

CONVOCATORIA

Mujeres & STEM

POTENCIANDO PROYECTOS DE ALTO IMPACTO



CHRYSLIS
Iniciativa de Recursos PUCV

VICERRECTORÍA
DE INVESTIGACIÓN
Y ESTUDIOS AVANZADOS



DIN
Dirección de
Iniciativas y Proyectos

DESAFÍOS
EMPRESAS
PATROCINADORAS

COOPEUCH

DESAFÍO 1:

Foco tecnológico- Industria 4.0 en la Industria Financiera

Identificar aplicaciones de Blockchain e inteligencia artificial en la industria financiera y seguros. Con casos de uso tan variados como como Smart Contracts, digitalización de procesos en créditos hipotecarios, identificación de potenciales fraudes, modelos de scoring, entre otras.

DESAFÍO 2:

Foco impacto social

Aumentar la inclusión financiera a partir de soluciones que aporten a la educación financiera.

CHILQUINTA

DESAFÍO 1:

Foco atención digital

Buscamos aumentar el acceso a la atención digital, ya sea a través del uso de nuestras plataformas virtuales o con un nuevo modelo disruptivo de atención para clientes no digitales: adecuado y adaptado para este segmento.

RIPLEY

DESAFÍO 1:

Foco experiencia de atención de clientes

Mejorar la comunicación y reducir los tiempos de respuesta asociados a solucionar los problemas y requerimientos de nuestros clientes.

DESAFÍO 2:

Foco Especialización servicio post venta

Mejorar la calidad del servicio post venta entregado a clientes por motivos de cambios y/o devolución de productos.

UBER

DESAFÍO 1:

Exploración de Nichos de Mercado

Para ofrecer la mejor experiencia a los usuarios de Uber Eats, es importante contar con una amplia variedad de restaurantes disponibles en la aplicación, reflejando las tendencias e intereses de los consumidores. Necesitamos herramientas para poder contar con información sobre el mercado de restaurantes que nos permita encontrar a esos actores que las personas quieren encontrar al usar la aplicación.

DESAFÍO 2:

UX

Buscamos entender si el diseño de nuestras apps es el óptimo para los servicios y mercados en los que estamos presentes en Chile. Necesitamos alguna herramienta que nos permita identificar posibles mejoras en la interacción de los usuarios con las aplicaciones, ya sea en relación con la app de Uber Eats o la de Uber.

LIPIGAS

DESAFÍO 1:

Foco transformación digital de cliente

El proceso de toma de pedidos de Lipigas se lleva a cabo por cuatro canales: call center, presencialmente con el chofer o digitalmente a través de nuestra LipiApp y en Lipigas.cl. El desafío consiste en aumentar el porcentaje de pedidos que son tomados digitalmente.

PF ALIMENTOS

DESAFÍO 1:

FOCO ASEGURAMIENTO CALIDAD DE PRODUCTOS

Generar un sistema o solución tecnológica robusta y en línea, para detectar y prevenir la presencia de cuerpos extraños no metálicos en productos alimenticios.

Nota explicativa: Las plantas elaboradoras de alimentos y los sistemas industriales asociados, cuentan con equipamientos para la detección de metales, que han demostrado ser muy eficaces a la hora de prevenir este tipo de contaminaciones físicas. Sin embargo, existen otro tipo de cuerpos extraños, clasificados como "no metálicos", que muchas veces son imperceptibles y no detectables frente a sistemas avanzados como son los rayos X por ejemplo. Frente a lo anterior, se requiere proponer y desarrollar una solución tecnológica innovadora, que permita detectar este tipo de materiales, para lograr segregar el alimento desde la línea de producción y gestionar una data (producto, clave del producto, línea, cantidad de rechazos por turno, entre otros) para las acciones de mejora continua. Es fundamental que esta solución no interrumpa la fluidez del proceso productivo y que logre un nivel mayor de control y aseguramiento desde la línea de producción de los productos elaborados.

DESAFÍO 2:

AGILIZAR COMUNICACIÓN INTERNA PARA LA GESTIÓN INMEDIATA DE INCIDENTES Y RECLAMOS EN PUNTOS DE VENTAS

Desarrollar una aplicación digital móvil, como canal de comunicación directo entre vendedores de la empresa desplegados territorialmente y las áreas técnicas para la gestión inmediata de incidentes en el punto de venta.

Nota explicativa: Se visualiza la necesidad de disponer de un medio efectivo y expedito, que ayude la labor de los vendedores de la empresa frente a incidentes de productos que son reclamados por los clientes en el punto de venta. Esta aplicación debiera asegurar un flujo de información bidireccional entre los vendedores de la empresa y las áreas técnicas, con el objeto de apoyar esta labor comercial.

Los vendedores visitan y son contactados telefónicamente por su cartera de clientes, tomando pedidos y en ocasiones recepcionando reclamos y consultas respecto al comportamiento de los productos que mantienen en sus locales. En las visitas tienen acceso a los productos reclamados, condiciones de almacenamiento, tiempos de permanencia de los productos en el cliente y documentación; elementos claves para realizar la investigación técnica de un reclamo. Actualmente existe una plataforma CRM para la gestión y respuesta de consultas y reclamos, sin embargo, esta no es de fácil utilización en terreno con los equipos móviles asignados a los vendedores, por lo que se requiere una solución que ayude a la comunicación fácil y fluida de toda la información necesaria entre todas las partes que intervienen en la gestión de los reclamos.

DESAFÍO 3:

FOCO INNOVACIÓN ALIMENTICIA DIRIGIDA A CONSUMIDORES CON NECESIDADES NUTRICIONALES GENERALES O ESPECIALES

Desarrollar nuevas fuentes de materias primas alimenticias competitivas e innovadoras, sustentables y con funcionalidad tecnológica demostrable, dirigidas a grupos de consumo con necesidades nutricionales generales o especiales y que aporten propiedades realmente diferenciadoras a los productos alimenticios.

Nota explicativa: La industria de alimentos se encuentra en constante transformación, por lo que es fundamental contar con materias primas alimenticias innovadoras, ya sean proteínas, colorantes, sustitutos de sal, harinas o mezclas, entre otros, que aporten nuevas propiedades tecnológicas para los procesos de elaboración, que cubran las diversas necesidades nutricionales de la población, deseable desde fuentes nuevas y 100% locales, que aporten sustentabilidad al sector y que sumen propiedades diferenciadoras a los alimentos.

DESAFÍO 4:

EXPLORACIÓN Y GESTIÓN DE INFORMACIÓN DEL CANAL TRADICIONAL DE VENTAS

Generar un servicio de gestión de información para las empresas de consumo masivo, que permita explorar la información comercial del canal tradicional de ventas.

Nota explicativa: En la industria de consumo masivo, existen básicamente tres canales principales de distribución para llegar al consumidor final, los cuales son: canal tradicional, canal institucional y canal supermercado.

El canal tradicional en Chile lo conforma un universo de 200.000 puntos diferentes de entrega. Estos están regularmente representados por almacenes, panaderías, minimarket, almacenes de barrio en general. Además, este canal es altamente competitivo porque participan innumerables fabricantes y marcas. En este contexto, es que en el mercado nacional operan un conjunto de empresas que se dedican a recolectar, por distintos medios y orígenes, información que resulta atractiva para las compañías de consumo masivo. Esta información tiene relación con datos de ventas, ventas por productos, productos más demandados por regiones o ciudades, etc. Estas empresas de información operan principalmente en el canal de supermercados, pero en la otra vereda, para el canal tradicional es más complejo contar con dicha información debido a la fragmentación de los negocios de barrio. Por lo que, se requiere un sistema en donde se pueda explotar la riqueza de información que se encuentra inmersa en el canal tradicional. Este sistema debería tener al menos dos componentes:

1. **Recolección de la Información:** Información de ventas sell-out del canal tradicional; ventas Sell-in, información de precios de compra a proveedores e información de precios de ventas al consumidor, etc.
2. **Generación de Informes de Gestión:** Entregar una serie de información dispuesta en reportes de gestión estratégicos y para la toma de decisiones. Tales como tendencias de ventas por fabricante, tendencias de participación de mercado, ventas en unidad primaria por precio, tendencias de precios por kilo/unidad, segmentación por tipo de producto, etc.



ORGANIZA

VICERRECTORÍA
DE INVESTIGACIÓN
Y ESTUDIOS AVANZADOS



DIN
Dirección de
Incubación y Negocios

COLABORA



WOMEN IN
MANAGEMENT

MUJERES
INFLUYENTES



<Laboratoria>



RIUC Red de Incubadoras
Universitarias
de Chile



WUNDER
GROUP

PATROCINA



CHILQUINTA
energía



Uber



MEDIA PARTNER

LAQUINTA
EMPRENDE.cl