

animais) está en perigo de extinción.

* No conto sobre a vida dos pescadores/as (que sería a segunda parte do anterior), descubriríamo-la dureza da vida en alta mar da man dos tripulantes do barco "Ardora": Caronte, Carolo e Carlota; un corvo mariño, unha alca torda e unha intrépida gaivota que faenan no Gran Sol, onde alternan con aves mariñas de fala inglesa.

* O conto sobre os bosques e vales da Galicia interior estaría protagonizado por Xabi o Xabaril, o raposo Golpe e a intrépida esquío femia Esquía, tres "cazadores de cazadores" cuxa misión sería escorrentar aos humanos/as do seu territorio guindándolles ourizos de castañas e landras con curiosos dispositivos. Os tres serían veciños da parroquia silvestre de "A Fraga", habitada por ourizos, teixugos, corzos e outros animais do bosque.

* Noutro conto, adicado á vida no campo, viríamos a saber que os habitantes de "A Fraga" terían un antigo preito cos cabalos, vacas, galiñas, porcós e cabras da veciña aldea de "A Granxa", aos que os primeiros alcumarían con desprezo "os domésticos". Isto daríalles a posibilidade aos nenos de coñecer un mesmo relato dende dúas perspectivas distintas e comprobar o inadecuado dos prexuízos en ambos os dous casos. Só a cativa Adela a Cadela, filla dun can e unha loba, será capaz, grazas aos consellos da anciá e sabia Curuxa, de poñer paz entre ambas dúas comunidades.

h) Do disperso ao integrado. Este plantexamento, permitiría que os textos poidesen ser utilizados para tratar temas de distintas materias. Deste xeito, ademais do conto en sí e a obra de teatro, os libros incluírían lecturas sobre temas específicos que servirían para afondar aspectos tirados das historias.

Clientela

Os contos irían dirixidos aos nenos e nenas de Ensino Infantil e Primario, pero a clientela directa serían os colexios e/ou a Consellería de Educación da Xunta de Galicia. Tamén se podería considerar á venda directa a pais e nais para que practicasen cos seus fillos e fillas as actividades na casa.

Competencia

Fixen un estudio pormenorizado da oferta de contidos educativos para encerados dixitais e atopei que hai unha carencia de textos que aborden esta problemática dun xeito integral. Hai moito material didáctico pero que so aborda cuestións parciais. En concreto, hai bastante escaseza de textos de lectura adaptados a materias concretas, para satisfacer os requisitos de previsións como o Plan Lector e o Plan de Bibliotecas tal e como foron definidos pola Consellería de Educación.

Carácter Innovador

Penso que permite adaptar aos medios actuais unha proposta pedagóxica que resultou moi innovadora no seu momento, como é o uso do teatro para vehicular a transmisión de contidos e a adquisición de competencias. Neste sentido, vaise un paso máis aló, ao abarcar todo o proceso de transformación dun conto escrito a unha representación teatral, pasando por unha fase de realización de exercicios plásticos. Creo que o tema do teatro ten sido pouco abordado nas aplicacións que se producen para os novos dispositivos, que nembargantes parecen un medio idóneo para servir de guía na posta en escena de textos, polo carácter multimedia dos propios dispositivos e a interactividade que permiten.

Disposto Tempo de posta en marcha

Con outros socios ou socias
Ningún xa está madura.

3378	Patrimonio cultural e novas tecnoloxías
Promotora	Yolanda Seoane Veiga
Facultade	Xeografía e Historia
Universidade	Santiago de Compostela
Vinculación	Doutoranda/master/posgrao
Descrición da idea	<p>Creación dunha empresa relacionada coa elaboración de contidos culturais orientados á educación e ao turismo, deseñados para a súa distribución a través das novas Tecnoloxías da Información e Comunicación, para que poidan ser visualizados en diferentes dispositivos móbiles e fixos.</p> <p>Trátase de crear e deseñar contidos rigorosos e de calidade. Desenvolvemos todo tipo de contidos, aínda que estamos especializados en temáticas culturais (historia, prehistoria, arte, evolución humana, arqueoloxía, etc). A idea é colaborar estreitamente con organismos públicos de investigación para manexar contidos actualizados e rigorosos dende un punto de vista científico. A empresa modela ese coñecemento para que resulte atractivo e ameno ao usuariado, apostando por formatos moi visuais e interactivos. Crearíanse contidos xerais ou especializados, en distintos idiomas e adaptándose ao formato no que se van a transmitir (plataforma e-learning, aplicación para dispositivos móbiles, videoxogos, libros tradicionais, visitas guiadas, etc), ao perfil do usuariado final e ós obxectivos da clientela.</p> <p>Ofertaríamos produtos e servizos listos para ser utilizados, pero tamén traballamos a demanda. Unha das liñas de traballo da empresa, consistiría en implementar as denominadas tecnoloxías afectivas: empregar as TIC para recoñecer as emocións do usuariado ao empregar os nosos contidos para poder melloralos e perfeccionalos, así como para coñecer a súa reacción ante o patrimonio cultural. Exemplo: un usuario/a visita o xacemento de Baroña empregando un dos nosos produtos, e o dispositivo móbil analiza a expresión facial para coñecer a súa reacción ante a posta en valor do sitio e a pertinencia ou non dos contidos aportados por nós. A nivel de organización interna, a empresa estaría constituída por un socio e unha socia. A idea é promover a igualdade de xénero, non só procurando a paridade numérica senón tamén a promoción das mulleres ós postos de dirección. Promoverase ademáis a conciliación familiar (horarios flexibles, posibilidade de realizar o traballo dende o fogar, etc) para garantir a igualdade de oportunidades para ámbolos dous sexos.</p>
Produto/ Servizo	<p>Aplicacións para dispositivos móbiles e e-books, así como tamén a distribución dos contidos a través dunha páxina web.</p> <p>Educación. Na proposta dos contidos para dispositivos móbiles e e-books primará a interacción cos nen@s, cunha forte compoñente visual, dándolle moito peso ás explicacións mediante debuxos e fotografías. Para educación propónse igualmente a oferta dos contidos a través dunha páxina web, pensado principalmente na accesibilidade desde os colexios (tendo en conta que moitos</p>

deles non dispoñen de tabletas). Facilitaríase o acceso a través dunha subscripción. Os contidos da web terían a mesma compoñente visual, aínda que cunha menor interacción (dadas as limitacións propias de internet). Como complemento a esta subscripción ofertarase unha serie de servizos didácticos (obradoiros, charlas divulgativas e visitas guiadas relacionadas cos contidos da web, etc).

Turismo Nesta proposta os contidos están claramente orientados cara ós dispositivos móbiles (tabletas ou teléfonos), onde primaran os contidos rigorosos e de calidade, relacionados con recursos turísticos de interese (recursos concretos, p. ex. un xacemento arqueolóxico, ou recursos máis amplos, p. ex. o patrimonio cultural dunha vila). Ao igual que no caso anterior, buscarase a interactividade e contarán cunha forte compoñente visual.

Clientela

Educación: Centros educativos, administracións e institucións públicas, empresas editoriais e público xeral interesado en adquirir coñecementos culturais.

Turismo: Administración e organismos públicos orientados a turismo (ex: Turgalicia) e empresas privadas (touroperadores) orientados ao sector do turismo cultural e público xeral interesado no sector do patrimonio cultural.

Competencia

Educación: As editoriais de libros de texto están a dixitalizar os seus contidos, pero trátase tan só unha mera dixitalización que non aporta valor. Outros contidos son proporcionados por profesionais do sector (profesores/as, esencialmente) pero os contidos non sempre son rigurosos dende un punto de vista científico, en ocasións incompletos (porque carecen de acceso a información precisa) e o formato dixital no que se amosan estas propostas non permite ter a profundidade que dende a nosa empresa propoñemos.

Turismo: Neste sector son numerosas as empresas dedicadas a deseñar rutas e produtos turísticos, pero en moitos casos os contidos proporcionados adoecen de non incorporar información actualizada e avalada por organismos de investigación.. As empresas que ofertan obradoiros culturais son frecuentes dende hai unha década pero de novo carecen de aval científico.

Carácter Innovador

Porque pretende contar cun aval científico. Hoxe en día a transferencia de coñecemento entre organismos públicos e o sector privado non está a dar os froitos agardados; a empresa funcionaría como catalizador desa relación. E porque incorpora e promove a aplicación de novas tecnoloxías como as mencionadas anteriormente: as tecnoloxías afectivas

Disposta

Con outros socios ou socias

Tempo de posta en marcha

Ningún xa está madura

3399	Biostarter: Levaduras autóctonas seleccionadas
Promotor	Álvaro Rodríguez Alonso
Facultade	Bioloxía
Universidade	Vigo
Vinculación	Estudiante
Descrición da idea	<p>Todo proceso fermentativo require a presenza de microorganismos. A importancia destes microorganismos non se remite exclusivamente á produción de alcohol, ademais xogan un papel moi relevante nas propiedades organolépticas do produto final. Por iso o uso de levaduras autóctonas está cada vez máis extendido. Entre as principais vantaxes das cepas autóctonas destacan a conservación da tipicidade do produto final, unha mellor expresión das características das propiedades organolépticas e sobre todo a obtención dun produto diferenciado do resto.</p> <p>En Galicia existen 21 microcervexarías e innumerables panaderías que utilizan levaduras nos seus procesos fermentativos. Sen embargo, os distintos tipos de pan son elaborados a partir de levadura comercial, ou a partir de levaduras silvestres obtidas da masa nai. No caso da cervexa artesana ocorre algo parecido pois os seus produtores empregan distintos tipos de levadura comercial para levar a cabo a fermentación, o que leva á obtención dun produto máis homoxéneo. Pero as levaduras non son de uso industrial exclusivo, pois son moitos os fogares que elaboran empanadas e outros produtos de panadería na casa, polo que o emprego de levaduras tórnase imprescindible.</p> <p>Debido á existencia dun mercado cada vez máis esixente, no que a sociedade demanda novos sabores e experiencias, parece necesario proporcionar novas oportunidades aos mestros/as cervexeiros/as e panadeiros/as e ao consumidor/a final.</p> <p>Aquí é onde xurde a oportunidade, xa que é posible producir cepas propias, para os distintos tipos de pan de Galicia como o pan de Cea ou de Ousá, así como para as distintas microcervexarías. O obxectivo de Biostarter é claro, obter produtos de calidade diferenciada mediante a selección e produción de cepas “á carta” para a industria cervexeira e panadeira e para os consumidores/as en xeral.</p> <p>Análise dos sectores: Considerada por moitos como “prima pobre do viño” e “bebida de bárbaros” o consumo de cervexa anual é de 46,3 litros per cápita e supera ao consumo de viño. A demanda de cervexa artesana vai en aumento e os seus produtores/as sérvense de distintos tipos de cereal e levadura para elaborar os seus produtos. O uso dunha levadura propia seleccionada pode resultar moi vantaxosa para destacar nun sector cada vez máis amplo, incorporando un novo elemento diferenciador. Existen rexistradas en España 440 microcervexarías cunha produción de 40.000 hectolitros anuais. En canto ao pan o consumo por persoa é de 36,12 kg anuais en España. Actualmente os e as consumidoras optan por consumir pan de baixa calidade e baixo custe.</p>

	<p>Sen embargo a tendencia é incrementar a calidade para fabricar un pan máis saudable. En ambos sectores hai numerosas webs que amosan o proceso de elaboracion e falan das vantaxes do uso de levaduras non comerciais.</p>
Produto/ Servizo	<p>Cepas seleccionadas para a industria cervexeira e panadeira. Solucións biotecnolóxicas. Venta online de levaduras e de kits para a elaboración na casa. Guías para a elaboración de cervexa e pan na casa.</p>
Clientela	<p>Produtores de cervexa artesanal e ecolóxica. Panaderías. Consumidor/a final.</p>
Competencia	<p>Levaduras comerciais: Lallemand, Whitelabs. Levaduras autóctonas: Lev 2050, é unha Spin-off da Universidade de Navarra. Ofrecen os seus servizos fundamentalmente centrados na industria vínica e recentemente na industria cervexeira e panadeira; Laboratorios de universidades que realizan estudos con levaduras autóctonas. En Galicia: Abiasa, empresa productora de enzimas e starters para a industria láctea.</p>
Carácter Innovador	<p>Existen numerosas empresas que ofertan todo tipo de levaduras comerciais. Sen embargo, son poucas as que traballan con cepas seleccionadas á carta pola clientela e máis aén nun sector tan emerxente como o das cervexas artesanais e nun sector tan tradicional coma o das panaderías. Ademais mediante a venta online poderanse comercializar os distintos tipos de levadura para que o consumidor/a poida elaborar pan e empanadas dunha forma máis tradicional.</p>
Disposto	<p>Só</p>
Tempo de posta en marcha	<p>Ningún xa está madura</p>

3400	Sustratos SERS con polimeros e metais
Promotor	Manuel Gómez García
Facultade	CIQUS
Universidade	Santiago de Compostela
Vinculación	Doutorando/master/posgrao
Descrición da idea	<p>A técnica SERS (Surface Enhanced Raman Spectroscopy) permite incrementar en moitos órdes de magnitude o sinal Raman de moléculas unidas á superficie de metais cando se excitan cunha radiación luminosa adecuada. Normalmente empreganse nanopartículas de ouro ou prata como metal plasmónico. Ocorre que a reproductibilidade das medidas é bastante baixa, nuns sitios temos bo sinal e noutros, separados poucas micras, o sinal é moito menor ou directamente non da sinal. Ademáis, aínda que hai infinidade de publicacións, en forma de artigos e patentes sobre sustratos para SERS, cando queres mercar sustratos resulta que o número de casas comerciais que os venden son só 3 ou 4 no mundo, e o custe dos mesmos é moi elevado, estando en xeral arredor dos 100€/sustrato (normalmente o sustrato é unha peza de 5x5mm). Isto fai que a xeneralización do uso desta técnica sexa complexa, xa que por exemplo, se se usa para detectar un marcador biolóxico que nos diga se unha persoa está enferma ou non, o médico debería pensar ben se pide ese análise ou non, pois o custe para o hospital ou para o servizo de saúde sería moi caro.</p> <p>O mesmo se pensamos nun control de calidade dunha empresa, que busque tóxicos no seu produto ou simplemente que faga medidas rutinarias, por exemplo de colorantes, tamén tería que pagar cantidades importantes por usar este tipo de produto. Os sustratos usuais son de dous tipos principais, uns resultan da deposición de nanopartículas de metal sobre un sustrato plano, e outros son sustratos micro ou nanoestructurados regulares. O custe de fabricación destes últimos é elevado xa que implica procesos de litografía caros, contaminantes e lentos.</p> <p>A idea é fabrica-los sustratos estructurados para evitar a falta de reproductibilidade das medidas en sustratos de nanopartículas (onde a forma e tamaño e distribución no sustrato afectan á calidade da medida). A novidade é que propoñemos facelos de polímeros, en concreto polímeros con capacidade para replicar estruturas nanométricas, e logo recubrimo-los sustratos polimericos co metal de interese, só unha capa duns poucos nanómetros e xa temos un sustrato barato e eficiente listo para usar. Non se producen residuos, xa que todo o polímero se entrecruza e polo tanto non se precisan nin disolventes nin reveladores e a metalización faise por deposición física de vapor. O proceso de fabricación é rápido e barato o incide no precio final do produto, abaratándoo de forma moi importante o que facilitaría a xeneralización da técnica en distintos laboratorios. O uso de polímeros aporta flexibilidade no proceso de fabricación, xa que permite fabricar case calquera forma 2D ou 3D e tamén a fabricación a gran escala podendo empregarse procesos de produción R2R (Roll to Roll) para facer superficies grandes e en continuo.</p>

Produto/ Servizo	Fabricación e venda de sustratos SERS poliméricos recubertos de metal con formas predefinidas ou fabricación á carta de sustratos con formas personalizadas pola clientela. O metal tamén se podería escoller entre varios dispoñibles.
Clientela	Servicios públicos de saúde, hospitais, laboratorios de control de calidade de calquera empresa, control de drogas de abuso, dopaxe, control de colorantes legais en combustibles, detección de explosivos, e tóxicos en medios líquidos, sólidos ou incluso gaseosos.
Competencia	Sí, os sustratos están feitos e probados e funcionan perfectamente acadando límites de detección no pico-molar ou inferior.
Carácter Innovador	Porque emprega materiais e métodos de produción non convencionais na fabricación deste tipo de produtos
Disposto	Con outros socios ou socias
Tempo de posta en marcha	Ningún, xa está madura

3406	Células solares híbridas orgánico-plasmónicas
Promotor	Manuel Gómez García
Facultade	CIQUS
Universidade	Santiago de Compostela
Vinculación	Doutorando/master/posgrao
Descrición da idea	Fabricación barata e rápida de células solares en film fabricadas por procesos de fabricación roll to roll empregando tecnoloxías plasmónicas para concentra-la luz solar e reduci-lo seu tamaño ou aumenta-la súa eficiencia por unidade de área e combinación con sistema de captura de enerxía luminosa dos plasmóns por medio de receptores químicos (compostos antena) e transferencia e transporte electrónico a través de materiais orgánicos ou híbridos (polímeros conductores ricos en electróns tipo pi).
Produto/ Servizo	Células solares híbridas orgánico-plasmónicas para xeración de enerxía eléctrica limpa. Poderían fabricarse sobre films poliméricos coma o PET ou sobre sustratos ríxidos coma o vidro. Os procesos de fabricación serían basicamente sistemas litográficos suaves (soft-litography) e impresión con "tintas" conductoras. A vantaxe sería o precio e a liberdade de fabricación de formas e tamaños á carta. Tamén o precio sería un factor a ter en conta.
Clientela	Calquera con necesidade de producir enerxía eléctrica limpa e barata a partires do Sol. Particulares e empresas e tamén institucións públicas.
Competencia	Bastante ben, xa que traballo neste tema e dispoño de colaboradores que dominan as partes nas que eu non son un experto
Carácter Innovador	É innovadora porque emprega dúas tecnoloxías que se complementan, por un lado a plasmónica, asociada normalmente á nanoestructuración de metais en capas finas e que permite inxentes concentracións moi localizadas de campo electromagnético en forma de plasmóns, e por outro á fabricación de células orgánicas con tintas conductoras que precisamente sofren de baixa eficiencia pola dificultade para captar enerxía luminosa adecuadamente. Nesta proposta o que facemos e alimentar un sistema co outro e así maximiza-lo rendemento. Ademais é innovadora porque permite imprimir sobre sustratos flexibles as células que son polo tanto moito máis lixeiras e adaptables a diversas xeometrías e usos.
Disposto	Con outros socios
Tempo de posta en marcha	Ningún xa está madura