

IN6004 TALLER DE DISEÑO Y GESTIÓN INTEGRAL DE NEGOCIOS
15 UD

REQUISITOS : IN5602 (Marketing II), IN4302 (Finanzas I), IN4002 (Taller de Ingeniería Industrial II), IN4704 (Gestión de Operaciones II), IN5502 (Diseño de Procesos de Negocios)

CARÁCTER : Obligatorio de la Carrera de Ingeniería Civil Industrial

SEMESTRE : OTOÑO 2012

1. Objetivos

▪ **Objetivo general**

El objetivo fundamental del curso es lograr que los alumnos integren los diversos contenidos, conocimientos y habilidades adquiridos en la carrera, a través de la generación de ideas, diseño y evaluación de negocios en un proyecto, lo más real posible, de intraemprendimiento o innovación en una organización, ya sea privada, pública o sin fines de lucro, o en un emprendimiento personal.

▪ **Objetivos específicos**

a. En relación a contenidos y conocimientos

- Aplicar conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera en la generación de ideas, el diseño y la evaluación de un negocio.
- Investigar para adquirir y aplicar nuevos conocimientos cuando éstos sean necesarios para el diseño del emprendimiento e innovación escogido.
- Utilizar las metodologías y tecnologías en planteamientos y soluciones de problemas de la ingeniería industrial.
- Conocer y aplicar metodologías para el modelamiento de negocios.
- Conocer y elaborar planes de negocios, incluyendo la evaluación económica.

b. En relación a habilidades personales

- Desarrollar y utilizar las habilidades de trabajo en equipo.
- Fortalecer las aptitudes comunicacionales (orales y escritas) y la seguridad en la presentación de ideas.
- Desarrollar la capacidad de recibir críticas y de distinguir las dirigidas al trabajo de aquellas referidas a la persona.
- Desarrollar capacidad de hacer críticas constructivas y aportadoras.

- Contribuir a formar y utilizar las capacidades para innovar, liderar y desarrollar el carácter emprendedor.
- Aprender a buscar y obtener ayuda interna y principalmente externa para la consecución de los objetivos establecidos.
- Evaluar y rediseñar planes de trabajo, según el ámbito de interés, demostrando autocrítica y auto aprendizaje.
- Demostrar asumir el comportamiento ético como un fundamento de la vida profesional.
- Identificar quiebres, plantear soluciones y evaluar viabilidad, resultados e impactos.
- Tomar acción en focos de interés declarados.

2. Metodología: generación - diseño - elaboración - evaluación de un modelo y plan de negocios.

Durante el semestre, los alumnos trabajarán en la generación de ideas, el diseño de un modelo de negocios y la elaboración y evaluación de un plan de negocio, el que debe ser llevado a cabo de la manera más real posible, teniendo como resultado su plan de negocios y su evaluación económica.

Los temas de los proyectos de negocios pueden surgir principalmente de dos fuentes:

- una organización donde se haya detectado claramente una oportunidad de negocio innovando (en los productos, en la tecnología, en los procesos, en el modelo de negocios, etc.) para generar valor, creando una nueva unidad de negocios o un spin-off.
- iniciativas de emprendimiento gestadas por los propios alumnos en la cual se incorporen propuestas innovadoras.

Para este curso los alumnos requieren no sólo herramientas clásicas de análisis y gestión de proyectos y negocios. Son imprescindibles además las habilidades de emprendimiento, autonomía, comunicación (oral y escrita) y capacidad de síntesis, que les permitan ubicar rápidamente el foco de una problemática en particular.

El trabajo de los equipos es principalmente un trabajo de campo en el sentido que la generación del modelo de negocios y la obtención de datos e información relevante debe hacerse mediante conversaciones y entrevistas con actores relevantes al potencial negocios, los datos tenidos de estadísticas, encuestas o focus group deben estar validadas, el diseño de estrategias debe tener fundamentos sólidos y la evaluación financiera debe ser rigurosa.

Los proyectos se realizarán bajo el esquema de equipos de trabajo. Serán presentados, oralmente y por escrito, en al menos cuatro oportunidades a lo largo del curso.

3. Informes

Cada equipo deberá entregar 4 informes durante el curso: 3 informes de avance y el informe final. El contenido y extensión de cada uno de ellos será informado en U-cursos. Las fecha de entrega son las siguiente: lunes 16 de Abril (semana 6): informe de avance 1; lunes 28 de mayo (semana 11): informe de avance 2; y lunes 18 de Junio (semana 14): informe de avance 3. El informe final se entregará el lunes 9 de julio. Los informes se entregarán en tres copias en versión física en secretaría docente del Departamento de Ingeniería Industrial y en versión digital en el buzón habilitado en U-cursos, ambos con fecha límite las 16:00 horas del día indicado. Una copia podrá ser entregada a otro equipo para su revisión y calificación.

4. Lecturas

Se recomienda consultar las referencias bibliográficas listadas en este programa. Si bien éstas no serán controladas, constituyen parte importante del apoyo del curso. Asimismo, se sugiere fuertemente la lectura constante de diarios y revistas de actualidad nacional e internacional.

5. Charlas

En el semestre se realizará una charla de inducción al desarrollo del curso que es de carácter obligatorio. Ella será común para todas las secciones y se desarrollará el miércoles 21 de Marzo de 12:00 a 13:30 horas.

6. Asistencia y puntualidad

Se exigirá un 75% de asistencia a las sesiones del curso. Cualquier inasistencia, por causal de fuerza mayor, deberá justificarse en forma documentada a los profesores del curso. Se espera que durante las clases los alumnos tengan una participación activa e interesada. Se exigirá, además, puntualidad en el ingreso a clases y en la entrega de informes. La no entrega de informes, en la fecha y hora indicadas, será sancionada de acuerdo al criterio que elaboren para tal efecto los profesores del curso.

7. Evaluación

Los informes de avance que se soliciten durante el semestre tendrán notas que serán consideradas en el ítem Nota de Informe.

La nota final del curso tiene tres componentes:

- Nota de informe (ponderación: 60%). Corresponde a la calificación de los informes de avance y del informe final, en el que está desarrollado el proyecto de negocio en forma completa. Las ponderaciones serán oportunamente informadas por los profesores del curso.

- Nota de participación (ponderación: 30%). Se basa en la participación, aportes y evolución de cada alumno a lo largo del curso.
- Nota de examen (ponderación: 10%). El examen se realiza al final del curso y tiene una mañana de duración. En él, cada equipo expone su proyecto de negocios con un tiempo predeterminado y las preguntas son individuales.

Para aprobar el curso, las notas de informe, de participación y de examen deben ser cada una superior o igual a 4,0. Además, se debe tener al menos un 75% de asistencia.

8. Referencias básicas

1. OSTERWALDER A., PIGNEUR, Y.; Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challenger, 2010. Disponibles incluyendo e-book en:
http://www.buscalibros.cl/tienda_92334/listas.php?c_lista=17975
Toolbox para Ipad en <http://www.businessmodelgeneration.com/toolbox>
2. SAPAG CHAIN N.; Proyectos de Inversión: Formulación y Evaluación, 2006.
3. Blank, G. Steven; The Four Steps to the Epiphany: Successful Strategies for Products that Win 2011

9. Referencias complementarias

- ALCARAZ, R.: El Emprendedor de Éxito. Mc Graw-Hill, 2001.
- GAYNOR, G. H.: Manual de Gestión en Tecnología. Mc Graw-Hill, Santa Fé de Bogotá, 1999. Tomos I y II.
- TIMMONS, J. A.: New Venture Creation. Entrepreneurship for the 21ST Century. Irwin McGraw-Hill, Boston, 1997.