

**OPTIMIZACIÓN DEL MODELO DE ESTRUCTURACIÓN Y ASESORAMIENTO
DE PROYECTOS INNOVADORES MEDIANTE ESTRATEGIAS DIGITALES EN EL
ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN DEL GRUPO SOCIAL CORPAS (GSC)**

Tesis para optar al título de Magíster en Estrategia Digital de Negocios

Elaborado por:

Santiago Muñoz Aguirre

Asesor:

Carlos Hugo Gomez Gonzalez

Universidad ICESI

Maestría en Estrategia Digital de Negocios,

Bogotá, diciembre de 2024

Índice

1. Resumen.....	3
2. Planteamiento del problema o necesidad.....	5
3. Propuesta de valor.....	13
4. Definición del público o segmento objetivo al que se dirige la solución.....	16
5. Competencia principal y factores diferenciadores de producto/servicio.....	16
6. Modelo de generación de ingresos.....	20
7. Muestra del producto.....	22
8. Hipótesis críticas.....	24
9. Diseño y evidencias del proceso de experimentación.....	26
10. Roadmap del Negocio.....	30
11. Aprendizajes del proceso.....	32
12. Conclusiones.....	33
13. Referencias.....	35
14. Anexos.....	38

1. Resumen

Este documento tiene por objetivo, proponer para el Ecosistema de Innovación de la Fundación Universitaria Juan N Corpas y las empresas del Grupo Social Corpas (GSC), la optimización del modelo de estructuración y asesoramiento de proyectos innovadores mediante estrategias digitales, para el seguimiento y apoyo a emprendedores corpistas, basado en la prestación de servicios de asesoría y mentoría, buscando brindar atención personalizada según el tipo de emprendimiento y su nivel de progreso, a cada una de las emprendedoras y emprendedores, para que puedan transformar sus ideas en emprendimientos y empresas impulsados por la innovación con sentido social, capaces de proponer soluciones económicamente viables a los desafíos actuales y futuros.

La digitalización ha transformado la forma en que interactuamos y creamos nuevos servicios, siendo, la identificación adecuada de las estrategias digitales, oportunidades para la innovación y la mejora de estos. Para validar esta premisa en el Ecosistema de Innovación de la Fundación Universitaria Juan N Corpas y las empresas del Grupo Social Corpas (GSC), se recopilaron datos desde el contexto social y empresarial a nivel global, nacional y local, que permitieron concluir que, hoy en día el desafío más importante para el ecosistema de innovación y su modelo de estructuración y asesoramiento de proyectos, es que la comunidad de Grupo Social Corpas (GSC) no cuenta con un experiencia digital que les permita conectar de manera fácil y eficiente con el Ecosistema de Innovación.

Abordando diferentes elementos característicos de los procesos para la estructuración de modelos de negocio, se evaluaron aspectos como segmentos de clientes, la competencia y modelo de ingresos. Los resultados confirmaron que la propuesta planteada puede ser un paso crucial para integrar y mejorar la colaboración entre la comunidad, las empresas y sus aliados, facilitando así el intercambio y la generación de valor, y promoviendo una atención más eficiente y de mayor calidad que contribuya a la generación de proyectos de innovación

que fortalezcan las capacidades organizacionales del grupo, mejorando su funcionamiento interno y elevando la calidad de servicio ofrecida a su comunidad y los diferentes aliados estratégicos manteniendo la competitividad.

Palabras clave: Estrategias digitales, Innovación social, Eficiencia, Calidad, Transformación digital, Colaboración, Competitividad.

Summary

This document aims to propose to the Innovation Ecosystem of the Juan N Corpas University Foundation and the companies of the Corpas Social Group (GSC), the optimization of the structuring and advice model for innovative projects through digital strategies for the monitoring and support of Corpas entrepreneurs so they can transform their ideas into real ventures driven by innovation with a social sense.

Digitalization has transformed the way we interact and create new services, being the proper identification of digital strategies, opportunities for innovation and improvement of these. To validate this premise in the Innovation Ecosystem of the Juan N Corpas University Foundation and the companies of the Grupo Social Corpas (GSC), data was collected from the social and business context at a global, national and local level, which allowed us to conclude that, today, the most important challenge for the Innovation ecosystem and its project structuring and advisory model is that the Grupo Social Corpas (GSC) community does not have a digital experience that allows them to connect easily and efficiently with the Innovation Ecosystem.

Addressing different characteristic elements of the processes for structuring business models, aspects such as customer segments, competition and revenue model were evaluated. The results confirmed that the proposal given above to address the challenge can be a crucial step to integrate and improve collaboration between the community, companies and their allies, thus facilitating the exchange and generation of value, and promoting more efficient and

higher quality care that contributes to the generation of innovation projects that strengthen the organizational capabilities of the group, improving its internal functioning and raising the quality of service offered to its community and the different strategic allies while maintaining competitiveness.

Keywords: Digital strategies, Social innovation, Efficiency, Quality, Digital transformation, Collaboration, Competitiveness.

2. Planteamiento del problema o necesidad

En la actualidad, la transformación digital se ha convertido en un pilar fundamental para potenciar la innovación y el emprendimiento en las organizaciones que buscan generar un impacto significativo con las comunidades que interactúan.

Este es el caso del Grupo Social Corpas (GSC), conformado por organizaciones como la Clínica Juan N. Corpas, Medicor Ltda, LABFARVE y la Fundación Universitaria Juan N. Corpas. A través de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas y su Ecosistema de Innovación Corpista (ESIC), el Grupo Social Corpas (GSC), actualmente enfrenta el desafío de la *“Baja interacción de la comunidad del GSC con el ecosistema de innovación a través de sus canales digitales principalmente su micrositio. Actualmente la comunidad de Grupo Social Corpas (GSC) no cuenta con un experiencia digital que les permita conectar de manera fácil y eficiente con el Ecosistema de Innovación. Las limitaciones para una adecuada interacción digital, impiden que los emprendedores accedan a los servicios y recursos necesarios para desarrollar proyectos innovadores y transformar ideas en oportunidades de negocio”*.

Ahora, con la intención de tener mayor precisión y certeza en la aproximación al desafío planteado, se delimitará el análisis, considerando la disponibilidad de información con la que se cuenta a partir del surgimiento en el año 2020 del Ecosistema de Innovación (ESIC). Además, se tendrá en cuenta la etapa de maduración y el impacto del Ecosistema en el

Grupo Social Corpas a través de canales digitales. El análisis presentado a continuación se abordará desde el contexto social y empresarial a nivel global, nacional y local determinando la importancia de este desafío basados en datos de fuentes primarias y secundarias.

Diferentes estudios e informes de organismos internacionales, muestran la necesidad de fortalecer los procesos de transformación digital orientados a facilitar el intercambio de valor por parte de la comunidad para aumentar el acceso a herramientas, recursos y conocimientos esenciales para innovar, aprovechando el ingenio y el potencial de la gente. Organizaciones como la WIPO, la ONU, el BID y la CEPAL coinciden en señalar la existencia de esta necesidad:

La World Intellectual Property Organization (WIPO), en su informe " Global Innovation Index 2023", (World Intellectual Property Organization (WIPO), 2023) destaca la importancia de los canales digitales para la participación comunitaria en la innovación. También resalta el acceso limitado que la mayoría de las comunidades tienen a estos servicios, destacando que la brecha de acceso digital es del 40% para la población en países de ingresos medios y bajos. Esto limita significativamente su capacidad para participar en ecosistemas digitales de innovación. También se mencionan datos importantes que se relacionan con el desafío identificado, específicamente en el acceso a la infraestructura y la innovación tecnológica en países en desarrollo, como es el caso de Colombia. Según el informe, a nivel mundial, cerca del 35% de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en economías emergentes tienen acceso limitado a financiamiento e infraestructura tecnológica adecuada, lo que obstaculiza la innovación y el crecimiento de estas empresas.

Por su parte la Organización de las Naciones Unidas (ONU), a través de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), (United Nations, 2015) enfatiza la necesidad de promover sociedades inclusivas e innovadoras. El ODS 9 , en particular, hace un llamado a fortalecer los medios de implementación y a construir infraestructura resiliente, para promover la

industrialización sostenible y fomentar la innovación para el desarrollo sostenible. En América Latina y el Caribe, el gasto promedio en investigación y desarrollo (I+D) representa sólo 0.8% del PIB, mientras que en países desarrollados alcanza hasta el 2.5%. Este bajo nivel de inversión impacta directamente en la capacidad de los países para fomentar la innovación y mejorar la infraestructura tecnológica. Esto refuerza la necesidad de iniciativas que mejoren la infraestructura digital para facilitar la interacción con ecosistemas de innovación.

Desde el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en su publicación "Inteligencia Artificial: el reto de combinar innovación con ética, responsabilidad e inclusión", (Raquel Trigo & Banco Interamericano de Desarrollo, 2024) se destaca que, la falta de canales digitales para la participación comunitaria es un obstáculo principal para el desarrollo de la innovación en la región y la inclusión de nuevas tecnologías.

Por su parte la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), ha publicado informes sobre ciencia, tecnología e innovación en América Latina y el Caribe, particularmente el informe sobre *La era de las plataformas digitales y el desarrollo de los mercados de datos en un contexto de libre competencia*, (Da Silva & Núñez Reyes, 2021) señalando la necesidad de fortalecer la interacción entre la comunidad y los actores del sistema de innovación a través de canales digitales adecuados.

La necesidad de fortalecer la interacción entre la comunidad y los actores de los ecosistemas de innovación a través de canales digitales adecuados tiene por objetivo disminuir la desigualdad, la falta de competitividad y el desgaste social para las organizaciones, sus colaboradores, y la comunidad impactada por las acciones impulsadas desde la organización. Como lo menciona el BID desde su área de innovación Govtech LATAM (Grupo Banco Interamericano de Desarrollo, 2022) "Existen demasiadas soluciones innovadoras que no llegan a lo público que podrían estar impactando la vida de miles de personas." Este caso se

puede trasladar al Grupo Social Copas, pues se ha evidenciado que existen demasiadas soluciones innovadoras desde las diferentes unidades académicas y administrativas del grupo que no llegan a materializarse y que podrían estar impactando la vida de miles de personas.

Es importante destacar cómo las diferentes organizaciones están desarrollando estrategias para facilitar a través de canales digitales adecuados el acercamiento entre las personas que tengan soluciones innovadoras y las organizaciones públicas o privadas. También es relevante que estas estrategias se convierten en casos exitosos para replicar, adaptar e implementar programas que fomenten la participación comunitaria en la innovación, creando canales digitales para colaborar con la comunidad y desarrollar soluciones innovadoras a problemas locales con alcance global, investigando las necesidades de la comunidad, desarrollando tecnologías apropiadas y formando líderes en innovación donde el ingenio y la colaboración se conviertan en motores del progreso y la transformación social.

En Colombia, se menciona en el Plan Nacional de Desarrollo (PND 2022-2026) “Colombia Potencia Mundial de la Vida” (Departamento Nacional de Planeación - DNP, 2023) cinco (5) transformaciones para promover el desarrollo integral, la reconciliación, la protección y el empoderamiento económico de las personas, dentro de los cuales se encuentra el literal (d) Transformación productiva, internacionalización y acción climática, que establece que el Gobierno Nacional busca el fortalecimiento para la industria digital del país mediante el desarrollo de una estrategia que involucra aspectos técnicos, de financiamiento, cultura empresarial, e innovación, buscando el cierre de brechas tecnológicas en el sector productivo, las cuales, se asocian a indicadores para nuestro desafío de : Empresas y/o empresarios que adoptan herramientas tecnológicas para la transformación digital.

Los procesos de transformación digital en Colombia están liderados por el Ministerio de las TIC, quien realiza diferentes estrategias y programas para la transición digital en los actores

sociales del país, e impulsa a Colombia a través de la Cuarta Revolución Industrial (4RI), logrando fortalecer el ecosistema digital.

Destacamos la estrategia de Ecosistemas de Innovación del MinTIC (Ministerio TIC, 2024) que busca impulsar la transformación digital en regiones específicas mediante la identificación de sectores clave, denominados "arenas digitales", de las cuales podemos destacar para nuestro interés, arenas digitales, como SaludTec (sector salud), CreaTec (industria creativa), EduTec (educación), AlimenTec (producción, distribución y comercialización de alimentos), entre otros. La estrategia busca promover con este enfoque sectorial el desarrollo de capacidades digitales, la innovación colaborativa y la internacionalización de emprendimientos locales.

De igual forma en el Tech Report 2022-2023. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2023), se concluye que la falta de canales digitales adecuados y el apoyo estructural para startups y proyectos innovadores es un obstáculo común. Se identificó que la falta de herramientas de apoyo digital eficaces, como un portal bien estructurado, reduce la capacidad de emprendedores para acceder a capital y recursos necesarios. El reporte subraya también la necesidad de garantizar la equidad en el acceso a recursos de innovación, un aspecto que podría presentarse al interior del Grupo Social Corpas. y está afectando a ciertos segmentos de la comunidad. Programas enfocados en cerrar esta brecha pueden mejorar la inclusión y fomentar una participación más activa, lo que impacta a mediano y largo plazo la participación en plataformas como el micrositio del Grupo Social Corpas .

También destacamos la mención hecha en el primer informe de innovación abierta en el país, titulado "Panorama de la Innovación Abierta en Colombia 2023" donde se destaca cómo las tecnologías habilitantes de la cuarta revolución industrial están transformando las relaciones comerciales y creando nuevas oportunidades para la co-creación. La integración a través de canales digitales adecuados en los procesos de innovación de las empresas no solo fomenta el

crecimiento económico, sino que también promueve una cultura empresarial más ágil y adaptativa (CONNECT, 2023). Además, destaca la importancia de la infraestructura digital para el desarrollo económico sostenible definida por la regularidad en el acceso, dispositivos adecuados, datos suficientes y velocidad de conexión, elementos fundamentales para la inclusión digital y el aprovechamiento de tecnologías en el ámbito empresarial y social. Mencionamos también el Informe Nacional de Competitividad 2023-2024 del Consejo Privado de Competitividad en su capítulo de economía digital, donde se aborda el desempeño digital de Colombia en el contexto global y regional. El informe señala que a nivel empresarial el país sigue rezagado frente a estándares internacionales, especialmente en la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Este rezago afecta la integración de las personas y empresas a la sociedad digital, impactando directamente en la productividad y el desarrollo económico del país. (*El Informe Nacional De Competitividad 2023-2024*, 2024,).

Entrando en materia, en las instituciones de educación superior (IES), a partir de diferentes análisis propios (*Diseño de plan de Marketing y Growth Hacking ESIC, 2024*), enfocados a identificar cómo este desafío es abordado desde otras IES, se ha encontrado que, a partir de la comparación en el sector entre la Fundación Universitaria Juan N. Corpas y su Ecosistema de innovación como eje integrador del Grupo Social Corpas (GSC) y una institución líder, una institución referente, una institución retadora y una institución seguidora, se ha identificado diferentes formas de abordar el desafío planteado, sin embargo aún se encuentran oportunidades de mejora, entre las que podemos mencionar: La mejora en la optimización de su contenido digital para aumentar la visibilidad, la implementación de análisis más profundos de datos para entender mejor el comportamiento de su audiencia y ajustar sus estrategias, y la necesidad de crear canales digitales y contenido en múltiples plataformas para atraer a una audiencia más amplia.

De manera particular analizaremos la necesidad de abordar el desafío planteado desde la organización como grupo empresarial, haciendo énfasis en la Fundación Universitaria Juan N Corpas y concluyendo el análisis en el Ecosistema de Innovación Corpista.

Destacamos entonces los resultados del proceso de consultoría interna presentados en el Informe de Cierre Fase I Modelo De Creación De Spin Off ,en el cual se desarrollaron 8 grupos focales, más de 40 entrevistas a personas del Grupo Social Corpas (GSC) y más de 40 preguntas realizadas junto con el Ecosistema de Innovación Corpista. Allí se identificaron elementos alrededor de aspectos como el relacionamiento con el ecosistema, la existencia de habilitadores, de obstáculos y de motivaciones que aportan al desafío planteado. Entre los que podemos mencionar: (CONNECT, 2023,)

- Falta de conocimiento del ecosistema.
- Falta de divulgación de alianzas existentes.
- Falta de espacios comunes institucionalizados para compartir aprendizajes y experiencias.
- Percepción baja sobre la conexión de las empresas del GSC.
- Dificultad para un seguimiento activo de cada empresa del Grupo Social.
- La necesidad de conectar los resultados tangibles con la sociedad.
- La necesidad de crear y fortalecer capacidades para la innovación.
- La necesidad de fortalecer procesos que lleven al posicionamiento a través de la imagen de las empresas del Grupo Social.
- Poco conocimiento del ecosistema de innovación y sus beneficios.

Apoyados en los diferentes análisis e informes presentados anteriormente que muestran la necesidad de fortalecer espacios físicos y digitales orientados a facilitar el intercambio de valor por parte de la comunidad para aumentar el acceso a herramientas, recursos y conocimientos esenciales para innovar, se propone complementar algunos aspectos

mencionados resultado de la consultoría interna ajustadondolos al desafío de la “ *Baja interacción de la comunidad del GSC con el ecosistema de innovación a través de sus canales digitales principalmente su micrositio. Actualmente la comunidad de Grupo Social Corpas (GSC) no cuenta con un experiencia digital que les permita conectar de manera fácil y eficiente con el Ecosistema de Innovación. Las limitaciones para una adecuada interacción digital, impiden que los emprendedores accedan a los servicios y recursos necesarios para desarrollar proyectos innovadores y transformar ideas en oportunidades de negocio*”.

- Necesidad de garantizar espacios digitales que permitan alianzas con empresas y otras universidades.
- Falta de espacios digitales comunes institucionalizados para compartir aprendizajes y experiencias.
- Percepción baja sobre la conexión digital de las empresas del GSC.
- Dificultad para un seguimiento digital activo de cada empresa del Grupo Social.
- La necesidad de conectar digitalmente los resultados tangibles con la sociedad.
- La necesidad de crear y fortalecer capacidades digitales para la innovación.
- La necesidad de fortalecer procesos digitales que lleven al posicionamiento a través de la imagen de las empresas del Grupo Social.
- Poco conocimiento del ecosistema de innovación digital y sus beneficios.

Este desafío responde a una necesidad constante de crecimiento y fortalecimiento institucional de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas como eje integrador y precursor del Grupo Social Corpas (GSC). La Fundación Universitaria Juan N. Corpas es reconocida por el Estado Colombiano como Institución de Educación Superior (Fundación Universitaria Juan N. Corpas, 2021) . Desde este rol todas las iniciativas desarrolladas impactan de forma transversal al grupo y su comunidad. Durante más de 50 años la Fundación Universitaria

Juan N. Corpas se ha preocupado por generar un impacto significativo en sus comunidades contribuyendo al desarrollo de las personas de manera integral y pertinente, con sentido humanístico, ecológico y social, dentro del marco de la excelencia con el objetivo de continuar siendo reconocida, por la excelencia en su formación integral, su cultura investigativa, su proyección social y su capacidad de proponer soluciones innovadoras, con énfasis en los ámbitos de la salud, la educación y las artes. (la Fundación Universitaria Juan N. Corpas, 2022)

En línea con lo anterior se menciona en el Plan estratégico Institucional 2022-2027 de la Fundación Universitaria Juan N Corpas, (Fundación Universitaria Juan N. Corpas, 2022), que los cambios y la cada vez más frecuente incertidumbre en el entorno local, nacional y global exigen que las Instituciones de Educación Superior (IES) asuman con agilidad procesos que dinamicen el quehacer al interior, para responder de manera pertinente a los compromisos que como función social conlleva el servicio de la educación. En este sentido, la Fundación Universitaria Juan N. Corpas permanentemente se preocupa por mejorar los procesos académicos y administrativos para avanzar en aspectos de orden estratégico que posibiliten a los equipos de trabajo aportar con iniciativas innovadoras para estar preparados para abordar los retos del futuro y la atención a las necesidades de las diferentes partes interesadas como uno de los pilares fundamentales para los próximos años.

Estos pilares se integran a la Fundación Universitaria Juan N. Corpas a través de una de sus siete líneas estratégicas denominadas dimensiones, y que para el caso del pilar de innovación se ha denominado *“Dimensión 4: INNOVACIÓN, EMPRENDIMIENTO Y PENSAMIENTO CREATIVO descrito como La FUJNC promueve la innovación, el desarrollo de iniciativas de emprendimiento y el pensamiento creativo, impactando el quehacer misional, en consonancia con el compromiso de la Institución con la sostenibilidad y transformación social, estimulando la incorporación de prácticas innovadoras para la*

educación” (Fundación Universitaria Juan N. Corpas, 2022). Esta dimensión se despliega a través del Ecosistema de Innovación Corpista (ESIC) .

El Ecosistema de Innovación Corpista (ESIC) surge en el año 2020 como una iniciativa de la Rectoría de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas para sostener a ese pilar fundamental que es la innovación y dar respuesta a la necesidad de instaurar una reflexión profunda en torno a la Innovación y al emprendimiento, al lugar que ocupan actualmente en las Instituciones de Educación Superior en Colombia y a la forma en que desde la Educación Superior trasciende hacia la sociedad, desarrollando soluciones que brinden bienestar, equidad y desarrollo para las comunidades, con enfoque en los objetivos de desarrollo sostenible para el 2030. (*Presentación Ecosistema De Innovación Corpista, 2021*)

La generación de espacios de competitividad, así como el fortalecimiento de las posibilidades de incubación y escalamiento de iniciativas de negocio e innovación desde los ámbitos académicos, es un tema de máximo interés para generar una cultura sólida de innovación y emprendimiento al interior de la comunidad del Grupo Social Corpas (GSC), pero igualmente, de gran valor para todos los actores comprometidos con la sostenibilidad y la transformación social en Colombia. (*Presentación Ecosistema De Innovación Corpista, 2021*)

Actualmente, el Ecosistema de Innovación Corpista, (*Presentación Ecosistema De Innovación Corpista, 2021*), cuenta con una estructura sólida integrada por la jefatura de capacitación, la jefatura de proyectos estratégicos, y la Jefatura de estructuración y asesoramiento de proyectos para las iniciativas de innovación y emprendimiento de los estudiantes, egresados, docentes y administrativos, soportada por infraestructura física y digital para la prestación de sus servicios. Sin embargo debido a los grandes desafíos de hoy en día relacionados con la integración digital de las comunidades de emprendedores y los usuarios es pertinente, fortalecer la estructuración y asesoramiento de proyectos para

garantizar el desarrollo de las iniciativas de innovación y emprendimiento de nuestros estudiantes, egresados, docentes y administrativos, que puedan articularse internamente con las organizaciones con el Grupo Social Corpas y conectarse con el sector empresarial través de proyectos dentro del modelo de desarrollo económico y social de la quintuple hélice (academia – gobierno – empresa – comunidad – medio ambiente) (*Presentación Ecosistema De Innovación Corpista, 2021*)

Para el caso específico del Ecosistema De Innovación Corpista, se abordó el desafío con el mismo planteamiento de las instituciones de educación superior. Es decir, a partir de diferentes análisis propios (*Diseño de plan de Marketing y Growth Hacking ESIC, 2024*), enfocados a identificar cómo este desafío es abordado desde otros ecosistemas de innovación de las instituciones de educación superior. Se realizó un análisis comparativo en el sector entre la Fundación Universitaria Juan N. Corpas y su Ecosistema de innovación como eje integrador del Grupo Social Corpas (GSC) y una institución líder, una institución referente, una institución retadora y una institución seguidora, y se ha concluido que el Ecosistema de Innovación de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas y su interacción digital tiene buenas bases. Sin embargo, hay oportunidades para mejorar la visibilidad, dinamismo del contenido y la atención al usuario mediante herramientas digitales. Implementando estas mejoras y estrategias, el ecosistema puede aumentar su visibilidad, atraer a más usuarios y proporcionar una experiencia de usuario superior, lo que en última instancia contribuirá a los objetivos de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas y del Grupo Social Corpas (GSC). Es, en este contexto mencionado anteriormente donde surge la necesidad de abordar los nuevos desafíos como: La “*Baja interacción de la comunidad del GSC con el ecosistema de innovación a través de sus canales digitales principalmente su micrositio. Actualmente la comunidad de Grupo Social Corpas (GSC) no cuenta con un experiencia digital que les permita conectar de manera fácil y eficiente con el Ecosistema de Innovación. Las*

limitaciones para una adecuada interacción digital, impiden que los emprendedores accedan a los servicios y recursos necesarios para desarrollar proyectos innovadores y transformar ideas en oportunidades de negocio”.

Finalmente destacamos que la falta de una experiencia digital fácil e intuitiva limita el acceso de los emprendedores a servicios clave, como mentorías, recursos financieros, redes de contactos, y formación especializada, elementos esenciales para transformar ideas innovadoras en oportunidades de negocio viables. Las barreras tecnológicas y la fragmentación de los canales actuales no sólo ralentizan los procesos de innovación, sino que también reducen la capacidad del Grupo Social Corpas para fomentar un entorno colaborativo y ágil.

3. Propuesta de valor

La disponibilidad para acceder a herramientas digitales e información en los últimos años, por parte de las organizaciones privadas, el sector público y sus comunidades, ha transformado y acelerado el proceso de generación de iniciativas innovadoras beneficiando a las personas que integran estas organizaciones y sus comunidades. Esto ha abierto un espacio de exposición importante para la generación de iniciativas innovadoras que respondan a las problemáticas, necesidades u oportunidades del medio.

En la Fundación Universitaria Juan N Corpas esta transformación no podrá hacerse realidad sin una estrategia que fortalezca el proceso para la estructuración y asesoramiento de iniciativas de emprendimiento, que use la infraestructura física y digital disponible e incentive la participación de toda la comunidad que integra el Grupo Social Corpas, facilitando la generación de iniciativas que puedan consolidarse en proyectos innovadores. De ahí que la propuesta planteada establece la necesidad de *“Optimizar el modelo de estructuración y asesoramiento de proyectos innovadores mediante estrategias digitales*

para el seguimiento y apoyo a emprendedores corpistas basado en la prestación de servicios de asesoría y mentoría. Brindando atención personalizada según el tipo de emprendimiento y su nivel de progreso, a cada una de las emprendedoras y emprendedores, para que puedan transformar sus ideas en emprendimientos y empresas impulsados por la innovación con sentido social, capaces de proponer soluciones económicamente viables a los desafíos actuales y futuros”.

Esta propuesta apoyada por el fortalecimiento de la estrategia digital del ecosistema de innovación, define y orienta en la Fundación Universitaria Juan N Corpas, y en las empresas del Grupo Social Corpas, un estrategia concreta hacia la identificación, asesoramiento, estructuración y desarrollo de iniciativas que se puedan consolidar en proyectos de emprendimiento impulsados por la innovación que se caracterizan por proponer modelos de negocios con sentido social. La optimización del modelo de estructuración y asesoramiento de proyectos innovadores mediante estrategias digitales para el seguimiento y apoyo a emprendedores corpistas basado en la prestación de servicios de asesoría y mentoría, facilita la incorporación de herramientas digitales con foco en los segmentos de las empresas del Grupo Social Corpas y su comunidad.

De este contexto se deduce la importancia de la optimización del modelo de estructuración y asesoramiento de proyectos innovadores planteada para la Fundación Universitaria Juan N Corpas y el Grupo Social Corpas, así como la oportunidad de desarrollar ventajas comparativas importantes desde el ecosistema de innovación en torno al cierre de brechas y aprovechamiento de oportunidades comunes que permitan un desarrollo económico, social y sostenible.

A través de la optimización del modelo de estructuración y asesoramiento de proyectos innovadores para el seguimiento y apoyo a emprendedores corpistas, el ecosistema de innovación, busca contribuir a la mejora de la planificación, ejecución y evaluación de las

políticas de innovación con el objetivo de aumentar el número de iniciativas innovadoras con sentido social que se consoliden en emprendimientos y empresas capaces de proponer soluciones económicamente viables a las amenazas y desafíos actuales. De esta manera, se busca abordar los desafíos que plantea las limitaciones para la búsqueda del desarrollo empresarial y tecnológico en el Grupo Social Corpas a través del uso estratégico de los recursos disponibles para el desarrollo de la innovación y el emprendimiento.

La optimización del modelo de estructuración y asesoramiento de proyectos innovadores mediante estrategias digitales para el seguimiento y apoyo a emprendedores corpistas no solo busca solucionar las limitaciones actuales, sino también potenciar la capacidad de los emprendedores del ecosistema de Innovación, la comunidad del Grupo Social Corpas y a nivel organizacional facilitar la toma de decisiones institucionales para la adquisición de nuevos productos o servicios físicos o digitales que propicien el desarrollo proyectos innovadores, fortaleciendo así el rol del Grupo Social Corpas como catalizador del desarrollo económico y social.

La optimización del modelo derivó en la formulación de 3 programas, soportados en dos ejes transversales, apoyados por el fortalecimiento de la estrategia digital del ecosistema de innovación y enfocados en aterrizar táctica y operativamente la optimización del modelo para la identificación, asesoramiento, estructuración y desarrollo de iniciativas innovadoras con sentido social entre las empresas del Grupo Social Corpas, el sector público, privado, la comunidad y la academia, para abordar las brechas de interacción entre la comunidad del Grupo Social Corpas con el ecosistema de innovación a través de sus canales digitales. A continuación se presentan los 3 programas :

- **Programa n°1 Consultorio innovación y emprendimiento corporativo:** es la puerta de ingreso para cada una de nuestras emprendedoras y emprendedores que quieran acceder a los servicios de asesoría y mentoría. Podrán resolver de forma

personalizada, a través de consultas técnicas y mentorías con expertos, dudas e inquietudes puntuales sobre su iniciativa. Estas tendrán un límite máximo de sesiones y redireccionará a las emprendedoras y emprendedores al siguiente programa que se ajuste a las necesidades de asesoría y mentoría de su iniciativa.

- **Programa n°2: Convocatoria interna de innovación y emprendimiento corporativo:** es el siguiente paso para las emprendedoras y emprendedores, que hayan pasado por el programa número 1. Este programa se desarrollará a través de una convocatoria interna de innovación para realizar procesos de validación rápida de soluciones innovadoras, que respondan a retos de las empresas del GSC.
- **Programa n°3 Creación de unidades especializadas de innovación y emprendimiento corporativo:** es el tercer paso para las emprendedoras y emprendedores, a este se podrá acceder directamente superando el paso # 1, o de acuerdo a los resultados del programa #2 y necesidades y oportunidades del GSC, los emprendedores si vincularan al programa #3. Este se desarrolla brindando asesoramiento técnico para la estructuración de unidades de negocio especializadas a partir de iniciativas que cuenten con prototipos y validación.

A continuación se presentan los 2 ejes transversales a los programas :

- **Eje transversal#1. Portafolio de innovación y emprendimiento corporativo:** Se recopilarán y actualizarán datos sobre todos los proyectos, clasificándolos y exponiendo una idea del enfoque de innovación del GSC.
- **Eje transversal #2. Cultura para la estructuración y asesoría de proyectos de innovación y emprendimiento corporativo:** Se evaluarán y ajustarán constantemente los métodos, herramientas, procedimientos y métricas de innovación para disminuir el riesgo buscando generar habilitadores que lleven a comportamientos de innovación efectivos y resultados consistentes.

Es imperativo optimizar el modelo de estructuración y asesoramiento de proyectos innovadores mediante estrategias digitales, que facilite la interacción entre los diferentes actores del ecosistema, fomente la colaboración y acelere el proceso de creación de valor.

4. Definición del público o segmento objetivo al que se dirige la solución.

Nuestros usuarios potenciales son de manera general en La Fundación Universitaria Juan Corpas estudiantes, graduados, docentes y administrativos de pregrado y posgrado. En las empresas del Grupo Social Corpas, identificamos al personal administrativo.

Para los dos escenarios abordaremos los usuarios potenciales integrándolos bajo la denominación de emprendedores e innovadores corpistas, quienes son descritos como integrantes de la comunidad corpista con interés en la generación, desarrollo y gestión de proyectos de innovación que, en articulación con el sector público, el sector empresarial, la comunidad y el respeto al medio ambiente, contribuyan al desarrollo económico y social del País. De manera detallada los podemos describir a continuación, por actividad, estrato, edad, ubicación, estilo de y sus factores claves uso . ([Anexo # 1](#))

5. Competencia principal y factores diferenciadores de producto/servicio.

Identificamos la competencia principal y evaluamos alternativas para lograr el mismo objetivo. La identificación se hizo contemplando el ámbito interno y externo, destacando las soluciones que, al combinarlas, se pueden obtener propuestas de valor con características similares a las planteadas. Podemos mencionar internamente:

- **Kawak:** Software de gestión de calidad, alojado en la nube que les permite a todas las empresas vivir su sistema de gestión de forma simple, digital y ordenada.
- **APIC:** es el administrador de proyectos de investigación donde se dan las herramientas necesarias para registrarlos en el aplicativo APIC; para mantener actualizado el consolidado de productos de investigación y producción artística e intelectual.

- **Sistemas de Workspace Google / Office 365:** suites que ofrecen una amplia gama de herramientas y servicios diseñados para mejorar la productividad y la colaboración en el lugar de trabajo.
- **Moodle Workplace:** mejora los procesos de aprendizaje a través de un sistema de gestión de aprendizaje. Utilizado actualmente para el aprendizaje combinado, la educación a distancia, el aula invertida y otros esquemas de aprendizaje en línea. Se puede usar para crear sitios web personalizados con cursos en línea.

Externamente podemos mencionar dos líneas, las organizaciones públicas o privadas orientadas a ofrecer servicios de estructuración y asesoramiento de proyectos y las universidades que tienen dentro de su oferta de servicios posibilidades de cumplir con la propuesta de valor presentada. Desde las organizaciones públicas o privadas orientadas a ofrecer servicios de estructuración y asesoramiento de proyectos podemos mencionar entre otras a :

- **Pragma:** agencia digital que ayuda a empresas e instituciones a construir experiencias digitales sólidas y escalables.
- **Siigo:** tradicionalmente se centra en software contable, ha expandido su oferta para apoyar a instituciones educativas en la gestión administrativa y digitalización de procesos.
- **Smart Thinking:** especializados en consultoría y soluciones digitales para fomentar la innovación dentro de organizaciones educativas.
- **C-Emprende:** Centro nacional de emprendimiento que conecta startups, IES, e inversores. Dentro de sus servicios destacados está la creación de hubs de innovación dentro de universidades.
- **HubBog:** provee consultoría y herramientas digitales para emprendedores y universidades interesadas en potenciar el desarrollo de startups.

- **Fondo Emprender:** fomenta la creación de empresas y la generación de empleo en Colombia a través de capital semilla condonable y reembolsable.
- **Ruta Bogotá Emprende.** Programa de la Cámara de Comercio de Bogotá. El programa ofrece una variedad de espacios para impulsar proyectos, como talleres, asesorías con expertos, espacios de networking entre otros.

Desde las Universidades que tienen dentro de su oferta de servicios posibilidades de cumplir con la propuesta de valor presentada podemos mencionar:

- **Universidad de los Andes :** Ofrece servicios de innovación empresarial y apoyo al emprendimiento. Dispone de una plataforma digital consolidada para conectar investigadores, estudiantes y empresas.
- **Pontificia Universidad Javeriana (Centro Javeriano de Emprendimiento):** Enfocada en fortalecer habilidades emprendedoras a través de programas académicos y espacios digitales interactivos. Tiene presencia en redes y una estrategia digital activa.
- **Universidad Nacional de Colombia:** Promueve la transferencia tecnológica y el desarrollo de proyectos de innovación desde sus campus. Usa plataformas digitales que integran convocatorias, recursos y servicios para su comunidad.
- **EAFIT :** Reconocida por su ecosistema de emprendimiento integral, con espacios físicos y digitales interconectados. Enfoca su plataforma en visibilidad de proyectos y conexión entre actores del ecosistema.
- **Universidad ICESI (Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial - CDEE):** Destaca por la implementación de metodologías innovadoras en educación emprendedora. Ofrece una plataforma digital interactiva con módulos de formación y acceso a recursos.

- **Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD):** La UNAD es una institución que ofrece educación virtual y a distancia. Su enfoque en la tecnología y la innovación les permite acercar soluciones digitales a sus estudiantes.
- **Universidad Militar Nueva Granada (UMNG):** La UMNG ha trabajado en la integración de soluciones digitales para la formación de sus estudiantes. Han explorado áreas como la inteligencia artificial y el análisis de datos.

Estas organizaciones se enfocan en la búsqueda de soluciones innovadoras y pueden ayudar a resolver los grandes retos del mercado acercando nuevas soluciones digitales a los retos empresariales. Sin embargo, cada empresa o universidad sea pública o privada tiene su enfoque y características específicas.

A partir de la identificación de la competencia principal y los factores diferenciadores de su producto/servicio, destacamos, los criterios más relevantes para la propuesta de valor planteada, teniendo en cuenta lo que realmente es valioso para el usuario:

1. **Comprensión profunda de las necesidades del usuario:** es fundamental identificar las necesidades y desafíos específicos del cliente para ofrecer soluciones verdaderamente valiosas.
2. **Propuesta de valor diferenciada:** analizar las alternativas y destacar las características únicas que las diferencian de la competencia.
3. **Enfoque en el retorno de la inversión (ROI):** demostrar cómo la inversión en la solución propuesta se traduce en beneficios concretos.
4. **Facilidad de uso e implementación:** priorizar soluciones que sean fáciles de usar, integrar y adoptar por parte del usuario.
5. **Escalabilidad y flexibilidad:** elegir soluciones que puedan adaptarse al crecimiento y las necesidades cambiantes del usuario.

6. **Seguridad y confiabilidad:** garantizar la seguridad y confiabilidad de los datos y la información del usuario.

A partir del análisis, los factores más valiosos para los usuarios del GSC serían:

1. **Acceso eficiente a servicios y recursos:** simplificar el camino para encontrar información, servicios y oportunidades relevantes.
2. **Conexión efectiva:** facilitar la interacción con otros emprendedores y actores del ecosistema.
3. **Experiencia personalizada:** aumentar el sentido de pertenencia y la relevancia de las soluciones.
4. **Trazabilidad y resultados medibles:** permitir a los usuarios evaluar el impacto de su participación en la plataforma.

Elegir la solución adecuada no se trata solo de elegir la más avanzada, sino de encontrar la que mejor se adapte a las necesidades y retos únicos de cada usuario. Las soluciones modulares son clave ya que permiten añadir funcionalidades o integrarse con sistemas existentes. Esto le dará flexibilidad para adaptarla a las necesidades específicas y futuras.

6. Modelo de generación de ingresos.

Si bien, la propuesta de valor aborda un desafío al interior del Grupo Social Corpas, en donde a corto plazo no se tiene contemplado un modelo de generación de ingresos. El modelo propuesto a continuación, apoyado por el fortalecimiento de la estrategia digital del ecosistema de innovación, se basará en 3 líneas de negocio, para ejecutar a largo plazo una vez se consolide en el corto y mediano plazo los 3 programas enfocados en aterrizar táctica y operativamente la optimización del modelo de estructuración y asesoramiento de proyectos innovadores mediante estrategias digitales para el seguimiento y apoyo a emprendedores corpistas que facilite la identificación, asesoramiento, estructuración y desarrollo de iniciativas innovadoras con sentido social entre las empresas del Grupo Social

Corpas, el sector público, privado, la comunidad y la academia, para abordar las brechas de interacción entre la comunidad del Grupo Social Corpas con el ecosistema de innovación a través de sus canales digitales.

El modelo de generación de ingresos responderá a la propuesta de valor planteada en el apartado de este documento denominado propuesta de valor, que consiste en *“Optimizar el modelo de estructuración y asesoramiento de proyectos innovadores mediante estrategias digitales para el seguimiento y apoyo a emprendedores corpistas basado en la prestación de servicios de asesoría y mentoría. Brindando atención personalizada según el tipo de emprendimiento y su nivel de progreso, a cada una de las emprendedoras y emprendedores, para que puedan transformar sus ideas en emprendimientos y empresas impulsados por la innovación con sentido social, capaces de proponer soluciones económicamente viables a los desafíos actuales y futuros”*.

La propuesta de valor se enfoca en el desafío planteado en el apartado de este mismo documento denominado *“Planteamiento del problema o necesidad “ donde se menciona la “ Baja interacción de la comunidad del GSC con el ecosistema de innovación a través de sus canales digitales principalmente su microsítio. Actualmente la comunidad de Grupo Social Corpas (GSC) no cuenta con un experiencia digital que les permita conectar de manera fácil y eficiente con el Ecosistema de Innovación. Las limitaciones para una adecuada interacción digital, impiden que los emprendedores accedan a los servicios y recursos necesarios para desarrollar proyectos innovadores y transformar ideas en oportunidades de negocio”*.

Para lograr esto, se propone a continuación un modelo que combine las diferentes fuentes de ingresos, adaptadas a las características del mercado y las necesidades específicas del ecosistema de innovación, la Fundación Universitaria Juan N Corpas y las demás empresas del Grupo Social Corpas.

1. Servicios personalizados para la estructuración y asesoramiento de proyectos de emprendimiento e innovación:

La primera línea de negocio estará enfocada hacia las necesidades de servicios de consultoría adicionales de las Empresas del Grupo Social Corpas. Se concretará con el pago de una tarifa preferencial para acceder a un conjunto diferente de servicios adicionales como sesiones más extensas de mentoría personalizadas y talleres especializados. Esta línea parte de la premisa que generalmente las Empresas del Grupo Social Corpas, responden a las necesidades de consultoría en temas estructuración y asesoramiento de proyectos con la contratación de empresas externas. Esto ha sucedido de forma recurrente debido a la baja interacción y desconocimiento por parte de las empresas del Grupo social Corpas de los servicios ofertados por el Ecosistema de Innovación .

De igual forma, desde esta línea, se puede abordar las necesidades de las organizaciones públicas y privadas que hacen parte de la comunidad corpista, es decir aliados estratégicos que requieran solucionar sus problemas o necesidades internas.

2. Creación interna de unidades negocio especializadas:

La segunda línea de negocio estará enfocada hacia la creación de unidades de negocio desde las diferentes dependencias académicas y administrativas de las Empresas del Grupo Social Corpas. Si bien no será considerado como un ingreso directo. Se concretará con el pago de una comisión correspondiente a un porcentaje mínimo de los ingresos obtenidos por los productos o servicios ofertados por las unidades de negocio creadas.

3. Consolidación de proyectos de emprendimiento e innovación con potencial:

La tercera línea de negocio estará enfocada hacia la identificación de proyectos de emprendimiento e innovación con potencial de crecimiento susceptibles a recibir inversión por parte de las empresas del Grupo Social Corpas. Si bien no será considerado como un

ingreso directo, se concretará con el pago de una comisión correspondiente a un porcentaje mínimo de la rentabilidad obtenida a partir de la inversión realizada.

Este modelo de financiamiento propuesto a partir de las 3 líneas de negocio mencionadas anteriormente combina las diferentes fuentes de ingresos, adaptadas a las características del mercado y las necesidades específicas del ecosistema de innovación, la Fundación

Universitaria Juan N Corpas y las demás empresas del Grupo Social Corpas, garantizando:

1. Fuente de ingresos recurrente que se destine a fortalecer los procesos internos del Ecosistema de innovación Corpista para garantizar la sostenibilidad desde el área.
2. Identificación de los diferentes segmentos usuarios a los que nos dirigiremos (por industria, tamaño de la empresa, etapa de desarrollo del emprendimiento).
3. Definición de una propuesta de valor única que destaque los beneficios de nuestros servicios y cómo nos diferenciamos de la competencia.
4. Establecimiento de canales a través de los cuales llegaremos a nuestros clientes potenciales, como redes sociales, eventos del sector, asociaciones empresariales y recomendaciones.

Para medir el modelo de ingresos propuesto, se tendrán en cuenta indicadores clave de desempeño (KPIs) como número de clientes adquiridos, ingresos generados, satisfacción del cliente, tasa de retención de clientes y retorno de la inversión (ROI). En resumen, la estrategia de generación de ingresos se basa en ofrecer un servicio de alta calidad, personalizado y adaptado a las necesidades específicas de los diferentes actores que integran la comunidad corpista.

7. Muestra del producto

Este apartado se enfocó a desarrollar una muestra del producto / servicio (PMV de baja resolución) permitiendo simular la función real y sirviendo para realizar la validación con usuarios reales.

El prototipo de baja resolución se desarrolló en la aplicación Marvel App, y se encuentra alojado en el siguiente enlace <https://marvelapp.com/prototype/6jg822h/screen/95704296>.

El prototipo desarrollado se basó en el micrositio actual, al cual se le realizó un análisis donde se evaluó el diseño, funcionalidad y experiencia de usuario (UX), destacando aspectos clave y funciones limitadas que permitieron formular una serie de recomendaciones presentadas a continuación. (*Muñoz Santiago, Alvis Yaneris, Análisis de Métodos de investigación evaluativa a un producto concept ESIC, 2024*).

- Añadir indicadores de carga y confirmaciones de acción para mejorar la visibilidad del estado del sistema.
- Utilizar lenguaje más familiar y asegurarse de que la información siga convenciones de presentación conocidas.
- Añadir botones claros para deshacer acciones y mejorar la navegación hacia atrás.
- Asegurar la consistencia en el diseño y los términos utilizados en todo el sitio.
- Implementar validación en tiempo real en formularios y proporcionar mensajes de error más detallados.
- Mejorar la visibilidad de las opciones de navegación y usar menús persistentes para facilitar el acceso.
- Añadir opciones de personalización y hacer más accesibles las funciones importantes.
- Simplificar el diseño en áreas sobrecargadas y usar elementos gráficos de manera más estratégica.
- Proveer instrucciones claras y pasos para solucionar errores.
- Incluir una sección de preguntas frecuentes para ayudar a los usuarios a resolver problemas comunes.

A partir de las recomendaciones planteadas, se orientó el desarrollo del micrositio a través de una plataforma de simulación con características visuales similares y elementos clave

destacados para facilitar las acciones del usuario y ofrecer una experiencia digital que les permitiera conectar de manera fácil y eficiente con el Ecosistema de Innovación. Esta simulación se enfocó en 3 acciones, la primera registro de iniciativas, la segunda acción, la consulta del banco de proyectos y la tercera acción, solicitud de información y contacto.

(Muñoz Santiago, Alvis Yaneris, Análisis de Métodos de investigación evaluativa a un producto concept ESIC, 2024)

Se puede concluir del análisis realizado para la elaboración del prototipo, que se ha trabajado en la introducción y posicionamiento del micrositio actual con el objetivo de comenzar a generar reconocimiento y recordación entre los diferentes usuarios. Se ha hecho un uso adecuado del micrositio en los espacios relacionados con su objetivo y se ha buscado articularlo con marcas posicionadas internamente y marcas aliadas externas con reconocimiento.

Sin embargo, el micrositio se ha asociado a procesos demasiado formales y rigurosos, lo que ha generado resistencia entre los usuarios. Además, se ha observado un bajo uso de social media de manera más informal y una dependencia de la línea institucional, lo que ha dificultado la respuesta inmediata y el aprovechamiento de tendencias actuales.

8. Hipótesis críticas

Este apartado se enfoca en presentar el conjunto de hipótesis críticas definidas para ser respaldadas o refutadas en el proceso de experimentación desde la deseabilidad, la factibilidad y la viabilidad.

Se tomó como punto de partida los aprendizajes generados en los diferentes etapas de validación en las que se definió, el planteamiento del problema, la propuesta de valor, la definición del público objetivo, el modelo de ingresos y la muestra del producto lo que permitió identificar y sus principales dolores y necesidades:

1. Dolores:

- La comunidad del GSC no se conecta de manera efectiva con el ecosistema de innovación a través de los canales existentes (especialmente el micrositio).
- Las limitaciones tecnológicas y de diseño impiden que los emprendedores accedan fácilmente a servicios y recursos.
- No hay espacios digitales comunes o institucionalizados para compartir aprendizajes y experiencias.
- La percepción de las empresas del GSC sobre su conexión digital con el ecosistema es baja.
- Falta un sistema para realizar un monitoreo continuo y activo del progreso de los emprendimientos del GSC.
- La comunidad tiene un conocimiento limitado del ecosistema de innovación digital y de los beneficios que este puede ofrecer.

2. Necesidades

- Crear un entorno digital que facilite la interacción fácil, eficiente y significativa con el ecosistema de innovación.
- Capacitar a emprendedores, colaboradores y empresas del GSC en herramientas y procesos digitales para la innovación.
- Implementar espacios virtuales donde los miembros del GSC puedan compartir aprendizajes, experiencias y casos de éxito.
- Diseñar una solución digital que permita monitorear activamente a cada emprendimiento, ajustándose a sus necesidades específicas y etapa de desarrollo.
- Facilitar la comunicación de los resultados tangibles del ecosistema con la comunidad externa para generar mayor impacto social.

Los principales retos están centrados en fortalecer su ecosistema digital mediante el desarrollo de capacidades, plataformas y estrategias que:

- Incrementen la interacción y conexión digital de su comunidad.
- Visibilicen logros y alianzas estratégicas.
- Proporcionen un apoyo estructurado y continuo a emprendedores.

Usando la metodología de generación de hipótesis empresariales valiosas, se identificaron las principales suposiciones que necesitaban ser validadas. Teniendo en cuenta los atributos de deseabilidad, factibilidad y viabilidad, aplicables a cada uno de los bloques del modelo de negocio.

	Importante
<ol style="list-style-type: none"> 1. H6: Capacitar a la comunidad en herramientas digitales. 2. H7: Difundir beneficios del ecosistema de innovación digital. 3. H3: Crear espacios digitales para compartir aprendizajes. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. H1: Rediseñar el micrositio para mejorar la interacción. 2. H5: Diseñar un sistema de monitoreo personalizado para emprendimientos. 3. H10: Integrar herramientas tecnológicas y diseño atractivo
Evidencia	No evidencia
<ol style="list-style-type: none"> 1. H2: Implementar funcionalidades avanzadas en canales digitales. 2. H8: Divulgar alianzas estratégicas y logros en los canales digitales 	<ol style="list-style-type: none"> 1. H4: Mejorar la percepción digital de las empresas del GSC. 2. H9: Conectar resultados tangibles con la sociedad.
	Poco importante

- Las hipótesis H6, H7,H3, son prioridad alta lista para ejecución, dado que ya cuenta con respaldo suficiente.
- Las hipótesis H1, H5 y H10 deben validarse de inmediato debido a su alta importancia pero falta de evidencia.
- Las hipótesis con menor evidencia y baja importancia, como H4 y H9, pueden explorarse después, dependiendo de los recursos disponibles.

De acuerdo a lo anterior a continuación se presentan las hipótesis críticas del modelo de negocio:

Desde el atributo de deseabilidad, buscaremos confirmar que el micrositio del ecosistema de innovación es un canal fundamental para conectar a la comunidad con el ecosistema de innovación, pero su diseño actual carece de funcionalidades intuitivas y accesibles. Este rediseño buscará mejorar la navegabilidad y accesibilidad mediante un enfoque centrado en la experiencia del usuario (UX), incorporación de herramientas interactivas, como buscadores avanzados, accesos rápidos a recursos y garantizar que el diseño sea adaptativo (responsive) y atractivo visualmente, mejorando la percepción del ecosistema.

Desde el atributo de factibilidad, buscaremos confirmar que la percepción de modernidad e innovación en los canales digitales del ecosistema de innovación es limitada, afectando su uso y efectividad. Esta hipótesis sugiere que la integración de tecnologías avanzadas (por ejemplo, chatbots, analítica de datos o sistemas de gestión) mejorará la experiencia del usuario, un diseño atractivo y moderno aumentará la participación y fortalecerá la imagen institucional, por último se logrará un ecosistema digital coherente, alineado con estándares tecnológicos actuales.

Desde el atributo de viabilidad, buscaremos confirmar que el sistema actual no permite una interacción estructurada entre los emprendedores y el ecosistema de innovación. Esta hipótesis propone desarrollar una herramienta digital que registre de forma rápida cada

emprendimiento según sus necesidades y etapa de desarrollo y facilite la comunicación directa con emprendedores.

9. Diseño y evidencias del proceso de experimentación.

Este apartado se enfocó en desarrollar los experimentos de validación conforme a los componentes que tiene la “Test card” ([Anexo # 2](#)) y a consignar los aprendizajes y acciones tomadas respecto al proyecto, utilizando como guía la estructura de la “learning card”.

[\(Anexo # 3\)](#)

A partir de los experimentos realizados y los aprendizajes consignados se realizó una reflexión sobre los hallazgos, fundamentando qué de las hipótesis presentadas en el apartado anterior fueron aceptadas o rechazadas.

Los test demostraron que se presentan importantes áreas de mejora en términos de navegación, interactividad y diseño visual. Nos permitió tener una perspectiva y contexto de cuáles han sido las situaciones recurrentes de dolor o frustraciones de los usuarios y cuáles han sido las lecciones aprendidas, permitiendo validar en este caso, las hipótesis de manera más rápida optimizando tiempos y recursos. Así como formular otras hipótesis y documentar procesos para futuros test.

Encontramos algunas oportunidades de mejora enfocadas a la falta de estrategias claras para recuperar usuarios que han dejado de interactuar con el micrositio. También encontramos que si bien el micrositio presenta información relevante sobre el ecosistema de innovación, no parece haber una estrategia clara de promoción para atraer nuevos usuarios. También encontramos que el micrositio ofrece información valiosa, pero no parece haber mecanismos claros para mantener a los usuarios comprometidos a largo plazo. También logramos identificar ciertos patrones de los usuarios como la dificultad para relacionar logos e identificar los accesos, estrés porque no carga rápido la página y confusión en micrositio porque mantiene misma interfaz del sitio principal.

Por último logramos, a través de estrategias sencillas identificar los elementos clave que mejoran la experiencia del usuario al utilizar productos asegurando que las soluciones ofrecidas sean intuitivas, eficientes, y alineadas con sus expectativas de calidad e innovación. A partir de los hallazgos de los experimentos anteriores, se validó la propuesta de valor, el segmento de clientes y las características del PMV, fundamentadas en los hallazgos de su experimentación.

Propuesta De valor:

“Optimizar el modelo de estructuración y asesoramiento de proyectos innovadores mediante estrategias digitales para el seguimiento y apoyo a emprendedores corpistas basado en la prestación de servicios de asesoría y mentoría. Brindando atención personalizada según el tipo de emprendimiento y su nivel de progreso, a cada una de las emprendedoras y emprendedores, para que puedan transformar sus ideas en emprendimientos reales impulsados por innovación con sentido social”.

Segmento de clientes:

Los usuarios potenciales validados se ajustaron a la identificación previa, concluyendo que, de manera general, los usuarios con más interés en La Fundación Universitaria Juan Corpas son respectivamente docentes, estudiantes, graduados, y administrativos de Pregrado y posgrado. En las empresas del Grupo Social Corpas, identificamos al personal administrativo. Para los dos escenarios abordaremos los usuarios potenciales integrándolos bajo la denominación de emprendedores e innovadores corpistas, quienes son descritos como integrantes de la comunidad corpista con interés en la generación, desarrollo y gestión de proyectos de innovación que, en articulación con el sector público, el sector empresarial, la comunidad y el respeto al medio ambiente, contribuyan al desarrollo económico y social del País.

Características del PMV:

Como se pudo observar en las conclusiones del test, primero se inició con el producto actual y luego se mostró el prototipo de baja fidelidad evidenciando un cambio de actitud de los usuarios con respecto al sitio al encontrar un espacio más interactivo, con una percepción de navegación mejorada, más ágil y más intuitiva. Por lo antes mencionado, realizamos las siguientes recomendaciones para mejorar usabilidad y efectividad del PMV del Ecosistema de Innovación de la Fundación Juan N Corpas:

A nivel de diseño visual: Propender por la consistencia, asegurando un diseño más cohesivo, con una paleta de colores y tipografía uniforme. Tomar en cuenta lo mencionado por los usuarios al no encontrar el ingreso del sitio por el home, en cuanto a que no lo vieron porque se ve muy pequeño.

En cuanto a interactividad: incluir elementos interactivos, como gráficos dinámicos o fotografías, asociadas a los proyectos, coherencia entre textos e imágenes, esto podría hacer que la información sea más atractiva y encontrable. Durante la prueba los usuarios fueron muy insistentes en esto y automáticamente buscaban hacer clic en las imágenes buscando asociarlas a contenidos.

A nivel de contenido:

- **Actualización Regular:** justo una de las usuarias hizo referencia que al abrir el sitio esperaba encontrar información e imágenes recientes al tratarse de un sitio de innovación como su nombre lo indicaba, por lo que se recomienda publicación de contenido nuevo regularmente. Incluir noticias, eventos y proyectos recientes para mantener el sitio fresco.
- **Multimedia:** Usar más vídeos, podcasts, imágenes o entrevistas con expertos en innovación podría enriquecer el contenido. Durante la prueba las usuarias coincidieron en que el sitio está muy densa la información mucho texto y poco

interactivo, lo cual hace que el usuario tenga la percepción de invertir más tiempo en la búsqueda de información.

A nivel de navegación:

- **Estructura Clara:** Mejorar la organización del menú para asegurar una navegación intuitiva y facilitar el encontrar información específica. Como se observó en la prueba las usuarias dudaban donde ubicarse para encontrar la información, no se encontraban seguras y terminaban navegando por todas las secciones y devolviéndole para tomar una decisión de dónde ingresar.
- **Accesibilidad:** Implementar herramientas de accesibilidad para usuarios con discapacidades, como opciones de texto a voz o un contraste mejorado. Aunque esto no se exploró dentro de la prueba en la revisión del sitio se evidencia la ausencia de este tipo de herramientas.

A nivel de interacción con la comunidad: justo al indicar la tarea de solicitar más información acerca de los proyectos, las usuarias se confundieron y tomaron diversos caminos para realizar la tarea, la ruta para esta interacción no es clara para el usuario, adicionalmente se percibió incomodidad al no tener claro cómo hacerlo, posiblemente un usuario puede tener interés, pero al presentarse obstáculos o demasiado trabajo puede perderse el entusiasmo, ante esto se recomienda no solo mejorar el canal de comunicación sino también explorar otras formas de interacción como:

- **Foros o Blogs:** Implementar espacios para que estudiantes, docentes y emprendedores compartan experiencias y conocimientos.
- **Redes Sociales:** Promover más interacción compartiendo contenido relevante y fomentando el diálogo. Incluso se debe partir desde crear los iconos en el sitio que no existen.

Por último se identificaron los logros obtenidos a lo largo del proceso de experimentación.

- El sitio muestra una barra de progreso en algunos formularios, y se han identificado indicadores claros cuando se está presentando el PMV. Esto permitirá elaborar versiones futuras de PMV con indicadores más específicos, disminuyendo tiempo.
- Se concluyó y validó que añadir indicadores de carga y confirmaciones de acción para mejorar la visibilidad del estado del sistema, es necesaria, esta acción se implementó de forma inmediata logrando satisfacer las necesidades del usuario.
- El sitio usa un lenguaje accesible y relevante para el público objetivo.
- Las categorías están alineadas con términos comunes en el ecosistema de innovación.
- Se concluyó que utilizar lenguaje más familiar y asegurarse de que la información siga convenciones de presentación conocida, del sector facilita la interacción con los diferentes usuarios.

Se aprendió cómo los diferentes usuarios universitarios innovadores interactúan con las plataformas digitales y las herramientas tecnológicas disponibles, y cómo sus necesidades específicas pueden ser mejor atendidas.

Se identificó como la búsqueda de recursos, mentoría y oportunidades para desarrollar sus proyectos, es clave para los diferentes usuarios.

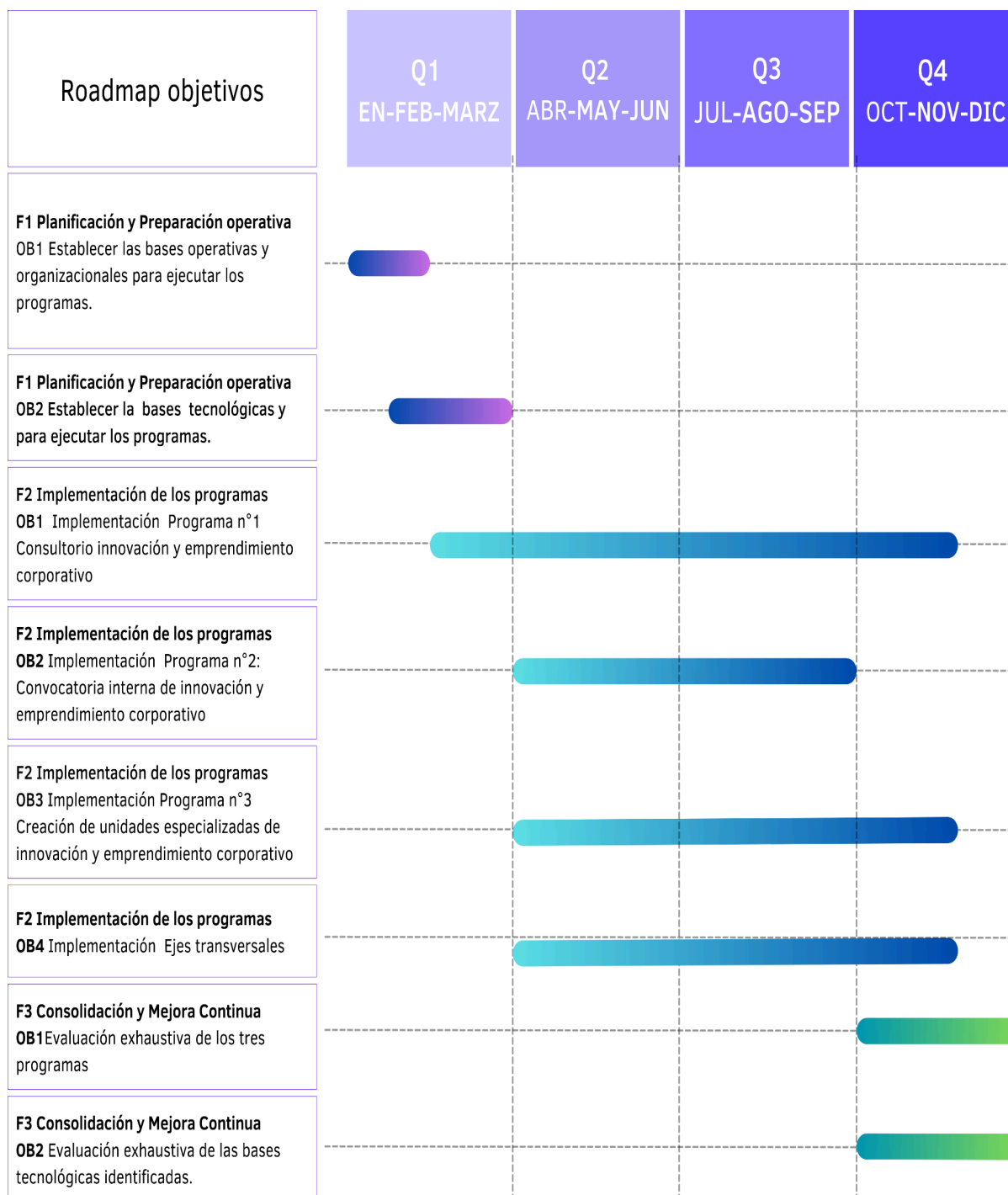
Se logró entender sus motivaciones y frustraciones al utilizar estos canales, así como las expectativas que tienen de las marcas en términos de apoyo e innovación.

10. Roadmap del Negocio.

En este apartado presentamos el roadmap del negocio, enfocándonos en los objetivos que se busca cumplir en cada una de las fases. El tiempo estimado para desarrollar esta ruta será de un año, y se revisarán hitos de cumplimiento o seguimiento cada trimestre.

Este road se encuentra ampliado en el [Anexo # 4: Desglose por actividades](#), donde se presenta el paquete de actividades con sus respectivos indicadores y métricas. Consta de 3 fases, 8 objetivos estratégicos, 29 actividades, 34 indicadores y 37 métricas.

A continuación se presenta el road de megocio por objetivos:



[Anexo # 4: Desglose por actividades](#)

11. Aprendizajes del proceso.

Se identificó cómo los diferentes usuarios interactúan con plataformas digitales en su búsqueda de recursos, mentoría y oportunidades para desarrollar proyectos. Tener claro esta interacción facilita entender sus motivaciones y frustraciones al utilizar estos canales, así como las expectativas que tienen en términos de apoyo e innovación. Estos aprendizajes permiten optimizar las estrategias y diseñar experiencias digitales más intuitivas y alineadas con sus necesidades y comportamientos.

Otro de los aspectos a destacar como proceso de aprendizaje es cómo las necesidades específicas de los usuarios pueden atenderse mejor a través de modelos de acompañamiento y estrategias digitales simples pero efectivas. Identificando elementos clave que mejoran su experiencia al utilizar productos digitales, asegurando que las soluciones ofrecidas sean intuitivas, eficientes, y alineadas con sus expectativas de calidad e innovación.

El modelo de estructuración y asesoramiento de proyectos innovadores y la estrategia digital usada por la Fundación Universitaria Juan N Corpas a través de su ecosistema de innovación, para posicionarlo se asocia a procesos demasiado formales y rigurosos, lo que ha generado resistencia entre los usuarios. Además, se ha observado un bajo uso de social media de manera más informal y una dependencia de la línea institucional, lo que ha dificultado la respuesta inmediata y el aprovechamiento de tendencias actuales.

Es fundamental realizar una inversión en herramientas tecnológicas, como chatbots, optimización de SEO, y plataformas para la automatización de correos. Además, crear contenido multimedia de alta calidad, como videos testimoniales y material gráfico atractivo.

Es necesario realizar ajustes periódicos en el modelo de estructuración y asesoramiento de proyectos innovadores y la estrategia digital propuesta.

Estos ajustes deberán estar basados en el análisis rápido de datos y feedback de los usuarios, haciendo indispensable implementar un sistema de feedback continuo para mejorar la experiencia del usuario.

12. Conclusiones.

El propósito de este documento fue identificar y comprender las barreras y motivaciones que afectan la interacción de la comunidad del GSC con el ecosistema de innovación, a través de sus del modelo de estructuración y asesoramiento de proyectos innovadores con un enfoque particular en su micrositio como canal para implementar el modelo de estructuración y asesoramiento de proyectos innovadores y la estrategia digital.

Abordando esta problemática desde diferentes puntos, logramos obtener insights profundos sobre las necesidades, expectativas y comportamientos de los usuarios. Esto nos permitió plantear y diseñar una estrategia efectiva para incrementar la participación y el compromiso de la comunidad. De igual forma este conocimiento facilita orientar la estrategia hacia la optimización de la experiencia del usuario, a partir de recursos existentes enfocados a mejorar la relevancia del contenido y al fortalecimiento de la conexión entre la comunidad del GSC y el ecosistema de innovación digital. Los diferentes experimentos demostraron que la estrategia digital actual presenta importantes áreas de mejora en términos de navegación, interactividad y diseño visual. Estas áreas se reflejan en una baja interacción con un segmento de clientes que recibe y entrega información principalmente por canales digitales dinámicos.

Apuntando a un diseño más interactivo y accesible, con una estructura clara y visualmente atractiva que fomente una experiencia de usuario más intuitiva y agradable se podría mejorar la percepción del sitio y alinear mejor su funcionalidad con los principios del ecosistema de innovación y las necesidades del usuario. Los diferentes análisis desarrollados durante la construcción y la elaboración de este documento demuestran que la integración de

estrategias digitales en el ecosistema de innovación del Grupo Social Corpas, es fundamental para potenciar su impacto en la comunidad. La identificación de barreras actuales, como la baja interacción digital y la limitada usabilidad del micrositio, mostró la necesidad de mejorar aspectos como el diseño y la funcionalidad de los canales digitales existentes para interactuar con la comunidad.

El modelo de estructuración y asesoramiento de proyectos innovadores apoyado por el fortalecimiento de la estrategia digital del ecosistema de innovación, requerirá a corto plazo largo el rediseño del micrositio, a mediano plazo la incorporación de herramientas interactivas y a largo plazo funcionalidades avanzadas soportadas en IA. La implementación de estas mejoras optimizará la experiencia del usuario y reforzará la percepción del ecosistema como un referente en innovación. Esto será posible si se complementa la incorporación de capacitaciones para el fortalecimiento de habilidades para el uso de habilitadores tecnológicos y el desarrollo de contenidos multimedia atractivos, que fomenten un mayor compromiso e interacción de la comunidad.

El impacto potencial de la optimización del modelo de estructuración y asesoramiento de proyectos innovadores mediante estrategias digitales es importante. Al incrementar la accesibilidad y fortalecer la conexión entre los diferentes actores del ecosistema, se espera aumentar la cantidad de usuarios activos y la calidad de los proyectos generados. Esto fortalecerá el posicionamiento de la Fundación Universitaria Juan N Corpas y las empresas del Grupo Social Corpas como catalizadores del cambio en las diferentes comunidades que impactan, promoviendo iniciativas innovadoras que contribuyen al desarrollo económico y social.

Por último destacamos la importancia de dos elementos clave, el primero de ellos es la necesidad de implementar un sistema de retroalimentación continua para mantener la relevancia y efectividad del modelo de estructuración y asesoramiento de proyectos

innovadores y las estrategias digitales. Es crucial adoptar un enfoque flexible que permita ajustar el modelo y las estrategias, según las necesidades cambiantes de los usuarios, no sólo para el Ecosistema de innovación, si no para el Grupo Social Corpas en general. El segundo elemento está orientado a enfocarse en ciertas áreas para desarrollar innovación con sentido social, apoyados por el desarrollo de capacidades digitales .

Esto facilitará la priorización de iniciativas, su apoyo y escalabilidad. Este proceso se puede abordar mediante la identificación de sectores clave, como Salud Tec (sector salud), CreaTec (industria creativa), EduTec (educación), AlimenTec (producción, distribución y comercialización de alimentos), entre otros. De esta manera, el Ecosistema de Innovación podrá consolidarse como un espacio dinámico y eficaz para el emprendimiento impulsado por la innovación y la transformación social.

13. Referencias

Cámara de Comercio de Bogotá. (2023). *Colombia Tech Report 2022-2023*. Biblioteca Digital CCB.

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/items/a9469699-82cc-48eb-839c-c3d3891cb242>

CONNECT. (2023). *INFORME DE CIERRE FASE I FF MODELO DE CREACIÓN DE SPIN OFF*.

https://drive.google.com/file/d/1e13-uNKhEogMTM4RcGiz4Z0LxiHgI9GH/view?usp=drive_link

CONNECT. (2023). *Primer Informe de Innovación Abierta en Colombia*. CONNECT.

<https://www.connectbogota.org/node/323>

Da Silva, F., & Núñez Reyes, G. (2021). *La era de las plataformas digitales y el desarrollo de los mercados de datos en un contexto de libre competencia*. CEPAL.

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/47540-la-era-plataformas-digitales-desarrollo-mercados-datos-un-contexto-libre>

Departamento Nacional de Planeación - DNP. (2023). *Plan Nacional de Desarrollo (PND 2022-2026) “Colombia Potencia Mundial de la Vida”*.

<https://www.dnp.gov.co/plan-nacional-desarrollo/pnd-2022-2026>

Diseño de plan de Marketing y Growth Hacking ESIC (Ed.). (2024). Diseño de plan de Marketing y Growth Hacking ESIC.

https://drive.google.com/file/d/1RF7lcR_L3pM9MD_pq5xtPJIGPEvOCvmr/view?usp=sharing

El Informe Nacional de Competitividad 2023-2024. (2024). Consejo Privado de Competitividad.

https://compite.com.co/wp-content/uploads/2023/11/INC_2023_Economia-digital.pdf

Fundación Universitaria Juan N. Corpas. (2021). Historia.

<https://www.juanncorpas.edu.co/historia/>

Fundación Universitaria Juan N. Corpas. (2022). *PLAN DE DESARROLLO INSTITUCIONAL 2022 - 2027*.

https://www.juanncorpas.edu.co/wp-content/uploads/2023/09/Plan_de_Desarrollo_Institucional_2022_-2027-1.pdf

Grupo Banco Interamericano de Desarrollo. (2022). GovTech LATAM.

<https://govtechlatam.org/>

Ministerio TIC. (2024). *Ministerio TIC presenta ‘Ecosistemas de Innovación’ para potenciar la Transformación Digital desde los territorios*.

<https://impactotic.co/innovacion/transformacion-digital/ministerio-tic-presenta-ecosistemas-de-innovacion-para-potenciar-la-transformacion-digital-desde-los-territorios/>

Muñoz Santiago, Alvis Yaneris, Análisis de Métodos de investigación evaluativa a un producto concept ESIC. (2024). *Análisis de Métodos de investigación evaluativa a un producto concept ESIC*.

https://drive.google.com/file/d/1RJP6cFXUzdUo2Q3TOnjFPWNjDhMR6EOX/view?usp=drive_link

Presentación Ecosistema de Innovación Corpista. (2021). Presentación.

<https://www.juanncorpas.edu.co/ecosistema-de-innovacion/presentacion-innovacion-corpista/>

Raquel Trigo, & Banco interamericano de desarrollo. (2024). *Inteligencia Artificial: el reto de combinar innovación con ética, responsabilidad e inclusión.* BID LAB.

<https://bidlab.org/es/inteligencia-artificial-el-reto>

United Nations. (2015). Apoyar el desarrollo sostenible y la acción climática.

<https://www.un.org/es/our-work/support-sustainable-development-and-climate-action>

Vicepresidencia de Fortalecimiento Empresarial Cámara de Comercio de Bogotá. (2023).

Colombia Tech Report 2022-2023. Biblioteca Digital CCB.

<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/items/a9469699-82cc-48eb-839c-c3d3891cb242>

World Intellectual Property Organization (WIPO). (2023). *Global Innovation Index 2023.*

WIPO - World Intellectual Property Organization.

<https://www.wipo.int/es/web/global-innovation-index/2023/index#:~:text=En%202023%2C%20por%20decimotercer%20a%C3%B1o,Mundial%20de%20Innovaci%C3%B3n%20de%202023>

14. Anexos

Anexo # 1: Buyer persona.

Estudiante:

	<p>Canal favorito de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> Redes sociales 	<p>Herramientas que necesita para trabajar</p> <ul style="list-style-type: none"> Servicios de almacenamiento en la nube Correo electrónico Sistemas de gestión de contenido
<p>Nombre Tomas estudiante</p>	<p>Responsabilidades laborales</p> <p>Crecimiento y desarrollo de su profesión, brindar un servicio de excelencia, enmarcado en el enfoque social y humano</p>	<p>Su trabajo se mide en función de</p> <p>Notas académicas por semestre, avance semestre a semestre</p>
<p>Puesto Estudiante de pregrado</p>	<p>Su superior es</p> <p>Docente</p>	<p>Metas u objetivos</p> <p>Formarse como profesionales que se caractericen por su liderazgo, excelencia profesional, calidad humana y sentido social, solidario y ecológico; con un claro perfil orientado a la atención integral y a la búsqueda del bienestar mediante un cuidado de calidad a la persona, la familia y la comunidad.</p>
<p>Edad Entre 18 y 24 años</p>	<p>Obtiene información a través de</p> <p>Participan en clases o sesiones de formación en su mayoría presencial</p>	<p>Dificultades principales</p> <ul style="list-style-type: none"> Gestión del cambio Comunicación Colaboración y creatividad Desarrollo profesional Gestión de proyectos y falta de organización Resolución de problemas y toma de decisiones Moral del empleado
<p>Nivel de educación más alto Secundario o equivalente</p>		
<p>Redes sociales</p> 		
<p>Industria Cuidado de la salud</p>		
<p>Tamaño de la organización Entre 201 y 500 empleados</p>		

Graduado:

	<p>Canal favorito de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teléfono • En persona • Redes sociales • Mensajes de texto 	<p>Herramientas que necesita para trabajar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de gestión de contenido • Gestión de proyectos • Correo electrónico • Servicios de almacenamiento en la nube • Software de creación de informes
<p>Nombre Mariana Graduada</p>		
<p>Puesto Profesional graduado</p>		
<p>Edad Entre 25 y 34 años</p>	<p>Responsabilidades laborales</p> <p>Hacer eco de los principios, los valores y la filosofía Corpista, siendo nuestros mejores embajadores y componentes fundamentales del desarrollo y la extensión de nuestra Alma Mater.</p>	<p>Su trabajo se mide en función de</p> <p>Consolidación como profesional, vinculación laboral</p>
<p>Nivel de educación más alto Título profesional</p>		<p>Metas u objetivos</p> <p>Posicionamiento profesional, vinculación laboral, actualización con el fin de mantener la calidad en su ejercicio profesional, porte al desarrollo del país.</p>
<p>Redes sociales</p> 		
<p>Industria Cuidado de la salud</p>	<p>Su superior es</p> <p>Directora de Egresados Corpistas</p>	
<p>Tamaño de la organización Entre 51 y 200 empleados</p>		<p>Dificultades principales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relaciones y comunicaciones con el cliente • Gestión del cambio • Desarrollo profesional • Comunicación • Resolución de problemas y toma de decisiones • Colaboración y creatividad
	<p>Obtiene información a través de</p> <p>Participan en capacitaciones en línea, asisten a conferencias de actualización o reconocimiento</p>	

Docente:

	<p>Canal favorito de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Correo electrónico • Teléfono • En persona 	<p>Herramientas que necesita para trabajar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistemas de gestión de contenido • Gestión de proyectos • Correo electrónico • Servicios de almacenamiento en la nube • Software de creación de informes
<p>Nombre Carlos Docente</p>	<p>Responsabilidades laborales</p> <p>Contribuir al desarrollo educativo nacional desde la formación, investigación y transferencia social</p>	<p>Su trabajo se mide en función de</p> <p>Amplio perfil de desempeño laboral y profesional, integración de sus habilidades de formación humana, profesional, intelectual con una proyección de desarrollo profesional permanente,</p>
<p>Puesto Docente de pregrado y pos</p>	<p>Su superior es</p> <p>Vicerrectoría Académica</p>	<p>Metas u objetivos</p> <p>Formar e investigar para forjar futuros profesionales con las competencias necesarias para afrontar los desafíos del mundo actual y futuro, con el apoyo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)</p>
<p>Edad Entre 35 y 44 años</p>	<p>Obtiene información a través de</p> <p>Participan en capacitaciones, asisten a conferencias de actualización</p>	<p>Dificultades principales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relaciones y comunicaciones con el cliente • Recursos • Gestión del cambio • Gestión de proyectos y falta de organización • Resolución de problemas y toma de decisiones
<p>Nivel de educación más alto Doctorado</p>		
<p>Redes sociales</p> 		
<p>Industria Cuidado de la salud</p>		
<p>Tamaño de la organización Entre 51 y 200 empleados</p>		

Colaborador administrativo:

	<p>Canal favorito de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Teléfono • Correo electrónico • En persona • Mensajes de texto 	<p>Herramientas que necesita para trabajar</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistemas contables y de finanzas • Software de CRM • Gestión de proyectos • Sistemas de gestión de contenido • Servicios de almacenamiento en la nube • Correo electrónico • Software de facturación • Software de programación de empleados • Programas de procesamiento de texto • Software de creación de informes • Paneles de inteligencia de negocios
<p>Nombre Susana Colaboradora</p>	<p>Responsabilidades laborales</p> <p>Aportar al proceso educativo mediante acciones desempeñadas desde su rol que permitan el desarrollo del ser humano en todas sus dimensiones a partir del trabajo y de la reflexión sobre las áreas de salud, recreación y deportes, cultura, desarrollo humano y apoyo socio-económica.</p>	<p>Su trabajo se mide en función de</p> <p>Cumplimiento de funciones, gestión del cargo y responsabilidades productividad</p>
<p>Puesto Colaborador administrativo</p>	<p>Su superior es</p> <p>Vicerrectoría Administrativa</p>	<p>Metas u objetivos</p> <p>Promoción socio económica, cultural, ética y ecológica, a través del conjunto de políticas y programas encaminados a alcanzar la formación integral y el mejoramiento de su calidad de vida y en consecuencia el mejoramiento de la Fundación Universitaria Juan N. Corpas</p>
<p>Edad Entre 35 y 44 años</p>	<p>Obtiene información a través de</p> <p>reuniones de gestión , mesas de trabajo y planeación estratégica ,Capacitaciones, asisten a conferencias de actualización,</p>	<p>Dificultades principales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relaciones y comunicaciones con el cliente • Recursos • Gestión del cambio • Moral del empleado • Colaboración y creatividad • Desarrollo profesional • Gestión de proyectos y falta de organización • Resolución de problemas y toma de decisiones • Comunicación
<p>Nivel de educación más alto Maestría</p>		
<p>Redes sociales</p> 		
<p>Industria Cuidado de la salud</p>		
<p>Tamaño de la organización Entre 201 y 500 empleados</p>		

Anexo # 2: Test Card

Test Card



Rediseño del micrositio del ecosistema de Innovación

Deadline

Santiago Muñoz

Duration

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that [Redacted]

Buscaremos confirmar que el micrositio del ecosistema de innovación es un canal fundamental para conectar a la comunidad , pero su diseño actual carece de funcionalidades intuitivas y accesibles.

Critical: 

STEP 2: TEST

To verify that, we will [Redacted]

Implementación de un prototipo de baja fidelidad, que incluya un rediseño para mejorar la navegabilidad y accesibilidad mediante incorporación de herramientas interactivas, como buscadores y accesos rápidos a recursos También se buscara garantizar que el diseño sea adaptativo y atractivo visualmente, mejorando la percepción del ecosistema.

Usability: 

STEP 3: METRIC

And measure [Redacted]

1. Aumentar la interacción de los usuarios que realizan acciones clave (navegación, registro, búsqueda, solicitudes.).
2. Promedio de tiempo que los usuarios pasan en el micrositio, haciendo estas 3 acciones clave bajo el nuevo diseño.

Time Spent: 

STEP 4: CRITERIA

We are right if [Redacted]

1. Identificación clara de los botones disponibles bajo el nuevo rediseño
2. Disminución de tiempo en realizar las acciones clave

Copyright Strategyzer AG

The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Test Card		Strategyzer
Percepción de modernidad e innovación por el bajo uso de herramientas digitales (tecnología)	Deadline	
Santiago Muñoz	Duration	
STEP 1: HYPOTHESIS		
We believe that		
<p>Creemos que la percepción de modernidad e innovación por el bajo uso de herramientas digitales (tecnología) en los canales digitales del ecosistema de innovación es limitada, afectando su uso y efectividad. Esta hipótesis sugiere que la integración de tecnologías para mejorar la experiencia del usuario.</p>		
STEP 2: TEST		
To verify that, we will		
<p>Implementación de un prototipo de baja fidelidad, que simule la integración de tecnologías avanzadas (por ejemplo, chatbots, analítica de datos o sistemas de gestión) mejorará la experiencia del usuario, un diseño atractivo y moderno aumentará la participación y fortalecerá la imagen institucional, por último se logrará un ecosistema digital coherente, alineado con estándares tecnológicos actuales.</p>		
STEP 3: METRIC		
And measure		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Porcentaje de usuarios que realizan acciones clave (registro, descarga de contenido, etc.). 2. Número de veces durante el test que los usuarios regresan de forma correcta al micrositio en un periodo determinado. 		
STEP 4: CRITERIA		
We are right if		
<ol style="list-style-type: none"> 1. mas del 50 % de usuarios que realizan acciones clave (registro, descarga de contenido, etc.). 2. 5 de veces durante el test que los usuarios regresan al micrositio en un periodo determinado. 		
Copyright Strategyzer AG	The makers of Business Model Generation and Strategyzer	

Test Card

Strategyzer

Sistema actual no permite una interacción estructurada entre los emprendedores y el ecosistema de innovación.

Deadline


Santiago Muñoz

Duration

STEP 1: HYPOTHESIS

We believe that



Es necesario confirmar que el sistema actual no permite una interacción estructurada entre los emprendedores y el ecosistema de innovación.

Critical: 

STEP 2: TEST

To verify that, we will


Implementación de un prototipo de baja fidelidad que simule una herramienta digital que registre de forma rápida cada emprendimiento según sus necesidades y etapa de desarrollo y facilite la comunicación directa con emprendedores.

Test Cost:  Data Reliability: 

STEP 3: METRIC

And measure

1. # promedio de registros correctos realizados sesión, con relación a las opciones disponibles para realizar la acción



STEP 4: CRITERIA

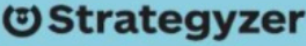
We are right if

1. Durante la sesión se dieron 10 procesos de registros correctos realizados , con relación a las opciones disponibles para realizar la acción.

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Anexo # 3: Learning card

Learning Card



Rediseño del micrositio del ecosistema de Innovación

Date of Learning

P Santiago Muñoz Responsible

STEP 1: HYPOTHESIS


We believed that

Creíamos que el micrositio del ecosistema de innovación era un canal fundamental para conectar a la comunidad, pero su diseño actual carece de funcionalidades intuitivas y accesibles.

STEP 2: OBSERVATION

We observed

El diseño actual fue descrito como sobrecargado de texto y poco atractivo visualmente. Las fuentes pequeñas y la falta de coherencia en el uso de imágenes hicieron que la navegación fuera frustrante para los usuarios.

Data Reliability:


STEP 3: LEARNINGS AND INSIGHTS

From that we learned that

- Varios comentarios indicaron que los textos pequeños dificultan la lectura. Se debe asegurar que las fuentes sean más grandes y contrasten mejor con el fondo.
- Mantener un diseño más cohesivo en cuanto a colores, tipografías y tamaños en todas las páginas. El botón de ingreso al micrositio debe ser más visible y atractivo, ya que actualmente pasa desapercibido.

STEP 4: DECISIONS AND ACTIONS

Therefore, we will

- Eliminar exceso de texto en áreas clave y utilizar iconografía y elementos visuales que guíen al usuario de manera más efectiva.
- Los usuarios buscaban información de forma más gráfica, por lo que sería útil integrar más imágenes y menos texto.

Copyright Strategyzer AG

The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Learning Card

Percepción de modernidad e innovación por el bajo uso de herramientas digitales (tecnología)

Date of Learning

Santiago Muñoz *possible*

STEP 1: HYPOTHESIS

We believed that

La percepción de modernidad e innovación por el bajo uso de herramientas digitales (tecnología) en los canales digitales del ecosistema de innovación mejorar la experiencia del usuario.

STEP 2: OBSERVATION

We observed

Los usuarios tardaron más de lo esperado en encontrar el micrositio y acceder al proyecto específico. Mostraron inseguridad en cuanto a dónde hacer clic, especialmente cuando la información deseada estaba poco visible o era confusa.

STEP 3: LEARNINGS AND INSIGHTS

From that we learned that

- La estructura no es intuitiva y lleva a los usuarios a explorar casi todas las secciones antes de encontrar lo que buscan.
- Elementos como el "Banco de Proyectos" deben estar más accesibles y visibles desde la página de inicio del micrositio, para evitar la sensación de incertidumbre.

STEP 4: DECISIONS AND ACTIONS

Therefore, we will

- Se recomienda una reestructuración del menú, categorizando claramente las áreas más importantes, como los proyectos y el repositorio.
- Incluir una barra de búsqueda prominente donde el usuario pueda ingresar el nombre del proyecto o palabra clave. Esto optimizaría la experiencia de quienes buscan información específica.

Copyright Strategyzer AG The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Learning Card



Insight Name: Sistema actual no permite una interacción estructurada entre los emprendedores y el ecosistema de innovación.

Date of Learning:

Santiago Muñoz *possible*

STEP 1: HYPOTHESIS

We believed that

Nosotros creíamos que el sistema actual no permite una interacción estructurada entre los emprendedores y el ecosistema de innovación.

STEP 2: OBSERVATION

We observed

Los usuarios intentaron interactuar con imágenes. Se debe permitir que ciertas imágenes importantes (por ejemplo, banners) sean clicables, llevando directamente a las secciones relacionadas.

STEP 3: LEARNINGS AND INSIGHTS

From that we learned that

Mejorar la interactividad, alinearía el diseño con el concepto de "innovación".

Action Required:

STEP 4: DECISIONS AND ACTIONS

Therefore, we will

- Agregar contenido multimedia, como videos o animaciones interactivas que expliquen proyectos de forma atractiva.
- Crear formularios interactivos o integrados para solicitar información, en lugar de depender solo de correos electrónicos, lo que generaba confusión y frustración.

Copyright Strategyzer AG

The makers of Business Model Generation and Strategyzer

Anexo # 4: Desglose de actividades

