

La innovación y el emprendimiento como herramientas para la transformación social y territorial.

Adriana Pedraza - Pacheco

Universidad Católica de Colombia

Facultad de Diseño

Myriam Stella Díaz-Osorio

Universidad La Gran Colombia

Facultad de Arquitectura

Andres Rodrigo Santana

Universidad Católica de Colombia

Facultad de Economía

Resumen

La atribución de los valores a partir de la teorización del “Patrimonio Cultural” como eje rector para determinar y validar cuáles son los elementos identitarios culturales de una comunidad, no da cuenta suficiente a la importancia de posibilitar la reflexión realizada por los integrantes de quienes constituyen dicha colectividad. Por ello, la fundamentación de la investigación *Alternativa de emprendimiento para la innovación social desde la gestión del patrimonio cultural - borde urbano sur oriental de Bogotá*, consideró abordar el tema a partir de la elaboración de herramientas didácticas de diversos tipos metodológicos activos con el fin de reflexionar conjuntamente, estrategias que permitan transformar y reivindicar los aspectos culturales para el desarrollo y tránsito de dichas habilidades.

Palabras clave (de cinco a siete)

aprendizaje significativo; aprendizaje reflexivo; emprendimiento social; innovación; desarrollo local

Introducción

El presente artículo hace parte de las consideraciones del proyecto de investigación: *Alternativa de emprendimiento para la innovación social desde la gestión del patrimonio cultural - borde urbano sur oriental de Bogotá*. El proyecto tiene como objetivo trabajar con la comunidad del sector de Yomasa, en la consolidación de un proceso de emprendimiento, que surja del reconocimiento, valoración y divulgación del patrimonio, buscando establecer relaciones entre las prácticas y dinámicas propias de la comunidad y el territorio.

A partir del reconocimiento del emprendimiento como un proceso de innovación social, se desarrollan una serie de acercamientos a la comunidad identificando una serie de valores para sus prácticas y relaciones con el territorio, que permiten considerar posibilidades de actuación frente a las realidades cotidianas, saberes, oficios y relaciones de pertenencia con lugares, que se reconocen al interior de la comunidad.

A través de diversas estrategias metodológicas se construye una metodología de aproximación a los pobladores del territorio, determinando, que son los saberes y prácticas de la comunidad el origen del conocimiento, buscando enriquecer el saber académico acerca de las alternativas, en términos de patrimonio cultural, que pueden incluirse o contraponerse al discurso canónico sobre el patrimonio.

Como parte de los resultados de las aproximaciones se evidencian las herramientas para la recolección, sistematización e interpretación de la información aportada por la comunidad y que apoyan la construcción del emprendimiento sustentando la resignificación del concepto del patrimonio cultural, ampliando su visión. De esta manera, el reconocimiento y divulgación de dichos eventos de carácter patrimonial, sean parte del sustento económico de las comunidades que habitan el territorio y construyen relaciones prácticas con el mismo.

Innovación Social

La innovación social, entendida como la búsqueda de soluciones viables, eficientes y sostenibles a los problemas sociales que enfrenta una comunidad (León et al., 2012), a menudo ha sido confundida con el emprendimiento social, en gran medida por su preocupación permanente por alcanzar mayores niveles de bienestar para la sociedad (Alvord et al., 2004; Dawson & Daniel, 2010; Morales Gutiérrez, 2008). Trabajos como los de Buckland & Murillo (2014) y Alonso-Martínez et al. (2014) han logrado hacer una aproximación a estos conceptos, sentando las bases para su diferenciación y estudio.

Actualmente no existe un consenso académico sobre lo que debe entenderse por innovación social. Por el contrario, gracias a los avances teóricos de las últimas décadas, se ha visibilizado como un “concepto extremadamente flexible, que puede ser abordado desde enfoques disciplinares y contextos muy diferentes” (Hernández-Ascanio et al., 2016, p. 169), lo que impide su “encapsulamiento en un espacio teórico cerrado y preciso” (Buckland & Murillo, 2014, p. 6).

Autores como Phills Jr. et al. (2008), Echeverría (2008) o La Comisión Europea (2013) han ofrecido definiciones que la describen como una solución a un problema social que resulta más eficaz, eficiente y sostenible que las existentes y cuyo valor creado se acumula en la sociedad y no en los particulares (Phills Jr. et al., 2008); un “medio para incrementar el bienestar, la calidad de vida (...) el buen funcionamiento de los servicios públicos” (Echeverría, 2008, p. 610) o “el desarrollo e implementación de nuevas ideas (productos, servicios y modelos) para satisfacer las necesidades sociales, crear nuevas relaciones sociales y ofrecer mejores resultados” (Comisión Europea, 2013, p. 4), dando respuesta a las demandas sociales que afectan el proceso de interacción social y el bienestar humano (Comisión Europea, 2013).

Así mismo, planteamientos como los de Bason (2010), Phills Jr. et al. (2008) y Westley (2013) encuentran en la innovación social un concepto con un campo de actuación más amplio que el del emprendimiento social, generando por ello impactos más grandes y duraderos (Bacon et. al, 2008; Dawson & Daniel, 2010; Munshi, 2010; Westley & Antadze, 2010).

Otras publicaciones explican a su vez, que el emprendimiento social consiste en dar solución a los fallos de mercado y crear oportunidades de negocio con valor social (Bacq & Janssen, 2011) al tiempo que se persigue la sostenibilidad financiera (Lasprogata & Cotten, 2003; Phills Jr. et al., 2008; Robinson, 2006), mediante la generación de productos y servicios (mejoras tangibles) (Moulaert & Nussbaumer, 2005).

De lo anterior es posible concluir que el emprendimiento social constituye una herramienta al servicio de la innovación social con la que se busca crear productos y resultados sociales (Abreu & Cruz, 2011) (Murray et al., 2011) a través de la óptica de los negocios (Bason, 2010; Phills Jr. et al., 2008; Westley, 2013), por lo que las metodologías de trabajo surgidas al interior del mundo empresarial como el Business Model Canvas (Osterwalder & Pigneur, 2011) y los esquemas clásicos de formulación y evaluación de proyectos resultan de gran utilidad.

Metodologías de aproximación

Teniendo como pretexto el concepto de patrimonio y las prácticas cotidianas de la comunidad del sector de Yomasa en la localidad de Usme en Bogotá. Se consideran las posibilidades del emprendimiento desde dos frentes. El primero, desde la practicidad del ejercicio de reconocimiento de los valores y posibilidades de creación de “negocios” a partir de las prácticas cotidianas. El segundo, desde la desincretización del

Design Thinking

El Design Thinking o pensamiento en diseño es una metodología utilizada a menudo para el planteamiento de ideas de negocio innovadoras que posteriormente pueden esquematizarse en los nueve cuadrantes trabajados en el Business Model Canvas: segmentos de mercado, 2) propuesta de valor 3) canales, 4) relaciones con clientes, 5) fuentes de ingresos, 6) recursos clave, 7) actividades clave, 8) asociaciones clave y 9) estructura de costos (Osterwalder & Pigneur, 2011).

Su aplicabilidad en el emprendimiento social radica en que permite resolver problemas reduciendo riesgos y aumentando las posibilidades de éxito. Se centra en las necesidades humanas y a partir de allí desarrolla un proceso de observación, creación de prototipos y ejecución de pruebas o testeos para así dar soluciones tecnológicamente factibles que por medio de una estrategia viable de negocios se convierten en valor para el cliente y oportunidades de mercado (Serrano Ortega & Blázquez Ceballos, 2015).

Cinco etapas componen el proceso Design Thinking: empatía, definición, ideación, prototipado y testeo. Contrario a lo que podría creerse no se trata de un proceso lineal, sino iterativo, puesto que sirve para abordar retos de difícil solución compuestos por los llamados *wicked problems*, problemas complejos de definir y resolver que sólo se irán descubriendo a lo largo del proceso, viajando hacia atrás y hacia adelante, saltando incluso a fases no consecutivas (Design Tinking en español, 2022).

Design Thinking en español (2022) ha definido cada etapa de la siguiente manera:

Empatía: comprensión profunda de las necesidades de los usuarios implicados en la solución en desarrollo y su entorno con el fin de generar soluciones consecuentes con sus realidades.

Definición: separación de la información obtenida en la fase de empatía para identificar lo que realmente aporta valor y lleva al alcance de nuevas perspectivas. En esta etapa se identifican problemas cuyas soluciones resultan claves para la obtención de un resultado innovador.

Ideación: generación de un sinfín de opciones. En esta fase, las actividades favorecen el pensamiento expansivo eliminando los juicios de valor para evitar quedarse con la primera idea que pueda surgir.

Prototipado: Consiste en convertir las ideas en realidad. Construir prototipos hace las ideas palpables y ayuda a visualizar las posibles soluciones. Además, pone de manifiesto elementos que se deben mejorar, refinar o cambiar antes de llegar al resultado final.

Testeo: durante la fase de Testeo, se prueban los prototipos con los usuarios implicados en la solución en desarrollo. Esta fase es crucial, y ayuda a identificar mejoras significativas,

fallos a resolver y posibles carencias. Durante esta fase la idea evoluciona hasta convertirse en la solución definitiva.

Cada etapa se apoya en herramientas y técnicas que pueden usarse en una o más fases del proceso creativo. Ayudan a descubrir los insights o «hallazgos» necesarios para realizar con éxito el proyecto, ayudan a seguir un hilo conductor, y potencian la creatividad al mismo tiempo que el análisis (Ambrose & Harris, 2010). La tabla 1 presenta algunas de las técnicas trabajadas en cada fase.

Técnicas del Design Thinking

Empatía	Definición	Ideación	Prototipado	Testeo
Mapa de actores	Perfil de usuario	Dibujo en grupo	Inmersión cognitiva	Interacción constructiva
Inmersión cognitiva	Mapa de interacción de usuarios	Tarjetas	Mapa de interacción de usuarios	Evaluación de la experiencia
Mapa mental	Mapa mental	Mapa mental	Dibujo en grupo	Maquetas
Moodboard	Moodboard	Maquetas	Evaluación controlada	Mapa de ofertas
Observación encubierta	Matriz de motivaciones	Moodboard	Mapa mental	Póster
¿Qué, cómo, por qué?	Personas	Mapa de ofertas	Maquetas	Juego de roles

Guión de la entrevista cualitativa	Mapa de empatía	Personas	Mapa de ofertas	Prototipo en bruto
Entrevistas cualitativas	Actividades de reactivación	Prototipo en bruto	Personas	Prototipo en imagen
Usuarios extremos	¿Cómo podríamos...?	Cuenta cuentos	Juego de roles	Evaluación en contexto
Storytelling	Historias compartidas	Lluvia de ideas (brainstorming)	Prototipo en bruto	Guión gráfico (storyboard)

Tabla 1. XXXXX

Fuente: Elaboración propia, basado en Design Thinking en español (2022)

Transposición didáctica

La transposición didáctica, planteada por Yves Chevallard (1998) para la enseñanza de las matemáticas. Esta teoría decodifica la enseñanza y el aprendizaje en dos tipos de saberes: el saber sabio, que es aquel que viene desde la ciencia, es técnico y que es objeto de transformación para que sea asimilado por un aprendiz y posteriormente convertirse en el saber enseñado; allí entendemos que dicha transferencia de conocimiento sabio está a cargo de la comunidad académica y se transfiere a la comunidad estudiantil con la finalidad de afianzar conceptos académicos y optimizar un aprendizaje.

Se puede decir entonces que la *transposición didáctica* es un proceso que implica tener un saber académico y canonizado que se quiere transmitir en un lenguaje menos técnico y más asequible, que permita su comprensión y apropiación. Así, el conocimiento académico debe sufrir un proceso de transformación que lo simplifique, sin perder la esencia del contenido.

Es por ello que se requiere que en la transposición didáctica se realicen los siguientes procedimientos, buscando transformar el conocimiento, llevándolo a términos reconocibles y aplicables al contexto de las comunidades o usuarios a quienes se les quiere impartir.

1. **Comprender** el conocimiento académico y canonizado a través del análisis y síntesis de sus elementos fundamentales, propósitos y contenidos esenciales.
2. **Interpretar** el saber y los contenidos esenciales para construir una versión que se adapte al lenguaje de las comunidades a quienes irá dirigido el conocimiento, integrando alternativas de expresión adecuadas.
3. **Controvertir** el saber enseñado en busca de la continua transformación de métodos, lenguajes y aproximaciones para diversas comunidades y escenarios.



Figura 1. Fases de la transposición didáctica

Fuente: Elaboración propia 2022.

Desde la perspectiva del proyecto de investigación y buscando resignificar los contenidos que se construyen al interior de la comunidad, se establece que basados en la teoría de Chevellard, es útil variando el orden y la codificación de los saberes, convirtiendo así el saber popular en el el saber sabio que se establece en las costumbres, arraigo y experiencias de la comunidad. Siendo así, este el saber que debe ser decodificado para ser interpretado y comprendido. De esa manera es la academia, la que debe aprender de ese conocimiento que puede diferir de las apreciaciones catalogadas sobre el patrimonio cultural.

La metodología supone una serie de acciones que permiten transitar los distintos momentos del conocimiento, para consolidar una nueva mirada del mismo, aportando elementos en el proceso de interpretación para la consolidación de un nuevo saber.

4. **Comprender** el patrimonio cultural desde la noción de un evento (material y/o inmaterial) que tiene el poder de territorialización urbana para una comunidad.
5. **Interpretar** el significado que tiene la comunidad del concepto de patrimonio cultural, considerando alternativas para establecer acuerdos entre la definición teórica y la realidad práctica del reconocimiento y la memoria colectiva.
6. **Controvertir** las diferentes formas de entender el concepto de patrimonio cultural, apoyados en la cotidianidad de una comunidad, permitiendo el enriquecimiento del ámbito teórico apoyado por el aspecto práctico.

Por consiguiente será la academia quien adquiere el saber con el fin de transformar dicho aprendizaje para comprenderlo, decodificarlo y adaptarlo a un nivel técnico, pudiendo ser una plataforma de apoyo que potencialice los saberes comunitarios en posibles activadores

de situaciones de la comunidad, que le permitan no sólo reconocerse como entidad propia y única sino articularse con dinámicas de impulso y transformación con el resto de la ciudad.

Resultados

Las metodologías empleadas confluyen de manera armónica al convertir en protagonista a la comunidad, sus experiencias y saberes. Es ella la encargada de transmitir su conocimiento e identificar los lugares, prácticas e iniciativas emprendedoras de mayor relevancia para su cotidianidad, a fin de establecer patrones distintivos del territorio que sirvan como base para la generación de una propuesta de innovación social que vincule patrimonio y emprendimiento en un tejido único que involucre a diversos actores en procura de una mayor cohesión social y desarrollo económico.

Entendiendo esto, se aplicaron de forma paralela, algunas técnicas del design thinking y otros instrumentos de transposición didáctica en grupos de población diferenciados, logrando con ello hacer un reconocimiento del territorio y sus atributos de manera independiente, reduciendo así los posibles sesgos del trabajo en equipo y obteniendo con ello los insumos necesarios para la construcción de una amplia red de colaboradores que visibilicen el patrimonio identificado y potencialicen los negocios locales.

En las siguientes líneas se presentan los instrumentos y técnicas empleados en los talleres adelantados con la comunidad, como resultado de la implementación de los hallazgos de la revisión metodológica expuesta en el apartado anterior.

El Juego

Es de reconocer que a través de los recursos pedagógicos activos se logra obtener la comunicación de diferentes actores con el fin de reflexionar, comprender y construir sobre los hallazgos culturales para ser entendidos, es así como lo afirma Campos Y. (2000). P.1. cuando describe que: “las estrategias de aprendizaje hacen referencia a una serie de

operaciones cognitivas que el estudiante lleva a cabo para organizar, integrar y elaborar información y pueden entenderse como procesos o secuencias de actividades que sirven de base a la realización de tareas intelectuales y que se eligen con el propósito de facilitar la construcción, permanencia y transferencia de la información o conocimientos. Concretamente se puede decir, que las estrategias tienen el propósito de facilitar la adquisición, almacenamiento, y la utilización de la información. “Campos, Y. (2000). P.1. Con base entonces a la anterior afirmación y teniendo en cuenta que existen un sin número de herramientas y metodologías de aprendizaje significativo que permiten realizar vínculos con las comunidades, el grupo de investigación y el Semillero de Pedagogía de la Universidad Católica de Colombia, toma como primera alternativa desarrollar un elemento que pueda permitir esa comunicación necesaria para la identificación y entendimiento de los valores identitarios colectivos del lugar. A partir de la gamificación como estrategia pedagógica, se elabora el juego “Usmeño soy, Usmeños hoy”, juego que fue concebido para la identificación de diversos eventos, lugares y saberes que tuvieran significación en la comunidad de Usme y que facilitaran el trabajo con la población. El objetivo central del desarrollo de un juego fue el tratar de relacionarnos e identificarnos como seres que construyen conjuntamente conocimiento, quienes a partir de relacionarnos en la confianza y libertad de expresión consoliden lazos para el trabajo y aprendizaje mutuo de los valores culturales.

Este juego se desarrolla como un dinamizador, el cual como herramienta didáctica activa, permita el diálogo y se logre construir información, comprenderla, organizarla no sólo por el grupo de investigadores sino por la comunidad y para la comunidad

Los Actores:

En miras a la generación de ambientes de aprendizaje significativos para las partes participantes, y basándose en la metodología de gamificación, la cual por tratarse de un juego no se lee como una herramienta académica sino dinámica y divertida, permitiendo la participación conjunta entre los diferentes involucrados, se prioriza la comunidad como el principal formador sobre los diferentes hechos culturales significativos siendo los investigadores quienes aprenden de dicha información, con el fin de clasificarla y que se logre a partir de la potencialización de la misma, entregársela a la comunidad a través de diversas dinámicas e ideas de emprendimientos para poder ser potencializada. En conclusión,

los formadores de formadores serían la comunidad y estudiantes e investigadores los receptores y procesadores de dicha formación para y por la comunidad.

Los Objetivos centrales del juego:

- Identificación de lo que considera la comunidad como identitario y único
- Descubrimiento de semejanzas y diferencias de saberes académicos de patrimonio cultural y saberes de comunidad
- Identificación de posibles eventos y/o elementos culturales únicos para la comunidad
- Favorecimiento de la organización de saberes, actividades y/o oficios que se puedan desarrollar como emprendimiento social



Figura 2: Ejemplificación gráfica del cómo realizar desde didácticas pedagógicas trabajo con comunidad.

Fuente: Semillero de Pedagogía del Diseño UCC 2020.

Creación y Desarrollo del Juego

El Tablero

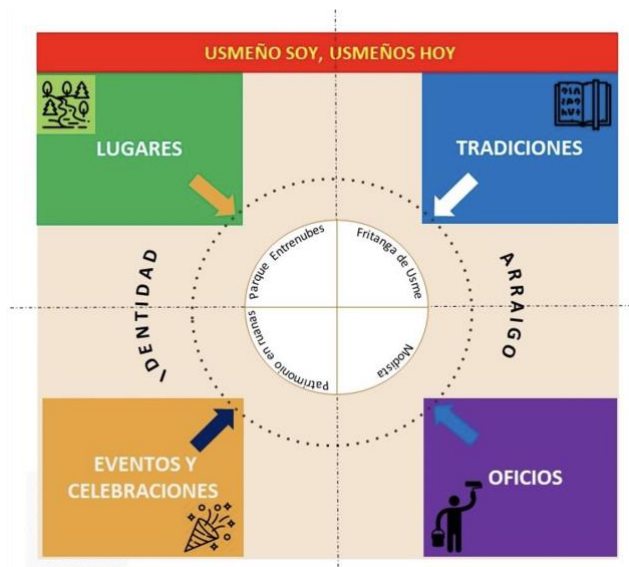
Para la construcción de un tablero base para el juego, priorizando la directriz principal de resaltar el saber de la comunidad pero que pudiera ser analizada y comprendida desde

definiciones académicas de lo que es patrimonio cultural, se realizó una base inductiva pero abierta, definida por cuatro categorías en donde se pudiera clasificar y comparar que entendía la comunidad por cada uno de los conceptos dados y como estaba definido desde la institucionalidad. Primero se realizó con los estudiantes del semillero un tablero de trabajo y clasificación y posteriormente se definió que un tablero tipo juego de mesa, similar al tablero de parques, permitiría a los participantes fácilmente, reconocer y entrar a jugar, debido a que probablemente ya existía un conocimiento previo e identificación de un juego similar.

Categorías	Pregunta direccionada x el saber académico	Grupo de dibujos que podrían identificar	Icono simbólico y/o color para codificación de investigadores	Resultado y/o conclusión
Identidad 	¿Qué diferencia a un usmeño de otros habitantes de la ciudad?			Paola
Territorio 	¿Qué hace que usted se sienta usmeño?	Tunjo, pictografía, hacienda, edificio antiguo, estación de tren, plaza, templo Tunjo, pictografía, hacienda, edificio antiguo, estación de tren, plaza, templo		Michel
Oficios y/o Saberes  	¿Qué extrañaría de Usme si ya no lo tuviera?	comida, baile-música, personajes de la comunidad, productos agrícolas, artesanía (canasto), fiestas religiosas, leyendas	 	Oficios : Vannesa Saberes : Jefferson

Figura 2: Tablero de Trabajo y clasificación interno Semillero de Pedagogía del Diseño.

Fuente: Semillero de Pedagogía del Diseño UCC 2020



Tablero de Trabajo y clasificación interno Semillero de Pedagogía del Diseño

Fuente: Semillero de Pedagogía del Diseño UCC 2020

para poder construir y apoyar en la formación del proyecto de innovación

trabajarse conjuntamente para desarrollar un proyecto de innovación que sea base y plataforma de apoyo para el emprendimiento.

Por consiguiente, el grupo de investigación realiza diferentes didácticas que le permitieron reunir la información de la comunidad por medio de juegos, talleres y diversas actividades en sitio para modelar la información y establecer cuáles podrían ser las dinámicas a valorarse como entes culturales propios del lugar.

El mapa de actores

La técnica del mapa de actores presenta de manera gráfica las conexiones entre los distintos actores sociales que componen un servicio. Tales actores pueden ser personas, empresas u organizaciones y los servicios a analizar, de cualquier tipo. Con su implementación se espera tener una imagen clara sobre los usuarios que intervienen en el servicio de cara a la identificación de las personas a investigar en la primera fase del proceso de diseño, estructurar la definición de las funcionalidades de la solución final (Design Thinking en español, 2022) e identificar los posibles grupos de interés y de poder para analizar cómo pueden influir en el proyecto, cómo se relacionan entre sí, o determinar su grado de influencia (Advenio Strategy&Business design, 2022).

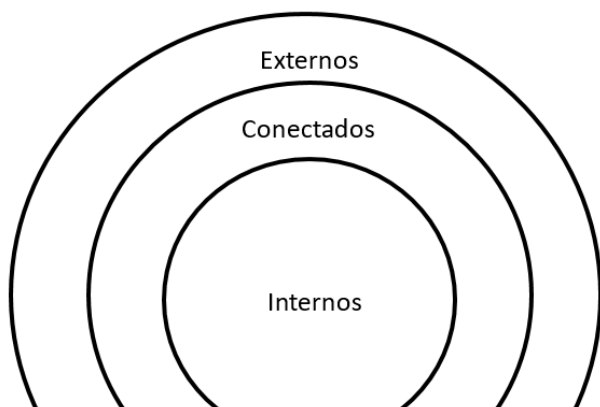
Habitualmente, los stakeholders suelen clasificarse en tres grandes grupos:

- Internos: empleados, accionistas, socios, etc.
- Conectados (relación directa): clientes, entidades financieras, distribuidores, proveedores, etc.
- Externos: gobierno, medios de comunicación, comunidades, foros, grupos de presión, sociedad en general (Advenio Strategy&Business design, 2022).

Los stakeholders identificados se ubican en las tres categorías mencionadas, siguiendo un esquema de anillos, tal y como se muestra en la figura XXX

Figura XXXX

Estructura mapa de actores



Nota: elaboración propia, basado en Advenio Strategy&Business design (2022)

La construcción del mapa de actores para el proyecto “*Alternativa de emprendimiento para la innovación social desde la gestión del patrimonio cultural - borde urbano sur oriental de Bogotá*” se llevó a cabo con dos grupos etarios del colegio Ofelia Uribe de Acosta. El primero de ellos se compuso de niños entre los 13 y 16 años y el segundo estuvo constituido por jóvenes mayores de 16. Cada equipo contó con la participación de 14 personas que agruparon los negocios, las locaciones, proveedores e instituciones de apoyo de mayor importancia para su comunidad.

Dados los objetivos perseguidos por el proyecto se hizo una adaptación de la metodología para trabajar los tres anillos o categorías de la siguiente forma:

Anillo central: emprendimientos y locaciones representativas para la comunidad, con potencial de desarrollo turístico.

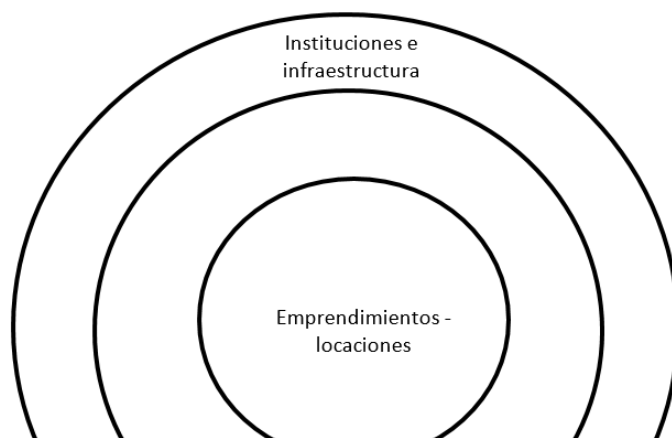
Anillo medio: proveedores y organizaciones de apoyo o vinculadas a los emprendimientos y locaciones del anillo central.

Anillo externo: instituciones de soporte e infraestructura

La figura XXXX presenta la estructura de la técnica empleada

Figura XXX

Mapa de actores borde urbano sur oriental de Bogotá



Nota: elaboración propia, basado en la metodología design thinking (2022)

De esta forma se identificaron y clasificaron un conjunto de lugares, negocios, actividades, organizaciones e instituciones que podrán vincularse al modelo de emprendimiento social, en un proceso de innovación social que busca aprovechar el potencial turístico de la zona para mejorar las condiciones de vida de la población, al tiempo que se aporta al reconocimiento, apropiación y autogestión del patrimonio identificado en la zona.

Entre los lugares más representativos para los grupos participantes se encuentran los parques naturales, los negocios de comidas rápidas, los centros de comercio, los centros culturales y educativos, los templos religiosos, otros lugares de esparcimiento e instituciones de apoyo e infraestructura como Transmilenio y el Gobierno Nacional.

Las figuras XXXX y XXXX dan cuenta de estos primeros hallazgos.

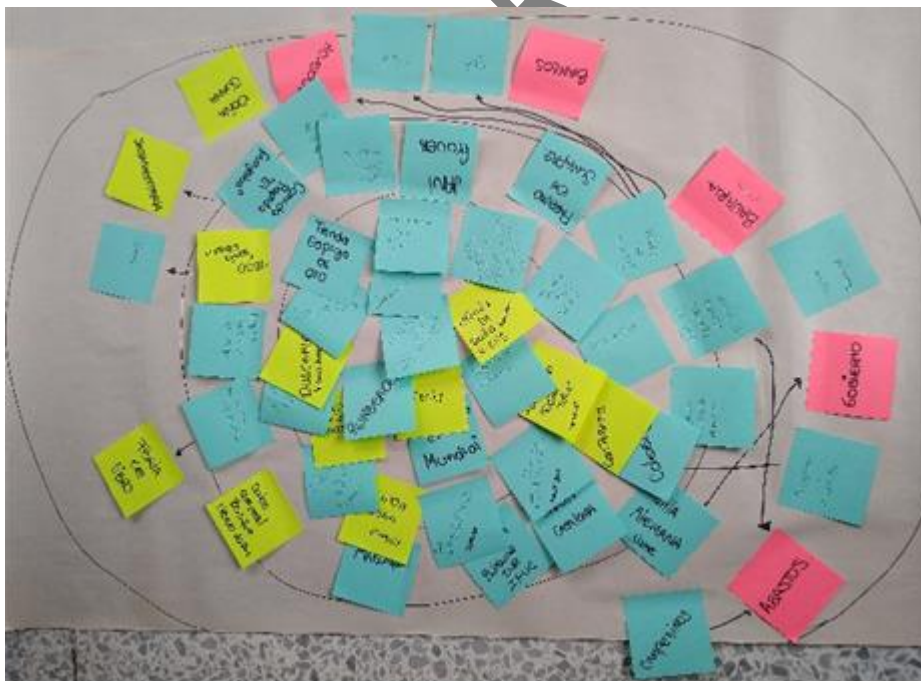
Figura XXXX

Mapa de actores, grupo etario 1



RELIMINAR INEDITO

RELIMINAR INEDITO



Lluvia de ideas o brainstorming

La lluvia de ideas es una técnica creada para generar un gran número de opciones frente a un problema a resolver o necesidad a satisfacer. Constituye la actividad clave en la generación del grueso de ideas sobre las que se trabajará en el modelo de emprendimiento. Para desarrollarla se requiere plantear una o varias preguntas que intentarán ser resueltas por los participantes, buscando obtener la mayor cantidad de alternativas posibles. Aunque es un proceso en el que priman la creatividad y la libertad, se recomienda seguir un orden orientado por un objetivo preestablecido (Design Thinking en español, 2022).

La lluvia de ideas recreada para esta investigación se enfocó en articular los hallazgos del mapa de actores, en otras palabras, buscó establecer una idea que permitiera acoger las locaciones y negocios identificados en el anillo central en un concepto único y diferenciador. De esta forma se pretende crear una propuesta de valor única para los visitantes del lugar que permita potenciar su atractivo turístico y generar un trabajo colaborativo entre comunidades, empresarios e instituciones con presencia en el territorio, a fin de brindar las condiciones necesarias para la generación de nuevos y mayores ingresos y la preservación de la cultura local.

Dos grupos participaron en esta actividad, a cada uno se le entregó el compendio de lugares y emprendimientos registrados en el mapa de actores. Se dio la instrucción de agruparlos siguiendo criterios libres de clasificación y se les permitió agregar otros lugares o negocios que creyeran que resultaban importantes para el ejercicio.

Como resultado se reseñaron las categorías: centros de recreación, comidas típicas, iglesias, tiendas de barrio, fin de semana y lugares cercanos.

En un segundo momento se pidió a los participantes que ordenaran los elementos de cada categoría, utilizando una escala numérica según la cual los números más cercanos a 1 revelaban una mayor importancia en relación con los números más alejados. Siguiendo la misma metodología, en un tercer momento, los equipos ordenaron las categorías definidas de la más importante a la menos importante.

Las figuras XXXXX y XXXXX presentan los resultados obtenidos

Figuras XXXX y XXXX

Resultados de la lluvia de ideas



MINAR INEDITO



Cartilla

Aplicación Web

La investigación desde su origen contempló la posibilidad de apoyarse en las nuevas tecnologías para el registro, sistematización, gestión y divulgación de los eventos patrimoniales, los emprendimientos y el público en general. De esta manera se diseñó un prototipo de plataforma web para dispositivos móviles que permitiera una interacción entre los actores y eventos.

De esta manera, se plantea la posibilidad de que los emprendimientos vinculados al área de patrimonio se soporten en el recurso digital para su divulgación y reconocimiento por parte de la comunidad, ampliando las posibilidades de participar de las dinámicas económicas del sector.

El diseño de la plataforma tiene como base inicial la localización de los recursos patrimoniales, de esta manera, en la exploración de esta temática se va especializando el tipo de usuario, y se diferencia su interacción con los contenidos propuestos.

Así, la estructura encadenada de contenidos se organiza en cuatro niveles de navegación donde, a partir de la exploración de los recursos patrimoniales, se puede acceder a la sección de registro al querer interactuar con actividades y visitas. Los niveles son los siguientes:

PRIMER NIVEL HOME: es el primer escenario que se visualiza y en el que se presentan las primeras interacciones con los recursos patrimoniales. Se presenta una galería de fotografías identificadas con su nombre e información del evento patrimonial explorado. En la misma interfaz se encuentra la posibilidad de registro e inicio de sesión para acceder como usuario registrado, sea emprendedor, administrador o usuario registrado.

SEGUNDO NIVEL: MAPA INTERACTIVO: En el segundo nivel se presenta un mapa interactivo que permite acceder a los eventos patrimoniales registrados en la base de datos de la plataforma. De una manera interactiva los recursos serán categorizados en las cuatro categorías propuestas por los investigadores para clasificar los diversos recursos

patrimoniales. De esta manera, cada evento patrimonial de la base de datos se localiza en el mapa y puede ser revisado al seleccionarlo por su icono, color y categoría.

TERCER NIVEL: PÁGINA DEL EVENTO ESPECÍFICO (n)

En este nivel se accede a la información concreta de cada uno de los registros de eventos patrimoniales. En esta sección aparece la descripción del mismo, una galería de fotografías, la clasificación del evento patrimonial. También se designa un espacio para comunicar actividades a manera de programador con vínculos para la inscripción a los mismos.

CUARTO NIVEL: INTERACCIÓN ENTRE SECCIONES

En este nivel se expone la posibilidad de relaciones entre las diversas secciones así. En el nivel tres existe la posibilidad de programar visitas o participar de las actividades de los emprendimientos, así que para ello es necesario registrarse, lo que nos lleva al primer nivel para este registro e ingreso como usuario ya registrado.

De la misma manera es posible que desde en nivel 1 se llegue al nivel tres, a partir del clic sobre la imagen que se elija de la galería del HOME, vinculando las dos secciones sin el mapa.

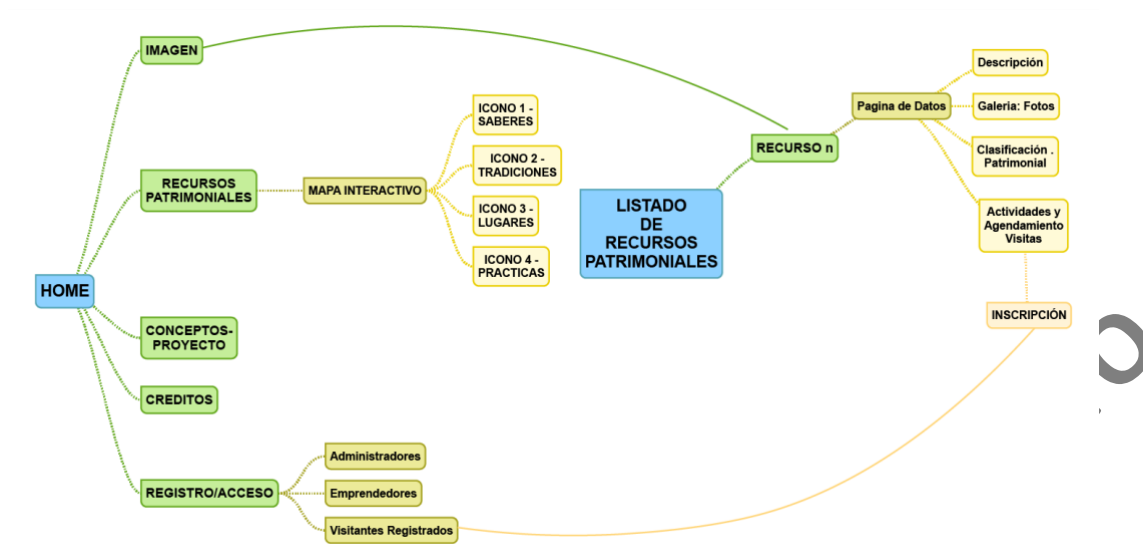


Figura XXX. Esquema Jerárquico - Niveles y contenidos

Fuente: Diaz-Osorio (2021)

De esta manera, dentro de la investigación se articulan herramientas que fortalezcan el ejercicio del emprendimiento, aportando una oportunidad de difusión y gestión de la información y las posibilidades de relaciones entre los procesos y los actores.

Discusión

La búsqueda de instrumentos para la generación de un modelo de innovación social, aplicado a una comunidad, lleva a indagar sobre distintas metodologías que aporten herramientas para la consolidación de un proceso que permita, construir desde el diálogo, contenidos,

aprendizajes, resultados y productos que realmente impacten las condiciones, prácticas y económicas de dichas comunidades.

Es así como con el ejercicio realizado se construye una nueva forma de apropiar las técnicas de dos metodologías como el *Design Thinking* y la *Transposición Didáctica*, para establecer un cambio de paradigma sobre el conocimiento empírico de las comunidades y la manera de validarlo para enriquecer el conocimiento académico, de tal manera que se puedan establecer nuevas maneras de actuar y vincular a las comunidades a los procesos de construcción de conocimiento, apropiación y usufructo de los beneficios de sus propias prácticas y procesos cotidianos. Así el reconocimiento del patrimonio actúa como pretexto para establecer lazos entre los distintos saberes, entre distintas formas de aproximarse al concepto y a los eventos patrimoniales

Sin embargo, surge una pregunta en medio de esta discusión ¿es la generación de un modelo de negocios la mejor forma de gestionar el patrimonio identificado en el territorio? ¿Seguir la lógica del mercado puede ayudar a la comunidad a cumplir los objetivos de resignificar y preservar los recursos patrimoniales de la zona? ¿El emprendimiento y la cultura van en contravía?

Experiencias latinoamericanas como de Ecuador, Río de Janeiro o El Salvador y otros intentos en la

Conclusiones

De acuerdo a las consideraciones iniciales del proyecto el modelo de emprendimiento se establece desde el reconocimiento de los actores, lugares y relaciones que se evidencian en los procesos cotidianos de una comunidad como la de la localidad de Usme, específicamente la asociada a los barrios de Casa Loma y xxxx (Cerca al colegio Ofelia Uribe).

Este modelo planteado, elige el patrimonio como pretexto para reunir a la comunidad en torno a los valores y eventos, que ellos mismos, reconocen y encuentran como parte de su memoria colectiva, para pretender construir nuevas narrativas en torno al concepto de patrimonio, a su apropiación y provecho para la comunidad y la construcción de territorios y territorialidades.

General: Implementar un modelo de emprendimiento social que vincule a las comunidades del borde de la ciudad en torno a la resignificación y gestión del patrimonio como estrategia de desarrollo y emprendimiento local.

Específicos:

- Promover los vínculos comunitarios pertinentes para el desarrollo de un modelo de emprendimiento que se evidencie como resultado de un ejercicio de Innovación social, la participación comunitaria y las posibilidades de aplicación efectiva en un contexto determinado.
- Integrar los recursos patrimoniales de la zona al modelo de emprendimiento social.
- Desarrollar módulos de gestión y divulgación a través de servicios en la nube para permitir la interacción de los usuarios, la comunidad y las entidades locales en busca de la participación del público en doble vía como productor del contenido y como usuario de estos.

El trabajo con miembros de la comunidad del borde urbano de Usme y el uso de técnicas y herramientas propias del Design Thinking y la Transposición Didáctica permitieron hacer una aproximación al territorio, reconocer sus saberes, identificar eventos patrimoniales; detectar actores de interés, conocer sus relaciones y dar los primeros pasos hacia la generación de una idea de negocio, mediada por las tecnologías de la información y las comunicaciones (TICs), con la que se busca transformar la realidad social y económica de los pobladores de la zona.

Con estos avances se inició un proceso de cooperación en el que diversos grupos poblacionales fueron escuchados mediante la aplicación de instrumentos didácticos creados o adaptados de acuerdo con los objetivos perseguidos por la investigación. Con ello se demuestra la versatilidad de estas técnicas y se dan algunas luces acerca de su posible utilización en campos distintos a los comúnmente trabajados.

Al emplear el emprendimiento social como un medio para la transformación de las dinámicas sociales del territorio, el planteamiento de un modelo de negocio no riñe con los propósitos

altruistas de resignificación y conservación del patrimonio cultural, toda vez que promueve la auto gestión e incentiva la participación comunitaria, convirtiendo a los residentes en protagonistas de las iniciativas de cambio planteadas para la preservación del saber popular y la mejora de sus condiciones de vida.

La integración de los recursos patrimoniales al modelo de emprendimiento parte de este proceso de diálogo y de la priorización de las experiencias de la comunidad en la construcción de una definición de patrimonio, aunque esto signifique salirse de las interpretaciones formales ofrecidas por el mundo académico, en un esfuerzo por dotar de un mayor sentido y simbolismo al concepto y poner en el centro de la discusión muchos de los paradigmas reinantes en esta materia.

Replicar estos ejercicios con otros actores sociales puede aportar nuevas visiones y agregar nuevos participantes al modelo, otorgando así mayor dinamismo y alcance a la propuesta. Nuevos retos se vislumbran para la investigación: la sistematización de la información recolectada, la ideación en torno a los hallazgos de esta primera fase, la construcción de un tejido social que soporte las actividades del proyecto y el entrenamiento para la autogestión de la plataforma web son sólo una muestra de los esfuerzos por venir.

La organización de la plataforma se Las posibilidades que aportan la TIC's a la

Referencias bibliográficas

Abreu, J. L., & Cruz, J. (2011). Innovacion Social: Un analisis de Conceptos, Etapas y Modelos. *Segunda Sesion de La 5a Edicion de La Catedra Agustin Reyes Ponce y 4to Coloquio de Cuerpos Academicos En Ciencias Economico Administrativas CUMEX*, 1–30.

Advenio Strategy&Business design. (2022). *Stakeholders Map: “quién es quién” en tu modelo de negocio*. - Advenio. <https://advenio.es/stakeholders-map-quien-es-quien-en-tu-modelo-de-negocio/>

Alonso-Martínez, D., González-Álvarez, N., & Nieto, M. (2014). Emprendimiento social vs innovación social. In *Cuadernos aragoneses de economía* (Vol. 24, Issues 1–2, pp. 119–140). https://doi.org/10.26754/ojs_cae/cae.20141-22640

Alvord, S. H., Brown, L. D., & Letts, C. W. (2004). Social entrepreneurship and societal transformation an exploratory study. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 40(3), 260–282.

Ambrose, Gavin., & Harris, P. (2010). *Design thinking*. AVA Academia.

Bacq, S., & Janssen, F. (2011). The multiple faces of social entrepreneurship: A review of definitional issues based on geographical and thematic criteria. . *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(5–6), 373–403.

Bason, C. (2010). *Leading public sector innovation co-creating for a better society* (Bristol: Policy Press, Ed.). University of Bristol.

Buckland, H., & Murillo, D. (2014). La innovación Social en América Latina. Marco conceptual y agentes. In *Instituto de Innovación Social de Esade*. Fondo Multilateral de Inversiones Miembro del Grupo BID. www.cosmic.es

Comisión Europea. (2013). *Guía de la Innovación Social*.

Campos, Y. (2000). Estrategias de enseñanza aprendizaje. Estrategias didácticas apoyadas en Tecnología. Obtenido de la Universidad Autónoma Metropolitana: <http://virtuami.izt.uam.mx/e-Portafolio/DocumentosApoyo/estrategiasenzaprendizaje.pdf>.

Dawson, P., & Daniel, L. (2010). Understanding social innovation: a provisional framework. *International Journal of Technology Management*, 51(1), 9–21.

Design Tinking en español. (2022, November 7). *Design Thinking en Español*.
<https://www.designthinking.es/inicio/index.php>

Díaz-Osorio, M. (2021). Informe de Asistencia Técnica Proyecto: RECONOCIMIENTO DEL PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL E INMATERIAL EN LOS BORDES URBANOS. FASE II. BORDE SUR ORIENTAL DE BOGOTÁ: USME. Universidad Católica de Colombia.

Echeverría, J. (2008). El manual de Oslo y la innovación social. *Arbor Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 184(732), 609–618.

Hernández-Ascanio, J., Tirado-Valencia, P., & Ariza-Montes, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 165.
<https://doi.org/10.7203/ciriec-e.88.8849>

Lasprogata, G. A., & Cotten, M. N. (2003). Contemplating enterprise: The business and legal challenges of social entrepreneurship. *Am. Bus. LJ*, 41, 67.

León, M. de F., Baptista, M. V., & Contreras, H. (2012). La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. *Fórum Empresarial*, 17(1), 31–63.
<https://doi.org/10.33801/fe.v17i1.3745>

Morales Gutiérrez, A. C. (2008). Innovación social: un proceso emergente en las dinámicas de desarrollo. *Revista de Fomento Social*, 63(1), 411–444.

Moulaert, F., & Nussbaumer, J. (2005). The social region: beyond the territorial dynamics of the learning economy. *European Urban and Regional Studies*, 12(1), 45–64.

Munshi, N. v. (2010). Value creation, social innovation, and entrepreneurship in global economies. *Journal of Asia-Pacific Business*, 11(3), 160–165.

Murray, R., Mulgan, G., & Caulier Grice, J. (2011). How to Innovate: The tools for social innovation. *The Young Foundation and Nesta*.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio: un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*.

Phills Jr., J., Deiglmeier, K., & Miller, D. (2008). Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(2), 34–43.

Robinson, J. (2006). *Navigating social and institutional barriers to markets: How social entrepreneurs identify and evaluate opportunities*. In *Social entrepreneurship*. Palgrave Macmillan.

Serrano Ortega, M., & Blázquez Ceballos, P. (2015). *Design Thinking. Lidera el presente. Crea el futuro*. ESIC editorial.

Westley, F. (2013). Social innovation and resilience: how one enhances the other. *Stanford Social Innovation Review*, 11(3), 28-39.

Westley, F., & Antadze, N. (2010). Making a difference: strategies for scaling social innovation for greater impact. *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 15(2), 1–19.