



Instituto Tecnológico de Aragón
División Cualificación Tecnológica y Formación
María de Luna, 7-8 / 50018 Zaragoza (Spain)
Tel: +34 976 010 027/029 - Fax: +34 976 011888
e-mail: formacion.mixta@ita.es
<http://www.ita.es/eminnova>

The graphic part of the Eminnova logo consists of four overlapping blue circles of varying sizes, arranged in a cluster that suggests a thought bubble or a network of ideas.

eminnova
proceso · para · crear · valor

EMINNOVA: Proceso para crear valor

En la actualidad, la importancia de la innovación para conseguir el éxito empresarial es innegable, ya que determina en gran parte la competitividad y los resultados empresariales.

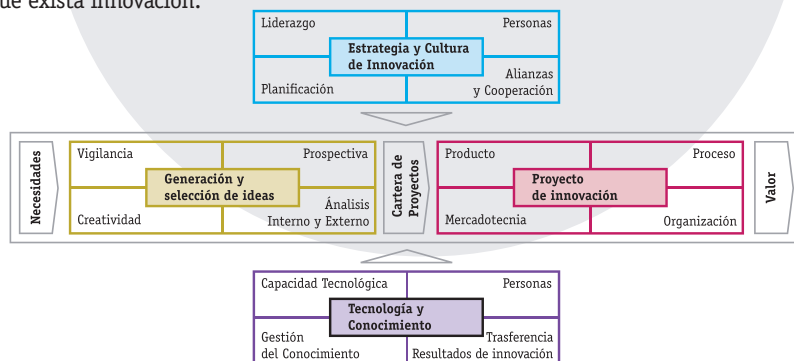
En este sentido, se hace necesario disponer de una estrategia de innovación que se ocupe de la generación de productos nuevos o mejorados y formas diferentes de hacer las cosas (procesos, métodos de comercialización y métodos de organización).

Este modelo de innovación, proceso para crear valor, es una metodología innovadora para impulsar la mejora de la gestión y organización de los procesos de innovación, producto del Proyecto EMINNOVA, cofinanciado por el Programa Operativo de Cooperación Territorial España-Francia-Andorra 2007-2013 desarrollado por el ITA, el Parque Tecnológico Walqa y la Chambre de Commerce et d'Industrie (CCI) de Pau Béarn.

EMINNOVA es un modelo de innovación basado en un proceso aplicable a cualquier tipo de organización y compuesto por un conjunto de actividades que interactúan entre sí con el fin de generar el mayor valor posible.

EMINNOVA: La innovación es un proceso

El modelo de innovación EMINNOVA parte de la consideración de que la innovación es un proceso, es decir, un conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que interactúan y transforman elementos de entrada en resultados. Este conjunto de actividades están relacionadas con cuatro aspectos fundamentales para que exista innovación:



PROGRAMA DE FORMACIÓN EMNINOVA

El Programa de formación EMNINOVA tiene por finalidad desarrollar competencias que fomenten el espíritu innovador y la innovación en las empresas aragonesas. El programa está integrado por 22 acciones formativas que se desarrollan en los cuatro aspectos que pueden afectar directa o indirectamente sobre la estrategia tecnológica de la empresa, y por extensión sobre sus tecnologías.

Estas acciones formativas son independientes entre sí, pero forman parte del espectro de contenidos y habilidades requeridos a cualquier profesional que desee poner en marcha iniciativas innovadoras. Es un proceso global que proporciona a los participantes, los marcos, prácticas y herramientas necesarias para resolver los desafíos de la innovación en las empresas.

OBJETIVOS

- ✓ Proporcionar a los participantes los marcos, las prácticas y las herramientas necesarias para analizar los problemas de las organizaciones e innovar bajo una visión integral.
- ✓ Dotar a las empresas de profesionales que impulsen prácticas innovadoras y faciliten la transferencia tecnológica.

DESTINATARIOS

Directivos, Responsables y Gestores de Proyectos, Técnicos y Profesionales de cualquier ámbito empresarial interesados en trabajar en procesos de innovación y ser agentes de cambio en organizaciones públicas y privadas.

TITULACIÓN

Diseñado de forma modular, el alumno puede realizar uno o varios cursos, aunque para la obtención del Diploma de "Experto en Iniciativas para la Innovación", es necesario realizar cuatro cursos troncales y elegir cualquiera de las 18 acciones formativas restantes, para completar la formación de 200 horas lectivas.

CURSOS TRONCALES

CURSO	TIPO	FECHAS	HORAS
Innovación y Creatividad: Estrategia empresarial	Semipresencial	Mayo	20 h (8+12)
Intraemprendimiento y Diversificación colaborativa	Semipresencial	Septiembre	24 h (8+16)
Generación, conservación y Gestión del conocimiento	Semipresencial	Diciembre	15 h (3+12)
Gestión de la I+D+i y Gestión de proyectos de I+D+i	Semipresencial	Enero	30 h(18+12)

ESTRATEGIA Y CULTURA DE LA INNOVACIÓN

La estrategia de innovación es indudablemente un aspecto más de la estrategia global de la organización. Determina dónde se quiere innovar y cómo hacerlo.

Para ello, es primordial una cultura en la que el líder conozca las necesidades del entorno y el propio conocimiento interno, que desarrolle e implemente los métodos para lograr los objetivos planificados, potenciando los recursos internos convenientes y estableciendo alianzas tecnológicas o comerciales.

CURSO	TIPO	FECHAS	HORAS TOTALES
Psicología positiva y coaching. Herramientas para el desarrollo personal y profesional	Semipresencial	Junio	30 h (20 h presenciales + 10 h on line)
Plan estratégico	Jornada	Septiembre	4 h
Inteligencia emocional	Presencial	Septiembre	20 h
Liderarse a sí mismo para liderar a los demás	Presencial	Noviembre	20 h
Práctica de la comunicación verbal y no verbal	Presencial	Febrero	15 h

PROYECTO DE INNOVACIÓN

Una vez seleccionadas las ideas susceptibles de convertirse en proyectos de innovación hay que desarrollar cada proyecto. Una organización puede hacer numerosos cambios en sus métodos de trabajo, en el uso de los factores de la producción y en sus tipos de productos para mejorar su productividad y/o su rendimiento comercial, mediante la ejecución de su cartera de proyectos.

Los impactos de la innovación sobre los resultados de la organización van desde los efectos sobre las ventas y la cuota de mercado a la mejora de la productividad y la eficiencia.

De esta manera se definen cuatro tipos de proyectos de innovación atendiendo a los cambios que se originan en las actividades de las organizaciones: producto, proceso, mercadotecnia y organización.

Los cambios que se producen en la organización por la ejecución de los proyectos de innovación implican un significativo grado de novedad.

Para terminar el proceso de innovación es necesario que las innovaciones se extiendan a través de los circuitos comerciales, o cualquier otro, a los diferentes consumidores, países, regiones, sectores, mercados y empresas, después de su primera introducción. Sin esta difusión, una innovación no tiene ningún impacto económico ni generación de valor en el cliente, la propia organización o la sociedad.

CURSO	TIPO	FECHAS	HORAS TOTALES
Metodología del diseño para el desarrollo de producto. Herramientas.	Semipresencial	Octubre	30 h (12 h presenciales + 18 h on line)
Ecodiseño y ACV	Semipresencial	Octubre	20 h (6 h presenciales + 14 h on line)
Gestión de procesos	Presencial	Marzo	12 h
Marketing estratégico	Presencial	Marzo	12 h

GENERACIÓN Y SELECCIÓN DE IDEAS

El proceso de innovación comienza una vez recogidas las expectativas o necesidades del cliente, el mercado o el entorno de la organización. La generación de ideas se realiza de acuerdo a la planificación estratégica y mediante el uso de las herramientas de innovación: vigilancia tecnológica, prospectiva tecnológica, creatividad y análisis interno y externo. Las ideas generadas deben satisfacer nuevas necesidades del mercado o mejorar productos o procesos ya existentes, incluidos los de tipo comercial y de organización.

Estas herramientas favorecen la generación del mayor número de ideas o alternativas que mediante la detección de los riesgos y oportunidades pueden llegar a convertirse en proyectos de innovación. El análisis y selección debe incluir la viabilidad tecnológica y económica de las ideas.

CURSO	TIPO	FECHAS	HORAS TOTALES
La gestión de tecnologías en la pyme. Planes tecnológicos	Semipresencial	Octubre	15 h (4 h presenciales + 11 h on line)
Vigilancia tecnológica	Semipresencial	Febrero	30 h (8 h presenciales + 22 h on line)
Técnicas de creatividad	Semipresencial	Marzo	20 h (8 h presenciales + 12 h on line)

TECNOLOGÍA Y CONOCIMIENTO

Al igual que es importante que la organización disponga de una estrategia y una cultura de innovación, el proceso innovador necesita de una serie de actividades de soporte que tienen que ver con la tecnología y la gestión del conocimiento y que hacen posible la culminación del proceso.

La organización debe realizar el tratamiento, selección y análisis crítico de la información sobre la tecnología, los conocimientos y habilidades disponibles tanto en el exterior como la que se genera dentro de la propia organización y en entidades que puedan actuar como colaboradoras.

Hay que identificar y gestionar los conocimientos, competencias y tecnologías clave de la organización, es decir, de los que depende su supervivencia y competitividad.

Además, una vez realizado el proceso, la organización debe ser capaz de proteger los resultados de la innovación y realizar la transferencia de esa tecnología y el conocimiento asociado.

CURSO	TIPO	FECHAS	HORAS TOTALES
Gestión de proyectos con Scrum	Presencial	Junio	16 h
Herramientas 2.0 para mejorar la innovación empresarial.	Presencial	Diciembre	20 h
TICs aplicadas a la logística	Presencial	Noviembre	20 h
Introducción a plataformas de desarrollo en movilidad (Android)	Presencial	Noviembre	15 h
Patentes: protección de resultados	Jornada	Noviembre	3 h
Transferencia y acuerdos de colaboración	Jornada	Diciembre	3 h