

**IN572 SEMINARIO DE INGENIERIA INDUSTRIAL**  
**GESTION DE LA INNOVACION: CRECIMIENTO Y RENTABILIDAD EMPRESARIAL**  
**6 UD**

REQUISITOS	:	IN58A
CARACTER	:	Electivo para la Carrera de Ingeniería Civil Industrial
PROFESOR	:	PATRICIO OYANADER O.
SEMESTRE	:	PRIMAVERA 2006

**OBJETIVOS:**

1. Entender las principales fuentes de creación de valor en los negocios.
2. Comprender los principales conceptos asociados a la innovación y tecnología, y su rol dentro de la estrategia de negocios.
3. Conocer modelos y mejores prácticas que permitan desarrollar la capacidad para convertir la innovación en una práctica institucional sistemática, que permite crear valor estratégico a las empresas y otras organizaciones.
4. Entender los paradigmas de la innovación cerrada y los sistemas abiertos de innovación.
5. Interiorización de conceptos y metodologías adquiridos en los distintos módulos del curso mediante su aplicación práctica en un taller de identificación de conceptos de innovación que se desarrollará a lo largo del semestre.

**CONTENIDOS:**

**Objetivo 1**

- Fuentes de creación de valor para las empresas.
- Excelencia Operacional e Innovación.

## Objetivo 2

- Innovación como driver estratégico de creación de valor.
- Tipos de innovación.
- Innovación v/s tecnología.
- Fuentes de identificación de oportunidades de innovación (Necesidades explícitas y latentes de clientes y consumidores)
- ¿Qué es un concepto de innovación?
- Componentes del concepto de innovación
- ¿Qué es una propuesta de valor?

## Objetivo 3

- Descripción de las cuatro etapas del proceso de innovación y sus principales herramientas metodológicas
  - o Etapa 1: Observar y captar
  - o Etapa 2: Conceptualizar e incubar
  - o Etapa 3: Prototipar y validar
  - o Etapa 4: Escalar y posicionar
- Descripción de los cuatro facilitadores de innovación en las organizaciones y ejemplos de su sistematización
  - o Facilitador 1: Estrategia y liderazgo
  - o Facilitador 2: Organización (Estructuras organizacionales, roles críticos en la innovación, gestión de proyectos de innovación, control de gestión de cartera de proyectos)
  - o Facilitador 3: Recursos (Gestión del Conocimiento, Recursos Humanos para la Innovación, capital de riesgo, etc.)
  - o Facilitador 4: Cultura (Trabajo en equipo, reconocimiento e incentivos, comunicación, sensibilización, etc.)
- Barreras frecuentes a la innovación

## Objetivo 4

- El paradigma de la innovación cerrada.
- ¿Que son los Sistemas Abiertos de Innovación?
- ¿Cómo se gestionan los Sistemas Abiertos de Innovación?

## Objetivo 5 (Taller de Identificación de Conceptos de Innovación)

- Resultado del taller: Desarrollar un concepto de innovación en todos sus componentes (¿Quién?, ¿Qué? y ¿Cómo?)
- Formato: Trabajo en grupos de 4 a 5 alumnos.
- Duración: Las actividades para desarrollar el concepto de innovación se llevarán a cabo durante todo el semestre (hasta la presentación final).

## **FORMA DE EVALUACION:**

La evaluación del curso será realizada mediante la siguiente modalidad:

- 9 CTP sobre los contenidos del curso y las lecturas detalladas en la sección “Bibliografía”
  - o Duración de cada CTP: 20 minutos
  - o El promedio de los 9 CTP representará el 65% de la nota final del curso.
- Trabajo grupal (35% de la nota final del curso) que constará de:
  - o Presentación de avance en la semana 8 (30% de la nota del trabajo grupal)
  - o Presentación final en la semana 16 (70% de la nota del trabajo grupal)
- La nota del trabajo grupal podrá utilizarse para borrar las dos peores notas de CTP's.

## **CALENDARIO DE EVALUACIONES:**

<b>Nº de CTP</b>	<b>Contenidos</b>	<b>Fecha</b>
CTP 1	Lectura 1	Semana 2
CTP 2	Lectura 2 y clases a la fecha*	Semana 3
CTP 3	Lectura 3	Semana 4
CTP 4	Lectura 4	Semana 5
CTP 5	Lectura 5 y clases a la fecha*	Semana 6
CTP 6	Lectura 6	Semana 7
Presentación de Avance Trabajo Grupal	Avances del trabajo grupal	Semana 8
CTP 7	Lectura 7 y clases a la fecha*	Semana 9
CTP 8	Lectura 8	Semana 10
CTP 9	Lectura 9 y clases a la fecha*	Semana 11
Presentación Final del Trabajo Grupal	Resultados finales del trabajo grupal	Semana 16

\* Las clases a la fecha que se evalúan en cada CTP no incluyen las clases evaluadas en los CTP anteriores.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

### **Objetivos 1 y 2**

1. "El paradigma de la T grande", Alejandro Ruelas-Gossi, Feb 2004, Harvard Business Review América Latina.
2. Chapter 1, "Blue Ocean Strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant". W. Chan Kim & Renée Mauborgne. Harvard Business School Press.

### **Objetivo 3**

3. The Power of Design – IDEO
4. "Customers as Innovators: A new way to create value", Stefan Thomke & Eric Von Hippel, 2002 Harvard Business Review.
5. Chapter 2, "Blue Ocean Strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant". W. Chan Kim & Renée Mauborgne. Harvard Business School Press.
6. Chapter 3, "Blue Ocean Strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant". W. Chan Kim & Renée Mauborgne. Harvard Business School Press.
7. Chapter 4, "Blue Ocean Strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant". W. Chan Kim & Renée Mauborgne. Harvard Business School Press.

### **Objetivo 4**

8. "The new business logic of open innovation", Henry Chesbrough. Strategy & Innovation. Harvard Business School Press.
9. "Conectar y desarrollar: Dentro del nuevo modelo de innovación de Procter & Gamble", Mar 2006, Larry Huston y Nabil Sakkab, Harvard Business Review América Latina.

## **SOFTWARE UTILIZADOS:**

Ninguno