

## NOMBRE DEL CURSO: INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO EN LA INDUSTRIA ENOLOGICA

### Identificación de la asignatura

CÓDIGO	SEM	HT	HP	HA	SCT	REQUISITO	ÁREA DE FORMACIÓN Y TIPO DE ASIGNATURA	UNIDAD RESPONSABLE
		2	2	4		Sin Requisitos	OBLIGATORIO	DEPARTAMENTO DE GESTION E INNOVACIÓN RURAL

Horas teóricas y prácticas expresadas en horas pedagógicas de 45 minutos, horas alumno expresadas en horas cronológicas.

<b>Descripción del curso</b>	<p>La industria vitivinícola global, y en particular, la de los países del nuevo mundo, entre los cuales se encuentran Chile, Australia, USA, Argentina, Nueva Zelanda y Sudáfrica, ha incorporado constantemente innovaciones en prácticamente toda la cadena de valor. Asimismo los emprendimientos que han realizado distintas bodegas en diferentes ámbitos, desde la producción de uvas hasta los modelos de logística y comercialización. Ejemplo de dichos emprendimientos se visualizan en diferentes tipos y tamaños de bodegas, a modo de ejemplo, podemos destacar viñateros que se relacionan con bodegas en un contexto de fair trade, debiendo emprender en nuevos manejos vitícolas que les permiten obtener una calidad de uva que posibilita la obtención de vinos de alta calidad para su venta en diferentes mercados. También a nivel de innovación destacan los esfuerzos de sostenibilidad de esta industria, partiendo por la adopción de principios de eficiencia hídrica y energética como también la determinación de huella de carbono. En consecuencia, esta asignatura se plantea en un contexto disciplinar aplicado, participando en ella, varios expertos invitados que trabajan en el industria.</p>
<b>Competencia:</b> <b>B: Básica</b> <b>G: Genérica</b> <b>E: Especifica</b>	<p>Conoce el marco conceptual de la innovación y el emprendimiento asociado a los agronegocios vitivinícolas(G) Comprende el rol de la innovación en el desarrollo de la industria vitivinícola (E)</p>
<b>Estrategias metodológicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ La orientación de la asignatura será de carácter conceptual/práctica a través de la realización de casos a través de un cuerpo de profesores y profesionales vinculados a la industria vitivinícola.</li> <li>❖ Las exposiciones teóricas por parte de los docentes se limitarán a la presentación de los temas centrales del programa incentivándose en forma permanente la participación de los alumnos.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Se expondrán investigaciones obtenidas a partir de proyectos reales de investigación.</li> <li>❖ Clases on line</li> <li>❖ Actividades del alumno orientadas y dirigidas.</li> <li>❖ Uso de plataforma UCURSOS</li> </ul>	
<b>Contenidos</b>	<p>I. INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO: MARCO CONCEPTUAL  Innovación: El manual de OSLO y su definición.  Tipo de Innovación  Emprendimiento y desarrollo de negocios  Evaluación de la innovación  Gestión del cambio  Cadenas de valor  Ciclo de vida  La innovación y la diferenciación  Proceso de innovación (Design thinking) Nivel Estratégico: buscar (Benchmark), segmentar  Nivel Operativo Idear, Prototipar, Pilotear y Crecer  Brainstorming  Emprendimiento: concepto y aplicaciones.</p> <p>II. EL MODELO CANVAS: BUSQUEDA Y VALIDACIÓN DE INNOVACIONES Y DESARROLLO DE EMPRENDIMIENTOS  Propuesta de valor  Alianzas estratégicas  Comercialización de innovaciones y diferenciación.  Lo visible y lo invisible</p> <p>III. EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN  La multifuncionalidad de la innovación  Sustitutos como aproximación a la evaluación  La sostenibilidad de los proyectos  Fundamentos de Evaluación privada versus social  Indicadores de rentabilidad</p> <p>IV. CASOS DE INNOVACIÓN VITIVINÍCOLA  V. En viñedo  En Bodega  En Comercialización  En Ecoinnovaciones.</p>	
<b>Recursos Docentes</b>	Equipos audiovisuales. Videos. Documentos en Power point. Libros especializados, Capsulas de Video, Videoconferencia mediante ZOOM. Uso de software especializados	
<b>Modalidad de evaluación del Aprendizaje</b>	<b>Instrumentos</b>	<b>Ponderación y fecha</b>
	Pruebas de Cátedra	
	1 <sup>ra</sup>	33% (5 Octubre)
	2 <sup>da</sup>	33% (16 Noviembre)
	Trabajo de exploración de innovación y evaluación	34% (30 de noviembre)
<b>Bibliografía</b>	<p><b>Básica:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Castellini, A.; Samoggia, A. (2018) : Millennial consumers' wine consumption and purchasing habits and attitude towards wine innovation, Wine Economics and Policy, ISSN 2212-9774,</li> </ul>	

Elsevier, Amsterdam, Vol. 7, Iss. 2, pp. 128-139, <http://dx.doi.org/10.1016/j.wep.2018.11.001>

- Geldes, C.; Heredia, J.; Felzensztein, C.; **Mora, M.** 2017 Proximity as determinant of business cooperation for technological and non-technological innovations: a study of an agribusiness cluster Journal of Business & Industrial Marketing. Vol. 32 (1):167-178.
- Kunc, M.; T. Bas. 2009. Innovation in the Chilean wine industry: the impact of foreign direct investments and entrepreneurship on competitiveness American Association of Wine Economists AAWE working paper no. 46
- **Mora, M.** 2019 The Chilean Wine Industry In: The Palgrave Handbook of Wine Industry Economics Edited by Adeline Alonso Ugaglia • Jean-Marie Cardebat Alessandro Corsi, 177-201 p. This Palgrave Macmillan imprint is published by the registered company Springer Nature Switzerland AG. The registered company address is: Gewerbestrasse 11, 6330 Cham, Switzerland ISBN 978-3-319-98632-6.
- **Mora, M.**; B. Schnettler, G. Lobos, C. Geldes. S. Boza, Lapo, M<sup>a</sup> del C. R. Paz: 2019. Olive oil and the millennial generation in Chile. What do these consumers consider when buying this product? Rev. FCA UNCUIYO. Q2 WoS. ISSN:1853-8665 Factor de impacto 1.158. In Press.
- OECD/Eurostat (2018), Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- Spadoni, R.; M. Nanetti; A. Bondanese; Sergio Rivaroli. 2019. Innovative solutions for the wine sector: The role of startups Wine Economics and Policy 8 (2019) 165e170

#### Recomendada:

- **Mora, M.**; Lobos, G. Schnettler, B. 2014 El gran crecimiento de la industria vitivinícola chilena. In: La Economía del Vino en España y en el Mundo. Eds. Compés R. y Castillo, S. España. Serie Económica Nº 23. CajaMar Caja Rural. ISBN-13: 978-84-95531-65-0.
- **Mora M.**; Escobedo, R.; Adasme, C. 2013 Marketing Chilean Wine Domestically. Comparing Wine Sales at Supermarkets and Specialty Shops. In: Wine Business Case Studies. Thirteen Cases from real World Business Management. Ed. P. Mora. USA. The Wine Appreciation Guild. The Wine Appreciation Guild. ISBN 978-1935879718.
- Adasme, C.; **Mora, M.**; Sanchez, M. 2013 Segmentación del consumidor de vino orgánico en Talca, Chile 67-73 p. In: Marketing agroalimentario. México Aplicaciones metodológicas y estudios de casos en el contexto global PEARSON EDUCACIÓN, Pearson. Publicado. 2013 ISBN: 978-607-32-2088-0

<b>Profesores participantes (lista no excluyente)</b>		<b>Departamento</b>	<b>Especialidad o área</b>
		Marcos Mora Expertos invitados de la industria vitivinícola.	Gestión e Innovación Rural

## CALENDARIZACIÓN ASIGNATURA INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO EN LA INDUSTRIA ENOLÓGICA

Semestre Primavera 2021

Horarios: Martes de 14:45 a 18:00 horas. Horario teórico práctico

Teoría:

Práctica:

Equipo Docente: Marcos Mora G (encargado) Sebastian Castillo Valero. U. Castilla La Mancha, España(colaborador); Tonci Tomic J. Prof. Universidad Central, Ex -Asesor Ministerio de Agricultura de Chile; Alfonso Donoso y Carolina Bustamante. Cooperativa Vitivinícola Loncomilla.

SEMANA	FECHA	Tipo actividad	TEMA	PROFESOR
1	18 agosto	Teorica-practica	INTRODUCCIÓN A LA INNOACIÓN EN LA INDUSTRIA VITIVNÍCOLA	MARCOS MORA
2	23 agosto		INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO	MARCOS MORA
3	30 agosto		METODO LEAN STARTUP – VINOS PATRIMONIALES E INNNOVACIÓN	TONCI TOMIC-MARCOS MORA
4	06 septiembre		LA PAC EUROPEA Y EL SISTEMA DE INNOVACIÓN	SEBASTIAN CASTILLO V.
	13 septiembre		RECESO TODA UNIVERSIDAD DE CHILE	
5	20 septiembre		BUSQUEDA DE INNOVACIONES: INVESTIGACIÓN DE MERCADOS VITINÍCOLAS SEMANA SIN EVALUACIONES	MARCOS MORA
6	27 septiembre		PROYECTOS DE INVERSIÓN Y SU RELACIÓN CON LA IINNOVACIÓN	MARCOS MORA
7	05 octubre		PRIMERA PRUEBA DE CATEDRA	MARCOS MORA

<b>8</b>	<b>11 octubre</b>		LUNES 11 DE OCTUBRE FERIADO	
	<b>12 de octubre</b>		REVISIÓN DE PRUEBAS Y DISCUSIÓN DE PAPER DE INNOVACIÓN	MARCOS MORA
<b>9</b>	<b>18 octubre</b>		PRESENTACIÓN COOPERATIVA VITIVINÍCOLA LONCOMILLA	ALFONSO DONOSO-CAROLINA BUSTAMANTE
<b>10</b>	<b>25 octubre</b>		CASOS DE INNOVACIÓN EN VINOS	MARCOS MORA
	<b>01 noviembre</b>		RECESO ACADÉMICO	
<b>11</b>	<b>08 noviembre</b>		CASOS DE INNOVACIÓN VITIVINÍCOLA SEMANA SIN EVALUACIONES	MARCOS MORA
<b>12</b>	<b>16 noviembre</b>		<b>SEGUNDA PRUEBA DE CATEDRA</b>	MARCOS MORA
<b>13</b>	<b>22 noviembre</b>		CONSIDERACIONES FINALES DE INNOVACIÓN EN LA INDUSTRIA VITIVINÍCOLA Y DESAFÍOS	MARCOS MORA
<b>14</b>	<b>30 noviembre</b>		<b>PRESENTACIÓN DE TRABAJO FINALES</b>	<b>MARCOS MORA</b>
	<b>06 diciembre</b>		RECESO ACADÉMICO PREPARACION EVALUACIONES FINALES	
<b>15</b>	<b>13 diciembre</b>		ENTREGA DE NOTAS FINALES	MARCOS MORA
<b>16</b>	<b>20 diciembre</b>		EVALUACIONES FINALES	
	<b>27 diciembre</b>		EXAMENES	
	<b>05 enero</b>		INICO SEMESTRE VERANO	

## FECHAS IMPORTANTES para PREGRADO

### Semestre Primavera 2021

- Inicio de Clases: 18 agosto 2021
- Recesos: 13 septiembre; 01 noviembre; 06 diciembre
- Exámenes: 27 de diciembre
- Inicio de Semestre de Verano: 05 de enero 2022

**PARRAFO QUE SE DEBEN AGREGAR AL INDICAR LA FORMA DE EVALUACION DURANTE EL SEMESTRE PRIMAVER 2021 (este es solo un ejemplo de las ponderaciones de las actividades evaluativas)**

## MODALIDAD ASINCRÓNICA DE EVALUACIONES PRUEBA DE CATEDRA Y PRESENTACIÓN VÍA ZOOM DE LOS TRABAJOS

## EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

*(Aquí se puede agregar cualquier comentario sobre alguna regla específica o requisito que se quiera establecer para los estudiantes en relación a las evaluaciones)*

Ej: se debe justificar todas las inasistencias a pruebas vía Secretaria de Estudios..... Es obligatorio entregar el trabajo Final.....

<i>Instrumentos</i>	<i>Ponderación</i>
1ª Prueba de Cátedra	33%
2ª Prueba de Cátedra	33%
Seminarios (se deben realizar todos)	34%
Nota de Presentación (NPE)*	100%
Examen Aprobatorio** (si la nota obtenida es $\geq 4,0$ el estudiante será aprobado con Nota Final = 4,0)	

\*Dada la condición de Pandemia y Docencia on-line, excepcionalmente en el semestre Primavera 2021 los alumnos que logren una NPE  $\geq 4.0$  se eximirán de la obligación de rendir Examen siempre y cuando hayan rendido todas sus evaluaciones y su Nota Final (NF) será = NPE.

\*\*Atendiendo a los acuerdos alcanzados con los/las estudiantes, aquellos(as) que tengan una Nota de Presentación inferior a 4,0 o que no haya rendido alguna evaluación, podrán optar a un único examen final con carácter aprobatorio. Este examen, que se constituye ahora como **única opción de examen**, debe asegurar la evaluación de todos los contenidos del curso y su comprensión integral