

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	:	Primavera 2014

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 emprendimiento o intra emprendimiento 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.
 - Hacer la validación del producto y del mercado en terreno a fin de fundamentar con datos duros las hipótesis del modelo 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 de la idea de negocio y su modelo de negocios – diseño y validación del producto - elaboración del prototipo – desarrollo del cliente y del mercado – desarrollo del plan de negocios y evaluación.

Durante el semestre, los alumnos trabajarán en la generación de ideas, el diseño de un modelo de negocios, validación del producto y desarrollo del mercado, diseño de estrategias de entrada y crecimiento 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 un spin-off o una nueva unidad de negocios.
- 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 y diseño del modelo de negocios y la obtención de datos e información relevante para la validación de la propuesta de valor (producto) y construcción del cliente y del mercado, deben hacerse mediante conversaciones y entrevistas con actores relevantes al potencial negocio tales como expertos o conocedores del negocio, los datos obtenidos 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 de tres estudiantes. 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: informe de avance 1: **lunes 25 de agosto**, informe de avance 2: **lunes 13 de octubre**, informe de avance 3: **lunes 10 de noviembre**. El informe final se entregará el **viernes 21 de noviembre**. 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 17:00 horas del día indicado. Una de estas copias podrá ser entregada a otro equipo para su revisión y calificación.

4. Orientación al emprendimiento

El objetivo del curso, además de permitir una mirada integral sobre cómo elaborar un estudio para emprender y enfrentar el trabajo en terreno para validar el producto y el mercado y además visualizar la gestión integral de un negocio, es permitir a los equipos de estudiantes llegar al final con los elementos que les hagan posible, con un esfuerzo adicional y después de terminado el curso, presentarlo para emprender el obtener capital semilla, levantar capital con inversionistas ángeles o presentarse a concursos de planes de negocios.

Quienes quieran recibir apoyo posterior al curso para lograr los resultados anteriores pueden contactarse con el Prof. Antonio Holgado (aholgado@dii.uchile.cl) para conseguir el apoyo de un mentor con experiencia.

Algunas secciones pueden solicitar a los equipos de tres estudiantes postular el proyecto para ser trabajado en esa sección. En este caso el plazo para entregar las postulaciones de proyectos a esas secciones será por e-mail a los profesores hasta el día jueves 17 de julio.

En este semestre solo se postulará a la sección de los profesores Juan Carlos Saez con Fernán Ibáñez. Para ello enviar a los profesores a jcsaezc@vtr.net y fernanimanez@hotmail.com la siguiente información: nombre del proyecto, cual es el producto, razón por la cual estima que es un negocio con buenas posibilidades de crecimiento, trabajo avanzado e interés de llevarlo a cabo realmente. Quienes no hayan sido parte de la comunidad de estudiantes que van a inscribir el curso en este semestre, deberán trabajar en reuniones especiales para generar ideas de negocio que califiquen para ser desarrolladas en el curso.

5. Lecturas

Se recomienda consultar las referencias bibliográficas listadas en este programa y en las fichas sobre cada tema disponibles en U-cursos.. 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, tener siempre presente el programa de actividades del curso que se entrega en el syllabus y consultar permanentemente el sitio del curso en U-cursos.

6. Charlas

En el semestre se realizarán tres charlas de carácter obligatorio. Una de inducción al desarrollo del curso, otra de apoyo a la validación del producto y del mercado y la última de apoyo a la elaboración del flujo de caja. Ellas serán comunes para todas las secciones y se desarrollarán los miércoles de 12:00 a 13:30 horas (la sala se avisará oportunamente por U-cursos) y serán al comienzo de cada tercio del curso.

7. 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.

8. 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 informadas por los profesores del curso.
- Nota de participación (ponderación: 30%). Se basa en la participación en las sesiones, 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 de los profesores 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.

9. 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