



# Diplomado en Gestión de Innovación Orientada al Mercado (DGIM)



UNIVERSITÄT LEIPZIG



# El Concepto del Diplomado

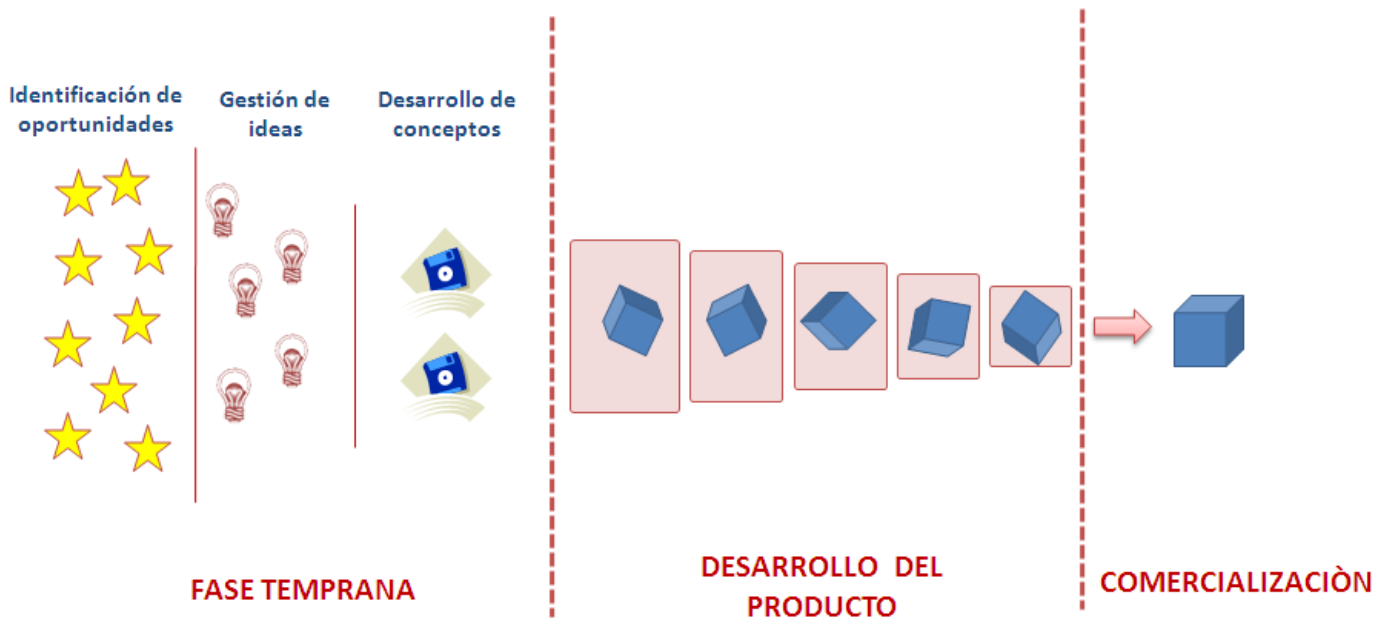
En los procesos de innovación orientada al mercado, el centro de atención es el usuario potencial, en quien se ha descubierto una necesidad que aún no ha sido satisfecha. Al ser el consumidor el punto central, es posible comprender aún mejor sus necesidades explícitas o latentes y lograr una correspondencia entre ellas y los productos o servicios presentes y futuros de la empresa.

Gracias a la aparición de Internet, el consumidor tiene muchas más posibilidades de obtener información acerca de lo que realmente le interesa. La tecnología ha facilitado que los usuarios ya no compren sólo lo que ven, sino que busquen lo que desean comprar. Por ello, es fundamental para la innovación orientada al mercado plantear un método sistemático que facilite la comprensión y el desarrollo de soluciones que respondan efectivamente a la satisfacción de las necesidades de los usuarios.

Por este motivo, la innovación orientada al mercado toma como punto de partida la “Voz del Consumidor”. Los métodos de “Voz del Consumidor” se enfocan en identificar las necesidades de los consumidores y sus tendencias, sirviendo así de base para procesos de diseño inteligente.

El objetivo del diplomado es que los participantes se familiaricen y adquieran la capacidad de integrar e implementar estos diferentes conceptos y herramientas del manejo de la innovación orientada al mercado en todas sus etapas y dimensiones. El diplomado es un curso dirigido a profesionales del sector privado y público, el cual es ofrecido por el programa para la promoción y entrenamiento de la pequeña y mediana empresa (Small Enterprise Promotion and Training, SEPT) de la Universidad de Leipzig y la empresa de consultoría especializada Conoscope GmbH, en Alemania.





## Gestión del proceso de innovación

El proceso de innovación se inicia con la identificación de oportunidades en el mercado y con el desarrollo de ideas que responden a una demanda en éste. Las ideas no siempre provienen del interior de la empresa, sino que también de la definición del grupo de necesidades y deseos que hayan sido identificados en los consumidores (Voz del Consumidor). Este grupo de necesidades y deseos ha de ser clasificado y analizado por un equipo multidisciplinario, el cual será el encargado, bajo la dirección de la Gerencia de la Innovación, de expresar en términos plausibles los requerimientos de los consumidores.

La siguiente etapa se define como la prueba de conceptos. En ella se realiza una evaluación para encontrar los conceptos que mejor se adapten a los requerimientos de los clientes y a las capacidades de la empresa (técnicas, financieras y de mercado).

A partir de los conceptos seleccionados se producen prototipos, los que a su vez también pueden ser evaluados conjuntamente por consumidores potenciales.

Finalmente, en la fase de comercialización del producto o servicio, es imprescindible prestarle especial atención al análisis del tiempo (momento) adecuado de introducción o re-lanzamiento a los mercados locales o internacionales (time-to-market).

# Metodología del Diplomado

Un principio básico en esta oferta de formación es el intercambio entre los enfoques objetivos y subjetivos del proceso de instrucción.

Por enfoque objetivo se entiende la enseñanza basada en unidades de conocimiento; por ejemplo, el fundamento de la gestión de innovación estratégica o de la dirección de proyectos, entre otros.

Metodológicamente, se verán aplicadas las formas típicas de enseñanza universitaria: conferencias, seminarios, estudios de casos preparados por escrito. Esta manera de proceder permite que la interacción entre los alumnos y los expositores sea fluida.

El enfoque subjetivo se refiere a los esfuerzos individuales de los participantes. Los contenidos impartidos serán las herramientas con las que podrán generar sus propias experiencias. En cuanto al contenido, se tratan problemáticas basadas en la realidad. Los métodos de enfoques subjetivos apuntan a las fortalezas empresariales, ofreciendo a los participantes un “espacio para tomar sus propias decisiones”, así como la flexibilidad necesaria para desarrollar sus capacidades y competencias.



# Estructura del Diplomado

El Diplomado de Gestión de Innovación orientada al Mercado se divide en dos secciones: seminario presencial y entrenamiento.

La fase de seminario presencial se caracteriza por una serie de conferencias especializadas, trabajos y talleres de casos prácticos. Las charlas de temas específicos concluirán con una sección de preguntas y discusión. En algunos temas escogidos se ofrecerán talleres que pueden abarcar temas como por ejemplo, el desarrollo de productos orientado a los clientes.

En la fase de entrenamiento (fase Coaching) se ofrece a los participantes la posibilidad de perfeccionar un proyecto de innovación de su propia empresa o institución, aplicando las técnicas y métodos de la Gestión de Innovación impartidos en el seminario.

## Estructura de módulos

Actividad	Horas
Módulo 1: El proceso de innovación. El mercado como fuente estratégica de ideas para la innovación.	35
Modulo 2: Gestión de proyectos en el proceso de innovación.	35
Coaching	50
<b>Total</b>	<b>120</b>

La fase de seminario tiene una extensión total de 70 horas. Las clases en esta fase serán impartidas por expertos de Alemania y Latinoamérica. Para elaborar el proyecto de innovación, los participantes emplearán entre 40 y 50 horas de aplicación práctica del conocimiento recientemente adquirido.

# Modulo 1: El proceso de innovación. El mercado como fuente estratégica de ideas para la innovación.

Dia	Contenido	Herramientas
1	<ul style="list-style-type: none"><li>– Desafíos en la gestión de la innovación</li><li>– El proceso de innovación</li><li>– Integración del cliente en el proceso de innovación</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Personas</li><li>– <i>Fast Concept Development</i></li><li>– Gestión de quejas</li></ul>
2	<ul style="list-style-type: none"><li>– Gestión estratégica de innovación</li><li>– Análisis de oportunidades en el mercado</li><li>– Análisis de exigencias de la empresa</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– <i>Quality Function Deployment</i></li><li>– <i>Benchmarking</i></li><li>– <i>Portfolio Analysis</i></li><li>– <i>Roadmapping</i></li></ul>
3	<ul style="list-style-type: none"><li>– Análisis de desarrollo tecnológico</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Análisis de patentes</li><li>– Análisis de publicaciones</li><li>– <i>Technology forecasting</i></li></ul>
4	<ul style="list-style-type: none"><li>– Generación de ideas</li><li>– Evaluación de ideas</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Herramientas de creatividad</li><li>– <i>Scoring de Ideas</i></li></ul>
5	<ul style="list-style-type: none"><li>– Desarrollo de concepto del nuevo producto/servicio</li><li>– Prototipaje</li><li>– <i>Service engineering</i></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>– Modelo Funcional</li><li>– <i>Cause Effect Chain Analysis</i></li><li>– <i>Service Blue Printing</i></li><li>– <i>Failure Mode and Effect Analysis</i></li><li>– <i>Target Costing</i></li><li>– <i>Product Clinic</i></li></ul>



## Modulo 2: Gestión de proyectos en el proceso de innovación

Día	Contenido	Herramientas
1	– Proyectos de I+D – Inicio de proyectos – Planificación de proyectos (Parte 1)	– Portafolio de proyectos – Modelos para el desarrollo de proyectos – Definición de objetivos – <i>Project charter</i>
2	– Planificación de proyectos (Parte 2) – Gestión de riesgo – Gestión de comunicación	– Planificación de tiempos – Herramientas para planificación de recursos – <i>Information matrix</i>
3	– Gestión de competencias – El Gerente de Innovación – Gestión de equipos multidisciplinares	– Matriz de responsabilidades – Matriz de competencias – Herramientas de comunicación
4	– Modelos de financiamiento – <i>Innovation Controlling</i>	– <i>Innovation Metrics</i> – Métodos de <i>scoring</i>
5	– Desarrollo de una cultura de innovación	– Análisis de barreras – Análisis de los involucrados



## Trainers and coaches



### **Dr. Utz Dornberger**

Dr. Utz Dornberger es el Director del SEPT International Program (Programa de Promoción y Entrenamiento de PyMES ) de la Universidad de Leipzig. Su enfoque académico y profesional cae principalmente en gestión de la innovación en PyMES, políticas de innovación, promoción de emprendimientos y procesos de internacionalización. En la actualidad, él es también Director del Laboratorio de Innovación en Servicios de la Universidad de Leipzig, el que acompaña a numerosas empresas en el desarrollo de nuevos servicios.

Adicionalmente, él es socio de Conoscope GmbH, consultora especializada en los campos de gestión de la innovación, acceso a tecnología e internacionalización. Su experiencia internacional en proyectos de consultoría, coaching y educación con los sectores privado, institucional y gubernamental cubre 5 continentes y más de 25 países.



### **M.Sc. Carlos Andrés Palacios Valdés**

Consultor en gestión de tecnología e innovación con énfasis en herramientas para las primeras fases del proceso de innovación, incluyendo generación, evaluación e implementación de ideas de nuevos productos. Desde el año 2004, él es consultor en gestión de innovación en Siemens AG en el departamento corporativo de tecnología en Munich, Alemania. Ha realizado numerosos cursos de capacitación en varias organizaciones en America Latina y España.



### **MBA Alfredo Suvelza**

Alfredo Suvelza es consultor en gestión de la innovación y desarrollo de PyMEs. El reúne mucha experiencia ganada en instituciones gubernamentales y no gubernamentales trabajando en conjunto con agencias de cooperación internacional, como emprendedor en diferentes sectores de la economía privada, como consultor y como docente. Actualmente, Alfredo Suvelza dirige proyectos en Innoways GmbH y es integrante del equipo profesional y docente del SEPT International Program en Leipzig, Alemania. Luego de sus estudios de Ingeniería Comercial, él completó un programa de MBA en Desarrollo de PyMES en Alemania.

## Trainers and coaches



### **M.Sc. Diego César González**

Nacido en Argentina en 1971, Diego se diplomó en Diseño Industrial en la Universidad de Buenos Aires en 1996. Durante siete años en la industria argentina se desarrolló en el área de I+D en los sectores de autopartes y metalmecánica. En el año 2000 se trasladó a Alemania dónde obtuvo en 2002 una Maestría en Gerencia de Tecnología e Innovación. Luego del Postgrado, ingresó como Gerente de Proyectos a Benteler Automotive, fabricante de autopartes multinacional alemán, dónde desarrolló competencia en gestión de proyectos de innovación con enfoque en el mercado. En Enero de 2009, Diego fué promovido a Gerente de Ingeniería y Programa de Benteler Argentina.



### **MBA Rafaela Bueckmann**

La Lic. Rafaela Bueckmann Diegoli es actualmente directora de la carrera de Licenciado en Creación y Desarrollo de Empresas del Instituto de Estudios Superiores Tecnológico de Monterrey, Campus Querétaro, en México. Desde 1998 trabaja con temas relacionados al desarrollo de emprendedores, como consultora, docente en cursos y seminarios, así como apoyando a incubadoras de empresa. Adicionalmente, la Lic. Bueckmann Diegoli tiene más de 7 años de experiencia en el sector privado a través de una empresa propia.



### **M.Sc. Fernando Lizaso**

Fernando Lizaso es M.Sc. en Technology and Innovation Management por la Universidad de Brandeburgo, Alemania. Se ha especializado en Estrategias de Tecnología e Innovación, Prospectiva y Planeamiento Tecnológico, y Cultura de la Innovación. Es Director del Programa Ejecutivo de Innovación y profesor de innovación en Maestrías de la Universidad Austral, Argentina. Ha participado en proyectos de investigación y consultoría en organizaciones como 3m, Bayer CropScience, IAE Business School y dictado cursos y conferencias, y publicado artículos científicos internacionales en Alemania, Argentina, Chile, Colombia, EEUU, Ecuador, El Salvador, Honduras, Paraguay, Reino Unido y Tanzania.

## Trainers and coaches



### **Dr. Carlos Torres Fuchslocher**

Carlos Torres-Fuchslocher es Profesor y actualmente Vicerrector de Reconstrucción de la Universidad de Talca en Chile. Ingeniero Civil Mecánico y Doctorado en el Programa SEPT de la Universidad de Leipzig, se ha especializado en el área de encadenamientos productivos de industrias basadas en recursos naturales, en innovación dentro de la pequeña y mediana empresa, y en estrategias de desarrollo local. Es autor de diversas publicaciones, ha liderado proyectos de investigación y consultoría a diversas empresas y gobiernos locales en Chile.



### **MBA Luis Bernal**

Actualmente, Luis Bernal está a cargo del análisis económico y desarrollo de proyectos de innovación biotecnológica en la Universidad de Ciencias Aplicadas de Leipzig (HTWK Leipzig), Alemania. Entre las actividades realizadas, en esta institución, se encuentran el desarrollo de planes de negocios, análisis de mercados y competidores, así como, la consultoría en temas de transferencia tecnológica y gestión de servicios. Como consultor independiente, se desempeña en el apoyo a programas de promoción de la transferencia de tecnología y su comercialización entre Latinoamérica y Europa. Él ha trabajado en proyectos en como Colombia, Panamá, países del MERCOSUR, Kosovo, Alemania y Perú. Luis Bernal estudió un programa MBA de la Universidad de Leipzig.

# Información adicional importante

## Página Web

Información adicional sobre el Diplomado está disponible en el sitio web [www.in4in.net](http://www.in4in.net)

## Lugar

El Diplomado se organiza normalmente con un socio local, quien provee las instalaciones. También se pueden ofrecer seminarios *in-house* para clientes específicos.

## Idioma de instrucción

La idioma de instrucción del Diplomado es el Castellano.

## Costo

El costo de diplomado es normalmente entre 1.200 y 1.500 EUR por participante. Para grupos de participantes sobre 20 personas, es posible obtener un descuento especial.

## Certificado

Se concede un certificado en forma de un Diplomado en Gestión de Innovación orientada al Mercado. Este certificado lo otorgarían en conjunto la Universidad de Leipzig y Conoscope GmbH.



## Contacto

**Alfredo Suvelza**

Universität Leipzig

International SEPT Program

Beethovenstr. 15

04107 Leipzig

Tel. +49(0)341 97 370 39

Fax +49(0)341 97 370 48

E-Mail: [suvelza@uni-leipzig.de](mailto:suvelza@uni-leipzig.de)

Web: [www.sept.uni-leipzig.de](http://www.sept.uni-leipzig.de)