



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS SECCIONAL TUNJA
FACULTAD DE INGENIERÍA AMBIENTAL

INFORME DISEÑO Y DESARROLLO DEL PROYECTO DE EXTENSIÓN DE CÁTEDRA
EN EL TEMA DE INNOVACIÓN.

- **Lina María Cartagena Mogollón** código: 2185294
- **Ximena Mercedes Suarez Gamboa** código: 2182562

1. NOMBRE DEL CURSO

El proyecto tiene como nombre: **CÁTEDRA DE INNOVACIÓN Y LIDERAZGO PARA JÓVENES**

2. MARCO TEÓRICO

Innovación

En la actualidad el concepto de innovación se a convertido en un término de moda, esto se debe a que las empresas se están apuntando a crear de manera acelerada con el objetivo de sobresalir siempre en el mercado; es por esto que a continuación se presentarán algunos conceptos sobre innovación a lo largo de los años

En 1942, Schumpeter definió la innovación según su conocimiento económico, como “la introducción de nuevos bienes y servicios en el mercado, el surgimiento de nuevos métodos de producción y transporte, la consecución de la apertura de un nuevo mercado, la generación de una nueva fuente de oferta de materias primas y el cambio en la organización en su proceso de gestión.”

Lundavall (1992) define la innovación como un proceso en curso de dejar, de buscar, y de explorar resultados: productos nuevos, nuevas técnicas, nuevas formas de organización y nuevos mercados.

Ya en el año 2005 se define innovación según el Manual de Oslo 2005; como la 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 una empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores.

Y en la actualidad se considera la innovación como la mejora o creación de un producto con el fin de obtener un valor agregado para generar mayor rentabilidad para la empresa.

Liderazgo

Según John C. Maxwell define “el liderazgo representa la facultad de mejorar a las personas de un área, a través de la guía u orientación de un líder, que define como aquel que tiene esa capacidad de influencia a través de la cual sus subordinados mejoran sus aptitudes y capacidades.”

Design Thinking

El Design Thinking es una lente a través de la cual se pueden observar los retos y solucionar los problemas. Tim Brown, director ejecutivo de IDEO, define el «design thinking» como «un enfoque que utiliza la sensibilidad del diseñador y sus métodos de resolución de problemas para satisfacer las necesidades de las personas de un modo tecnológicamente factible y comercialmente viable. (Steinbeck, R. ,2011).



TRIZ

La teoría de la solución de problemas de inventiva (TRIZ, por sus siglas en ruso) fue desarrollada por Genrich Altshuller y sus colegas en la ex USS a comienzos de 1946, y, actualmente, se desarrolla y práctica en todo el mundo. TRIZ es una metodología de la solución de problemas de inventiva conocida como TRIZ. Esta Metodología se desarrolla a partir de métodos conocidos, como la lluvia de ideas, mapas mentales, seis sombreros, lenguajes de neurolingüística, entre otros, tratan de reforzar el proceso creativo, al emplear distintos pasos para poder generar una idea, pero estas distintas herramientas dependen mucho del conocimiento de la persona. (Córdova Ames, W.,2008)

Modelos de Negocios

Los modelos de negocios son la representación de alternativas estratégicas y la lógica central de una empresa para la creación y captura de valor dentro de una red de valor. Esta definición incluye tres conceptos centrales. (Guerra, J. F., & Frías, L. A.,2009).

- I. La lógica central sugiere a un modelo de negocios adecuadamente delineado que ayude a articular y explicitar las presunciones acerca de las relaciones de causa efecto y la consistencia interna de las opciones estratégicas. (Guerra, J. F., & Frías, L. A.,2009).
- II. El modelo de negocios refleja las opciones estratégicas que se han realizado. (Guerra, J. F., & Frías, L. A.,2009).
- III. La creación y captura de valor reflejan dos funciones fundamentales que cualquier organización tiene que ejecutar para permanecer viable en un periodo extendido de tiempo. (Guerra, J. F., & Frías, L. A.,2009).

Lean Manufacturing

Lean Manufacturing (LM) ha sido seguido por empresas que desean aumentar su competitividad en el mercado, obteniendo mejores resultados a la vez que emplean menos recursos. (Tejeda, A. S. ,2011).

La metodología Lean incide sobre la sobreproducción, esperas, inventario, transporte, defectos, desperdicio de procesos, movimientos innecesarios y subutilización de la capacidad de los empleados. Pero hay otro aspecto fundamental en esta metodología, y es que además se basa en una filosofía de negocio que valora la comprensión de las personas y los factores que las motivan. (Tejeda, A. S. ,2011).

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El impacto del emprendimiento innovador sobre las empresas avanza de una manera tan rápida y tiene un alcance tan vasto, que resulta difícil entender cómo actuar para lograr los resultados que un país como Colombia busca en este frente. La evidencia internacional confirma que los niveles más altos de desarrollo corresponden a países que muestran también altos niveles de emprendimiento innovador en sus economías. Lo que está menos claro es cómo pueden llegar a ese estado las naciones que aún están lejos de él.

El emprendimiento y la innovación de un país representa una lista grande de oportunidades y la capacidad de enfrentar y tomar riesgos. Colombia es un país que en temas de innovación esta coja, pues, a pesar de que a nivel empresarial tiene bases sólidas, no fomenta nuevos productos y servicios, fundados en modelos de negocio estratégicos que busquen satisfacer las necesidades de los consumidores y generen un valor potencial en un mercado fuerte y demandante, que se vea identificado por elementos entrelazados entre el conocimiento y tecnología.

Este problema surge por la falta de atención que se esta prestando a la educación en el país, ya que esta, es la base fundamental para crear jóvenes emprendedores capaces de innovar y generar un



cambio en el desarrollo económico y social, que frente a otros países represente una competencia en la transformación

de productos y servicios que brindan las empresas actuales. Pues es primordial examinar detalladamente que factores hay que evaluar para transformar el sistema educativo y los esquemas académicos tradicionales y obsoletos, con el fin de proporcionar recurso humano con competencias y destrezas para dar soluciones oportunas basadas en un conocimiento multidisciplinario, a problemas que puedan presentarse en un futuro profesional y laboral y den paso a un desarrollo económico y social que construya beneficios a nivel nacional, empresarial y personal.

4. OBJETIVOS

- Realizar clases catedráticas en temas de innovación y emprendimiento, dando a conocer estrategias, metodologías y herramientas de negocio, que logren dar una visión amplia en el desarrollo de competencias específicas que permitan tender innovaciones y reflexionar sobre la innovación como un proceso que no solo ocurre a lo largo del tiempo en un espacio geográfico, sino que también es posible incorporar el factor organizativo, como el espacio lógico donde la innovación tiene lugar y la dimensión individual, con el fin de formar un espíritu emprendedor en los estudiantes, con rasgos de originalidad y creatividad en la innovación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Realizar actividades lúdicas, por medio de retos que fomenten e incentiven a los estudiantes a participar activamente durante las sesiones de clase
- Abarcar temas de planificación estratégica dentro de una organización
- Identificar modelos de innovación
- Practicar formas para producir innovación

5. JUSTIFICACIÓN

A partir de esta cátedra se pretende generar un valor añadido al conocimiento de los estudiantes especialmente jóvenes del grupo de voluntarios del Grupo Scout de emergencia Hunzahua Tunja en donde aprendan una serie de competencias propicias de innovación y emprendimiento, lo cual les permitirá ampliar sus conocimientos para desarrollar ideas o negocios desde su vocación.

6. CRONOGRAMA

Actividades	Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
I Entrega del Informe																
Revisión de correcciones																
II Entrega del Informe																
Socialización de la Cátedra a los grupos seleccionados																
III Entrega del Informe																
Revisión de																



					a la misma.
3	Desing thinking	Mapa de empatía Expectativas potenciales (segmentos de clientes, propuesta de valor, canales de distribución, relación del cliente, flujos o fuentes de ingresos, recursos clave, alianzas clave, actividades clave, estructura de costos)	4	30/11/2018 01/12/2018	Desarrollo de productos que consigan la máxima satisfacción del cliente o consumidor final, sin añadir características que no aporten valor.

9. COMPETENCIAS GENERALES DEL CURSO

con esta cátedra se pretende que los estudiantes participantes desarrollo competencias sobre:

- Identificación de problemas dentro de una empresa
- Desarrollar habilidades de liderazgo
- Solucionar problemáticas con apoyo de metodologías de innovación (Design Thinking, TRIZ, Lean Manufacturing y Modelos de negocios)
- Mejorar sus competencias comunicativas con sus grupos de trabajo.

10. METODOLOGÍA GENERAL DEL CURSO

Para el desarrollo de la cátedra sobre innovación se tendrá como soporte la Teoría de aprendizaje Experimental de David Kolb la cual explica un proceso de enseñanza a partir de cuatro etapas, las cuales son:

1. Se hace algo, es decir se tiene una (**Experiencia concreta**) (Gómez, J.,2017)
2. Luego se reflexiona sobre lo que se realizó, sobre esa experiencia se establece una conexión entre lo que se hizo y los resultados obtenidos (**Observación reflexiva**) (Gómez, J.,2017)
3. Por medio de las reflexiones, se obtiene unas conclusiones o generalizaciones, que son principios generales referidos a un conjunto de circunstancias mas amplias que la experiencia particular (**Conceptualización abstracta**) (Gómez, J.,2017)
4. Por último, se prueba en la practica las conclusiones obtenidas, utilizándolas como guía para orientar nuevas acciones en situaciones futuras (**Experimentación activa**) (Gómez, J.,2017)

A partir de esta metodología se pretende que el aprendizaje obtenido en el Curso **MISIÓN ACADÉMICA EN INNOVACIÓN**, pueda ser impartido a un grupo de voluntarios del Grupo Scout de emergencia Hunzahua Tunja, por medio del proyecto **CÁTEDRA DE INNOVACIÓN Y LIDERAZGO PARA JOVENES** con el cual los estudiantes amplíen su aprendizaje, promuevan y desarrollen ideas de negocio con diferentes metodologías como: modelos de negocios, Lean Manufacturing, TRIZ y Design Thinking. En donde se vea reflejado la aplicación de innovación, liderazgo y emprendimiento.



11. DESARROLLO Y METODOLOGÍA DE CADA UNIDAD

NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD: Triz	
Núcleo problémico: resolución de problemas	
Pregunta problematizadora: ¿Qué estrategias existen para solucionar un problema de forma rápida y precisa?	
1. OBJETIVOS DE FORMACIÓN	
Los estudiantes estarán en la capacidad de plantear problemas de una organización y propondrán soluciones viables que beneficien a la misma	
Metas establecidas: Los estudiantes identificarán problemas y utilizarán estrategias de resolución	
<p>Comprensiones <i>Los estudiantes deben entender:</i> Que los Modelos operativos de procesos utilizan Sistema tecnológico aplicado en el diseño de productos y servicios, para la solución de problemas Que los sistemas tecnológicos se dividen en subsistemas, que ayudan a entender mejor de qué forma se le puede dar solución a un problema, para ello también es necesario entender el nivel de subordinación que conforma la tarea específica la cual está generando el problema. Que la idealidad creciente en el desempeño de una empresa puede provocar un declive o un avance en la mejora continua de la misma, pues se requiere estudiar detalladamente las variables o factores que intervienen. Los estudiantes deberán diseñar y plantear soluciones para empresas que se evaluarán mediante una presentación oral</p>	<p>Preguntas clave ¿Qué estrategias favorecen la innovación a nivel regional? ¿Qué recursos son necesarios para determinar e identificar problemas? ¿usando la imaginación se puede llegar a elaborar ideas creativas y a la vez efectivas?</p>
<p>Los estudiantes sabrán ... (competencias)</p> <ul style="list-style-type: none"> • problemas inventivos • condiciones del Triz • tipos de problemas que el ser humano debe enfrentar (cuales son las soluciones conocidos y las desconocidas) 	<p>Los estudiantes podrán ... (competencias)</p> <ul style="list-style-type: none"> • desarrollar actividades en equipo de forma que fortalezcan competencias individuales, grupales y relacionales • identificar y clasificar problemas para distintas situaciones • realizar esquemas sólidos para la solución de problemas • diseñar sistemas para resolver necesidades • comunicarse efectivamente • analizar, plantear y solucionar problemas reales • Fomentar el desarrollo propio y



	<ul style="list-style-type: none"> mejora continua convertir algo dañino en beneficioso
2. EVIDENCIAS DE EVALUACIÓN Identifique la evidencia necesaria para lograr los resultados deseados (1).	
Tarea de Desempeño Se asignarán a los estudiantes distintos casos, donde tendrán la oportunidad de identificar problemas y las posibles soluciones que se manejarán en el estudio dependiendo el caso que se le asigne a cada grupo. Se tendrá en cuenta la capacidad de innovar de forma precisa y la creatividad de cada grupo, así mismo su habilidad para detectar problemas	Otras evidencias Prueba de los temas vistos Actividad por grupos de un diseño de modelo Triz, donde los estudiantes mostraran de forma práctica y aplicada sus conocimientos y habilidades en la gestión de soluciones.
3. PLAN DE APRENDIZAJE Y METODOLOGÍA Teniendo en cuenta los resultados deseados identificados en la Etapa 1 y la evidencia necesaria en la Etapa 2 hay una variedad de formas de "enseñar para comprender"	
Actividades de aprendizaje: Investigación de evolución de tecnologías planteamiento adecuado de un problema plantear soluciones de distintas maneras, escogiendo la más adecuada que permita una mejora continua investigar ejemplos reales de empresas que han requerido dar soluciones en poco tiempo a propuestas que necesitan ser perfeccionadas	

NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD: Modelo de negocio
Núcleo problémico: Definición de lógica de negocios a nivel estratégico
Pregunta problematizadora: ¿Cómo se diseña un modelo estratégico de negocio?
4. OBJETIVOS DE FORMACIÓN Brindar los conocimientos y las herramientas en gestión y emprendimiento para direccionar negocios en cualquier ámbito que le permitan al estudiante en su ciclo de formación potencializar su desempeño laboral. Conocimientos que le permitirán visualizar escenarios de oportunidad nacional e incluso internacional a través de un modelo de negocio viable.
Metas establecidas: Los estudiantes lograran desarrollar competencias básicas para el emprendimiento, identificando los focos de innovación para emprender mediante el diseño de un modelo de negocio.



<p>Comprensiones <i>Los estudiantes deben entender:</i> Que al diseñar un modelo de negocio se tiene que tener en cuenta las finanzas corporativas, las alianzas clave, los recursos, los segmentos de clientes, canales de distribución, estructura de costos y propuestas de valor. Que la gestión del emprendimiento es fundamental para el análisis de cliente y de mercado, el diseño de una Ruta para validar su idea de negocio y Herramientas para sostener el emprendimiento corporativo.</p>	<p>Preguntas clave ¿Qué es el modelo de negocio para una empresa? ¿Para quién se crea valor? ¿Es clara la definición del segmento objetivo? ¿El proyecto explora distintos canales para llegar al consumidor? ¿La propuesta incluye un diagrama que permita ver con toda claridad cuáles son las actividades necesarias para cumplir la promesa de valor que se le hace el consumidor? ¿Cómo se integra a el cliente en el modelo de negocio de determinada empresa? ¿La propuesta muestra que el equipo emprendedor entiende a cabalidad cuáles son los recursos y capacidades críticos con los que debe contar para cumplir la promesa de valor que el proyecto ofrece al consumidor?</p>
<p>Los estudiantes sabrán ... (competencias)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un modelo de negocios canvas • Identificar los vectores que intervienen en la estructura del modelo de negocio. • Las funciones que tiene cada elemento tanto interno como externo en el proceso de gestión de negocio • Identificar la secuencia de fases en la relación entre un producto o servicio y el consumidor • Identificar con claridad los canales a través de los cuales el producto o servicio llegará al consumidor. • Identificar las diferentes formas como se puede cobrar por el producto o servicio. • Identificar fuentes adicionales de ingresos a partir del producto o servicio. • Identificar las actividades críticas que permitirán a la empresa cumplir con la propuesta de valor. 	<p>Los estudiantes podrán ... (competencias)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar actividades en equipo de forma que fortalezcan competencias individuales, grupales y relacionales • identificar y clasificar problemas para distintas situaciones • realizar esquemas sólidos para la solución de problemas • Diseñar modelos de negocio solidos que cumplan con las necesidades y objetivos de una empresa. • comunicarse efectivamente • analizar, plantear y solucionar problemas reales • Fomentar el desarrollo propio y mejora continua • convertir algo dañino en beneficioso • identificar las variables que intervienen en un modelo de negocios • Potenciar habilidades y destrezas en la gestión de soluciones optimas para cumplir objetivos propuestos • Mejorar habilidades creativas
<p>5. EVIDENCIAS DE EVALUACIÓN Identifique la evidencia necesaria para lograr los resultados deseados (1).</p>	
<p>Tarea de Desempeño Se asignará a los estudiantes un caso de una empresa de cosméticos, donde tendrán la</p>	<p>Otras evidencias Prueba de los temas vistos Actividad por grupos de un diseño de modelo</p>



oportunidad de testear y validar modelos de negocio, allí evaluarán el que el cómo, el cuanto, el que y el para que, mediante un modelo canvas

canvas, en el cual los estudiantes mostrarán de forma práctica y aplicada sus conocimientos y habilidades en la gestión de negocios.

Presentación oral

6. PLAN DE APRENDIZAJE Y METODOLOGÍA

Teniendo en cuenta los resultados deseados identificados en la Etapa 1 y la evidencia necesaria en la Etapa 2 hay una variedad de formas de "enseñar para comprender"

Actividades de aprendizaje:

Investigación de evolución de tecnologías

planteamiento adecuado de un análisis de negocio

Investigación de ejemplos en la gestión de negocios

Investigar herramientas estratégicas de innovación aplicados en los modelos de negocio.

NÚMERO Y NOMBRE DE LA UNIDAD: Desing Thinking

Núcleo problémico: crear productos y servicios que tiendan a satisfacer en mejor manera las necesidades de los usuarios haciéndolos parte activa del proceso de creación.

Pregunta problematizadora: ¿Cómo se diseña un modelo estratégico de negocio?

7. OBJETIVOS DE FORMACIÓN

Brindar los conocimientos y las herramientas en gestión y emprendimiento para direccionar Estructuras y metodologías estratégicas en el desarrollo del pensamiento de diseño, basado en identificar el tipo de consumidor y probando las necesidades del mismo para ofrecer soluciones que se adecuen a lo que el usuario quiere.

Metas establecidas:

Crear profesionales capaces de desempeñar funciones en pro de un crecimiento a nivel empresarial, donde pongan en practica un pensamiento critico frente a problemas, y generen habilidades de colaboración y empatía con sus futuros clientes.

Guiar un proyecto de Desing thinking con las herramientas aprendidas

Comprensiones

Los estudiantes deben entender:

Que la aplicación del Desing thinking ayuda a conseguir objetivos específicos de negocio.

Que técnica son las mas utilizadas por el Desing thinking a través de las 5 fases del proceso.

Que usar y en que se basan las empresas actuales para diseñar un modelo de Desing

Preguntas clave

¿Qué tipo de análisis dimensional se debe hacer?

¿Cuáles son las técnicas del Desing Thinking?

¿Cuál es el fin de testear al usuario?

¿Cuáles son las expectativas potenciales de los clientes?

¿En qué consiste el proceso y cómo funciona?

¿Cómo se integra a el cliente en el modelo de



<p>thinking Que el Desing thinking no solo se usa para la vida profesional sino personal Que El mapa de actores refleja de forma gráfica las conexiones entre los distintos usuarios que componen un servicio Que el Desing thinking es una herramienta fundamental para entender la realidad existente del usuario. Que las cinco fases se entrelazan beneficiándose así una con otra, con el fin de llegar a un mismo objetivo. Que las fases del proceso se clasifican en empatizar, definir, idear, prototipar y testear</p>	<p>negocio de determinada empresa? ¿Cómo podríamos definir una idea?</p>
<p>Los estudiantes sabrán ... (competencias)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un mapa de empatía y definir expectativas potenciales de cualquier empresa • Identificar factores clave que influyen directa e indirectamente en el proceso de Desing thinking • identificar adecuadamente los parámetros externos que rigen el funcionamiento interno de una empresa • conocer los clientes de un determinado mercado 	<p>Los estudiantes podrán ... (competencias)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar actividades en equipo de forma que fortalezcan competencias individuales, grupales y relacionales • identificar y clasificar problemas para distintas situaciones • realizar esquemas sólidos para la solución de problemas • manejar los problemas que aquejan a una empresa y a donde apuntar para generar soluciones mediante un conocimiento profundo del usuario. • Identificar a los usuarios que participan en el uso de un producto o servicio. • comunicarse efectivamente • analizar, plantear y solucionar problemas reales • Fomentar el desarrollo propio y mejora continua • convertir algo dañino en beneficioso • identificar las variables que intervienen en un modelo de negocios • Potenciar habilidades y destrezas en la gestión de soluciones óptimas para cumplir objetivos propuestos • Mejorar habilidades creativas

8. EVIDENCIAS DE EVALUACIÓN

Identifique la evidencia necesaria para lograr los resultados deseados (1).

<p>Tarea de Desempeño Se asignará a los estudiantes un caso de una empresa de cosméticos, donde tendrán la</p>	<p>Otras evidencias Prueba de los temas vistos Actividad por grupos de un mapa de empatía</p>
---	--



oportunidad de diseñar un mapa de empatía y evaluar las expectativas potenciales de los clientes en ese mercado, pensando en conseguir la máxima satisfacción del cliente o consumidor final.

y evaluación de expectativas potenciales
Presentación oral

9. PLAN DE APRENDIZAJE Y METODOLOGÍA

Teniendo en cuenta los resultados deseados identificados en la Etapa 1 y la evidencia necesaria en la Etapa 2 hay una variedad de formas de "enseñar para comprender"

Actividades de aprendizaje:

Investigación de evolución de tecnologías

planteamiento adecuado de un mapa de empatía y la evaluación y análisis de las expectativas potenciales de los clientes en una empresa determinada

Investigación de ejemplos en el diseño de Desing thinking en diferentes empresas a nivel nacional e internacional.

Investigación de ejemplos sencillos con la aplicación de los medos del Desing thinking

12. RECURSOS

Para el desarrollo del proyecto se contará con:

Recursos Financieros: Las estudiantes que desarrollaran el proyecto aportaran el 100% de los recursos financieros.

Recursos físicos: La cátedra será apoyada con material físico como: Fotocopias, Pliegos para el desarrollo de las actividades, Post- it y marcadores.

Recursos Tecnológicos: El material tecnológico a usar será: computador, Video beam con los cuales se proyectará la parte teórica de la cátedra.

13. IDENTIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO

La población objetivo fue: un grupo de voluntarios del Grupo Scout de emergencia Hunzahua Tunja.

Imagen 1. Participantes de las actividades



Fuente: Autores

14. LISTADO DE PARTICIPACIÓN POR CLASE

- ANEXO- LISTAS

15. REGISTRO FOTOGRÁFICO

Imagen 2. Trabajo en grupos-Diseño de la página web



Fuente: Autores

Imagen 3. Trabajo en grupos-Diseño de la página web



Fuente: Autores

Imagen 4. Trabajo en grupos-Prototipo



Fuente: Autores

Imagen 5. Trabajo en grupos-Prototipo



Fuente: Autores

Imagen 5. Trabajo en grupos-Prototipo



Fuente: Autores

Imagen 5. Trabajo en grupos-organización



Fuente: Autores

Imagen 6. Trabajo en grupos-Organización empresarial



Fuente: Autores

Imagen 7. Trabajo en grupos-Organización empresarial



Fuente: Autores

Imagen 7. Trabajo en grupos-Mapa de empatía



Fuente: Autores

Imagen 8. Trabajo en grupos-Mapa de empatía



Fuente: Autores

Imagen 9. Trabajo en grupos-Mapa de empatía



Fuente: Autores

Imagen 9. Trabajo en grupos- Mapa de empatía



Fuente: Autores

Imagen 10. Trabajo en grupos- Mapa de empatía



Fuente: Autores

Imagen 11. Trabajo en grupos- Mapa de empatía



Fuente: Autores

Imagen 10. Trabajo en grupos- Mapa de empatía



Fuente: Autores

Imagen 10. Día #1- Explicación metodologías de organización



Fuente: Autores

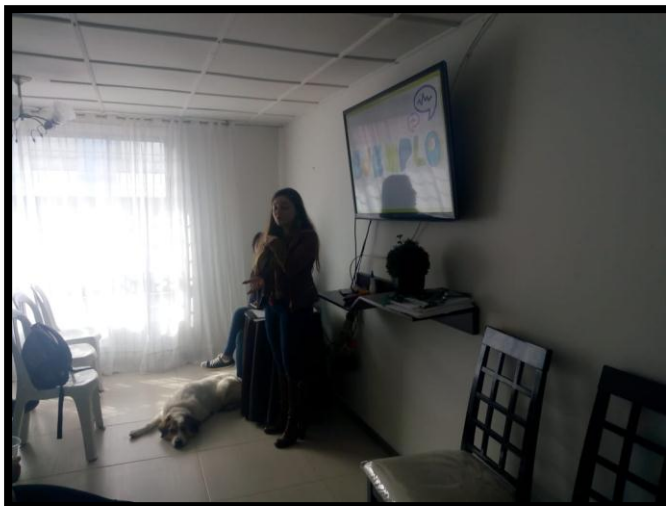
Imagen 10. Día #1- Desing thinking





Fuente: Autores

Imagen 10. Día #2- Expectativas Potenciales



Fuente: Autores

16. CONCLUSIONES

Durante los días 30 de noviembre y 1 de diciembre del 2018 se llevó a cabo la socialización del proyecto “**CÁTEDRA DE INNOVACIÓN Y LIDERAZGO PARA JÓVENES**” en donde se impartieron clases sobre metodologías como Design Thinking, TRIZ, Modelos de Negocios a través de actividades lúdicas con el fin de que los participantes durante la socialización identificaran la importancia de tener en cuenta las necesidades y expectativas de los clientes y a crear ideas con el plus de innovación.

Por otro lado, se logró que los participantes identificaran su potencial como líderes mediante actividades grupales de socialización, donde cada uno exponía su punto de vista y a su vez consideraban y analizaban propuestas y opiniones de otros, de esta forma se vio la importancia de hacer una retroalimentación en la construcción de ideas para un negocio específico; en el cual se involucra todo el personal de una organización para la mejora continua y crecimiento en temas de innovación dentro de la empresa.

Mediante las actividades se lograron establecer, generar e identificar competencias específicas en el desarrollo y reflexión de ideas de innovación como un proceso que no solo ocurre a lo largo del tiempo en un espacio geográfico, sino que también es posible incorporar el factor organizativo, como el espacio lógico donde la innovación tiene lugar y la dimensión individual.

Los estudiantes comprendieron las diferentes estrategias, políticas e instrumentos que favorecen la innovación en las organizaciones, identificaron los modelos de innovación, y pusieron en práctica las formas para producir innovación, comprendieron que para innovar es necesario retarse, arriesgarse, romper esquemas y salir de la zona de confort, con el fin de generar éxito en la empresa o negocio futuro.

Mediante las clases fue posible identificar la importancia de crear empresa en nuestro país, debido a las limitadas posibilidades laborales que existen en la actualidad, por contrataciones tan flexibles que no aseguran un empleo, por los cambios que han surgido a través de la historia y por la generación de



reingenierías y reconstrucciones; a partir de dichas causas se evaluaron los beneficios de hacer empresa.

A manera de conclusión general podemos señalar que las estrategias utilizadas en la clase, basadas en actividades lúdicas y dinámicas resultan funcionales en el análisis de la interacción discursiva en el proceso de compartir conocimiento en la clase, haciéndose vivo y efectivo el curso de enseñanza y aprendizaje. De esta forma fue posible identificar que desde el rol de instructoras se logró poner en contacto y percibir más claramente lo que sucedía en el aula; así mismo fue más fácil comprender como se produce el conocimiento dentro del aula de clase; pues mediante actividades lúdicas se hizo posible captar la atención de los participantes y su nivel de aprendizaje arrojó excelentes resultados, ya que se evaluaron conocimientos adquiridos al final de cada clase.

REFERENCIAS

Córdova Ames, W. (2008). TRIZ, la herramienta del pensamiento e innovación sistemática. *Contabilidad y Negocios*, 3(6).

Gómez, J. (2017). El aprendizaje experiencial. Facultad de Psicología. Capacitación y Desarrollo de las Organizaciones. Universidad de Buenos Aires. 2007

Guerra, J. F., & Frías, L. A. (2009). Modelos de Negocio. *Revista Raites*, 3(6), 53-80.

Steinbeck, R. (2011). El «design thinking» como estrategia de creatividad en la distancia. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (37), 27-35.

Tejeda, A. S. (2011). Mejoras de Lean Manufacturing en los sistemas productivos. *Ciencia y sociedad*.