

**DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACIÓN DIRIGIDO  
A DOCENTES Y ADMINISTRATIVOS DE LA SEDE PRINCIPAL EN LA  
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS**

**Elaborado por:**

**SHIRLEY DURAN CONSTANTE**

**LUISA MARCELA URIBE LIMAS**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS**

**ADMNISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**BOGOTÁ D.C.**

**2015**

**DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACIÓN DIRIGIDO  
A DOCENTES Y ADMINISTRATIVOS DE LA SEDE PRINCIPAL EN LA  
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS**

**Elaborado por:**

**SHIRLEY DURAN CONSTANTE**

**LUISA MARCELA URIBE LIMAS**

**TRABAJO DE GRADO PARA OPTAR AL TITULO DE:**

**ADMINISTRADOR DE EMPRESAS**

**ASESOR DE TRABAJO DE GRADO:**

**JAIRO IZQUIERDO BELLO**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS**

**ADMNISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**BOGOTÀ D.C.**

**2015**

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

**JURADO**

---

**JURADO**

---

**JURADO**

---

**ASESORES**

Bogotá, Día \_\_\_\_\_ Mes \_\_\_\_\_ Año \_\_\_\_\_

## ÍNDICE DECONTENIDO

ÌNDICE DE ILUSTRACIONES.....	6
ÌNDICE DE GRÀFICOS .....	7
ÌNDICE DE TABLAS .....	9
<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>10</b>
<b>1. TÌTULO .....</b>	<b>12</b>
<b>2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....</b>	<b>13</b>
<b>3. JUSTIFICACIÓN .....</b>	<b>15</b>
<b>4. OBJETIVOS .....</b>	<b>17</b>
a. General .....	17
b. Específicos: .....	17
<b>5. ALCANCE.....</b>	<b>18</b>
<b>6. METODOLOGÌA .....</b>	<b>18</b>
6.1. Marco Lógico .....	19
6.1.1. Àrbol de Problemas .....	19
6.1.2. Àrbol de Objetivos .....	22
<b>7. MARCO DE REFERENCIA .....</b>	<b>26</b>
7.1. Antecedentes y contexto.....	26
7.1.1. El estado del arte .....	26
7.2. Educación Continuada de UNIMINUTO.....	30
7.3. Marco teórico.....	30
7.3.1. Cultura organizacional .....	31
a. El universalismo versus particularismo .....	33
b. Individualismo versus colectivismo.....	33
c. Secuencial vs sincrónica.....	34
7.3.2. Innovación.....	45
7.3.3. Tipos de innovación .....	48
7.3.4. Cultura de la innovación .....	50
7.4. Marco legal.....	57
7.4.1. Ley 115 de febrero 8 de 1994.....	58
7.4.2. Ley 1064de julio 26 de 2006.....	59
7.4.3. Ley 30 de diciembre 28 de 1992 .....	59

7.5. Marco espacial.....	62
7.6. Marco conceptual .....	62
<b>8. TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA (VER ANEXO 1).....</b>	<b>64</b>
8.1. Encuesta.....	65
8.1.1. ENCUESTA APLICADA A DOCENTES, ADMINISTRATIVOS, ESTUDIANTES UNIMINUTO (SP). .....	65
8.1.2. INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS REALIZADAS A DOCENTES, ADMINISTRATIVOS Y APOYO. ....	72
8.1.3. TABULACION ENCUESTAS A ESTUDIANTES UNIMNUTO (SP)...	81
8.2. Conclusión de la encuesta .....	90
<b>9. PRODUCTO .....</b>	<b>92</b>
9.1. ¿Por qué es importante hacer un diplomado en cultura de la innovación? .....	92
9.2. UNICORPORATIVA .....	93
9.2.1. ¿Cómo trabajan por la identidad misional de los colaboradores de UNIMINUTO?.....	93
9.2.2. ¿Que ofrece Unicorporativa a los colaboradores de UNIMINUTO?.....	94
9.3. Presupuesto. (Ver anexo 2).....	99
9.3.1. Presupuesto Presencial .....	100
9.3.2. Presupuesto virtual .....	100
9.3.3. Presupuesto modalidad mixta .....	100
<b>10. CONCLUSIONES.....</b>	<b>101</b>
<b>11. BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>103</b>
ANEXOS .....	107
Anexo 1 .....	107
ANEXO 2 PRESUPUESTO .....	109
ANEXO 3 ESTRUCTURA METODOLÒGICA .....	123

## ÌNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Árbol de problemas. Elaboración propia con base en Metodología del marco lógico para planificación, el seguimiento y la evaluación del progreso y desempeño de los proyectos , 2005 .....	21
Ilustración 2. Árbol de objetivos. Elaboración propia con base en (Metodología del marco lógico para planificación, el seguimiento y la evaluación del progreso y desempeño de los proyectos , 2005).....	23

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Encuesta para docentes, administrativos y colaboradores, Pregunta 1. ¿ para usted que es la innovación?.....	72
Gráfico 2. Encuesta para docentes, administrativos y colaboradores, Pregunta 2. ¿Cree usted que en la universidad se desarrolla una cultura innovadora? .....	73
Gráfico 3. Encuesta para docentes, administrativos y colaboradores, Pregunta 3 ¿Cree que se lleva a cabo algún proceso innovador? .....	74
Gráfico 4. Encuesta para docentes, administrativos y colaboradores, Pregunta ¿Desde su relación con la universidad, se siente en la libertad de evaluar un proceso y mejorarlo? .....	75
Gráfico 5. Encuesta para docentes, administrativos y colaboradores, Pregunta 5. Alguna vez ha dado una sugerencia de cómo mejorar algún proceso, actividad u acción en la universidad .....	76
Gráfico 6. Encuesta para docentes, administrativos y colaboradores, Pregunta 6.¿Estaría dispuesto a participar en talleres que fomenten la cultura de la innovación, ya sea que estos se lleven a cabo presencial o virtualmente? .....	77
Gráfico 7. Encuesta para docentes, administrativos y colaboradores, Pregunta 7.¿Dentro de la universidad ha sido participe de algún proceso, producto y/o idea innovadora? .....	78
Gráfico 8. Encuesta para docentes, administrativos y colaboradores, Pregunta 8.En un rango de 0 a 10, donde 0 es el valor mínimo y 10 es el máximo ¿Cómo califica la cultura de innovación que posee la comunidad UNIMINUTO?.....	79
Gráfico 9. Encuesta para docentes, administrativos y colaboradores, Pregunta 9.Desde el rol que desempeña, ¿ha identificado oportunidades que consideren se puede innovar?.....	80
Gráfico 10. Gráfico de Estudiantes pregunta 1. para usted ¿Qué es la innovación?.....	81
Gráfico 11. Gráfico de encuesta a encuesta estudiantes. Pregunta 2. ¿Cree que la universidad desarrolla una cultura innovadora?.....	82
Gráfico 12. Gráfico de encuesta a encuesta estudiantes. Pregunta 3. ¿Cree que en la universidad se lleva a cabo un proceso innovador? .....	83

Gráfico 13. Gráfico de encuesta estudiantes. Pregunta 4. Desde su relación con la universidad se siente en libertad de evaluar un proceso y mejorarlo .....	84
Gráfico 14. Gráfico de encuesta estudiantes. 5. ¿Alguna vez ha dado una sugerencia de cómo mejorar algún proceso, actividad u acción universitaria? .....	85
Gráfico 15. Gráfico de encuesta estudiantes. Pregunta. 6. ¿Estaría dispuesta a participar en talleres que fomenten la cultura de la innovación, ya sea que estos se lleven a cabo a presencial o virtualmente? .....	86
Gráfico 16. Gráfico de encuesta estudiantes. Pregunta 7. Dentro de la universidad ha sido parte de algún proceso, producto y/o idea innovadora .....	87
Gráfico 17. Gráfico de encuesta estudiantes. Pregunta 8. Rango o valor entre 0 y 10 cultura de la innovación que posee UNIMINUTO .....	88
Gráfico 18. Gráfico de encuesta estudiantes. Pregunta 9. Desde el rol que desempeña ha identificado oportunidades para que considera se puede innovar .....	89



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Objetivos Vs. Indicadores .....	24
Tabla 2. Impactos del proyecto .....	25
Tabla 3. Ficha técnica de la investigación .....	64
Tabla 4. Ficha técnica de la encuesta .....	65
Tabla 5. Tabulación encuesta a docentes, administrativos, estudiantes, pregunta 1. Para usted ¿Qué es la innovación? .....	66
Tabla 6. Tabulación encuesta a docentes, administrativos, estudiantes, pregunta 2. ¿Cree que la universidad desarrolla una cultura innovadora? .....	66
Tabla 7. Tabulación encuesta a docentes, administrativos, estudiantes, pregunta 3. ¿Cree que en la universidad se lleva a cabo un proceso innovador? .....	67
Tabla 8. Tabulación encuesta a docentes, administrativos, estudiantes, pregunta 4. ¿Desde su relación con la universidad se siente en libertad de evaluar un proceso y mejorarlo? .....	67
Tabla 9. Tabulación encuesta a docentes, administrativos, estudiantes. Pregunta 5. ¿Alguna vez ha dado una sugerencia de cómo mejorar algún proceso, actividad u acción universitaria? .....	68
Tabla 10. Tabulación encuesta docente. Pregunta 6 ¿Estaría dispuesto a participar en talleres que fomenten la cultura de la innovación, ya sea que estos se lleven a cabo a presencial o virtualmente? .....	68
Tabla 11. Tabulación encuesta docentes, administrativos, estudiantes. Pregunta 7 ¿Dentro de la universidad ha sido parte de algún proceso, producto y/o idea innovadora? .....	69
Tabla 12. Tabulación encuesta docentes, administrativos, estudiantes. Pregunta 8 ¿Rango o valor entre 0 y 10 cultura de la innovación que posee UNIMINUTO. (SP)? .....	70
Tabla 13. Tabulación de encuestas docentes, administrativos, estudiantes. Pregunta 9 ¿Desde el rol que desempeña ha identificado oportunidades que considera se puede innovar? .....	71

## INTRODUCCIÓN

La cultura de la innovación es un tema con mucha relevancia en las organizaciones, la competitividad las enfrenta a generar acciones que deben darles permanencia, trascendencia y posicionamiento. Perder el miedo al cambio es su mayor obstáculo, desarrollar nuevas estrategias innovadoras con valor agregado, crear equipos de trabajo comprometidos, fortalecer procesos innovadores, desarrollar productos que generen impacto e implementar una cultura organizacional basada en la innovación es, el reto a vencer.

El Sistema UNIMINUTO no es ajeno a enfrentar una cultura innovadora que permita crear procesos que fortalezcan los docentes, administrativos y estudiantes, por eso en su misión y en la mega la innovación tiene su espacio y es, uno de los tres ejes estratégicos.

La innovación es uno de los pilares sobre los cuales deberán estructurarse las principales acciones del Sistema para garantizar el cumplimiento de la misión...” cuyo reto para el 2019 es: “Innovación: la innovación debe verse reflejada en todas y cada una de las acciones de UNIMINUTO, ya no solamente entendida como innovación de productos y servicios, como se había establecido en el Plan de Desarrollo anterior, sino en un sentido más amplio que involucra todas las diferentes iniciativas de la Institución; es decir, innovación financiera, innovación en sus currículos, innovación de procesos, innovación en la investigación e innovación en la aplicación de las TIC al servicio de la enseñanza y el aprendizaje, entre otros. UNIMINUTO, desde el momento de su creación, se ha destacado por ser una organización innovadora, lo cual ha sido

evidenciado, entre otros, a través de los premios internacionales que le han sido otorgados por parte del Grupo G20, el diario Financial Times de Londres, y la Corporación Financiera Internacional. Esta cualidad es en gran medida la que le ha permitido ajustarse a las realidades regionales con gran flexibilidad para atender las necesidades de las distintas problemáticas que atiende.(UNIMINUTO, 2012)

Acorde a estos lineamientos, la Sede Principal (S.P.) tanto en la misión como en el eje estratégico depositan en la innovación la base para el desarrollo de acciones que buscan como objetivo estratégico No. 3: “Un ecosistema innovador y emprendedor social” y dentro de este marco el desarrollo de proyectos estratégicos que permitan alcanzar los retos trazados.

Es claro el propósito de UNIMINUTO en torno a la innovación y la importancia que tiene para el fortalecimiento y posicionamiento institucional, para que en su misión se logre el impacto planteado, como el compromiso y esfuerzo de la Sede Principal por su aporte y desarrollo de estrategias y procesos al logro de sus metas específicas.

En este trabajo de grado se plantea, con el fin de conocer el estado del arte inicial con que cuenta la Sede Principal, generando proyectos que permitan construir la estructura necesaria para el logro del objetivo estratégico.

## **1. TITULO**

**DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACIÓN DIRIGIDO A  
DOCENTES Y ADMINISTRATIVOS DE LA SEDE PRINCIPAL EN LA  
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS**

## 2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La cultura se define como “las actitudes predominantes, las creencias y los patrones de comportamiento que caracterizan la organización. La cultura tiene el poder para habilitar y sostener el cambio o enterrarlo vivo”(Blanchard, 1993, pág. 128).

La cultura de la innovación es la principal razón que ocupa en las organizaciones por el factor humano que se puede desarrollar. ¿Cómo podemos llegar a tener una cultura innovadora en las organizaciones? Lo primero, es reconocer al individuo como el principal factor de desarrollo de las organizaciones y fomentar la participación de todos los colaboradores, para que esto genere un clima laboral agradable. Además de, concientizar a los participantes de una organización de la importancia de una comunicación clara y efectiva, ya que así, es posible lograr un proceso encaminado hacia la capacidad de compartir ideas, desarrollando planes de trabajo que le permitan a la organización trabajar unidas en todas sus áreas para alcanzar la cultura de la innovación.

En el ambiente estudiantil de la Corporación Universitaria Minuto de Dios (SP) se logra evidenciar con claridad la baja creatividad y el desconocimiento por parte de la comunidad universitaria a cerca de la cultura de la innovación se perciben algunas causas en un ambiente con falencias respecto al cambio, al desarrollo de productos o procesos innovadores que pueden generar inconvenientes, es un resultado obtenido en la metodología aplicada para el desarrollo de esta investigación.

La cultura de la innovación busca generar en las personas una actitud de cambio y un cambio de actitud, únicamente las personas con capacidad de valorar el pensamiento crítico positivamente, de asumir los errores y generar soluciones, de crear estrategias, ideas y pensar en un ente colectivo y no individual serán exitosos y reconocidos por un excelente trabajo permitiendo paralelamente el fortalecimiento y desarrollo de las organizaciones.

### 3. JUSTIFICACIÓN

“La cultura de la innovación es una serie de creencias, valores, actitudes, comportamientos, procesos y recursos. De forma estratégica, sostenible y planificada, genera un entorno que provoca que las personas de la organización se apasionen y comprometan con la generación, desarrollo e implementación continua de nuevas ideas. Supone la ruptura de lo convencional y del status quo, derivándose de todo ello, un crecimiento personal profesional y organizacional basado en el éxito.” (Comite AEC INNOVACION, S.F)

La corporación universitaria Minuto de Dios contempla en su Plan de desarrollo 2013-2019 “Ser reconocida por su gestión en la cultura organizacional enfocada al servicio, con el fin de formar profesionales líderes e innovadores, con la capacidad de transformar comunidades y crear un fortalecimiento comprometido con el cambio en la sociedad.”

En la mega de UNIMINUTO sede principal se plantea en el objetivo estratégico 3, un Ecosistema Innovador “Hacer de UNIMINUTO sede principal y de su entorno inmediato un ecosistema que promueva, favorezca y enriquezca experiencias y actores sociales desde la innovación y el emprendimiento social.” Para generar transformaciones sustanciales en la forma de pensar y actuar en pro de sus agentes.

El mejoramiento continuo de los procesos y el uso adecuado de los recursos son las herramientas que permiten concientizar para desarrollar una cultura de la innovación, por lo cual se desarrollará una investigación para saber el conocimiento que se tiene de cultura de la innovación en UNIMINUTO (SP).

A partir de este planteamiento se propone el desarrollo de este proyecto de grado, que busca la creación del diseño del diplomado en cultura de la innovación dirigido a docentes y administrativos de la sede principal en la Corporación Universitaria Minuto de Dios como herramienta que aporte al fortalecimiento y logro del eje estratégico misional.



## 4. OBJETIVOS

### a. General

Diseñar el diplomado en CULTURA DE LA INNOVACION que haga parte de los programas de formación profesional de la CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS, para ser desarrollado en la sede principal de UNIMINUTO, dirigido a docentes y administrativos con el fin de fortalecer la cultura organizacional utilizando la innovación como herramienta.

### b. Objetivos específicos:

- Promover espacios para que la innovación se vuelva parte en la formación de los colaboradores de UNIMINUTO sede principal (SP).
- Fortalecer la cultura innovadora en la Corporación Universitaria Minuto de Dios sede principal (SP) en sus empleados y docentes.
- Generar los módulos para fortalecer la cultura de la innovación en UNIMINUTO en los colaboradores de la sede principal (SP) para cuestionar el status quo.

## **5. ALCANCE**

El Diplomado en CULTURA DE LA INNOVACION, desarrollará un contenido en el cual los colaboradores de UNIMINUTO (SP), adquirirán competencias y conocimientos oportunos para enfrentarse positivamente, ante cualquier situación de la vida cotidiana.

Con la implementación del diplomado la Corporación Universitaria Minuto de Dios (SP) se busca lograr un cambio comportamental en las personas donde el espíritu de servicio sea la motivación en su diario actuar.

## **6. METODOLOGÍA**

Para el desarrollo del trabajo de grado se implementó la metodología del marco lógico, la cual permite desarrollar una estructura de investigación para la realización del trabajo con miras al objetivo por alcanzar.

## **6.1. Marco Lógico**

La Metodología de Marco Lógico es una herramienta para facilitar el proceso de conceptualización, diseño, ejecución y evaluación de proyectos. Su énfasis está centrado en la orientación por objetivos, la orientación hacia grupos beneficiarios y el facilitar la participación y la comunicación entre las partes interesadas. Puede utilizarse en todas las etapas del proyecto: En la identificación y valoración de actividades que encajen en el marco de los programas país, en la preparación del diseño de los proyectos de manera sistemática y lógica, en la valoración del diseño de los proyectos, en la implementación de los proyectos aprobados y en el Monitoreo, revisión y evaluación del progreso y desempeño de los proyectos. (Ortegón, Pacheco, & Y Prieto, 2005)

### **6.1.1. Árbol de Problemas**

La estructura de la investigación requiere seleccionar y priorizar el problema para buscar alternativas de solución por medio de las causas y efectos que se identifiquen lo cual nos va permitir desarrollar alternativas para abordar el problema.

Al preparar un proyecto, es necesario identificar el problema que se desea intervenir, así como sus causas y sus efectos. El procedimiento contempla los siguientes pasos:

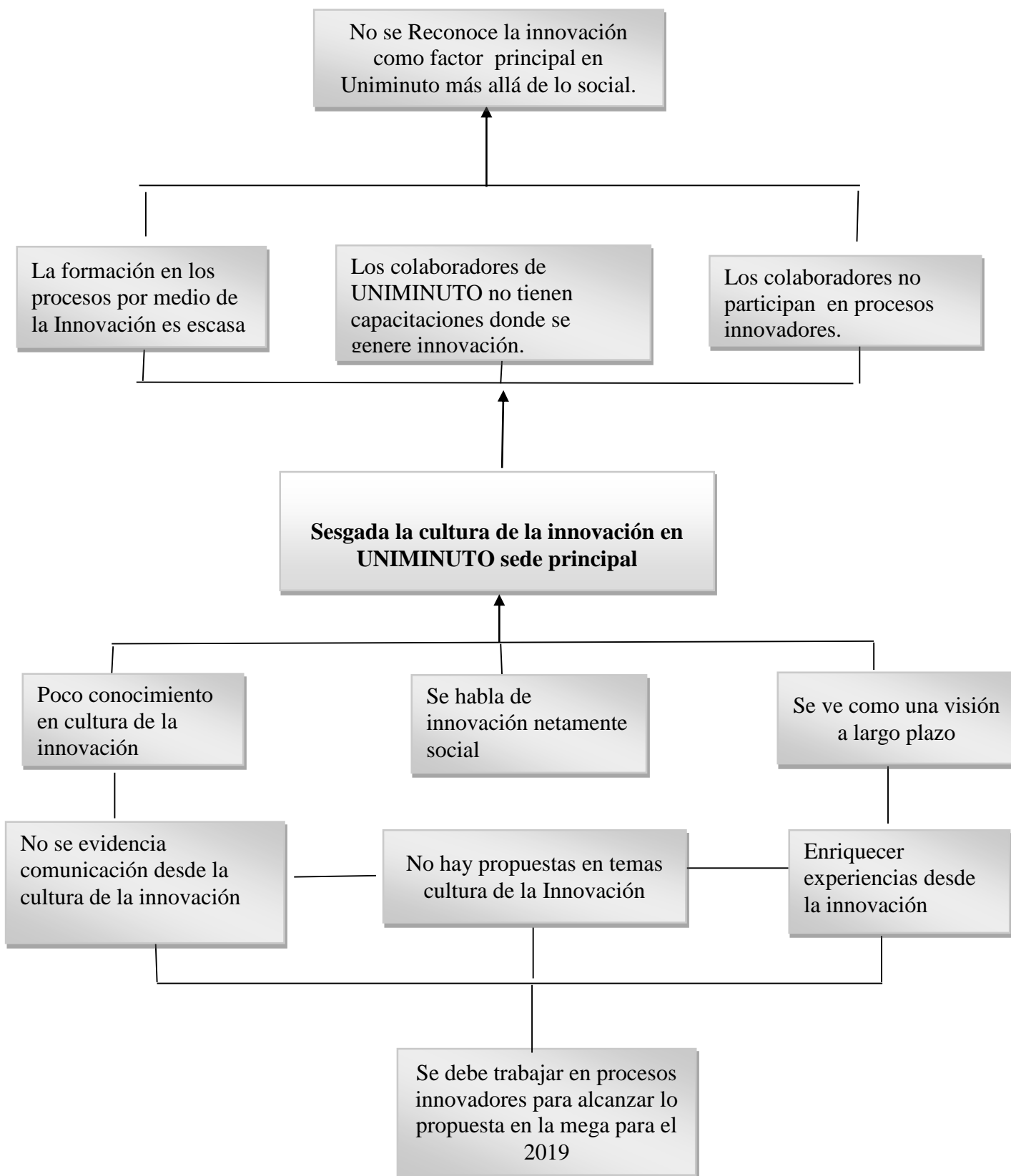
- Analizar e identificar lo que se considere como problemas principales de la situación a abordar.

- A partir de una primera “lluvia de ideas” establecer el problema central que afecta a la comunidad, aplicando criterios de prioridad y selectividad.

- Definir los efectos más importantes del problema en cuestión, de esta forma se analiza y verifica su importancia.

- Anotar las causas del problema central detectado. Esto significa buscar qué elementos están o podrían estar provocando el problema.

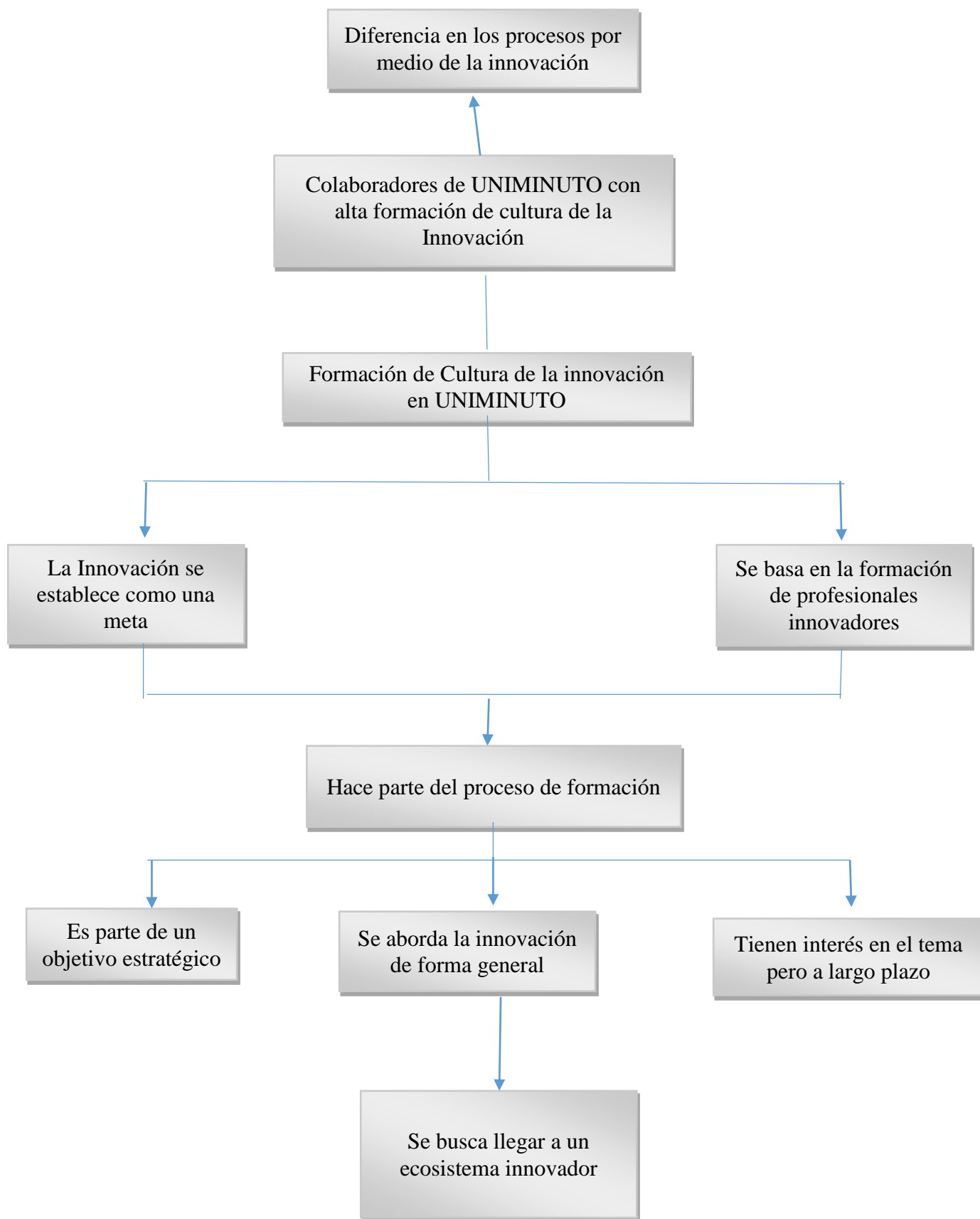
- Una vez que tanto el problema central, como las causas y los efectos están identificados, se construye el árbol de problemas. El árbol de problemas da una imagen completa de la situación negativa existente. (Ortegón, Pacheco, & Y Prieto, 2005)



**Ilustración 1. Árbol de problemas.** Elaboración propia con base en Metodología del marco lógico para planificación, el seguimiento y la evaluación del progreso y desempeño de los proyectos , 2005

### **6.1.2.      Árbol de Objetivos**

El análisis de los objetivos permite describir la situación futura a la que se desea llegar una vez se han resuelto los problemas. Consiste en convertir los estados negativos del árbol de problemas en soluciones, expresadas en forma de estados positivos. De hecho, todos esos estados positivos son objetivos y se presentan en un diagrama de objetivos en el que se observa la jerarquía de los medios y de los fines. Este diagrama permite tener una visión global y clara de la situación positiva que se desea.(Ortegón, Pacheco, & Y Prieto, 2005)



**Ilustración 2. Árbol de objetivos.** Elaboración propia con base en (Metodología del marco lógico para planificación, el seguimiento y la evaluación del progreso y desempeño de los proyectos , 2005)

**Tabla 1. Objetivos Vs. Indicadores**

<b>Objetivo</b>	<b>Indicadores</b>
Recopilar fuentes temáticas- teóricas de Innovación y cultura organizacional con el fin de ser aplicada en el sistema Uniminuto Sede Principal.	Generación de conocimiento enfocado a la cultura organizacional desde la teoría de la Innovación.
Identificar los distintos actores que construyen el mundo de la cultura de la Innovación y la capacidad de servir	Estado del arte existente de los actores que han trabajado en proyectos alusivos a la cultura de la Innovación.
Aplicar una herramienta metodológica que permita relacionar las variables en que interactúa el conocimiento actual de Cultura de la innovación vs el que se desea dar a conocer.	Encuesta



**Tabla 2. Impactos del proyecto**

Impacto del Proyecto	Beneficiarios Directos	Descripción	Indicador
Nivel Institucional	X	Mejora del servicio de colaboradores de Uniminuto sede principal y por parte de toda la comunidad.	Evaluación de procesos antes y después de aplicar el Diplomado en cultura de la Innovación
Entorno	X	La comunidad de Sede Principal Uniminuto interesada en el servicio a los otros y el aporte de ideas	Encuestas de servicio al cliente y optimización del proceso que se evidencia.
Programa Académico	X	Personal docente y administrativo del sistema Uniminuto sede Principal	Inscripción, participación y asistencia del del personal docente y administrativo
Segmentos de la Sociedad	X	Optimización y creación de estrategias que fortalezcan los hábitos individuales y sociales sean de estudio, laborales o emprendedores.	Resultados de las estrategias planeadas.

## **7. MARCO DE REFERENCIA**

### **7.1. Antecedentes y contexto**

Se realiza una consulta para saber que se ha hecho en el sistema UNIMINUTO en temas de diplomados, cultura organizacional, cultura de la innovación que permita dar un contexto a la investigación para la creación del diplomado. Además que se identifica la meta a la cual desea llegar UNIMINUTO (SP):

“Lograr ser reconocida por su alto impacto social en el país, a través de la formación de profesionales, líderes, innovadores y emprendedores sociales, con la generación y apropiación de conocimiento que transforme las comunidades de una manera socialmente responsable, gracias a la constancia y el esfuerzo por conseguir esta meta para el 2019.”(UNIMINUTO, 2012)

#### **7.1.1. El estado del arte**

El estado del arte encontrado en el sistema de Bibliotecas virtual Rafael García Herreros de UNIMINUTO da a conocer trabajos de Grado, enfocados a la construcción de diplomados, como por ejemplo:

- Diplomado en normas internacionales de información financiera, para el programa de Contaduría Pública el cual busca involucrar al estudiante de contaduría en su entorno social con la incidencia del desarrollo productivo que puede generar su profesión(Gonzáles Medina, 2013).

- Diplomado en emprendimiento y desarrollo empresarial con la metodología B- learning, para la unidad de formación a distancia de UNIMINUTO SOACHA, el cual implementa estrategias de mejoramiento en emprendimiento y entorno empresarial(Chávez Peña, 2010), lo cual resultaría muy interesante de aplicar en UNIMINUTO S.P.
- Memorias del diplomado de gestión de proyectos de vivienda de interés social proyecto que pretende dar a conocer una completa documentación de conferencias expuestas enfocadas a los proyectos de vivienda de interés social que brinde útil información a los interesados(Gomez Pachón, 2010).

En cuanto a proyectos enfocados a cultura organizacional, se encontró la siguiente información:

- Modelo para la gestión de la cultura organizacional en una entidad orientada a la innovación de Guardiola Romero, Rene Luciano, el cual propone un proyecto de capacitación y paso a paso con el fin de involucrar innovación y cultura organizacional(Guardiola Romero, 2011).
- Apropiación de conocimiento entre instituciones privadas de Educación, buscando lograr la Transferencia del proyecto CUIP2 de Uniandes a Uniminuto , proyecto que pretende establecer alianzas estratégicas; planteando una oportunidad de mejora, en el marco de los procesos  
de calidad, afianzando procesos de enseñanza, reforzando las competencias de sus estudiantes y fortaleciendo su enfoque académico(Cubides & Velez, 2013).

- Fortalecimiento de la cultura organizacional y el clima laboral en la fundación Catalina Muñoz , en el que se pretende a través del mejoramiento continuo, el mejoramiento del clima y ambiente laboral, articular metodológicamente los proyectos, programas y políticas organizacionales de la Fundación Catalina Muñoz, de forma tal que los destinatarios, colaboradores, voluntarios y beneficiarios la identifiquen como una organización moderna y dinámica con capacidad de gestionar proyectos sociales, comunitarios con una política transversal de calidad y transparencia(Gomez Antonio, Mogollón Arcos, & Rodriguez Patiño, 2013).

En cuanto a proyectos enfocados a innovar se encontraron los siguientes trabajos de Grado de innovación de producto con base en desarrollo tecnológico:

- Taladro Robótico, proyecto de mecatrónica que consiste en la creación de un mecanismo capaz de moverse sobre los 3 ejes del plano en tres dimensiones (X, Y, Z), el proyecto se desarrolla con el fin de hacer un tanto más fácil y óptimo el desarrollo de circuitos impresos para estudiantes de electrónica(Osorio Rodriguez & Botia Fandiño, 2012).
- Prototipo de una torre grúa automatizada, proyecto que se presenta como una propuesta tecnológica que enriquecerá el conocimiento y despertara el interés por la innovación y el avance tecnológico de los próximos estudiantes con bases en electrónica y programación(Morales Villalobos, 2013).

- Prototipo de control automático para monitorear el funcionamiento de los compresores de aire de un centro hospitalario en Girardot, quien pretende, evidenciar la importancia de la neumática como la disciplina que se encarga de aprovechar el aire comprimido en los procesos industriales para la satisfacción de necesidades de los seres humanos(Ospitia Torres & Diaz Pastrana, 2009).

En cuanto al enfoque en cultura de la innovación, se encontraron tres datos relevantes:

- Perdurabilidad empresarial de CREPES & WAFFLES, desde una perspectiva de responsabilidad social empresarial e innovación en valor en Colombia quien para optar a su título de maestría en la Universidad del Rosario documenta y analiza desde la perspectiva de la RSE el caso de Innovación en Valor de Crepes & Waffles, para comprender el patrón y el modelo que le ha permitido perdurar por más de 30 años en Colombia y crear un mercado carente de competidores con grandes oportunidades de expansión mundial(Riaño Mosquera, 2013).
- Viva Colombia de William Shaw, creador y vicepresidente de la aerolínea, quien llevo a cabo la planeación de su tesis de grado de Maestría en Stanford University Graduate School of Business, ya que desde el inicio de su proyecto, identifico la necesidad de ofrecer un nuevo servicio que permitiera a cualquier persona viajar a diferentes destinos de Colombia con tiquetes económicos y ofrecer otra opción en transporte aéreo(La República, 2013).
- Bomba de energía solar del parque científico de Innovación social, propuesta que participo en la Semana Nacional de la Ciencia, la Tecnología y la

Innovación organizada por Colciencias, donde “el proyecto STEM “hizo parte del DESAFIO de la ENERGÍA, cuyo objetivo principal de este desafío fue visibilizar iniciativas novedosas que potencialicen el desarrollo responsable del país y aporten al mejoramiento de la calidad de vida”.(UNIMINUTO, 2014)

## **7.2. Educación Continuada de UNIMINUTO**

Se estipula bajo los siguientes lineamientos de la vicerrectoría académica:

- Capacitar en áreas específicas de desempeño a las personas profesionales o no para el fortalecimiento de sus competencias laborales y profesionales.
- Ofrecer oportunidades de actualización permanente a sus egresados y a egresados de otras instituciones.
- Generar programas dirigidos a diferentes grupos poblacionales de la comunidad en respuesta a las necesidades y expectativas detectadas.
- Fomentar el establecimiento de alianzas, convenios, redes que favorezcan los procesos de formación permanente ofrecidos a la comunidad.(UNIMINUTO, S.F)

## **7.3. Marco teórico**

Consiste en desarrollar una recopilación de información como base de la investigación para determinar autores, publicaciones, comparaciones que hacen referencia al tema de Cultura Organizacional, Innovación, cultura de la Innovación para definir una conceptualización y crear

una referencia general del tema permitiendo aclarar las distintas posturas que se encontraron en las cuales llevaron a aclarar el propósito del trabajo de grado.

### **7.3.1. Cultura organizacional**

Geer Hofstede, “psicólogo social y escritor holandés en el campo de las relaciones entre culturas nacionales y entre culturas dentro de las organizaciones”(World speaking, S.F.).

Su teoría se basa en 6 dimensiones culturales:

a. La distancia del poder: Se refiere a la actitud ante la autoridad. Refleja la medida en que la sociedad acepta una distribución desigual del poder en las instituciones con base en las relaciones jerárquicas entre jefes y subordinados. La diferencia de poder en una sociedad se refleja en la medida en que los subordinados aceptan esa relación. Las calificaciones más altas indican que las personas prefieren tener jefes autocráticos e impositivos.

b. La aversión a la incertidumbre: se refiere al deseo de estabilidad. Refleja la medida en que las personas de una sociedad se sienten amenazadas por situaciones ambiguas. Los gerentes suelen tomar decisiones de pocos riesgos y los trabajadores muestran poca iniciativa mientras el empleo es estable y vitalicio

c. El individualismo en comparación con el colectivismo: Hace referencia al dominio de alguna de las dos tendencias. El individualismo muestra la tendencia de las personas por sí mismo y de sus familias antes que las de la sociedad. Las relaciones de las personas en las organizaciones no tiene que ver con las emociones sino con el aspecto económico. En países donde predomina el colectivismo existen pautas sociales como la dependencia emocional y el sentido de pertenencia de la organización así como una fuerte creencia en las decisiones

grupales. Las prácticas de admisión y ascenso en las sociedades colectivistas están basadas en el paternalismo y no en las competencias o capacidades personales.

d. Masculinidad en comparación con la feminidad: Se refiere al predominio de lo masculino sobre lo femenino. La masculinidad retrata valores tradicionales asociados con los varones como la seguridad en uno mismo, el materialismo y la falta de interés por los demás en cambio la feminidad valora el interés por los demás, las relaciones y la calidad de vida. Suelen conceder mayor valor a la igualdad de sexos.

e. Orientación a largo plazo contra orientación a corto plazo: Las culturas con una orientación a corto plazo valoran los métodos tradicionales, dedican una cantidad de tiempo considerable a desarrollar relaciones. Esto significa que el pasado y el presente están interconectados, y que lo que no se puede hacer hoy, se puede hacer mañana. Lo contrario a esto es la orientación a largo plazo, que considera el tiempo una dimensión lineal y mira al futuro en lugar de al presente o al pasado. Está orientada hacia los objetivos y valora las recompensas.

f. Indulgencia contra contención: Es la capacidad de una cultura para satisfacer las necesidades inmediatas y los deseos personales de sus miembros. Las que valoran la contención poseen normas sociales estrictas que regulan y desaconsejan la satisfacción de los impulsos.

g. Indulgencia contra contención: Es la capacidad de una cultura para satisfacer las necesidades inmediatas y los deseos personales de sus miembros. Las que valoran la contención poseen normas sociales estrictas que regulan y desaconsejan la satisfacción de los impulsos.(World speaking, S.F.)



FONS TROMPENAASR, “Economista de la universidad libre de Ámsterdam se especializa en el ámbito de comunicación intercultural”(Docsetools, S.F.). Su investigación en cultura se da a partir de 7 dimensiones que son:

a. El universalismo versus particularismo

Describe como la gente juzga los comportamientos de otros pueblos.

El universalista tiene gran importancia por la observación de las normas, trata de aplicar las mismas normas en todas las situaciones.

El particularista valora más las circunstancias específicas o los fondos personales. En las sociedades particularismo en cualquier situación comportará depende de las circunstancias.

b. Individualismo versus colectivismo

La toma de decisiones en la cultura del individualismo es de corto tiempo toma un decisión en poco tiempo y si comete un error se castiga, en cambio en una cultura comunitaria la toma de decisiones se demora más porque el equipo debe estar de acuerdo. Existe el conceso y es detallada la consulta para realizar un trabajo.

c. Neutral vs emocional

Hace referencia a la importancia de los sentimientos y las relaciones.

Una persona de cultura neutra no muestra sus sentimientos pero los mantienen cuidadosamente controlados y dominados.

Una persona de cultura emocional muestra sus sentimientos claramente por reír, sonreír, hacer muecas, con el ceño fruncido y gesto.

d. Especifico vs difusa

Un miembro de una cultura específica orientada es más abierto en el espacio público, pero muy cerrado en el privado.

En la cultura difusa orientada el trabajo y la familia están estrechamente vinculados. Una persona difusa orientada es más cerrada en el espacio público, pero es muy abierto en el espacio privado.

e. Logro vs adscripción

En las culturas orientadas al logro de un título se utiliza sólo cuando sea relevante para la competencia de un individuo aporta a la tarea. El respeto de los administradores se basa en el conocimiento y las habilidades de la persona.

En las culturas, adscripción orientada a un título, se utiliza ampliamente cuando éstas se aclaran en una organización. El respeto de un gerente se basa en la antigüedad y jerarquía. La toma de decisiones se ve desafiada por las personas con mayor autoridad.

f. Secuencial vs sincrónica

Gestión de tiempo secuencial significa que la gente se sienta tiempo que una serie de acontecimientos pasajeros. Una persona secuencial tiene camino fundamental trabajado de antemano con tiempos para la realización de cada etapa.

Las personas de una cultura de gestión del tiempo sincrónico, tiene una actividad final visto como meta y peldaños posiblemente intercambiables para llegar a él.(Docsetools, S.F.)

David Drennan (citado por Correa Alzate & Parra Fonseca, 2002), desarrolla la cultura organizacional a través de 12 factores:

1. La influencia de un líder dominante.
2. La historia y tradición de la compañía.
3. La tecnología utilizada, y los bienes y servicios ofrecidos por la organización.
4. La industria a la cual pertenece la compañía y sus competidores directos e Indirectos.
5. Los consumidores.
6. Las expectativas de la compañía.
7. La información que posee la organización y los sistemas de control que maneja.
8. El ambiente legal y social de la compañía.
9. Los procedimientos y políticas establecidos por la organización.
10. El sistema de recompensas y retroalimentación utilizado en la empresa.
11. Recursos que posee y su adecuado aprovechamiento.
12. Metas, valores y creencias característicos de la organización.(Correa Alzate & Parra Fonseca, 2002)

Edgar Schein (citado por Zapata Domínguez, 2002) psicólogo social, investigador de los cambios organizacionales propone que se mire la cultura desde tres ángulos artefactos, creaciones y valores.

Artefactos este nivel incluye nociones como las creencias sobre la relación entre el hombre y la naturaleza, la orientación temporal, las creencias sobre la naturaleza humana y el concepto del espacio y de las relaciones espaciales humanas. Este nivel contiene los "datos" de una cultura, lo que es aceptado sin cuestionamientos y lo que está escondido en la memoria inconsciente del individuo.

Creaciones reúne los valores y la ideología, indicando los ideales y los objetivos de un grupo cultural, al igual que las vías para alcanzarlos.

Valores contiene elementos como el lenguaje, la tecnología y la organización social. Cada nivel es en cierta medida una manifestación de un nivel anterior, es así como aparece la relación entre los tres niveles. El último nivel es el más visible y, en principio, el más fácil de cambiar. (Zapata Domínguez, 2002)

El autor Jaeger(citado por Zapata Domínguez, 2002) identifica varias categorías de creencias que identifican la cultura organizacional:

- La primera categoría comprende las creencias sobre las relaciones de la organización con su entorno: ¿cuál es la identidad de la organización y cuál es su papel?; ¿Cuáles son los campos en los que la organización actúa?; ¿Cuál es la posición de la organización respecto a su entorno (dominante, armonía o dominada)?

- La segunda categoría comprende las creencias sobre el carácter de la realidad y de la verdad y sobre las bases de las decisiones: ¿Cómo se mira el tiempo? (orientación hacia el pasado, el presente o el futuro; duración habitual de los hechos organizacionales); ¿Orientación espacial (los límites del espacio, utilización del espacio y las normas de distancia)?
- Tercera categoría de las creencias comprende el concepto que uno se hace de la naturaleza humana: ¿El hombre es considerado como bueno, malo o neutro (o como ni uno ni otro); ¿Los hombres no cambian desde el momento en que nacen, o los hombres son capaces de cambiar para ser mejores?
- Cuarta categoría de las creencias fundamentales relacionadas con la cultura organizacional: se puede creer que es necesario hacer algo, que nada es imposible; se puede creer que uno está subordinado a la naturaleza y que hay que aceptar lo que suceda; se puede creer que es posible volverse alguien importante y estar en armonía con la naturaleza.
- Quinta categoría de las creencias fundamentales es la concepción de la naturaleza de las relaciones humanas. Una dimensión de este concepto es la definición de la base estructural de las relaciones humanas: la tradición o la familia; el grupo y el bienestar del grupo; o el individuo y la competencia individual.(pág. 165)

Robert. A. Cooke (citado por Enciclopedia financiera, S.F.)

Profesor, investigador de la Universidad de Encuesta Centro de Investigación de Michigan, define la cultura como los comportamientos que los

miembros creen que deben integrarse y cumplir las expectativas en su organización.

1. Culturas Constructivas, en las que los miembros son animados a interactuar con las personas y las tareas de enfoque de una manera que les ayuden a cumplir con sus superiores para la satisfacción de las necesidades. Las organizaciones con culturas constructivas promueven a los miembros a trabajar a su máximo potencial, lo que resulta en altos niveles de motivación, la satisfacción, el trabajo en equipo, la calidad del servicio, y crecimiento de las ventas.

2. Culturas Pasivas / Defensivas, en la que los miembros creen que deben interactuar con la gente de manera que no ponga en peligro su propia seguridad. En organizaciones pasivas, los miembros se sienten presionados a pensar y comportarse de maneras que sean incompatibles con la forma en que creen que deben, a fin de ser eficaces.

3. Culturas agresivas / defensivas Culturas, en las que los miembros se espera que alcancen las tareas de manera enérgica para proteger su estatus y la seguridad. Las organizaciones agresivas/defensivas alientan o requieren que sus miembros parezcas competentes, controlados, y superiores. (Enciclopedia financiera, S.F.)

Angelo Kinicki(Citado por Amorós, S,F)

Profesor y especialista en comportamiento organizacional.

Define la cultura organizacional como el conjunto de supuestos compartidos e implícitos que se dan por sentados, un grupo el cual determina la

manera que percibe sus diversos entornos, piensa respecto de ellos y reacciona a ellos mismos. Esta definición de cultura organizacional da a conocer tres características importantes:

1. Se trasmite a los nuevos empleados mediante el proceso de socialización.
2. La cultura organizacional influye el comportamiento en el trabajo.
3. Opera en diferentes niveles.(Amorós, S,F)

Don Hellriegel (citado por Amorós)

Profesional en iniciativa empresarial, comportamiento organizacional y proceso de la gestión estratégica propone 4 tipos de cultura organizacional.

1. Cultura Burocrática.

El comportamiento de los empleados se rige por reglas formales y procedimientos de operación estandarizados y se logra la coordinación a través de relaciones de reporte jerárquicas. El foco de atención está, en las operaciones internas de la organización. Para asegurar la estabilidad se describen con claridad las tareas, responsabilidades y autoridad para todos los empleados, se elaboran reglas y procesos que se aplican a la mayor parte de las situaciones, y los empleados se socializan para creer que su deber es “hacerlo según el manual” y seguir procedimientos legales.

2. Cultura de Clan.- En una Cultura de Clan el control sobre el comportamiento es más sutil.

Existen pocas reglas y procedimientos formales, en una Cultura de Clan los comportamientos de los empleados son moldeados por la tradición, lealtad, compromiso personal, socialización extensa y autoadministración. Los miembros de la organización reconocen una obligación más allá del simple intercambio de la labor por un salario. La cultura de Clan logra unidad con un proceso largo y minucioso de socialización, los empleados de más antigüedad

sirven como autores y modelos para los miembros más recientes. Estas relaciones perpetúan los valores y las normas de la organización a lo largo de generaciones sucesivas de empleados, en este tipo de cultura los empleados son conscientes de su historia única y tienen una imagen compartida del estilo de la organización y su modo de comportamiento.

### 3. Cultura Emprendedora.

El foco de esta cultura es extenso y la flexibilidad, crean un ambiente que alimenta correr riesgos, el dinamismo y la creatividad. En esta cultura los empleados tienen un compromiso con la experimentación, innovación y estar en la vanguardia, siendo la cultura emprendedora la más adecuada para la fase inicial de una compañía.

### 4. Cultura de Mercado.

En esta cultura los valores y las normas reflejan la importancia de lograr metas medibles y demandantes, en especial aquellas que son financieras y basadas en el mercado (por ejemplo: crecimiento de ventas, rentabilidad y participación en el mercado.) La competitividad férrea y una orientación hacia las ganancias prevalecen a lo largo de la organización.(Amorós, S,F)



Richard Daft (citado por Amorós),

Escritor del libro teoría de y diseño organizacional propone una visión adecuada a los cambios en la organización, desarrollando

Desarrolla 2 tipos de cultura organizacional

1. Cultura de Adaptabilidad/ Empresarismo.

Se caracteriza por un enfoque estratégico en el entorno externo que recalca la flexibilidad y el cambio para satisfacer las necesidades del cliente. Esta cultura estimula normas y creencias que apoyan la capacidad de la organización para detectar, interpretar y traducir señales del ambiente y respuestas conductuales nuevas.

En este tipo de cultura no solo se reacciona con rapidez las modificaciones ambientales, sino que crea el cambio. La innovación, la creatividad y la toma de riesgos se aprecian y premian.

2. Cultura de Misión

Es adecuada para una organización preocupada por el servicio clientes específicos en el entorno externo, pero no tiene necesidad de un cambio rápido. Esta cultura se caracteriza por un acento y una clara visión del propósito de la organización y el logro de objetivos, como crecimientos de ventas, rentabilidad o participación en el mercado, para ayudarse a alcanzar el propósito. Los empleados pueden ser responsables de un nivel específico de desempeño y la

organización promete premios específicos, los ejecutivos modelan la conducta al visualizar y comunicar un estado futuro para la organización.(Amorós, S,F)

Stephen Robbins (citado por Amorós),

Profesor de la universidad de Nebraska y autor del libro “Comportamiento Organizacional” desarrolla la cultura organizacional en tres métodos selección, alta gerencia, socialización.

### 1. SELECCIÓN.

La meta clara del proceso de selección es identificar y contratar individuos que tengan los conocimientos, las habilidades y las destrezas para desempeñar con éxito los puestos dentro de la organización, de esta manera el proceso de selección mantiene la cultura de una organización al sacar aquellos individuos que pudieran atacar o deteriorar sus valores centrales.

### 2. ALTA GERENCIA

Las acciones de la alta gerencia también tiene un gran impacto en la cultura de la organización, con lo que dicen y con su forma de comportarse, los altos ejecutivos establecen normas que se filtran hacia abajo a través de la organización.

### 3. SOCIALIZACIÓN

Los nuevos empleados no están completamente adoctrinados en la cultura de la organización, tal vez sea más importante, que al no estar familiarizados con la cultura de la organización, lleguen a perturbar las creencias y costumbres que ya están establecidas, la organización por tanto, querrá ayudar a los nuevos empleados a adaptarse a su cultura, esto es lo que se llama

socialización. La etapa crucial de la socialización es el momento de ingreso en la organización.(Amorós, S,F)

Jorge Etkin (Citado por Amorós),

Administrador y contador público de la universidad de Buenos Aires, menciona a los Componentes culturales de la organización:

a) Los Modos De Pensar:

Valores Y Creencia: la cultura tiene sus formas o métodos de construcción y transmisión. Los haberes, ideas y creencias son transmitidos en forma continuada a través de la educación e interacción social en la organización, la cultura incluye estas formas de educación, socialización o herencia social.

La Cultura no es impuesta desde afuera, la Cultura se construye en la interacción cotidiana y desde allí influye en los comportamientos, permite tener expectativas sobre las conductas de los demás.

b) El Saber Compartido: Proceso De Socialización:

La cultura es una producción que resulta de la interacción social, esto se refiere al proceso de socialización de quienes ingresan y permanecen en la organización, cuando se habla de socialización se habla de ideas, valores y creencias que se construyen desde adentro y que son compartidas y difundidas por los integrantes. Quienes ingresan a la organización se encuentran con pautas y valores que son respetados, que están conformados formalmente.

c) El Plano Subyacente: Los Modelos Mentales.

En el plano personal el significado no deriva solo del sentido literal del mensaje, tiene que ver con el contexto de la comunicación y las pautas culturales,

con la propia experiencia de los autores, las posiciones personales que ellos van construyendo en el tiempo. En la comunicación hay un componente de carácter perceptivo o apreciación que es personal. Pero en las formas de expresión hay un sentido lingüístico, y esto es cultural.

d) La Cultura en Grupo y Las Microculturas:

Dentro de una organización existe múltiple grupos, con sus reglas internas y sus ambientes de trabajo específico y ello deriva de la aparición de Microculturas. Por ejemplo las diferencias entre valores, creencias y conocimientos y las fábricas respecto del área de finanzas en la empresa. Como grupos ellos crean sus pautas de relación sobre diferentes bases, por ejemplo el valor de ser solidarios o ser competitivos, el distinto peso de una maniobra de mercado, frente al esfuerzo físico cotidiano. (Amorós, S,F)

Carlos Méndez (citado por Agudelo Hurtado & Velasques Restrepo, 2011), define cultura organizacional como

La conciencia colectiva que se expresa en el sistema de significados compartidos por los miembros de la organización que los identifica y diferencia de otros institucionalizando y estandarizando sus conductas sociales. Tales significados y comportamientos son determinados por el concepto que el líder de la organización tiene sobre el hombre, la estructura, el sistema cultural y el clima de la organización así como por la interrelación y mutua influencia que existe entre estos.

### 7.3.2. Innovación

La innovación y la cultura de la innovación pretenden impulsar un cambio de pensamiento en las personas, donde los ideales sean altos, competitivos, con espíritu de superación, a la vez que la seguridad en sí mismo y el trabajo en equipo sean factores clave en el desarrollo de dichos ideales.

La innovación es la “concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados”(Sixto, 2010, pág. 2), se busca la generación de nuevas propuestas, de ideas que encuentren un desarrollo y una aplicación exitosa en un sentido cultural y humano.

- Según el Manual de Oslo,  
Existe cuatro tipos de innovaciones Producto, proceso, marketing y organización; considera la innovación como un proceso en red en el que las interacciones entre los diversos agentes generan nuevos conocimientos y tecnología. El Manual plantea que los vínculos habituales entre empresa, proveedores y clientes se amplían en los procesos de innovación a otras relaciones con los centros de investigación, con la enseñanza superior y con las entidades públicas y privadas de desarrollo(Sixto, 2010)
- Según, Hamel Gary (citado por Berenstein, 2010)

La innovación está al alcance de todos, sin importar que tan grande o pequeña puede ser la organización, es por eso que trabaja en aspectos que considera fundamentales, como lo son, "Relación con el cliente", "Estrategia Clave", "Recursos Estratégicos" y "Conexiones de Valor", Hamel da a conocer, el mundo ingreso a una nueva era económica, en la que la velocidad para crear es más importante que el desarrollo de habilidades y competencias, para lo cual propone un cambio en la persona, donde evolucione con el entorno actual y utilice todas las herramientas que le pueden ayudar al desarrollo de una idea, él es un claro ejemplo que la innovación son las personas y no los proyectos.

- Blanchard Ken (citado por Gestión, 2009)  
Prominente conferencista, consultor y escritor, trabaja la innovación como un reto, con resultados a futuro para las empresas y personas que logren trabajarla, de liderazgo y éxito; enseña que el liderazgo al más alto nivel es un viaje transformador que está lleno de amor hacia lo que se hace, hacia el trato con el cliente, pero es claro que para lograrlo se deben tener las prioridades muy claras, la enseñanza más importante de Blanchard, es el establecer valores que inspiren la visión, dentro de los cuales deben estar, la pasión, el beneficio, la gente y las prioridades.
- Para el programa Ruta N (Corporación de la Alcaldía de Medellín, Une y EPM), se percibe su concepto de cultura de la innovación como “los procesos de transformación y de cambio que se implementan en el entorno, en la sociedad, en la cultura, en la ciencia, y

cómo se aplican a través del reconocimiento de todas las capacidades y las experiencias del ciudadano del común, para vincularlos desde su manera de pensar.” (Ruta n, S.F)

Esta corporación hace una invitación a toda la población a “involucrarse en el cambio que requiere la innovación. La cultura habla de un colectivo de personas, por eso es importante que todos se sumen a esa transformación, es decirle a la gente que hay que migrar a la innovación y verla como ese medio que permite el desarrollo.”(Ruta n, S.F)

- Leadbeater Charles, pensador influyente del siglo XIX, plantea una innovación abierta, la cual “representa además retos radicalmente distintos para las organizaciones que tratan de incorporarlos a sus estructuras y rentabilizarlos de uno u otro modo” (Leadbeater, S.F)

Por otro lado, Leadbeater propone dos modelos básicos de innovación abierta.

- **Open Innovation IN:** un modelo de innovación en una empresa u organización que propone, las organizaciones aprovechen una red externa (y por tanto más amplia que la que podrían lograr únicamente con sus recursos internos) de talento e ideas con la que “alimentan” (en palabras de Leadbeater) un modelo de negocio que permanece inalterado respecto a las formas de explotación y comercialización de la propiedad intelectual.

- **Open Innovation OUT:** en este caso una organización (formal, como una empresa, o informal, como una red social) crea un “kernel” o plataforma (en resumen una serie de herramientas) con las que los usuarios desarrollan ideas y productos o servicios. El modelo OUT trata de maximizar la creatividad (podríamos decir “la innovación del proceso innovador”):

Teniendo en cuenta la propuesta de Leadbeater es muy sugerente y permite iniciar el análisis de la innovación como un proceso dinámico que genera cambios en las propias organizaciones, por lo que brinda tres grandes beneficios a las organizaciones:

- **Reducción de costes:** crowdsourcing como una forma de abaratar el coste de la innovación respecto al modelo interno.

- **Aceleración de la innovación:** en una dinámica económica cada vez más rápida, donde los ciclos de creación de nuevos productos o servicios, comercialización y obsolescencia son más cortos, la innovación abierta permite acelerar el proceso y mantener a una empresa dentro del ritmo del mercado.

- **Aumento de creatividad:** el proceso colectivo de generación de nuevas ideas que busquen reducir costos o se aceleran los procesos, la innovación abierta dará lugar a más y diferentes servicios. (Leadbeater, S.F)

### 7.3.3. Tipos de innovación

Permite definir en qué proceso se puede innovar para generar diferenciación al tipo de innovación que se desea llegar en la organización.

A. Innovación incremental: “Se refiere a pequeños cambios que mejoran lo que ya existe. Es lo mismo que mejora continua”(Morales & león, 2013, pág. 20).

B. Innovación radical: “se refiere a cambios significativos a lo que ya existe”(Morales & león, 2013, pág. 21).

C. Innovación transformacional: “se refiere a cambios que transforman completamente lo que ya existe” (Morales & león, 2013, pág. 21).



D. Innovación de producto: “consiste en ofrecer al mercado un producto nuevo o mejorado. Puede referirse a variaciones en los materiales, variaciones en el diseño o nuevas funciones de producto”(López Mielgo, Montes Peón, & Vázquez Ordás, 2007, pág. 6).

E. Innovación de procesos: “consiste en mejorar el proceso productivo de la empresa. Es una nueva forma de trabajar. La innovación de proceso se realiza mediante la implantación de nueva maquinaria, nueva organización en el proceso productivo o variación en el mismo”(López Mielgo, Montes Peón, & Vázquez Ordás, 2007, pág. 6)

F. Innovación en organización: “introducción de cambios de formas en la organización y gestión de establecimiento o local, cambios en la organización y administración del proceso productivo, incorporación de estructuras organizativas modificadas significativamente, o implementación de orientaciones estratégicas o sustancialmente modificadas”(AN II, S.F).

G. Innovación en comercialización: “la introducción de métodos para la comercialización de productos nuevos (bienes o servicios), de nuevos métodos de entrega de productos preexistentes o cambios en el empaque y/o embalaje de dichos productos”(AN II, S.F).

H. Innovación social: “procesos, prácticas, métodos o sistemas para llevar a cabo procesos tradicionales o tareas nuevas que se hacen con participación de la comunidad. Así los beneficiarios de cada acción son al mismo tiempo actores de su propio desarrollo, fortaleciendo así el sentimiento de ciudadanía”(Franbvq, 2010).

#### **7.3.4. Cultura de la innovación**

La cultura de la innovación, es la base esencial sobre la cual una organización innovadora se construye, y logra asentar bases de creatividad y mejor servicio. Implementar en el pensamiento y la cultura propia la base de innovar, permitirá un estado analítico en todas las situaciones, donde la elaboración de opciones, el pensamiento crítico, y un desarrollo exitoso, son la clave para lograr un buen resultado.

- Según Mario Morales, Magíster en Estudios literarios, con estudios en Comunicación Social-Periodismo y especialización en medios y opinión pública plantea.

La cultura de la innovación, conlleva la necesidad de diferenciarse de la competencia, la presión o ambición de hacer crecer negocio, la necesidad de generar ideas radicales y de mayor impacto, la necesidad de sobrevivir o de reinventar el modelo de negocios, el deseo de gestionar o sistematizar lo que se entiende como innovación, por todo esto es importante reinventarse, tener herramientas para mejorar el conocimiento del consumidor e identificar oportunidades en cada situación; por tanto nos da una ilustración a la innovación como creatividad, innovación como mejora continua, innovación ejecución, como tecnología, lo que nos permite identificar la innovación al identificar una oportunidad, al generar ideas creativas para aprovecharlas e implementar esas ideas para producir nuevo valor.(Morales & León, Adiós a los Mitos de la Innovación: Capítulo 1, 2013)

- Según, el Ing. Rodríguez, (Líder en tecnología), entiende la innovación como uno de los procesos más importantes para compañías e instituciones, el cual ha sido identificado como un factor crítico para mejorar la competitividad de las mismas” Según Rodríguez, “El personal debe conocer el estado del arte de la tecnología y de los métodos que está tratando innovar. Para llegar a este punto, hay que poner en movimiento iniciativas deliberadas que guíen y aceleren la curva de aprendizaje; que generen los espacios de aprendizaje y experimentar. Hay que crear un ambiente que tolere y, en su máxima expresión, que prospere dentro del cambio”.

La cultura de la innovación solo se logra conseguir a través de un trabajo continuo, de esfuerzo, claro que es importante mencionar que vale la pena este trabajo ya que sus resultados son asombrosos, por ejemplo “en las organizaciones donde la cultura de la innovación es su foco no es necesario la evaluación comparativa de competencia, ya que estas organizaciones se vuelven el modelo que la competencia sigue.(Rios, S.F.).

- La visión de cultura de la innovación según Matti Hemmi, Master Practitioner en PNL remodelada con DBM (Developmental Behavioural Modelling, con SCT)” <http://www.mattihemmi.com/sobre-mi/> (citado por Jorge C. Sá Couto) indica “una cultura en la que la excelencia y la innovación conviven de forma semi armoniosa, en la que los procesos se desarrollan con un nivel suficiente de excelencia como para que el cliente esté satisfecho con los productos actuales, y en la que además un porcentaje de sus personas, recursos económicos y de tiempo, de sus procesos, estructuras y sistemas se dedican de forma consciente y planificada a la innovación(Couto Sá, 2012).

- Según Manuel Ponce,  

Músico y compositor mexicano, define que el desarrollo de la cultura de la innovación en una organización es “asentada sobre valores como: apertura, confianza, equidad y compromiso; así que el primer paso a dar es el de revisar los valores que conforman su cultura corporativa y llevar a cabo una evolución de la misma.”, buscando estimular la labor de los colaboradores e incentivar a la creación de ideas que se enfoquen en mejorar el negocio (Pónce, S.F).
- Coral González, Directora de PeopleMatters, afirma  

Los sistemas y procesos específicos de innovación, requieren del liderazgo y estilos de dirección que fomenten la participación y generen un clima de confianza, así como del alineamiento de los procesos de gestión de recursos humanos, con especial énfasis en contar con el desarrollo del talento, la motivación y compromiso de los empleados y de sistemas de reconocimiento e incentivación para que se conviertan en una palanca del proceso de innovación(Gonzales, S.F).
- Según, David Garvin, contextualiza la cultura de innovación de una empresa con la siguiente expresión: “Los empleados deben percibir que los beneficios de la experimentación (innovación) exceden el costo; de otra forma no participarán en iniciativas creativas”(Innotutor, S.F.)

Es por este concepto que Garvin (citado por Lira) propone “adquirir capacidades de adquisición de información, interpretación de la misma con el fin de producir perspectivas, posiciones y entendimiento precisos, utilización o aplicación de información: comprometiéndose en tareas, actividades y nuevos comportamientos”(Lira, 2007).

- Mario Morales, indica:

Edwin Catmull, presidente de Pixar, una reconocida organización americana, presenta un ejemplo de visión y perseverancia presentando un modelo de Cultura de la innovación bastante completo que vale la pena ilustrar y aplicar a todas las organizaciones.

Con el ejemplo de Pixar podemos aprender que, la Alta Gerencia juega un papel fundamental en crear una cultura de innovación, donde se crean constantes mecanismos organizacionales para luchar permanentemente contra la complacencia, cuestionando a los colaboradores constantemente y realizando un constante análisis objetivo de la empresa, la organización atrae y retiene talento creativo e innovador donde la excelencia es el único evaluador de objetivos, promoviendo la diversión de pensamiento y los equipos multidisciplinarios ampliando frecuentemente la alianza con personas y empresas de afuera para conseguir siempre perspectivas frescas, para Pixar es de vital importancia cultivar un clima que favorece la toma de riesgos ya que así se estimularía la innovación, en un ambiente de confianza y respeto mutuo que permite la colaboración entre diferentes niveles y departamentos, con espacios creativos que estimulen a la

gente a pensar(Morales M. , Caso de estudio Pixar: ¿cómo fomentar una cultura de creatividad e innovación, 2012).

•Larry Page y Sergey Brin (citados por Manuel Groos), creadores de Google, han dado su mayor esfuerzo, ilusión e ingenio al servicio de la mejor tecnología de búsqueda en Internet.

Para Google, la cultura de la innovación irradia en:

1. Tener una visión clara
2. Pensar en grande, pero comenzar por lo pequeño.
3. Luchar por una innovación constante, no por la perfección de un instante.
4. Estar alerta a la búsqueda de ideas en cualquier sitio.
5. Compartir todo.
6. La imaginación es la chispa de la innovación, pero su gasolina son los datos.
7. Ser una plataforma, donde todos puedan aportar y colaborar mutuamente.
8. Tener claro que equivocarse no es fracasar(Gross, 2012).

• Según, José María Gasalla, conferencista, indica que es “posible llegar a la cúspide de la cultura de la innovación si se aprende a funcionar de la mano con la experiencia vivida y un pensamiento sistémico que además posibilitará el visualizar y comprender las realidades del nuevo milenio”(Gasalla, S.F).

Para Gasalla

La innovación es una exigencia de supervivencia para cualquier sistema cuando el entorno es cambiante. La exigencia de innovar se hace más crítica, más urgente, cuando el entorno cambia más rápido y más profundamente. Y de ese entorno destacamos a la competencia que indudablemente no se para. La exigencia de innovar se extiende a los paradigmas básicos de una cultura, cuando la profundidad de los cambios del entorno hace imposible la adaptación dentro de los viejos paradigmas. Éstos han sido tomados con frecuencia como verdades científicas, con lo cual su abandono no es sencillo. Inevitablemente, transitar períodos de cambio paradigmático involucra procesos emocionales complejos. La sensación de inseguridad, de pérdida, de angustia ante el futuro e incluso de vértigo ante el movimiento continuo, hace que tendamos a apegarnos a los viejos paradigmas aunque sepamos que ello no nos ayudará.

- Según, Enric Bas Amorós, Mario Guillo López.

La Innovación como algo que va mucho más allá de la vigilancia y asimilación de las novedades producidas en el entorno, tratándola como un elemento básicamente endógeno (y no tanto exógeno), como una «filosofía» que ha de fluir hacia todos los niveles de la organización. Se trata, en este caso, de una forma «prospectiva» o «proactiva» de gestionar el cambio (la acción como innovación) que obedece a la idea de que la organización no solo ha de adaptarse a las transformaciones que puedan llegar a tener lugar en su entorno, sino que ha de ser protagonista de las mismas. Ello implica, también, un esfuerzo por integrar la cultura de la innovación como valor presente en todos y cada uno de los elementos de la cadena de valor de una organización,

superando la idea propia de la gestión de la innovación donde ésta se concibe como un elemento más dentro de dicha cadena y no como una «filosofía» que ha de permear a todos los niveles y en todos los procesos de la organización (Bas Amorós, 2011).

- En la innovación y cultura: ejes del nuevo liderazgo iberoamericano se identifica la cultura la cultura de la innovación.

(...) como el centro de gravedad de la innovación, ese elemento tan misterioso al que denominamos creatividad, frecuentemente asociada a la actividad artística y a esos fogonazos geniales que conocemos por inspiración. Sin embargo, al aludir a la creatividad en el contexto de la innovación, resulta más adecuado acudir a aquella aproximación que la entiende como una facultad para resolver de forma original problemas que surgen en el curso de un proyecto. Creatividad, trabajo y cultura del esfuerzo van de la mano”. Como decía Thomas Alva Edison: “El genio consiste en un 1% de inspiración y un 99% de transpiración.” (Andreu, 2012)

Esta definición de Andreu, ayuda a comprender “lo próximos que se encuentran los mundos de la cultura y de la empresa y la necesidad constante que ambos ámbitos tienen de avanzar, renovarse e innovar.”

- Para el programa de la Cámara de Comercio (Ciudad Real) en España se encuentra la cultura de la innovación,

Ligada a un contexto exclusivamente industrial y tecnológico. Sin embargo, esta también puede basarse en la detección de una nueva línea comercial o en la capacidad de las empresas para mantener la mayor cuota de



mercado posible. Estas ventajas competitivas abarcan desde unos niveles de inversión e investigación básica elevados, hasta los más pequeños cambios en el diseño o en la forma de presentar un producto ya existente, así como la fabricación y apoyo en el mercado del mismo.

En ese proceso las empresas deben asumir que la innovación afecta a todas sus áreas funcionales, desde la del diseño y el desarrollo de bienes y servicios, la comunicación y el marketing, hasta la internacionalización, los recursos humanos, los procesos o la gestión empresarial(Cámara Ciudad Real, S.F.).

- Juan Prego, Fundador de Actitud Creativa, Autor de Piensa como un Genio Director del Creativity Certification Program, en su artículo en Estrategia(2014) concibe la cultura de la innovación como “una interesante contradicción para los líderes de las organizaciones actuales, ya que las empresas buscan estandarizar procesos y medir resultados, y, por otro, necesitan crear entornos donde los individuos puedan desarrollar su talento”.

Para Prego “Crear una cultura de la innovación es clave para conseguirlo, aunque cada empresa necesita encontrar su propia y única forma de innovar, basándose en el conocimiento, pero adaptándolo a las particularidades de sus profesionales, existen doce pasos que pueden orientar a las organizaciones a llevar a cabo esta tarea.”

#### **7.4. Marco legal**

Para el desarrollo de un diplomado se basa en una normatividad existente en Colombia. Proporcionando la información de las leyes existentes en educación general, educación superior,

fortalecimiento de la educación para el trabajo y la creación y funcionamiento de programas e instituciones de educación no formal.

#### **7.4.1. Ley 115 de febrero 8 de 1994**

Es la ley que regula la educación en Colombia.

“Objeto de la ley. La educación es un proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos y de sus deberes.

La presente Ley señala las normas generales para regular el Servicio Público de la Educación que cumple una función social acorde con las necesidades e intereses de las personas, de la familia y de la sociedad. Se fundamenta en los principios de la Constitución Política sobre el derecho a la educación que tiene toda persona, en las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra y en su carácter de servicio público.

De conformidad con el artículo 67 de la Constitución Política, define y desarrolla la organización y la prestación de la educación formal en sus niveles preescolar, básica (primaria y secundaria) y media, no formal e informal, dirigida a niños y jóvenes en edad escolar, a adultos, a campesinos, a grupos étnicos, a personas con limitaciones físicas, sensoriales y psíquicas, con capacidades excepcionales, y a personas que requieran rehabilitación social.”(Congreso de la República de Colombia, 1994)

La Corporación Universitaria Minuto de Dios se rige de esta ley ya que presta servicios de educación y debe acoger la ley para su debido funcionamiento.

#### **7.4.2. Ley 1064 de julio 26 de 2006**

“Por la cual se dictan normas para el apoyo y fortalecimiento de la educación para el trabajo y el desarrollo humano establecida como educación no formal en la Ley General de Educación.

Reemplácese la denominación de Educación no formal contenida en la Ley General de Educación y en el Decreto Reglamentario 114 de 1996 por Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano.

El Estado reconoce la Educación para el Trabajo y el Desarrollo Humano como factor esencial del proceso educativo de la persona y componente dinamizador en la formación de técnicos laborales y expertos en las artes y oficios. En consecuencia las instituciones y programas debidamente acreditados, recibirán apoyo y estímulo del Estado, para lo cual gozarán de la protección que esta ley les otorga (Congreso de la República de Colombia, 2006)

La ley de educación no formal rige el diplomado en Cultura de la Innovación porque hace parte de la formación y el desarrollo humano que es considerado como uno de los principales factores para la formación de la comunidad.

#### **7.4.3. Ley 30 de diciembre 28 de 1992**

“Se organiza el servicio público de la Educación Superior”

Artículo 1° La Educación Superior es un proceso permanente que posibilita el desarrollo de las potencialidades del ser humano de una manera integral, se realiza con

posterioridad a la educación media o secundaria y tiene por objeto el pleno desarrollo de los alumnos y su formación académica o profesional.

Artículo 2° La Educación Superior es un servicio público cultural, inherente a la finalidad social del Estado.

Artículo 3° El Estado, de conformidad con la Constitución Política de Colombia y con la presente Ley, garantiza la autonomía universitaria y vela por la calidad del servicio educativo a través del ejercicio de la suprema inspección y vigilancia de la Educación Superior.

Artículo 4° La Educación Superior, sin perjuicio de los fines específicos de cada campo del saber, despertará en los educandos un espíritu reflexivo, orientado al logro de la autonomía personal, en un marco de libertad de pensamiento y de pluralismo ideológico que tenga en cuenta la universalidad de los saberes y la particularidad de las formas culturales existentes en el país. Por ello, la Educación Superior se desarrollará en un marco de libertades de enseñanza, de aprendizaje, de investigación y de cátedra.

Artículo 5° La Educación Superior será accesible a quienes demuestren poseer las capacidades requeridas y cumplan con las condiciones académicas exigidas en cada caso.(Congreso de la República de Colombia, 1992)

La corporación universitaria Minuto de Dios es regida por esta ley por prestar los servicios de educación superior en Colombia

#### **7.4.4. Decreto 114 del 15 de enero de 1996**

Por el cual se reglamenta la creación, organización y funcionamiento de programas e instituciones de educación no formal.

Su objeto es el de complementar, actualizar, suplir conocimientos, formar en aspectos académicos o laborales y en general, capacitar para el desempeño artesanal, artístico, recreacional, ocupacional y técnico, para la protección y aprovechamiento de los recursos naturales y la participación ciudadana y comunitaria, a las personas que lo deseen o lo requieran.

La educación no formal hace parte del servicio público educativo y responde a los fines de la educación señalados en el artículo 5 de la Ley 115 de 1994

La educación no formal será prestada en instituciones educativas del Estado o en instituciones privadas, debidamente autorizadas para tal efecto que se regirán de acuerdo con la Ley, las disposiciones del presente Decreto y las otras normas reglamentarias que les sean aplicables.

La educación no formal podrá ofrecer programas de formación, complementación, actualización o supletorios de duración variable, en los siguientes campos

1. Laboral
2. Académico
3. Preparación para la validación de niveles y grados propios de la educación formal
4. Participación ciudadana y comunitaria

Los programas ofrecidos deberán tener la flexibilidad necesaria que permita su permanente adecuación a las necesidades nacionales regionales y locales y a la competitividad (Decreto 114, 1996)

La creación de diplomado en Cultura de la Innovación se rige bajo esta ley, porque cumple con los requisitos dispuestos en su objetivo que es formar en aspectos laborales y académicos y el Diplomado es para los colaboradores del Sistema UNIMINUTO Sede Principal (SP).

### **7.5. Marco espacial**

La ubicación de esta investigación está centrada en los docentes y personal administrativo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios sede principal (SP).

### **7.6. Marco conceptual**

Según Mario Morales, en su libro los mitos de la innovación, indica:

**Innovación:** Significa implementar una nueva idea para crear valor.

**Diplomado:** Son programas de educación continua que permite profundizar en aspectos específicos de una disciplina, de interés para quien lo realiza y la aplicabilidad en su labor profesional.

**Cultura organizacional:** Puede definirse cultura como el patrón de comportamiento general, creencias compartidas y valores comunes de los miembros de una comunidad.

**Proceso innovador:** Es el método por el cual se generan ideas, interactuar con el entorno estableciendo objetivos concretos y medibles.

**Cambio:** Es la transición que ocurre de un estado a otro.

**Retos:** Es un objetivo que supone un desafío a nivel personal para quien quiere demostrarse a sí mismo que puede luchar por cumplir esa meta.

**Competencias:** son los conocimientos, habilidades, y destrezas que desarrolla una persona para comprender, transformar y practicar en el mundo en el que se desenvuelve.

**Estrategia:** es un plan que especifica una serie de pasos o de conceptos que tiene como fin la consecución de un determinado objetivo.

**Valor agregado:** Es una característica o servicio extra que se le da a un producto o servicio con el fin de darle un mayor valor en la percepción del consumidor.

**Sistematización:** Proceso por el cual se pretende ordenar una serie de elementos, pasos, etapas con el fin de otorgar jerarquías a los diferentes elementos.

**Oportunidad:** Se le denomina a toda circunstancia en la cual existe la posibilidad de lograr algún tipo de mejora una índole económica, social, laboral.(Morales & león, 2013)

**Equipo de liderazgo para el cambio:** “es el grupo de líderes con la responsabilidad diaria de llevar a cabo una serie de estrategias para conducir a las personas a través del cambio y alcanzar los resultados del negocio propuesto para la iniciativa del cambio”.(Blanchard, 1993)

**Visión:** “tener una visión clara y sólida les permite verse a sí mismos teniendo éxito en la imagen del futuro”(Blanchard, 1993, pág. 135).

**Mejoramiento Continuo:** “para él mejorar un proceso, significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y adaptable, qué cambiar y cómo cambiar depende del enfoque específico del empresario y del proceso”(Mandonado, S.F).

Empoderamiento: “Es un proceso que contribuye a que las personas y sus organizaciones puedan ser, hacer y decidir por sí mismas”. (Cosude, 2010)

## 8. TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA (*VER ANEXO 1*)

Para la justificación del presente trabajo de grado, se aplicó una encuesta a 118 Docentes y administrativos y 128 estudiantes de UNIMINUTO sede principal, con el fin de conocer el estado del conocimiento actual de cultura de la innovación en toda la sede principal, y la importancia que visualizan de la misma. La información obtenida será la orientación del proyecto y permitirá expresar en porcentaje y datos cuantificables las respuestas a las preguntas que se formularon a los encuestados en UNIMINUTO.

**Tabla 3. Ficha técnica de la investigación**

Ficha Técnica de la Investigación	
Dimensión	Cualitativa
Fuente	Corporación Universitaria Minuto de Dios
Técnica	Análisis documental
Población	128 Estudiantes y 118 Docentes Administrativos



## 8.1. Encuesta

Se puede definir como:

Una técnica primaria de obtención de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza que la información proporcionada por una muestra puede ser analizada mediante métodos cuantitativos y los resultados sean extrapolables con determinados errores de confianza (Abascal & Grande, 2005, pág. 14).

**Tabla 4. Ficha técnica de la encuesta**

<b>Ficha técnica de la Encuesta</b>	
<b>Cantidad de estudiantes encuestados</b>	<b>128</b>
<b>Cantidad de docentes y administrativos</b>	<b>118</b>
<b>Lugar de la encuesta</b>	<b>Uniminuto sede principal</b>

### 8.1.1. ENCUESTA APLICADA A DOCENTES, ADMINISTRATIVOS, ESTUDIANTES UNIMINUTO (SP).

Se aplica un modelo de encuesta cualitativa, a 118 docentes y administrativos, de UNIMINUTO, sede principal, de la cual se pretende concluir el conocimiento de cultura de la innovación, lo que se espera y se visualiza se puede mejorar dentro de UNIMINUTO, S.P, con el fin de estudiar los resultados y tenerlos en cuenta a la hora de diseñar el programa del Diplomado en Cultura de la innovación para UNIMINUTO S.P

1. Para usted ¿qué es innovación?:

**Tabla 5. Tabulación encuesta a docentes, administrativos, estudiantes, pregunta 1. Para usted ¿Qué es la innovación?**

Opción de respuesta	Docentes	%	Estudiantes	%
Agregar valor	30	25 %	13	10%
Crear algo nuevo	30	25%	63	49%
llamar la atención	0	--	2	2%
Tecnologías	3	3%	0	-
Originalidad	14	12%	5	15%
Mejora continua	33	28%	19	20%
Desarrollo	8	7%	26	4%

2. ¿Cree que la universidad desarrolla una cultura innovadora?

**Tabla 6. Tabulación encuesta a docentes, administrativos, estudiantes, pregunta 2. ¿Cree que la universidad desarrolla una cultura innovadora?**

Opción de respuesta	Docente	%	Estudiante	%
Si	68	58%	66	52%
No	50	42%	62	48%

3. ¿Cree que en la universidad se lleva a cabo un proceso innovador?

**Tabla 7. Tabulación encuesta a docentes, administrativos, estudiantes, pregunta 3. ¿Cree que en la universidad se lleva a cabo un proceso innovador?**

Opción de respuesta	Docentes	%	Estudiantes	%
Sí	51	65%	42	33%
No	67	35%	86	67%

4. ¿Desde su relación con la universidad se siente en libertad de evaluar un proceso y mejorarlo?

**Tabla 8. Tabulación encuesta a docentes, administrativos, estudiantes, pregunta 4. ¿Desde su relación con la universidad se siente en libertad de evaluar un proceso y mejorarlo?**

Opción de respuesta	Docentes	%	Estudiantes	%
Si	77	66%	52	41%
No	30	25%	72	56%
Sin responder	11	9%	4	3%

5. ¿Alguna vez ha dado una sugerencia de cómo mejorar algún proceso, actividad u acción universitaria?

**Tabla 9. Tabulación encuesta a docentes, administrativos, estudiantes. Pregunta 5. ¿Alguna vez ha dado una sugerencia de cómo mejorar algún proceso, actividad u acción universitaria?**

Opción de respuesta	Docentes	%	Estudiantes	%
Si	46	39%	25	19%
No	63	53%	79	62%
Sin responder	9	8%	24	19%

6. ¿Estaría dispuesto a participar en talleres que fomenten la cultura de la innovación, ya sea que estos se lleven a cabo a presencial o virtualmente?

**Tabla 10. Tabulación encuesta docente. Pregunta 6 ¿Estaría dispuesto a participar en talleres que fomenten la cultura de la innovación, ya sea que estos se lleven a cabo a presencial o virtualmente?**

Opción de respuesta	Docentes	%	Estudiantes	%
Si	96	81%	107	84%
No	22	19%	21	16%

7. ¿Dentro de la universidad ha sido parte de algún proceso, producto y/o idea innovadora?

**Tabla 11. Tabulación encuesta docentes, administrativos, estudiantes. Pregunta 7 ¿Dentro de la universidad ha sido parte de algún proceso, producto y/o idea innovadora?**

Opción de respuestas	Docentes		Estudiantes	
Si	34	29%	111	87%
No	84	71%	8	6%
Sin responder	---	--	9	7%

8. ¿Rango o valor entre 0 y 10 cultura de la innovación que posee

UNIMINUTO. (SP)?

**Tabla 12. Tabulación encuesta docentes, administrativos, estudiantes. Pregunta 8  
¿Rango o valor entre 0 y 10 cultura de la innovación que posee UNIMINUTO.  
(SP)?**

Opción de respuesta	Docentes	%	Estudiantes	%
1	5	4%	1	1%
2	11	9%	1	1%
3	9	8%	6	5%
4	14	12%	10	8%
5	15	13%	32	26%
6	16	14%	24	19%
7	20	17%	28	22%
8	22	19%	19	15%
9	5	4%	3	2%
10	1	1%	1	1%

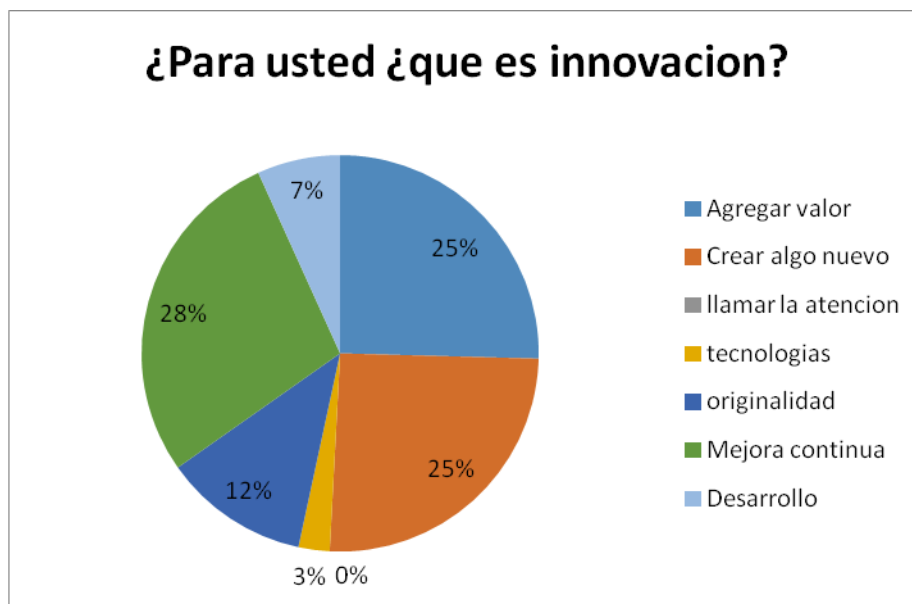
9. ¿Desde el rol que desempeña ha identificado oportunidades que considera se puede innovar?

**Tabla 13. Tabulación de encuestas docentes, administrativos, estudiantes. Pregunta 9 ¿Desde el rol que desempeña ha identificado oportunidades que considera se puede innovar?**

Opción de respuesta	Docentes	%	Estudiantes	%
Si	90	76%	38	62%
No	28	24%	80	30%
Sin responder	0	0%	10	8%

### 8.1.2. INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS REALIZADAS A DOCENTES, ADMINISTRATIVOS Y APOYO.

#### 1. Para usted ¿Qué es innovación?



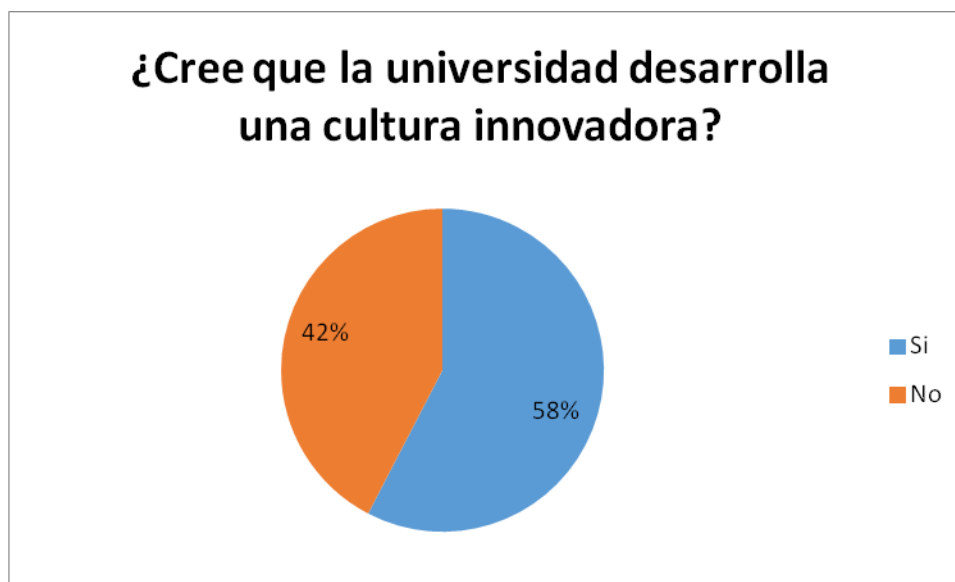
**Gráfico 1. Encuesta para docentes, administrativos y colaboradores, Pregunta 1. ¿ para usted que es la innovación?**

Para los docentes, administrativos y colaboradores de UNIMINUTO (S.P) el 28%, (la mayor parte de la población encuestada) considera que la innovación está enfocado a la mejora continua, es decir la generación de procesos optimizadores como LEAN<sup>1</sup>, entre otros, el 50% de la comunidad encuestada encuentra la innovación en agregar valor y crear algo nuevo, lo cual nos indica los docentes, administrativos y colaboradores de UNIMINUTO (S.P), tienen una buena dirección acerca del concepto de innovación.

<sup>1</sup> Filosofía que pretende aprovechar cada recurso, cuidando de los gastos y participando activamente de la mejora continua en cualquier proceso.



2. ¿Cree usted que en la universidad se desarrolla una cultura innovadora?



**Gráfico 2. Encuesta para docentes, administrativos y colaboradores, Pregunta 2. ¿Cree usted que en la universidad se desarrolla una cultura innovadora?**

Para el 58% de los docentes, administrativos y apoyo de UNIMINUTO (S.P) encuestados no existe el desarrollo de una cultura innovadora en la universidad, el otro 42% coincide en que si se evidencia un desarrollo de cultura innovadora, aunque la diferencia de opinión no tiene un porcentaje alarmante de diferencia, si logra indicarnos los proyectos o desarrollos que impulsan a la cultura de la innovación no están siendo vistos por toda la población.

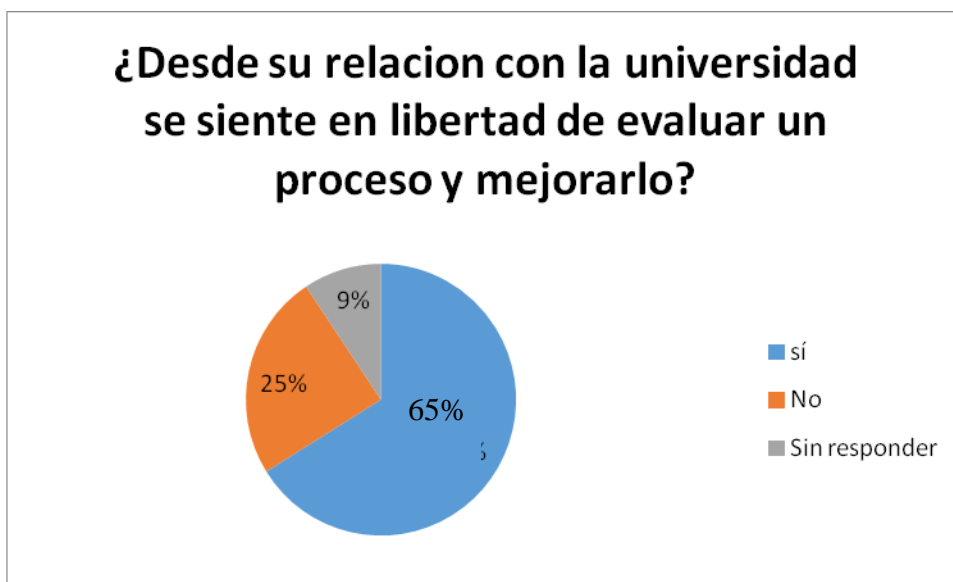
3. ¿Cree que se lleva a cabo algún proceso innovador?



**Gráfico 3. Encuesta para docentes, administrativos y colaboradores, Pregunta 3 ¿Cree que se lleva a cabo algún proceso innovador?**

Para el 65 % de los docentes, administrativos y apoyo de UNIMINUTO (S.P) encuestados no se lleva a cabo un proceso innovador en la universidad, el otro 35% coincide en que si se evidencian procesos innovadores, lo que nos indica más de la mitad encuestada conoce lo que es innovación y no lo encuentra reflejado en procesos dentro de la universidad.

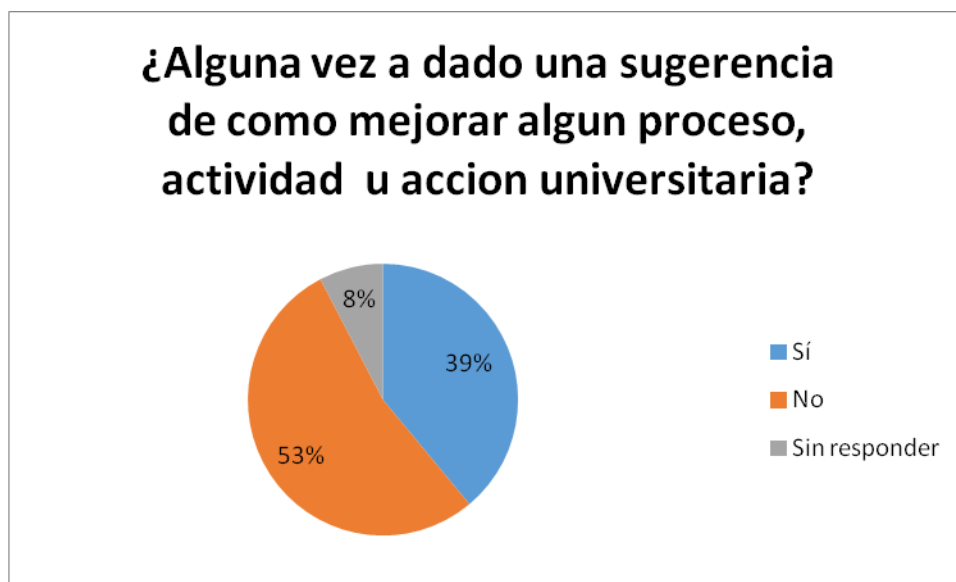
4. ¿Desde su relación con la universidad, se siente en la libertad de evaluar un proceso y mejorarlo?



**Gráfico 4. Encuesta para docentes, administrativos y colaboradores, Pregunta ¿Desde su relación con la universidad, se siente en la libertad de evaluar un proceso y mejorarlo?**

Para el 65 % de los docentes, administrativos y apoyo de UNIMINUTO (S.P) encuestados se sienten en libertad de evaluar procesos de la universidad y mejorarlos, el 25% coincide en que no se sienten en libertad de evaluar procesos de la universidad, y el 9% restante indican inseguridad de su experiencia ya que no indican sí o no ante la posibilidad de evaluar procesos y mejorarlos.

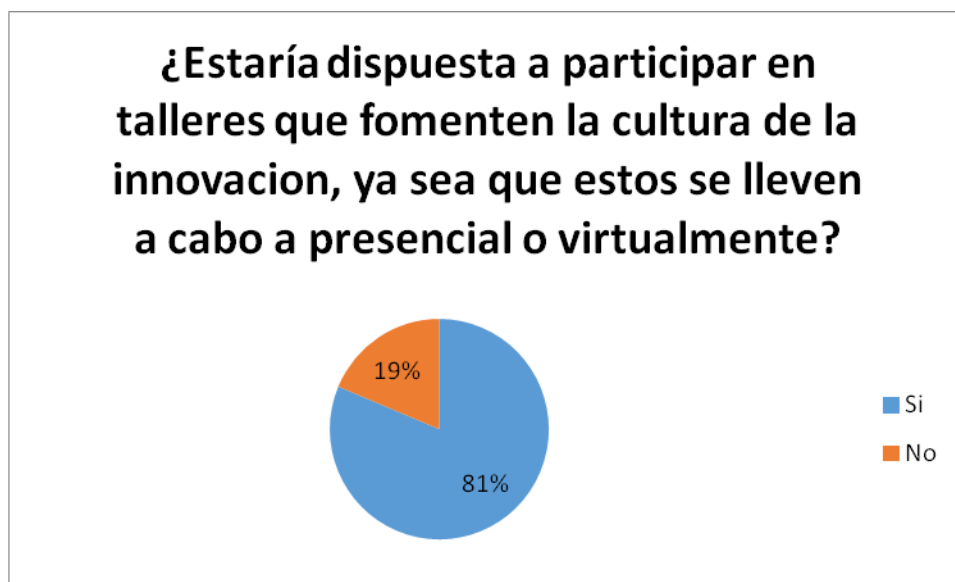
5. Alguna vez ha dado una sugerencia de cómo mejorar algún proceso, actividad u acción en la universidad



**Gráfico 5. Encuesta para docentes, administrativos y colaboradores, Pregunta 5. Alguna vez ha dado una sugerencia de cómo mejorar algún proceso, actividad u acción en la universidad**

Para el 53% de los docentes, administrativos y apoyo de UNIMINUTO (S.P) encuestados informaron que en ninguna oportunidad han dado sugerencias de mejoras en procesos, actividades u acciones universitarias, mientras el 39% indican si lo han hecho y el 8% no responden, lo que nos indica no saben si han hecho alguna sugerencia de mejora.

6. ¿Estaría dispuesto a participar en talleres que fomenten la cultura de la innovación, ya sea que estos se lleven a cabo presencial o virtualmente?



**Gráfico 6. Encuesta para docentes, administrativos y colaboradores, Pregunta 6. ¿Estaría dispuesto a participar en talleres que fomenten la cultura de la innovación, ya sea que estos se lleven a cabo presencial o virtualmente?**

Para el 81% de los docentes, administrativos y apoyo de UNIMINUTO (S.P) encuestados informaron que estarían dispuestos a participar en talleres que fomenten la cultura de la innovación, ya sea la modalidad en la que se presenten, mientras el 19% indican no están dispuestos a realizarlo, generalmente por tiempo y obligaciones que tienen en el momento

7. ¿Dentro de la universidad ha sido participe de algún proceso, producto y/o idea innovadora?



**Gráfico 7. Encuesta para docentes, administrativos y colaboradores, Pregunta 7. ¿Dentro de la universidad ha sido parte de algún proceso, producto y/o idea innovadora?**

Para el 71% de los docentes, administrativos y apoyo de UNIMINUTO (S.P) encuestados informaron que han sido parte de algún proceso, producto y/o idea innovadora mientras el 29% indicaron no han sido parte de ningún proceso, producto o idea innovadora.

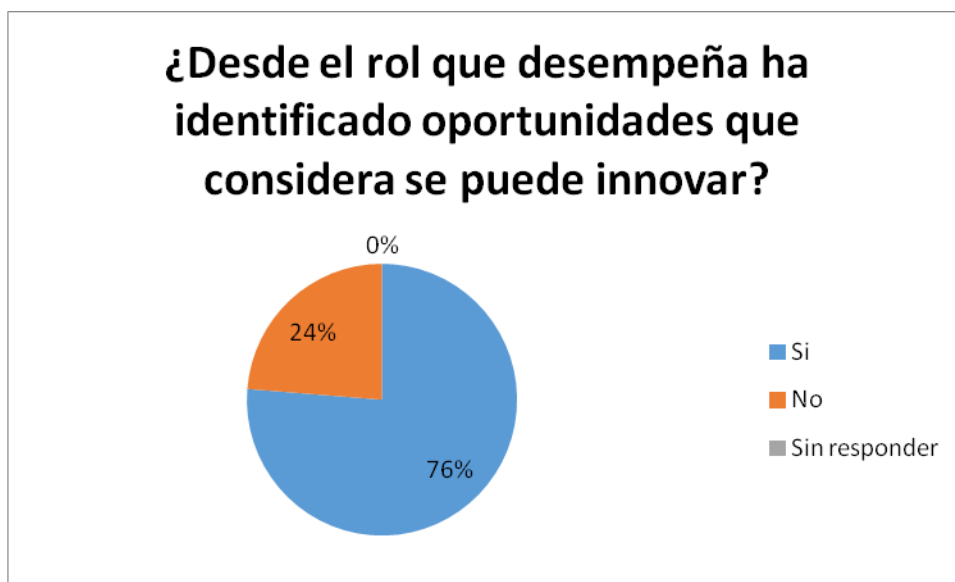
8. En un rango de 0 a 10, donde 0 es el valor mínimo y 10 es el máximo  
¿Cómo califica la cultura de innovación que posee la comunidad UNIMINUTO?



**Gráfico 8. Encuesta para docentes, administrativos y colaboradores, Pregunta 8. En un rango de 0 a 10, donde 0 es el valor mínimo y 10 es el máximo ¿Cómo califica la cultura de innovación que posee la comunidad UNIMINUTO?**

Del 100% de la población encuestada, el 2% indicaron un 2 de calificación para la cultura de innovación que posee UNIMINUTO (S.P), el 4% lo calificaron con un 3, el 5% con un 4, el 7% con un 5; el 9% con un 6; el 11% con un 7, el 13% con un 8, el 15% con un 9, el 16% con un 10 y la menor calificación de 1 la recibió el 18% de la población encuestada.

9. Desde el rol que desempeña, ¿ha identificado oportunidades que consideren se puede innovar?



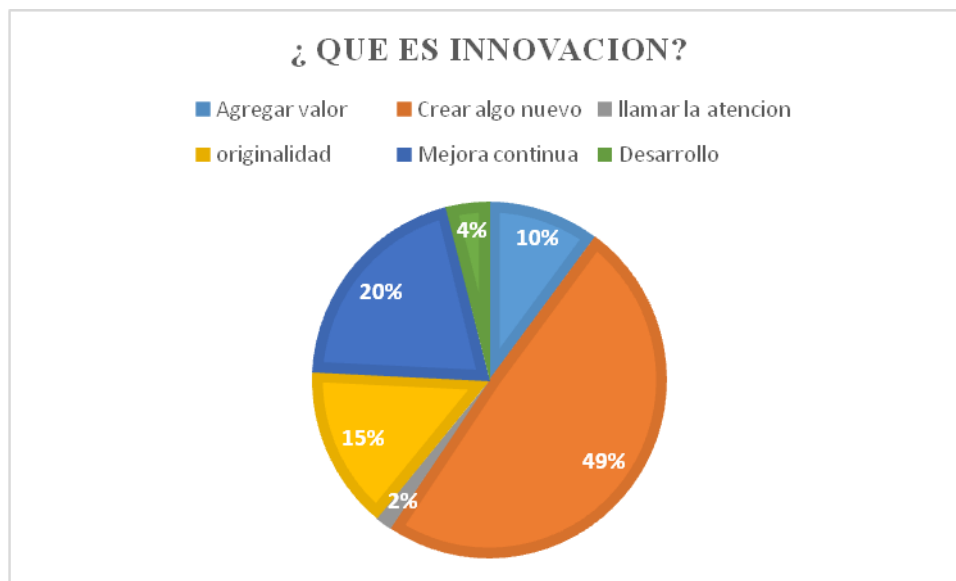
**Gráfico 9. Encuesta para docentes, administrativos y colaboradores, Pregunta 9. Desde el rol que desempeña, ¿ha identificado oportunidades que consideren se puede innovar?**

Para el 76% de los docentes, administrativos y apoyo de UNIMINUTO (S.P) encuestados informaron que desde su rol han identificado oportunidades que consideran se pueden innovar, mientras el 24% indicaron no lo han identificado.



### 8.1.3. TABULACION ENCUESTAS A ESTUDIANTES UNIMNUTO (SP)

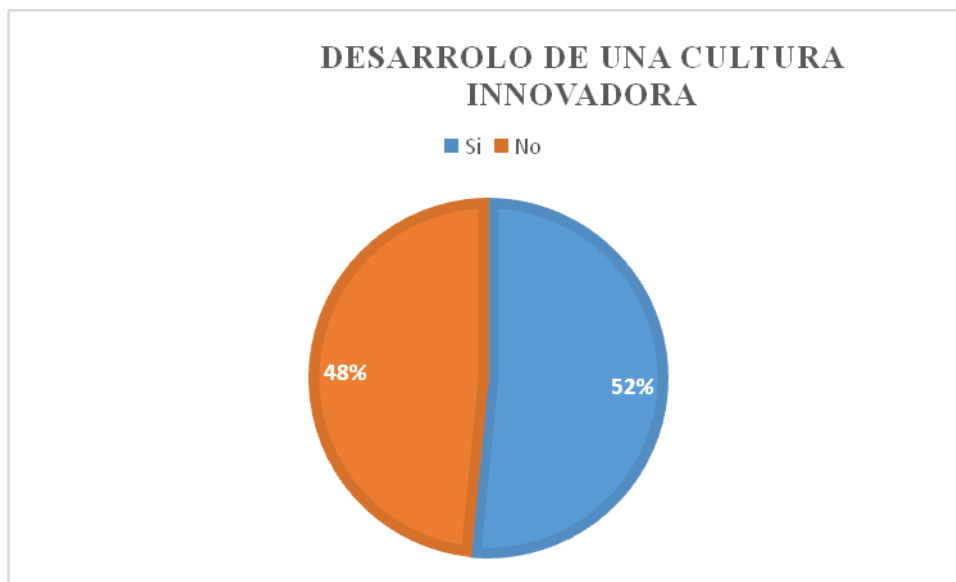
#### 1. Para usted ¿Qué es innovación?



**Gráfico 10. Gráfico de Estudiantes pregunta 1. para usted ¿Qué es la innovación?**

Para los estudiantes el 49% considera que la innovación es crear algo nuevo y el 20% cree que la innovación es una mejora continua lo primero que debemos hacer es llegar a un definición que sea igual para todos permitiendo que sea más fácil el trabajo con la comunidad UNIMINUTO para hablar del tema de cultura de la innovación.

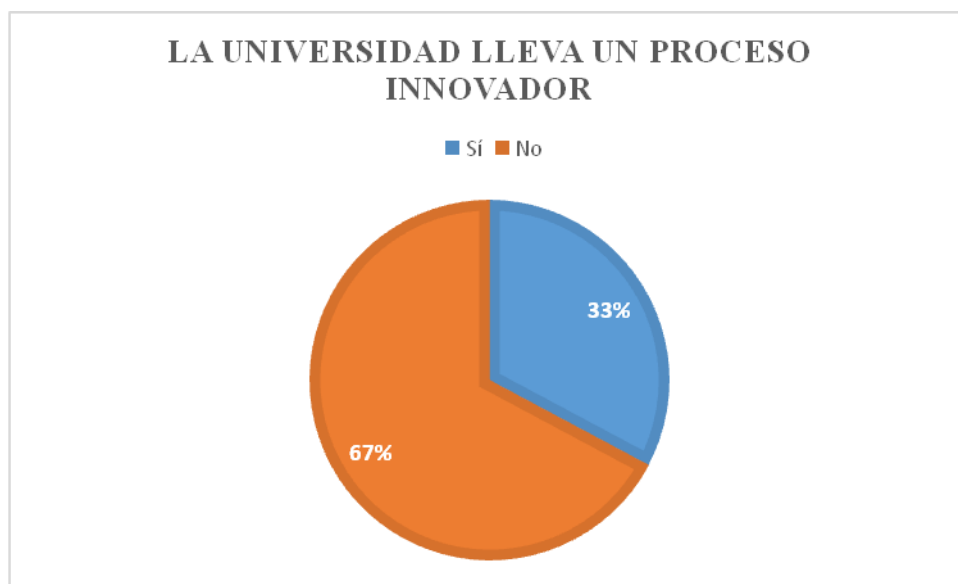
2. ¿Cree que la universidad desarrolla una cultura innovadora?



**Gráfico 11. Gráfico de encuesta a encuesta estudiantes. Pregunto 2. ¿Cree que la universidad desarrolla una cultura innovadora?**

La mayoría de los estudiantes, 52% consideran que la universidad desarrolla una cultura innovadora para la formación de los procesos. Aunque se puede reflejar que la mitad de las personas encuestadas piensan que no se desarrolla una cultura innovadora lo cual nos permite deducir que se debe trabajar más en el tema para definir si en UNIMINUTO se desarrolla una cultura innovadora.

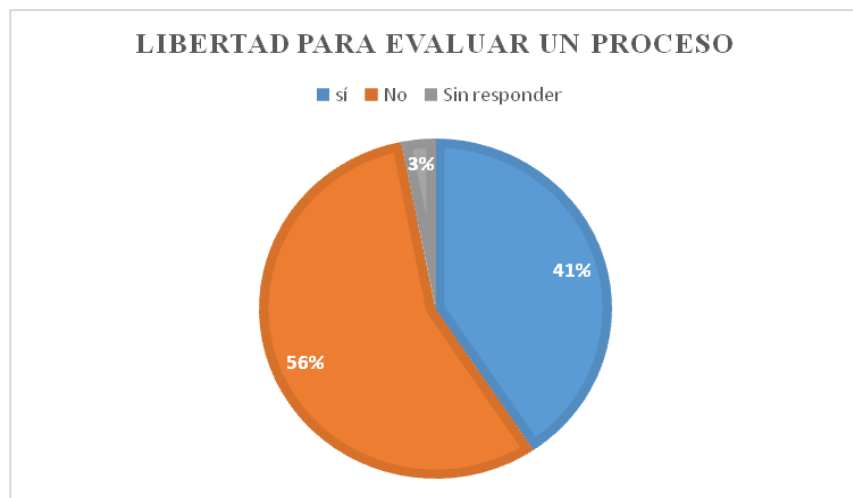
3. ¿Cree que en la Universidad se lleva a cabo un proceso innovador?



**Gráfico 12. Gráfico de encuesta a encuesta estudiantes. Pregunta 3. ¿Cree que en la universidad se lleva a cabo un proceso innovador?**

La mayoría de los estudiantes el 67% consideran que la Universidad no desarrolla un proceso innovador lo cual nos permite llegar a la conclusión de que necesitamos crear procesos innovadores para mejorar la perspectiva y procesos de los estudiantes ya que en la mega está planteada para el 2019 se plantea que todos los procesos deberán ser innovadores.

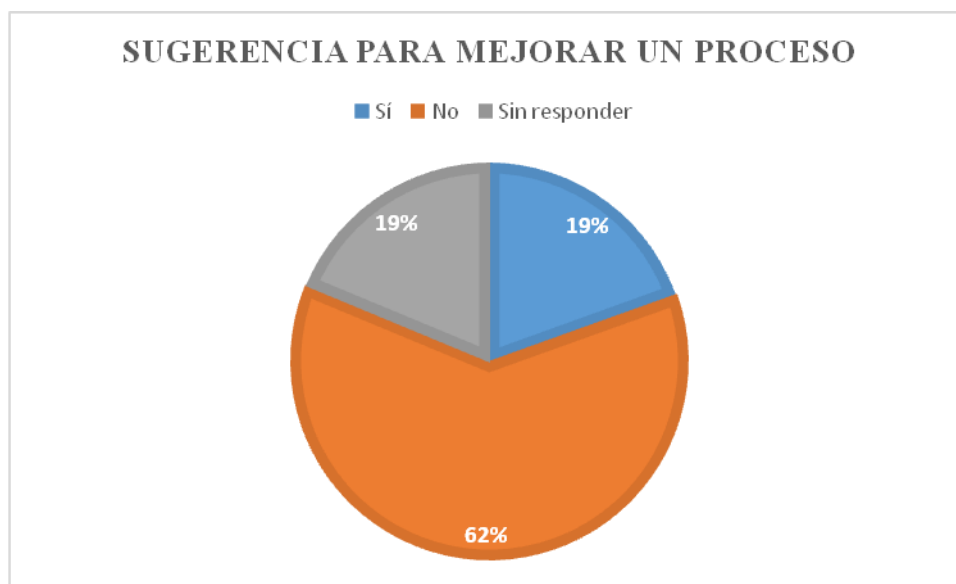
4. Desde su relación con la Universidad se siente en libertad de evaluar un proceso y mejorarlo



**Gráfico 13. Gráfico de encuesta estudiantes. Preguntado 4. Desde su relación con la universidad se siente en libertad de evaluar un proceso y mejorarlo**

La mayoría de los estudiantes 56% no siente libertad para evaluar un proceso se puede deducir que no se tiene en cuenta la opinión de los estudiantes para tomar decisiones o que sean partícipes de la innovación a la cual se quiere llegar en UNIMINUTO (SP), Lo cual no justifica el porcentaje del 88% que no responden a la pregunta ¿en que lo ha hecho? Hace falta trabajar en el tema de la cultura de la innovación para que toda la comunidad esté enterada de los procesos y retos que tiene planteada la universidad en cuanto al tema de innovación.

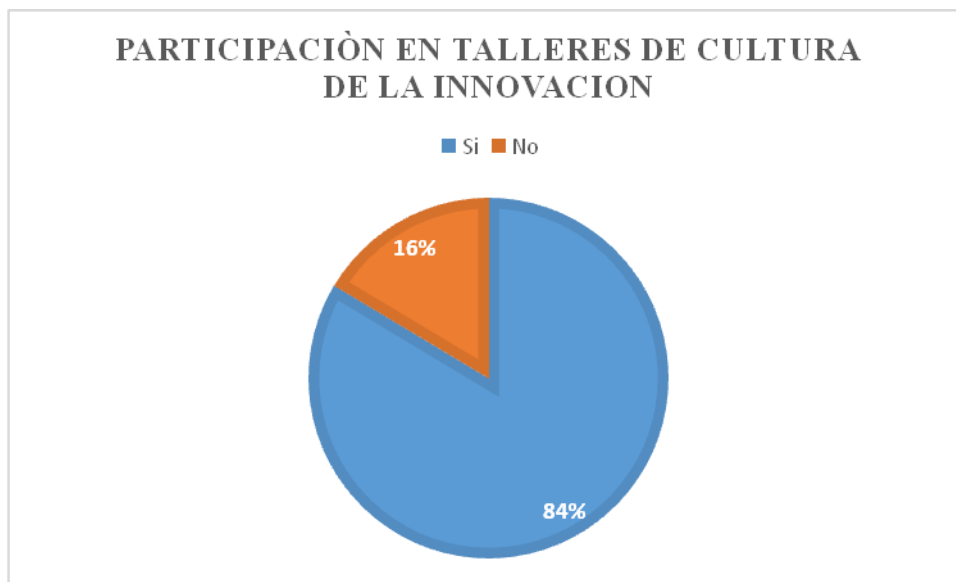
5. ¿Alguna vez ha dado una sugerencia de cómo mejorar algún proceso, actividad u acción universitaria?



**Gráfico 14. Gráfico de encuesta estudiantes. 5. ¿Alguna vez ha dado una sugerencia de cómo mejorar algún proceso, actividad u acción universitaria?**

La mayoría de los estudiantes 62% no se atreven a dar sugerencias para mejorar actividades o procesos Universitarios lo cual significa que se debe crear estrategias donde los estudiantes puedan participar aportando sus ideas.

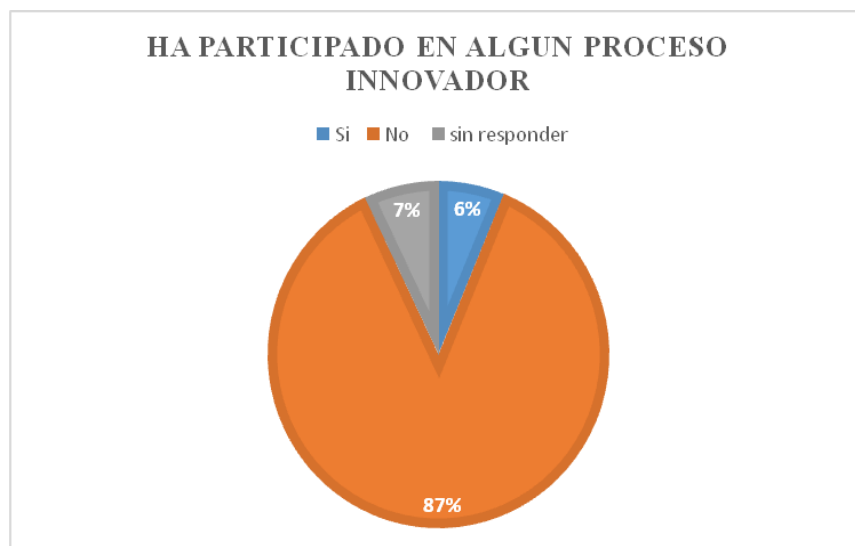
6. ¿Estaría dispuesta a participar en talleres que fomenten la cultura de la innovación, ya sea que estos se lleven a cabo a presencial o virtualmente?



**Gráfico 15. Gráfico de encuesta estudiantes. Pregunta. 6. ¿Estaría dispuesta a participar en talleres que fomenten la cultura de la innovación, ya sea que estos se lleven a cabo a presencial o virtualmente?**

El 84 % de los estudiantes está dispuesto a participar en talleres de cultura de la innovación lo cual nos permite afirmar que se manifiesta gran interés en el tema. El 43% de los encuestados desearía participar de forma virtual y el 40% de forma presencial lo cual no permite llegar a la conclusión que debe unificar el curso y hacerlo de las dos formas.

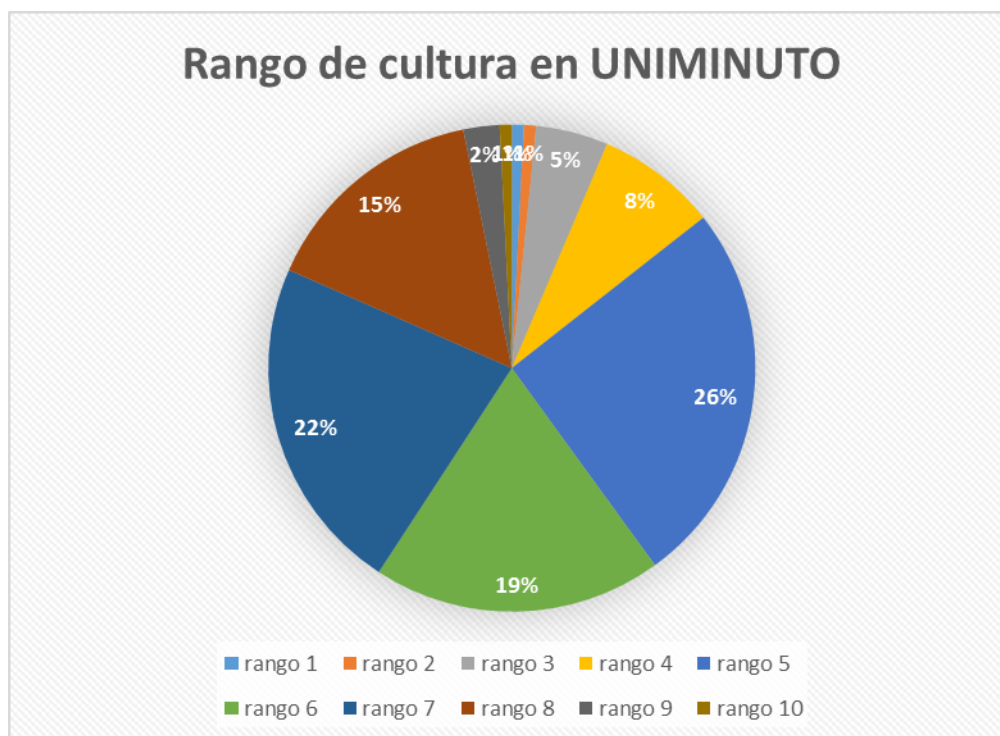
### 7. Dentro de la Universidad ha sido parte de algún proceso, producto y/o idea innovadora



**Gráfico 16. Gráfico de encuesta estudiantes. Pregunta 7. Dentro de la universidad ha sido parte de algún proceso, producto y/o idea innovadora**

La mayoría de los estudiantes (111) no han participado de procesos ni de ideas innovadoras lo cual no permite concluir que se deben construir actividades donde los estudiantes puedan participar para conocer sus ideas y poder alcanzar la innovación.

### 8. Rango o valor entre 0 y 10 cultura de la innovación que posee UNIMINUTO

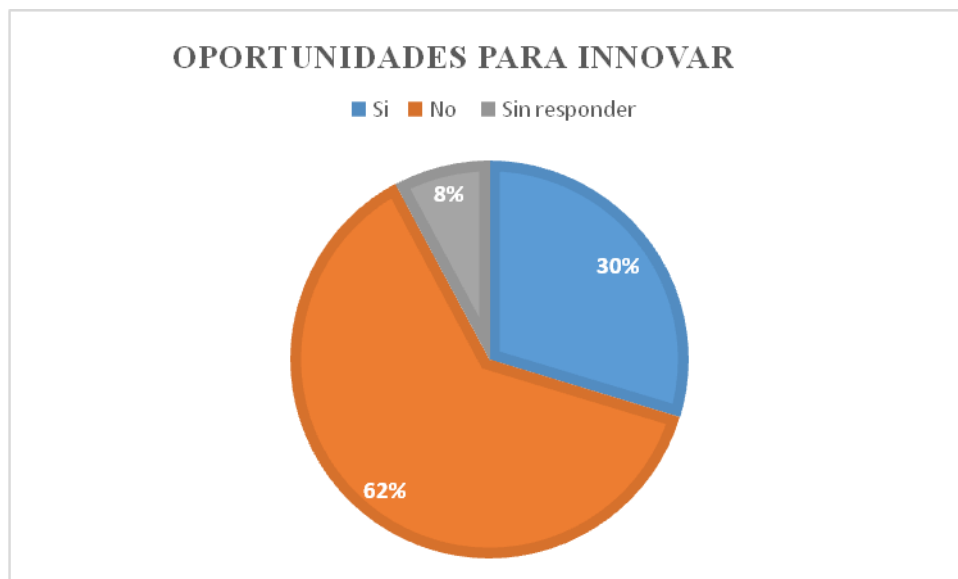


**Gráfico 17. Gráfico de encuesta estudiantes. Pregunta 8. Rango o valor entre 0 y 10 cultura de la innovación que posee UNIMINUTO**

Podemos evidenciar que califican el rango de cultura de la innovación entre 5 y 7 lo cual permite concluir que saben de qué trata la cultura de la innovación pero les falta fortalecer el concepto para aplicarlo y que sea de mayor visibilidad para los estudiantes.



9. Desde el rol que desempeña ha identificado oportunidades para que considera se puede innovar



**Gráfico 18. Gráfico de encuesta estudiantes. Pregunta 9. Desde el rol que desempeña ha identificado oportunidades para que considera se puede innovar**

La mayoría de estudiantes 62% no ven oportunidades para innovar en UNIMINUTO, significa que debemos crear esas oportunidades por medios de talleres, actividades, espacios académicos (cursos, diplomados, especializaciones, maestrías) para fortalecer las oportunidades de innovación.

## **8.2. Conclusión de la encuesta**

El resultado de la investigación nos permite identificar un acercamiento al conocimiento de lo que es la innovación, aunque a medida que se va profundizando en el tema de innovación para llegar a un resultado o un compromiso de las personas, este se va cerrando cada vez más, por lo tanto se puede identificar que el estado inicial de la cultura de la innovación sede principal UNIMINUTO es mínima.

Lo cual se verifica en la pregunta 8 donde los porcentajes para la calificación de la Cultura de la Innovación en UNIMINUTO son bajos, no se tiene el conocimiento para definirla de forma clara.

Es clara, la baja claridad del concepto de cultura de la innovación, y la relación con los procesos de UNIMINUTO S.P, lo que permite analizar la comprensión del concepto y en donde se puede aplicar, son factores a los que podemos acudir para el desarrollo del programa.

La creación e implementación de procesos innovadores, para cada situación, son bases en las que se debe trabajar en el programa, con el fin de elaborar y brindar las herramientas necesarias para la construcción de ideas, de pautas a mejoras de procesos y metas altas que se desean alcanzar.

La mayoría de los encuestados, no ha participado de procesos innovadores para UNIMINUTO. SP, por tanto el sentido de pertenencia, trabajo en equipo y trabajo para alcance de ideales UNIMINUTO, son competencias que se buscaran adquirir durante el desarrollo de esta propuesta, del Diplomado en Cultura de la Innovación para UNIMINUTO S.P.

Además podemos identificar, la mayoría de los administrativos y docentes encuestados, se sienten en la capacidad de evaluar procesos y mejorarlos, sugerir procesos y actividades, lo que resulta positivo, pero es necesario construir en los mismos el deseo de hacer, de actuar, de desarrollar, de ejecutar, las ideas y el direccionamiento que plantean, a lo cual podemos aportar con una herramienta más, como el Diplomado en Cultura de la Innovación para UNIMINUTO S.P.

Identificamos una excelente aceptación a la hora de recibir conocimiento y lineamientos de cultura de la innovación, a lo que se debe dar provecho, ya que con la voluntad, participación, expectativa y disposición por parte de las personas que desarrollarán el Diplomado, en cultura de la Innovación para UNIMINUTO S.P es posible obtener muy buenos resultados, un cambio positivo al pensamiento y manera de ver cada situación, siempre de manera crítica positiva.

Por las razones expuestas anteriormente, se propone el diseño de un diplomado en cultura de la innovación como base para que los colaboradores reconozcan la innovación como formación esencial para realizar sus procesos; ya que como se puede visualizar anteriormente, el Diplomado en Cultura de la Innovación. SP, realizaría un gran aporte a cada una de las falencias encontradas y analizadas.

## 9. PRODUCTO

En la planeación estratégica de la sede principal se busca la creación de espacios que permitan fortalecer la innovación en todo el ambiente institucional, este diplomado siguiendo la mega que presenta para el 2019 quiere dar inicio creando una cultura innovadora en UNIMINUTO (SP), su primer enfoque son docentes y administrativos.

Con el diplomado se cumplirá con los elementos centrales de la mega que es la formación de profesionales innovadores que generara mayor reconocimiento a la corporación universitaria Minuto de Dios.

Además desarrollará competencias innovadoras en sus colaboradores para que lo puedan transmitir al entorno estudiantil con el fin de generar participación de toda la comunidad para la transformación y apropiación de una cultura innovadora a través de las experiencias.

Con lo anterior el diplomado en CULTURA DE LA INNOVACIÓN es el primer paso para un acercamiento con toda la comunidad creando un alto impacto y compromiso en sus colaboradores.

### **9.1. ¿Porque es importante hacer un diplomado en cultura de la innovación?**

Desarrollará cambios en la mentalidad de sus estudiantes (docentes y administrativos) para estar en la capacidad de buscar soluciones o cambiar los procesos

por medio de la innovación, permitiendo la generación de nuevas ideas y reconocerán la innovación como parte esencial de su proceso de formación.

## **9.2. UNICORPORATIVA**

Según Uniminuto,

Unicorporativa es una unidad de capacitación, formación y entrenamiento para los colaboradores de UNIMINUTO.

Misión

“Ofrecer programas de formación permanente, capacitación y entrenamiento para el desarrollo de competencias, que contribuyan al fortalecimiento de la identidad Minuto de Dios (MD), el cumplimiento de la estrategia, el desarrollo integral y el mejoramiento continuo de los colaboradores de la Organización Minuto de Dios”. (UNIMINUTO, 2013)

Objetivo de Unicorporativa

Desarrollar el talento humano y alinear la estrategia de formación de la OMD con sus objetivos estratégicos, a través de la oferta integrada de servicios y programas de formación y capacitación con el fin de contar con mejores seres humanos y colaboradores cualificados, construir una Organización que Aprende y mejorar la productividad y competitividad de la organización Minuto de Dios.

### **9.2.1. ¿Cómo trabajan por la identidad misional de los colaboradores de UNIMINUTO?**

Para ello trabajan en la Gestión del Capital Intelectual, de la institución en sus 3 capítulos: (UNIMINUTO, 2013)

1. **Capital Humano:** Desarrollamos y empoderamos estratégicamente al grupo de Colaboradores de UNIMINUTO en orden a lograr la realización del Plan de Desarrollo de UNIMINUTO.
2. **Capital Estructural:** Colaboramos en la sistematización y socialización del capital organizativo y tecnológico de UNIMINUTO. Para ello nos apoyamos en las distintas unidades organizacionales de la institución.
3. **Capital Relacional:** Promovemos y organizamos el capital relacional de UNIMINUTO identificando las redes sociales formales e informales existentes y las orientamos hacia la gestión del conocimiento, la innovación y el emprendimiento.

#### **9.2.2. ¿Que ofrece Unicorporativa a los colaboradores de UNIMINUTO?**

Ofrece varias alternativas para el crecimiento de sus colaboradores como: beneficios financieros a la formación continua y de posgrados, beneficios indirectos relacionados con el logro de objetivos estratégicos y operativos a la gestión de los directivos de UNIMINUTO y las unidades a su cargo.

1. **Beneficios para los Colaboradores:** ofrecemos formación becada en las 5 áreas de formación de Unicorporativa (formación para la cualificación en el trabajo, formación misional, formación humana, formación espiritual y formación social).
2. **Directivos y Unidades Organizacionales UNIMINUTO en general:** ofrecemos formación becada orientada a llenar las necesidades de capacitación relacionadas con el plan de desarrollo de UNIMINUTO y el cumplimiento de

metas para el mismo. Igualmente ofrecemos apoyo para la sistematización y socialización del conocimiento y procesos relacionados con la experticia de la unidad, cuando ésta es susceptible de convertirse en buena práctica a compartir con todo el Sistema UNIMINUTO.

3. Unidades de Servicios Integrados: Apoyamos convertir los procesos, procedimientos, normativas y reglamentación en cursos e-learning dirigidos a los

4. actores que participan en los diversos procesos del Sistema UNIMINUTO.

#### **9.2.2.1. Contenido del Diplomado (VER ANEXO 3)**

##### **Objetivo**

Los docentes y administrativos estarán en la capacidad de reconocer la cultura de la innovación en UNIMINUTO (SP) en todas sus áreas, creando empoderamiento para tener iniciativa de acción y de generación de ideas de cambio, que fortalezcan procesos y brinden mejoras.

##### **Dirigido a:**

Docentes y administrativos de UNIMINUTO sede principal (SP), motivando a los participantes sobre la importancia de la cultura de la innovación en una organización.

##### **MÓDULO I**

Cultura organizacional/ 16 horas

## Objetivo

Fortalecer el conocimiento en cultura organizacional, desarrollando habilidades que permitan agilizar el proceso de aprendizaje y organizar ideas en un orden lógico y de esta manera adquirir la capacidad de definir y de evidenciar la cultura en la organización.

## Contenido Módulo 1.

1. Definición de cultura organizacional
2. Conceptos de autores en relación a la cultura
3. Factores que influyen en la cultura organizacional
4. Tipos de cultura organizacional

## MÓDULO II

Elementos de la cultura de la innovación/ 24 horas

## Objetivo

Identificar elementos claves que permitan hacer un análisis de las dificultades, riesgos, que puede asumir una organización estando en la capacidad de hacer un plan de acción para afrontar la situación y alcanzar el éxito.

## Contenido Módulo 2.

1. Cultura
2. Compromiso



3. Patrocinio
4. Equipo de liderazgo para el cambio
5. Comunicación
6. Visión en la organización
7. Presupuesto
8. Entrenar
9. Incentivar
10. Desempeño
11. Responsabilidad
12. Orientación de la cultura de la innovación en UNIMUNUTO

### MÓDULO III

Factores de desarrollo para una cultura innovadora /30 horas

#### Objetivo

Identificar oportunidades para transformar la cultura de la innovación, generando en los estudiantes empoderamiento para tomar decisiones permitiendo la creación de diagnósticos diseñando un plan de acción donde pueda vincularse todas las áreas y se genere espacios para innovar en las organizaciones.

#### Contenido Módulo 3

1. Visión y liderazgo para la innovación
2. Cuestionar el status quo
3. Entorno y recursos para innovar

4. Talento y motivación
5. Experimentar y correr riesgos
6. Diversidad de pensamiento
7. Colaboración

## MÓDULO IV

Creatividad en las organizaciones/ 30horas

### Objetivo

Estudiar los comportamientos de los colaboradores de las organizaciones para desarrollar habilidades de creatividad en los procesos que realizan con el fin de, influir en las capacidades de las personas para medir su desempeño.

### Contenido Módulo 4.

1. Talento para generar ideas creativas
2. Improvisación para llegar a la creatividad
3. Características de personalidad
4. Motivación
5. Barreras culturales de la innovación y la creatividad
6. Creatividad vs Innovación
7. Pensamiento creativo
8. Creatividad organizacional

## Módulo V

### Cambio de pensamiento /20 horas

Objetivo: permitirá a los estudiantes cambiar el pensamiento para afrontar la innovación y adaptarse a los cambios para tener mejores resultados en las organizaciones.

1. El fracaso y la innovación
2. Adaptación al cambio en las organizaciones
3. Arte de confiar en sí mismo, inteligencia emocional
4. Comunicación y relaciones interpersonales asertivas
5. Estructura lógica de la praxeología: Satisfacción, racionalidad y Originalidad

### **9.3. Presupuesto. (Ver anexo 2)**

“Es un plan de acción dirigido a cumplir una meta prevista, expresada en valores y términos financieros que, debe cumplirse en determinado tiempo y bajo condiciones previstas, cuyo concepto se aplica a cada centro de responsabilidad de la organización” (Pallerola Comamala & Carrasco Zújar, 2013)

Se realizó un presupuesto para el diplomado, teniendo en cuenta valores de ingresos (valor del diplomado abonado por cada estudiante) y egresos de la Universidad, con el fin de estimar los costos que implica el desarrollo del proyecto e ingresos que se obtendrían, teniendo en cuenta un punto de equilibrio de 20 personas en cada curso para el desarrollo del Diplomado.

### **9.3.1. Presupuesto Presencial**

El presupuesto presencial está desarrollado para un grupo de 40 personas, las cuales asistirán 120 horas al aula asignada por parte de la universidad, para desarrollar los 5 módulos del Diplomado.

### **9.3.2. Presupuesto virtual**

El presupuesto virtual, se plantea para 60 personas, quienes, a través del sistema Moodle desarrollaran el plan académico de 120 horas.

### **9.3.3. Presupuesto modalidad mixta**

El presupuesto mixto, plantea desarrollarse en 60 horas virtuales y 60 horas presenciales para un grupo de 40 personas.

## 10. CONCLUSIONES

El diplomado tiene como fin implementar la Cultura de la Innovación en UNIMINUTO (SP) para fortalecer las capacidades profesionales de los docentes y administrativos, generando cambios en los procesos por medio de la innovación. En el entorno UNIMINUTO se debe reflejar la cultura de la innovación para tener reconocimiento en toda la organización, fomentando la participación de todos los colaboradores en procesos innovadores, para el desarrollo del talento profesional, con el fin de tomar decisiones, asumiendo riesgos, buscando nuevas formas para los procesos organizacionales y con capacidad de cuestionar el Status Quo para el mejoramiento continuo de UNIMINUTO (SP).

Este diplomado será una herramienta más para el cumplimiento de objetivos institucionales fomentando espacios donde la innovación sea primordial ante cualquier proceso en UNIMINUTO.

El diplomado busca generar cambios comportamentales en los colaboradores buscando alternativas de solución por medio de la innovación, además que tendrá un impacto creando desarrollo a nivel organizacional y reconocimiento nacional de la Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Se busca que el sistema UNIMINUTO (SP), tenga claridad del significado de Cultura de la Innovación y el desarrollo de la misma, con el fin de visualizar en cada situación cotidiana, laboral, profesional o personal, la oportunidad de crear estrategias de crecimiento y solución.

El diplomado otorga el conocimiento para que el personal de sistema UNIMINUTO inicialmente generen el interrogante de ¿Cómo desarrollan su labor? ¿Si su proceder está alineado a la cultura de innovar, de servir? ¿Qué factores pueden mejorar y que procesos implementar? Y de esta manera crear un cambio de actitud, de pensamiento y acción, que permitan a UNIMINUTO ser reconocida por su alto impacto social en el país.

El diplomado busca generar por medio de los módulos capacidades en los docentes y administrativos de UNIMINUTO sede principal, para crear reconocimiento de sí mismo, seguridad en sí, en el conocimiento adquirido y dispuesto a adquirir, pretende que todos sientan certeza, confianza en lo he hecho, a través de las competencias que se pretenden desarrollar en cada uno de los módulos del Diplomado y de esta manera reconocer las falencia propias generando pautas de mejora, donde se vean reflejados lo conocimientos del diplomado y la voluntad propia por crecer, por avanzar y mejorar.

Desarrollar habilidades creativas en sus participantes generando un ambiente de creatividad para facilitar procesos innovadores en el sistema UNIMINUTO sede principal (SP) que permita implementar la cultura de la innovación como herramienta para buscar alternativas de solución que generen impacto en el ambiente de UNIMINUTO.

## 11. BIBLIOGRAFÍA

- Abascal, E., & Grande, I. (2005). *Análisis de encuestas*. Madrid: ESIC.
- Agudelo Hurtado, B. E., & Velasques Restrepo, L. L. (Septiembre de 2011). *Descripción de la cultura organizacional en una institución*. Recuperado el Marzo de 2015, de Universidad tecnológica de Pereira (OLIB web view ): <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/2354/1/65838A282.pdf>
- Amorós, E. (S,F). *Administración del personal: Una visión del Norte del Perú*. Recuperado el Marzo de 2015, de Eumet.net. Enciclopedia virtual: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008a/365/Cultura%20Organizacional%20en%20la%20Empresa%20Ned%20Red%20Rural%20Inkawuasi.htm>
- AN II. (S.F). *Clasificación de tipos de innovación*. Recuperado el Marzo de 2015, de Agencia nacional de investigación e innovación (AN II): [http://www.anii.org.uy/web/static/DOC.INS\\_.017\\_Clasificacion\\_de\\_Tipos\\_de\\_Innovacion\\_12.pdf](http://www.anii.org.uy/web/static/DOC.INS_.017_Clasificacion_de_Tipos_de_Innovacion_12.pdf)
- Andreu, J. (2012). *La Innovación y la cultura: ejes del nuevo liderazgo iberoamericano*. Recuperado el Marzo de 2015, de El país: [http://elpais.com/elpais/2012/09/17/opinion/1347890765\\_265896.html](http://elpais.com/elpais/2012/09/17/opinion/1347890765_265896.html)
- Bas Amorós, E. (2011). *Prospectiva y cultura de la innovación*. Recuperado el Marzo de 2015, de Dialnet: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3648047>
- Berenstein, M. (Junio de 2010). *Gary Hamel: Del conocimiento a la creatividad*. Recuperado el Marzo de 2015, de Emprendedores. news: <http://emprendedoresnews.com/liderazgo/gary-hamel-del-conocimiento-a-la-creatividad.html>
- Blanchard, K. (1993). *¿ Quién mato al cambio?* Santiago De Chile: Norma.
- Cámara Ciudad Real. (S.F.). *La innovación en la empresa*. Recuperado el Marzo de 2015, de Cámara ciudad real: <http://www.camaracr.org/consolidar/innovacion-y-nntt/la-innovacion-en-la-empresa/>
- Chávez Peña, L. Á. (2010). *Diplomado en emprendimiento y desarrollo empresarial con la metodología B- learning, para la unidad de formación a distancia de UNIMINUTO SOACHA*. Soacha, Colombia: Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- Chiavenato, E. (2004). *Introducción a la teoría de la asministración* (Séptima ed.). MC GRAW - HILL.
- Congreso de la República de Colombia. (28 de Diciembre de 1992). *Ley 30. Servicio público de la educación superior*. Recuperado el Abril de 2015, de Organización de Estados iberoamericanos: [http://www.oei.es/quipu/colombia/Ley\\_educ\\_superior.pdf](http://www.oei.es/quipu/colombia/Ley_educ_superior.pdf)
- Congreso de la República de Colombia. (1994). *Ley 115 de Febrero 8 de 1994: Ley general de la educación*. Recuperado el Mayo de 2015, de Organización de Estados iberoamericanos: [http://www.oei.es/quipu/colombia/Ley\\_115\\_1994.pdf](http://www.oei.es/quipu/colombia/Ley_115_1994.pdf)

- Congreso de la República de Colombia. (26 de Julio de 2006). *Ley 1064*. Recuperado en Abril de 2015, de Ministerio de Educación: [http://www.mineduccion.gov.co/1621/articulos-104704\\_archivo\\_pdf.pdf](http://www.mineduccion.gov.co/1621/articulos-104704_archivo_pdf.pdf)
- Corporación universitaria Minuto de Dios. (s.f.). *Plan de desarrollo 2013 - 2019*.
- Correa Alzate, M. M., & Parra Fonseca, C. (Marzo de 2002). *Estado actual sobre las teorías sobre cultura organizacional*. Recuperado el Febrero de 2015, de Universidad de la Sabana: <http://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/3449/123066.pdf?sequence=1>
- Cosude. (2010). *Empoderamiento*. Editoprias.
- Couto Sá, J. C. (2012). *¿Qué es la Cultura de Innovación?* Recuperado en Marzo de 2015, de Mis apis por tu cookies. Reflexiones insustanciales de una pandilla: <http://www.misapisportuscookies.com/2012/02/cultura-de-innovacion/>
- Cubides, J. F., & Velez, O. L. (2013). *Apropiación de conocimiento entre instituciones privadas de Educación, buscando lograr la Transferencia del proyecto CUPI2 de Uniandes a Uniminuto*. Bogotá D.C.: Universidad Los Andes.
- Decreto 114*. (15 de Enero de 1996). Recuperado en Abril de 2015, de Ministerio de la Educación: [http://www.mineduccion.gov.co/1621/articulos-103099\\_archivo\\_pdf.pdf](http://www.mineduccion.gov.co/1621/articulos-103099_archivo_pdf.pdf)
- Docsetools. (S.F.). *Fons Trompenaars*. Recuperado el Febrero de 2015, de docsetools: [http://docsetools.com/articulos-educativos/article\\_8433.html](http://docsetools.com/articulos-educativos/article_8433.html)
- Enciclopedia financiera. (S.F.). *Tipos de culturas organizativas*. Recuperado en Febrero de 2015, de Enciclopedia financiera: <http://www.encyclopediainanciera.com/organizaciondeempresas/cultura-organizacion/tipos-de-culturas.htm>
- Franbvq. (Junio de 2010). *¿Qué es la Innovación Social?* Recuperado el Marzo de 2015, de Innovación social: Internet y tecnología al servicio de la solidaridad: <http://www.innovasocial.com/emprendedores/%C2%BFque-es-la-innovacion-social/#>
- Garzón Castrillón, M. A. (2005). *El desarrollo organizacional y el cambio planeado*. Bogotá: Centro Editorial Universidad del Rosario.
- Gasalla, M. J. (S.F). *Cultura de la creatividad y de la innovación*. Recuperado en Marzo de 2015, de Madridmasd: La suma de todos: <http://www.madrimasd.org/informacionidi/revistas/Numero2/cara2.asp>
- George, J., Claudes, S., & Lourdes Álvarez. (2005). *Historia del pensamiento administrativo*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Gestión. (2009). *Revista Gestión*. (INTRAS, Editor) Recuperado en Marzo de 2015, de Gestión: <http://www.gestion.com.do/pdf/003-enero2009.pdf>
- Gomez Antonio, D. S., Mogollón Arcos, L. S., & Rodriguez Patiño, J. E. (2013). *Fortalecimiento de la cultura organizacional y el clima laboral en la fundación Catalina*. Soacha: UNIMINUTO.
- Gomez Pachón, J. W. (2010). *Memorias del diplomado de gestión de proyectos de vivienda de interés social*. Bogotá D.C.: UNIMINUTO.
- González Medina, C. C. (2013). *Diplomado en normas internacionales de información financiera, para el programa de Contaduría Pública*. Bogotá D.C.: UNIMINUTO.
- Gonzales, C. (S.F). *¿Cómo implantar la cultura de la innovación en la empresa?* Recuperado en Marzo de 2015, de peplematters: [http://www.peplematters.com/Archivos/Descargas/Apariciones%20PM%20Papel/2013/Febrero/1130208\\_La%20Razon.pdf](http://www.peplematters.com/Archivos/Descargas/Apariciones%20PM%20Papel/2013/Febrero/1130208_La%20Razon.pdf)



- Gross, M. (Enero de 2012). *Los 8 pilares de la innovación*. Recuperado en Marzo de 2015, de Pensamiento imaginativo: <http://manuelgross.bligoo.com/20120128-los-8-pilares-de-la-innovacion-de-google>
- Guardiola Romero, R. L. (2011). *Modelo para la gestión de la cultura organizacional en una entidad orientada a la innovación*. Bogotá D.C.: UNIMINUTO.
- Innotutor. (S.F.). *RRHH- Gestión de las personas en entornos innovadores*. Recuperado en Abril de 2015, de Confederación de empresarios de Málaga. CEM: <http://www.cem-malaga.es/innocem/innotutor/modulo.aspx?modulo=6&ficha=2>
- La República. (11 de Octubre de 2013). *Viva colombia, el proyecto de grado que conquistó los cielos*. Recuperado en Enero de 2015, de La República: [http://www.larepublica.co/emprendedores/viva-colombia-el-proyecto-de-grado-que-conquist%C3%B3-los-cielos\\_69706](http://www.larepublica.co/emprendedores/viva-colombia-el-proyecto-de-grado-que-conquist%C3%B3-los-cielos_69706)
- Leadbeater, C. (S.F.). *Charles Leadbeater habla sobre innovación*. Recuperado en Marzo de 2015, de TED.Ideas worth spreading: [http://www.ted.com/talks/charles\\_leadbeater\\_on\\_innovation/transcript?language=es](http://www.ted.com/talks/charles_leadbeater_on_innovation/transcript?language=es)
- Lira, P. (Abril de 2007). *Gestión de la innovación desde la dimensión humana*. Recuperado en Marzo de 2015, de Gestipolis: <http://www.gestipolis.com/gestion-de-la-innovacion-desde-la-dimension-humana/>
- López Mielgo, N., Montes Peón, J. M., & Vázquez Ordás, C. J. (2007). *Cómo gestionar la innovación en la Pymes*. España: Netbiblo, S.L.
- López, C. (10 de 11 de 2001). *Teoría Z de William Ouchi*. Recuperado en Febrero de 2015, de Gestipolis: <http://www.gestipolis.com/teoria-z-william-ouchi/>
- Mandonado, J. A. (S.F.). *Gestión de procesos*. Recuperado en Abril de 2015, de eumed.net. Enciclopedia virtual: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011e/1084/mejoramiento.html>
- Morales Villalobos, F. (2013). *Prototipo de una torre grúa automatizada*. Bello: UNIMINUTO.
- Morales, M. (2012). *Caso de estudio Pixar: ¿cómo fomentar una cultura de creatividad e innovación*. Recuperado el Marzo de 2015, de Slideshare: <http://es.slideshare.net/mariomorales/el-caso-pixar-cmo-crear-una-cultura-de-innovacin>
- Morales, M., & León, Á. (2013). *Adiós a los mitos de la innovación*. Innovare.
- Morales, M., & León, Á. (Junio de 2013). *Adiós a los Mitos de la Innovación: Capítulo 1*. Recuperado en Marzo de 2015, de Slideshare: <http://es.slideshare.net/mariomorales/capitulo1-adiosa-losmitosdelainnovacion?related=1>
- Ortegón, E., Pacheco, J., & Y Prieto, A. (2005). *Metodología del marco lógico para planificación, el seguimiento y la evaluación del progreso y desempeño de los proyectos*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Osorio Rodriguez, J. S., & Botia Fandiño, J. J. (2012). *Taladro Robótico*. Bogotá D.C.: UNIMINUTO.
- Ospitia Torres, D. F., & Diaz Pastrana, S. E. (2009). *Prototipo de control automático para monitorear el funcionamiento de los compresores de aire de un centro hospitalario*. Recuperado en Enero de 2015, de Colecciones digitales Uniminuto: Repositorio Institucional de la Corporación Universitaria Minuto de Dios: <http://hdl.handle.net/10656/601>
- Pallerola Comamala, J., & Carrasco Zújar, C. (2013). *Gestión financiera*. RA-MA EDITORIAL.

- Pariente F., J. L. (S.F). *Desarrollo Organizacional*. Recuperado en Enero de 2015, de Universidad autónoma de Tamaulipas (UAT):  
[http://academia.uat.edu.mx/pariente/Articulos/Administracion/Pariente\\_DO.pdf](http://academia.uat.edu.mx/pariente/Articulos/Administracion/Pariente_DO.pdf)
- Pónce, M. (S.F). *¿ Cómo crear la cultura de la innovación?* Recuperado el Marzo de 2015, de Partner consulting:  
<http://www.partnerconsulting.com.pe/UserFiles/File/Articulos/Procesos/COMO%20CREAR%20LA%20CULTURA%20DE%20LA%20INNOVACION%20EN%20LA%20EMPRESA.pdf>
- Prego, J. (Noviembre de 2014). *Cómo crear una cultura de innovación que funcione*. Recuperado el Marzo de 2015, de Harvard Deusto: <http://www.harvard-deusto.com/articulo/Como-crear-una-cultura-de-innovacion-que-funcione>
- Riaño Mosquera, V. M. (2013). *Perdurabilidad empresarial de CREPES & WAFFLES, desde una perspectiva de responsabilidad social empresarial e innovación en valor en Colombia*. Bogotá D.C., Colombia: Universidad del Rosario.
- Rios, L. G. (S.F.). *Cultura de la innovación*. Recuperado el Marzo de 2015, de Premio Nacional de tecnología e innovación:  
[http://www.fpnt.org.mx/boletin/Mayo\\_2010/Pdf/Cultura\\_de\\_Innovacion.pdf](http://www.fpnt.org.mx/boletin/Mayo_2010/Pdf/Cultura_de_Innovacion.pdf)
- Robbins, S. P. (2004). *Comportamiento organizacional* (10a ed.). México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Ruta n. (S.F). *Sobre nosotros*. Recuperado en Marzo de 2015, de Ruta Medellín. Centro de innovación y negocios: <http://rutanmedellin.org/es/sobre-nosotros>
- Sixto, J. (Septiembre de 2010). *Resumen del Manual de Oslo sobre innovación*. Recuperado en Marzo de 2015, de Universidad Nacional de Educación a distancia. UNED.
- UNIMINUTO. (2012). *Universidad Minuto de Dios*. Recuperado el Marzo de 2015, de Plan de desarrollo Corporación Universitaria Minuto de Dios 2013 - 2019:  
<http://www.uniminuto.edu/web/seccionalbello/-/uniminuto-presento-el-plan-de-desarrollo-2013-2019>
- UNIMINUTO. (2013). *Unicorporativa*. Bogotá: UNIMINUTO.
- UNIMINUTO. (2014). *Bomba de energía solar del parque científico de Innovación social, propuesta que participo en la Semana Nacional de la Ciencia, la Tecnología y la Innovación organizada por Colciencias*. Recuperado el Abril de 2015, de UNIMINUTO: [http://www.uniminuto.edu/gerencia-educativa-en-bello/-/asset\\_publisher/tnUJidfwHBP9/content/proyecto-stem-operado-por-el-parque-cientifico-de-innovacion-social-participo-en-la-semana-nacional-de-la-ciencia-la-tecnologia-y-la-innovacion-organi](http://www.uniminuto.edu/gerencia-educativa-en-bello/-/asset_publisher/tnUJidfwHBP9/content/proyecto-stem-operado-por-el-parque-cientifico-de-innovacion-social-participo-en-la-semana-nacional-de-la-ciencia-la-tecnologia-y-la-innovacion-organi)
- UNIMINUTO. (S.F). *Educación continuada Uniminuto*. Recuperado en Abril de 2015, de Portal Uniminuto: <http://www.uniminuto.edu/educacion-continua>
- World speaking. (S.F.). *Geert Hofstede y su teoría de las dimensiones culturales. Introducción*. Obtenido de Teletlanguaje: <http://news.teletlanguaje.com/es/2011/09/geert-hofstede-y-su-teoria-de-las-dimensiones-culturales-introduccion>
- Zapata Domínguez, A. (Marzo de 2002). *Paradigmas de la cultura organizacional*. Recuperado el Febrero de 2015, de Universidad del Valle.Facultad de ciencias empresariales:  
[http://administracion.univalle.edu.co/Publicaciones/pagina%20web/Articulos/27-Cuadernos\\_de\\_Administarcion\\_%28Marzo-2002%29/27-%2806%29\\_Paradigmas\\_de\\_la\\_cultura\\_organizacional\\_%28Alvaro\\_Zapata\\_Dominguez%29.pdf](http://administracion.univalle.edu.co/Publicaciones/pagina%20web/Articulos/27-Cuadernos_de_Administarcion_%28Marzo-2002%29/27-%2806%29_Paradigmas_de_la_cultura_organizacional_%28Alvaro_Zapata_Dominguez%29.pdf)

## ANEXOS

### Anexo 1

Por favor marque el rol que usted desempeña en la universidad Docente \_\_\_\_ Administrativo \_\_\_\_  
Estudiante \_\_\_\_ Directivo \_\_\_\_ Vigilancia \_\_\_\_ Servicios Generales \_\_\_\_ Otros \_\_\_\_

1. Para usted ¿qué es innovación

---



---



---



---

2. ¿Cree usted que en la universidad se desarrolla una cultura de la innovación?

\_\_\_\_\_ SI                    ¿Por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ NO

3. ¿Cree que se lleva a cabo algún proceso innovador?

\_\_\_\_\_ SI                    ¿Por qué? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ NO

4. Desde su relación con la universidad, se siente en la libertad de evaluar un proceso y mejorarlo

\_\_\_\_\_ SI                    ¿En que lo ha hecho? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ NO

5. Alguna vez ha dado una sugerencia de cómo mejorar algún proceso, actividades u acción en la universidad.

\_\_\_\_\_ SI                    ¿Qué ha sugerido? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ NO

6. Estaría dispuesto a participar en talleres que fomenten la cultura de la innovación, ya sea que estos se lleven a cabo presencial o virtualmente.

\_\_\_\_\_ SI                    Presencial \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ NO                    Virtual \_\_\_\_\_

7. Dentro de la universidad ha sido participe de algún proceso, producto y/o idea innovadora.

\_\_\_\_\_ SI                      \_\_\_\_\_ NO

8. En un rango de 0 a 10, donde 0 es valor mínimo y 10 el máximo, ¿Cómo califica la cultura de la innovación que posee la comunidad Uniminuto?

Califique \_\_\_\_\_

9. Desde el rol que desempeña ¿Ha identificado oportunidades que considere se puede innovar?

\_\_\_\_\_ SI                      ¿Cuáles y que ha hecho? \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ NO

DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

## ANEXO 2 PRESUPUESTO PRESENCIAL

## PRESUPUESTO DETALLADO PRESENCIAL

## INGRESOS

NOMBRE DEL RUBRO		INSCRIPCIONES		
No.	INSCRIPCIONES	NUMERO DE PARTICIPANTES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Docentes	15	1.500.000	22.500.000
2	Administrativos	25	900.000	22.500.000
<b>TOTALES</b>				<b>45.000.000</b>

DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

**EGRESOS**

<b>NOMBRE DEL RUBRO 1</b>		<b>DOCENTES DEL DIPLOMADO</b>			
<b>No.</b>	<b>PERFIL</b>	<b>ASIGNATURA</b>	<b># HORAS</b>	<b>VALOR HORA</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Docente 1	Módulo 1	16	70.000	1.120.000
2	Docente 1	Módulo 2	24	70.000	1.680.000
3	Docente 1	Módulo 3	30	70.000	2.100.000
4	Docente 1	Módulo 4	30	70.000	2.100.000
5	Docente 1	Módulo 5	20	70.000	1.400.000
<b>TOTALES</b>					<b>8.400.000</b>
<b>NOMBRE DEL RUBRO 3</b>		<b>COSTOS DE COORDINACIÓN ACADÉMICA Y PERSONAL NO DOCENTE</b>			
<b>Artículo 39 Acuerdo 103 de 2011, No puede exceder el 20% de los ingresos totales</b>					
<b>No.</b>	<b>PERFIL</b>	<b>ASIGNATURA</b>	<b># HORAS</b>	<b>VALOR HORA</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Coordinador		45	60.000	2.700.000
2	Asistente		48	30.000	1.440.000
<b>TOTALES</b>					<b>4.140.000</b>

## DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

NOMBRE DEL RUBRO 6		REFRIGERIOS		
No.	ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Break para estudiantes y personal a cargo	88	3.000	264.000
2			\$ -	\$ -
<b>TOTALES</b>				<b>264.000</b>

NOMBRE DEL RUBRO 7		PAPELERÍA Y ÚTILES DE ESCRITORIO		
No.	ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Marcadores	4	1.500	6.000
2	Borrador Tablero	1	2.500	2.500
3	Material trabajo grupo( 4 actividades de 5 personas)	64	2.000	128.000
4	Material individual( 4 actividades)	320	1.500	480.000
<b>TOTALES</b>				<b>616.500</b>

## DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

NOMBRE DEL RUBRO 8		ARRENDAMIENTOS		
No.	ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Salón	1	150.000	150.000
2	Video Beam	1	80.000	80.000
<b>TOTALES</b>				<b>230.000</b>

NOMBRE DEL RUBRO 10		SERVICIOS		
No.	ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Servicio de Luz		100.000	100.000
<b>TOTALES</b>				<b>100.000</b>



DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

<b>PRESUPUESTO CONSOLIDADO DIPLOMADO PRESENCIAL</b>	
<b>UNICORPORATIVA</b>	

<b>TITULO PROPUESTA:</b>	CULTURA DE LA INNOVACION
<b>FECHA:</b>	

<b>TOTAL INGRESOS BRUTOS</b>	<b>45.000.000</b>
------------------------------	-------------------

<b>DETALLE EGRESOS</b>		
<b>Ítem</b>	<b>RUBRO</b>	<b>VALOR PRESUPUESTADO</b>
1	DOCENTES DEL DIPLOMADO	8.400.000
2	COSTOS DE COORDINACIÓN ACADÉMICA Y PERSONAL NO DOCENTE	4.140.000
3	REFRIGERIOS	264.0000
4	PAPELERÍA Y ÚTILES DE ESCRITORIO	616.500
5	ARRENDAMIENTOS	230.0000
6	SERVICIOS	100.000
7	OTROS	
<b>SUBTOTAL EGRESOS</b>		<b>13.750.500</b>
<b>CONTRIBUCIÓN UIS (11 %)</b>		<b>1.512.555</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>12.237.445</b>

<b>PRODUCIDO NETO POSITIVO</b>	<b>32.762.555</b>
--------------------------------	-------------------

DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

## PRESUPUESTO DETALLADO VIRTUAL

## PRESUPUESTO DETALLADO VIRTUAL

## INGRESOS

NOMBRE DEL RUBRO	INSCRIPCIONES		
INSCRIPCIONES	NUMERO DE PARTICIPANTES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Docentes	20	1.500.000	22.500.000
Administrativos	40	900.000	22.500.000
<b>TOTALES</b>			<b>45.000.000</b>

DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

**EGRESOS**

NOMBRE DEL RUBRO 1	DOCENTES DEL DIPLOMADO			
PERFIL	ASIGNATURA	# HORAS	VALOR HORA	VALOR TOTAL
Docente 1	Módulo 1	16	70.000	1.120.000
Docente 1	Módulo 2	24	70.000	1.680.000
Docente 1	Módulo 3	30	70.000	2.100.000
Docente 1	Módulo 4	30	70.000	2.100.000
Docente 1	Módulo 5	20	70.000	1.400.000
<b>TOTALES</b>				<b>8.400.000</b>

NOMBRE DEL RUBRO 2	COSTOS DE COORDINACIÓN ACADÉMICA Y PERSONAL NO DOCENTE			
Artículo 39 Acuerdo 103 de 2011, No puede exceder el 20% de los ingresos totales				
PERFIL	ASIGNATURA	# HORAS	VALOR HORA	VALOR TOTAL
1	Coordinador	45	60.000	2.700.000
2	Asistente	48	30.000	1.440.000
<b>TOTALES</b>				<b>4.140.000</b>

## DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

NOMBRE DEL RUBRO 3	ARRENDAMIENTOS		
ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Aula virtual	1	250.000	250.000
<b>TOTALES</b>			<b>250.000</b>

NOMBRE DEL RUBRO 4	SERVICIOS		
ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Servicio Luz		20.000	100.000
<b>TOTALES</b>			<b>100.000</b>

DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

**PRESUPUESTO CONSOLIDADO VIRTUAL**

<b>TITULO PROPUESTA:</b>	CULTURA DE LA INNOVACION
<b>FECHA:</b>	

<b>TOTAL INGRESOS BRUTOS</b>	<b>45.000.000</b>
------------------------------	-------------------

<b>DETALLE EGRESOS</b>		
<b>Ítem</b>	<b>RUBRO</b>	<b>VALOR PRESUPUESTADO</b>
1	DOCENTES DEL DIPLOMADO	8.400.000
2	COSTOS DE COORDINACIÓN ACADÉMICA Y PERSONAL NO DOCENTE	4.140.000
3	ARRENDAMIENTOS	250.000
4	SERVICIOS	100.000
5	OTROS	
<b>SUBTOTAL EGRESOS</b>		<b>12.890.000</b>
<b>CONTRIBUCIÓN UIS (11 %)</b>		<b>1.417.900</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>11.472.100</b>

<b>PRODUCIDO NETO POSITIVO</b>	<b>33.527.900</b>
--------------------------------	-------------------

DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

## PRESUPUESTO DETALLADO MIXTO

## RESUPUESTO DETALLADO MIXTO

## INGRESOS

NOMBRE DEL RUBRO		INSCRIPCIONES		
No.	INSCRIPCIONES	NUMERO DE PARTICIPANTES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Docentes	15	1.500.000	22.500.000
2	Administrativos	25	900.000	22.500.000
<b>TOTALES</b>				<b>45.000.000</b>

DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

**EGRESOS**

<b>NOMBRE DEL RUBRO 1</b>		<b>DOCENTES DEL DIPLOMADO</b>			
<b>No.</b>	<b>PERFIL</b>	<b>ASIGNATURA</b>	<b># HORAS</b>	<b>VALOR HORA</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Docente 1	Módulo 1	16	70.000	1.120.000
2	Docente 1	Módulo 2	24	70.000	1.680.000
3	Docente 1	Módulo 3	30	70.000	2.100.000
4	Docente 1	Módulo 4	30	70.000	2.100.000
5	Docente 1	Módulo 5	20	70.000	1.400.000
<b>NOMBRE DEL RUBRO 3</b>		<b>COSTOS DE COORDINACIÓN ACADÉMICA Y PERSONAL NO DOCENTE</b>			
<b>Artículo 39 Acuerdo 103 de 2011, No puede exceder el 20% de los ingresos totales</b>					
<b>No.</b>	<b>PERFIL</b>	<b>ASIGNATURA</b>	<b># HORAS</b>	<b>VALOR HORA</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Coordinador		100	70.000	3.500.000
2	Asistente		90	30.000	2.700.000
<b>TOTALES</b>					<b>6.200.000</b>

## DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

NOMBRE DEL RUBRO 6		REFRIGERIOS		
No.	ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Break para estudiantes y personal a cargo	300	2.000	600.000
<b>TOTALES</b>				<b>600.000</b>

NOMBRE DEL RUBRO 7		PAPELERÍA Y ÚTILES DE ESCRITORIO		
No.	ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Marcadores	4	1.500	6.000
2	Borrador Tablero	1	2.500	2.500
3	Material trabajo grupo( 2 actividades de 5 personas)	32	2.000	64.000
4	Material individual( 2 actividades)	160	2.500	400.000
<b>TOTALES</b>				<b>475.000</b>



## DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

NOMBRE DEL RUBRO 8		ARRENDAMIENTOS		
No.	ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Salón	1	150.000	150.000
2	Video Beam	1	80.000	80.000
3	Sistema Aula Virtual	1	250.000	250.000
<b>TOTALES</b>				<b>480.000</b>

NOMBRE DEL RUBRO 10		SERVICIOS		
No.	ÍTEM	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Servicio de Luz		20.000	100.000
<b>TOTALES</b>				<b>100.000</b>


DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

<b>PRESUPUESTO DIPLOMADO MIXTO</b>	
<b>UNICORPORATIVA</b>	

<b>PRESUPUESTO CONSOLIDADO MIXTO</b>
--------------------------------------

<b>TITULO PROPUESTA:</b>	CULTURA DE LA INNOVACION	
<b>FECHA:</b>		
<b>TOTAL INGRESOS BRUTOS</b>		<b>45.000.000</b>
<b>DETALLE EGRESOS</b>		
<b>Ítem</b>	<b>RUBRO</b>	<b>VALOR PRESUPUESTADO</b>
1	DOCENTES DEL DIPLOMADO	8.400.000
3	COSTOS DE COORDINACIÓN ACADÉMICA Y PERSONAL NO DOCENTE	6.200.000
6	REFRIGERIOS	600.000
7	PAPELERÍA Y ÚTILES DE ESCRITORIO	475.000
8	ARRENDAMIENTOS	480.000
10	SERVICIOS	100.000
11	OTROS	
<b>SUBTOTAL EGRESOS</b>		<b>16.255.000</b>
<b>CONTRIBUCIÓN UIS (11 %)</b>		<b>1.788.050</b>
<b>TOTAL EGRESOS</b>		<b>14.466.950</b>
<b>PRODUCIDO NETO POSITIVO</b>		<b>30.533.050</b>

## ANEXO 3 ESTRUCTURA METODOLOGICA

 UNIMINUTO Corporación Universitaria Minuto de Dios	<b>ESTRUCTURA METODOLÓGICA DE CURSO PARA PROGRAMAS DE NIVEL TÉCNICO PROFESIONAL, TECNOLÓGICO Y PROFESIONAL UNIVERSITARIOS EN METODOLOGÍA PRESENCIAL.</b>			VERSIÓN: 1.0
				CODIGO: FR-FO-DAP-01
Docencia				FECHA: 02-feb-15
<b>INFORMACIÓN GENERAL DEL CURSO</b>				
Denominación del curso	Diplomado en Cultura de la Innovación para docentes y administrativos		Alfanumérico	0
Programa o Unidad Académica	Facultad de Ciencias Empresariales		Sede	Principal
Componente Curricular	0	Área de formación	0	
Metodología del curso	Presencia 1	Tipo de curso	0	
Créditos académicos	0	Horas de acompañamiento directo	0	Horas de trabajo autónomo 0
<b>DESCRIPCIÓN GENERAL DEL CURSO</b>				
Desarrollar habilidades, actitudes y aptitudes personales y profesionales que brindan una mejora continua al individuo y su entorno, permitiendo un cambio positivo en las personas y en las organizaciones, asegurando el empoderamiento de los equipos de trabajo, generando valor agregado a los procesos y a la sostenibilidad de las empresas, contribuyendo al crecimiento económico, al aumento de la productividad, al rejuvenecimiento de los tejidos socio-culturales y productivos, fortalece la creatividad, la innovación y por tanto el desarrollo social. Es importante adquirir habilidades para enfrentar los retos con una visualización clara de los objetivos, y				


## DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

las características a mejorar, o cambiar con el fin de conseguir excelentes resultados, las situaciones a diarios dan la posibilidad de innovar y crear proyectos que generan éxito, es decisión propia saber identificarlos y generar buenas ideas							
<b>OBJETIVOS DE FORMACIÓN DEL CURSO</b>							
Objetivo general del curso	Formar docentes y administrativos con habilidades y competencias para generar cultura de la innovación en los procesos que realizan en el ambiente laboral. Aportar nuevas ideas que fomenten cambios que desarrollen impacto y reconocimiento en la organización Minuto de Dios.						
Objetivos específicos del curso	Fortalecer las habilidades para los docentes y administrativos en cultura de la innovación para estar en capacidad de adoptar el cambio.						
	Identificar en la organización un área que permita desarrollar cultura de la innovación para implementación en toda la organización UNIMINUTO.						
	Generar habilidades personales, profesionales que permitan un empoderamiento laboral, estando en la capacidad de involucrar a toda la organización para comprometerse con los procesos de formación basándose en cultura de la innovación.						
<b>COMPETENCIAS A DESARROLLAR EN EL CURSO</b>							

## DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

Competencia 1	Capacidad de Servicio y empoderamiento estarán en la capacidad de atender las necesidades y dar alternativas de solución a los colaboradores tomando decisiones de forma independiente para la formación académica.
Competencia 2	Trabajo en Equipo y Comunicación asertiva son habilidades que permitirán relaciones interpersonales efectivas desarrollando mejores resultados en la organización para lograr los objetivos.
Competencia 3	Creatividad, autoconocimiento, resolución de conflictos desarrollarán habilidades sociales, emocionales creando seguridad y confianza para tomar decisiones. Implementarán la creatividad en su cotidiana para generar cambio en el pensamiento.
<b>PROCESO DE EVALUACIÓN EN EL CURSO</b>	
<p>La evaluación del diplomado los siguientes aspectos y asignación de porcentajes en las actividades planteadas, la nota será de 0 (deficiente) a 5 (Excelente) pero para aprobar cada módulo debe tener como mínimo un 3,5 de nota.</p> <p>Se dividen en 5 módulos</p> <p>Modulo I, II, III El estudiante realizara actividades en el aula virtual equivalentes al 10%, actividades por fuera del salón de clases 20% trabajos en clase 20%, y el 50% restante será un parcial donde se evaluara el conocimiento adquirido en los módulos.</p> <p>Módulo IV El estudiante realizara actividades en clase equivalente al 30 %, se hará una sustentación equivalente al 20% presentación de un trabajo de investigación donde se aplique la cultura de la innovación en UNIMINUTO (propuesta) 20%, y el 30% restante evaluación de conocimientos del módulo.</p> <p>Modulo V El estudiante realizara el trabajo final con valor del 70% de la nota y el 30% serán las actividades en clase.</p>	

## DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

 <p><b>UNIMINUTO</b> Corporación Universitaria Minuto de Dios</p>	<b>ESTRUCTURA METODOLÓGICA DE CURSO PARA PROGRAMAS DE NIVEL TÉCNICO PROFESIONAL, TECNOLÓGICO Y PROFESIONAL UNIVERSITARIOS EN METODOLOGÍA PRESENCIAL.</b>		<b>VERSIÓN:</b> 1.0
			<b>CODIGO:</b> FR-FO-DAP-01
	Docencia	<b>FECHA:</b> 02-feb-15	
<b>DESARROLLO DEL CURSO</b>			
Semana 1	Presentación y Firma de Acta de Inicio del diplomado Explicación y objetivos del curso		
Semana 2	Definición de cultura organizacional Conceptos de autores en relación a la cultura		
Semana 3	Factores que influyen en la cultura organizacional - Tipos de cultura organizacional		
Semana 4	Cultura - Compromiso - Patrocinio Equipo de liderazgo para el cambio.		
Semana 5	Comunicación Visión en la organización Presupuesto		

## DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMUNUTO SEDE PRINCIPAL

Semana 6	Entrenar Incentivar Desempeño
Semana 7	Entrenar Incentivar - Desempeño Responsabilidad
Semana 8	Orientación de la cultura de la innovación en UNIMUNUTO
Semana 9	Visión y liderazgo para la innovación Cuestionar el status quo - Entorno y recursos para innovar - Talento y motivación
Semana 10	Experimentar y correr riesgos Diversidad de pensamiento Colaboración
Semana 11	Talento para generar ideas creativas Improvisación para llegar a la creatividad Características de personalidad Motivación
Semana 12	Barreras culturales de la innovación y la creatividad Creatividad vs Innovación Pensamiento creativo Creatividad organizacional
Semana 13	El fracaso y la innovación Adaptación al cambio en las organizaciones

## DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

Semana 14	Arte de confiar en sí mismo, inteligencia emocional Comunicación y relaciones interpersonales asertivas						
Semana 15	Estructura lógica de la praxeología: Satisfacción, racionalidad y Originalidad						
Semana 16	Entrega Trabajo Final						
	<b>ESTRUCTURA METODOLÓGICA DE CURSO PARA PROGRAMAS DE NIVEL TÉCNICO PROFESIONAL, TECNOLÓGICO Y PROFESIONAL UNIVERSITARIOS EN METODOLOGÍA PRESENCIAL.</b>					VERSIÓN:	1.0
						CODIGO:	FR- FO- DAP- 01
	Docencia					FECHA:	02- feb-15
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS DEL CURSO</b>							
<p>Blanchard, K. (1993). ¿Quién mato al cambio? Santiago De Chile: Norma.Cosude. (2010). Empoderamiento. Editoprias</p> <p>Gasalla, M. J. (S.F). Cultura de la creatividad y de la innovación. Recuperado el Marzo de 2015, de Madridmasd: La suma de todos: <a href="http://www.madrimasd.org/informacionidi/revistas/Numero2/cara2.asp">http://www.madrimasd.org/informacionidi/revistas/Numero2/cara2.asp</a></p> <p>Morales, M., &amp; león, á. (2013). Adiós a los mitos de la innovación. Innovare.</p> <p>UNIMINUTO. (2012). Universidad Minuto de Dios. Recuperado el Marzo de 2015, de Plan de desarrollo Corporación Universitaria Minuto de Dios 2013 - 2019: <a href="http://www.uniminuto.edu/web/seccionalbello/-/uniminuto-presento-el-plan-de-desarrollo-2013-2019">http://www.uniminuto.edu/web/seccionalbello/-/uniminuto-presento-el-plan-de-desarrollo-2013-2019</a></p> <p>Prego, J. (Noviembre de 2014). Cómo crear una cultura de innovación que funcione. Recuperado el Marzo de 2015, de Harvard Deusto: <a href="http://www.harvard-deusto.com/articulo/Como-crear-una-cultura-de-innovacion-que-funcione">http://www.harvard-deusto.com/articulo/Como-crear-una-cultura-de-innovacion-que-funcione</a></p> <p>Hamel, G, (2008) El futuro de la administración Boston: NORMA</p>							
<p>Blanchard, K. (1993). ¿Quién mato al cambio? Santiago De Chile: Norma.Cosude. (2010). Empoderamiento. Editoprias</p> <p>Gasalla, M. J. (S.F). Cultura de la creatividad y de la innovación. Recuperado el Marzo de 2015, de Madridmasd: La suma de todos:</p>							



<http://www.madrimasd.org/informacionidi/revistas/Numero2/cara2.asp>

Morales, M., & León, Á. (2013). Adiós a los mitos de la innovación. *Innovare*.

UNIMINUTO. (2012). Universidad Minuto de Dios. Recuperado el Marzo de 2015, de Plan de desarrollo Corporación Universitaria Minuto de Dios 2013 - 2019: <http://www.uniminuto.edu/web/seccionalbello/-/uniminuto-presento-el-plan-de-desarrollo-2013-2019>

Prego, J. (Noviembre de 2014). Cómo crear una cultura de innovación que funcione. Recuperado el Marzo de 2015, de Harvard Deusto: <http://www.harvard-deusto.com/articulo/Como-crear-una-cultura-de-innovacion-que-funcione>

Hamel, G, (2008) El futuro de la administración Boston: NORMA.

#### AUTOESTIMA, PERSONAL Y TRANSFERIBLE

Branden, N (2010), cómo mejorar su autoestima. Recuperado de: [http://www.amarseaunomismo.com/descargas/como-mejorar-su-autoestima\\_nathaniel-branden.pdf](http://www.amarseaunomismo.com/descargas/como-mejorar-su-autoestima_nathaniel-branden.pdf)

Sin Autor (2011). Personal e Intransferible. Recuperado de: <http://www.soymimarca.com/wp-content/uploads/2011/10/personalytransferible.pdf>

James, J. (2012). El arte de confiar en ti mismo. Recuperado de:

[http://www.planetadelibros.com/pdf/EL\\_ARTE\\_DE\\_CONFIAR\\_EN\\_TI\\_MISMO.\\_intro+cap1.pdf](http://www.planetadelibros.com/pdf/EL_ARTE_DE_CONFIAR_EN_TI_MISMO._intro+cap1.pdf) ¿Y qué es la confianza

exactamente? (PAG 1 – 30)

#### INTELIGENCIA EMOCIONAL

Salovey, P. Delgado, S. (2013) Que es la Inteligencia Emocional. Recuperado de:

<http://psiquiatria.facmed.unam.mx/doctos/descargas/Inteligencia%20emocional.pdf>

Bollon, A. (Sin fecha). Inteligencia Emocional. Recuperado de: <http://www.cerindetec.com/resources/Inteligencia+Emocional.pdf>  
P.P

Grupo Ice (Sin Fecha). Inteligencia Emocional. Colección: Desarrollo Personal y Laboral. N°. 15. Recuperado de:

<http://www.grupoice.com/wps/wcm/connect/30f905804caba72da128e37bbbe1062c/15.pdf?MOD=AJPERES>

#### LIDERAZGO

National Minority AIDS Council (2009). Desarrollo del liderazgo. Recuperado de: <https://careacttarget.org/sites/default/files/file-upload/resources/desarrollo-de-liderazgo.pdf>

Zwilling , M. (2013). 10 Cualidades del líder del futuro. Recuperado de: <http://www.soyentrepreneur.com/25960-10-cualidades-del-lider-del-futuro.html>

Sin Autor (2013). 10 lecciones de liderazgo de mano de Nelson Mandela. Recuperado de:

<http://www.marketingdirecto.com/actualidad/checklists/10-lecciones-de-liderazgo-de-mano-de-nelson-mandela/>

#### MOTIVACION

Palmero, F (2008). El proceso de motivación. Recuperado de:

<http://novella.mhhe.com/sites/dl/free/8448161017/591840/Capitulo1.pdf>

Utria, Oscar. (2007). La importancia del concepto de motivación en la psicología. Revista Digital de Psicología, Konrad Lorenz.

Recuperado de: [http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma\\_digital\\_psicologia/3\\_motivacion\\_oscar\\_utria.pdf](http://www.konradlorenz.edu.co/images/publicaciones/suma_digital_psicologia/3_motivacion_oscar_utria.pdf)

Sin autor (2009). Motivación. Atlantic International University. Recuperado de:

<http://cursos.aiu.edu/psicologia%20organizacional/pdf/tema%202.pdf>

#### TRABAJO EN EQUIPO

Sin Autor (2001). Equipos de trabajo. Departamento Administrativo de la Función Pública Recuperado de:

<http://www.virtual.unal.edu.co/cursos/economicas/2006838/pdf/dapf/Equipos.PDF>

Sin autor (2001) Trabajo en equipo. Guía Técnica. Recuperado de:

[http://cursos.campusvirtualesp.org/pluginfile.php/2267/mod\\_resource/content/1/Modulo\\_1/trabajo\\_en\\_equipo.pdf](http://cursos.campusvirtualesp.org/pluginfile.php/2267/mod_resource/content/1/Modulo_1/trabajo_en_equipo.pdf)

## DISEÑO DEL DIPLOMADO EN CULTURA DE LA INNOVACION PARA UNIMINUTO SEDE PRINCIPAL

<b>PROFESOR DEL CURSO</b>	
Nombres y Apellidos	0
Correo electrónico	0
Oficina	0
Teléfono / ext.	0
Títulos y formación	0