



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**  
**Y HUMANÍSTICAS**  
**CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**TESIS DE GRADO**

**TEMA:**

**“LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (NTIC) EN EL APRENDIZAJE DE LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA UTC, DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL EN EL PERÍODO 2013”**

Tesis presentada previa a la obtención del Título de Ingeniería Comercial

Autores:

Cuyo Chiluisa Jessica Maribel

Segovia Albarrasín Jhónatan Vinicio

Director:

Ing. Arias Figueroa Roberto Carlos

Latacunga – Ecuador

Septiembre 2013

## AUTORIA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación “**LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (NTIC) EN EL APRENDIZAJE DE LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA UTC, DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL EN EL PERÍODO 2013**”, son de exclusiva responsabilidad de los autores .

.....  
Cuyo Chiluisa Jessica Maribel  
C.I.0503396509

.....  
Segovia Albarrasín Jhónatan Vinicio  
C.I. 0503485500

## **AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS**

En calidad de Director del Trabajo de Investigación sobre el tema:

**LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (NTIC) EN EL APRENDIZAJE DE LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA UTC, DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL EN EL PERÍODO 2013**, de **CUYO CHILUISA JESSICA MARIBEL Y JHÓNATAN VINICIO SEGOVIA ALBARRASÍN**, postulantes de la Carrera de Ingeniería Comercial, considero que dicho Informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Tesis que el Honorable Consejo Académico de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Septiembre 2013.

El Director

---

Ing. Roberto Carlos Arias Figueroa

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas; por cuanto, los postulantes: Cuyo Chiluisa Jessica Maribel y Segovia Albarrasín Jhónatan Vinicio con el título de tesis: LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (NTIC) EN EL APRENDIZAJE DE LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA UTC, DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL EN EL PERÍODO 2013, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 21 de abril de 2014

Para constancia firman:

.....  
Ing. Marlene Salazar  
PRESIDENTE

.....  
Ing. Lorena Paucar  
MIEMBRO

.....  
Ing. Milton Marcelo Merino Zurita  
OPOSITOR

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios por haber sido generoso y prestarnos la vida para poder cumplir con tan anhelado sueño.

A la Universidad Técnica de Cotopaxi damos nuestra mayor gratitud por habernos abierto las puertas para formarnos profesionalmente.

Y un sincero agradecimiento al Ing. Roberto Arias quien se mantuvo presto a extendernos su mano en todos los momentos que lo necesitamos.

Jessica Maribel Cuyo Chiluisa  
Jhónatan Vinicio Segovia Albarraán

## **DEDICATORIA**

Gracias al ejemplo de lucha, perseverancia y amor que día a día me demostraron quiero dedicarles este trabajo:

A mis padres quienes de una u otra manera siempre me apoyaron durante toda mi vida estudiantil y por darme el mejor regalo, que es haberme dado la vida y su amor.

A mi hermano quien supo ser mi segundo padre, para darme un ejemplo de superación y perseverancia.

A mis abuelitos que siempre me apoyaron en todos los momentos que les necesite con palabras y gesto de amor y comprensión.

Jessica Maribel Cuyo Chiluisa

## **DEDICATORIA**

Los logros de la vida no serían gratificantes si no existieran seres queridos con quien compartirlos.

Desde que existo hasta la actualidad mi familia ha sido mi pilar, mi ejemplo y quienes guiaron mis pasos hasta donde me encuentro, por lo que dedico este trabajo a:

A mis padres por su apoyo incondicional tanto sentimental como económico durante toda mi carrera universitaria, en las situaciones de gozo como en las de escasas.

A mi hermano por constituir un ejemplo a seguir y por su apoyo absoluto.

Jhónatan Vinicio Segovia Albarrasín



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

Latacunga – Ecuador

---

**TEMA: "LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (NTIC) EN EL APRENDIZAJE DE LA INNOVACIÓN EMPRESARIAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA UTC, DE LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL EN EL PERÍODO 2013"**

**Autores:**

Cuyo Chiluisa Jessica Maribel

Segovia Albarrasín Jhónatan Vinicio

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación nació con la necesidad de utilizar las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) en los procesos educativos de las asignaturas de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi, en nuestro caso, focalizados en la cátedra de Innovación Empresarial, esto con el objetivo de mejorar las habilidades empresariales de los estudiantes así como su creatividad y espíritu innovador, combinando las metodologías tradicionales con las que el entorno actual exige, para cumplir con nuestro objetivo utilizamos tanto el método inductivo como el deductivo además de varias técnicas como la encuesta y la entrevista en las cuales se deduce que es necesario la elaboración de una guía didáctica para la cátedra en mención en la que se combinarán los conocimientos teóricos con la práctica a través de la utilización de herramientas tecnológicas como por ejemplo los software libre, que en la actualidad son muy utilizados en los procesos educativos. Con esta guía los estudiantes obtendrán nuevos conocimientos sólidos, desarrollando habilidades y destrezas innovadoras, además significará el primer paso de un largo camino por recorrer en la búsqueda de una educación con cultura innovadora y sostenible en el tiempo.





# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS  
Latacunga – Ecuador

---

**TOPIC: "THE INFORMATION AND COMMUNICATION (NICT) TECHNOLOGIES IN THE LEARNING OF THE INNOVATION BUSINESS TO THE STUDENTS AT COTOPAXI TECHNICAL UNIVERSITY, COMMERCIAL ENGINEERING CAREER IN THE PERIOD 2013"**

**Authors:**

Cuyo Chiluisa Jessica Maribel

Segovia Albarrasín Jhónatan Vinicio

## **ABSTRACT**

The present research rise from the need to use new information and communication (NTIC) technologies in the educational process of the subjects of the commercial engineering career at Cotopaxi Technical University. It is targeted at the Department of business innovation, with the main goal is improving skills business students as well as their creativity and innovative spirit, combining traditional methodologies which the current environment requires. In this work was applied the inductive and deductive method. In addition it used several techniques such as survey and the interview which suggests that it is necessary the elaboration of a didactic guide for the subject in mention that will allow to combine theoretical and practical knowledge through the use of technological tools for instance the free software, which currently are widely used in the educational process. To sum this guide will contribute that students receive relevant knowledge, developing skills and innovative skills, it will also mean the first step in a long way to go in search of an education with innovative and sustainable culture.

## ÍNDICE GENERAL

### CONTENIDOS

Portada.....	i
Autoría.....	ii
Aval del Director de Tesis.....	iii
Aval del Tribunal de Grado.....	iv
Agradecimiento.....	v
Dedicatoria.....	vi
Dedicatoria.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
Índice General.....	x
Índice de Gráficos.....	xvi
Índice de Tablas.....	xviii
Introducción.....	xx

## CAPÍTULO I

### FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1. Marco Teórico.....	1
1.1.1. Gestión Administrativa.....	1
1.1.1.1. Concepto de Gestión.....	1
1.1.1.2. Concepto de Gestión Administrativa.....	2
1.1.1.3. Importancia de la Administración.....	2
1.1.2. Innovación Empresarial.....	4
1.1.2.1. Innovación.....	4
1.1.2.2. La innovación en el cambio organizacional.....	4
1.1.2.3. Tipos de Innovación.....	5

1.1.2.4. Arquitectura para la Innovación.....	6
1.1.2.4.1. Resistencia de los trabajadores.....	7
1.1.2.4.2. Apoyo para la Innovación. ....	7
1.1.2.4.3. Orientación al Aprendizaje. ....	7
1.1.2.5. Cultura de la innovación .....	7
1.1.2.6. El cambio en las organizaciones laborales.....	8
1.1.2.7. La protección de la Innovación: Las Patentes.....	8
1.1.2.8. Innovar o desaparecer .....	9
1.1.2.9. Herramientas para la innovación.....	9
1.1.2.10. Herramientas para estimular la creatividad.....	10
1.1.2.11. Innovación y Creatividad.....	10
1.1.2.12. Importancia estratégica de la innovación.....	10
1.1.2.13. Organizaciones que aprenden .....	11
1.1.3. Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación NTIC .....	12
1.1.3.1. El sistema de las NTIC está conformado por.....	12
1.1.3.2. Impacto Agregado de las NTIC en la Economía .....	13
1.1.3.3. Las Economías de la Informatización .....	13
1.1.3.4. Impacto de las TIC en la sociedad .....	14
1.1.3.5. Los continuos cambios de la tecnología .....	14
1.1.3.6. Necesidad de una Visión.....	14
1.1.3.7. Innovación y Obsolescencia Tecnológica.....	15
1.1.3.8. Qué es un software libre.....	15
1.1.3.9. Ofimática.....	16
1.1.3.10. Tecnologías Inteligentes.....	16

1.1.3.11. Inteligencia Empresarial.....	17
1.1.3.12. NTIC en el Proceso Enseñanza Aprendizaje .....	17
1.1.3.13. Importancia de las NTIC en el proceso Enseñanza Aprendizaje .....	18
1.1.3.14. Ventajas de las NTIC en el Proceso Enseñanza Aprendizaje .....	19
1.1.3.15. NTIC y Bibliotecas Universitarias .....	19
1.1.4. NTIC en la Innovación Empresarial .....	20
1.1.4.1. Influencia de las nuevas tecnologías en la ventaja competitiva de la empresa .....	20
1.1.4.2. La participación de las NTIC en la Innovación Empresarial .....	21
1.1.4.3. Blumind.....	21
1.1.4.4. Prezi .....	22
1.1.4.5. Facebook, Fan page.....	22
2.1. Caracterización de la Universidad Técnica de Cotopaxi .....	23
2.1.1. Reseña Histórica de la Universidad Técnica de Cotopaxi. ....	23
2.1.1.1. Misión .....	24
2.1.1.2. Visión .....	24
2.1.2. Descripción de la Unidades Académicas de Ciencias Administrativas Y Humanísticas .....	24
2.1.3. Descripción de la Carrera de Ingeniería Comercial .....	25
2.1.3.1. Misión de la Carrera de Ingeniería Comercial .....	25
2.1.3.2. Visión de la Carrera de Ingeniería Comercial.....	26
2.2. Investigación de Mercado .....	26
2.2.1. Identificación del problema .....	26
2.2.2. Justificación.....	27
2.2.3. Objetivo General .....	27

2.2.4. Objetivos Específicos.....	27
2.2.5. Proceso metodológico de la investigación .....	28
2.2.5.1. Tipos de investigación .....	28
2.2.5.1.1. Investigación de Campo.....	28
2.2.5.1.2. Investigación Descriptiva.....	28
2.2.5.2. Métodos.....	29
2.2.5.2.1. Método Deductivo.....	29
2.2.5.2.2. Método Inductivo.....	29
2.2.5.3. Técnicas.....	29
2.2.5.3.1. Encuesta.....	29
2.2.6. Diseño Estadístico.....	30
2.2.6.1. Población Universo .....	30
2.2.7. Tabulación y Análisis de la Encuesta.....	32
2.2.8. Análisis de la Entrevista.....	42
2.3. Conclusiones .....	46
2.4. Recomendaciones.....	47
3.1. Objetivos .....	48
3.1.1. Objetivo general .....	48
3.1.2. Objetivos específicos .....	48
3.2. Justificación.....	48
3.3. Estructura de la Guía Didáctica.....	51
3.3.1. Introducción .....	54
3.3.2. Objetivo.....	54
3.3.3. Innovación Empresarial .....	55

3.3.3.1. Ideas .....	55
3.3.3.2. Valor.....	55
3.3.3.3. Resultados .....	56
3.3.3.4. Diez ideas para tener Buenas Ideas .....	56
3.3.3.5. Elaboración de Mapas Mentales .....	57
3.3.3.5.1. Mapa mental.....	57
3.3.3.5.3. Software Blumind 1.3.21.1. ....	58
Especificaciones de Blumind 1.3.21.1 .....	59
Ejemplo de mapeo mental aplicado en una Micro Empresa: .....	68
3.3.4. La Hibridación .....	73
3.3.4.1. Híbridos entre servicio y producto.....	73
3.3.4.2. Ingeniería de la hibridación.....	73
3.3.4.3. Hibridar en el proceso de innovar: la co-creación .....	74
3.3.5. Innovar ¿cómo y dónde? .....	74
3.3.5.1. Output.....	75
3.3.5.1.1. Cómo innovar en el output.....	75
3.3.5.2. Target .....	75
3.3.5.2.1. Innovar en el formato de nuevos mercados.....	76
3.3.5.3. Input .....	76
3.3.5.3.1. Cómo innovar en el input.....	76
3.3.5.3.2. Innovar en el modelo de negocio. ....	76
3.3.6. Los Ciclos de Vida de la Innovación .....	78
3.3.6.1. A cada Momento del Mercado, su forma de Innovar.....	78
3.3.6.2. Innovar en cada una de las fases del ciclo de vida de la innovación .....	78

3.3.6.2.1. Innovar en un mercado maduro.....	79
3.3.6.2.2. Innovar en las Prácticas Sociales. ....	80
3.3.6.3. La fórmula del valor percibido por el cliente: El Modelo Nabch ..... 81	81
3.3.7. La sustancia del estilo .....	81
3.3.8. Equipos Multidisciplinarios .....	82
3. 3.8.1. Las metodologías de trabajo de los equipos multidisciplinarios.....	82
3.3.9. Riesgo Tecnológico, de Ejecución y de Mercado.....	84
3.3.9.1. El Reto Tecnológico.....	84
3.3.9.2. El Reto de la Ejecución .....	84
3.3.9.3. El reto de la aceptación por parte del mercado .....	85
3.3.9.4. PREZI.....	85
Descripción de PREZI.....	85
Pasos para crear una cuenta en PREZI.....	86
¿Cómo crear una presentación en PREZI?.....	87
Otras herramientas de PREZI.....	91
Ejemplo práctico aplicado a NOVACERO S.A.....	97
3.3.10. La Sintonía en el Mercado .....	102
3.3.10.1. <i>Cómo etiquetar nuestra propuesta de valor para hacerla visible</i> .....	102
3.3.10.2. <i>La Importancia de las Redes Sociales</i> .....	102
3.3.10.3. <i>El Negocio de lo Gratis</i> .....	102
3.3.10.4. Innovar desde lo honesto/auténtico.....	103
3.3.10.5. Facebook, Fan page.....	103
Descripción de Fan Page.....	103
¿Cómo crear tu Fan Page?.....	103

Ejemplo aplicado a Arca Ecuador.....	108
3.3.11. Metodología Sugerida.....	112
3.3.12. Recursos.....	112
3.3.13. Evaluación Sugerida.....	112
3.3.14. Bibliografía Sugerida.....	113
3.4. Conclusiones.....	114
3.5. Recomendaciones.....	115
Bibliografía.....	116
Anexos.....	118

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

ARQUITECTURA PARA LA INNOVACIÓN.....	6
CONOCIMIENTO DE LAS NTIC.....	32
NTIC QUE UTILIZAN PARA SU ACTIVIDAD EDUCATIVA.....	33
PRINCIPAL USO DE LAS NTIC.....	34
FRECUENCIA CON QUE UTILIZAN LOS DOCENTES LAS NTIC.....	35
LAS NTIC SE DEBEN UTILIZAR DE FORMA PERMANENTE EN EL PROCESO ENSEÑANZA A PRENDIZAJE.....	36
IMPORTANCIA DE LA UTILIZACIÓN DE LAS NTIC EN LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL.....	37
IMPORTANCIA DE LA UTILIZACIÓN DE LAS NTIC.....	38
EL DOCENTE DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL UTILIZA ALGÚN TIPO DE NTIC EN EL PROCESO EDUCATIVO.....	39



NECESIDAD DE UN LABORATORIO PARA LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL .....	40
NECESIDAD DE UN MÓDULO .....	41
INNOVAR ¿CÓMO Y DÓNDE?.....	75
COMPONENTES DEL MODELO DE NEGOCIOS.....	77
CICLOS DE VIDA DE LA INNOVACIÓN .....	79
INNOVAR EN LAS PRÁCTICAS SOCIALES .....	80
VENTANA PRINCIPAL DE PREZI .....	86
COMO LLENAR LA INFORMACIÓN .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
COMO LLENAR LA INFORMACIÓN .....	87
INGRESAR A SU CUENTA PREZI. ....	87
ELEGIR UNA PLANTILLA O TEMA.....	88
ELEGIR UNA PLANTILLA .....	89
UTILIZACIÓN DEL SOFTWARE PREZI.....	89
INSERTAR TEXTO .....	90
EDITAR RUTA .....	91
INICIAR PRESENTACIÓN EN PREZI .....	91
INSERTAR DISEÑOS PREDEFINIDOS .....	92
UTILIZACIÓN DE DIAGRAMAS.....	92
UTILIZACIÓN DE DIAGRAMAS.....	93
INSERTAR IMÁGENES .....	93
INSERTAR SÍMBOLOS Y FORMAS.....	94
INSERTAR SÍMBOLOS Y FORMAS.....	94
INSERTAR VIDEOS .....	95

COMPARTIR PRESENTACIÓN .....	96
COMPARTIR PRESENTACIÓN EN REDES SOCIALES .....	96
DESCARGAR UNA PREZI PORTABLE .....	97
PRESENTACIÓN DE LA RESEÑA HISTÓRICA DE NOVACERO S.A. ....	98
IMAGEN DE LA PLANTA .....	98
PRESENTACIÓN DE LA MISIÓN .....	99
PRESENTACIÓN DE LA VISIÓN .....	99
PRESENTACIÓN DE LAS CONDICIONES NECESARIAS DE LA EMPRESA	100
PRESENTACIÓN DE LOS VALORES QUE PREVALECEN EN LA EMPRESA .....	100
REPRODUCCIÓN DE UN VIDEO DEL TRABAJO QUE REALIZA NOVACERO S.A.....	101
VENTANA PRINCIPAL DE LA FAN PAGE.....	104
NOMBRE DE TU FAN PAGE .....	104
ELEGIR EL PLAN DESEADO .....	105
LLENA INFORMACIÓN EN TU FAN PAGE .....	105
ELIGE UNA DIRECCIÓN WEB.....	106
ACTIVA TU FAN PAGE.....	106
INDICACIONES DE FUNCIONES BÁSICAS.....	107
TU FAN PAGE.....	107
INFORMACIÓN BÁSICA DE LA FAN PAGE DE HOUSEGREEN.....	108
PUBLICACION DE IMÁGENES REFERENTES AL PRODUCTO .....	109
PRESENTACIÓN DE ARTES.....	109
PUBLICACIONES E INTERACCIÓN CON EL PÚBLICO .....	110
INFORME SOBRE RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.....	110

## ÍNDICE DE TABLAS

NÚMERO DE ESTUDIANTES QUE RECIBEN LA CÁTEDRA DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL .....	31
PROFESOR QUE IMPARTE LA CÁTEDRA DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL .....	31
CONOCIMIENTO DE LAS NTIC.....	32
NTIC QUE UTILIZAN PARA SU ACTIVIDAD EDUCATIVA .....	33
PRINCIPAL USO DE LAS NTIC .....	34
FRECUENCIA CON QUE UTILIZAN LOS DOCENTES LAS NTIC .....	35
LAS NTIC SE DEBEN UTILIZAR DE FORMA PERMANENTE EN EL PROCESO ENSEÑANZA A PRENDIZAJE .....	36
ARQUITECTURA PARA LA INNOVACIÓN .....	6
IMPORTANCIA DE LA UTILIZACIÓN DE LAS NTIC.....	37
EL DOCENTE DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL UTILIZA ALGÚN TIPO DE NTIC EN EL PROCESO EDUCATIVO .....	39
NECESIDAD DE UN LABORATORIO PARA LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL .....	40
NECESIDAD DE UN MÓDULO .....	41

## INTRODUCCIÓN

Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) actualmente se han constituido como herramientas indispensables en el quehacer diario y en los diferentes factores sociales como empresariales, médicos, y sobre todo en la educación, específicamente en los procesos de enseñanza-aprendizaje de las y los jóvenes de las instituciones educativas, un sector tan importante como es el educativo no puede tener un rezago tecnológico, pues los estudiantes del presente somos los profesionales que impulsaremos el futuro de nuestro país.

En el Capítulo I se presenta la temática base para abrirnos paso al estudio posterior, en este presentamos las categorías fundamentales que permiten a cualquier lector entender el fundamento teórico de la investigación.

En el segundo Capítulo se establece que para el levantamiento de la información se utilizará el método inductivo y deductivo, además se observa la necesidad de emplear las técnicas de la entrevista y la encuesta, éstas dirigidas a la población objetivo que son los estudiantes de séptimos ciclos de la carrera de Ingeniería Comercial y al docente que dicta la asignatura de Innovación Empresarial. La aplicación de las técnicas utilizadas expresa que los estudiantes y el docente en cuestión necesitan de la creación de una guía didáctica que combine los conocimientos teóricos con la práctica mediante la utilización de herramientas tecnológicas.

Finalmente en el tercer Capítulo se presenta la propuesta de Guía Metodológica diseñada con el objetivo de mejorar la creatividad, espíritu innovador y habilidades empresariales en los jóvenes estudiantes de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi.

# CAPÍTULO I

## FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 1.1. Marco Teórico

#### *1.1.1. Gestión Administrativa*

El tema de Gestión Administrativa es fundamental al momento de hablar de un negocio o empresa, ya que mediante esto obtendremos el éxito o fracaso de la misma, la temática en cuestión es de gran magnitud por todos los aspectos que abarca y es necesario actualizarse constantemente, pues, que por la gran competencia de los mercados actuales cada vez se va tornando más compleja.

#### *1.1.1.1. Concepto de Gestión*

MÉNDEZ, Pidal, y otros, (1984) propone que: “la gestión es la acción y efecto de administrar” y de acuerdo al mismo autor gestionar es “Hacer diligencias para el logro de un negocio o de un deseo cualquiera”. (Pág.780)

Indica que toda gestión es el conjunto de las actividades que se realiza para llegar a alcanzar un objetivo propuesto.

### ***1.1.1.2. Concepto de Gestión Administrativa***

La Administración en si es un proceso que consiste en planificar, organizar, dirigir y controlar el uso de recursos humanos, materiales, tecnológicos y financieros con el fin de lograr metas proyectadas.

### ***1.1.1.3. Importancia de la Administración***

A lo largo de nuestras vidas pasaremos por varias organizaciones, siendo estas, la universidad, un culto religioso, un club deportivo, una empresa, en fin todas estas organizaciones sean formales o informales están conformadas por grupos de personas que buscan a través de trabajos en conjunto obtener metas en común y para esto, es necesario llevar una buena formación y un conjunto de estrategias que permitan la consecución de los objetivos.

Aún organizaciones pequeñas como la familia necesitan planificar, organizar, dirigir y controlar recursos para que marchen bien y esto necesita de un trabajo en conjunto para que pueda cumplir con sus metas planteadas.

Como es notable la Administración es esencial en todos los ámbitos y gracias a su evolución hoy en día podemos encontrar métodos sumamente efectivos para lograr encaminar a una organización hacia el éxito.

### ***1.1.1.4. Proceso Administrativo***

Desde finales del siglo XIX se ha definido a la administración en cuatro términos específicos: planificar, organizar, dirigir y controlar y aunque existen opositores a esta denominación hasta la actualidad es aceptado el que la administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de una organización y el empleo de todos los recursos que esta requiera para cumplir con sus objetivos.

#### ***1.1.1.4.1. Planificación.***

Se refiere a pensar con anticipación las metas, y acciones que se desarrollarán para cumplirlas y basar las acciones en algún plan, método o lógica. Mediante la planificación una empresa puede prevenir o estar preparado para enfrentar eventualidades que puedan afectar el correcto accionar de la organización y por otra parte sirve de directriz para que los colaboradores internos de una entidad puedan trabajar con mira en un objetivo común.

#### ***1.1.1.4.2. Organización.***

La organización es un proceso en el cual el administrador se enfoca en distribuir de manera adecuada el trabajo, la autoridad y los recursos para que una organización pueda cumplir con sus metas propuestas.

#### ***1.1.1.4.3. Dirección.***

Dirigir incluye mandar, influir y motivar a los trabajadores para que realicen tareas esenciales, no solamente dirigir es mandar sino que se requiere de una aptitud de líder para influir en las demás personas y encaminarlas por el camino deseado.

#### ***1.1.1.4.4. Control.***

El administrador tiene estar seguro de que los recursos de la organización están siendo utilizados de manera eficiente para lo cual debe utilizar un control administrativo el cual lo puede hacer utilizando indicadores de gestión como una herramienta para evaluar y diagnosticar el uso de dichos recursos para asegurar que la entidad está marchando por el camino adecuado.

## ***1.1.2. Innovación Empresarial***

### ***1.1.2.1. Innovación***

VARELA, Rodrigo, (2008): “La innovación establece las ventajas competitivas y por ello es el alma de todo el proceso empresarial”. (Pág. 128)

La innovación crea una diversidad de ventajas a la empresa frente a la competencia ya que si la utilizan de manera adecuada la organización desarrollará ventajas competitivas con la cual se diferenciará de las demás y podrá posesionarse dentro del mercado con facilidad.

La innovación es el cambio total que se da dentro de las organizaciones, tanto para los productos como para los servicios es muy importante ya que este ayuda a que la empresa sea competitiva frente de la competitividad.

### ***1.1.2.2. La innovación en el cambio organizacional***

HELLRIEGEL, Don; JACKSON, Susan; SLOCUM, John, (2009) menciona que: “La innovación se refiere al descubrimiento, identificación y diagnóstico de problemas inusuales y ambiguos y/o al desarrollo de soluciones únicas y/o creativas.” (Pág. 406)

La innovación consiste en utilizar nuevas formas para ejecutar, solucionar o realizar distintos procesos dentro de las organizaciones, de manera que la innovación ayude a que la organización sea única y diferente a las demás con procesos creativos que puedan solucionar problemas tanto internos como externos.

Es decir, que la innovación no siempre se genera por iniciativa propia de los miembros de una empresa específica, sino, el entorno externo con frecuencia influye a tomar decisiones de innovación, en la actualidad la presión de la



competencia es muy fuerte, por lo que las empresas si quieren mantenerse a flote deben innovar sus procesos y tecnologías constantemente.

### ***1.1.2.3. Tipos de Innovación***

HELLRIEGEL, Don; JACKSON, Susan; SLOCUM, John, (2009): “Las nuevas ideas pueden adoptar infinidad de formas, por lo cual existen muchos tipos posibles de innovación”. (Pág. 408)

Tres tipos básicos de innovación son la técnica, la de procesos y la administrativa.

***Técnica.-*** La creación de nuevos bienes o servicios es un tipo central de innovación y con frecuencia se dice que es una innovación técnica. Muchas innovaciones técnicas se dan por medio de actividades básicas de investigación y desarrollo que tienen por objeto satisfacer a clientes exigentes que siempre están en busca de productos nuevos o que sean mejores, más rápidos y/o más baratos.

***De proceso.-*** La innovación de proceso implica crear una manera nueva de producir, vender y/o distribuir un bien o servicio existentes.

***Administrativa.-*** La innovación administrativa ocurre cuando la creación de un nuevo diseño organizacional apoya mejor el desarrollo, la producción y la entrega de bienes y servicios.

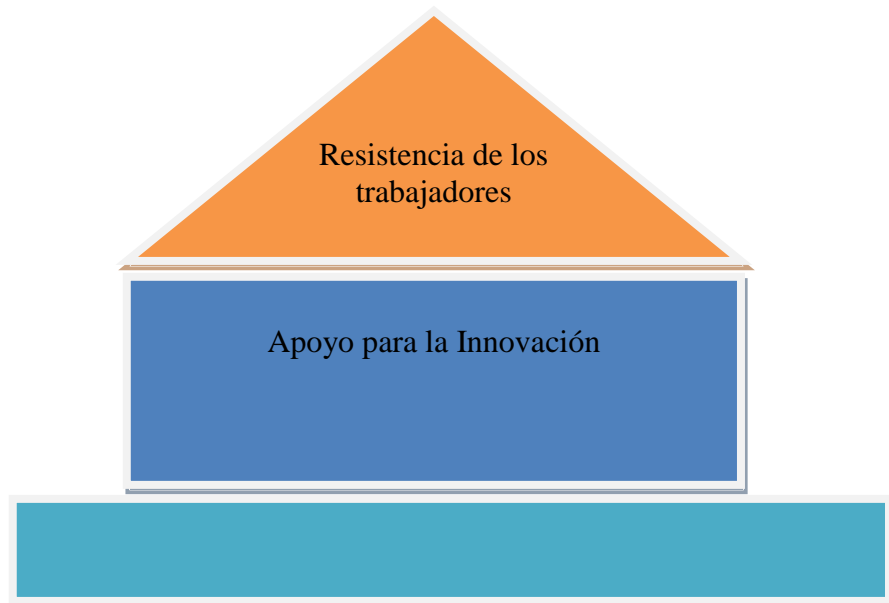
Para poder realizar una innovación o cambio dentro de la organización hay que tener presente el objetivo y las metas a las que queremos llegar, ya que existen tipos de innovación para cada necesidad, las cuales ayudan a solucionar los problemas que la organización pueda presentar en esos momentos, de la misma manera ayudan a desarrollar nuevos bienes o servicios que atraigan a los clientes insatisfechos y así lograr que la empresa se posicione en la mente de los consumidores para incrementar su nicho de mercado, crear nuevas maneras de distribución de los productos y servicios que la compañía ofrece de manera que

lleguen rápida y oportunamente a los clientes, para tenerlos satisfechos y captar fidelidad a nuestros productos y también facilita la creación de nuevos diseños organizacionales en donde funcione de distintas maneras las diferentes áreas para que los productos que se oferten en el mercado sean de mayor calidad y producidos de manera eficiente y eficaz con personal comprometido.

#### ***1.1.2.4. Arquitectura para la Innovación***

HELLRIEGEL, Don; JACKSON, Susan; SLOCUM, John, (2009): “Dado que la innovación es tan importante para tener éxito en distintas industrias, se espera que los administradores de todo tipo de organizaciones ayuden a crear infraestructuras que fomenten y apoyen la innovación y el cambio”. (Pág. 409)

### **GRÁFICO No 1 ARQUITECTURA PARA LA INNOVACIÓN**



**Fuente:** Hellriegel, D., Jackson, S., Slocum, J., (2009).

**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

#### ***1.1.2.4.1. Resistencia de los trabajadores.***

Cuando se desea realizar cambios dentro de las organizaciones, la alta gerencia se encuentra con grandes dificultades, ya que existen personas dentro de las empresas que se resisten al cambio porque jamás fueron incentivados a tener una cultura organizacional, en la que ellos se sientan parte de la organización y colaboren con los cambios que ésta tendrá para beneficio de todos. Es por ello que dentro de las empresas es importante que se mantenga una cultura de formación, con la finalidad que todos se sientan comprometidos y colaboren con lo que se realice dentro de la misma.

#### ***1.1.2.4.2. Apoyo para la Innovación.***

Para realizar una innovación total y ésta dé buenos resultados, las empresas deben iniciar creando una buena cultura organizacional en los trabajadores para que ellos se sientan motivados y formen parte de lo que se realizará. Así como también la alta gerencia debe tomar en cuenta las opiniones y sugerencias que estos aporten para que el personal se sienta parte importante de la innovación que se da en la entidad.

#### ***1.1.2.4.3. Orientación al Aprendizaje.***

Mientras la organización aprende, también aprenden los trabajadores, ya que van adquiriendo experiencias de hechos que han sucedido en el pasado, es por ellos que los trabajadores de las organizaciones deben tomar en cuenta lo que sucedió antes para no volver a cometer el mismo error sin olvidarse de lo que sucedió y evitar volver a cometer el mismo error.

#### ***1.1.2.5. Cultura de la innovación***

HELLRIEGEL, Don; JACKSON, Susan; SLOCUM, John, (2009): “El liderazgo compartido va de la mano con una cultura de la innovación. En el caso de las

organizaciones que aprenden, la innovación exitosa es un proceso permanente que se convierte en parte de la rutina diaria”. (Pág. 412)

La cultura de la innovación ayuda a que la primicia organizacional sea exitosa, ya que todas las actividades que se realizan dentro de la misma y están centradas al desarrollo y avances del cambio que se desea realizar. El proceso de innovación motiva al personal a realizar, crear y ejecutar nuevas actividades para que dicho procesos se lo realice con eficiencia y eficacia.

#### ***1.1.2.6. El cambio en las organizaciones laborales***

GONZALES, Martín y OLIVARES, Socorro, (2011): “Si bien es cierto que la palabra cambio implica novedad o innovación, también es cierto que el estudio de cómo lograr el cambio dentro de las organizaciones laborales es tan viejo como la administración misma”. (Pág. 289)

El cambio o innovación de una organización, de un producto o servicio atrae la atención de los consumidores y ayuda a posicionarse dentro del nicho de mercado en el que se distribuye los productos, por lo tanto las innovaciones deben ser creativas y llamativas para que sea un cambio verdadero.

#### ***1.1.2.7. La protección de la Innovación: Las Patentes***

##### ***1.1.2.7.1. La necesidad de proteger las innovaciones.***

Las organizaciones deben proteger las innovaciones que realizan a sus productos o servicios, esto quiere decir que, es necesario patentar los cambios o innovaciones que se realicen, ya que la competencia siempre está a la expectativa de los cambios que realizan e intentan cambiar y opacar a nuestros productos. Por esta razón las organizaciones deben estar alerta de lo que realice la competencia ya que esta intenta copiar los productos, servicios, procesos productivos o demás

que tanto trabajo les ha costado crear, siempre es necesario cuidar y proteger los cambios que se efectúen.

#### ***1.1.2.8. Innovar o desaparecer***

##### ***1.1.2.8.1. Una economía de nuevos productos.***

Cuando un producto empieza a perder espacio en el mercado, no es necesario que desaparezca, al contrario, es recomendable que se realicen innovaciones de precio, diseño, distribución y publicidad del producto con el propósito de no perder mercado con los productos o servicios que se ofertan en la organización.

#### ***1.1.2.9. Herramientas para la innovación***

##### ***1.1.2.9.1. La creatividad.***

Las buenas ideas creativas ayudan a que la empresa se diferencie de las demás y cree nuevos procesos y productos innovadores que atrapen a clientes potenciales que ayuden a crecer a la organización.

##### ***1.1.2.9.2. Intuición.***

La intuición es otra herramienta que ayuda a que una organización tenga ideas innovadoras y se diferencie de los demás.

##### ***1.1.2.9.3. La persona creativa.***

Si las organizaciones cuentan con personal altamente capacitado se crea un ambiente altamente competitivo. Por tanto, es importante que la organización mantenga motivado a su personal para que desarrolle productos innovadores y de calidad con los que se diferencien de los demás.

#### ***1.1.2.9.4. La organización creativa.***

Dentro de la organización la creatividad debe empezar desde la alta gerencia para que estos motiven al personal a ser colaboradores con las ideas innovadoras que éste pueda aportar al desarrollo de la empresa.

#### ***1.1.2.10. Herramientas para estimular la creatividad***

La diversidad de herramientas que ayudan a desarrollar de mejor manera la creatividad de una persona son muy importantes, ya que motivan a desarrollar nuevas ideas creativas e innovadoras que ayudan a sobresalir a la empresa y a diferenciarse de la competencia.

#### ***1.1.2.11. Innovación y Creatividad***

TURBAN, Efraim; MCCDEAN, Ephraim y WETHERBE, James, (2011): “Los frecuentes cambios ambientales y tecnológicos requieren planteamientos innovadores para las respuestas organizacionales. La innovación y la creatividad pueden facilitarse por medio de diversas tecnologías de la información”. (Pág. 15)

Las nuevas tecnologías facilitan la innovación y la creatividad, ya que por medio de éstas, se pueden desarrollar de una manera eficiente nuevos procesos que ayuden a las organizaciones a ser más competitivos, en la actualidad los clientes buscan productos y servicios que representen vanguardia tecnológica para que satisfagan sus necesidades.

#### ***1.1.2.12. Importancia estratégica de la innovación***

Hellriegel, y otros, 2009: El entorno actual hace que la innovación sea fundamental para las empresas existentes aún más que para las nuevas ya que una empresa no debe descansar sobre sus logros porque si estanca sus esfuerzos

inevitablemente la competencia les arrebatará clientes, lo que puede conllevar a un declive o quiebra. (Pág. 406)

### ***1.1.2.13. Organizaciones que aprenden***

HELLRIEGEL, Don; JACKSON, Susan; SLOCUM, John, (2009):

“Aprende de experiencias del pasado, de los clientes, de diversas partes de la empresa y de otras empresas. En las organizaciones que aprenden, la innovación y el cambio exitosos no son hechos que tengan un principio y un fin claros. Por el contrario, son procesos permanentes que ahora forman parte de la rutina diaria. (Pág.409)

Una organización que hace parte de su vida organizacional el estar en constante aprendizaje de nuevos procesos, nuevas tecnologías, nuevos métodos de gestión es aquella que se encuentra preparada para la batalla constante en el mercado y es aquella organización que siempre se encontrará alejada del fracaso, ya que desarrolla una ventaja competitiva sustentable, cimentando su posicionamiento en el mercado, ya que si se encuentra en un aprendizaje constante hace que sus competidores se encuentren con un camino sumamente complicado para poder alcanzarlos y mucho menos superarlos.

HELLRIEGEL, Don; JACKSON, Susan; SLOCUM, John, (2009): “Por medio de la innovación y el cambio continuos, la organización que aprende crea una ventaja competitiva sostenible en su industria”. (Pág. 410)

Para que una organización dé paso a una innovación es importante que tenga un personal comprometido con el cambio y sostenibilidad del mismo, es por ello que la alta gerencia debe fomentar una cultura organizacional entre los colaboradores haciéndoles sentir parte importante de la empresa para que estos apoyen cuando se necesite realizar cambios organizacionales.

El apoyo total del personal es importante para la innovación ya que estos ayudarán al buen desarrollo de las actividades que se planteen para llevar a cabo una innovación empresarial.

### ***1.1.3. Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación NTIC***

Las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación NTIC son el resultado de años de situaciones adversas y de soluciones a sus causas, provocando que día a día el ser humano busque nuevas formas de gestionar el logro de sus objetivos y gracias al intelecto innovador de grandes personajes de la historia, por estos y varios factores más hoy nos encontramos en una revolución tecnológica y como lo han llamado muchos autores nos encontramos en la era de la información, en la actualidad cada día encontramos sistemas más complejos y complementarios entre sí que facilitan la vida de las personas y mejoran la eficiencia de las actividades diarias.

ARREDONDO, (2005), define a las NTIC como “Un conjunto de aparatos, redes y servicios que se integran o se integrarán a la larga, en un sistema de información interconectado y complementario”. (Pág. 01)

#### ***1.1.3.1. El sistema de las NTIC está conformado por***

**Las telecomunicaciones:** Representados por los satélites los mismos que permiten la transmisión de señales telefónicas, telegráficas y televisivas.

**La informática:** Identificada por sus indiscutibles avances en software y hardware los mismos que facilitan la administración de información y su versatilidad.

**La tecnología audiovisual:** Enfocada en mejorar la percepción humana en cuanto a la captación de estímulos tanto auditivos como visuales.



### ***1.1.3.2. Impacto Agregado de las NTIC en la Economía***

KATS, (2009) menciona que: “El impacto de las TIC en el sistema económico comenzó a ser estudiado con rigor académico cuando estas tecnologías alcanzaron niveles masivos de adopción. Fue entonces cuando los investigadores comenzaron a detectar un cambio en la estructura ocupacional de las economías de los países industrializados” (Pág. 05)

Como es lógico a medida que las nuevas tecnologías invadían los mercados, gracias a que estas denotan eficiencia, productividad, versatilidad en la comunicación, su impacto en la economía era insoslayable ya que la calidad de producción se disparó y por ende la competitividad sufrió una revolución creando nuevos mercados y rompiendo fronteras productivas lo cual lleva a mejorar las economías en gran magnitud.

Hoy en día las NTIC constituyen el pilar fundamental de las economías de los países ya que mediante esta se manejan factores de indiscutible importancia, como ejemplo claro podemos citar el mercado bursátil, el mercado financiero, que si grandes representantes mundiales de estos factores fueran jaqueados con intensiones nocivas presenciáramos una crisis mundial.

### ***1.1.3.3. Las Economías de la Informatización***

Las economías de escala son muy reconocidas y estudiadas a nivel mundial ya que estas permiten a las organizaciones obtener un cierto nivel de ventaja frente a sus competidores al momento de reducir sus costos de fabricación, expandiendo la producción de una determinada empresa.

Al igual que las economías de escala, gracias a la tendencia actual de la utilización de las NTIC en los negocios y a sus beneficios es necesario ahondar en el tema y mencionar que, esto sí es bien aplicado, puede mejorar notablemente el desempeño organizacional, por lo que algunos autores plasman en sus obras que

debería desarrollarse un concepto análogo de las economías de escala que podría ser “economías de la informatización”.

#### ***1.1.3.4. Impacto de las TIC en la sociedad***

Más allá del impacto económico las NTIC benefician indiscutiblemente a la sociedad ya que a través de ellas tenemos a la mano una gran fuente de información, proceso rápido y confiable de toda clase de datos, interactividad, capacidad de almacenamiento, una gran mejora en aspectos relacionados con la salud, despierta la creatividad e interés por aprender cada día más mediante la interacción, en si cualquier aspecto de la vida se la puede relacionar con la tecnología, desde interacción social, salud hasta complejos cálculos matemáticos y gran facilidad de comunicación sin límites.

#### ***1.1.3.5. Los continuos cambios de la tecnología***

Las organizaciones deben estar alertas de los cambios tecnológicos que se dan en la actualidad para que los productos que se ofertan cubran las necesidades de los consumidores y así mantenerse posicionados en la mente de los consumidores. Porque actualmente los cambios tecnológicos que se han dado han sido muy acelerados, lo que exige que las organizaciones que estén a la vanguardia de la tecnología en todos los procesos que se realice dentro de las mismas.

#### ***1.1.3.6. Necesidad de una Visión***

HELLRIEGEL, Don; JACKSON, Susan; SLOCUM, John, (2009): Afirma “El mundo se está integrando. Las nuevas tecnologías de la telecomunicación siguen extendiendo nuestro alcance y acelerando nuestra comunicación. Además la forma del mundo está cambiando, en razón de las tecnologías”. (Pág.20)

En vista de la gran infiltración de la tecnología en todos los procesos de las organizaciones y su beneficio a la mejora de la eficiencia y productividad, no

debemos quedarnos en lo tradicional, sino debemos actualizarnos continuamente y planificar a futuro ya que la tecnología no dejará de actualizarse.

#### ***1.1.3.7. Innovación y Obsolescencia Tecnológica***

TURBAN, Efraim; MCCDEAN, Ephraim y WETHERBE, (2011):

“La tecnología interviene cada vez más en la manufactura y en los servicios. Tecnologías nuevas y mejoradas crean o apoyan sustitutos de productos, opciones alternas de servicios y excelente calidad. Además, algunos de los productos modernos pueden ser obsoletos mañana. De tal modo, la tecnología acelera las fuerzas competitivas. (Pág.09)

La tecnología va teniendo grandes avances que obligan a que la educación y los métodos de enseñanza-aprendizaje también se desarrollen, ya que ésta es muy importante para el desarrollo de nuevos conocimientos y las innovaciones que se realicen dentro de una organización. Dentro de las organizaciones también se han desarrollado nuevas tecnologías en todos los procesos que se realizan para ser más competitivos y así ganar mayor oportunidades en el mercado.

#### ***1.1.3.8. Qué es un software libre***

GONZÁLEZ, Daniel, (2004): “Hablamos de software libre cuando queremos referirnos a la libertad que tiene un usuario para modificar, copiar, distribuir y modificar un software sin que ninguna compañía o individual pueda emprender acciones legales contra él”

Un software libre es una herramienta virtual, la cual ayuda a experimentar diferentes opciones de modificación o según requiera el usuario. El software libre da la libertad de ejecutar las acciones y adaptarlas a las necesidades del usuario para que éste realice sus trabajos o investigaciones de una manera creativa e innovadora.

Todo software libre debe cumplir y está obligado a que al momento de su distribución cumpla con las cuatro libertades como son: ejecutarlo de la manera en que lo requiera, modificar para adaptarlo a las necesidades del usuario, estudiar los códigos fuente para su modificación y distribuir ese software sin ningún tipo de restricciones.

#### ***1.1.3.9. Ofimática***

Guestb8d906e: “La ofimática es el conjunto de técnicas, aplicaciones y herramientas informáticas que se utilizan en funciones de oficina para optimizar, automatizar y mejorar los procedimientos o tareas relacionados”

La ofimática ayuda a mejorar los procesos que se desarrollan dentro de una oficina o en donde se utilicen computadores ya que gracias a ella existe una diversidad de opciones como crear, modificar, organizar, escanear e imprimir textos o documentos dependiendo de lo que requiera el usuario. También ayuda a optimizar los recursos disponibles y a que los procesos sean más ágiles en donde se utilice un computador.

#### ***1.1.3.10. Tecnologías Inteligentes***

Las tecnologías inteligentes en nuestro tiempo es un término muy utilizado y un aspecto en el cual la humanidad ha puesto mucho de sus esfuerzos por lograr que evolucionen, estas tecnologías son aquellas que intentan simular la inteligencia humana, mediante sensores lógicos, un gran ejemplo de este tipo de tecnologías son los llamados “Smartphone” o “Teléfonos Inteligentes” los mismos que utilizan tecnologías muy sofisticadas con un sinnúmero de sensores que hacen de estos aparatos, herramientas muy funcionales sobre todo en el mundo de los negocios, además, están saliendo al mercado televisores con tecnología Smart que al igual que los teléfonos inteligentes interactúan con su usuario e interpretan en cierta forma lo que éste desea.

### ***1.1.3.11. Inteligencia Empresarial***

La denominada Inteligencia Empresarial, Inteligencia de negocios o Business Intelligence es el conjunto de herramientas de gestión administrativa y creación de conocimientos que utiliza el análisis de datos como pilar fundamental, pero este análisis es realizado a través de herramientas tecnológicas que interpretan los datos de manera tal que ofrecen una solución mediante la determinación de fortalezas, debilidades y aplicación de estrategias que mejoren la situación del negocio, es decir, que éste análisis facilita la toma de decisiones para escenarios actuales o futuros.

En el mercado encontramos un sinnúmero de software que colaboran con la Inteligencia Empresarial, tanto pagadas como el “Microsoft SQL Server”, y gratuitas o software libre como el “Eclipse BIRT Project”.

### ***1.1.3.12. NTIC en el Proceso Enseñanza Aprendizaje***

Según Figueroa, 2001: Las NTIC actualmente con el desarrollo e inclusión de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación TIC en el proceso de enseñanza – aprendizaje sorprendentemente han ido produciendo un cambio y una transformación potencial de los sistemas educativos, exigiendo nuevos roles, nuevas metodologías de enseñanza y una consecuente reconsideración de la concepción del rol del docente y las técnicas que utiliza para enseñar a los educandos.

LLERA, Beltrán (2009): "Para que las NTIC desarrollen todo su potencial de transformación (...) deben integrarse en el aula y convertirse en un instrumento cognitivo capaz de mejorar la inteligencia y potenciar la aventura de aprender".

La utilización de las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) en el proceso enseñanza - aprendizaje a dado perspectivas tanto para

docentes como para los estudiantes ya que estos instrumentos de estudios ayudan a que se puedan desarrollar nuevos conocimientos en los estudiantes, para que estos puedan tener mejores habilidades y exploten por completo sus conocimientos.

#### ***1.1.3.13. Importancia de las NTIC en el proceso Enseñanza Aprendizaje***

FIGUEROA, Juanka (2011):

“Las tecnologías de la información y la comunicación han ido cambiando progresivamente la forma de comunicar, de interactuar, de producir, de hacer ciencia y de producir conocimiento. En este contexto social se espera que los hombres y mujeres sean capaces de desempeñarse en los diferentes aspectos de la vida personal y profesional acorde a esos cambios.”

El uso de las NTIC en el proceso enseñanza - aprendizaje es muy importante, ya que ayuda a que los estudiantes puedan desarrollar sus conocimientos con nuevas herramientas que les permiten ser más investigativos y sobre todo a interesarse por los que están estudiando.

SÁEZ, José, (2010):

“La creciente presencia de unos cambios de la sociedad respecto al uso de las tecnologías, está dando lugar a que las tecnologías formen parte de la vida cotidiana, académica y laboral de los ciudadanos, y de ahí la creciente importancia de una buena formación en las aulas relativa al uso de las NTIC”.

Desde este proyecto de investigación, se trata de analizar y comprobar el uso que reconocen hacer los docentes respecto a las NTIC, y la relación de esta aplicación con la metodología aplicada en este sentido.

Para que los estudiantes desarrollen por completo sus potenciales, tanto físicos como intelectuales es necesario que en la actualidad se exploten por completo las nuevas tecnologías que la sociedad nos presenta, ya sea de manera institucional, laboral o personal.

#### ***1.1.3.14. Ventajas de las NTIC en el Proceso Enseñanza Aprendizaje***

FIGUEROA, Juanka (2011):

- Facilitan las comunicaciones aumentan las respuestas innovadoras a los retos del futuro.
- Eliminan las barreras de tiempo y espacio favorecen la cooperación y colaboración entre distintas entidades.
- Internet, como herramienta estándar de comunicación, permite un acceso igualitario a la información y al conocimiento.
- Aumentan la producción de bienes y servicios de valor agregado.
- Potencialmente, elevan la calidad de vida de los individuos.
- Provocan el surgimiento de nuevas profesiones y mercados.
- Reducen los impactos nocivos al medio ambiente al disminuir el consumo de papel y la tala de árboles y al reducir la necesidad de transporte físico y la contaminación que éste pueda producir.

El uso apropiado de las nuevas Tecnologías que en la actualidad se nos presentan, tienen diversidad de ventajas ya que ésta ayuda a reducir tiempo y costos dentro de las organizaciones, al igual que ayuda al desarrollo de conocimientos de los estudiantes dentro de las instituciones educativas.

#### ***1.1.3.15. NTIC y Bibliotecas Universitarias***

DUART, Josep; LUPIAÑEZ, Francisco, (2005): “En este nuevo entorno que se configura alrededor de las bibliotecas universitarias las NTIC están

desempeñando un papel esencial, (...). En este sentido las bibliotecas se consideran muy permeables a la hora de introducir las innovaciones que aportan las NTIC”. (Pág. 22)

Las bibliotecas van de la mano con las NTIC ya que también ayudan a que los estudiantes se interesen más por aprender, siempre y cuando las bibliotecas estén en condiciones adecuadas para poder desarrollar el uso de las nuevas tecnologías.

### ***1.1.4. NTIC en la Innovación Empresarial***

#### ***1.1.4.1. Influencia de las nuevas tecnologías en la ventaja competitiva de la empresa***

Mientras las empresas se enfrentan al reto de la competencia global, existe un creciente reconocimiento del papel central de la tecnología como determinante de su éxito. Como resultado de éste reconocimiento, las empresas han acelerado la adopción de nuevas tecnologías y, también, la introducción de productos tecnológicamente sofisticados. Así, las empresas están alerta a la necesidad de desarrollar estrategias tecnológicas que sean consistentes o estén adecuadamente integradas en sus estrategias generales de negocio.

Por la gran competencia que las empresas enfrentan en la actualidad, se han centrado en la utilización de nuevas tecnologías en cada uno de sus procesos ya que ahora el éxito o fracaso de las misma depende de la manera como utilicen sus recursos tecnológicos que se encuentran disponibles. Es por ello, que el desarrollo de estrategias tecnológicas que estén vinculadas a las estrategias generales de la organización ayudará a desarrollar una ventaja competitiva para enfrentarse a la competencia como una empresa sólida.

El uso adecuado de las nuevas tecnologías ayuda en toda la cadena de valor, ya que reducen los costos de producción si se los combinan o descubren nuevos métodos para su utilización en donde ayuden a optimizar costos y tiempo. Con lo



cual ayudará a la organización a lograr sus metas propuestas y ganar una ventaja competitiva dentro del mercado.

Para muchas empresas la tecnología se ha convertido en parte esencial del negocio, del servicio o producto que brindan, porque facilitan la distribución y comercialización de los productos que ofertan, atendiendo a diferentes segmentos de mercado con mayor rapidez y calidad en donde los clientes se sientan satisfechos y poder captar mayores consumidores creando ventajas competitivas.

#### ***1.1.4.2. La participación de las NTIC en la Innovación Empresarial***

RIASCOS, Sandra, (2010):

“Las principales conclusiones del estudio reflejan que la innovación es un proceso que requiere planificación para obtener los resultados que se desean, lo cual implica el apoyo de herramientas tecnológicas, como las NTIC y formación en las mismas con el propósito de optimizar las etapas que implica un proceso de innovación”.

La combinación de tecnologías ayuda a realizar de manera eficiente una innovación dentro de la organización porque ayuda a optimizar recursos ya que la tecnología facilita los procesos productivos que se dan dentro de una organización. Es por ello, que los productos resultantes son sofisticados y ayudan a que la organización desarrolle ventajas frente a la competencia.

#### ***1.1.4.3. Blumind***

Blumind es un software libre muy fácil de utilizar que ayuda a crear mapas en forma de lluvia de ideas que parte de una idea principal y de ahí se pueden ir creando subelementos. Este programa es muy interactivo ya que en este se puede variar con distintos colores y gráficos dependiendo del tema que se este tratando para al final obtener una conclusión para el problema.

#### ***1.1.4.4. Prezi***

Es una aplicación online que permite desarrollar presentaciones o filminas muy atractivas para el lector ya que presentan una serie de efectos especiales diferentes de los comúnmente utilizados en el tan conocido PowerPoint; esta característica hace que quienes observan sus efectos despierten su interés por el tema y podamos exponer lo que queramos o tengamos que compartir con un mayor nivel de captación de conocimientos.

#### ***1.1.4.5. Facebook, Fan page***

La Facebook Page o Página de Facebook es una herramienta que facilita la publicidad de muchas empresas ya que este tipo de red social es visitada a diario por millones de personas, por lo que esto resulta hacer marketing gratis captando nuevos clientes.

## **CAPÍTULO II**

### **DIAGNÓSTICO SITUACIONAL**

#### **2.1. Caracterización de la Universidad Técnica de Cotopaxi**

##### ***2.1.1. Reseña Histórica de la Universidad Técnica de Cotopaxi.***

En Cotopaxi el anhelado sueño de tener una institución de Educación Superior se alcanza el 24 de enero de 1995. Las fuerzas vivas de la provincia lo hacen posible, después de innumerables gestiones y teniendo como antecedente la Extensión que creó la Universidad Técnica del Norte.

El local de la UNE-C fue la primera morada administrativa; luego las instalaciones del colegio Luis Fernando Ruiz que acogió a los entusiastas universitarios; posteriormente el Instituto Agropecuario Simón Rodríguez, fue el escenario de las actividades académicas: para finalmente instalarnos en casa propia, merced a la adecuación de un edificio a medio construir que estaba destinado a ser Centro de Rehabilitación Social.

En la actualidad son cinco hectáreas las que forman el campus y 82 las del Centro Experimentación, Investigación y Producción Salache.

El nuevo reto institucional cuenta con el compromiso constante de sus autoridades hacia la calidad y excelencia educativa.

### ***2.1.1.1. Misión***

La Universidad “Técnica de Cotopaxi”, es pionera en desarrollar una educación para la emancipación; forma profesionales humanistas y de calidad; con elevado nivel académico, científico y tecnológico; sobre la base de principios de solidaridad, justicia, equidad y libertad, genera y difunde el conocimiento, la ciencia, el arte y la cultura a través de la investigación científica; y se vincula con la sociedad para contribuir a la transformación social-económica del país.

### ***2.1.1.2. Visión***

En el año 2015 seremos una universidad acreditada y líder a nivel nacional en la formación integral de profesionales críticos, solidarios y comprendidos en el cambio social; en la ejecución de proyectos de investigación que aporten a la solución de los problemas de la región y del país, en un marco de alianzas estratégicas nacionales e internacionales,; dotada de infraestructura física y tecnológica moderna, de una planta docente y administrativa de excelencia; que mediante un sistema integral de gestión le permite garantizar la calidad de sus proyectos y alcanzar reconocimiento social.

## ***2.1.2. Descripción de la Unidades Académicas de Ciencias Administrativas Y Humanísticas***

La educación superior ante el encargo social adquiere notable importancia en el ámbito del desarrollo local y nacional con las perspectivas de alcanzar una nación que genere desarrollo tecnológico y científico, en ese marco la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas tiene carreras que se refieren a la Administración, en las cuales se fomenta la gestión y economía, a través de la elaboración, análisis e interpretación de las ciencias administrativas, para ser utilizada como herramienta en la toma de decisiones administrativas y financieras, con conocimiento y ética profesional.

Las carreras Humanísticas se relacionan a la comprensión del hombre y la mujer ya sea en sus aspectos sociales educativos, comunicacionales y del derecho, se interesan especialmente en reflexionar sobre las conductas del ser humano, para describirlas, explicarlas y en otros casos buscar soluciones a sus problemáticas. Dentro de este marco la UACCAAHH se proyecta con las exigencias del siglo XXI con la formación de profesionales altamente capacitados que actúen como ciudadanos responsables y comprometidos con el desarrollo social.

### ***2.1.3. Descripción de la Carrera de Ingeniería Comercial***

La Ingeniería Comercial es una profesión que fomenta las capacidades técnicas y los conocimientos conceptuales de gestión y economía, capaz de formar al ser humano para administrar estratégicamente toda clase de organización local, nacional e internacional de orden público y/o privado, en las áreas de finanzas, mercadotecnia, recursos humanos y operaciones; así como también para gestionar programas de capacitación y emprendimiento de manera que se garantice el cumplimiento de los objetivos de crecimiento, permanencia y rentabilidad socio-económica, en concordancia con la filosofía organizacional y las condiciones que se presenten en su entorno, con visión de respeto al ser humano y en busca del desarrollo social de la colectividad.

#### ***2.1.3.1. Misión de la Carrera de Ingeniería Comercial***

La Carrera de INGENIERÍA COMERCIAL forma profesionales integrales con alto nivel académico, científico y humanístico, para contribuir a la solución de problemas relacionados con la gestión de procesos administrativo – financieros de las organizaciones de las necesidades del sistema productivo y de la sociedad ecuatoriana

### ***2.1.3.2. Visión de la Carrera de Ingeniería Comercial***

La Carrera de INGENIERÍA COMERCIAL será líder en el diseño, planificación y evaluación organizacional, proyectos de emprendimiento y desarrollo de liderazgo, apoyado en la docencia, investigación y vinculación con la sociedad, con docentes calificados e infraestructura física y tecnológica, basada en la concepción dialéctica del mundo y la práctica de valores como: transparencia, respeto, identidad, libertad, democracia, compromiso social con el sector productivo y económico para contribuir a la transformación de la sociedad.

La carrera de Ingeniería Comercial cuenta con una malla curricular actualizada, la cual contiene asignaturas que va conforme la formación profesional de excelencia que en la actualidad se requiere para que un profesional sea competitivo en el ámbito en el que se vaya a desempeñar.

Las cátedras que se impartirán durante cada uno de los ciclos que contiene la carrera previa a la obtención del título profesional son cátedras que forman un profesional dotado capacidades, conocimientos científicos, técnicos y humanísticos que contribuyen al desarrollo de la sociedad.

## **2.2. Investigación de Mercado**

### ***2.2.1. Identificación del problema***

La Universidad Técnica de Cotopaxi por el bajo presupuesto que posee no ha dotado de suficientes tecnologías para el buen desarrollo de las actividades académicas, como es el caso de la carrera de Ingeniería Comercial perteneciente a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas, en donde no se utilizan las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación NTIC para el proceso enseñanza – aprendizaje, únicamente se utilizan métodos tradicionales que en la actualidad ya son obsoletos.

### ***2.2.2. Justificación***

La tecnología es una forma de vida que regula la mayoría de las actividades que realiza el ser humano día con día. El pensar que aún con el bombardeo tecnológico que hemos sufrido en las últimas décadas, una carrera tan importante como lo es la Ingeniería Comercial es impartida a través de métodos y herramientas tradicionales es imperdonable ya que al no formar empresarios que dominen las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación estamos estancando el desarrollo de nuevas empresas ya que la tecnología es sinónimo de eficiencia, productividad, ventaja estratégica y métodos de gestión que permiten la innovación, estabilidad, crecimiento y un auge sostenible de los negocios.

Puesto a consideración la gran importancia que conlleva la aplicación de las nuevas tecnologías en los procesos de enseñanza aprendizaje, en nuestro caso en la Cátedra de Innovación Empresarial, se ha desarrollado el presente trabajo investigativo dedicado al lector.

### ***2.2.3. Objetivo General***

Determinar la necesidad de implementar una guía metodológica que utilice NTIC en el proceso enseñanza-aprendizaje de la cátedra de innovación empresarial de la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi para mejorar las habilidades empresariales de los estudiantes mediante el levantamiento de información de nuestra población objetivo.

### ***2.2.4. Objetivos Específicos***

- Identificar los métodos y técnicas adecuados para llegar a la solución del problema.
- Identificar la población objetivo de nuestra investigación.

- Investigar la importancia que tiene para los estudiantes el aplicar las tecnologías en el proceso Enseñanza Aprendizaje.
- Investigar si existe la necesidad de implementar un laboratorio para la Carrera de Ingeniería Comercial.
- Indagar sobre qué tecnologías son las más adecuadas para impartir la cátedra de Innovación Empresarial

## ***2.2.5. Proceso metodológico de la investigación***

### ***2.2.5.1. Tipos de investigación***

#### ***2.2.5.1.1. Investigación de Campo.***

Levantar información en el lugar donde se producen los hechos. En la presente investigación se utilizará una investigación de campo porque se la realizará dentro de la universidad lo cual nos permite tener contacto directo con la realidad académica de los estudiantes y obtener la información necesaria para cumplir con nuestros objetivos. Esta investigación nos ayudará a indagar todas las causas y efectos que conllevará la misma.

Se tomó la decisión de realizar la presente investigación por las diferentes necesidades que hemos palpado día a día como estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial, por ello hace que nos interese a investigar sobre las NTIC que ayudarán a los estudiantes de dicha carrera a un mejor proceso de enseñanza - aprendizaje.

#### ***2.2.5.1.2. Investigación Descriptiva.***

En la presente investigación utilizaremos la investigación descriptiva, la cual nos permitirá analizar y detallar las causas por las cuales la carrera no utiliza las



NTIC en el proceso enseñanza aprendizaje de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial en la cátedra de Innovación Empresarial.

#### **2.2.5.2. Métodos**

Los métodos que utilizaremos para la presente investigación nos permitirán conocer cada uno de los procesos teóricos para realizar la investigación, los métodos que se utilizarán son los siguientes:

##### **2.2.5.2.1. Método Deductivo.**

El método deductivo es aquel que enfoca sus esfuerzos al estudio de hechos o fenómenos generales hasta llegar a concluir en casos individuales. Este método lo utilizaremos en nuestra investigación ya que se analizará las causas de la no utilización de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) en los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial.

##### **2.2.5.2.2. Método Inductivo.**

El método inductivo es el que analiza los hechos partiendo de lo particular hasta llegar a lo general. Este método se lo pondrá en práctica al momento de analizar las causas y efectos que se dan en la parte académica por la falta de la utilización de las NTIC en la cátedra de Innovación Empresarial.

#### **2.2.5.3. Técnicas**

##### **2.2.5.3.1. Encuesta.**

La encuesta es un cuestionario realizado previamente, dirigido a un grupo específico de personas para obtener información. La encuesta será aplicada a los estudiantes que reciben la cátedra de Innovación Empresarial en la carrera de

Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi con el fin de obtener información para nuestra investigación.

#### ***2.2.5.3.2. Entrevista.***

La entrevista es el diálogo entre dos o más personas para tratar un tema determinado, previa la elaboración de un cuestionario o de forma abierta. Se realizará una entrevista al docente que imparte la cátedra de Innovación Empresarial de la carrera de Ingeniería Comercial para aclarar las diferentes dudas e inquietudes que se nos han presentado en la presente investigación.

### ***2.2.6. Diseño Estadístico***

#### ***2.2.6.1. Población Universo***

La población es el conjunto de personas con características comunes o similares. En nuestra investigación la población universo será el número total de estudiantes que reciben la cátedra de Innovación Empresarial en el periodo académico Marzo 2013 – Julio 2013 que es de 58 estudiantes que cursan el Séptimo ciclo paralelo “C” y “D” respectivamente de la carrera de Ingeniería Comercial, como también se realizará una entrevista al docente que imparte dicha cátedra. Esto nos ayudará a conocer la realidad que los estudiantes viven dentro de las aulas de clase de la Universidad.

**TABLA No 1**  
**NÚMERO DE ESTUDIANTES QUE RECIBEN LA CÁTEDRA DE**  
**INNOVACIÓN EMPRESARIAL**

<b>CICLOS</b>	<b>Nº DE ESTUDIANTES</b>	<b>PORCENTAJE %</b>
<b>Séptimo "C"</b>	28	48,28%
<b>Séptimo "D"</b>	30	51,72%
<b>TOTAL</b>	<b>58</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**TABLA No 2**  
**PROFESOR QUE IMPARTE LA CÁTEDRA DE INNOVACIÓN**  
**EMPRESARIAL**

<b>NOMBRE</b>	<b>TITULO</b>
<b>Ing. Wilson Trávez</b>	Ingeniero en Administración de Empresas y Analista de Sistemas

**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

### 2.2.7. Tabulación y Análisis de la Encuesta

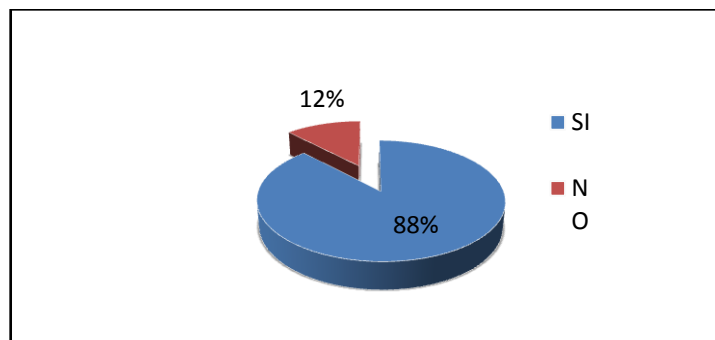
#### 1. ¿Conoce que son las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC)?

**TABLA No 3**  
**CONOCIMIENTO DE LAS NTIC**

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	51	88%
NO	7	12%
<b>TOTAL</b>	<b>58</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**GRÁFICO No 2**  
**CONOCIMIENTO DE LAS NTIC**



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

#### Interpretación y Análisis

Del 100% de la población encuestada obtuvimos que el 88% de la misma que representan 51 estudiantes tienen algún tipo de conocimiento sobre las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, y el 12% que representa 7 estudiantes desconocen lo que son las NTIC.

A continuación se tomará en consideración a 51 estudiantes que representan el 88% de la investigación como el 100% de nuestra población total para el análisis de las siguientes preguntas.

2. ¿Qué Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) utiliza dentro de su actividad educativa?

**TABLA No 4**

**NTIC QUE UTILIZAN PARA SU ACTIVIDAD EDUCATIVA**

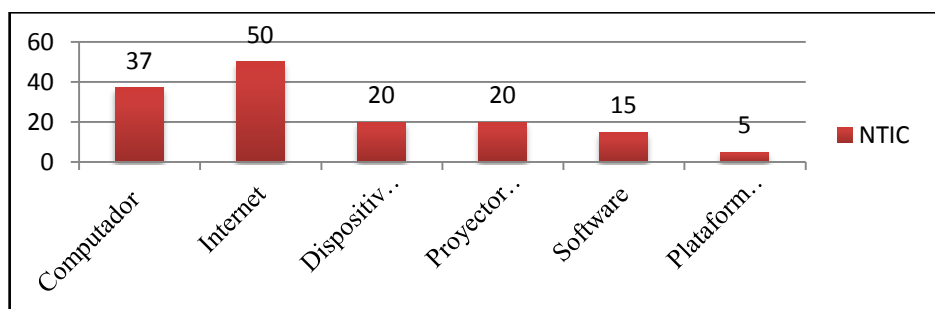
ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
Computador	37	19%
Internet	50	25%
Dispositivos de almacenamiento	20	10%
Proyector de datos	20	10%
Software	15	8%
Plataformas virtuales	5	3%
Correos electrónicos	50	25%
<b>TOTAL</b>	<b>197</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**GRÁFICO No 3**

**NTIC QUE UTILIZAN PARA SU ACTIVIDAD EDUCATIVA**



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**Interpretación y Análisis**

La población encuestada afirma que las NTIC que más utilizan dentro de su actividad educativa es el Internet con un 50%, seguido del Computador con un 37% y los dispositivos de almacenamiento con el proyector de datos son utilizados con los mismos porcentajes de 20%, siendo el Internet y el Computador las Tecnologías más utilizadas en el proceso enseñanza aprendizaje.

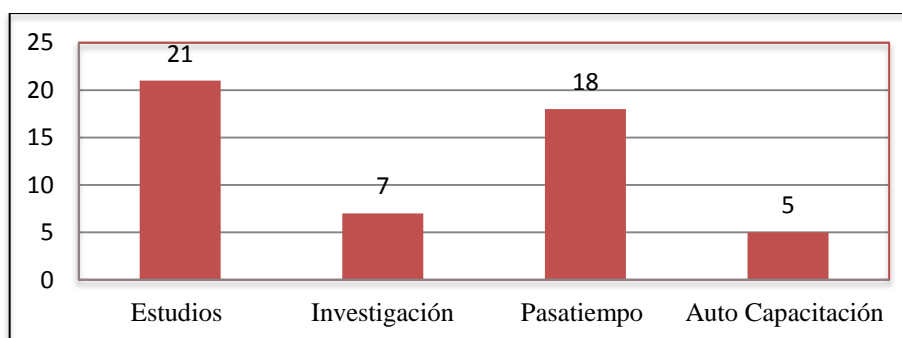
3. ¿Cuál es el principal uso que le da a las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC)?

**TABLA No 5**  
**PRINCIPAL USO DE LAS NTIC**

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
Estudios	21	41%
Investigación	7	14%
Pasatiempo	18	35%
Auto Capacitación	5	10%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**GRÁFICO No 4**  
**PRINCIPAL USO DE LAS NTIC**



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**Interpretación y Análisis**

El principal uso que le da la población encuestada a las NTIC es principalmente para los estudios con un 41% que representa 21 personas mientras el 35% las utilizan con pasatiempo, pero únicamente el 14% de la población la utilizan para investigación y el 10% de la misma la utilizan en auto capacitación. Con las encuestas realizadas se determinó cual es el principal uso que le dan los estudiantes a las NTIC, el 41% lo utilizan para sus estudios, pero también el 35%, de la misma población encuestada las utilizan como pasatiempo en los tiempos libres lo que representa que las NTIC no son utilizadas para lo que verdaderamente han sido creadas y desarrolladas.

**4. Los docentes, ¿con que frecuencia utilizan las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) en el proceso enseñanza aprendizaje?**

**TABLA No 6**

**FRECUENCIA CON QUE UTILIZAN LOS DOCENTES LAS NTIC**

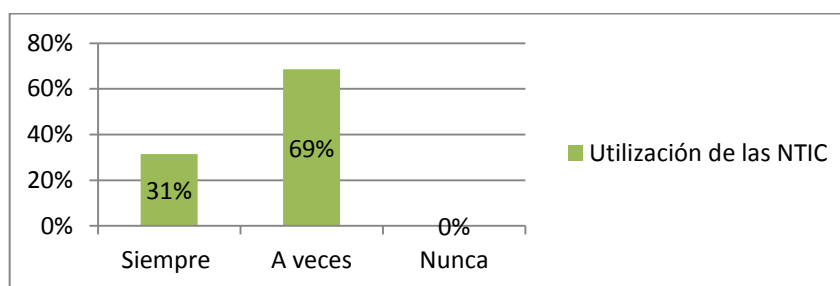
ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
Siempre	16	31%
A veces	35	69%
Nunca	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**GRÁFICO No 5**

**FRECUENCIA CON QUE UTILIZAN LOS DOCENTES LAS NTIC**



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**Interpretación y Análisis**

El 69% de la población encuestada menciona que el docente utiliza a veces las NTIC para impartir sus cátedras y el 31% de la misma mencionó que siempre utiliza el docente algún tipo de NTIC.

En las encuestas realizadas para conocer la frecuencia con la que los docentes utilizan las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) en el proceso enseñanza - aprendizaje, hemos obtenido que el 69% de los docentes utilizan de manera ocasional las NTIC para impartir sus cátedras y que únicamente el 31% de los docente siempre las utilizan, lo que demuestra que los docentes requieren capacitaciones en cuanto a la utilización de las NTIC como herramientas didácticas.

5. ¿Considera usted que las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) deberían ser utilizadas de forma permanente en el proceso enseñanza aprendizaje?

**TABLA No 7**

**LAS NTIC SE DEBEN UTILIZAR DE FORMA PERMANENTE EN EL PROCESO ENSEÑANZA A PRENDIZAJE**

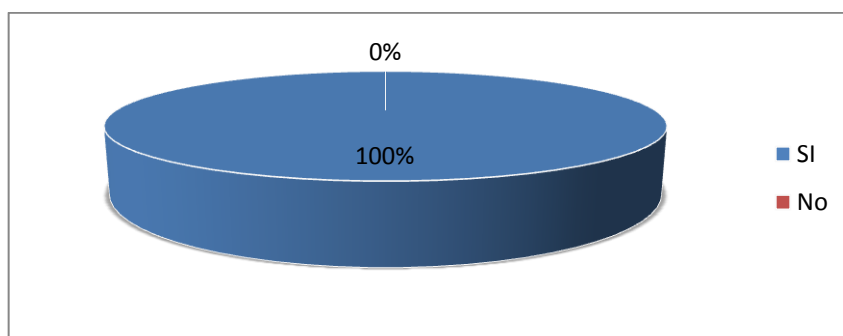
ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	51	100%
NO	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**GRÁFICO No 6**

**LAS NTIC SE DEBEN UTILIZAR DE FORMA PERMANENTE EN EL PROCESO ENSEÑANZA A PRENDIZAJE**



Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**Interpretación y Análisis**

El total de la población encuestada, que representa el 100% cree que es necesario utilizan las NTIC de forma permanente en el proceso enseñanza aprendizaje.

De acuerdo al criterio de la totalidad de la población que respondió nuestra encuesta es necesaria que las Nuevas tecnologías de la Información y Comunicación sean utilizadas en el proceso enseñanza – aprendizaje.



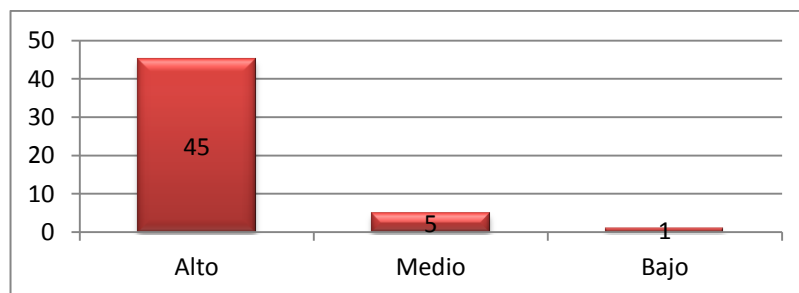
6. ¿Qué nivel de importancia le da usted a la utilización de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) la carrera de Ingeniería Comercial?

**TABLA No 8**  
**IMPORTANCIA DE LA UTILIZACIÓN DE LAS NTIC EN LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
Alto	45	88%
Medio	5	10%
Bajo	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**GRÁFICO No 7**  
**IMPORTANCIA DE LA UTILIZACIÓN DE LAS NTIC**



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

### Interpretación y Análisis

El 88% de la población encuestada piensa que tiene una alta importancia la utilización de las NTIC la carrera de Ingeniería Comercial, contra un 10% que piensa que tiene una importancia media y un 2% que menciona que la aplicación de las NTIC en el proceso educativo de la carrera es de baja importancia.

Para los estudiantes de la carrea de Ingeniería Comercial es importante la aplicación de las NTIC en el proceso educativo.

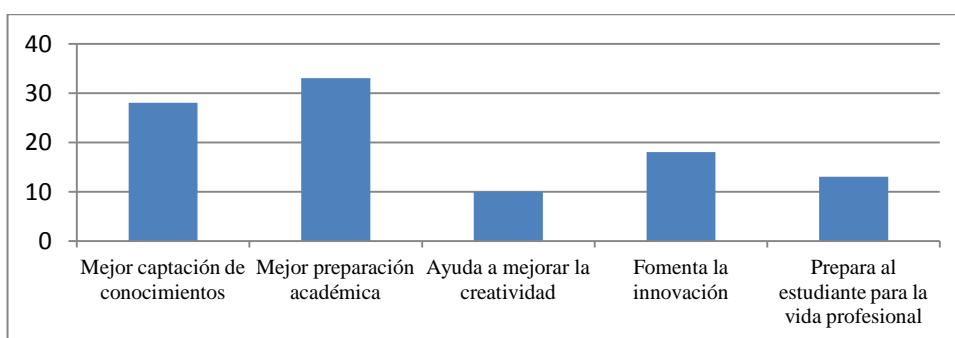
**7. ¿Por qué cree que es importante la utilización de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) en el proceso educativo?**

**TABLA No 9**  
**IMPORTANCIA DE LA UTILIZACIÓN DE LAS NTIC**

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
Mejor captación de conocimientos	28	27%
Mejor preparación académica	33	32%
Ayuda a mejorar la creatividad	10	10%
Fomenta la innovación	18	18%
Prepara al estudiante para la vida profesional	13	13%
<b>TOTAL</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**GRÁFICO No 8**  
**IMPORTANCIA DE LA UTILIZACIÓN DE LAS NTIC**



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**Interpretación y Análisis**

El 32% de los encuestados cree que la utilización de las NTIC ayuda a mejorar la preparación académica, el 27% cree que ayuda a mejorar la captación de conocimientos, el 18% piensa que la utilización de las NTIC en el proceso educativo fomenta la innovación en los estudiantes, el 13% menciona que las NTIC en el proceso educativo preparan al estudiante para la vida profesional y el 10% piensa que ayuda a mejorar la creatividad de los estudiantes. Los encuestados mencionaron que la utilización de las NTIC es importante para mejorar la preparación académica dentro de los establecimientos educativos ya que se pone en práctica los conocimientos adquiridos.

**8. El Docente que imparte la cátedra de Innovación Empresarial, ¿utiliza algún tipo de Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) en el proceso enseñanza aprendizaje?**

**TABLA No 10**

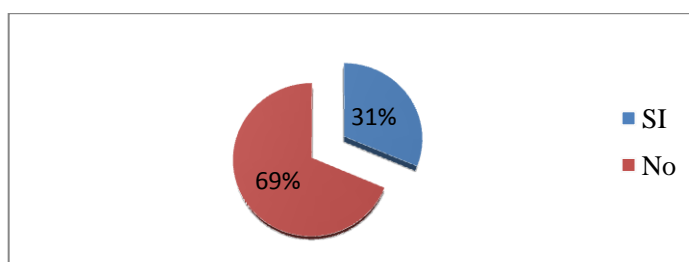
**EL DOCENTE DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL UTILIZA ALGÚN TIPO DE NTIC EN EL PROCESO EDUCATIVO**

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	16	31%
NO	35	69%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**GRÁFICO No 9**

**EL DOCENTE DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL UTILIZA ALGÚN TIPO DE NTIC EN EL PROCESO EDUCATIVO**



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**Interpretación y Análisis**

El 69% de los encuestados dice que el docente de la cátedra de innovación empresarial no utiliza las NTIC al impartir sus clases, contra un 31% de estudiantes que mencionan que el docente si utiliza NTIC al momento de compartir su cátedra. De acuerdo a los resultados obtenidos por medio de la encuesta realizada descubrimos que el docente de Innovación Empresarial no utiliza las NTIC como parte esencial de su pedagogía y esto se respalda con el 69% de los encuestados que dicen que No se utiliza algún tipo de NTIC en el proceso Enseñanza aprendizaje de la materia en cuestión.

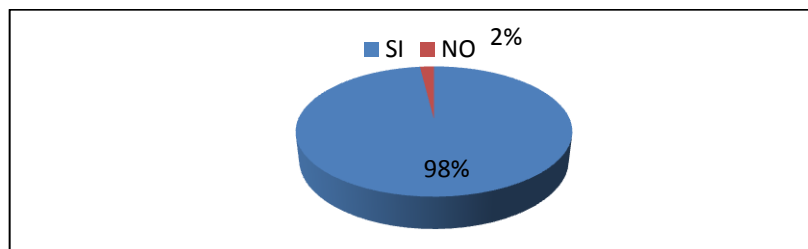
9. ¿Le gustaría que la Universidad Técnica de Cotopaxi cuente con un laboratorio de simulación de negocios para la carrera de Ingeniería Comercial?

**TABLA No 11**  
**NECESIDAD DE UN LABORATORIO PARA LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	50	98%
NO	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**GRÁFICO No 10**  
**NECESIDAD DE UN LABORATORIO PARA LA CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**



Fuente: Investigación Propia  
 Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

### Interpretación y Análisis

De los estudiantes a los cuales se aplicó las encuestas el 98 % que representa a 50 dicentes creen que es necesario implementar un laboratorio para la Carrera de Ingeniería Comercial, contra un estudiante que piensa que no es importante que la carrera cuente con un laboratorio tecnológico.

Los estudiantes de Séptimo ciclo de la Carrera de Ingeniería Comercial que fueron nuestra población objetivo para el presente análisis, expresan su conformidad con la implementación de un Laboratorio que permita poner en práctica los conocimientos adquiridos en la Cátedra de Innovación Empresarial y en las demás de la carrera.

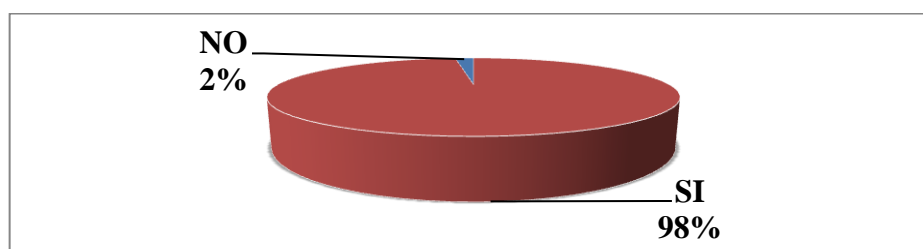
10. ¿Cree usted que el laboratorio de simulación de negocios debería contar con una guía pedagógica mediante el cual se imparta de cátedra de Innovación Empresarial con la interactividad de herramientas tecnológicas?

**TABLA No 12**  
**NECESIDAD DE UN MÓDULO**

ITEM	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	50	98%
NO	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100%</b>

Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**GRÁFICO No 11**  
**NECESIDAD DE UN MÓDULO**



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

### Interpretación y Análisis

El 98% de los estudiantes que respondieron las encuestas aplicadas piensa que es necesaria la utilización de una guía didáctica que combine los conocimientos teóricos con la práctica a través de la utilización de las NTIC, por el contrario una persona que representa el 2% cree que no es importante contar con la mencionada guía didáctica.

El 98% de la población encuestada cree que es necesario contar con un módulo para la cátedra de Innovación Empresarial por medio del cual se imparta la asignatura de manera didáctica combinando conocimientos teóricos con la práctica mediante la utilización de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación.

## **2.2.8. Análisis de la Entrevista**

### **Datos Informativos del Entrevistado**

**Nombre:** Ing. Wilson Trávez

**Título:** Ingeniero en Administración de Empresas y Analista de Sistemas

**Cargo:** Coordinador de la Carrera de Ingeniería Comercial

**Experiencia:** 10 años

#### **1. ¿Cree Usted que el uso de las NTIC son importantes en la Educación Superior?**

Las NTIC son una tendencia que en la actualidad ha llegado a todos los países por lo que la educación debe ir a la par del avance tecnológico.

#### **2. ¿En la Universidad Técnica de Cotopaxi se utilizan las NTIC como herramienta principal en el proceso Enseñanza aprendizaje?**

La Universidad Técnica de Cotopaxi utiliza las NTIC para formar profesionales en un cierto porcentaje ya que existe una gran cantidad de instrumentos tecnológicos.

#### **3. ¿Entonces en la Universidad Técnica de Cotopaxi se utilizan las NTIC en un porcentaje reducido?**

La universidad cuenta con laboratorios informáticos que ayudan a la formación de profesionales, pero estos no cubren en su totalidad las necesidades de cada carrera para lo cual sería necesario implementar nuevas herramientas como la videoconferencia entre otras.

**4. ¿Cree que los estudiantes serán competitivos en el mundo laboral sin conocimientos de las NTIC?**

Si fuera esa la realidad de los estudiantes universitarios estarían en desventaja frente a las necesidades que tienen las organizaciones en el caso del ingeniero comercial pero de acuerdo a lo que la institución ha tenido y ha podido ofrecer el estudiante, hay estudiantes que han ido a ocupar grandes cargos en las instituciones o empresas de nuestro país o sea que indica que los estudiantes de nuestra universidad tienen un perfil que puede ir a resolver problemas de las organizaciones.

**5. En cuanto a la Carrera de Ingeniería Comercial, ¿se aplican las NTIC en el proceso de enseñanza aprendizaje?**

En la carrera de Ingeniería Comercial se aplican únicamente las herramientas con las que el docente cuenta dependiendo de la asignatura que imparta.

**6. Considera que de acuerdo a la tendencia actual de la utilización de las NTIC, ¿falta por implementarlas en la Educación Superior?**

Las limitaciones presupuestarias no han permitido tenerlos equipos o las plataformas necesarias para mejorar el nivel académico de los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial.

**7. ¿La Carrera de Ingeniería Comercial cuenta con un laboratorio Tecnológico?**

La carrera de Ingeniería Comercial no cuenta con un Laboratorio Tecnológico con las adecuaciones e implementos necesarios para impartir las cátedras de dicha carrera, pero se han venido utilizando de forma provisional los laboratorios informáticos con los que cuenta la universidad.

**8. ¿Los docentes de la UTC reciben capacitaciones sobre las NTIC?**

Los docentes de las Universidad Técnica de Cotopaxi han tenido capacitaciones permanentes en cuanto al uso de las plataformas, blocks, bibliografía virtual.

**9. ¿Han recibido alguna capacitación específicamente relacionada con un software de Simulación de Negocios?**

No, cada docente maneja sus propios programas de software libre de acuerdo a sus necesidades.

**10. ¿Que NTIC utiliza Usted en el proceso enseñanza aprendizaje de la cátedra de Innovación Empresarial?**

El docente utiliza únicamente computadores y proyectores de datos para impartir su cátedra de Innovación Empresarial.

**11. ¿Existen docentes especializados en la cátedra de Innovación Empresarial?**

La carrera de Ingeniería Comercial no cuenta con un docente especializado en la cátedra de Innovación Empresarial, únicamente esta cátedra es dictada por docentes que tienen títulos afines a la misma.

**12. ¿Qué tipos de NTIC recomendaría usted que se apliquen en el proceso educativo de la carrera de Ingeniería Comercial?**

El docente entrevistado recomienda que se utilicen las plataformas virtuales como una herramienta didáctica.



**13. ¿Aparte de eso conoce algún Software que usted recomendaría que se aplique específicamente en la cátedra de Innovación empresarial?**

El docente no tiene conocimiento acerca de la existencia de un software específico para la cátedra de Innovación Empresarial.

**14. ¿Cree usted que sería necesario que se imparta la cátedra de Innovación Empresarial a través de un módulo que combine tanto los conocimientos teóricos con la utilización de herramientas tecnológicas?**

Para el docente entrevistado el desarrollo de una guía didáctica que combine la teoría con la práctica a través de herramientas tecnológicas sería un gran aporte para la carrera de Ingeniería Comercial y para el futuro de los estudiantes.

## 2.3. Conclusiones

- Luego del análisis concluimos que los instrumentos adecuados para obtener la información necesaria para desarrollar la investigación son la encuesta y la entrevista, la primera dirigida a los estudiantes de Séptimos Ciclos de la carrera de Ingeniería Comercial ya que son quienes reciben la cátedra de Innovación empresarial y la entrevista fue realizada al Ing. Wilson Trávez quien es el responsable de impartir dicha cátedra.
- El 100% de la población objetivo afirma que es indispensable la utilización permanente de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) en el proceso educativo, por lo que es necesario la implementación de herramientas tecnológicas que impulsen la creatividad, la investigación y eliminen el analfabetismo tecnológico permitiendo formar profesionales de excelencia con las competencias que requiere el mercado laboral.
- El análisis de los instrumentos que utilizamos en la investigación demostró que el 98% de los estudiantes creen necesario el implementar un Laboratorio Tecnológico en el que puedan desarrollar sus capacidades y aplicar los conocimientos adquiridos en simuladores de negocios y otras herramientas tecnológicas que complementen el proceso educativo.
- Los estudiantes ven necesario la existencia de un módulo que combine los conocimientos teóricos con la práctica mediante la utilización de herramientas tecnológicas ya que este mejorará el nivel de conocimientos futuros profesionales haciendo que los estudiantes sean más competitivos para su futuro laboral.

## **2.4. Recomendaciones**

- Es necesario que la Unidad de Investigación de la Universidad Técnica de Cotopaxi realice estudios sobre la utilización de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) en el proceso enseñanza - aprendizaje de todas las carreras de la Institución.
- Tomar en cuenta los porcentajes obtenidos en la investigación sobre la importancia que tiene para los estudiantes la utilización de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) en el proceso enseñanza - aprendizaje.
- Los docentes de la Universidad Técnica de Cotopaxi deberían mantener una constante capacitación de metodologías de enseñanza mediante la utilización de Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC).
- Implementar módulos para impartir cada una de las cátedras mediante la utilización de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC).

## **CAPÍTULO III**

### **PROPUESTA**

#### **3.1. Objetivos**

##### ***3.1.1. Objetivo general***

Mejorar las habilidades empresariales mediante la aplicación de una guía didáctica que utilice NTIC para la cátedra de Innovación Empresarial perteneciente a la Carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Técnica de Cotopaxi en el período 2013.

##### ***3.1.2. Objetivos específicos***

- Realizar la estructura de la Guía Didáctica para la cátedra de Innovación Empresarial.
- Aplicar ejercicios prácticos mediante la utilización de software libre.
- Elaborar una guía didáctica que combine los conocimientos teóricos con la práctica a través de la utilización de las NTIC.

#### **3.2. Justificación**

Los docentes de la carrera de Ingeniería Comercial utilizan muy poco las NTIC como herramientas permanentes para impartir sus cátedras provocando que los estudiantes se gradúen con bajos conocimientos sobre la utilización de equipos tecnológicos, software y demás, lo cual los hace menos competitivos en el ambiente laboral.

Las únicas tecnologías que se utilizan en la carrera de Ingeniería Comercial son las que podríamos llamar como tradicionales (ofimática) como por ejemplo el computador con software comunes como Word, Excel, PowerPoint; proyector de datos, entre otros, pero no se utilizan una gran cantidad de herramientas tecnológicas y software que sean especializados para el trato de gestión administrativa, aun cuando existen muchos software de uso libre o gratuito.

Por lo que se ve necesario la elaboración de una guía didáctica de Innovación Empresarial para el docente mediante el cual los estudiantes puedan combinar la teoría con la práctica a través de la utilización de herramientas tecnológicas que ayuden a desarrollar nuevas habilidades en los docentes para que éstos estén preparados para enfrentarse a el mercado laboral.

# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**

*UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
HUMANÍSTICAS*

## **CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL**



# **GUÍA DIDÁCTICA DE INNOVACIÓN EMPRESARIAL**

### **AUTORES:**

Jessica Maribel Cuyo Chiluisa

Jhónatan Vinicio Segovia Albarrasín

LATACUNGA – ECUADOR

MAYO 2014

### 3.3. Estructura de la Guía Didáctica

Introducción.....	54
Objetivo.....	54

#### PRIMER PARCIAL

##### Unidad I

3.6.3. Innovación Empresarial.....	55
3.6.3.1. Ideas.....	55
3.6.3.2. Valor.....	55
3.6.3.3. Resultados.....	56
3.6.3.4. Diez ideas para tener Buenas Ideas .....	56
3.6.3.5. Elaboración de Mapas Mentales.....	57
3.6.3.5.1. Mapa Mental.....	57
3.6.3.5.2. Software Blumind 1.3.21.1 .....	58
Especificaciones de Blumind .....	59
Instalación del Software Blumind .....	59
Presentación de Blumind 1.3.21.1.....	62
¿Cómo utilizar Blumind? .....	64
Ejemplo de mapeo mental aplicado a una Micro Empresa.....	68

##### Unidad II

3.6.4. La Hibridación.....	73
3.6.4.1. Híbridos entre servicio y producto.....	73
3.6.4.2. Ingeniería de la hibridación .....	73
3.6.4.3. Hibridar en el proceso de innovar: la co-creación .....	74
3.6.5. Innovar ¿cómo y dónde?.....	74
3.6.5.1. Output.....	75

3.6.5.1.1. Cómo innovar en el output.....	75
3.6.5.2.Target.....	75
3.6.5.2.1. Innovar en el formato de nuevos mercados.....	76
3.6.5.3.Input.....	76
3.6.5.3.1.. Cómo innovar en el input.....	76
3.6.5.3.2.. Innovar en el modelo de negocio.....	76

## **SEGUNDO PARCIAL**

### **Unidad III**

3.6.6. Los Ciclos de Vida de la Innovación.....	78
3.6.6.1. A cada Momento del Mercado, su forma de Innovar.....	78
3.6.6.2. Innovar en cada una de las fases del ciclo de vida de la innovación.....	78
3.6.6.2.1. Innovar en un mercado maduro.....	79
3.6.6.2.2. Innovar en las Prácticas Sociales.....	80
3.6.6.3. La fórmula del valor percibido por el cliente: El Modelo Nabch .....	81
3.6.7. La sustancia del estilo .....	81
3.6.8. Equipos Multidisciplinarios.....	82
3.6.8.1. Las metodologías de trabajo de los equipos multidisciplinarios .....	82
3.6.8.2. El salario Tricomponente .....	83

## **TERCER PARCIAL**

### **Unidad IV**

3.6.9. Riesgo Tecnológico, de Ejecución y de Mercado.....	84
3.6.9.1. El Reto Tecnológico .....	84
3.6.9.2.. El Reto De La Ejecución .....	84
3.6.9.3. El reto de la aceptación por parte del mercado.....	85
3.6.9.4. PREZI.....	85
Descripción de PREZI.....	85
Pasos para crear una cuenta en PREZI.....	86
¿Cómo crear una presentación en PREZI.....	87



Otras herramientas de PREZI ,.....	91
Ejemplo práctico aplicado a NOVACERO S.A.....	97

### **Unidad V**

3.6.10. La Sintonía en el Mercado.....	102
3.6.10.1. Cómo etiquetar nuestra propuesta de valor para hacerla visible.....	102
3.6.10.2. La importancia de las redes sociales.....	102
3.6.10.3. El negocio de lo gratis.....	102
3.6.10.4. Innovar desde lo honesto/auténtico.....	103
3.6.10.5. Facebook, Fan Page.....	103
Descripción de Fan page.....	103
¿Cómo crear tu Fans Page?.....	103
Ejemplo aplicado a Arca Ecuador.....	108
3.6.11. Metodología Sugerida.....	112
3.6.12. Recursos.....	112
3.6.13. Evaluación Sugerida.....	112
3.6.14. Bibliografía Sugerida.....	113

### ***3.3.1. Introducción***

Las empresas en la actualidad deben presentar innovación en cada una de las actividades que realizan, la dura competencia que mantienen los negocios entre sí ha llevado a que las empresas busquen día a día crear algo nuevo o mejorar algo ya existente con la finalidad de poder mantenerse en sus posiciones en el mercado y ser lo suficientemente competitivos para que otras empresas no las destronen, es por esto que las empresas de ahora buscan personas con visión innovadora para que apoyen a su gran objetivo de lograr una innovación sostenible en el tiempo. El presente trabajo se ha desarrollado con la finalidad de crear en los estudiantes un espíritu de innovación, desarrollar su creatividad y prepararlos para ser altamente competitivos en su futuro laboral. Poniendo en práctica sus conocimientos teóricos con algunos software y herramientas tecnológicas. En el transcurso del presente módulo los estudiantes aprenderán a crear ideas que tengan valor para los clientes, aprenderán a percibir y aprovechar las oportunidades que se presentan a diario y entenderán a la innovación como una forma de vida más que como una práctica ocasional.

### ***3.3.2. Objetivo***

Desarrollar la creatividad, el espíritu innovador y las habilidades empresariales de los estudiantes, compartiendo métodos y estrategias de innovación además de utilizar herramientas tecnológicas para que en su vida profesional sean entes generadores de cambio en busca de una innovación empresarial sostenible en el tiempo.

# **PRIMER PARCIAL**

## ***UNIDAD I***

### ***3.3.3. Innovación Empresarial***

La innovación es la generación de ideas que posteriormente pueden ser transformables en hechos, es decir, se las puede convertir en productos, servicios o procesos que constituyan un valor para los clientes o la sociedad de manera que produzcan resultados económicos y sociales.

La innovación se la puede considerar como un sistema de cuatro etapas: Ideas-Valor-Resultados y retroalimentación, esta última para que el sistema se encuentre en una constante evaluación y evolución provocando, si es bien utilizado, una innovación sostenible en el tiempo.

### **Ideas x valor = resultados**

#### ***3.3.3.1. Ideas***

Para innovar es necesario crear ideas y estas pueden venir del deseo de solventar una necesidad o de mejorar la satisfacción de una necesidad cubierta, en ambos casos pueden intervenir los trabajadores de una empresa como entes generadores de propuestas tras la estimulación y creatividad de las mismas o mediante un esquema de observación previamente establecido que permita ver las necesidades y requerimientos de la sociedad.

#### ***3.3.3.2. Valor***

Las ideas fueron una primera etapa pero, ¿de qué le serviría a una empresa tener miles de ideas sin que estas tengan valor para los clientes o la sociedad?, es por

eso que las ideas deben ser analizadas y escogidas de acuerdo a cuanto podrían aportar a alguien capaz de apreciarla.

### **3.3.3.3. Resultados**

Una vez que tengamos ideas y que éstas tengan valor para las personas, la próxima etapa es producir resultados ya que si no ejecutamos las ideas para obtener beneficios ya sean estos económicos o sociales, simplemente no habría innovación ya que ésta se estancaría únicamente en un supuesto que nunca se comprobó.

### **3.3.3.4. Diez ideas para tener Buenas Ideas**

- a) **Resolviendo problemas.-** Si pensamos en solucionar un problema que nos aqueja o aqueja a las demás personas podemos buscar varias posibles formas de llegar a la solución del inconveniente.
  
- b) **Detectando oportunidades sociológicas y tecnológicas.-** Como Dijo Napoleón Hill en su trabajo “Piensa y hazte Rico”, las oportunidades tienen una particularidad, siempre entran por la puerta de atrás y son escasamente perceptibles, pero si somos lo suficientemente observadores podremos adueñarnos de esas oportunidades y obtener beneficios de ellas.
  
- c) **Observando a la Competencia.-** Para obtener ideas, es posible y algo muy utilizado en la competencia entre empresas, utilizar un benchmarking para analizar a otras empresas y mejorar sus procesos para beneficio propio.
  
- d) **Explorar las Orillas del Negocio.-** No limitar nuestra mirada a nuestro producto o negocio, debemos explorar en los alrededores ya que existen un sinnúmero de necesidades insatisfechas que podemos aprovechar.

- e) **Innovación Abierta.-** Desarrollar metodologías para captar ideas de fuentes externas a la organización.
- f) **Colaboración o cocreación.-** Mediante acuerdos con otras organizaciones para poder lanzar productos o servicios que de lo contrario no lo podíamos lograr.
- g) **Innovación interna.-** Crear metodologías para recabar y aprovechar las ideas de todos los colaboradores internos de una entidad.
- h) **Comprando o alquilando innovación.-** Utilizar el denominado outsourcing, o sea entregando a otra empresa uno o varios procesos para que sea ésta quien los administre basados en su experiencia especializada en los mismos.
- i) **Hibridar.-** Consiste en desarrollar nuevos productos o servicios innovadores en base a la combinación de otros ya existentes.
- j) **Orientar toda la empresa hacia la innovación.-** La cultura de la empresa debe estar orientada desde y hacia la innovación en todos sus procesos.

### ***3.3.3.5. Elaboración de Mapas Mentales***

#### ***3.3.3.5.1. Mapa mental.***

Un mapa mental es un diagrama usado para representar las palabras, ideas, tareas y dibujos u otros conceptos ligados y dispuestos radialmente alrededor de una palabra clave o de una idea central. Los mapas mentales son un método muy eficaz para extraer y memorizar información. Son una forma lógica y creativa de tomar notas y expresar ideas que consiste, literalmente, en cartografiar sus reflexiones sobre un tema.

### **3.3.3.5.3. Software Blumind 1.3.21.1.**

Blumind 1.3.21.1 es un pequeño pero muy útil editor de mapas mentales diseñado para Windows, es como "Blue-Mente", no "Bloomin" es un programa gratuito que crea mapas mentales, diagramas dominados por una idea central u objetivo, con elementos, subconceptos, y otras cosas relacionadas que irradian hacia el exterior. Se puede trazar todo, desde los sistemas de alcantarillado a las filosofías, tan simple como la dieta del desayuno o tan complejo como la física cuántica. Cualquier concepto que puede ser centralizado y estudiado en partes se puede mapear con la facilidad de usar gráficas Blumind de herramientas y temas prácticos.

Si fuera nuestro caso que utilizemos un sistema operativo distinto a Windows, la web nos ofrece distintas alternativas a este software como son: freemind, exmind, freeplane, etc.

Un gestor muy potente de mapas mentales de uso libre que recomendamos como alternativa a Blumind es Freemind el cual es muy dinámico y su uso se hace posible de forma sencilla gracias a que en su barra de Herramientas/Ayuda/Documentación, tenemos una guía muy práctica y dinámica la misma que con un poco de empeño hará nuestra su funcionalidad y alcance.

El enlace del cual podemos descargar Freemind es:

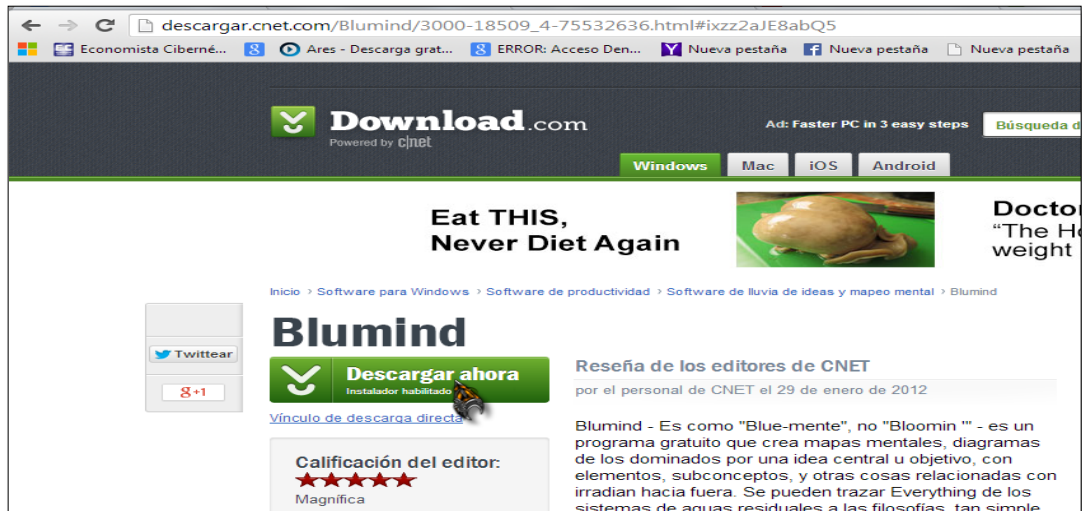
[http://sourceforge.net/projects/freemind/files/freemind/1.0.0/FreeMind-Windows-Installer-1.0.0-max-java-installer-embedded.exe/download?use\\_mirror=ufpr](http://sourceforge.net/projects/freemind/files/freemind/1.0.0/FreeMind-Windows-Installer-1.0.0-max-java-installer-embedded.exe/download?use_mirror=ufpr)

Por ahora utilizaremos Blumind ya que la mayoría de nosotros utilizamos el sistema operativo Windows en nuestros ordenadores personales.

**Enlace de descarga del software:** [Blumind - revisiones libres de descargas y del software | CNET Descargar http://es.download.cnet.com/Blumind/3000-18509\\_4-75532636.html#ixzz2aJE8abQ5](http://es.download.cnet.com/Blumind/3000-18509_4-75532636.html#ixzz2aJE8abQ5)

## GRÁFICO N° 12

### PÁGINA DE DESCARGA



Fuente: [http://es.download.cnet.com/Blumind/3000-18509\\_4-75532636.html#ixzz2aJE8abQ5](http://es.download.cnet.com/Blumind/3000-18509_4-75532636.html#ixzz2aJE8abQ5)

Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

#### Especificaciones de Blumind 1.3.21.1

- **Versión:** 1.3.21.1
- **Sistemas operativos compatibles:** Windows 7, Windows 2003, Windows 2000, Windows Vista, Windows XP, Windows Server 2008
- **Requisitos adicionales:** Microsoft .NET Framework 2,0 o más actual.
- **Tamaño del Archivo:** 664.36K
- **Tipo de licencia:** Libre

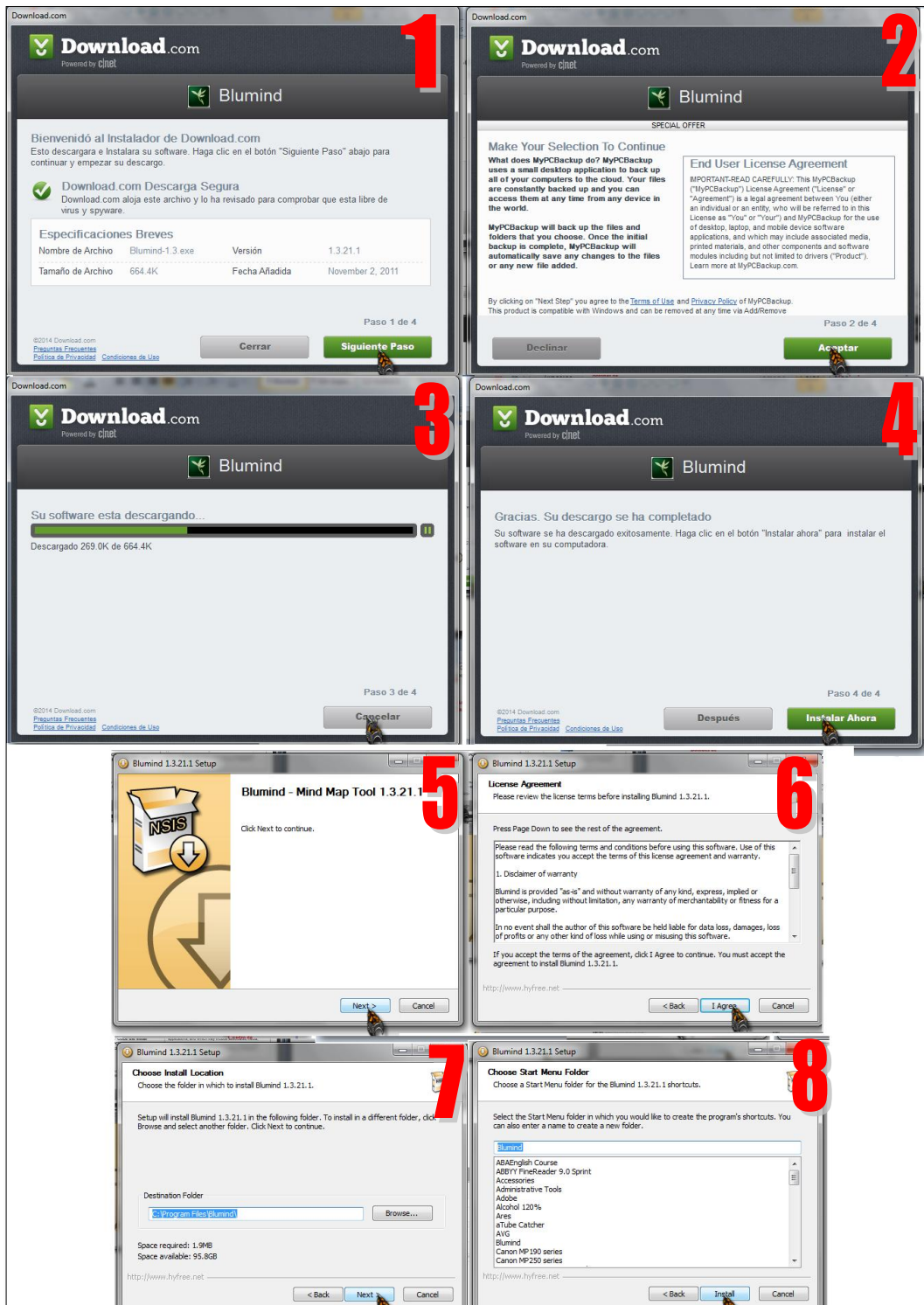
#### Instalación del Software Blumind 1.3.21.1

- Localice el instalador en el sitio en que lo haya descargado
- Doble clic sobre el fichero (haga clic en “si” o en “Ejecutar” según sea el caso)
- Siga las instrucciones hasta que le aparezca la opción “Instalar Ahora”
- Se abrirá un recuadro, presione “Siguiente” o “Next” hasta que aparezca una opción de “Instalar” o “Install”

- Al dar clic se instalará el software y aparecerá una última pantalla que nos dará la opción de finalizar la instalación, damos clic en “Finalizar” o “Finish”
- Listo, ya tendremos instalado el software en nuestro ordenador.

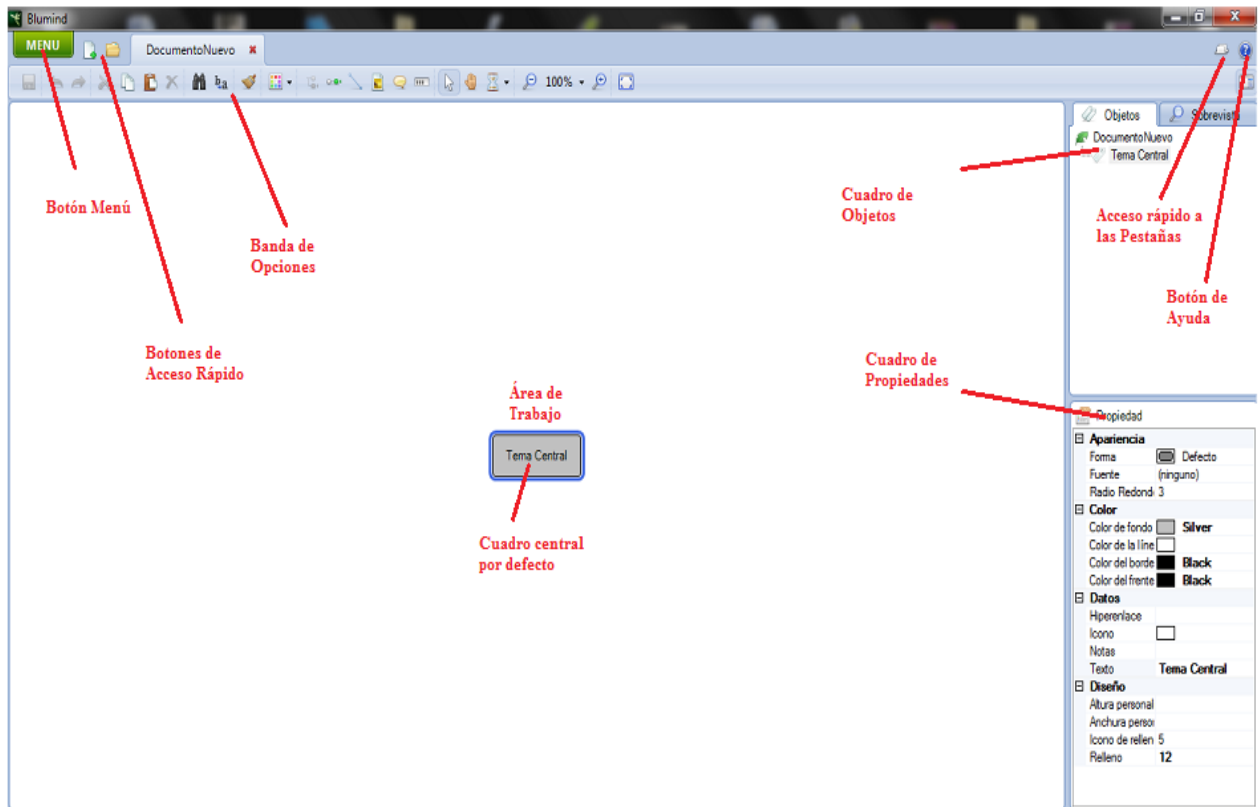


## GRÁFICO N° 13 PROCESO DE INSTALACIÓN



**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**GRÁFICO N° 14**  
**PARTES DEL SOFTWARE BLUMIND**



**Fuente:** Investigación Propia  
**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**Botón Menú:** Al dar un clic sobre este botón se nos desplegará una lista de funciones (Nuevo, Abrir, Archivos recientes, Salvar, Salvar Como, Exportar, Prever impresión, Imprimir, Opciones, Ayuda, Salir)

**Banda de opciones o barra de herramientas:** En esta área podremos encontrar todos los botones que nos servirán para crear nuestro mapa mental, aquí encontrarán los botones:

- **Guardar:** Guardar cambios del documento en el que nos encontremos trabajando.

- **Deshacer:** Deshace el último cambio realizado en nuestro trabajo.
- **Rehacer:** Rehace lo que se desasíó.
- **Botones Cortar, Copiar, Pegar, Eliminar:** Funcionalidad semejante a los que encontramos en cualquier gestor de documentos.
- **Buscar:** Encontrar una palabra o texto del documento.
- **Reemplazar:** Sustituir una palabra o texto de deseemos por otra, en todo el documento.
- **Descripción del pintor de forma**
- **Temas:** Este botón nos desplegará una lista de tareas que nos sirven para editar el tema actual en la que podemos elegir un nuevo tema con combinaciones preestablecidas o crear nuestro tema y guardarlo.
- **Añadir tema:** Nos ayudará a añadir un tema
- **Añadir subtema:** Nos permitirá añadir una sub división:
- **Añadir enlace:** Con esta herramienta podremos añadir un enlace o especificar relación entre dos ramas diferentes.
- **Añadir ícono**
- **Añadir comentario**
- **Añadir barra de progreso**
- **Modo puntero**
- **Modo desplazamiento**
- **Reloj**
- **Alejar**
- **Porcentaje del tamaño de la hoja de trabajo**
- **Acercar**
- **Pantalla completa**

**Botones de inicio rápido:** Con estos botones podemos crear un nuevo mapa o abrir uno existente.

**Área de trabajo:** Este es el espacio en el que crearemos nuestro mapa mental.

**Cuadro central por defecto:** Este recuadro lo encontramos por defecto y nos servirá para ubicar nuestra idea central o título del proyecto.

**Cuadro de objetos:** Aquí observaremos de forma organizada cada uno de los objetos que existan en nuestro trabajo realizado.

**Cuadro de propiedades:** En este cuadro encontramos las propiedades de tema y fuente de nuestro mapa mental además del diseño de la forma.

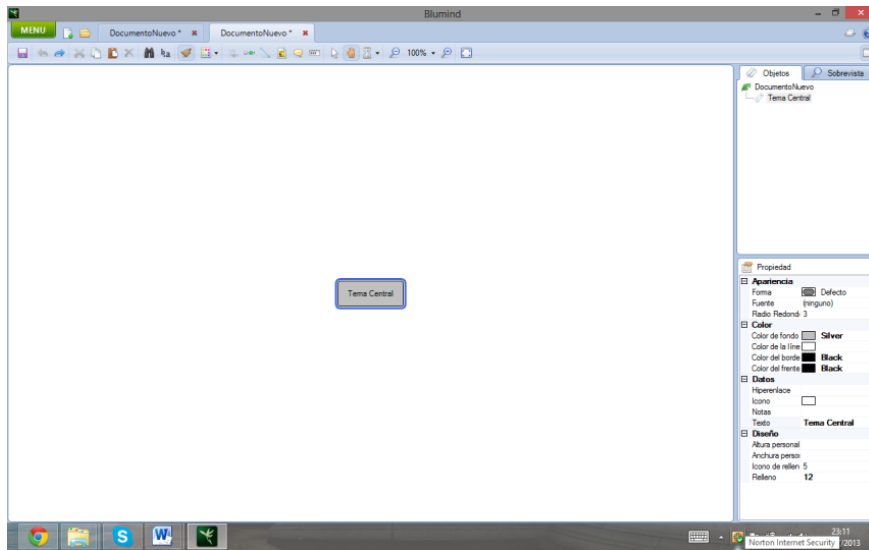
**Acceso rápido a las pestañas:** Nos sirve para navegar de forma rápida por las pestañas o documentos que se encuentren abiertos.

**Botón de Ayuda:** Encontraremos una guía del funcionamiento de Blumind y características del software.

### **¿Cómo utilizar Blumind 1.3.21.1?**

1. Luego de haberlo descargado del enlace que compartimos anteriormente procedemos a abrir el software Blumind, en el que por defecto encontraremos un recuadro en el centro de nuestra hoja de trabajo el que nos servirá para la idea principal de nuestro mapa mental y desde el cual nuestra mente y creatividad irá formando una ramificación de ideas que formarán el conocimiento, y se limitará únicamente por nuestra imaginación o alcance al que deseemos llegar.

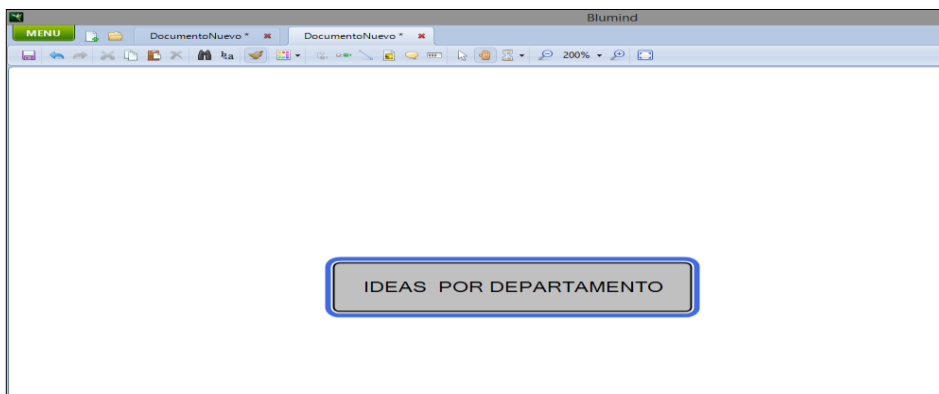
**GRÁFICO N° 15**  
**VENTANA PRINCIPAL DEL SOFTWARE BLUMIND**



**Fuente:** Software Blumind 1.3.21.1  
**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

2. Escribir la idea principal en el recuadro situado por defecto en el centro de la hoja de trabajo.

**GRÁFICO N° 16**  
**VENTANA DEL SOFTWARE BLUMIND**

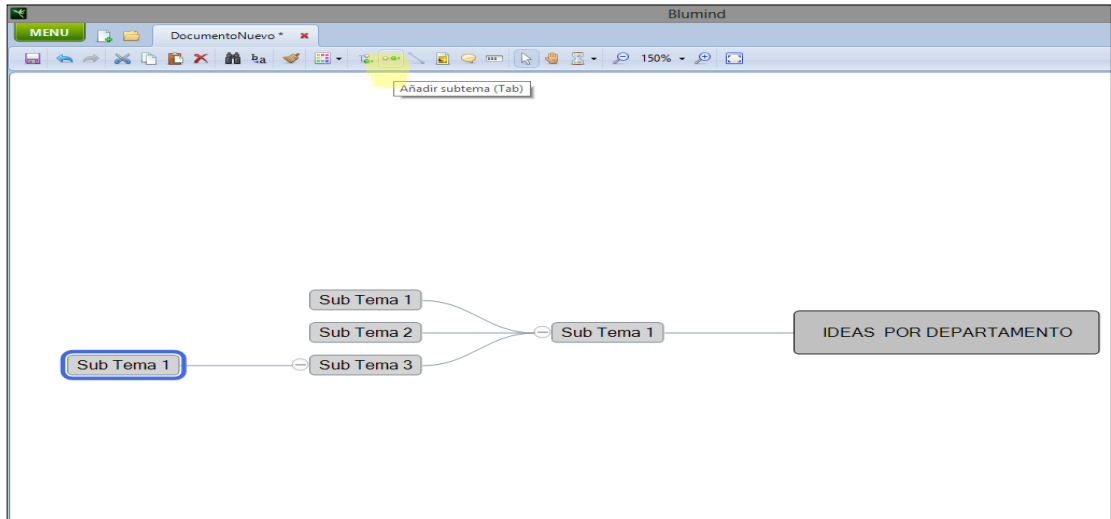


**Fuente:** Software Blumind 1.3.21.1  
**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

3. Añadir subtemas o temas e ir formando el mapa de acuerdo a nuestras necesidades.

### GRÁFICO N° 17

#### FORMA DE AÑADIR SUBTEMAS EN EL SOFTWARE

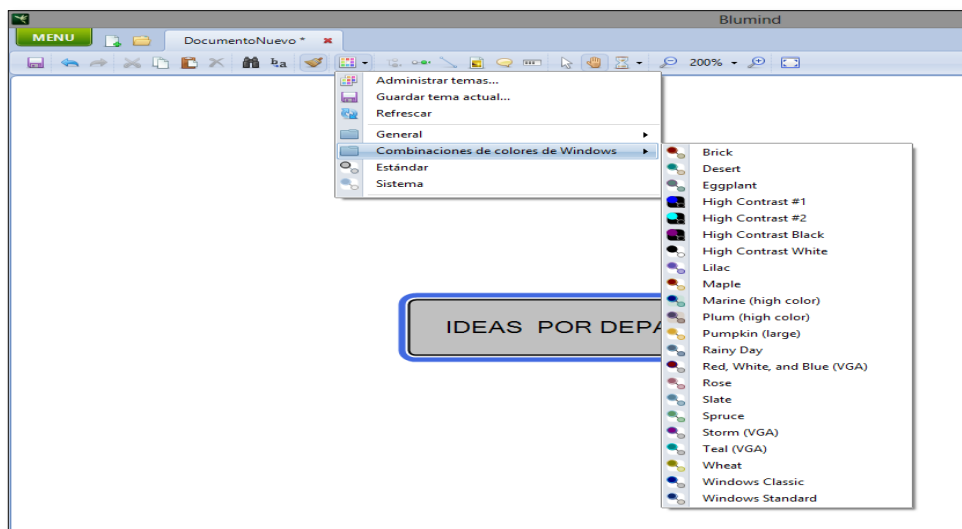


Fuente: Software Blumind 1.3.21.1  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

4. Podemos elegir colores por defecto para los temas o modificarlos de acuerdo a las necesidades.

### GRÁFICO N° 18

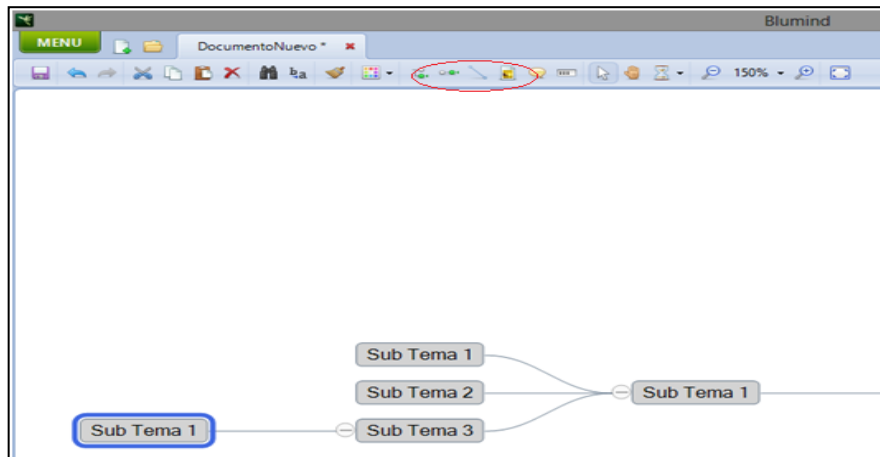
#### HERRAMIENTAS DEL SOFTWARE



Fuente: Software Blumind 1.3.21.1  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

5. Entre las opciones encontramos el añadir enlaces, añadir iconos prediseñados o imágenes a cada una de las ideas, podemos añadir el estado del proceso de la idea o tarea.

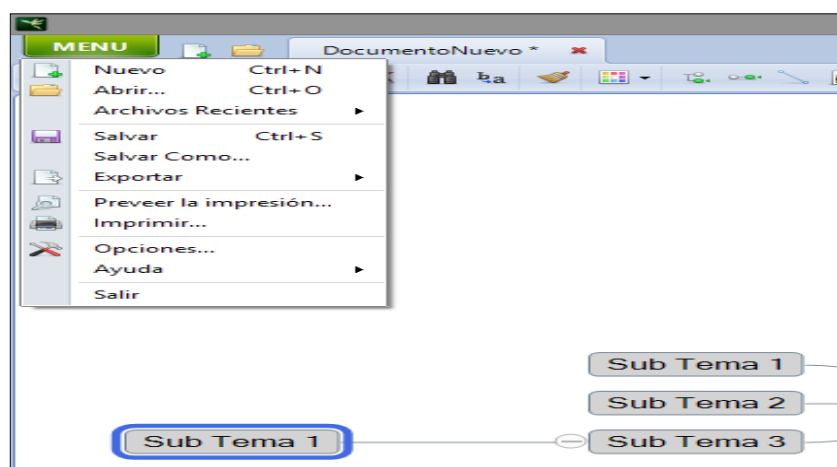
### GRÁFICO N° 19 AÑADIR ENLASES EN EL SOFTWARE



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

6. En la pestaña menú podemos guardar el documento, abrir uno existente entre otras opciones.

### GRÁFICO N° 20 FUNCIONALIDAD DEL BOTÓN MENÚ



Fuente: Software Blumind 1.3.21.1  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

### **Ejemplo de mapeo mental aplicado en el “Bazar y Papelería Danielito”:**

“Bazar y Papelería Danielito” es una microempresa que se dedica a comercializar lo característico de una librería pero combina su negocio con la venta de novedades y regalos, este negocio fue creado por 1989 por el Sr. Patricio Bonilla quien por sus deseos de viajar al exterior vende su local a su hermana la Sra. Sonia Bonilla y su conyugue Sr. Gilberto Gutiérrez, la microempresa se encuentra ubicada en Pujilí, en las calles Av. Velazco Ibarra y Vicente Rocafuerte del barrio Simón Bolívar.

Sonia quiere aumentar sus ventas y darle un nuevo impulso y tras planificarlo bien ha decidido que desea captar nuevos clientes, fidelizar los actuales y todo ello con una visión innovadora que es lo que ha caracterizado su actividad desde los inicios.

Llega el momento de pensar acciones de promoción de acuerdo a esas vías maestras y para ello necesita ideas. Así que decide invertir tiempo en un "brainstorming" o tormenta de ideas, y plasmarlo con un mapa mental, que piensa le será útil y adecuado, ya que no teme probar cosas nuevas y sabe que éstas le han traído beneficios desde siempre.

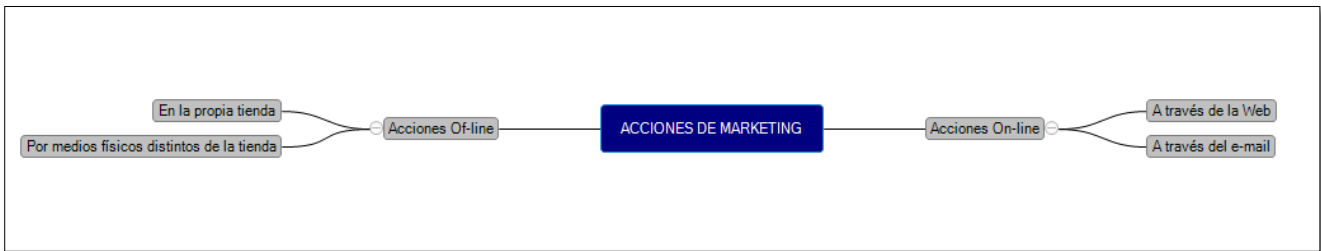
Para ello abre el Blumind, recuerda bien que para un brainstorming la regla esencial es tomar en cuenta cada detalle por muy descabellado que parezca (luego será el tiempo de quitar y pulir, ahora sólo de generar y crear) y se pone a ello.

Antes de nada tiene claro el objetivo, la idea central, "Generar acciones de Marketing" coherentes con su estrategia ya nombrada, lo primero que le viene a la mente es que tiene dos opciones básicas, por una parte la tienda física que puso en su barrio de siempre, por otra, una página Web que en su tiempo era una novedad pero ahora se ha quedado algo parada y quiere darle un nuevo impulso, así que de la idea central, parten dos canales principales, acciones on-line a través de su página Web y acciones "offline" o físicas. Aquí vemos como empieza a plasmar todo eso en el mapa.



## GRÁFICO N° 21

### EJEMPLO PASO N°1



**Fuente:** Software Blumind 1.3.21.1

**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

Enseguida va surgiendo la estructura de las ideas y Sonia la va plasmando fácilmente, las dos principales ramas son las acciones on-line y las acciones off-line, entre las on-line piensa que estas acciones pueden implementarse o bien desde la Web o bien mediante el e-mail marketing, mientras tanto las acciones a realizar físicamente, piensa que esencialmente pueden ser acciones a desplegar en la propia tienda, o bien por otros medios fuera de su propio comercio.

Pronto, de esas sub-ramas comienzan a devenir y llenarse con ideas de la mente de la Sra. Sonia.

Decide centrarse primero en la parte on-line y piensa que puede mejorar el diseño de la Web para hacerlo más atractivo y que la gente se quede más tiempo en su página Web, despertando mayor interés por su negocio, igualmente piensa que podría poner un buzón de e-mail de sugerencias y premiarlas con el sorteo de un libro (para incentivar que los visitantes le den sus propias ideas y conocerlos mejor), de repente se le ocurre la idea de realizar un buzoneo por la zona cercana a su librería, no es una acción on-line, que era en lo que estaba centrado, pero no hay problema, el mapa mental permite saltar de un punto a otro, no se está limitado por tener que acabar un párrafo antes empezar otro, así capta la idea al vuelo y pinta otra rama que sale de "Medios físicos distintos de la tienda" en el apartado "Offline", mientras la escribe le viene una idea derivada del buzoneo, que dicha acción no sea sólo un anuncio y se incentive a visitar la tienda física

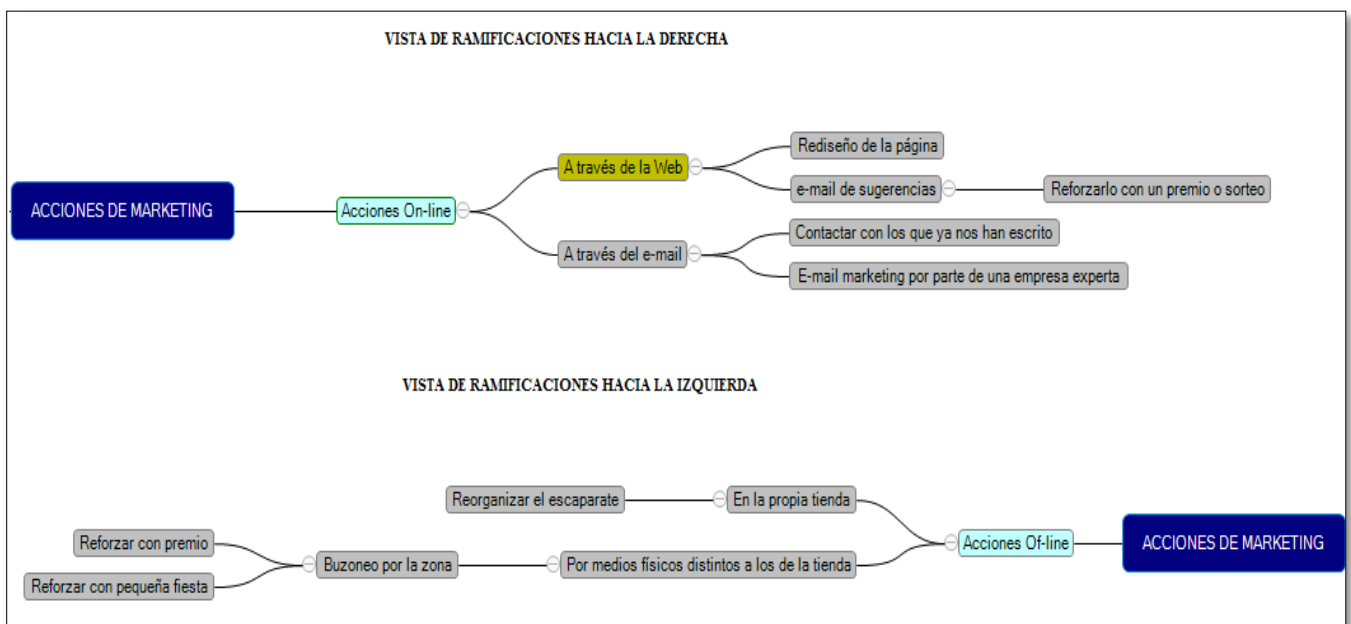
ofreciendo también algún sorteo de libro o una pequeña fiesta, así tendrá mayor efecto.

La Sra. Sonia no tiene claros los detalles, pero sí tiene claro que en la fase de generación de ideas no se desecha nada, ya habrá tiempo luego de aprobar, rechazar o pulir detalles.

Antes de volver a las acciones on-line, le viene a la mente que igual que va a dar un lavado de cara a la Web también podría hacerlo a su escaparate, de modo que anota la idea en la parte que corresponde.

El mapa de la Sra. Sonia se va enriqueciendo y plasmando de la misma manera que sus ideas van apareciendo en su mente, alguna idea más también va cayendo por distintas partes del árbol. Echemos un vistazo a cómo le va quedando y veamos como nada se escapa y todo se puede organizar fácilmente en el esquema de árbol que utiliza el mapa mental.

## GRÁFICO N° 22 EJEMPLO PASO N°2



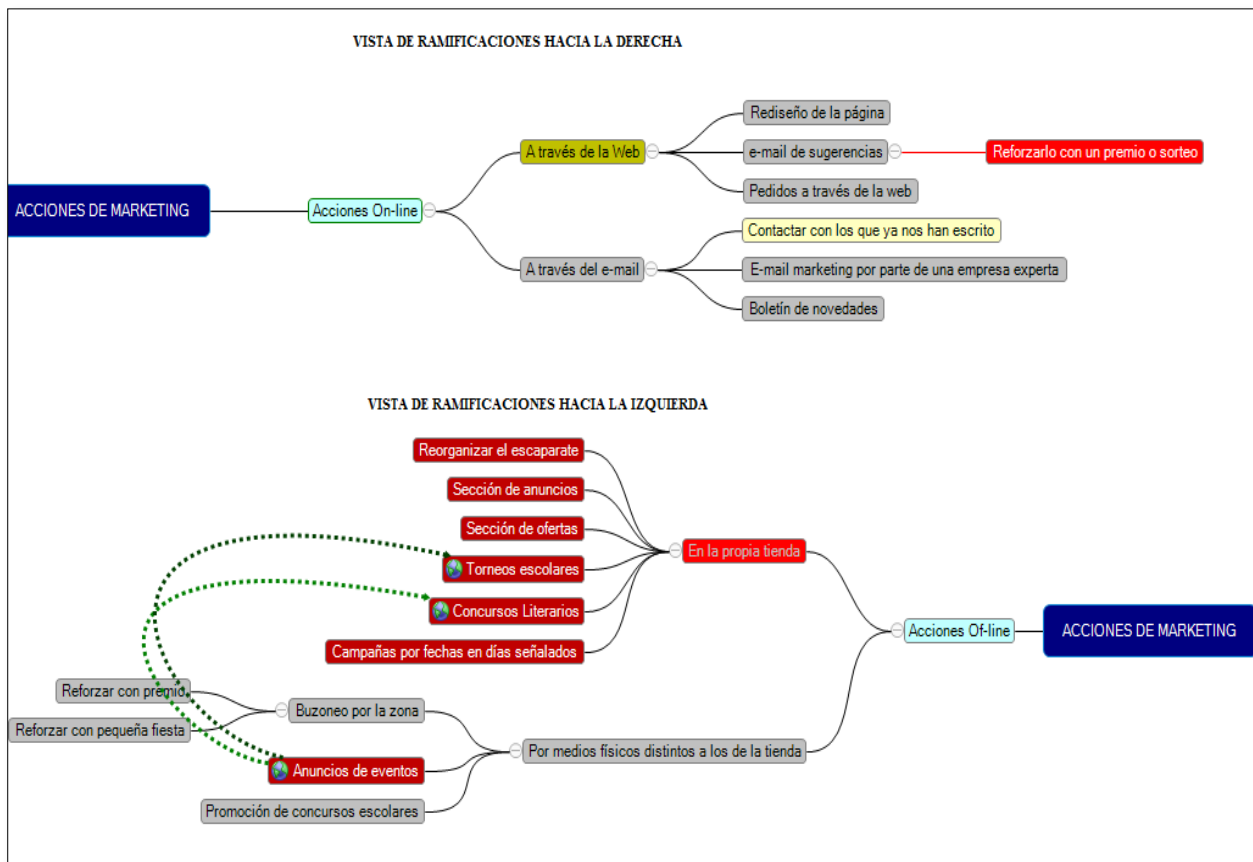
**Fuente:** Software Blumind 1.3.21.1

**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

La Sra. Sonia continúa el proceso, va saltando de un sitio a otro según su creatividad le va diciendo y gracias al mapa mental puede captarlo todo sin que se obvie nada (cosa muy común en la generación de ideas, que esa "chispa" inicial se apague fácilmente y se olvide si no se plasma) y además organizando todo de manera visual y adecuada, cuando la Sra. Sonia mire su mapa, verá un reflejo de la estructura que apareció en su mente, le será más fácil integrarla y comprenderla, sin dejar que nada importante quede en el olvido.

Para hacer más visualmente atractivo el mapa (lo que facilita su integración y aprendizaje) va usando distintas imágenes, iconos y colores, resaltando las partes que precisa trabajar más por ejemplo... Así comienza la Sra. Sonia a tener un mapa más desarrollado.

**GRÁFICO N° 23**  
**EJEMPLO PASO N° 3**



Fuente: Software Blumind 1.3.21.1

Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

Cada mapa, como cada persona, es un mundo y no hay una manera "correcta" de hacerlo. En el ejemplo vemos como la Sra. Sonia cree que el punto clave es la tienda física y la remarca, le van surgiendo ideas interesantes. Para tener todo visualmente claro relaciona con flechas distintas partes del árbol, como por ejemplo las ideas de tertulias y con libros literarios con la acción de anunciar eventos.

La Sra. Sonia seguirá trabajando en su mapa, sumergiéndose en la experiencia de hacerlo (algo esencial) más adelante concretará, quitará cosas, desarrollará otras, pero al final, lo que tenía en la cabeza y lo que de ella podía surgir ha quedado plasmado de manera que de un vistazo lo recuerda, lo tiene ordenado y sabe cómo trabajarlo.

## ***UNIDAD II***

### ***3.3.4. La Hibridación***

Consiste en desarrollar nuevos productos o servicios innovadores en base a la combinación de otros ya existentes. Este concepto también es aplicable a los procesos de una empresa y al talento humano que los realiza, en otras palabras la hibridación puede ser aplicada tanto a los input como a los output.

Las personas pueden aplicar este principio utilizando el conocimiento, combinando el conocimiento adquirido en su vida al conocimiento actual y al que día a día va apareciendo.

#### ***3.3.4.1. Híbridos entre servicio y producto***

La hibridación entre productos físicos y servicios intangibles es cada vez más evidente en la era actual y conforman unidades de negocio que tienen una increíble acogida por la sociedad, es así un ejemplo los actuales Smartphone los mismos que combinan una serie de servicios en un único producto, estos poseen servicios como: telefonía, GPS, Internet, televisión, radio, etc., en un mismo producto que es el aparato electrónico y este a pasos agigantados va combinándose con más y más funcionalidades que representan un valor para la sociedad mundial.

#### ***3.3.4.2. Ingeniería de la hibridación***

Se trata de un proceso sistémico en el que se observa los productos o servicios de un mercado para intentar desarrollar nuevos productos, servicios, conceptos o categorías a partir de combinaciones innovadoras entre ellos.

#### ***3.3.4.3. Híbrido en el proceso de innovar: la co-creación***

La co-creación es el proceso de hibridación en el cual escuchamos de forma directa las necesidades de los consumidores, no solamente los escuchamos en forma de reclamaciones y quejas si no vamos más allá y los escuchamos desde que la propuesta se está levantando, esto con el objetivo de crear cada vez más productos con los cuales los consumidores se identifiquen directamente.

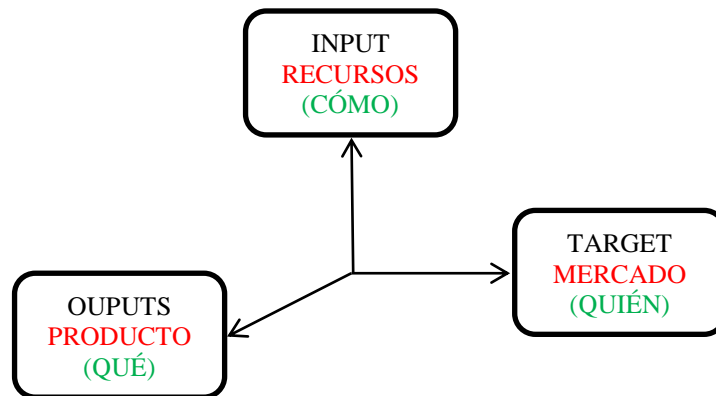
Ello involucra que la empresa debe seleccionar a los demandantes o usuarios avanzados, que pueden cooperar a la hora de definir, diseñar o ingeniar el producto o servicio.

Un ejemplo de esto lo podríamos ver en la producción de aparatos médicos en los cuales los especialistas en la salud pueden aportar con las empresas productoras al enseñar de qué forma podían mejorar sus productos.

#### ***3.3.5. Innovar ¿cómo y dónde?***

Una empresa que quiera implementar la innovación como principio fundamental de sus actividades y de una manera sostenible en el tiempo debe hacerlo en tres grandes ejes que son en el output, target y en el input.

**GRÁFICO N° 24**  
**INNOVAR ¿CÓMO Y DÓNDE?**



Fuente: Investigación Propia  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

### ***3.3.5.1. Output***

En la unidad de negocio de la empresa, es decir, en los productos y servicios que ofrecen al mercado.

#### ***3.3.5.1.1. Cómo innovar en el output.***

La percepción del valor es una cuestión subjetiva y lo determina el mercado. El target decide cuánto valor quiere, cuánto está dispuesto a aceptar, y a qué precio.

La mayor parte de innovación en los formatos de producto se lleva a cabo ideando nuevos diseños para su presentación. Y uno de los sectores en los que las empresas emplean más esta estrategia para diferenciarse de la competencia es el de la alimentación.

### ***3.3.5.2. Target***

En el segmento de mercado o población objetivo al cual ofrecen sus productos y servicios.

#### ***3.3.5.2.1. Innovar en el formato de nuevos mercados.***

Innovar en nuevos mercados significa utilizar nuevas tecnologías disponibles, como el internet para realizar diferentes actividades donde se pueda promocionar los diferentes productos y servicios como es comercio electrónico en donde se puede comprar todo tipo de productos. Por ello las empresas deben estar vigilantes a las oportunidades que brinda la tecnología para que tengan clientes fidelizados a sus productos.

Los nuevos mercados ofrecen una variedad de oportunidades a las empresas para que puedan posicionarse pero éstas deben saber utilizarlos de manera eficiente para que sus productos sean de mayor interés para los consumidores.

#### ***3.3.5.3. Input***

Aquí tomamos en cuenta todo lo necesario para obtener el producto y servicio finalizado, es decir, la maquinaria, tecnologías, talento humano, metodologías, procesos de fabricación, alianzas estratégicas, etc.

##### ***3.3.5.3.1. Cómo innovar en el input.***

La estrategia más utilizada al momento de innovar en los input es utilizarlos de tal forma que reduzcan los costos de producción.

##### ***3.3.5.3.2. Innovar en el modelo de negocio.***

El modelo de negocio es una síntesis de los componentes que hacen posible que una empresa funcione correctamente. Para lo cual es necesario que se analice la empresa en función de los siguientes componentes:

- ¿Cuál es la propuesta de valor?,
- ¿Para qué segmentos de clientes?,



- ¿A través de qué canales?,
- ¿Con qué modelo de relación?,
- ¿Con qué actividades clave?,
- ¿Con qué recursos clave?,
- ¿Con qué socios clave?,
- Todos esos procesos tiene una estructura de costes y otra de ingresos.

Para innovar en el modelo de negocio es importante contar con una propuesta que contenga actividades innovadoras y a su vez cuente con socios creativos para que sean quienes ayuden a crear una propuesta de cambio para la organización. Lo cual permitirá determinar el canal de distribución más adecuado para llegar al segmento de clientes identificados, con lo que se podrá obtener una retroalimentación y generar ingresos para que la organización se mantenga sólida.

### GRÁFICO N° 25 COMPONENTES DEL MODELO DE NEGOCIOS

<b>Aliados Clave</b> ¿Quiénes son? ¿Proveedores clave? ¿Qué Recursos Clave vienen de afuera? ¿Qué Actividades Clave desempeñan?	<b>Actividades Clave</b> ¿Cuáles son requeridas por nuestra Propuesta de Valor? ¿Las Relaciones con Clientes? ¿Los flujos de Ingresos?	<b>Propuesta de Valor</b> ¿Qué valor entregamos al cliente? ¿Qué conjunto ofrecemos a cada Segmento? ¿Qué necesidades satisfacemos?	<b>Relaciones con Clientes</b> ¿Qué tipo de relación espera cada Segmento? ¿Cuáles están funcionando? ¿Están integradas al modelo de negocios? ¿Son costosas?	<b>Segmentos de Clientes</b> ¿Para quién creamos valor? ¿Quiénes son nuestros clientes más importantes?
	<b>Recursos Clave</b> ¿Cuáles son requeridos por nuestra Propuesta de Valor? ¿Los Canales? ¿Las Relaciones con Clientes? ¿Los flujos de Ingresos?		<b>Canales</b> ¿A través de qué Canales quieren los Segmentos ser abordados? ¿Cuáles son más costo efectivos?	
<b>Costos</b> ¿Cuáles son los costos importantes inherentes al modelo de negocios? ¿Qué Recursos y Actividades son más costosas?			<b>Ingresos</b> ¿Por qué valor los clientes están dispuestos a pagar? ¿Cómo están pagando? ¿Cómo preferirían pagar?	

**Fuente:** <http://estratega.org/site/por-favor-dejemos-de-bastardear-el-termino-innovar/>  
**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

## **SEGUNDO PARCIAL**

### ***UNIDAD III***

#### ***3.3.6. Los Ciclos de Vida de la Innovación***

##### ***3.3.6.1. A cada Momento del Mercado, su forma de Innovar***

El ciclo de vida de una innovación no funciona aleatoriamente sino que es algo que la empresa debe controlar, calculando muy bien en cada nueva fase el valor que va a percibir el consumidor.

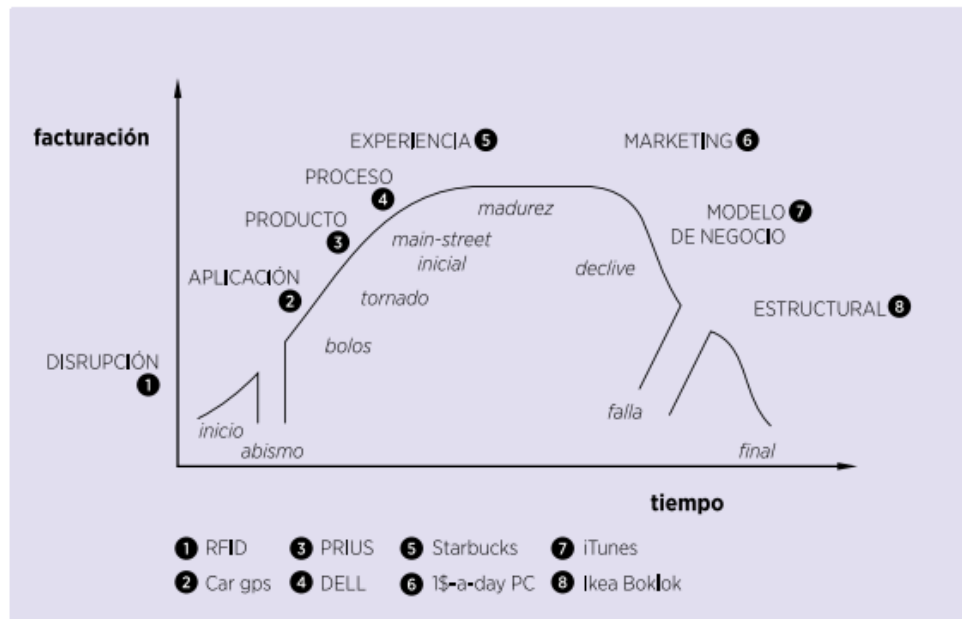
##### ***3.3.6.2. Innovar en cada una de las fases del ciclo de vida de la innovación***

Los nuevos productos y servicios pasan por los ciclos de vida de la innovación que cada vez son más cortos, por lo que significa que la innovación no se termina cuando el producto ya está en el mercado. La innovación es un proceso continuo por lo tanto los departamentos de la empresa deben mantener un seguimiento riguroso a los cambios que se den en el mercado para que puedan desarrollar oportunamente estrategias que ayuden a mantenerse firme frente a la competencia.

Las nuevas estrategias que pueden ayudar a mantenerse en el mercado dependen de todos los departamentos que conforman la organización como por ejemplo el de Marketing que puede ayudar a crear nuevos colores, diseños, modelos, etc.

## GRÁFICO N° 26

### CICLOS DE VIDA DE LA INNOVACIÓN



Fuente: Alfons Cornella. Ideas x Valor = Resultados  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

#### 3.3.6.2.1. Innovar en un mercado maduro.

**Innovar en el proceso:** este tipo de innovación no va dirigida al producto sino más bien a la forma en que los productos son presentados y distribuidos a los clientes, por ejemplo es el modelo de venta directa de productos por el internet.

**Innovar en la experiencia:** la experiencia que adquieren las empresas con el pasar del tiempo ayuda a que creen nuevas formas de ofertar productos y servicios con los que los clientes se sientan satisfechos.

**Innovar desde el marketing:** se trata de idear nuevos diseños, marcas, modelos para que los productos llamen la atención de los consumidores.

**Innovar en el modelo de negocio:** este tipo de innovación va desde la creación de una propuesta innovadora hasta llegar a la retroalimentación que ayudará a generar ingresos para la empresa.

**Innovación estructural:** este tipo de innovación se puede aplicar cuando el mercado está demasiado maduro o en crisis y existe la amenaza de una falla que acabe con su ciclo de vida.

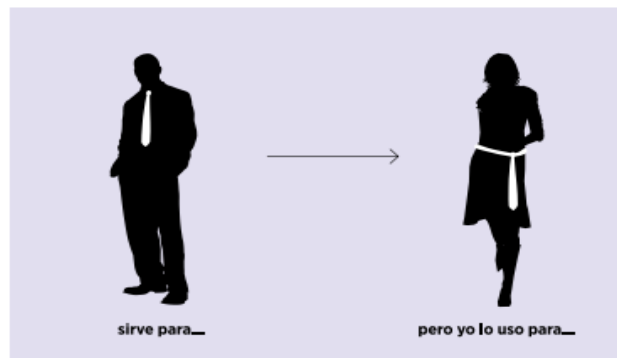
### 3.3.6.2.2. *Innovar en las Prácticas Sociales.*

La innovación se da cuando las prácticas sociales cambian y el protagonista de este cambio es el usuario. Por lo que la innovación no necesita únicamente de la participación de todos los departamentos de la empresa, ya que estos colaboran para que los productos sean cada vez más sofisticados pero la innovación se da cuando las personas la incorpora en sus prácticas habituales.

Para innovar se debe tomar en cuenta cómo participa el usuario en el ciclo de vida de un producto, ya que el usuario da el uso que mejor le convenga a los productos disponibles, por lo que se abren una ventana de oportunidad a nuevas propuestas.

## GRÁFICO N° 27

### INNOVAR EN LAS PRÁCTICAS SOCIALES



La innovación la hace el usuario

**Fuente:** Alfons Cornella. Ideas x Valor = Resultados

**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

Toda innovación no debe verse sólo como la propuesta de un “objeto”, sino como el estímulo de un nuevo “significado”, cuyo definidor es la gente. Nuestros clientes, y nadie más.

### ***3.3.6.3. La fórmula del valor percibido por el cliente: El Modelo NabcH***

Una de las fórmulas más empleadas para calcular el valor que va a percibir finalmente el consumidor es el modelo denominado NabcH (Necesidades, aproximación, beneficios, clientes y *Hook* -gancho, en inglés-), un modelo desarrollado por el Stanford Research Institute (SRI).

**Primero.-** es necesario analizar cuáles son las necesidades del cliente y del mercado, para poder aportar con posibles soluciones para lo que hay que estudiar minuciosamente cual será la propuesta que ayude a cubrir las necesidades de los clientes, estimando el valor del producto comparado con otro.

**Segundo.-** es importante utilizar métodos y herramientas que ayuden a crear propuestas innovadoras que contengan valor y satisfagan las necesidades de los clientes para que puedan posicionarse dentro del mercado mediante, la forma NabcH que ayude a determinar y sintetizar cuáles son las necesidades que la propuesta viene a cubrir, cuál es la aproximación con la que se hace, cuáles son los beneficios para el cliente comparado con su coste, y qué aporta la propuesta respecto a la de los competidores.

Por tanto, la función del proceso de creación de valor es aumentar el beneficio percibido por el cliente reduciendo los costes que éste experimenta.

Finamente, la propuesta debe poder sintetizarse en un mensaje claro y conciso, el gancho –Hook–, con el que se completa el modelo: NabcH.

### ***3.3.7. La sustancia del estilo***

Cuando se habla de innovar se habla de cambiar o añadirle algún tipo de valor a productos y servicios normalmente en su diseño o estilo que es lo que normalmente atrae la atención del cliente. Cuando un producto posee todos los estándares de calidad y no tiene un diseño atractivo es difícil de venderlo ya que

ahora el valor estético de las cosas cuenta mucho a la hora de decidirse que producto comprar.

El reto de las empresas es que todos sus productos funcionen bien, tengan calidad y que sobretodo que sean atractivos, con diseños únicos y que enamoren para que fidelice al cliente y se posicione en el mercado.

### ***3.3.8. Equipos Multidisciplinarios***

La competencia empieza a reaccionar cada vez con mayor rapidez, lo que obliga a las empresas a crear equipos de innovación multidisciplinarios que estén alerta a los cambios que sufre el mercado con una gran precipitación.

Los grupos multidisciplinarios necesitan personas especializadas con ideas innovadoras para los procesos que intervienen en los nuevos proyectos, como también con una gran inteligencia emocional para que entre los miembros del grupo puedan superar las dificultades de comunicación y realicen un buen trabajo en equipo.

La empresa debe iniciar creando una cultura corporativa innovadora entre sus trabajadores, para que todos se sientan comprometidos con el cambio y así trabajen conjuntamente con los equipos para que se cumplan con los objetivos planteados que beneficiarán a todos por igual. Los empleados más jóvenes son los más idóneos para contagiar a toda la organización con un espíritu innovador.

#### ***3.3.8.1. Las metodologías de trabajo de los equipos multidisciplinarios***

Los equipos multidisciplinarios utilizan diferentes metodologías y técnicas para desarrollar proyectos innovadores e ideas sólidas que aporten con la empresa para que sea líder en el mercado. Los métodos más utilizados por los equipos multidisciplinarios para generar nuevas ideas son:

**Brainstorming (tormenta de ideas).**- Para su realización se establece un número de ideas al que se quiere llegar, y se marca el tiempo durante el que se va a trabajar. Además existen cuatro reglas fundamentales a cumplir:

- Toda crítica está prohibida
- Toda idea es bienvenida
- El desarrollo y asociación de las ideas es bien acogido
- Se busca el mayor número de ideas como sea posible y son especialmente bienvenidas cuanto más salvajes y exóticas.

Con estas reglas los participantes pueden decir todo aquello que se les ocurra de acuerdo al problema planteado.

**Business case.**- Se trata de hacerse dos preguntas clave:

- 1) ¿Contamos con los medios técnicos para llevarlo a cabo?
- 2) ¿Hay un mercado potencial suficiente para que nos resulte rentable siquiera iniciar el proceso?

### ***3.3.8.2. El Salario Tricomponente***

Algunas organizaciones en la actualidad han adoptado este tipo de salarios o bonos especiales para recompensar a sus empleados que han aportado con ideas innovadoras para la misma. Aunque con los equipos multidisciplinarios es más complicado ya que el objetivo primordial de estos es la innovación por lo que las empresas deben tener una fórmula para distribuir las bonificaciones de forma equitativa entre los equipos multidisciplinarios.

## **TERCER PARCIAL**

### ***UNIDAD IV***

#### ***3.3.9. Riesgo Tecnológico, de Ejecución y de Mercado***

##### ***3.3.9.1. El Reto Tecnológico***

Para superar este reto es primordial investigar lo que los clientes desean y las tecnologías que están disponibles en el mercado para mejorar los procesos que se realizan dentro de la organización.

Los distintos departamentos de la organización deben contar con inteligencia empresarial para obtener información necesaria para cumplir con los objetivos planteados e incrementar la sostenibilidad de la organización.

Un buen sistema de inteligencia empresarial ayuda a prever a la organización de los cambios que sufre el mercado, las acciones que realiza la competencia, descubre nuevos productos y procesos y sobretodo aprende de la experiencia de otras organizaciones.

##### ***3.3.9.2. El Reto de la Ejecución***

Para superar este reto de la ejecución la empresa ha optado por tres grandes modelos: externalización, alianzas estratégicas, o cambio del modelo de negocio en su cadena de valor del producto final.

**Externalizar procesos.-** significa realizar un riguroso control de calidad para que la empresa garantice a sus consumidores que los productos que consumen son de calidad y así no se vea afectada la imagen de la misma.



**Alianzas estratégicas.-** las alianzas estratégicas son muy útiles para cubrir la fase de ejecución que no tiene nada que ver con nuestro núcleo de negocio, únicamente ésta ayuda a convertir una gran idea en realidad con la ayuda de otras organizaciones.

**Innovar en la cadena de valor.-** Otra fórmula para superar con éxito el reto de la ejecución es innovar en la cadena de valor cambiando todo nuestro modelo de negocio.

### ***3.3.9.3. El reto de la aceptación por parte del mercado***

La empresa se enfrenta al reto de la aceptación por parte del mercado cuando decide lanzar un nuevo producto innovado, por lo que el departamento de marketing juega un rol importante en este reto ya que será el encargado de diseñar la imagen, eslogan, logo, etc., para atraer a los consumidores.

Sin embargo, la empresa no debe caer en errores como el apostar en una innovación para la que el mercado no está preparado a aceptar. Por lo contrario es recomendable ofertar productos que los clientes mismos solicitan a la empresa.

### ***3.3.9.4. PREZI***

#### **Descripción de PREZI**

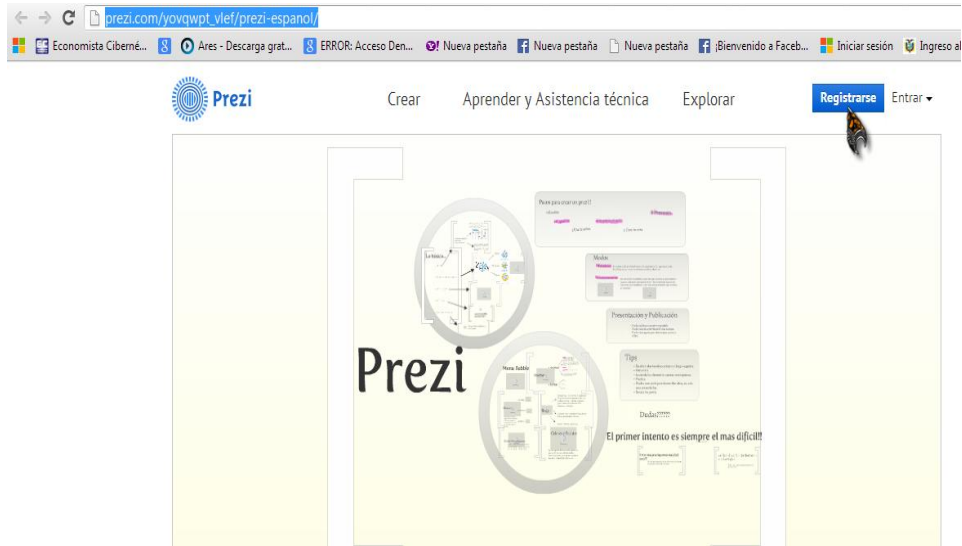
Es una aplicación multimedia para la creación de presentaciones similar al PowerPoint de Microsoft o a Impress de LibreOffice. La versión gratuita funciona solo desde internet y con una limitante de almacenamiento. Además Prezi contiene diseños, diagramas y dibujos que permiten crear una presentación de forma rápida y eficiente y que vienen predefinidos y en una gran variedad de diagramas.

## Pasos para crear una cuenta en PREZI

- Ir a [http://prezi.com/yovqwpt\\_vlef/prezi-espanol/](http://prezi.com/yovqwpt_vlef/prezi-espanol/)
- Registrarse en la página.

### GRÁFICO N° 28

#### VENTANA PRINCIPAL DE PREZI

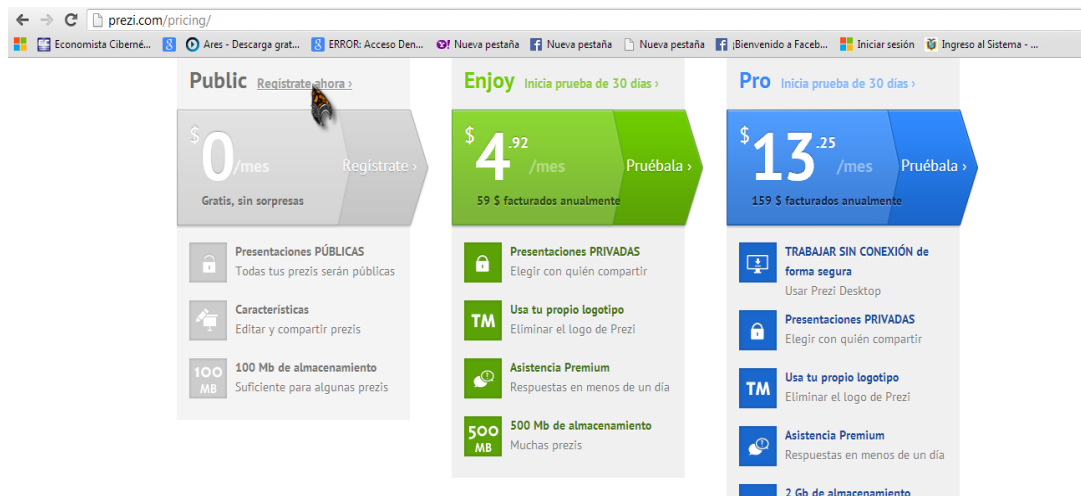


Fuente: <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

- Elegir un plan gratuito, llenar toda la información solicitada y validar el registro en el correo electrónico que utilizamos para el registro.

### GRÁFICO N° 29

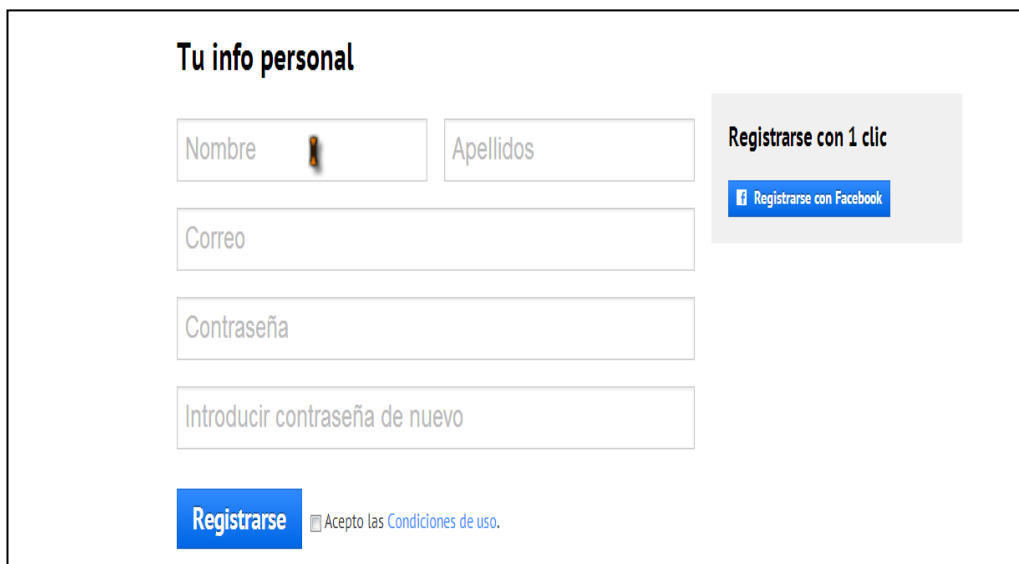
#### ELEGIR EL PLAN DESEADO



Fuente: <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

## GRÁFICO N° 30

### COMO LLENAR LA INFORMACIÓN



The screenshot shows a registration form with the following fields and elements:

- Form title: **Tu info personal**
- Input fields: **Nombre**, **Apellidos**, **Correo**, **Contraseña**, and **Introducir contraseña de nuevo**.
- Registration options: **Registrarse con 1 clic** and **Registrarse con Facebook**.
- Registration button: **Registrarse** with a checkbox for **Acepto las Condiciones de uso.**

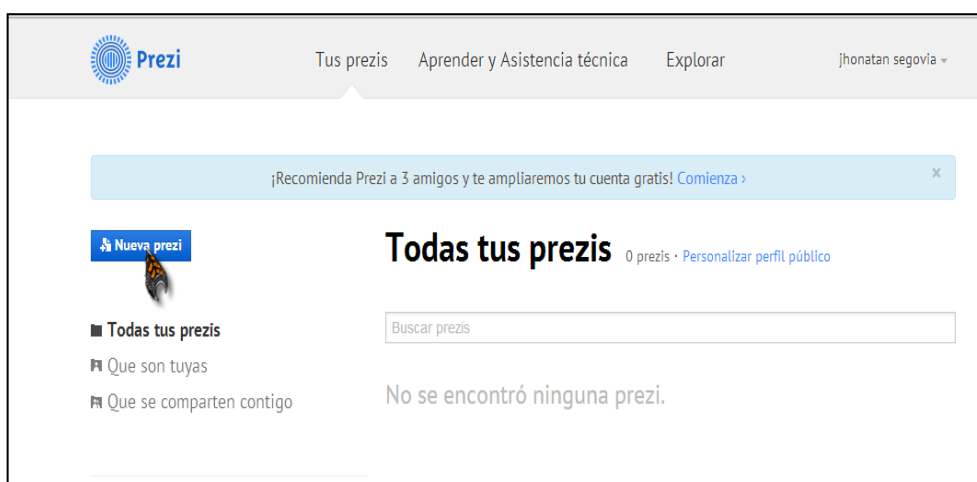
Fuente: <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

### ¿Cómo crear una presentación en PREZI?

- Ingresar a su cuenta PREZI.
- Dar clic en New PREZI.

## GRÁFICO N° 31

### INGRESAR A SU CUENTA PREZI.



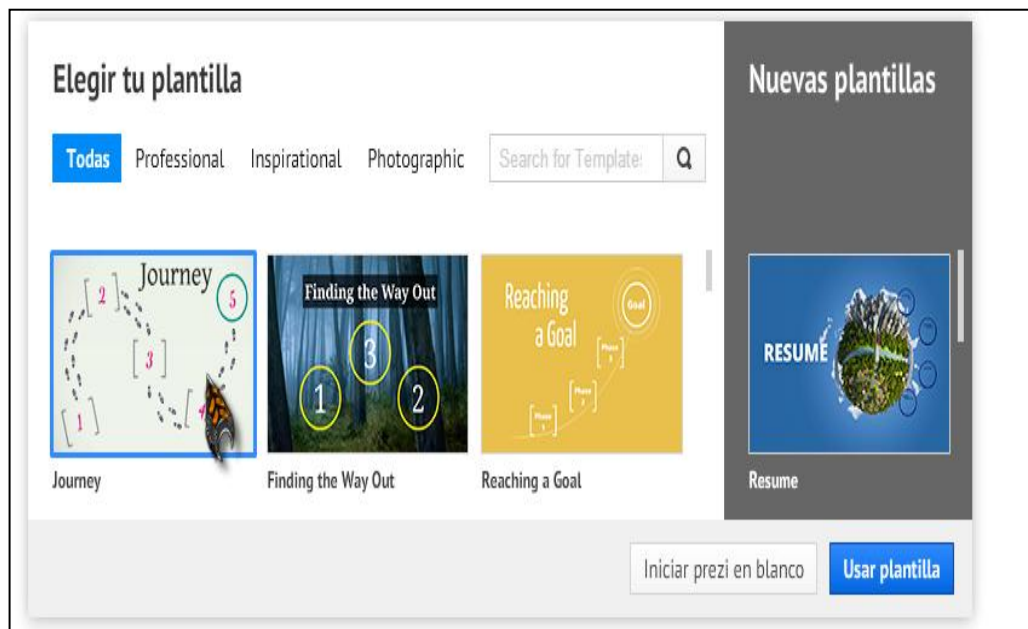
The screenshot shows the Prezi user dashboard with the following elements:

- Header: **Prezi** logo, navigation links (**Tus prezis**, **Aprender y Asistencia técnica**, **Explorar**), and user name **jhonatan segovia**.
- Notification: **¡Recomienda Prezi a 3 amigos y te ampliaremos tu cuenta gratis! Comienza**.
- Buttons: **Nueva prezi** and **Personalizar perfil público**.
- Section: **Todas tus prezis** (0 prezis).
- Search: **Buscar prezis** input field.
- Message: **No se encontró ninguna prezi.**
- Filters: **Todas tus prezis**, **Que son tuyas**, and **Que se comparten contigo**.

Fuente: <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

- c) A continuación se desplegará una ventana que contiene diferentes opciones de temas para las presentaciones de los cuales podremos elegir una o podemos iniciar el lienzo en blanco para realizar la presentación a nuestro gusto.
  
- d) Al elegir la “Plantilla”, el orden de la presentación y las formas ya estarán predefinidos y lo único que se deberá hacer será editar los textos, agregar imágenes y otros objetos.

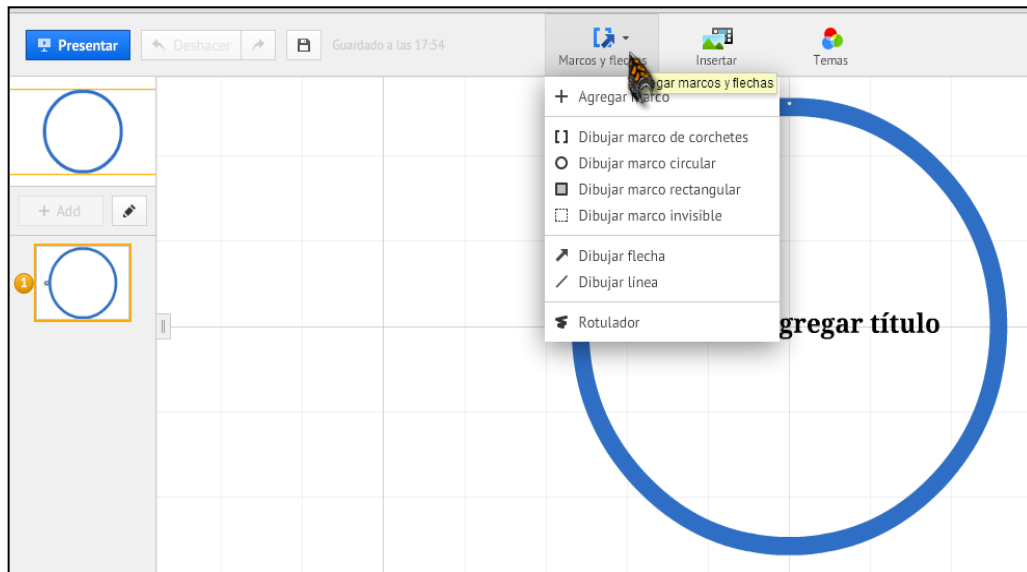
**GRÁFICO N° 32**  
**ELEGIR UNA PLANTILLA O TEMA**



**Fuente:** <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>  
**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

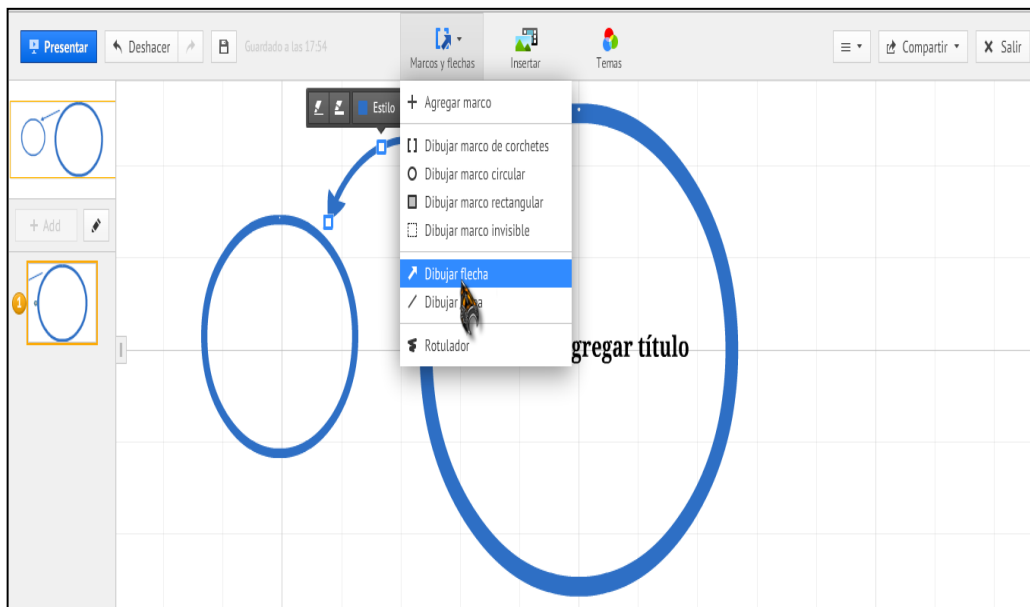
- e) Para añadir un Marco se presiona en la pestaña Marcos y Flechas y se desplegará un menú con diferentes opciones para agregar la Figura que se requiera.

## GRÁFICO N° 33 ELEGIR UNA PLANTILLA



**Fuente:** <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>  
**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

## GRÁFICO N° 34 UTILIZACIÓN DEL SOFTWARE PREZI



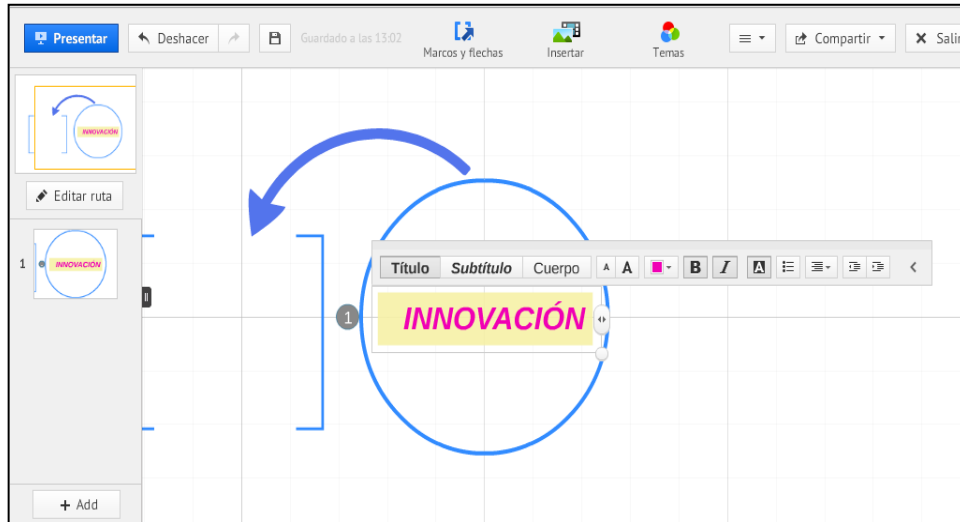
**Fuente:** <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>  
**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

- f) Para insertar texto sólo hacemos clic dentro del marco escogido y se activará la barra en donde podemos escribir el texto, título o subtítulo

según la necesidad, además aquí se podrá editar tamaño, color y alineación del mismo.

## GRÁFICO N° 35

### INSERTAR TEXTO

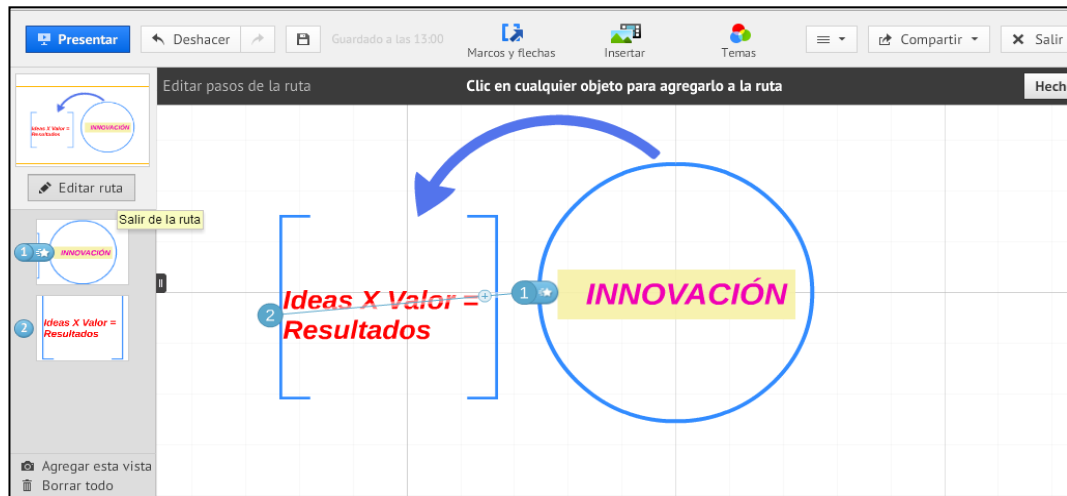


**Fuente:** <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>  
**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

- g) Para configurar el orden en que deseamos que la presentación aparezca damos un clic en “Editar Ruta”, y damos un clic en el primer marco de la presentación, luego llevamos el cursor al siguiente marco que queremos que continúe la presentación y así consecutivamente hasta llegar a la última filmina, al terminar de editar la ruta de nuestra presentación simplemente hacemos un clic, y la ruta quedará establecida en la ventana “Editar Ruta”.

## GRÁFICO N° 36

### EDITAR RUTA



Fuente: <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

h) Para iniciar la presentación de PREZI damos clic en Presentar.

## GRÁFICO N° 37

### INICIAR PRESENTACIÓN EN PREZI



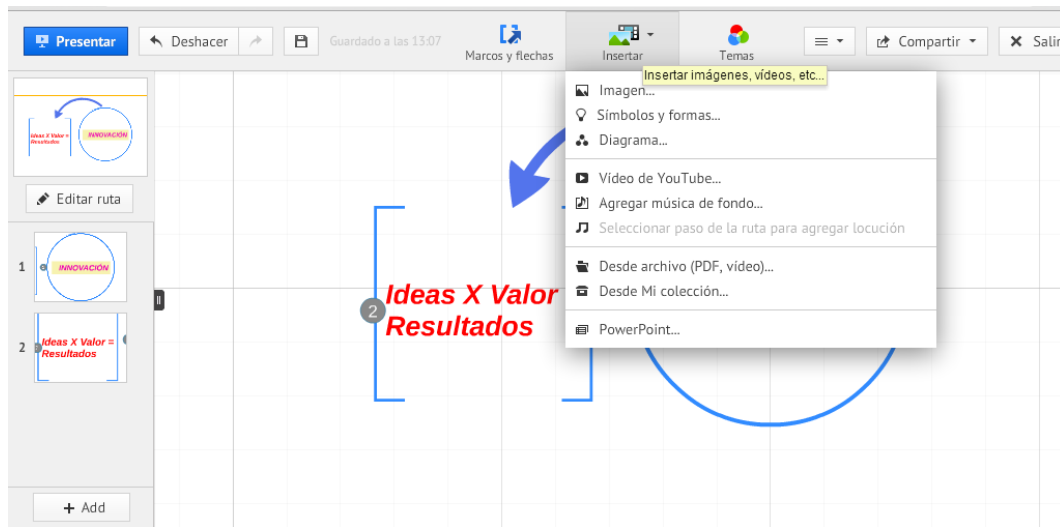
Fuente: <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

### Otras herramientas de PREZI

a) Para insertar diseños predefinidos para una presentación sólo debemos ingresar en la página principal al menú “Insertar” y se desplegará otra ventana donde encontraremos diferentes opciones.

## GRÁFICO N° 38

### INSERTAR DISEÑOS PREDEFINIDOS

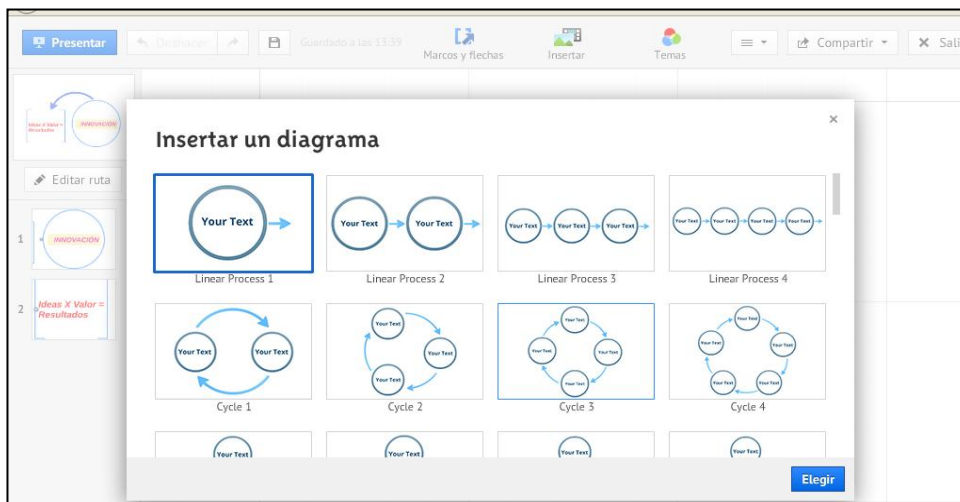


Fuente: <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

- b) La opción “**Diagramas**”, es una guía predefinida en la cual nosotros únicamente colocaremos el texto, imágenes y demás elementos que se requieran.

## GRÁFICO N° 39

### UTILIZACIÓN DE DIAGRAMAS



Fuente: <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia



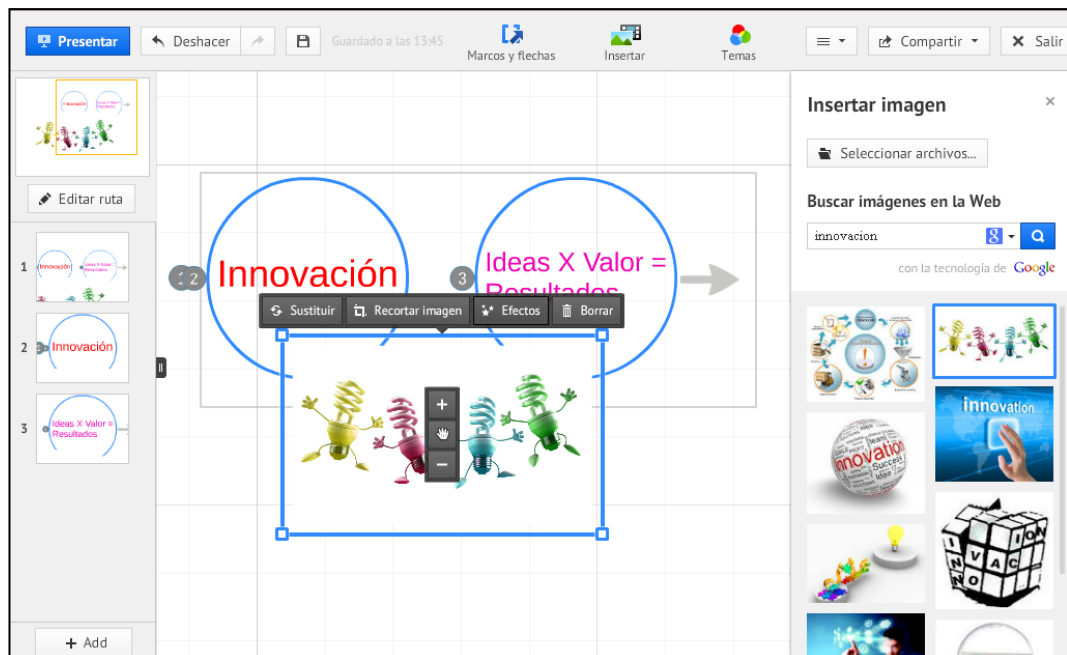
## GRÁFICO N° 40 UTILIZACIÓN DE DIAGRAMAS



**Fuente:** <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>  
**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

- c) Opción “Imagen”, aquí podemos insertar imágenes desde el PC o podemos buscarlas en la google.

## GRÁFICO N° 41 INSERTAR IMÁGENES

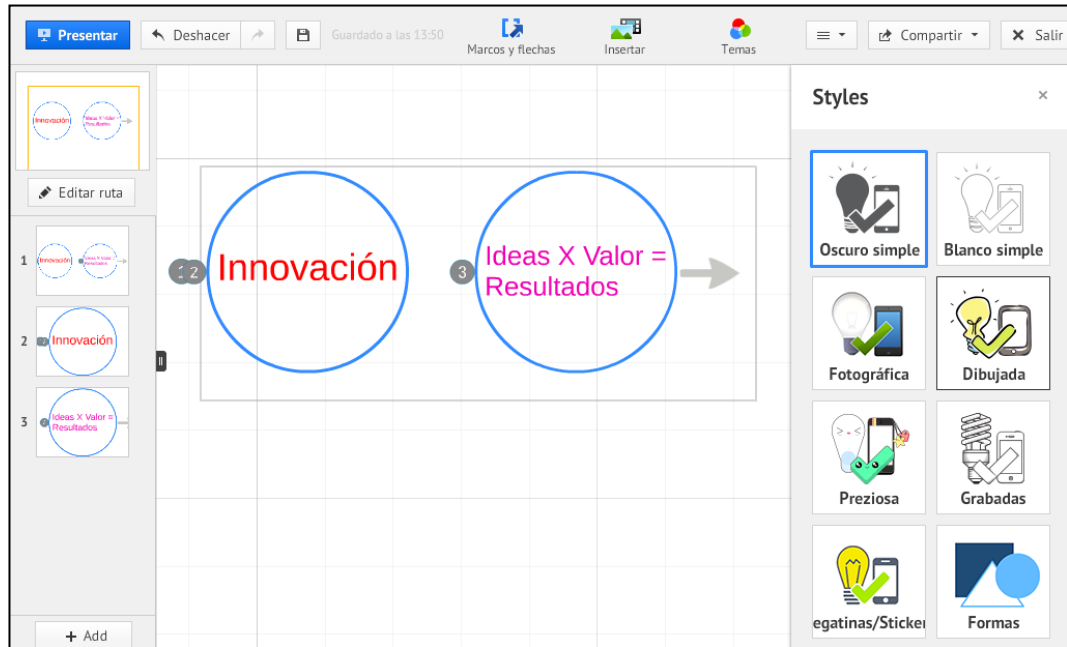


**Fuente:** <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>  
**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

d) Insertar “Símbolos y Formas”

GRÁFICO N° 42

INSERTAR SÍMBOLOS Y FORMAS

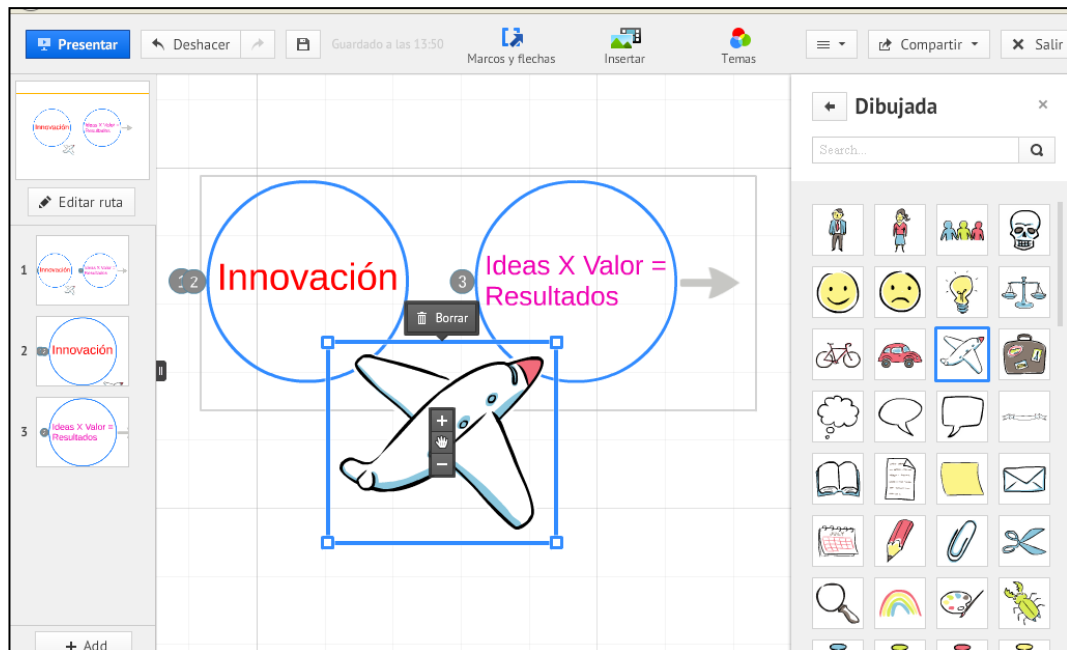


Fuente: <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>

Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

GRÁFICO N° 43

INSERTAR SÍMBOLOS Y FORMAS

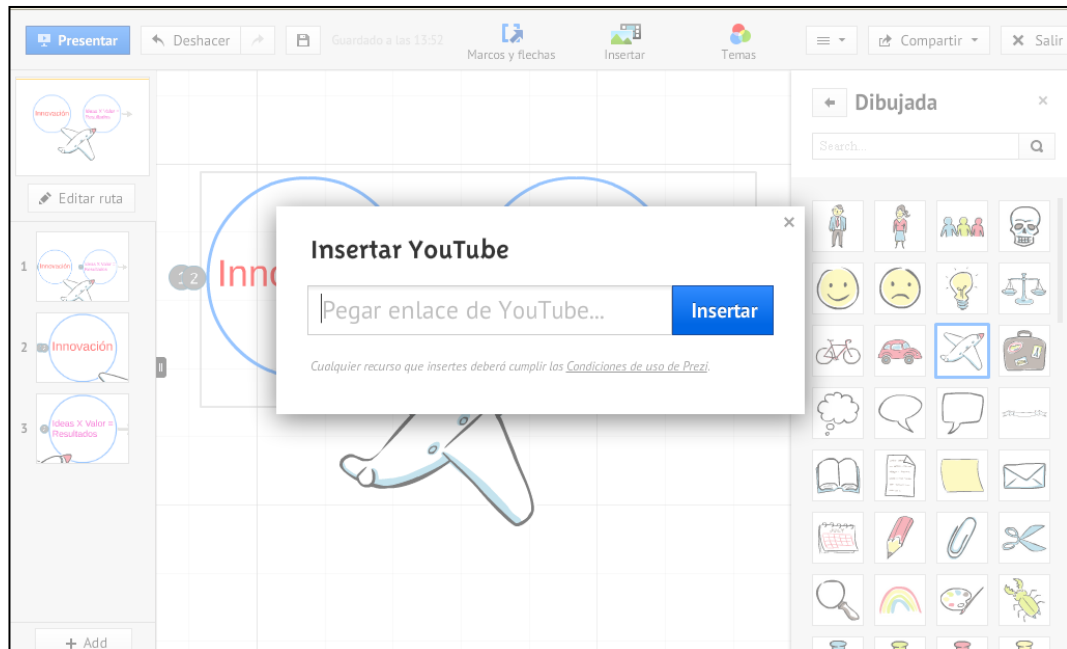


Fuente: <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>

Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

e) Insertar “Video de YouTube”

## GRÁFICO N° 44 INSERTAR VIDEOS



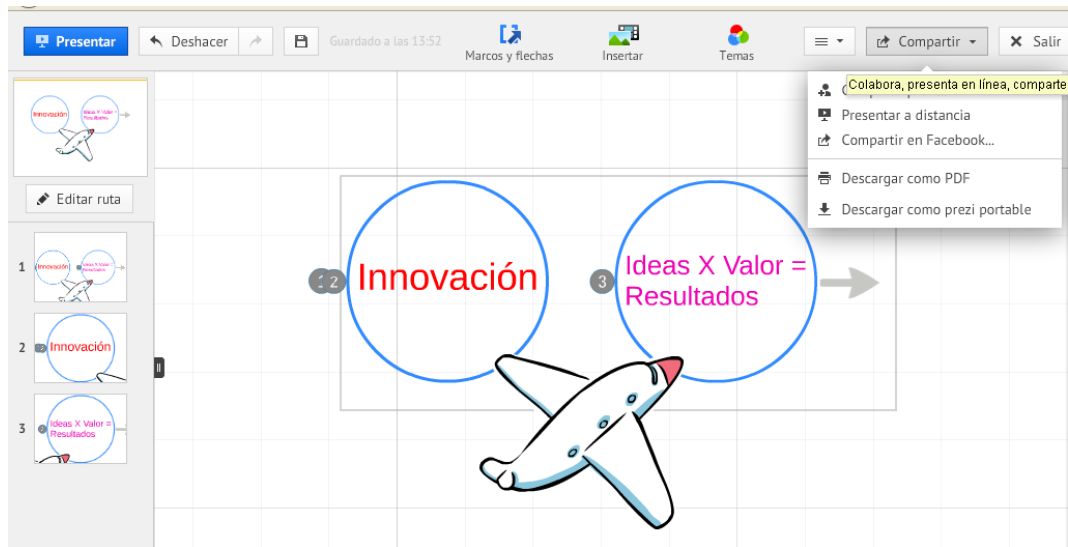
**Fuente:** <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>

**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

- f) La Opción Compartir nos permite descargar la presentación concluida para que sea visualizada incluso sin tener acceso a internet o una cuenta en PREZI.
- g) Podemos exportar una presentación a PDF entrando en ella y dando clic a “Compartir” y luego “Descargar como PDF”. Al dar clic en esta opción la presentación se descargará en el PC.

## GRÁFICO N° 45

### COMPARTIR PRESENTACIÓN



Fuente: <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

- h) Con la opción “Compartir en Facebook”, podemos compartir la presentación a través de Facebook, Twitter y LinkedIn.

## GRÁFICO N° 46

### COMPARTIR PRESENTACIÓN EN REDES SOCIALES

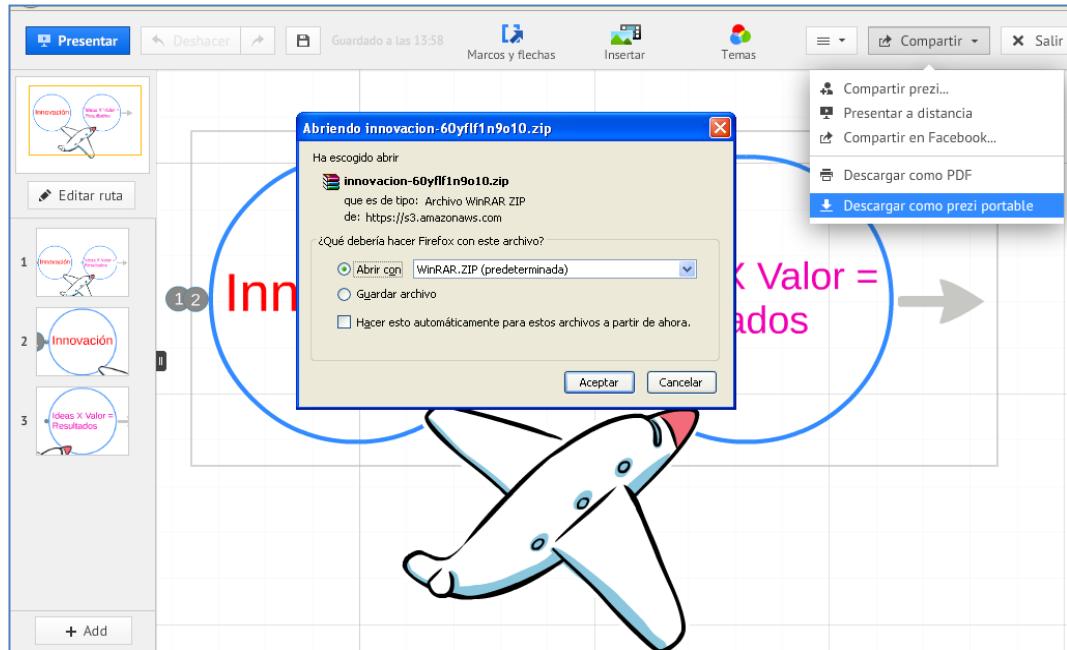


Fuente: <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

i) Para descargar una PREZI portable

## GRÁFICO N° 47

### DESCARGAR UNA PREZI PORTABLE



Fuente: <http://prezi.com/create-better-presentations-5/?gclid=CN3Bp9nH2LgCFQsV7Aod0RYARA>

Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

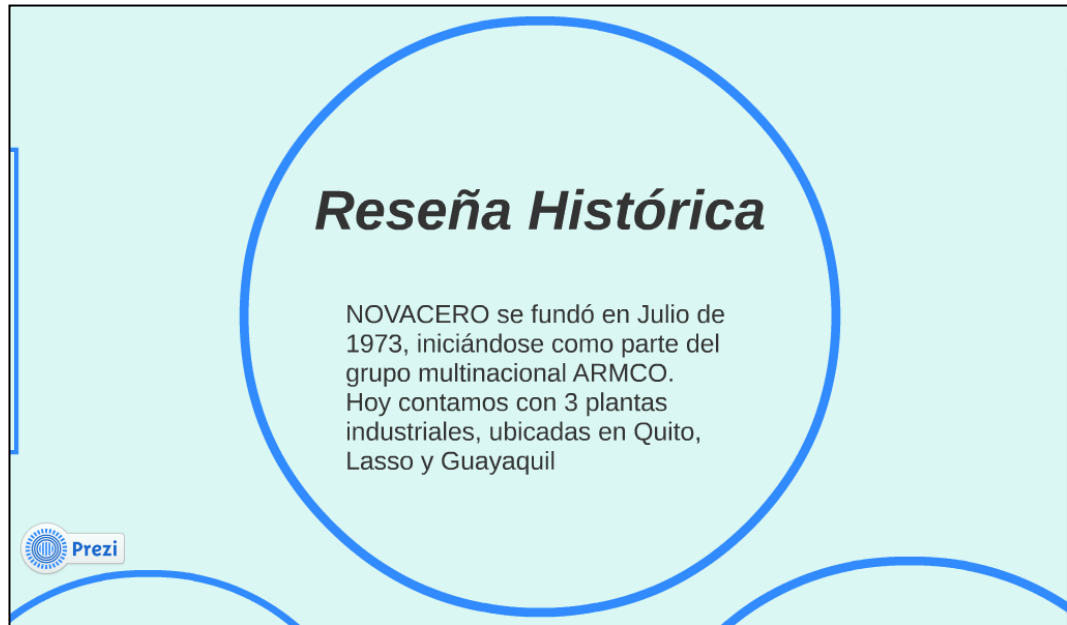
### Ejemplo práctico aplicado a NOVACERO S.A.

La empresa Industrial “NOVACERO S.A.” se encuentra en el proceso de inducción del nuevo personal contratado. Para esto, primero requiere exponer la caracterización de la empresa para lo que utilizará PREZI con la finalidad de obtener el 100% de la atención de los nuevos trabajadores.

A continuación se presentan las capturas de las filminas que se presentarán.

## GRÁFICO N° 48

### PRESENTACIÓN DE LA RESEÑA HISTÓRICA DE NOVACERO S.A.

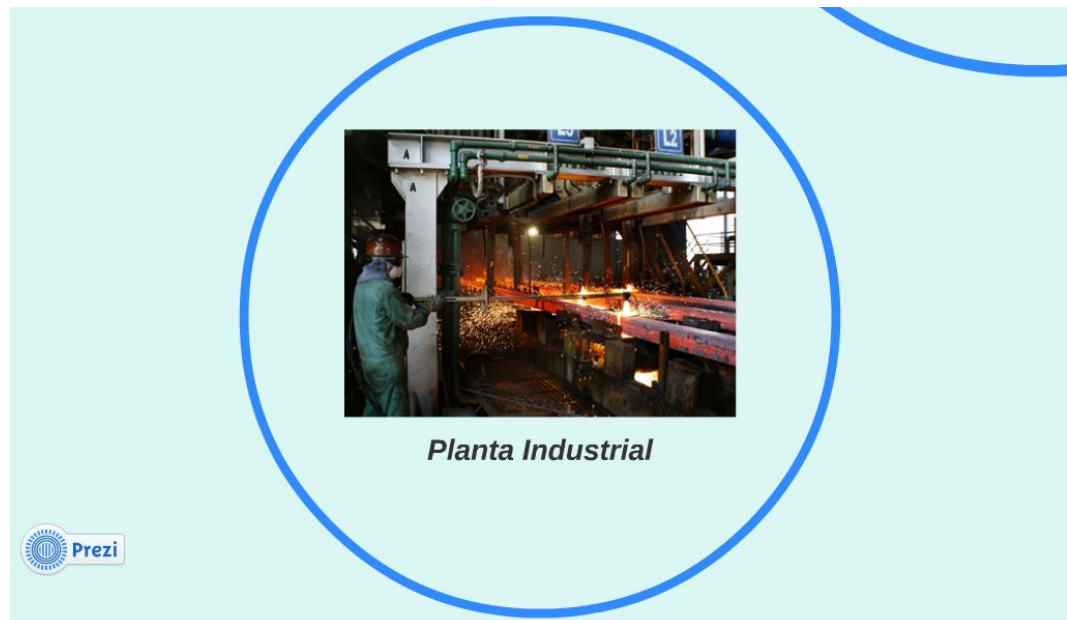


Fuente: [http://prezi.com/hgwqjgdxjpve/edit/#0\\_19668281](http://prezi.com/hgwqjgdxjpve/edit/#0_19668281)

Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

## GRÁFICO N° 49

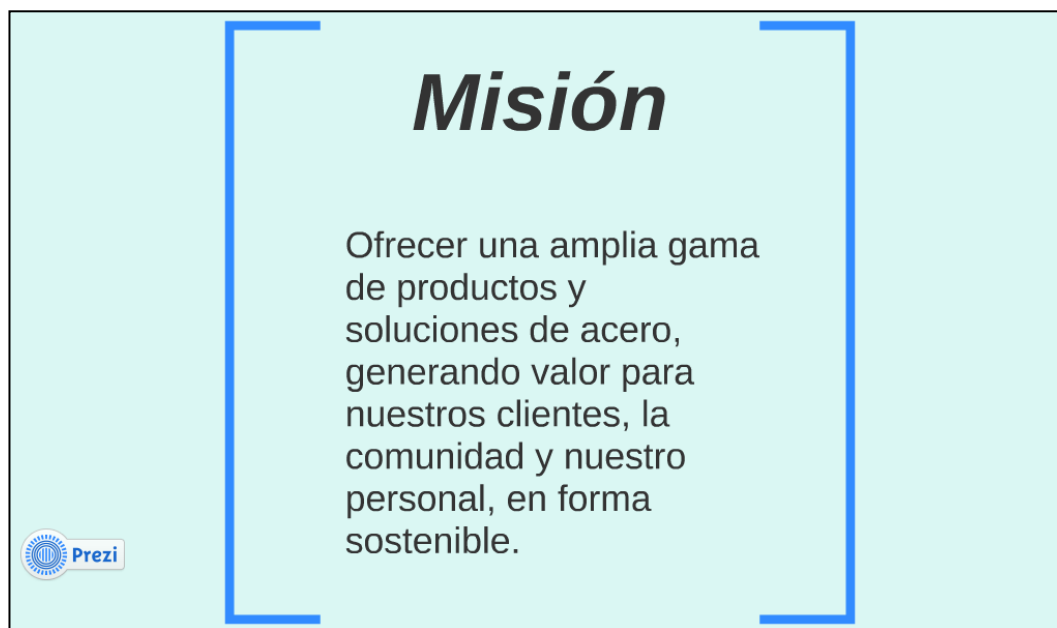
### IMAGEN DE LA PLANTA



Fuente: [http://prezi.com/hgwqjgdxjpve/edit/#0\\_19668281](http://prezi.com/hgwqjgdxjpve/edit/#0_19668281)

Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**GRÁFICO N° 50**  
**PRESENTACIÓN DE LA MISIÓN**



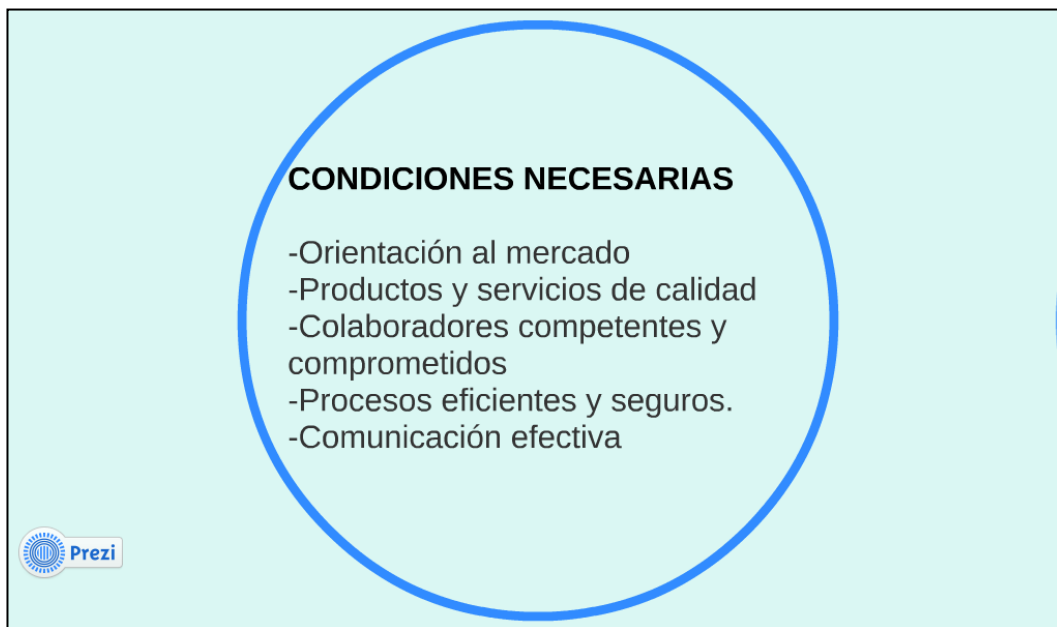
**Fuente:** [http://prezi.com/hgwqjgdxjpve/edit/#0\\_19668281](http://prezi.com/hgwqjgdxjpve/edit/#0_19668281)  
**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**GRÁFICO N° 51**  
**PRESENTACIÓN DE LA VISIÓN**



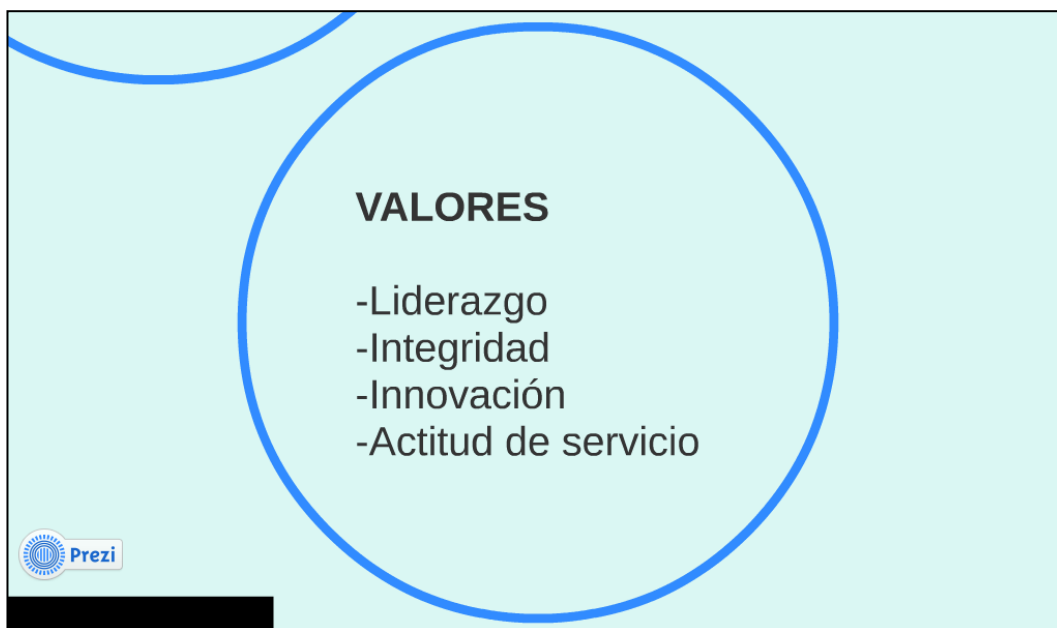
**Fuente:** [http://prezi.com/hgwqjgdxjpve/edit/#0\\_19668281](http://prezi.com/hgwqjgdxjpve/edit/#0_19668281)  
**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**GRÁFICO N° 52**  
**PRESENTACIÓN DE LAS CONDICIONES NECESARIAS DE LA**  
**EMPRESA**



**Fuente:** [http://prezi.com/hgwqjgdxjpve/edit/#0\\_19668281](http://prezi.com/hgwqjgdxjpve/edit/#0_19668281)  
**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

**GRÁFICO N° 53**  
**PRESENTACIÓN DE LOS VALORES QUE PREVALECE EN LA**  
**EMPRESA**



**Fuente:** [http://prezi.com/hgwqjgdxjpve/edit/#0\\_19668281](http://prezi.com/hgwqjgdxjpve/edit/#0_19668281)  
**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia



**GRÁFICO N° 54**  
**REPRODUCCIÓN DE UN VIDEO DEL TRABAJO QUE REALIZA**  
**NOVACERO S.A.**



**Fuente:** [http://prezi.com/hgwqjgdxjpve/edit/#0\\_19668281](http://prezi.com/hgwqjgdxjpve/edit/#0_19668281)  
**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

## ***UNIDAD V***

### ***3.3.10. La Sintonía en el Mercado***

#### ***3.3.10.1. Cómo etiquetar nuestra propuesta de valor para hacerla visible***

Los medios de comunicación tecnológicos como el internet ofertan diferentes formas de hacer publicidad a las empresas y sobre todo a sus productos ya que por medio de catálogos electrónicos pueden conocer los productos y servicios que ofertan.

Lo verdaderamente importante es que las personas que visitan las páginas web de las empresas recomiendan a otras personas que la visiten y sean ellos mismos quienes conozcan la misión, visión y productos que la empresa oferta.

#### ***3.3.10.2. La Importancia de las Redes Sociales***

En la actualidad el uso de las redes sociales se ha vuelto cotidiano para todos, por lo que ahora ofertar una empresa en una red social se vuelve muy económica y efectiva pero sobre todo muy atractivo para quienes consumen sus productos ya que por medio de estas podrán saber los nuevos productos que se están ofertando. La empresa debe mantenerse a la vanguardia de los cambios tecnológicos para no perder a sus clientes potenciales ya que la tecnología va cambiando muy rápidamente.

#### ***3.3.10.3. El Negocio de lo Gratis***

Ofertar productos por medio de la red es una manera de atraer nuevos clientes para fidelizarlos, ya que este tipo de negocio es totalmente gratis e innovador por lo que está al alcance de todas las empresas manufactureras, industriales y

productoras, dándoles beneficios que aportan al desarrollo de ventajas competitivas frente a la competencia.

La red brindar una infinidad de beneficios ya que por medio de esta se pueden publicar los productos en stock, promociones, descuentos y demás actividades que deseen anunciar para que sus clientes lo conozcan.

#### ***3.3.10.4. Innovar desde lo honesto/auténtico***

Lo auténtico/honesto es un concepto que nace de la reacción de la sociedad en la que todo se está comercializando desde un producto hasta los sentimientos. Por lo que la población empieza a mostrar malestar por que las empresas los tratan como consumidores y no como personas, es por ello que empiezan a buscar nuevas cosas que satisfagan sus necesidades por completo en todas las acciones que realicen.

#### ***3.3.10.5. Facebook, Fan page***

##### ***Descripción de Fan Page***

Las Facebook Page o Páginas de Facebook son herramientas que todos podemos utilizar para promocionar nuestra marca corporativa y así generar mayor exposición. Como es una red social que es consultada a diario por millones de personas, se convierte en una fuente imprescindible para captar futuros clientes para nuestro negocio.

##### ***¿Cómo crear tu Fan Page?***

- a) Iniciar sesión en una cuenta de Facebook normalmente.
- b) Abrir una nueva pestaña de tu navegador e ir a la siguiente dirección  
<https://www.facebook.com/pages/create.php>

- c) Selecciona una categoría que se relacione con el objeto de la creación de tu Fan Page.

### GRÁFICO N° 55

#### VENTANA PRINCIPAL DE LA FAN PAGE

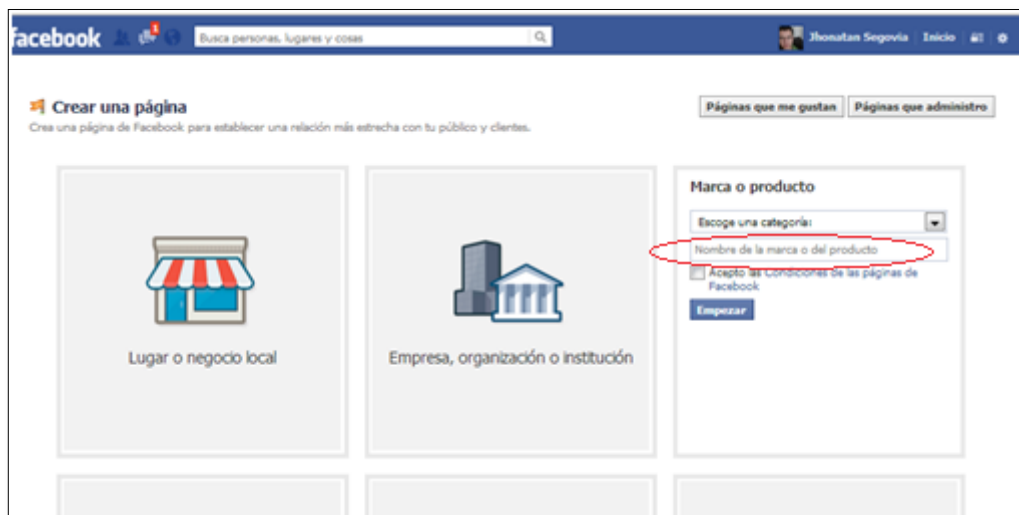


Fuente: <https://www.facebook.com/pages/create.php>  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

- d) Introduce el nombre que quieras que lleve tu página y completa los demás campos si es necesario.(no utilizar caracteres raros o especiales)

### GRÁFICO N° 56

#### NOMBRE DE TU FAN PAGE



Fuente: <https://www.facebook.com/pages/create.php>  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

- e) Ya tienes tu página creada, pero faltan algunos detalles que puedes completar como la fotografía que quieras.

### GRÁFICO N° 57

#### LLENA INFORMACIÓN EN TU FAN PAGE

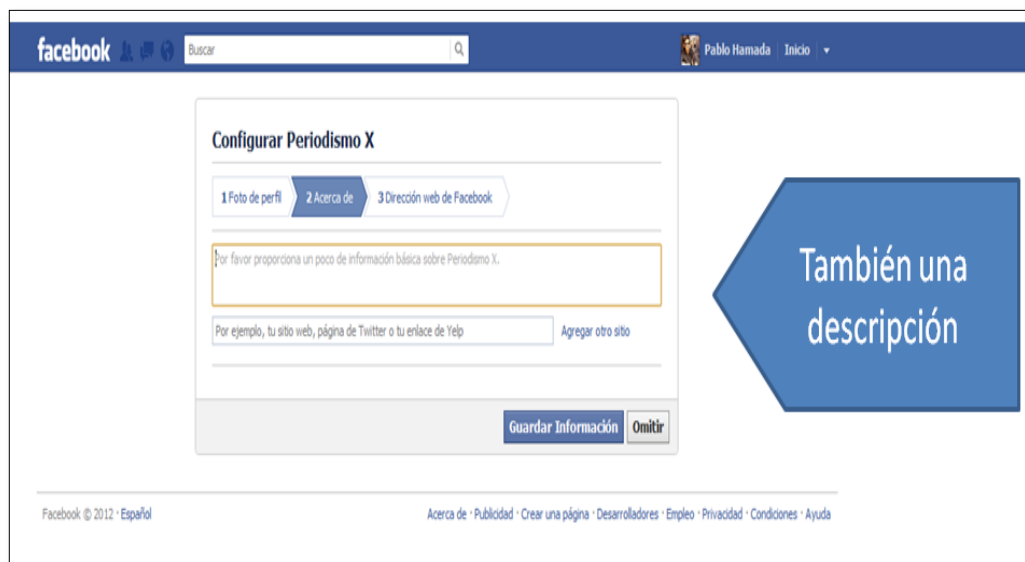


Fuente: <https://www.facebook.com/pages/create.php>

Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

### GRÁFICO N° 58

#### LLENA INFORMACIÓN EN TU FAN PAGE



Fuente: <https://www.facebook.com/pages/create.php>

Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

## GRÁFICO N° 59

### ELIGE UNA DIRECCIÓN WEB



**Fuente:** <https://www.facebook.com/pages/create.php>

**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

- f) Opción de activar un plan de anuncios, esta funcionalidad de la Fan Page aumenta considerablemente la posibilidad de que visiten tu página pero al igual que será beneficioso para tu empresa, tiene un costo.

## GRÁFICO N° 60

### ACTIVA TU FAN PAGE



**Fuente:** <https://www.facebook.com/pages/create.php>

**Elaborado por:** Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

- g) Listo, está completa la fase de creación, ahora se te aparecerán cuadros de dialogo para indicarte las funciones básicas de tu página.

## GRÁFICO N° 61 INDICACIONES DE FUNCIONES BÁSICAS



Fuente: <https://www.facebook.com/pages/create.php>  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

- h) De aquí en adelante depende de tu creatividad para que tu fan page sea la mejor y más visitada para publicitar tu producto y servicio.

## GRÁFICO N° 62 TU FAN PAGE



Fuente: <https://www.facebook.com/pages/create.php>  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

### Ejemplo aplicado a Arca Ecuador

Arca Ecuador, la Empresa embotelladora de “The Coca-Cola Company” desea implementar en la Provincia de Cotopaxi las Máquinas Vending para expender sus productos estrella para lo que requiere saber si la población objetivo estaría dispuesta a consumir sus productos mediante esta modalidad que en grandes ciudades es muy acogida.

Para determinar si su idea puede tener buena acogida por la población, desarrolla un concurso en el que a través de una serie de etapas los concursantes van desarrollando una investigación de mercado, entre las fases se encontraba la creación de una imagen corporativa, logo, eslogan y artes en general que identifiquen a su producto, posteriormente esas creaciones artísticas de marketing debían ser publicadas en una Fan Page creada para ese único motivo y los concursantes que gracias a su creatividad obtuviesen mayor número de visitas obtendrían una significativa cantidad de puntos extra y menciones especiales. Para este fin se crea la siguiente Fan Page.

### GRÁFICO N° 63 INFORMACIÓN BÁSICA DE LA FAN PAGE DE HOUSEGREEN

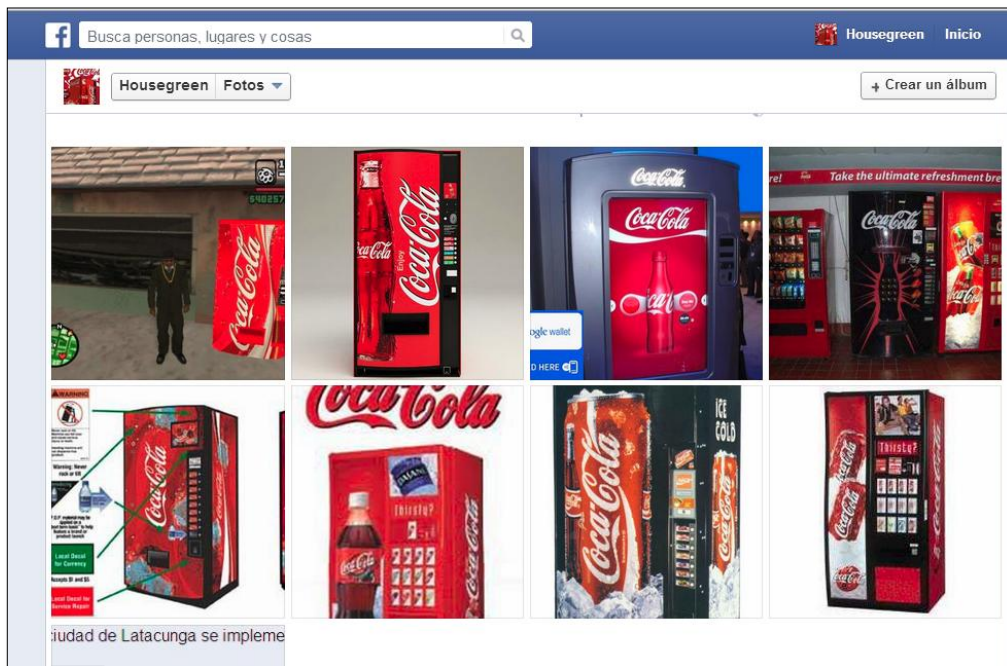
The image shows a screenshot of a Facebook fan page for 'Housegreen'. The page header includes the Facebook logo, a search bar with the text 'Busca personas, lugares y cosas', and the page name 'Housegreen' with a 'Inicio' link. Below the header, there is a navigation bar with 'Housegreen' and 'Información'. The main content area is divided into two columns. The left column is titled 'Sobre' and contains the text: 'SOMOS UNA EMPRESA QUE APORTA AL DESARROLLO ECONÓMICO Y COMUNICATIVO, UTILIZANDO COMO ESTRATEGIA EL ESTILO Y LA CREATIVIDAD EN NUESTRO DESEMBOLVIMIENTO LABORAL, GARANTIZANDO ASÍ UN BUEN SERVICIO Y BUENOS RESULTADOS.' Below this is a 'Descripción' section with the text: 'EN ESTA OPORTUNIDAD QUIENES CONFORMAMOS "HOUSEGREEN" REALIZAREMOS UN ESTUDIO DE MERCADO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA CON EL OBJETIVO DE CONOCER LA POSIBLE ACOGIDA QUE TENDRÁ LA IMPLEMENTACIÓN DE MAQUINAS VENDING (EXPENEDORAS DE BEBIDAS), LA REACTIVACIÓN DE ESTA MODALIDAD DE VENTA DE BEBIDAS DE LA MARCA "THE COCA-COLA COMPANY" EN LA CIUDAD ES INICIATIVA DE "ARCA ECUADOR". EN EL ECUADOR, ESTA MODALIDAD DE VENTA NO ES TAN CONOCIDA POR LO CUAL PROCURAREMOS DIFUNDIR POR LOS MEDIOS POSIBLES TODA LA INFORMACIÓN NECESARIA SOBRE "LAS MAQUINAS VENDING".' The right column is titled 'Información básica' and shows 'Se unió a Facebook' on '15/11/2011'.

Fuente: <https://www.facebook.com/pages/create.php>  
Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia



## GRÁFICO N° 64

### PUBLICACION DE IMÁGENES REFERENTES AL PRODUCTO



Fuente: <https://www.facebook.com/pages/create.php>  
 Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

## GRÁFICO N° 65

### PRESENTACIÓN DE ARTES



Fuente: <https://www.facebook.com/pages/create.php>  
 Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

## GRÁFICO N° 66

### PUBLICACIONES E INTERACCIÓN CON EL PÚBLICO



Fuente: <https://www.facebook.com/pages/create.php>  
 Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

## GRÁFICO N° 67

### INFORME SOBRE RESULTADOS DEL ESTUDIO DE MERCADO



Fuente: <https://www.facebook.com/pages/create.php>  
 Elaborado por: Jessica Cuyo y Jhónatan Segovia

De esta manera el producto que desees publicitar llegará a tu población objetivo y mediante la interacción podrás conocer fortalezas y debilidades que deban ser atendidas o aprovechadas, el éxito de tu Fans Page dependerá únicamente de tu creatividad y de atraer cada vez más visitantes. No desmayes si al principio parece que no obtendrás visitas, el mantener una página exitosa podrá requerir de una considerable parte de tu tiempo y constancia.

### ***3.3.11. Metodología Sugerida***

La metodología recomendada para impartir el presente módulo es:

#### ***3.3.11.1. Metodología Interactiva***

Mediante esta metodología existirá un constante debate sobre los temas a tratar, en este método intercambian información tanto el docente como los estudiantes para conjuntamente llegar a consensos.

#### ***3.3.11.2. El método de descubrimiento ‘activo-productivo’***

En este método el estudiante tiene un papel más activo que el docente, pero acentúa más la posibilidad creativa del estudiante. Éste método potencia el pensamiento productivo del estudiante, puede ayudarlo a practicar técnicas de investigación en la realidad.

### ***3.3.12. Recursos***

- **Didácticos:** El presente Módulo, bibliografía sugerida, bibliografía consultada.
- **Audiovisuales:** Equipos del laboratorio de Ingeniería Comercial.
- **Virtuales:** Software Blumind, PREZI, Facebook, internet.

#### ***3.6.13. Evaluación Sugerida***

Los tipos de evaluación sugerida son:

- **Diagnóstica.-** Conocer en qué nivel se encuentra el estudiante para fortalecer las falencias.
- **Formativa.-** Conocer cuánto del conocimiento impartido al estudiante lo hizo suyo.

### 3.3.14. Bibliografía Sugerida

- **CORNELLA, A.** Ideas x Valor = Resultados. España. Zero Factory S.L. Marzo 2013
- <http://www.facebook.com/pages/create.php>
- [http://prezi.com/yovqwpt\\_vlef/prezi-espanol/](http://prezi.com/yovqwpt_vlef/prezi-espanol/)
- <http://javiermegias.com/blog/2010/08/algunos-modelos-de-negocio-innovadores/>
- Adaptado de *Business Model Generation*, de Alexander Osterwalder y Yves Pigneur.
- <http://estratega.org/site/por-favor-dejemos-de-bastardear-el-termino-innovar/>
- Blumind - revisiones libres de descargas y del software | CNET  
Descargar [http://es.download.cnet.com/Blumind/3000-18509\\_4-75532636.html#ixzz2aJE8abQ5](http://es.download.cnet.com/Blumind/3000-18509_4-75532636.html#ixzz2aJE8abQ5)

### 3.4. Conclusiones

- El software libre es una gran ayuda al momento de cimentar los conocimientos ya que hace el proceso enseñanza-aprendizaje mucho más productivo tanto para los estudiantes como para los docentes dado que mediante la utilización de estas herramientas se puede practicar lo aprendido y dinamizar la clase.
- La elaboración de un módulo que sirva de apoyo para los estudiantes es un trabajo que conlleva mucha información y análisis ya que los contenidos deben ajustarse al perfil de los docentes para lograr resultados que aporten verdaderamente a la educación.
- Es muy importante escoger la metodología y las herramientas adecuadas de acuerdo a los contenidos del módulo y necesidades de los estudiantes ya que con esta combinación el conocimiento podrá ser impartido de forma eficiente.
- Al momento de realizar la presente guía podemos observar claramente que la teoría se hace mucho más interesante cuando la practicamos y mucho más si elegimos las herramientas adecuadas y, por qué no, las redes sociales que en nuestra carrera pueden ser utilizarlas como medios de difusión de productos y/o servicios.

### **3.5. Recomendaciones**

- Recomendamos a los docentes investigar más bibliografía que coadyuve al presente módulo.
- Es recomendable que el docente además de las herramientas tecnológicas presentadas en este módulo busque más alternativas que hagan cada vez más dinámica y productiva la clase.
- Actualizar periódicamente la bibliografía ya que lo que deseamos lograr es que la educación vaya de la mano con las NTIC.
- Todas las asignaturas de la Carrera de Ingeniería Comercial deberían contar con módulos que combinen la teoría con la práctica mediante la utilización de herramientas tecnológicas como software libre y páginas web.

## BIBLIOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA VIRTUAL

- **DUART, Josep y LUPIAÑEZ, Francisco. 2005.** E-strategias en la introducción y uso de las TIC. [En línea] Mayo de 2005. [Citado el: 29 de Abril de 2013.] <http://www.uoc.edu/rusc/dt/esp/duart0405.pdf>. 1698-580X.
- **FIGUEROA, Juanka. 2011.** Análisis del uso de las tics en educación en el Ecuador. [En línea] Slideshare.net, 30 de Marzo de 2011. [Citado el: 05 de Febrero de 2013.] <http://www.slideshare.net/juankafigueroa/las-tic-en-la-educacin-en-el-ecuador>.
- **GALEÓN, Jorge.** <http://jorgeofi.galeon.com/>. [En línea] [Citado el: 11 de 07 de 2013.] <http://jorgeofi.galeon.com/>.
- **GONZÁLEZ, Daniel. 2004.** [En línea] 19 de Enero de 2004. [Citado el: 10 de Julio de 2013.] [http://www.lsi.upc.edu/~tonis/daniel\\_gonzalez\\_pinyero..](http://www.lsi.upc.edu/~tonis/daniel_gonzalez_pinyero..)
- **Guestb8d906e.** slideshare.net. *Herramientas ofimaticas,tipos y evolucion.* [En línea] [Citado el: 11 de 07 de 2013.] <http://www.slideshare.net/guestb8d906e/herramientas-ofimaticastipos-y-evolucion-4013619>.
- **LLERA, Beltrán. 2009.** IMPORTANCIA DE LAS TICs EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE. [En línea] Noviembre de 2009. [Citado el: 16 de Abril de 2013.] <http://www.eumed.net/rev/ced/09/emrc2.htm>. 1989-4155.
- **LOAN, Majó. 2009.** IMPORTANCIA DE LAS TICs EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE. [En línea] Noviembre de 2009. [Citado el: 16 de Abril de 2013.] <http://www.eumed.net/rev/ced/09/emrc2.htm>. 1989-4155.
- **RIASCOS, Sandra. 2010.** Universidad del Valle. [En línea] 2010. [Citado el: 05 de Mayo de 2013.] [http://gyepro.univalle.edu.co/La\\_participacion\\_de\\_las\\_TIC\\_en\\_la\\_innovacion\\_empresarial.pdf](http://gyepro.univalle.edu.co/La_participacion_de_las_TIC_en_la_innovacion_empresarial.pdf).



- **SÁEZ, José. 2010.** Utilización de las TIC en el proceso de enseñanza aprendizaje, valorando la incidencia. [En línea] 17 de Septiembre de 2010. [Citado el: 16 de Abril de 2013.] <http://www.uclm.es/varios/revistas/docenciaeinvestigacion/pdf/numero10/7.pdf>. 1133-9926.

## **BIBLIOGRAFÍA CITADA Y CONSULTADA**

- **GONZALES, Martín y OLIVARES, Socorro. 2011.** *Comportamiento Organizacional Un enfoque latinoamericano*. México : Grupo editorial Patria, 2011.
- **HELLRIEGEL, Don, JACKSON, Susan y SLOCUM, John. 2009.** *Administración Un enfoque basado en competencias*. México : CENGAGE Learning, 2009.
- **TURBAN, Efraim, MCCDEAN, Ephraim y WETHERBE, James. 2011.** *Tecnologías de la Información para la Administración*. México : Compañía Editorial Continental, 2011.
- **VARELA, Rodrigo. 2008.** *Innovación Empresarial*. Colombia : Pearson Educación, 2008.

## ANEXOS

### Anexo N° 1

#### Encuesta



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

### UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y HUMANÍSTICAS

#### OBJETIVO

Determinar el nivel de importancia que tiene la implementación de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) en el proceso enseñanza aprendizaje en la cátedra de Innovación Empresarial para los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial.

#### INDICACIONES GENERALES

Lea detenidamente y marque con una X la respuesta que considere acertada de acuerdo a su criterio.

#### 1. ¿Conoce que son las NTIC?

SI

NO

#### 2. ¿Qué NTIC utiliza dentro de su actividad educativa?

Computador

Internet

Dispositivos de almacenamiento (USB, discos externos, etc.)

Proyector de datos

Software

Plataformas Virtuales

Correos Electrónicos

#### 3. ¿Cuál es el principal uso que le da a las NTIC?

Estudios

Investigación

Pasatiempo

Auto capacitación

**4. Los docentes, ¿con que frecuencia utilizan las NTIC en el proceso enseñanza aprendizaje?**

Siempre

A veces

Nunca

**5. ¿Considera usted que las NITC deberían ser utilizadas de forma permanente en el proceso enseñanza - aprendizaje?**

SI

NO

**6. ¿Qué nivel de importancia le da usted a la utilización de las NTIC en la carrera de Ingeniería Comercial?**

Alto

Medio

Bajo

**7. ¿Por qué cree que es importante la utilización de las NTIC en el proceso educativo?**

Mejor captación de conocimientos

Mejor preparación académica

Ayuda a mejorar la creatividad

Fomenta la innovación

Prepara al estudiante para la vida profesional

**8. El Docente que imparte la cátedra de Innovación Empresarial, ¿utiliza algún tipo de NTIC en el proceso enseñanza - aprendizaje?**

SI

NO

**9. ¿Le gustaría que la Universidad Técnica de Cotopaxi cuente con un laboratorio de simulación de negocios para la carrera de Ingeniería Comercial?**

SI

NO

**10. ¿Cree usted que el laboratorio de simulación de negocios debería contar con una guía pedagógica mediante el cual se imparta la cátedra de Innovación Empresarial con la interactividad de herramientas tecnológicas?**

SI

NO

**! Gracias por su colaboración ;**

**Anexo N° 2**  
**FOTOS ENCUESTA**





## Anexo N° 3



### ENTREVISTA

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**HUMANÍSTICAS**  
**ENTREVISTA**

#### OBJETIVO

Determinar el nivel de importancia que tiene la implementación de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) en el proceso enseñanza aprendizaje en la cátedra de Innovación Empresarial para los estudiantes de la carrera de Ingeniería Comercial.

#### DATOS INFORMATIVOS

**Nombre:** Ing. Wilson Trávez

**Título:** Ing. En Administración de Empresas, Analista de Sistemas, maestrante en MBA.

**Cargo:** Coordinador de la Carrera de Ingeniería Comercial

**Experiencia:** 10 años

1. ¿Cree usted que el uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación son importantes en la educación superior?
2. ¿Por qué motivos cree usted que en la Universidad Técnica de Cotopaxi no se aplican las NTIC?
3. ¿De acuerdo a su criterio, cree que los estudiantes serán competitivos en el mundo laboral sin conocimientos de la utilización de las NTIC?
4. ¿Por qué es importante que un estudiante tenga conocimientos de las NTIC?

5. ¿Qué NTIC utiliza para el proceso enseñanza - aprendizaje de la cátedra de Innovación Empresarial?
6. ¿Los Docentes reciben capacitaciones acerca de las NTIC?
7. ¿Existen Docentes especializados en la Cátedra de Innovación Empresarial?
8. ¿Qué tipos de Tecnologías recomendaría usted que se apliquen en la carrera de Ingeniería Comercial?
9. ¿Qué software cree que se debería utilizar en la cátedra de Innovación Empresarial?

## Anexo N° 4

### FOTOS ENTREVISTA AL DOCENTA





