

**PROYECTO LÍDER:
CONOCIMIENTO E INNOVACIÓN PARA EL CAMBIO DE LAS CLASES SOCIALES**

JUAN PABLO ROA RODRÍGUEZ



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTÁ
2013**

Contenido

1. Resumen ejecutivo	10
2. Identificación de la organización.....	12
2.1 “Misión.....	12
2.2 Visión.....	12
2.3 Población o problemática objetivo	12
2.4 Trayectoria	13
2.5 Ubicación.....	13
3. Identificación del proyecto de la práctica.....	14
3.1 Mercadeo	15
3.2 Liderazgo	15
3.3 Innovación.....	15
4. Identificación del problema y pregunta del proyecto del líder	16
4.1 Línea de base o balance de la problemática general abordada por el proyecto donde se realiza la práctica.....	16
“Población en Edad Escolar Proyectada	17
4.2 Delimitación del problema específico,.....	19
4.3 Formulación de una pregunta de investigación.....	19
5. Objetivos.....	20
5.1 Objetivo General	20
5.2 Objetivos Específicos.....	20
6. Marco Conceptual (Consolidado)	21
7. Desarrollo del Plan de Trabajo	24
7.1 Identificación de las actividades por objetivo específico o resultado.	24
7.2 Recursos	24
7.3 Cronograma de actividades para Fundación Tierra Nativa.....	24
8. Descripción de cada actividad	28
8.1 Repartición de volantes	28
8.2 Charla de motivación y liderazgo al grupo de belleza.....	28
8.3 Aplicación modelo CANVAS al grupo de belleza y confección.....	28

8.4 Descripción de la idea de negocio grupo belleza.....	29
8.5 Elaboración de encuesta de motivación para los grupos de belleza y confección en la fundación .	29
8.6 Implementación de la encuesta de motivación al grupo de confección y belleza	29
8.7 Fortalecimiento de competencias personales	30
8.8 Elaboración de anuncios publicitarios (volantes) grupo belleza y confección	30
8.9 Video sobre casos exitosos	30
8.10 Capacitación en Finanzas básicas.....	30
8.11 Implementación de nuevos productos	31
8.12 Estrategias basada atención al consumidor.....	31
9. Balance final del plan de trabajo.....	32
10. Conclusiones	34
11. Recomendaciones	35
12. Reflexión sobre lo aprendido	36
13. Glosario	37
13.1 Innovación Social:	37
13.2 Emprendedor social:	37
13.3 Empresa social:	37
14. Bibliografía	38
15. Anexos	39
• 15.2 Video de Motivación y emprendimiento	39
• 15.3 Modelo de cuentas “T”	39
• 15.4 Video Institucional	39
• 15.5 Encuesta de percepción	40

1. Resumen ejecutivo

Las universidades dentro de su formación académica enfrentan al estudiante con la realidad del país, desde este punto de vista como lo reportan algunos investigadores, las universidades juegan un papel importante en promover la educación y la cultura.

La innovación social se ha visto como una estrategia que apoya los programas académicos y políticas institucionales, con el objeto de promover la generación de conocimiento, fomentar la participación ciudadana y estimular el desarrollo social.

Dentro de las actividades que realizan los centros de educación no formal es transmitir el conocimiento con el fin aportar ideas innovadoras a personas que se motiven aprender una técnica o afianzarla través de los diferentes campos de formación, donde permite brindar las herramientas necesarias para establecer fuentes de empleo, poder contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las personas menos favorecidas y aportar mecanismos como factor de cambio social y erradicar la brecha de desigualdad.

Este trabajo, enmarcado dentro de los principios de la innovación social, consistió en identificar las necesidades de capacitación de un grupo de personas jóvenes y adultos con un nivel de escolaridad bajo y medio, quienes no disponen de medios económicos para continuar su proceso formativo. Esta primera parte se realizó por medio de una encuesta que permitió caracterizar a los participantes de la Fundación Tierra Nativa; con este instrumento se determinó los motivos principales por los cuales asistían los participantes a la Fundación.

Con base a este diagnóstico, se diseñó, planeó y ejecutó un curso durante doce semanas, en el cual se impartieron módulos sobre estrategia en mercadeo, liderazgo, innovación para promover la difusión de los productos que los participantes elaboraban. También se

impartieron varias sesiones en motivación y liderazgo para el crecimiento personal de los asistentes.

Cada una de las actividades impartidas a los asistentes, se encuentran descritas en detalle dentro del documento, en las cuales se describen los diversos materiales e insumos con los cuales se ejecutaron.

En la parte final del documento se generan una serie de recomendaciones para la Fundación, los cuales tienen como propósito fortalecer los procesos de formación en los asistentes, a través de estrategias educativas basadas en modelos de innovación social, que pueden estimular las habilidades en el diseño de productos y servicios en los participantes, generando sinergias entre éstos y la Fundación.

2. Identificación de la organización

La Fundación Tierra Nativa tiene los siguientes aspectos básicos:

2.1 “Misión

Contribuir a la formación integral de las clases menos favorecidas y al fortalecimiento y creación de pequeñas empresas y procesos productivos.

2.2 Visión

Ser líderes en la capacitación y formación integral de la población y en la formación y fortalecimiento de las pequeñas empresas contribuyendo al mejoramiento de las condiciones sociales y ambientales del país.

2.3 Población o problemática objetivo

La fundación tiene por objeto estimular la participación del ciudadano especialmente los desempleados, discapacitados, desplazados, madres y padres cabeza de hogar por medio de la consecución de espacios de trabajo.

2.4 Trayectoria

La Fundación Tierra Nativa ha realizado procesos de formación y capacitación empresarial, capacitación en artes y oficios e impulso de iniciativas productivas con una cobertura de más de 44.000 beneficiarios.

La experiencia que han adquirido apoyado proyectos sociales de la Alcaldía Mayor de Bogotá, La Organización de Naciones Unidas (ONU), el Hospital de Suba, Secretaria Distrital de Integración Social, Alcaldía Local de Tunjuelito, Alcaldía Local de Suba y Alcaldía Local de Engativá, Grandes Superficies de Colombia, Los Tres Elefantes, HomeCenter y Colsubsidio.

2.5 Ubicación

La fundación cuenta con tres sedes, de las cuales en dos se realizan los cursos de capacitación y una sede administrativa.

Las sedes donde se realizan los cursos son en la localidad de Usme y Suba y la sede administrativa se encuentra ubicada en la localidad de Fontibón”.

(Brochure Fundacion Tierra Nativa)

3. Identificación del proyecto de la práctica

La fundación cuenta con varios cursos que permite llegar a un gran segmento de personas a través de la educación no formal “a nivel conceptual, las empresas sociales transforman un problema en una oportunidad. El emprendedor social sensibilizado por una o varias problemáticas de su entorno busca el mecanismo para crear una oportunidad económica a partir de ellas. Para que eso sea posible, es preciso adoptar un enfoque posibilista y positivo, y no encasillarse en el análisis del problema sino en la búsqueda de una solución. Una solución que requiere, en muchas ocasiones, una innovación práctica” (ESADE, Instituto de Innovación Social, 2012, pág. 22) para contribuir al desarrollo y progreso social de la ciudad de Bogotá.

A través de los diferentes cursos (confecciones, belleza, cursos de inglés) se ha podido detectar el crecimiento en diferentes mercados en el cual se puede aprovechar el capital empleado y permita ampliar o incrementar los diferentes cursos de capacitación, así se fomentara la participación como mecanismo para que la comunidad pueda aportar sus ideas y poder crear espacios para el cambio social y como promotor del desarrollo.

Las funciones que se realizarán en la fundación serán basadas bajo módulos que permitan conocer las cualidades, perspectivas que tiene la comunidad para crear una empresa a partir de una idea de negocio, estos módulos son:

3.1 Mercadeo

- Asignación de precios al producto elaborado y generar valor al producto
- Reconocer posible clientes potenciales
- Ayudar a establecer un punto físico para la venta del producto

3.2 Liderazgo

- Definición de liderazgo
- Cualidades de un líder
- Características del líder
- Desarrollo de métodos como él (Coaching) para afianzar el liderazgo

3.3 Innovación

- Diseñar estrategias que permitan crear nuevas tecnologías que por maximizar la producción.
- Al generar valor al producto, establecerle al mercado potencial las ventajas que se tiene al adquirir el producto

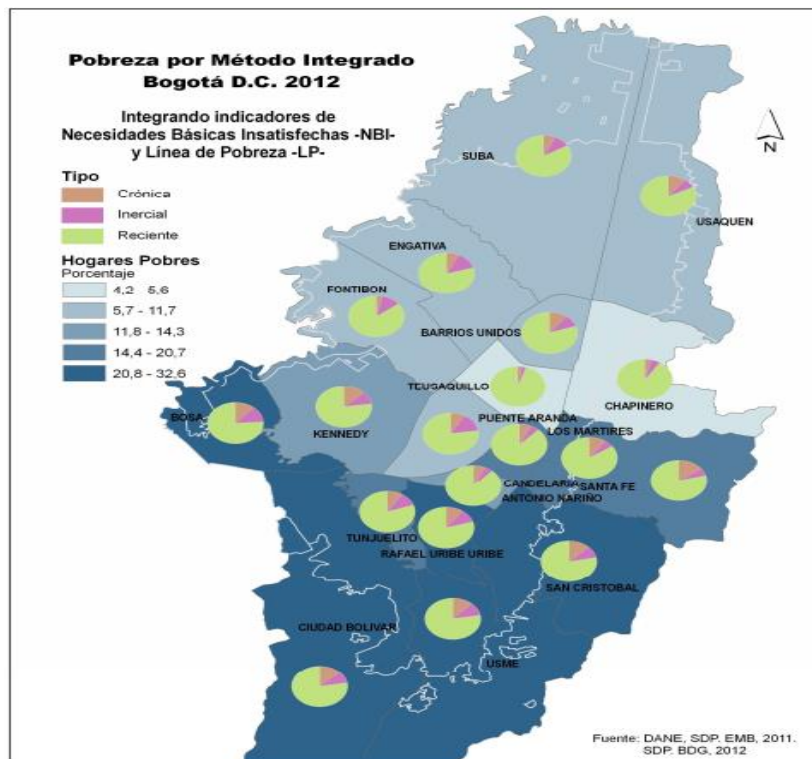
Además de los módulos que se dictaran en la fundación como actividad a desarrollar en el cronograma se aportara a la fundación las siguientes actividades:

- Dar a conocer a la población las actividades de capacitación por medio de comunicación como (Volantes)
- Generar alianzas con la empresa público – privada para volver auto-sostenible el funcionamiento de la organización.
- Establecer estrategias de mercadeo que permitan vincular a la población con la fundación.

4. Identificación del problema y pregunta del proyecto del líder

4.1 Línea de base o balance de la problemática general abordada por el proyecto donde se realiza la práctica.

Al realizar un análisis del entorno en donde se encuentra ubicada la fundación en la sede de Usme se pudo identificar lo siguiente:



Gráfica. 1.

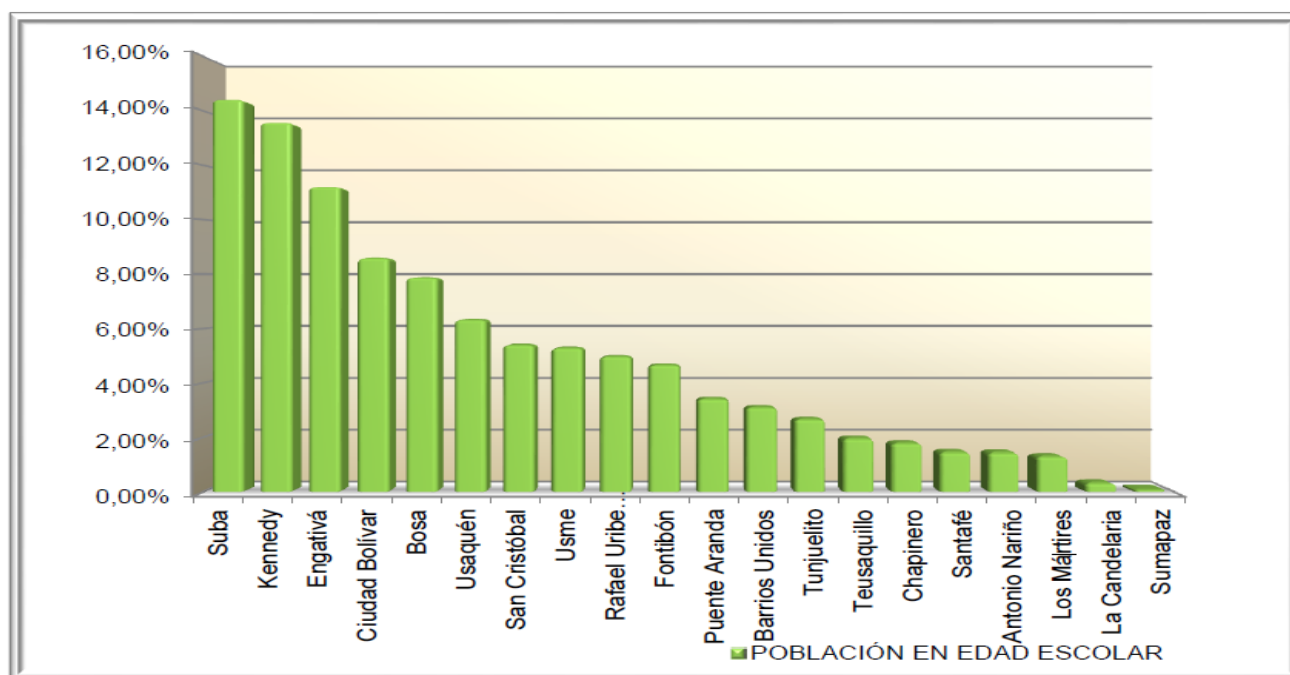
“Según las proyecciones de población entregadas por el DANE y la Secretaría de Planeación del Distrito, la población de Bogotá para el año 2011 es de 7.467.804 habitantes; para la localidad de Usme la población es de 382.876 habitantes que corresponde al 5.13% del total de Bogotá, ocupando el octavo lugar de participación en el total” (Educacion, Secretaria Distrital de)

“La localidad de Usme para el Distrito Capital se encuentra ubicada dentro de las 4 primeras localidades que presenta mayor pobreza en Bogotá con un (9,6%), además se pudo identificar que cuenta con los mayores índices de pobreza crónica con (3,8%) de la ciudad de Bogotá y con el mayor índice de pobreza inercia con (3,4%)” (Planeacion, pág. 13)

Debido a que es la localidad con mayor índice de pobreza inercial “Se podría plantear como hipótesis para este grupo que son aquellos que, a pesar de contar con ingresos por encima de la línea de pobreza, mantienen al menos una necesidad básica insatisfecha que podrían superar en el futuro. Los hogares de este grupo tienen una situación social ascendente.” (Planeación, pág. 13).

“La PEE de la localidad representa el 6.41% del total de PEE de la Ciudad, ocupando el puesto número 6 en porcentaje de representación para 2011.” (Educación, Secretaría Distrital de, pág. 7)

Gráfico 4. Participación de la Población en Edad Escolar por localidades Año 2012



Fuente: Proyecciones de Población del DANE – SDP.
Elaboración y cálculos: Oficina Asesora de Planeación – SED. Grupo de Análisis Sectorial

Gráfica. 2.

“Población en Edad Escolar Proyectada

Durante el periodo 2008-2012 las proyecciones de población indican que la Población en Edad Escolar (PEE), es decir, aquella que se encuentra entre los 5 y los 17 años de edad ha venido decreciendo en valor absoluto para el total de la ciudad y para muchas de sus localidades, sin embargo, la Localidad de Usme experimenta un crecimiento de la PEE. El porcentaje de

participación dentro del total de la población en 2008 representaba el 28.52%, en el 2011 representa 26.98% y para el 2012 representará el 26.44%.” (Educación, Secretaría Distrital de, pág. 8)

Tabla 1. Población en edad escolar de la localidad proyectada por edades simples y género Año 2011

Edad	Hombres	Mujeres	Total
5 años	3.954	3.680	7.634
6 años	3.957	3.680	7.637
7 años	3.991	3.715	7.706
8 años	4.029	3.757	7.786
9 años	4.069	3.804	7.873
10 años	4.105	3.850	7.955
11 años	4.142	3.898	8.040
12 años	4.176	3.946	8.122
13 años	4.190	3.971	8.161
14 años	4.179	3.962	8.141
15 años	4.195	3.971	8.166
16 años	4.152	3.932	8.084
17 años	4.107	3.895	8.002
Total	53.246	50.061	103.307

Fuente: Proyecciones de Población DANE – SDP. **Elaboración y cálculos:** Oficina Asesora de Planeación – Grupo Estadística

El trabajo que ha realizado el Gobierno Distrital por reducir la brecha de desigualdad en la localidad de Usme ha representado para la ciudad de Bogotá un aumento en el desarrollo social, productivo y cultural de aquellas personas con escasos recursos, la localidad por medio de su plan de desarrollo ha propuesto la participación de sus habitantes en programas productivos y presta una especial atención a la población infantil y joven al vincularlos a los diferentes programas pedagógicos a través de la oferta educativa que tiene y realizar la debida gestión en mejorar las condiciones físicas para impulsar el fortalecimiento integral de los estudiantes. Para cubrir la demanda educativa la Alcaldía realiza diferentes convenios con colegios privados,

colegios en concesión, el número de colegios públicos que tiene la localidad con el fin de garantizar el derecho a la educación y poder atender la demanda de estudiantes de la localidad.

4.2 Delimitación del problema específico,

El problema encontrado corresponde a la falta de conocimiento que presenta la comunidad debido a que no pueden tener acceso a la educación formal ya que no cuentan con los recursos económicos necesarios, por falta de oportunidades que deja de brindar el Gobierno Nacional y Distrital, la oportunidad que tienen este tipo de población es poder acceder a diferentes cursos de capacitación que brindan organizaciones como fundaciones, ONG y convenios con las diferentes universidades para fomentar la participación a través de estos espacios y poder brindar la ayuda necesaria por medio de charlas de capacitación para otorgar la colaboración adecuada entre los diferentes sectores de la sociedad e ir subsanado las diferencias sociales con el fin de contribuir en la eliminación de la brecha social y poder volver a esta sociedad un país más digno para sus habitantes.

4.3 Formulación de una pregunta de investigación

¿En qué medida la perspectiva de la innovación social fortalecería las capacitaciones brindadas por la fundación?

5. Objetivos

5.1 Objetivo General

Analizar cómo la innovación social, por medio de la educación no formal, ofrece herramientas para impulsar proyectos sostenibles para promover el cambio en las clases sociales menos favorecidas.

5.2 Objetivos Específicos

- Analizar como la innovación social, en la fundación, a través de capacitaciones, contribuye a la transformación de los actores que se encuentran en ella.
- Identificar las motivaciones que conllevan a la persona a realizar los diferentes cursos que oferta la fundación
- Determinar las oportunidades sociales que brinda la innovación social a los integrantes de la fundación

6. Marco Conceptual (Consolidado)

“La innovación es la capacidad de ir continuamente creando valor, interpretando y anticipándose a las necesidades de los clientes e interactuando dentro de una red de organizaciones o grupos de trabajo. La innovación puede provenir de cualquier individuo que mantenga una visión y compromiso de innovar, por lo tanto, no necesariamente debemos relacionar la innovación con inversiones millonarias y con productos radicalmente nuevos y sofisticados con inversiones millonarias con productos radicalmente nuevos y sofisticados. Este proceso de innovar es llevado a cabo por un emprendedor el cual usualmente innova, no sólo al darse cuenta de cómo usar las invenciones, sino también introduciendo nuevos medios de producción, nuevos productos y nuevas formas de organización” (Plaza Innovacion).

Dentro de los diferentes procesos de innovación que existen, hay uno que se encarga de contribuir con el desarrollo social de las comunidades conocido como la **“innovación social”**, este término está asociado con la **“empresa social”** debido a que está transformando las condiciones humanas y sociales de la personas, pero ¿Qué es la innovación social?, se explicara a continuación:

“De acuerdo con la Universidad de Oxford, la innovación social puede definirse como nuevas ideas o nuevas formas de hacer las cosas, que funcionan y dan respuesta a problemáticas sociales que los mecanismos tradicionales no han logrado resolver. En esto coincide la comunidad global Social Innovation Exchange (SIX) para la cual el término se refiere al desarrollo e implementación de nuevos productos, servicios y modelos que satisfacen necesidades sociales y que resulta más eficaces, sostenibles y justas que las soluciones existentes.” (Calderon, 2013, pág. 16)

Con esta definición de innovación social lo que se trata de identificar es una posible respuesta a los múltiples problemas o necesidades sociales que se presenta y como una posible solución debido a que son proyectos novedosos y sostenibles para la sociedad.

A partir de esta idea los diferentes aportes que se han realizado han servido para realizar planteamientos que permitan a los innovadores sociales poder solucionar los diferentes problemas sociales que se presentan en la sociedad, para contribuir con el desarrollo de estas ideas sociales innovadoras los emprendedores sociales están buscando diferentes mecanismos de participación nacional o internacional que permitan financiar sus ideas con el fin volver estos proyectos sostenibles, económicos, viables a largo plazo para poder diagnosticar los diferentes enfoques y poder medir observar el impacto positivo o negativo que pueda presentar.

La innovación social ha asumido un papel importante aportando diferentes soluciones dentro del contexto social en el que se encuentra, debido a que es “un paso importante en la solución de los problemas y la gestión de los cambios sociales ha sido el avance registrado en los últimos años en la colaboración y cooperación entre diferentes sectores de la sociedad (Phills et al. 2008), los ejemplos más claros son las ONG ya que se han convertido también en socios clave y, ante los recortes de los gobiernos, buscan nuevas formas de generar sus propios ingresos o acuden a las empresas en busca de patrocinio o colaboración. Estos cambios en los roles y las relaciones son decisivos para el crecimiento de la innovación social” (ESADE, Instituto de Innovación Social, 2012, pág. 21), para la sociedad los diferentes modelos de innovación social tienen un papel importante para la transformación de la sociedad porque a través de ella se ha podido comprender que la alianza de los sectores de la sociedad público – privado permite realizar nuevas formas de innovación que por medio de ellas se busca entender o comprender las necesidades básicas que no han sido superadas o la sociedad en conjunto.

Dentro del proceso de transformación de las sociedades, la innovación social presenta desafíos debido a que se ha encontrado “profundamente con trabas arraigadas en una sociedad en la que el sistema social y los supuestos en los que se basa se han convertido en parte de nuestra mentalidad, lo que dificulta su cambio” (ESADE, Instituto de Innovación Social, 2012, pág. 25), esto se debe a la falta de la ejecución de políticas sociales por parte de los gobiernos y a la poca confianza y percepción negativa que tiene la sociedad por los gobernantes, también la poca adaptación que tienen las sociedades cuando se están llevando a cabo la ejecución de políticas sociales ya que la implementación de estas políticas son demoradas y no puede llevarse de manera exitosa para poder desplegar la estructura necesaria para la transformación que necesita la sociedad.

7. Desarrollo del Plan de Trabajo

7.1 Identificación de las actividades por objetivo específico o resultado.

Con las capacitaciones que se realizan en la fundación se trata de transmitir el conocimiento para que las personas con bajos recursos tenga una idea de crear su propia fuente de ingreso y puedan así mejorar su calidad de vida, con las diversas actividades que se realizan se trata de involucrar el conocimiento adquirido por la persona y generarle un espacio de participación en el cual esté en un continuo mejoramiento para que se pueda adaptar a los cambios.

7.2 Recursos

Los recursos que se tienen para realizar las diferentes actividades de alguna manera se encuentran dados debido a que los elementos técnicos son aportados por la fundación y el estudiante para cumplir con la actividad como fotocopias, espacio para realizar la capacitación, los recursos financieros si son por cuenta del estudiante ya que el único gasto que genera es el transporte hacia la fundación, y el elemento humano es el conocimiento que brinda el estudiante al capacitar a las personas de la fundación y la coordinación para que se dicten los cursos que están estipulados en los módulos.

7.3 Cronograma de actividades para Fundación Tierra Nativa

8. Descripción de cada actividad

8.1 Repartición de volantes

A través de la distribución de volantes uno a uno y en los puntos de acceso masivo como la red CADE, específicamente el CADE de Yomasa y la Secretaria Distrital de Integración Social de la localidad, se pretendía posicionar en los habitantes de la localidad de Usme la presencia de la Fundación como un agente importante en el fortalecimiento personal a través de la educación no formal.

8.2 Charla de motivación y liderazgo al grupo de belleza

La charla de capacitación en liderazgo y motivación pretendía dar a entender a las personas la importancia de convertirse en líderes de sus propias vidas para lograr el crecimiento personal y laboral que los lleve a convertirse en personas productivas para sus familias y para sí mismas la charla de capacitación en liderazgo y motivación para dar a entender a las personas la importancia de progresar para el crecimiento personal y laboral.

8.3 Aplicación modelo CANVAS al grupo de belleza y confección

Con la implementación de este modelo se trata de entender qué conocimiento administrativo tienen las personas asistentes del curso y poder orientarlas basadas en este modelo partiendo de las siguientes características: propuesta de valor, segmento de clientes, canales de comunicación y distribución, fuentes de ingreso, recursos claves, actividades claves, alianzas claves y estructura de costos. Esta actividad se hace con el fin de que las personas obtengan el conocimiento a través un modelo de negocio que le sirva para la ejecución de un proyecto de vida.

8.4 Descripción de la idea de negocio grupo belleza

Partiendo del modelo de negocio “Canvas” se pretende incentivar la creatividad e innovación de las personas para poder ampliar la necesidad de fomentar una oportunidad de negocio y poder enfocar el modelo en futuras ideas de negocio que se presenten.

8.5 Elaboración de encuesta de motivación para los grupos de belleza y confección en la fundación

Con la elaboración de la encuesta se quiere medir cual es la verdadera motivación que tienen las personas de la fundación con respecto a los cursos que se realizan y qué expectativas tienen sobre este.

8.6 Implementación de la encuesta de motivación al grupo de confección y belleza

Al ejecutar la encuesta de motivación se pudo percibir que la mayoría de las personas que acceden a los cursos brindados por la fundación los motiva a desarrollar una oportunidad de negocio debido a que hay personas que por medio de las capacitaciones afianzan el conocimiento adquirido para llegar a ser más productivos, la segunda opción más escogida fue el desarrollo para el crecimiento personal y profesional debido a que estas personas desean conocer sobre un arte en especial y como motor de superación para ellos mismos, y la última y con una menor escogencia fue espacio para aprovechar el tiempo libre, aquí se pudo detectar que las personas adolescentes acceden al curso por tener una distracción y como complemento de sus habilidades motrices.

8.6 Fortalecimiento de competencias personales

Desarrollar en cada uno de los asistentes a los cursos de la fundación, hábitos, estrategias, habilidades y competencias que les permitan obtener equilibrio físico, emocional y social, incrementando la participación y aptitudes en los diferentes cursos mejorando el bienestar de las personas.

8.7 Elaboración de anuncios publicitarios (volantes) grupo belleza y confección

Con este mecanismo se pretende que las personas de la fundación tengan un contacto con el entorno en el que se capacitan para que puedan ofrecer sus servicios y puedan ir elaborando un esquema de precios por el trabajo que desempeñan.

8.8 Video sobre casos exitosos

Tiene como fin motivar a las personas a través de la experiencia de otras y poderles ofrecer mejor un panorama de vida para que puedan afrontar de una manera tranquila la adversidad que puede presentar la vida.

8.9 Capacitación en Finanzas básicas

Otorgar un conocimiento sobre costo – beneficio al ofertar un producto o servicio, se implementara como ayuda pedagógica la regla “T”, un estado de cuentas con el fin de incentivar la producción de productos elaborados y prestación de servicios.

8.10 Implementación de nuevos productos

Contribuir con la optimización de los procesos a través de la combinación de novedosos equipos basados en el concepto de renovación y vanguardia para poder ingresar en el segmento de mercado y obtener una retribución económica.

8.11 Estrategias basada atención al consumidor

Enseñar estrategias que permitan mejorar la comunicación con el consumidor para poder escuchar sus inquietudes y promocionar relaciones perdurables.

9. Balance final del plan de trabajo

El programa de capacitación desarrollado en la Fundación Tierra Nativa tuvo como objetivo enseñar y fomentar en los asistentes de los distintos cursos que desempeñan diferentes competencias laborales a través de la creación de ideas de negocios por medio de modelos y módulos basados en finanzas, liderazgo, estrategia, mercadeo e innovación, que permiten proporcionar diferentes herramientas para que los asistentes pongan en marcha las iniciativas que tienen o anhelan. El desarrollo de las actividades está relacionado directamente con los objetivos específicos y cada actividad tiene como fin conocer el grado de conocimiento que tienen los asociados sobre los módulos que se dictaron y poder fortalecer las habilidades para que puedan incursionar en el sector en el que se están capacitando.

Durante la ejecución de las actividades se pudo evidenciar múltiples aspectos que tiene las personas a la hora de realizar los diferentes cursos que brinda la fundación, muchos de los asociados los motiva acceder a estos cursos con el fin de tener una educación no formal en una técnica específica, como oportunidad de negocio, como desarrollo para el crecimiento personal y profesional o como espacio para aprovechar el tiempo libre, basado en este proceso de observación se puede establecer que a través de estos módulos se pudieron implementar diversas actividades, como la implementación de encuestas de percepción, videos acerca de motivación y emprendimiento, elaboración de volantes, todas estas actividades realizadas en los cursos a los que acceden las personas permitieron fortalecer e identificar qué iniciativas se tienen y poder realizar un balance entre lo planeado y lo obtenido alcanzando como resultado el cumplimiento de las actividades acordes al cronograma de actividades ya que los asociados son personas muy receptivas debido a que cuentan con la suficiente capacidad, el deseo de aprender, y ven esta

oportunidad como un camino para mejorar su condición de vida y poder contribuir con el progreso de la sociedad.

Un aspecto importante durante la ejecución de las actividades fue la implementación de la encuesta de percepción (ver anexos) a dos grupos de capacitación y se obtuvo como resultado de mayor trascendencia la oportunidad de negocio ya que las personas entienden que al estudiar o realizar cursos de capacitación pueden crear productos u ofrecer servicios en el sector en el que se encuentran obteniendo un ingreso a partir de las habilidades que adquieren.

10. Conclusiones

La innovación social resalta los procesos de capacitación y otorga enseñanza de calidad a través de sus diferentes procesos ya que por medio de ella se puede identificar diferentes variables que permiten dar una respuesta a la demanda de los diferentes problemas sociales que oferta la sociedad conociendo los distintos perfiles que ocupan o puede ocupar las personas e identifica la experiencia que tienen las personas en algún oficio o técnica y el conocimiento que puede brindar para obtener mejores resultados.

El desarrollo de las actividades permitió identificar las necesidades de capacitación que tienen las personas que asistían a la Fundación, lo cual los motiva a aprender sobre diferentes temáticas que permiten su crecimiento personal. El desarrollo e implementación de todas las actividades realizadas (soportadas en el cronograma de trabajo, el cual se ejecutó en su totalidad), permiten generar un balance positivo entre lo planeado y lo ejecutado.

Todos estos tipos de espacios generan que las personas desarrollen competencias grupales como individuales con el anhelo de alcanzar los objetivos propuestos y permiten ir disminuyendo la deserción académica y la discriminación social

11. Recomendaciones

La Fundación a través de la cooperación con las diferentes entidades público – privadas puede fomentar el desarrollo del sector social, efectuando distintas maneras de contribución, adquiriendo un compromiso entre entidades que permitan la difusión de temáticas por medio de la innovación social, aspecto esencial para el desarrollo de la sociedad.

Dentro del proceso de formación, se deben implementar estrategias educativas basadas en innovación que permita descubrir y potenciar las habilidades en diseño de productos y servicios para aplicarlos en los métodos de aprendizaje que están adquiriendo.

Además, el desarrollo del aprendizaje basado en procesos de innovación permitirá a la Fundación proyectar la experiencia que tiene ésta tiene, e identificar posibles beneficiarios que actúen como emprendedores sociales, los cuales sean agentes transformadores del entorno en el que estos se encuentran.

Fortalecer estos escenarios, donde los asociados se sientan productivos, es un factor sustancial de progreso debido a que los participantes se encuentran altamente comprometidos, éstos tienen como propósito generar progreso y valor social para aquellas personas que hacen parte de la comunidad ; lo anterior, permitirá múltiples maneras de relacionarse, al generar una cultura de cooperación entre sus afiliados; además, Fundación puede proveer productos, insumos y servicios rentables, lo cual genera diferentes espacios de participación, promueve el empleo y la prestación de servicios que permitan mejorar la calidad de vida de las personas.

12. Reflexión sobre lo aprendido

La necesidad de innovar no solo se encuentra en los procesos y en los productos, sin embargo este proceso no puede quedarse en las organizaciones, muchas empresas como agente de la sociedad están contribuyendo con la recuperación por medio de la “Empresa social”, a partir de este concepto se están constituyendo empresas que han recibido el apoyo de múltiples organizaciones para volver sostenible la inversión por medio de la generación de valor.

Para alcanzar los niveles de optimización deseados, estas empresas deben emplear un proceso de capacitación a sus colaboradores para que contribuyan a mejorar los procesos enseñando a personas menos favorecidas. Al proporcionar igualdad mediante el aprendizaje, es importante sintetizar aquellos procesos difíciles porque lo que necesita las personas de bajos recursos es potenciar las habilidades para poder ser más productivos.

Las personas al sentirse productivas, motivadas, buscan mejorar los procesos que realizan ya que tienen como objetivo contribuir con el desarrollo social de la comunidad donde se encuentran y fomentar la innovación como motor de cambio ya que por medio de estas permite la integración de los procesos y posibilita llegar a diferentes nichos de mercados y exponer todo el aprendizaje adquirido en ofertar un producto o servicio.

13. Glosario

13.1 Innovación Social:

La innovación social trata de aprovechar el ingenio de las entidades benéficas, asociaciones y emprendedores sociales para encontrar nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales que no estén suficientemente atendidas por el mercado o sector público. (Comisión Europea, Unión por la Innovación, 2010)

13.2 Emprendedor social:

Un emprendedor social es, ante todo, un líder social; en ocasiones, un intraemprendedor en el seno de una Entidad no Lucrativa; que identifica y aplica soluciones prácticas a problemas sociales combinando innovación, captación de fondos y oportunidad.

(Centro de Iniciativas Emprendedoras de la Universidad Autónoma de Madrid)

13.3 Empresa social:

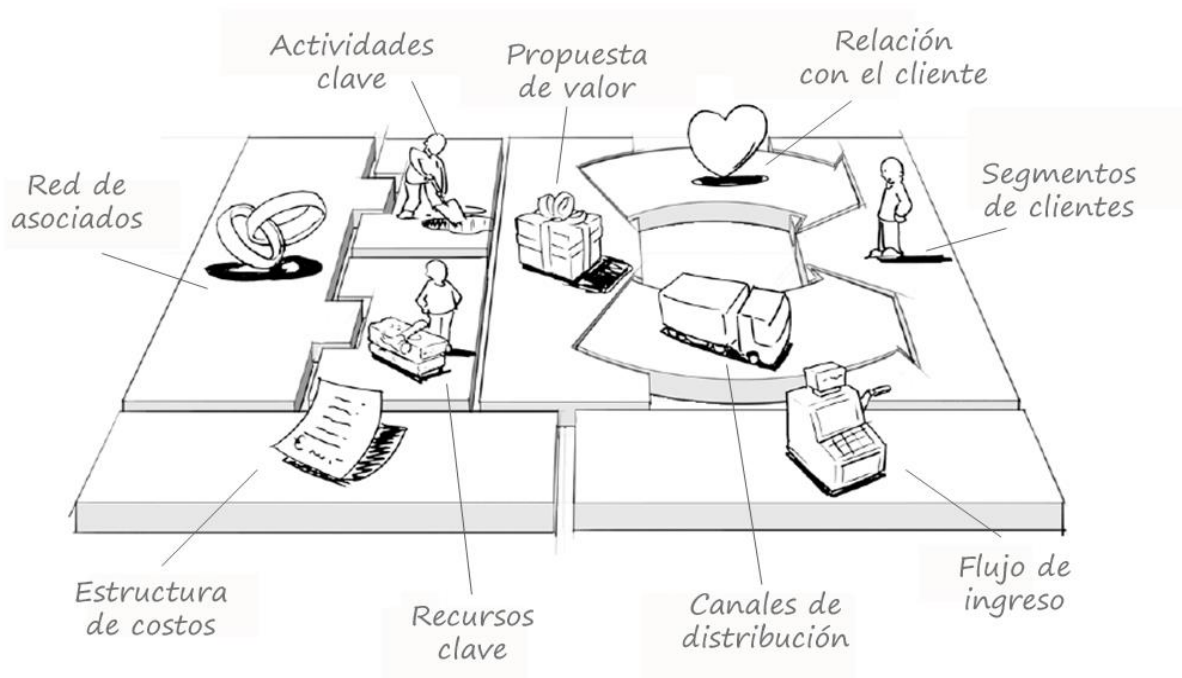
Las empresas sociales son asociaciones que se organizan con un espíritu empresarial para alcanzar objetivos sociales y económicos que asumen distintas formas legales de acuerdo al país. La característica distintiva es su capacidad para diseñar soluciones innovadoras y dinámicas a los problemas de desempleo y la exclusión social, contribuyendo al tipo de desarrollo económico que refuerza la cohesión social, que es una de las facetas del desarrollo sostenido” (Camacho, 2005)

14. Bibliografía

- Álamo, P. (s.f.). *Los cinco pilares de la innovación social*. Recuperado el 5 de Octubre de 2013, de <http://www.finanzaspersonales.com.co/columnistas/articulo/los-cinco-pilares-innovacion-social/50577>
- ANSEP. (s.f.). *¿Qué es el Centro Innovación Social?* Recuperado el 24 de Septiembre de 2013, de <http://www.anspe.gov.co/es/programa/que-es-el-centro-innovacion-social>
- Brochure Fundacion Tierra Nativa*. (s.f.).
- Calderon, R. S. (2013). *¿Que es y que no es innovacion social? Huella Social* , 87.
- Camacho, J. G. (15 de Septiembre de 2005). *Las empresas sociales y sus factores de exito*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2013, de <http://www.liderempresarial.com/num129/13.php>
- Centro de Iniciativas Emprendedoras de la Universidad Autonoma de Madrid. (s.f.). *ciade social*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2013, de <http://www.emprendereneltercersector.es/>
- Coworking Alicante. Más que un espacio de trabajo. Para emprendedores, a. y. (s.f.). *Canvas: Generación de modelos de negocio*. Recuperado el 15 de Noviembre de 2013, de <http://www.coworkinglemon.com/blog/modelo-canvas-generacion-modelos-negocios/>
- DNP. (s.f.). Obtenido de http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/Informaci%F3nTomaDecisiones/Estadisticas/Bogot%E1%20Ciudad%20de%20Estad%EDsticas/2012/Cartilla_42_Metodo_pobreza.pdf
- Educacion, Secretaria Distrital de. (s.f.). *USME LOCALIDAD 5 Caracterización Sector Educativo año 2011*. Recuperado el Domingo 6 de Octubre de 2013, de http://www.sedbogota.edu.co/archivos/SECTOR_EDUCATIVO/ESTADISTICAS_EDUCATIVAS/2011/julio/5.%20Usme%202011-V1.doc
- ESADE. (2012). *Instituto de Innovacion Social*. Recuperado el Domingo 6 de Octubre de 2013, de Antena para la Innovacion Social. Las diez innovaciones mas destacadas e inspiradoras: http://itemsweb.esade.es/wi/research/iis/publicacions/2011_Antena-cast.pdf
- ESADE. (2012). *Instituto de Innovacion Social*. Recuperado el Domingo 6 de Octubre de Octubre de 2013, de Aprendiendo de las empresas sociales. Seis casos de emprendimientos: <http://itemsweb.esade.es/wi/research/iis/publicacions/2012-AprendiendoEmpresasSociales.pdf>
- Naciones Unidas. (s.f.). *Superación de la Pobreza y Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 30 de Septiembre de 2013, de <http://www.pnud.org.co/sitio.shtml?apc=&s=a&m=a&c=02001&e=A#.Uom6odIyK6x>
- Planeacion, D. N. (s.f.). *Bogota Ciudad de Estadistica*. Recuperado el Domingo de Agosto de 2013, de http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/Informaci%F3nTomaDecisiones/Estadisticas/Bogot%E1%20Ciudad%20de%20Estad%EDsticas/2012/Cartilla_42_Metodo_pobreza.pdf
- Plaza Innovacion* . (s.f.). Recuperado el Domingo 6 de Octubre de 2013, de <http://www.plazadeinnovacion.uai.cl/que-es-innovacion-uai.html#!/que-es-innovacion-uai/por-que-es-importante-la-innovacion.html>

15. Anexos

- **15.1 “Modelo Canvas**



”

(Coworking Alicante. Más que un espacio de trabajo. Para emprendedores)

- **15.2 Video de Motivación y emprendimiento**

http://www.youtube.com/watch?v=00ozOsi_8tM

- **15.3 Modelo de cuentas “T”**

<http://contabilidaddiute.files.wordpress.com/2009/11/formato-cuentas-t.pdf>

- **15.4 Video Institucional**

<https://www.youtube.com/watch?v=iVjZ0kQfNUA>

- **15.5 Encuesta de percepción**

Encuesta al grupo de belleza

La motivación que tengo para realizar el curso es:

1. Oportunidad de negocio
2. Desarrollo para el crecimiento personal y profesional
3. Espacio para aprovechar el tiempo libre
4. Ninguna de las anteriores

Si escogió una de las tres remítase directamente a la pregunta que selecciono

- **Oportunidad de negocio**

➤ ¿En qué tipo de proceso se especializaría para ofrecer su servicio?

- Manicure y pedicure tradicional
- Manicure y pedicure con decorados y diseños
- Manicure y pedicure Spa
- Manicure y pedicure con parafina

➤ ¿Qué método utilizaría para realizar el manicure o pedicure?

- De forma manual
- Utilizaría herramientas (tecnología) para realizar el proceso

➤ ¿Con qué costumbre realiza a su consumidor el manicure o pedicure?

- Quincenal
- Mensual
- Cada 2 meses

➤ ¿Cuánto es el promedio que recauda en realizar el manicure y pedicure?

- Alrededor de \$8.000
- Entre \$8.000 y \$10.000
- Entre \$10.000 y \$15.000
- Más de \$16.000

➤ ¿Cómo ofrecería el servicio para que sus clientes acudan a usted?

- Volantes
- Anuncios colocados en las tiendas de barrio
- Ferias que realicen las diferentes entidades públicas o privadas
- Otros. ¿Cuál? _____

➤ ¿Cómo conseguiría su centro de belleza?

- Por medio de financiación
- Ahorros propios
- Alianza económica
- Otra fuente. ¿Cuál? _____

- **Desarrollo para el crecimiento personal y profesional**

- ¿Qué incentivo ha recibido durante la capacitación que ha estado realizando durante este tiempo?

- Emocional
- Afectivo
- Educativo
- Nombre otro _____

- Si ha percibido alguna remuneración, ¿Cree usted que es acorde a lo que le han enseñado o aprendido?

- Satisfecho
- Insatisfecho
- Nunca ha percibido ingreso

- ¿Cuántas capacitaciones ha recibido durante los últimos 3 meses?

- Más de 12
- Entre 6 – 10
- De 0 – 5

- ¿Cómo considera la metodología que se desarrolla por parte de la fundación para su aprendizaje?

- Excelente
- Regular
- Mala
- Sugerencia _____

- ¿Tiene la fundación las herramientas adecuadas y las condiciones físicas acordes para su proceso de formación?
 - Mucho
 - Poco
 - Nada

- **Espacio para aprovechar el tiempo libre**
 - ¿La fundación incentiva espacios de participación a la sociedad?
 - Si ¿Cómo? _____
 - No

 - ¿Está conforme con el respeto que tienen los compañeros por usted?
 - Acuerdo
 - Desacuerdo

 - Disfruta los espacios que ofrece la fundación para encontrar una motivación especial?
 - Siempre
 - A veces
 - Nunca

Encuesta al grupo de confección

La motivación que tengo para realizar el curso es:

1. Oportunidad de negocio
2. Desarrollo para el crecimiento personal y profesional
3. Espacio para aprovechar el tiempo libre
4. Ninguna de las anteriores

Si escogió una de las tres remítase directamente a la pregunta que selecciono

- **Oportunidad de negocio**

➤ ¿En qué tipo de proceso se especializaría para ofrecer su Producto?

- Prendas de vestir
- Cartucheras o bolsos
- Ropa interior

➤ ¿Qué método utilizaría para realizar el proceso?

- Confección tejido plano
- Confección tejido punto
- Otro tipo de confección ¿Cuál? _____

➤ ¿Con qué costumbre vendería a su consumidor el producto?

- Quincenal
- Mensual
- Cada 2 meses

➤ ¿Cuánto es el promedio que recauda al vender la cartuchera o la prenda de vestir?

- Alrededor de \$8.000
- Entre \$8.000 y \$10.000
- Entre \$10.000 y \$15.000
- Más de \$16.000

➤ ¿Cómo ofrecería el servicio para que sus clientes acudan a usted?

- Volantes
- Anuncios colocados en las tiendas de barrio
- Ferias que realicen las diferentes entidades públicas o privadas
- Otros. ¿Cuál? _____

➤ ¿Cómo conseguiría su centro de confecciones?

- Por medio de financiación
- Ahorros propios
- Alianza económica
- Otra fuente. ¿Cuál? _____

- **Desarrollo para el crecimiento personal y profesional**

➤ ¿Qué incentivo ha recibido durante la capacitación que ha estado realizando durante este tiempo?

- Emocional
- Afectivo
- Educativo
- Nombre otro _____

➤ Si ha percibido alguna remuneración, ¿Cree usted que es acorde a lo que le han enseñado o aprendido?

- Satisfecho
- Insatisfecho
- Nunca ha percibido ingreso

➤ ¿Cuántas capacitaciones ha recibido durante los últimos 3 meses?

- Más de 12
- Entre 6 – 10
- De 0 – 5

➤ ¿Cómo considera la metodología que se desarrolla por parte de la fundación para su aprendizaje?

- Excelente
- Regular
- Mala
- Sugerencia _____

➤ ¿Tiene la fundación las herramientas adecuadas y las condiciones físicas acordes para su proceso de formación?

- Mucho
- Poco
- Nada

• **Espacio para aprovechar el tiempo libre**

➤ ¿La fundación incentiva espacios de participación a la sociedad?

- Si ¿Cómo? _____
- No

➤ ¿Está conforme con el respeto que tienen los compañeros por usted?

- Acuerdo
- Desacuerdo

➤ ¿Disfruta los espacios que ofrece la fundación para encontrar una motivación especial?

- Siempre
- A veces
- Nunca