

POLÍTICA DE INNOVACIÓN

INSTITUTO INTERNACIONAL DE ARTES CULINARIAS Y SERVICIOS

1. ANTECEDENTES

El Instituto Internacional de Artes Culinarias y Servicios, Culinary, desde su misión institucional sostiene un compromiso con el desarrollo formativo y productivo del país, en la formación de profesionales y técnicos en el ámbito de las artes culinarias y la hospitalidad. Se caracteriza por su orientación personalizada y aplicada al desarrollo de habilidades para el trabajo con estándares de servicios de excelencia y una cultura de mejora continua. Esto, con una perspectiva de colaboración continua con la industria, permitiendo impactar en el mejoramiento de las condiciones sociales, económicas y culturales de su entorno relevante.

En el año 2018, la Comisión Nacional de Acreditación incorporó la dimensión Innovación en sus criterios de evaluación para Institutos Profesionales y Centros de Formación Técnica con el objetivo de fomentar una cultura de innovación en estas instituciones, que permita a los egresados adaptarse a los constantes cambios del mercado laboral y responder a los desafíos del entorno. La Política de Innovación que a continuación se describe, entrega a la Institución un instrumento para anticiparse y adaptarse a las tendencias emergentes, desarrollar soluciones creativas y garantizar la excelencia en todos los aspectos de su oferta educativa.

En esta línea, Culinary ha formulado una política que integra metodologías en su currículo y fomenta alianzas estratégicas para el emprendimiento e innovación con entidades y organizaciones clave del sector. Este enfoque no solo enriquece la formación académica y práctica de los/as estudiantes, sino que asegura que cuenten con las competencias necesarias para liderar los procesos de innovación y emprendimiento, que transformen la industria a nivel local y global.

Desde una perspectiva operacional, este documento establece una hoja de ruta para la gestión y actualización de las orientaciones de innovación, emprendimiento y creación, en línea con los demás instrumentos de planificación (Política de Vinculación con el Medio, Política Integral contra el Acoso Sexual, la Violencia y la Discriminación de Género, Política de Internacionalización, Política de Sostenibilidad y Política de Aseguramiento de la Calidad), para asegurar un desarrollo orgánico de la Institución.

2. PROPÓSITO

El propósito de la Política de Innovación es definir el conjunto de lineamientos y directrices que están orientadas a promover, desarrollar, orientar y optimizar la actividad de innovación aplicada, transferencia tecnológica y fomento al emprendimiento a nivel institucional.

A través de esta Política, Culinary fomenta una cultura de innovación en toda la comunidad educativa, impulsando la generación de conocimiento, el desarrollo de soluciones creativas y la transferencia tecnológica al sector productivo; esto le permitirá posicionarse como un referente en la formación de profesionales altamente innovadores en el ámbito de las artes culinarias y la hospitalidad.

3. PRINCIPIOS

1. **Innovación aplicada.** Creación de espacios para la experimentación y prototipado para desarrollar soluciones que generen impacto en el sector económico. La Institución incorpora aprendizajes de metodologías de innovación aplicada en sus planes de estudio.
2. **Vigilancia tecnológica.** Mantener una constante actualización sobre los últimos avances y tendencias en tecnología en el ámbito de las artes culinarias y la hospitalidad, adaptando los planes de estudio para que docentes y estudiantes estén a la vanguardia de las tecnologías y técnicas más avanzadas.
3. **Transferencia tecnológica o de conocimiento.** Proceso donde la Institución transfiere innovación aplicada al sector productivo, mejorando el sector de las artes culinarias y de la hospitalidad a nivel local y nacional. Se incluye en este proceso la adopción o adaptación de nuevas tecnologías en estos sectores.
4. **Fomento al emprendimiento.** Formar a estudiantes y titulados para que puedan iniciar y gestionar sus propios proyectos, contribuyendo al desarrollo económico del país.
5. **Formación continua.** Desarrollo de programas que permitan a profesionales actualizar y profundizar sus conocimientos y habilidades a lo largo de su vida profesional, asegurando que permanezcan competentes y competitivos en un mercado laboral en constante evolución.

4. ALCANCE

El Instituto, basado en estos principios, posee una orgánica interna que permite dar sustento y sostenibilidad a la dirección a través de cuatro pilares fundamentales para el desarrollo del objetivo de la dirección. La Política de Innovación de Culinary orienta las actividades de innovación desarrolladas por docentes, estudiantes y/o colaboradores, de

modo que estas acciones se enmarquen en los principios definidos por la misión y el Plan General de Desarrollo.

El alcance interno de la Política se expresa en la institucionalización de la metodología de aprendizaje basado en desafíos, además de la formalización del eje formativo temático con tres asignaturas de innovación; la Dirección de Innovación cumple un rol vigilante para que el plan de estudios se mantenga actualizado y con pertinencia a las tendencias y brechas del sector económico de referencia.

Así también la Política opera, en su alcance externo, bajo una lógica de innovación abierta en la cual el Instituto se vincula con:

- a. **Empresas y organizaciones del entorno relevante**, por medio de alianzas para ejecutar proyectos, desarrollar soluciones innovadoras y, en general, instancias que permitan gestionar sus problemáticas y brechas.
- b. **Instituciones de Educación Superior, centros de investigación y laboratorios técnicos**, para robustecer la gestión de la innovación, con recursos y metodologías de vanguardia.
- c. **Instituciones públicas a nivel central y territorial**, por medio de convenios de colaboración que faciliten la transferencia de conocimiento y la implementación de soluciones innovadoras para resolver las brechas o problemáticas que gestionan estas organizaciones.

5. ORGANIZACIÓN

La Dirección de Innovación se ocupa de impulsar el desarrollo y la validación de nuevos productos, servicios y procesos en el ámbito de las artes culinarias y la hospitalidad. Mediante un enfoque basado en desafíos, facilita la transferencia de tecnología y conocimientos, contribuyendo a resolver las brechas del sector.

Para la ejecución y evaluación de sus acciones, se coordina con las demás áreas por medio del Comité de Innovación, instancia organizacional de reunión periódica y permanente para la toma de decisiones en la que participan la Rectoría, la Vicerrectoría Académica y la Dirección de Innovación. Para el seguimiento de los proyectos específicos de cada sede, la Dirección cuenta con un Comité Estratégico, instancia a la que se invita a las jefaturas de carrera y a la coordinación de proyecto, con la finalidad de monitorear el avance de la iniciativa y que los objetivos del proyecto se articulen con los procesos institucionales clave para el desarrollo del área.

Para que la toma de decisiones del área esté en sintonía con los requerimientos del entorno relevante, la Dirección de Innovación participa del Consejo Consultivo convocado por cada jefatura de carrera, instancia periódica de colaboración con representantes del entorno

relevante. En estas instancias es posible conocer las demandas de la industria y validar propuestas de la Institución.

En términos de trazabilidad y seguimiento de las acciones implementadas, el área de innovación cuenta con un Sistema de Evaluación de Resultados, Impacto y Contribución de la Innovación que mide de manera sistemática los resultados, diferenciando 3 niveles:

- a) **Evaluación de capacidad institucional para la innovación.** La evaluación de capacidad corresponde a la habilidad de la Institución para desempeñar la función de innovación, teniendo en cuenta las características y recursos disponibles o incorporados. Las capacidades institucionales que se incorporarán en el sistema de evaluación de innovación incluyen la capacidad de adjudicar fondos concursables externos y la capacidad de generación, participación o articulación de redes.
- b) **Evaluación del impacto y contribución interna.** A nivel interno, el impacto de la innovación se evaluará a partir de indicadores de participación de estudiantes y docentes, junto con la formalización de una trayectoria formativa en capacidades de innovación.
- c) **Evaluación del impacto y contribución externa.** El principal impacto esperado de la innovación corresponde a la mejora en el sector productivo, el cual se evaluará a partir de indicadores de número de empresas impactadas y la satisfacción de expectativas de los participantes en los proyectos.

Este sistema de trazabilidad y reportabilidad entrega una herramienta estratégica para que la organización pueda sistematizar y evaluar sus aprendizajes, establecer mejoras en los ciclos consecutivos de ejecución de las actividades y actualizar los lineamientos de los planes de estudio, para garantizar su pertinencia a las necesidades específicas del sector.

6. PROGRAMAS

- a. **Laboratorio de Innovación Culinaria:** Programa que fomenta la creación y desarrollo de innovaciones incrementales y disruptivas para el desarrollo de productos, servicios o métodos, mediante la experimentación e innovación. Su objetivo es explorar y aplicar las últimas tendencias y tecnologías en artes culinarias y hospitalidad, fomentando un entorno de aprendizaje práctico y creativo, basado en criterios de sostenibilidad y sustentabilidad.
- b. **Culinary Emprende:** Programa dedicado a la educación para el emprendimiento y la conceptualización, así como el desarrollo y mejora de ideas de negocio en el ámbito de las artes culinarias y hospitalidad. Por medio de metodologías de formación, asesorías y mentorías especializadas, instala competencias para la gestión de modelos de negocios escalables y sostenibles.

- c. **Observatorio de Innovación Culinary:** Programa dedicado a realizar vigilancia sobre las tendencias e indicadores relevantes en el sector económico de referencia y producir “*working papers*” que organicen datos y hallazgos iniciales sobre un tema específico. Este repositorio es un activo estratégico para la metodología de aprendizaje basado en desafíos, pues proporciona a la Institución una estructura que permite acumular y difundir el conocimiento generado en Culinary.

7. LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

Para gestionar los procesos de innovación, en su dimensión curricular y en la articulación con actores del sector productivo, Culinary cuenta con una metodología institucional de aprendizaje basado en desafíos, enfoque que vincula la teoría con la práctica y potencia competencias como la resolución de problemas, el pensamiento crítico y el trabajo en equipo, a través de experiencias de aprendizaje relevantes y aplicables.

Esta metodología se operacionaliza en seis etapas:

1. Descripción del desafío, problema o necesidad

El foco central de esta etapa es familiarizar a los/as estudiantes con el desafío de innovación abierta asignado. Para ello se utilizan metodologías de caracterización como: (i) *análisis de actores*, para identificar a las partes interesadas relevantes y comprender sus necesidades y expectativas, (ii) *técnicas para recopilar información* sobre el contexto del desafío, las tecnologías existentes y las soluciones potenciales, (iii) *mapa de empatía* para caracterizar el comportamiento de las personas frente al problema identificado y (iv) *desagregación del problema* en diversos componentes.

A partir de este trabajo, los resultados de aprendizaje esperados son que los/as estudiantes podrán: caracterizar a las partes interesadas relevantes comprendiendo sus necesidades y expectativas y recopilar información relevante sobre el desafío y las posibles soluciones.

2. Ideación

Esta etapa se centra en generar un conjunto diverso de ideas de soluciones para cada elemento desagregado del desafío. En esta etapa se utilizan técnicas como la *lluvia de ideas*, para generar soluciones de forma libre, creativa y “fuera de la caja” a cada componente del desafío, junto con otras técnicas de pensamiento creativo.

Los resultados de aprendizaje de esta etapa son: los estudiantes serán capaces de generar un conjunto diverso de ideas de soluciones para los componentes desagregados del desafío de innovación abierta y aplicar técnicas de pensamiento creativo para generar ideas innovadoras.

3. Experimentación - Prototipado rápido

Un prototipado corresponde a una representación con características mínimas para resolver el problema del cliente; estas propuestas son discutidas con docentes para validar las hipótesis de trabajo y el modelo conceptual que hay detrás. Para representar las propuestas, se pueden utilizar herramientas digitales o experimentación con materiales, con la guía de los/as docentes, quienes validan comercial y técnicamente la solución.

En esta etapa, el resultado de aprendizaje es: los/as estudiantes experimentan utilizando técnicas base de su formación curricular, para crear las primeras soluciones a los componentes del desafío o problema, en formato de prototipos simples o de baja fidelidad.

4. Priorización de ideas

A continuación, se evalúan las propuestas utilizando técnicas de priorización como la matriz de esfuerzo/impacto y el análisis de viabilidad (costo/impacto), para evaluar la viabilidad técnica, económica y de mercado; con esta información los participantes seleccionan la idea innovadora de solución que tenga el mayor potencial de éxito.

En esta etapa, el resultado de aprendizaje es: los/as estudiantes evalúan las ideas de soluciones y seleccionan la más efectiva según matriz de esfuerzo y análisis de viabilidad para su desarrollo posterior.

5. Prototipado y testeo

El objetivo de esta etapa es implementar la idea innovadora de solución y probarla con usuarios reales. Para ello se utilizan técnicas de (i) *desarrollo de prototipos* para crear un producto mínimo viable (MVP por sus siglas en inglés) de la solución, (ii) *pruebas con usuarios* para evaluar la idea de solución con actores relevantes y obtener sus comentarios y (iii) *iteración* para mejorar la idea de solución en función de la retroalimentación de los usuarios.

Los resultados de aprendizaje se centran en que los/as estudiantes: aprenden a implementar la idea innovadora de solución, prueban la idea innovadora de solución con usuarios reales y aprenden a mejorar la idea innovadora de solución en función de los comentarios de los usuarios.

6. Pitch o relato comercial

La última etapa se centra en la presentación de los resultados ante un comité de evaluación o ante la contraparte empresarial que muestra el problema que fue

conceptualizado como desafío. Los/as estudiantes aprenderán a realizar presentaciones efectivas y persuasivas, por medio de *técnicas de pitching* que impacten a su audiencia y ayuden a convencer a su público objetivo.

El resultado de aprendizaje de esta etapa es que los estudiantes aprenden a persuadir y comunicar efectivamente sus ideas innovadoras.

8.DEFINICIONES PRELIMINARES

- a) **Aprendizaje basado en desafíos:** Metodología activa centrada en la resolución de problemas reales mediante el trabajo colaborativo, donde los participantes identifican grandes ideas, formulan preguntas y buscan soluciones.
- b) **Desarrollo experimental:** Proceso sistemático que, en base a los conocimientos adquiridos a través de la investigación básica y aplicada permite: (i) producir nuevos materiales, productos o dispositivos, (ii) instalar nuevos procesos, sistemas o servicios o (iii) mejorar significativamente los ya existentes. El desarrollo experimental se enfoca en la creación y prueba de prototipos, modelos y metodologías innovadoras para validar su funcionalidad y eficacia antes de su transferencia.
- c) **Innovación:** Introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa.
- d) **Innovación aplicada:** Introducción en el mercado de un nuevo o significativamente mejorado producto, proceso, método organizativo, que implica cambios tecnológicos considerables para la empresa.
- e) **Innovación incremental:** Mejoras continuas y graduales que se realizan en productos, servicios o procesos existentes, con la finalidad de optimizar y extender las capacidades de lo ya existente, sin cambiar radicalmente la naturaleza del producto.
- f) **Mentoría:** Transferencia de conocimientos y orientaciones por parte de un experto.
- g) **Mejora:** Cambios incrementales como a ajustes significativos en procesos, productos o servicios con el objetivo de lograr un mejor desempeño o satisfacción del cliente.
- h) **Nivel de Madurez Tecnológica (Technology Readiness Level, TRL):** Metodología utilizada para evaluar el grado de madurez de una tecnología durante su desarrollo. Las acciones de desarrollo impulsadas por la Institución comprenden desde el nivel de idea (TRL 1) hasta el nivel de demostración en un entorno real (TRL 6).
- i) **Propiedad intelectual:** Derechos exclusivos a individuos y empresas que generan creaciones intelectuales, para proteger sus activos inmateriales de su uso por la competencia y para permitir su explotación comercial.

- j) **Prototipo:** Prueba o piloto que se fabrica de un producto y que sirve de modelo para fabricar o testear otros iguales. Tiene las características técnicas y de funcionamiento del producto final.
- k) **Prototipo experimental:** Es cuando su comportamiento operacional y funcional fue probado bajo condiciones experimentales o de laboratorio (condiciones controladas).
- l) **Transferencia tecnológica:** Transmisión o entrega de información tecnológica o de tecnología entre el propietario y un tercero que requiera de esa información (mercado).

Santiago, junio 2024.