

FONDO BICI

Apoyo a la Investigación y Desarrollo
Comprometidos con la Sociedad

Modalidad Estudiantes de Doctorado y Magíster

¡Súbete a la BiCI!



Bidirectional
Commitment
in Innovation

2023



Universidad de
los Andes





1.-ALCANCE

La Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de los Andes mediante el proyecto BiCI -“Bidirectional Commitment in Innovation”- busca impulsar un modelo de Investigación y Desarrollo comprometidos con la sociedad (I+Dc) en la Universidad. En este contexto y en concordancia con la Política y el Plan de Vinculación con el Medio, se invita a estudiantes de Doctorado y Magíster de las distintas unidades académicas y especialidades del área salud a postular ante-proyectos que aborden soluciones a problemas u oportunidades sentidas de grupos o territorios específicos de la sociedad y busquen diseñarse y/o desarrollarse en colaboración con éstos.



INNOVACIÓN UANDES

2.-CONCEPTO DE I+DC

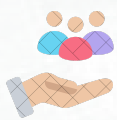
La Investigación y Desarrollo Comprometidos con la Sociedad se define como un proceso bidireccional en el que los académicos dialogan, comprenden y colaboran con su entorno relevante en el marco de iniciativas de I+D, asegurando así que sus resultados contribuyan a la sociedad. La I+Dc se operacionaliza a través de espacios de co-creación donde emergen aprendizajes mutuos y el desarrollo conjunto de iniciativas orientadas a generar soluciones efectivas a problemáticas reales de distintos grupos de la sociedad.

La Innovación [1] basada en I+Dc tiene un gran potencial de impactar efectivamente a la sociedad, dado que ésta ha participado de su desarrollo desde etapas tempranas, aportando, valorando y finalmente empoderándose de los resultados.



El entorno relevante está constituido por un amplio espectro de grupos de interés que pueden incluir empresas, tomadores de decisiones, sector público, estudiantes, organizaciones de la sociedad civil, actores del ámbito académico nacional e internacional y la comunidad general.

3.- OBJETIVOS DEL CONCURSO



Aportar a la formación integral de los estudiantes de magíster, doctorado y especialidades del área salud, aumentando sus capacidades de vinculación con la sociedad y mejorando la calidad de su investigación al otorgarle un sentido de pertinencia y legitimidad en el entorno.



Generar productos de I+D con potencial de innovación, emprendimiento y transferencia tecnológica que tengan un impacto [1] positivo en la sociedad.



Acercar el quehacer en investigación de la universidad a la sociedad, al integrarla activamente en los procesos de I+D, mejorando con ello la valoración y el prestigio institucional.

[1] Entendido como la creación de valor en forma de nuevos productos, servicios, modelos, estrategias, procesos o políticas públicas que son transferidos a la sociedad. mediante diferentes mecanismos.

4.-REQUISITOS DEL POSTULANTE

- ▶ Podrán postular propuestas estudiantes de cualquier año de Programas de Magíster, Doctorado y especialidades del área salud pertenecientes a la Universidad de los Andes.
- ▶ El/la estudiante que postule se considerará responsable del proyecto, denominándose “Director/a de Proyecto”. Sin perjuicio de ello la investigación deberá ser presentada con el patrocinio de su profesor/a tutor/a o el Director de su Programa de Doctorado, Magíster o especialidad, con el fin de respaldar y apoyar la formulación y ejecución de la propuesta.
- ▶ Para esta 1º versión del concurso, el/la directora/a del proyecto deberá aprobar, durante los dos primeros meses de ejecución del proyecto, el curso online gratuito de UCL en Public Engagement. <https://extend.ucl.ac.uk/course/view.php?id=615> (4 horas lectivas + 6 horas no lectivas).*
- ▶ Tanto el/la Director/a de proyecto como su tutor/a y otros miembros del equipo (UANDES o externos) incluidos en el anteproyecto deben dedicar al menos cuatro horas semanales al proyecto, consignadas en su plan de trabajo.
- ▶ Para postular a este concurso ninguno de los integrantes del equipo ni el patrocinante deberá tener pendiente alguna situación administrativa o la aprobación de algún Informe de proyecto con la Dirección de Innovación o Investigación de concursos anteriores. Tampoco deberán tener situaciones administrativas pendientes en proyectos con financiamiento externo público o privado.
- ▶ Cada estudiante solo puede participar en una postulación en calidad de director. Un/a tutor/a podrá participar en hasta tres postulaciones.

*Sujeto a disponibilidad del curso

5.-REQUISITOS DE LA PROPUESTA:

- Este fondo apoya anteproyectos cuyos resultados, a corto o mediano plazo tengan un impacto [2] positivo en la sociedad, es decir solucionen o aborden un problema u oportunidad sentida de grupos o territorios específicos de la sociedad.
- Los procesos, métodos o productos obtenidos del proyecto deben ser novedosos u ofrecer un avance/mejora respecto del estado del arte existente, teniendo su desarrollo un grado de incertidumbre científica o tecnológica, que debe ser abordada en el proyecto.
- El anteproyecto debe identificar y considerar, como parte estructural de los objetivos de investigación [3], el trabajo con stakeholders/end-users/grupos interesados [4] relacionados al proyecto. Se deberán considerar actividades de co-diseño y/o co-ejecución/validación con dichos grupos. Asimismo, el anteproyecto deberá incluir indicadores asociados a la vinculación. Ej: n° de personas participantes de las actividades de vinculación; n° de actividades de vinculación realizadas, entre otras.
- Los anteproyectos adjudicados, serán trabajados con el equipo BiCI de las Dirección de Innovación para generar una propuesta definitiva. La obtención de esta propuesta definitiva, en los primeros 30 días de ejecución del proyecto, constituirá el Hito Crítico de Continuidad del mismo
- La ejecución del proyecto se realizará con el acompañamiento del equipo BiCI, quienes darán las orientaciones y apoyarán la estrategia y metodologías para la operacionalización de actividades de vinculación con la comunidad relevante.
- El anteproyecto debe considerar entre sus objetivos la difusión del proceso y los resultados de la iniciativa. Esto implica considerar el registro audiovisual durante todo el proyecto [5] y resguardar presupuesto para su edición. El registro debe hacerse bajo las recomendaciones del Anexo 1.
- Los resultados del proceso de vinculación deben estar asociados y aportar/enriquecer alguno de los resultados de la tesis doctoral. También es posible que la propuesta corresponda a una *pre-investigación* cuyos resultados aporten a definir el diseño u orientación de la tesis definitiva [6].

[2] Se entenderá como impacto, el efecto, cambio o beneficio para la economía, cultura, políticas públicas o servicios, salud, medio ambiente o la calidad de vida de un grupo de interés (UCL Public Engagement Strategy, 2017). Los impactos son el resultado posterior de la adopción, aplicación y/o escalamiento de los productos y resultados generados por un proyecto, por ende se espera sucedan mayormente en el período post-proyecto.

[3] No se debe considerar la vinculación como un objetivo a alcanzar "a posteriori", luego del proceso de I+D sino como una tarea transversal al desarrollo del proyecto.

[4] Existe una diferencia conceptual entre un Stakeholder (directamente involucrado ya sea porque los resultados le afectan directamente o porque tiene participación o poder de decisión sobre los resultados del proyecto), end-user (quien se beneficia/utiliza directamente de los resultados del proyecto) y grupos interesados (tienen interés y relación, pero no necesariamente son afectados directamente por los resultados de la iniciativa específica de I+D). Una misma persona puede pertenecer a más de uno de estos grupos de interés.

[5] Al menos 10 videos y 50 fotografías que reflejen todo el proceso de I+D y vinculación.

[6] Por ejemplo, investigar mediante el Public Engagement, si el tema es realmente una necesidad relevante y sentida para los grupos de interés

6.- CONTENIDOS GENERALES DE LA PROPUESTA

En términos generales la propuesta deberá contener:

- 1 Título del proyecto
- 2 Equipo ejecutor del proyecto, incluyendo profesor patrocinante
- 3 Descripción de la iniciativa:
 - Orientación a bien público o privado
 - Antecedentes que den cuenta de la problemática que resuelve u oportunidad que aborda, su relevancia y vigencia.
 - Descripción general del resultado a obtener del proyecto.
 - Estado de la técnica. Ventajas y mejoras sobre otras soluciones existentes [7] destacando el factor de diferenciación de los productos o resultados esperados.
 - Objetivo general y específicos del proyecto
- 4 Identificación preliminar de grupos de stakeholders, usuarios finales y/o grupos interesados y su aporte potencial a la iniciativa.
- 5 Impacto esperado [8] de los resultados del anteproyecto en la sociedad ya sea mediante la comercialización (resultados comercializables) o libre disposición de los resultados del proyecto (resultados no comercializables).
- 6 Aporte del anteproyecto a la tesis de doctorado o magíster o al trabajo de investigación de la especialidad.
- 7 Financiamiento previo y avances realizados a la fecha, si los hay
- 8 Plan de trabajo detallando las etapas y métodos para alcanzar los objetivos [9].
- 9 Carta Gantt, indicando actividades e hitos.
- 10 Resultados esperados e indicadores por objetivo, incluyendo indicadores asociados a la vinculación.
- 11 Presupuesto
- 12 Referencias
- 12 Declaración del (los) investigador(es) UANDES.

[7] Se apliquen o no en el contexto del proyecto.

[8] Los impactos esperados ,a nivel de propuesta, son proyectivos y basados en supuestos.

[9] Los métodos y planificación de las actividades de vinculación serán desarrollados en extenso con el apoyo del equipo. BiCI (Ver punto 11), por lo que en la metodología de la propuesta estas pueden solo enunciarse.

7.- RESULTADOS ESPERADOS

Los siguientes son los resultados mínimos esperables de las iniciativas:

- ▶ Identificación y establecimiento de redes con grupos de interés para el proyecto.
- ▶ Formación formal de al menos un miembro del equipo en Public Engagement a través del curso asincrónico de UCL.
- ▶ Aumento del conocimiento técnico y/o la valoración del trabajo científico por parte de los grupos de interés participantes en el proyecto.
- ▶ Generación de productos de difusión en base a la iniciativa, que resalten el aporte de la vinculación a la investigación [10].
- ▶ Generación de al menos un producto de investigación, desarrollo y/o transferencia tecnológica [11]
- ▶ Enriquecimiento y/o validación y socialización temprana de los resultados de la tesis doctoral gracias al aporte de los grupos de interés.

8.- CRITERIOS Y COMITÉ EVALUADOR

Las propuestas de anteproyectos serán evaluadas por un Comité evaluador Ad-hoc compuesto por dos personas. Uno de ellos con expertise en acreditación de programas de postgrado, y una persona con expertise en public engagement.

Para la definición se considerarán los siguientes criterios:

Criterio	Ponderación
<ul style="list-style-type: none"> • Relevancia y vigencia [12] del problema/oportunidad. • Grado de novedad/mejora con respecto a lo existente. 	<p>5%</p> <p>15%</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Fundamentación de los aspectos de vinculación con entorno relevante • Integración de los aspectos de vinculación con el entorno en las diferentes secciones de la propuesta (metodología, resultados, indicadores). 	<p>20%</p> <p>15%</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Descripción del potencial impacto en la sociedad de la iniciativa • Capacidad y complementariedad del equipo técnico para abordar los objetivos de la propuesta. 	<p>10%</p> <p>10%</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Aporte e integración de la propuesta con el diseño o objetivos de la tesis Doctoral/Magíster • Claridad de la propuesta y consistencia entre las distintas secciones de ésta. 	<p>15%</p> <p>10%</p>

[10] Cápsulas de video, notas de prensa, brochures, entrevistas en radio/TV, infografías, columnas de opinión, contenido redes sociales, folletos/brochures, etc.

[11] Productos de I+D: publicaciones científicas-técnicas, literatura gris/white papers, informes técnicos, prototipos, modelos, métodos, procesos, propuestas de políticas públicas, etc.; Propiedad intelectual: solicitud de patente, Derechos de autor, marca, diseño industrial, modelo de utilidad, software; Productos de transferencia: licenciamiento, spin off, contratos tecnológicos, acuerdos de colaboración.

[12] Es decir, que aún no se resuelve el problema o aún no se aprovecha la oportunidad identificada lo que puede fundamentarse con datos recientes que den cuenta de la existencia del mismo.

9.- FINANCIAMIENTO Y DURACIÓN

La duración de los proyectos será de ocho meses, con opción de solicitar una extensión máxima de 2 meses (la aprobación sujeta a evaluación). Al mes de ejecución, se evaluará el cumplimiento del Hito Crítico de Continuidad - correspondiente a la obtención de propuesta definitiva (ver punto 5)- para definir la continuidad del proyecto.

El monto máximo a financiar por proyecto es \$3.000.000. Dicho monto se destinará a una cuenta interna para financiar los gastos relacionados al proyecto, tales como:



HONORARIOS

Ayudantes, profesionales, personal de apoyo [13]
No mas del 40% del costo del proyecto.
Honorarios del director no podrán superar el 10% del presupuesto.



OPERACIÓN

Gastos asociados a la investigación y a la vinculación con el entorno relevante: materiales, insumos, fungibles, traslados de muestras, servicios de análisis o de uso de equipamiento, movilización, pasajes, asesorías en ámbito comercial y/o de propiedad intelectual, asesorías, arriendo de espacios, apoyo técnico ocasional, servicios de diseño, impresión y edición audiovisual, gastos de reuniones con grupos de interés (materiales, catering, transporte, combustible, peajes), etc.



EQUIPAMIENTO MENOR Y SOFTWARE

Previa aprobación. No mas del 10% del costo del proyecto

Gastos **NO** financiados:

- Incentivos/pagos a personal contratado por la Universidad.
- Gastos relacionados a asistencia a eventos científicos.
- Pago de publicaciones científicas
- Personal de laboratorio

[13] Todo el personal del proyecto se contrata bajo un régimen de honorarios

10.- ADJUDICACIÓN Y CONVENIO

La Dirección de Innovación informará oportunamente la nómina de proyectos a adjudicar, luego de recibir la evaluación externa.

Los evaluadores se reservarán el derecho de financiar total o parcialmente las propuestas, de solicitar ajustes para la adjudicación y también de declarar el concurso desierto si ninguna propuesta cumpliera los requisitos.

La Dirección de Innovación comunicará a él/la directora/a del Proyecto y al profesor Patrocinante la decisión y las condiciones (si hubiere) bajo las cuales se materializará la adjudicación. El/la directora/a de Proyecto es libre de aceptar o rechazar el financiamiento aprobado y sus condiciones.

Los/las directores/as de proyectos adjudicados deberán firmar un convenio de financiamiento con la Dirección de Innovación.

11. COMITÉ DE ETICA/BIOETICA

Si corresponde, una vez adjudicado el proyecto, y previo al inicio de actividades, se debe contar con un certificado del Comité de Ética de la Universidad de los Andes y/o quien corresponda, donde se indique que el proyecto cumple con las normativas vigentes y los estándares que regulan la actividad científica definidos por ANID/CORFO (proyectos que involucren estudios con seres humanos, material biológico, bases de datos y otros).

Este certificado debe ser entregado a la Dirección de Innovación UANDES más tardar 60 días después de la firma del convenio. La no presentación en el plazo establecido se entiende como desistencia del proyecto y se procederá a su cierre administrativo.

En caso de dudas en este punto contactar a Nicole Singorelli nsingorelli@uandes.cl.



12.-APOYO DE LA DIRECCIÓN EN EL PROCESO DE VINCULACIÓN

La Dirección de Innovación realizará un acompañamiento y apoyo operativo al investigador a lo largo de todo el proyecto.

Durante el primer mes se ajustará el ante-proyecto para dar origen a la propuesta final a ejecutar, cumpliendo así el Hito Crítico de Continuidad.

Posteriormente -a lo largo del proyecto- la Dirección de Innovación apoyará la definición y ejecución de las actividades de vinculación con el entorno relevante. Esto, en base a un sistema de etapas definidas en base a metodologías internacionales. A priori:

A. Definiciones y objetivos: ¿Por qué es necesaria la vinculación con actores del entorno en tu proyecto? ¿cómo mejorará la calidad de los resultados de la I+D?. ¿En que etapa(s) del proyecto es más relevante la participación de grupos de interés?

B. Definición de los grupos de interés: ¿Quiénes son los grupos de interés del proyecto? ¿qué sabemos de ellos? ¿por qué estarían interesados en participar? ¿con quienes se priorizará trabajar?

C. Definición de estrategias: estrategias de acercamiento a los grupos de interés (ej.: Key stakeholders); apoyo en contacto y reclutamiento.

D. Definición del tipo de actividades a desarrollar con los grupos interesados en función del proyecto y su perfil; objetivos y resultados esperados de cada actividad. Construcción del “discurso” y mecanismos de manejo de expectativas.

E. Planificación: planificación de las actividades de vinculación: fechas, lugares, contenidos a abordar, timing, métodos, herramientas de trabajo, recursos materiales y humanos requeridos, tareas previas y posteriores a su ejecución, mecanismos de evaluación.

F. Consideraciones legales y éticas relacionadas al trabajo con cada grupo (Ej: consentimientos informados)

G. Mecanismos de incorporación de los resultados de las actividades de vinculación a la investigación.

H. Ejecución: acompañamiento en la ejecución de actividades



13.- COMPROMISOS

El equipo del proyecto debe comprometerse a:

Presentar la documentación requerida en un plazo máximo de 60 días desde la fecha de adjudicación, de lo contrario la Dirección de Innovación tiene la facultad para cerrar el proyecto.

Completar el curso asincrónico de Public Engagement de la UCL dentro de los primeros dos meses de ejecución del proyecto (al menos el/la director/a). 4 horas lectivas+ 6 no lectivas:
<https://extend.ucl.ac.uk/course/view.php?id=615>

Trabajar en conjunto con el equipo BiCI de la Dirección de Innovación para llevar a cabo el proceso de acompañamiento para las actividades de vinculación con grupos de interés.

14.- CONTABILIDAD DEL PROYECTO

El fondo será manejado por la Dirección de Innovación, por ende, toda solicitud de compra y reembolso debe tramitarse con el encargado financiero aveliz@uandes.cl y debe ser aprobado por la encargada técnica Isabel González migonzalez@uandes.cl.

- Para solicitudes de compras, pago de honorarios y reembolsos se utilizarán exclusivamente los formularios entregados por la Dirección de Innovación, una vez adjudicado el proyecto.
- Por restricciones contractuales, en el caso de fondos por rendir y reembolsos, la solicitud deberá ser realizada por el profesor patrocinante del proyecto.



**Bidirectional
Commitment
in Innovation**

15.- POSTULACIONES Y PLAZOS

Las postulaciones se realizarán a través de la plataforma REDCap, donde se deberá llenar el formulario y subir los documentos solicitados. El concurso permanecerá abierto por 30 días luego de su apertura.

La resolución del concurso se dará a conocer 30 días después del cierre a través del correo electrónico y el sitio web: www.uandes.cl/innovacion/BICI

- Apertura: 21 de agosto de 2023
- Período de consultas: 21 de agosto al 14 de septiembre de 2023.
- Cierre: 25 de septiembre de 2023
- Evaluación: 25 de septiembre al 16 de octubre de 2023.
- Adjudicación y notificación: 18 al 20 de octubre de 2023
- Inicio: 1-4 de noviembre de 2023.

En caso de dudas técnicas o administrativas sobre el proceso de formulación, comunicarse con Isabel González, coordinadora del proyecto BiCI al mail migonzalezm@uandes.cl o anexo 1347.



16.- ACEPTACIÓN DE LAS BASES

Por la sola presentación de los proyectos a esta convocatoria se entiende, para todos los efectos, que los postulantes conocen y aceptan el contenido íntegro de las presentes bases.



Bidirectional
Commitment
in Innovation



INNOVACIÓN UANDES



Universidad de
los Andes



Anexo 1

Requerimientos técnicos para el registro audiovisual del proyecto-FOTOS

1

Preparar el Plano

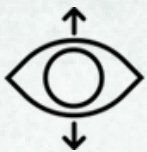


1.1. Ambiente

Para centrar la atención de la audiencia, elija un lugar sin distracciones visuales. Busque un espacio limpio y ordenado



Foto de referencia con los puntos mencionados.



1.2. Luz

Es importante tener un lugar bien iluminado. Cuide que la luz esté delante suyo y no detrás, para evitar sombras sobre el rostro y obtener una adecuada imagen.

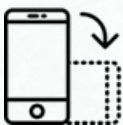


1.3. Distancia con la cámara

Actualmente los celulares tienen un lente que deforma, por lo que se recomienda tener una distancia prudente de 1 metro aproximadamente.

2

Sacar la foto



1.- Video Horizontal

Los videos deben ser grabados de forma horizontal.



2.- Mirar a la cámara.

Uno tiende a mirar a la pantalla mientras habla, pero debe ser al lente del computador o del celular.



3.- Sonreír.

Una sonrisa alegra cualquier mensaje, y más cuando necesitamos de la alegría en estos tiempos.

3

Enviar la foto

Se recomienda enviar los archivos por medio de Google Drive, Dropbox, WeTransfer u otras herramientas para traspasar y compartir archivos pesados vía web.

Plataformas como Whatsapp no son adecuadas, puesto que para reducir su peso comprimen los archivos y reducen su calidad.

Anexo 2

Requerimientos técnicos para el registro audiovisual-VIDEOS

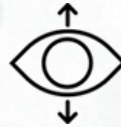
1

Preparar un video



1.1. Ambiente

Para centrar la atención de la audiencia, elija un lugar sin distracciones visuales. Busque un espacio limpio y ordenado



1.2. Luz

Es importante tener un lugar bien iluminado. Cuide que la luz esté delante suyo, para evitar sombras en el rostro y obtener una adecuada imagen.

1.3. Distancia con la cámara



Actualmente los celulares tienen un lente que deforma, por lo que se recomienda tener una distancia prudente de 1 metro aproximadamente.



1.4. Audio

Procure generar un mensaje claro que se pueda escuchar adecuadamente. Se recomienda reducir posibles ruidos ambiente, que afectan la recepción del mensaje.



1.5. Mensaje



Anexo 2...

2

Grabar un video



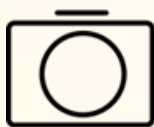
DURACIÓN

Este tipo de mensaje debe ser aproximadamente de 30 seg.



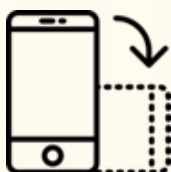
GUIA

Es recomendable tener una pauta de las ideas a desarrollar en el mensaje para evitar la improvisación.



ENFOQUE DE LA MIRADA

Uno tiende a mirar a la pantalla mientras habla, pero debe ser al lente del computador o del celular.



ORIENTACIÓN DEL EQUIPO

Los videos deben ser grabados de forma horizontal.



PARTIDA

Ya que los videos tienen una entrada, es necesario esperar 2 segundos



SONREIR

Una sonrisa alegra cualquier mensaje, y más cuando necesitamos de la alegría en estos tiempos.

3

Enviar el video

Se recomienda enviar los archivos por medio de Google Drive, Dropbox, WeTransfer u otras herramientas para traspasar y compartir archivos pesados vía web.

Plataformas como Whatsapp no son adecuadas, puesto que para reducir su peso comprimen los archivos y reducen su calidad.