



ESTRATEGIAS GERENCIALES PARA POSICIONAR Y ELEVAR LOS SERVICIOS  
QUE PRESTA EL CENTRO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN-IAC EN EL PARQUE  
CIENTÍFICO DE INNOVACIÓN SOCIAL UNIMINUTO

FERNANDO MOLINA MORA  
PAOLA ANDREA VELASQUEZ SIERRA

PROYECTO GERENCIAL

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESPECIALIZACIÓN DE GERENCIA SOCIAL  
CICLO DE INSTRUMENTOS  
BOGOTÁ D.C  
DICIEMBRE 10 DE 2015

ESTRATEGIAS GERENCIALES PARA POSICIONAR Y ELEVAR LOS SERVICIOS  
QUE PRESTA EL CENTRO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN-IAC EN EL PARQUE  
CIENTÍFICO DE INNOVACIÓN SOCIAL UNIMINUTO

INTEGRANTES

FERNANDO MOLINA MORA  
PAOLA ANDREA VELASQUEZ

PROYECTO GERENCIAL

ASESORA

Ms. ANA MARÍA TORRES HERNÁNDEZ

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
ESPECIALIZACIÓN DE GERENCIA SOCIAL  
CICLO DE INSTRUMENTO  
BOGOTÁ D.C  
2015

## INDICE

1. TITULO.....	5
2. INTRODUCCIÓN.....	5
3. JUSTIFICACIÓN.....	6
4. OBJETIVOS	
4.1 Objetivos Generales.....	8
4.2 Objetivos específicos.....	8
5. ESTADO DEL ARTE.....	9
6. MARCO TEÓRICO.....	12
6.1 Posicionamiento.....	13
6.2 Innovación Social.....	14
6.3 Parque Científico.....	16
6.4 TIC,s .....	16
7. MARCO LEGISLATIVO.....	17
8. MARCO CONTEXTUAL.....	18
9. METODOLOGÍA.....	24
9.1 Planeación Estratégica.....	25
9.2 Fundraising.....	26
9.3 Redes y Alianzas.....	26
9.4 Marketing Social.....	29
10. GRONOGRAMA.....	30
10.1 PRESUPUESTOS.....	30
11. APOORTE DE LA GERENCIA SOCIAL EN LOS PROCESOS DE POSICIONAMIENTO EN IAC.....	32
12. CONCLUSIONES.....	32



IAC



13. RECOMENDACIONES.....

13. APÉNDICES.....33

ANEXO 1.

ANEXO 2.

12. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....39

## **1. TÍTULO**

Estrategias Gerenciales para posicionar y elevar los servicios que presta el Centro de Acceso a la Información-IAC en el Parque Científico de Innovación Social Uniminuto.

## **2. INTRODUCCIÓN**

La creación de recursos o servicios es uno de los principales debates que se tienen a nivel mundial, cómo esos recursos ya sean humanos o tangibles permiten apuntarle a una nueva construcción de conocimiento y de competitividad en las organizaciones. De esta manera surge un interés por retomar, cómo hacer que esto sea posible a través de la educación tecnológica que permita generar un aprendizaje continuo a lo largo de la vida de cada persona, contribuyendo a un desarrollo permanente y armonioso.

En este contexto la experiencia y el conocimiento aportado por los diferentes actores institucionales como lo son el Parque Científico de Innovación Social UNIMINUTO - PCIS, la universidad Uniminuto, la sociedad civil y las organizaciones, entre otros, hacen parte de la construcción de nuevas estrategias que dan alternativa a la creación de nuevo conocimiento generador de cambio y transformación a partir de la innovación.

Es así como el PCIS dentro de sus retos de planeación estratégica enfocada al desarrollo de proyectos orientados al aporte del sistema Investigación + Desarrollo + Innovación y comunidad, nace en el año 2012 el proyecto del ‘Centro de Acceso a la Información’ – IAC en Bogotá; siendo este uno de los pilares del Parque Científico de Innovación Social, el cual ha estado encargado desde entonces de ofrecer un servicio a la comunidad con el uso de las TIC y a portando espacios de intercambio de ideas y conocimiento entre las personas que acceden al servicio, para que incidan en la generación de valor social, entendiendo éste cuando los recursos, procesos y políticas se combinan para generar calidad de vida en las personas y/o la sociedad.

En respuesta a lo anterior surge el interés en crear estrategias gerenciales para posicionar y elevar los servicios que presta el Centro de Acceso a la Información-IAC, a través de los diferentes instrumentos que brinda la Gerencia social, con el fin diseñar y crear un portafolio de servicios que aporte a la sostenibilidad del proyecto; para ello se retomó la investigación cualitativa, cuyo objetivo primordial es la comprensión, centrada en la indagación de los servicios, con un enfoque innovador.

### 3. JUSTIFICACIÓN

El centro de acceso a la información es un proyecto del parque científico de innovación social, proyecto que se desarrolla dentro de la corporación minuto de Dios UNIMINUTO, encargada de prestar servicios para el desarrollo de programas de proyección social, donde se implementan métodos de innovación, direccionados a la comunidad del entorno en pro de mejorar la calidad de vida de los habitantes de la localidad de Engativá.

Utilizando primordialmente las TIC como herramienta de trabajo, donde los sujetos aprenden a cómo utilizarlas y cuál es la ventaja de hacer parte de las redes/ comunidades que éstas promueven y organizan.

Por otra parte el individuo interactúa y trabaja en equipo, realiza análisis de su propio contexto, identificando las diferentes problemáticas o situaciones en las que se encuentra el mundo y su comunidad. Es así como el IAC permite y genera no solo un espacio de aprendizaje y desarrollo de capacidades y habilidades, sino que también contribuye y aporta desde su metodología dialógica, donde mutuamente entre los usuarios y personal colaborativo desarrollan la comprensión del otro y la percepción de las formas en cómo se encuentra el mundo, cuáles son sus tensiones, porque la importancia de mantener nuestras raíces por medio de modelos innovadores que permitan cada vez más construir una sociedad de información, con conocimiento y acceso a los diferentes entorno, que coadyuven al fortalecimiento de los grupos sociales, en sus tradiciones.

Es un proyecto con direccionamiento social enfocado a las tecnologías de la información en el que se atiende al personal como ser integral y se planean diversos proyectos o programas dirigidos a mejorar las necesidades de la comunidad enfocado a los diversos miembros de la familia, niños y niñas, preadolescentes (entre los 10 y 13 años), adolescentes (entre los 13 y 18 años), adultos jóvenes y adultos mayores, que se han convertido en los mayores usuarios, estos programas y servicios son de acceso voluntario y los beneficiarios pueden participar completamente gratis en el programa o actividad ofertado para la fecha.

El siguiente cuadro presenta información del personal atendido en el centro de acceso a la información.

Rótulos de fila	Suma de Mujeres	Suma de Hombres	Suma de Total
Alfabetización en el manejo de la Información	4	0	4
Alfabetización en el manejo de la Información	524	81	605
Alfabetización en el manejo de la Información - A	301	64	365
Alfabetización en el manejo de la Información - B	153	42	195
Apoyo Logístico Adulto Mayor	4	6	10
Clases de Cultura Coreana- Madrid Cundinamarca	102	119	221
Club de Aprendizaje CED	384	80	464
Club de Aprendizaje CED Grupo A	246	59	305
Club de Aprendizaje CED Grupo B	250	19	269
Club de Aprendizaje CED Grupo C	205	43	248
Conociendo mi barrio	4	1	5
Consolidar Red -Consultorio Social	2	1	3
Cultura Coreana	167	78	245
Diplomado Artículos Científicos	5	3	8
Doble Clic	91	46	137
El mundo al Instante 1	96	27	123
El mundo al Instante 2	98	39	137
Empoderamiento IAC	25	3	28
Excel Avanzado	63	47	110
Excel Básico	136	81	217
Grupo Bolívar- Bienvenida Profesional	24	15	39
Grupo Bolívar- Orientación Profesional	9	15	24
Huerta Virtual	70	42	112
Inducción Muestra Cultural	4	0	4
Inducción Practicantes para cursos	28	37	65
Informática nivel 1 - Grupo Bolívar	73	53	126
Informática nivel 2 - Grupo Bolívar	69	14	83
Juego Didáctico	18	1	19
Lengua Coreana	173	100	273
Maneras de Mantener una buena salud	47	19	66
Muestra Cultural	82	42	124
Mundo al Instante 1	15	6	21
Mundo al Instante 2	8	5	13
Negocios Socialmente Responsables	31	3	34
Participación Comunitaria	17	7	24
Práctica de CED	4	0	4
Prácticas Alfabetización	22	3	25
Programación Web	40	152	192
Redvolución	6	6	12
Reunión CED	5	1	6
Servicio Social Colegio	2	0	2
TIC en la Palabra del Silencio	9	9	18
Vivir en plenitud	61	16	77
<b>Total general</b>	<b>3677</b>	<b>1385</b>	<b>5062</b>

Fuente realizada por: Zulma Betancourt Especialista Gerencia Social (2015)

Teniendo en cuenta que todos los programas y actividades son gratuitos, se debe pensar en estrategias de sostenibilidad garantizando que futuras generaciones cuenten con la materia prima, es de aclarar que las actividades desarrolladas hacen relevancia al proyecto IAC, pero todos los reconocimientos están orientados al parque científico de innovación social, esto permite que la mayor parte de la comunidad que interactúa en el medio desconozca el proyecto del IAC.

Los anteriores son motivos para buscar soluciones de sostenibilidad, por medio de alianzas con empresa privada o pública, también hacer publicidad al IAC, utilizando herramientas del mercadeo social y así posicionarlo a la sociedad como proyecto líder de gran calidad prometiendo grandes expectativas a generaciones venideras.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1 Objetivo General**

Fortalecer estrategias de posicionamiento de servicios, para promover reconocimiento en el mercado interno y externo, propiciando la sostenibilidad del Centro de Acceso a la Información (IAC)

### **4.2 Objetivos Específicos**

- Reconocer los aportes que hace el Centro de Acceso a la Información, a través de la planeación estratégica, para fortalecer la ejecución de los programas que se desarrollan en el centro de acceso a la información.
- Mapear las Redes con las que cuenta el IAC con el fin de ampliarlas para crear alianzas más fuertes.
- Diseñar estrategias de fundraising que sirvan como herramienta para resaltar las buenas prácticas en Responsabilidad Social que tienen el IAC con el fin de obtener un mayor financiamiento.
- Diseñar un portafolio de servicios con el fin de impulsar los programas que presta el IAC, a través de una estrategia de mercadeo social.



## 5. ESTADO DEL ARTE

### **La innovación**

Andrés Openheimer (2014) en el libro “Crear o morir” identifica a las naciones con mayor reducción en el índice de pobreza, como las que más producen innovaciones tecnológicas, evidenciando una brecha entre naciones muy desarrolladas y otras poco desarrolladas, la pregunta es ¿Cuál es factor determinante para que esto ocurra? Los países que tienen más petróleo o agua, no son los más prósperos; esto se evidencia en países como Venezuela y Nigeria ricos en petróleo, y se observa una pobreza muy avanzada, por el contrario en países como Singapur o Luxemburgo no poseen estos recursos y tiene la base de economía centrada en el conocimiento, los sistemas educativos, sus científicos y los innovadores, lo cual permite la diferencia en un mundo donde se vive la economía del conocimiento, pero Openheimer considera que el factor definitivo es la cultura, lo que no permite que intentemos una y otra vez lograr los propósitos, en los países latinos una persona que intenta innovar, sin lograr el objetivo en su primer intento, se le llama fracasado y para tener éxito en este proceso se debe intentar una y otra vez, entonces de nada servirá tener muchos parques Científicos de innovación, si lo que realmente debemos es cambiar de mentalidad y disponer de recursos para experimentar una y otra vez hasta permitir el producto final requerido.

En las últimas décadas han surgido diferentes metodologías de enseñanza- aprendizaje a nivel mundial, basadas en la innovación de las tecnologías informáticas y de la comunicación, sin embargo Josep M. Duart y Francisco Lupiáñez, (2005) en la revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento, permite ver que la tecnología no es nueva en educación, pero si las transformaciones que las TIC, están introduciendo en los procesos de enseñanza y de aprendizaje, nuevos escenarios y elementos propios de cualquier proceso formativo, las TIC no son utilizadas únicamente en la academia, también se utilizan de forma habitual en procesos administrativos, donde han propiciado una transformación en los sistemas organizativos especialmente en el sistema estructural, formando una competencia laboral (empresarial) más fuerte donde se brinda a los clientes eficiencia en los procesos propios.

### **Parques científicos**

Desde el ámbito internacional, se identifica que los parques científicos son un espacio donde interactúa toda clase de personas; con grandes avances realizados en el tema de innovación, Julio Cesar Ondategui, en su artículo; tecnología y servicios en los centros de apoyo a la

información, identifica tres factores influyentes en el buen funcionamiento de los parques tecnológicos españoles:

Factores internos	Liderazgo del equipo gestor, capacitación, administración de personal, funciones definidas, estructura flexible, competencia técnica, administración de proyectos, buena comunicación, imagen, red, búsqueda de tecnología.
Factores negociados	Perspectiva industrial, capacidad de respuesta del mercado, contactos con otros agentes, aprendizaje de las empresas, participación en políticas tecnológicas, vínculos con universidades y difusión.
Factores externos	Política estable, financiación constante, cultura tecnológica, desarrollo industrial, usuarios exigentes, compromiso del gobierno, crecimiento económico.

Fuente: Ph.D Jefferson Arias. Director Parque Científico de Innovación Social (2014)

Los factores internos los traza la organización, en este proceso cumple un papel muy importante la estrategia y la función del centro, la gestión de sus actividades y sus recursos, también la comunicación del interior con el exterior fortalece estos factores internos brindando mayor reconocimiento e interacción con el medio. En los factores negociados aparecen las asociaciones y la demanda que tiene el centro con la perspectiva industrial, igualmente con la parte estructural; y por último la externa, que es poco controlable, y requiere de una estrategia a largo plazo, donde participen usuarios, instituciones y empresas

A nivel latinoamericano se han adelantado procesos para la instalación de parques científicos de innovación social, en países como Argentina, Uruguay, Chile, Venezuela, México, Colombia y Perú; Andrés Rodríguez en su libro parques científicos en América Latina, un análisis de la situación actual; hace referencia a los parques que se encuentran en los países mencionados, muestra el tamaño y adelanto tecnológico de los parques de México y Brasil con respecto a los demás países mencionados, también se debe tener en cuenta quien es el impulsor del parque si la empresa privado o el sector público, en los países con mayor participación del sector público, han surgido con mayor celeridad y acogida; esto no traduce que sea la única forma para tener éxito en parques científicos de innovación, es el caso de México, la empresa privada ha invertido para la consecución de estos y hoy son de gran relevancia a nivel latinoamericano.

En Colombia encontramos el parque científico de la Universidad Nacional, espacio donde interactúan universidades y centros de investigación, de la misma manera se adelanta formación y crecimiento empresarial basado en el conocimiento y con alto valor agregado, este centro científico es impulsor de la tecnologías y fomento de la innovación del personal y organizaciones que allí se concentran, convirtiéndose en promotor de desarrollo económico y social para el distrito capital y el departamento de Cundinamarca, para lograr brindar estos servicios, se mantiene una excelente tecnología, espacio e infraestructura, orientada a la innovación y desarrollo de nuevas ideas para el sector productivo y los gobiernos llamasen locales, regionales o nacionales.

A manera de conclusión, Para hablar de parques científicos y tecnológicos es necesario dar un vistazo a la parte de la innovación, elemento primordial para el desarrollo de estos, donde interactúan las diversas partes de la sociedad en busca de mejores oportunidades, el surgimiento de nuevas ideas y la puesta en marcha de las mismas permiten un rumbo diferentes bien sea individual o grupal; a través de los tiempos se viene creando los parques científicos donde se concentra grandes comunidades con el fin de innovar, pero no son los países donde se produce mayor cantidad de materia prima(petróleo, agua, fauna...) los líderes en innovación, son los países donde dedican la mayor parte de su tiempo a explorar el conocimiento, estar a la vanguardia del conocimiento permite que determinada sociedad tenga cierta supremacía sobre las demás a nivel del conocimiento, esto ha permitido el desarrollo de las tecnologías, que a la vez sirven como elemento de soporte para la sociedad en busca del mismo.

Los parques científicos son espacios con una infraestructura adecuada y dotada de los elementos tecnológicos necesarios para mantener avances innovadores a nivel social; es importante que los centros de innovación cuenten con inversión de la empresa privada, y de acuerdo a lo expuesto por Andrés Rodríguez en su libro parques científicos en América Latina, un análisis de la situación actual; la inversión del sector público en estos centros es primordial para su crecimiento.

Los parques científicos deben ser dirigidos a las necesidades locales donde está ubicado, con el objetivo de favorecer a la comunidad, brindando situaciones de sostenibilidad, promoviendo un crecimiento específico de la organización, también debe ser ineludible evitar la no contaminación, acciones en las que el ser humano ha venido incurriendo sin

prestar atención y en la mayoría de casos la ansiedad del dinero le impide identificar la importancia que tiene la contaminación para las generaciones venideras.

## **6. MARCO TEORICO**

Con el fin de tener una fundamentación, en lo relacionado a la prestación de los servicios del Centro de Acceso a la Información-IAC en el Parque Científico de Innovación Social Uniminuto; se hace una revisión documental y teórica, que permite tener una mirada más amplia sobre las investigaciones que se llevan a cabo en los parques científicos. Por esta razón es importante definir las siguientes categorías de análisis, que permiten contextualizar los servicios que presta el IAC.

### **PRAXEOLOGÍA**

La praxeología aparece como un esfuerzo de hermenéutica práctica que articula las funciones académicas de investigación, de compromiso social crítico y de formación profesional al interior de un contexto pluridisciplinario. Por eso, esta se sitúa plenamente en el actuar pedagógico en un paradigma praxeológico de investigación –acción- formación en la que la práctica, en su contexto, es el punto de partida y de llegada, es generadora de teoría y de acciones corresponsable.

Por mencionarlo de otra manera, la praxeología no es solo un ejercicio de investigación teórico o intelectual, sino, es una práctica de responsabilidad y rendición de cuenta de los sujetos que la ejecutan. (VARGAS.2011.P.13).

Por ende, es muy importante identificar el enfoque praxeológico como un punto de referencia para la realización del proyecto, teniendo en cuenta que permite conocer a profundidad a partir de la base teórica, el conocimiento en el trascurso del proceso investigativo, permitiendo replicar el conocimiento y las buenas prácticas en el IAC.

Se observa que el modelo praxeológico tienen elementos que conciden con la realidad a partir del aporte que se debe implementar y realizar a las comunidades, grupos u organizaciones.

Haciendo énfasis en la naturaleza de los actores, en este caso las personas que se encuentran beneficiadas en los servicios que ofrece el Centro de Acceso a la Información, se retoma la importancia de mirar las relaciones sociales que se emplean con cada sujeto.

Por lo tanto, se considera la implementación de lo teórico – práctico, a partir de un hacer profesional responsable, que permite contribuir y aportar para el desarrollo tanto de comunidades como de instituciones, las cuales son las beneficiadas con este tipo de metodologías.

## 6.1 Posicionamiento

Este concepto se encuentra relacionado en gran parte al marketing empresarial, La Asociación Americana de Marketing (American Marketing Association A.M.A, 2007) define el marketing como *“una forma de organizar un conjunto de acciones y procesos a la hora de desarrollar un producto para crear, comunicar y entregar valor a los clientes y para manejar las relaciones y su finalidad es beneficiar a la organización satisfaciendo a los clientes”*.

Por otra parte Philip Kotler Estadounidense, Economista de profesión menciona que el *“Marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes”* (1975) todo esto con el objetivo de lanzar o dar a conocer un producto o servicio al mercado con la única finalidad que tenga una gran acogida por su clientes o usuarios.

El posicionamiento visto como:

*“Una herramienta que permite incrementar la probabilidad de que alguien compre nuestro producto y para ello es necesario lograr que nuestro producto tenga una fuerte asociación en la mente del consumidor con un atributo único y relevante”*.

El posicionamiento en este caso hace énfasis a un marketing social, con el objetivo de aportar un servicio en pro del mejoramiento de la misma población con el servicio que presta la organización.

*“En el marketing social, el posicionamiento es el arte de ubicar en la mente de la población objeto o del mercado meta, los atributos del producto social que favorezca el bienestar de la población. Es impórtate mencionar que si las empresas u organizaciones no diseñan un plan estratégico con el fin de posicionar su organización y sus productos sociales, la población se*

*encarga de darle una poción de acuerdo a la percepción adquirida de la función que se cumple” (Pérez, 2004)*

*“Según Trout y Rivkin la segmentación del mercado está relacionada con el posicionamiento, ya que la estrategia del posicionamiento se crea de acuerdo a un segmento o target específico, si esto no fuera a si no podría a llegar a tener éxito debido a que no es posible a que una estrategia intente abarcar todo el mercado”. (1996)*

## **6.2 Innovación Social**

La innovación es otro concepto fundamental, porque se encuentra muy de la mano con el posicionamiento, teniendo en cuenta que si las empresas u organizaciones no diseñan un plan estratégico competitivo con el fin de posicionar su organización y sus productos sociales, está en riesgo de desaparecer, debido a que es la misma población la que se encarga de darle una poción de acuerdo a la percepción adquirida de la función que se cumple; cuando se hace referencia a la innovación social la Comisión Europea, hace referencia al tema de como elemento clave para el mejoramiento de la calidad de vida y el progreso de las personas; dicha iniciativa define el concepto de Innovación Social de la siguiente manera:

*“La innovación Social consiste en encontrar nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales, que no están adecuadamente cubiertas por el mercado o sector público o en producir los cambios de comportamiento necesarios para resolver los grandes retos de la sociedad, capacitando a la ciudadanía y generando nuevas relaciones sociales y nuevos modelos de colaboración. Son, por tanto, al mismo tiempo innovadoras en sí mismo y útiles para capacitar a la sociedad a innovar” (COMISION EUROPE, 2010-2016)*

Por otra parte, Euskadi refiere, la innovación social es un ámbito en auge y adquiere una vital importancia en un entorno como el País Vasco, en el cual existe un sistema Vasco de innovación el cual asume que son las personas quienes innovan, por lo que deben situarse en el centro y motor del modelo. Este sistema persigue:

- Desarrollar una cultura de la innovación: fomentar el cambio hacia una cultura de la innovación que potencie valores como la creatividad, la asunción de riesgos, la

curiosidad, el espíritu emprendedor, la aceptación del fracaso, entre otros. Y generar un compromiso conjunto de la ciencia, tecnología y la innovación.

- Capacitar a las personas en nuevos conocimientos y habilidades.

De esta manera, los procesos de involucrados en la innovación social dan como resultado aprendizajes, compromisos y transformaciones que impactan fuertemente a nivel local y deben ser construidos sobre la participación de los agentes locales y el empoderamiento y compromiso de la ciudadanía. (DEUSTO INNOVACION SOCIAL).

Otra referencia de gran interés de innovación social, la hacen Rodríguez & Alvarado (2008, p.24) cuando señalan que:

*“La innovación es un proceso endógeno de auto-organización, es decir, de articulación de los recursos propios, de propiedades grupales propiciadoras y a cualidades personales que favorecen el cambio, tales como deseo de aprender y resiliencia emocional, entre otras.*

*También es un proceso exógeno, eco-organizado, que supone factores externos que condicionan el ritmo de la innovación, siempre en relación con un entorno cambiante y con una zona de influencia próxima, es decir, con un conjunto de aliados y oponentes”.*

Por ende, se considera la innovación como elemento fundamental donde las personas son las generadoras de los nuevos conocimientos a partir de la construcción de nuevas ideas basadas en los recursos que se tienen, potencializando los procesos de desarrollo y crecimiento, donde la innovación es un factor preponderante que ha hecho presencia a través del tiempo en el transcurrir del ser humano, la sociedad y las organizaciones.

Es por eso que se concibe que *“Una sociedad que quiere seguir siendo avanzada y sostenible, solo tiene un camino: superar los grandes retos actuales desde la innovación”* (Ibid., p.2); *por lo que se convierte la innovación en el catalizador y elemento dinamizador del conocimiento, del pensamiento y progreso* (Mendizábal, 2002, p.27).

### 6.3 Parque Científico

Los parques científicos y tecnológicos son las zonas urbanizadas por una entidad promotora, cuyas parcelas son ocupadas única y exclusivamente por entidades públicas o privadas cuyo objetivo básico es favorecer la generación de conocimientos científico y tecnológico y la promoción de la transferencia tecnológica. A partir de esta lógica encontramos que en el foro de extensión de UN2010, de la Universidad Nacional de Colombia señala el concepto de parque científico es:

*“un espacio en el cual confluyen diferentes sectores de la sociedad (académicos, productivos, estatal, privados) con el objetivo común de incrementar la competitividad, generar bienestar y riqueza social mediante la aprobación social de la ciencia, la tecnología y la realización de investigación e innovación”*(UNAL, 2010)

Otra mira, de la importancia y el aporte que hacen los Parques Científicos es, el aporte a la transformación social a partir de la investigación la cual contribuye y aporta altamente con el mejoramiento de calidad de vida de las personas, el valor social, la capacidad para la construcción de un tejido de redes de colaboración y generación de conocimiento.

Se convierten entonces, en un espacio que dinamiza agrupaciones coordinadas de actores diversos, cada uno necesario para construir procesos de innovación, a partir de tres elementos potenciales e integradores *“ciencia, técnica y el mercado (Mendizábal, 2002, p.39) que interactúan de manera constante en la ideación, diseño, estructuración, prueba y aplicación de nuevos desarrollos, procesos y soluciones; estableciendo a su vez, entre los actores que participan en la red, efectos determinantes adicionales relacionados con la confianza, compromiso, comunicación, valores compartidos, cooperación, entre otros”* (Silvay Vinasco, 2014, p.98)

### 6.4 Tics

Las Tics pueden ser definidas en dos sentidos: Como las tecnologías tradicionales de la comunicación, constituidas principalmente por la radio, la televisión y la telefonía convencional, y por las tecnologías modernas de la información caracterizadas por la digitalización de las tecnologías de registros de contenidos como la informática, de las comunicaciones, telemática y de las interfaces.



Las TICs (tecnologías de la información y de la comunicación) son aquellas tecnologías que se necesitan para la gestión y transformación de la información, y muy en particular el uso de ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, administrar, proteger y recuperar esa información. (Recuperado blog:<http://ticsenelaula.espacioblog.com/post/2007/11/20/aaque-son-tics->)

*“La utilización de las TIC como herramienta dentro del proceso de enseñanza y aprendizaje deben desarrollar en los individuos habilidades que les permitan su adaptabilidad a los cambios de manera positiva , así como a contribuir al enriquecimiento de sus potencialidades intelectuales para para enfrentar la sociedad de la informática.”*

*(Pérez, 1998:28)*

## **7. MARCO LEGISLATIVO**

A continuación se muestra las normas de control por las que se rige el IAC

- ✓ El 31 de agosto de 1988. Se firma el acta de constitución de la Corporación Universitaria Minuto de Dios.
- ✓ Junio 27 de 1990, mediante acuerdo 062 el ICFES aprueba el estudio de factibilidad.
- ✓ Mediante Resolución 10345 el Ministerio de Educación Nacional reconoce la personería jurídica a la Corporación Universitaria Minuto de Dios y aprueba sus estatutos, expedidos por el Consejo de Fundadores el 31 de agosto de 1989 y reformados por el Consejo Directivo provisional el 12 de febrero de 1990, siguiendo las recomendaciones dadas por el ICFES.
- ✓ 19 de julio de 1991. Mediante acuerdo 126, el ICFES concede licencia de funcionamiento a los tres programas de Licenciaturas de la Facultad de Educación. El 30 de julio, mediante Acuerdo 145, le concede licencia al programa de Administración para el Desarrollo Social.
- ✓ La Corporación Universitaria Minuto de Dios inicia sus actividades educativas con algo más de 200 estudiantes. A fines de 1992 el ICFES concede la licencia de funcionamiento al programa de Ingeniería Civil (Acuerdo 233 del ICFES). Febrero de 1995. Los miembros de las juntas directivas de las instituciones de la Organización Minuto de Dios se reúnen para iniciar un camino de planeación estratégica.

- ✓ Después de 20 años, la Corporación Universitaria Minuto de Dios –UNIMINUTO ha implementado una reforma integral de sus estatutos, aprobados por el Consejo de Fundadores según Acuerdo No 092 del 27 de febrero de 2009 y ratificados por el Ministerio de Educación Nacional según Resolución No 1770 de 2009, en la que se establece que UNIMINUTO tiene el carácter de Institución Universitaria, según lo establecido por la Ley 30 de 1992, y funciona como un Sistema Universitario.
- ✓ La Corporación Universitaria es un sistema multicapas, con una sede central, una seccional y extensiones regionales organizadas como rectorías o vicerrectorías, denominadas sedes, que operan centros regionales, centros tutoriales y Centros Regionales de Educación Superior (CERES), que se expanden en Colombia como una red que despliega docencia, investigación y proyección social a las comunidades que atiende en las diferentes regiones del país, para promover su desarrollo integral.

## **8. CONTEXTUALIZACIÓN**

La Corporación Universitaria Minuto de Dios, de carácter privado, con principios católicos, su sede principal ubicada en Bogotá, ofrece más de trescientos programas académicos de pregrado, postgrado y educación continua, en modalidades presenciales y a distancia; la obra Minuto de Dios fue propósito del Padre Rafael García Herreros inspirado en el evangelio, con el fin de brindar oportunidad educativa de calidad a todos los estratos sociales, formando profesionales con valores, en busca de mejorar el futuro de nuestro país. Esta obra fue iniciada en 1955, cuando se permitió la participación del padre García en el programa Minuto de Dios en la televisión Colombiana. Después de 20 años cuenta con más de 16.000 estudiantes y hace presencia en 19 departamentos y el distrito Capital, organizados en 8 rectorías y el Parque Científico de Innovación social.

En el siguiente cuadro se enmarcan los hitos relevantes de la corporación minuto de Dios

### Hito de la Corporación Minuto de Dios

Año	Hito
1909	Nace Rafael García-Herreros
1955	Inicia el programa de televisión El Minuto de Dios
1957	Primer habitante del barrio Minuto de Dios
	PROVIVIENDA MD, hoy Corporación El Minuto de Dios
	Escuela en el barrio Minuto de Dios
1961	Banquete del Millón
1966	Museo de Arte Contemporáneo – MAC
1976	Corporación Centro Carismático Minuto de Dios
1979	Colegio Ateneo Juan Eudes
1985	Lumen 2000 TV
	Licencia Emisora Minuto de Dios
1988	Constitución UNIMINUTO
	Fundación de asesorías al sector rural – FUNDASES
1990	Personería jurídica UNIMINUTO
1992	MD Confecciones, hoy Industriales MD
	Inicio oferta académica de UNIMINUTO
	Fallece Rafael García-Herreros
2001	Coop-Uniminuto
2007	MD Corporation
2012	UNIMINUTO crea el Parque Científico de Innovación Social
2013	Centro de Acceso a la Información IAC

Fuente: Realizado por. Ph.D Jefferson Arias. Director Parque Científico de Innovación Social (2014)

A comienzos del siglo XXI la Corporación universitaria Minuto de Dios, se enfocó en la innovación, compilado las necesidades que se presentan en el entorno a la corporación, se crea el Parque Científico de Innovación Social, como modelo de Aprendizaje y fortalecimiento a las capacidades de innovación en la sociedad.

#### CUADRO DE HITOS DEL PARQUE CIENTIFICO INNIVACIÓN SOCIAL



Fuente: UNIMINUTO Parque Científico de Innovación Social (2012, p22).

La anterior figura permite socializar como el parque científico de innovación social, es un proyecto reciente, organizado desde un plan estratégico y basado en unos lineamientos, donde se indican unos retos y acciones para un periodo del 2012-2017.

La visión del parque científico está enfocada al desarrollo de proyectos relevando *el aporte del sistema I+D+I y las comunidades*, lo que indica que los directamente beneficiados serán las personas del entorno, sin desconocer que el proyecto esta direccionado con un ámbito nacional y se desarrollaran proyectos dirigidos a diferentes partes del país; es necesario entender que se busca alineación con las diferentes entidades de nivel internacional que puedan aportar al desarrollo del parque científico de innovación social ubicado en la corporación universitaria Minuto de Dios (Bogotá).

En julio del año 2012 se firma un memorando de entendimiento entre la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO y la Agencia Nacional de la Sociedad de la Información (NIA) de la República de Corea, con el fin de iniciar el proyecto del ‘Centro de Acceso a la Información’ – IAC en Bogotá; siendo este uno de los pilares del Parque científico de innovación social (PICS); inicia su funcionamiento en el año 2013, con una participación discreta de la comunidad que a través de los días aumenta la participación de las personas y a la fecha se puede evidenciar la gran acogida en los siguientes programas:

### **IAC**

El Centro de Acceso a la Información en Bogotá (Colombia) Ubicado en la CALLE 89 N° 87A—50 Barrió los Cerezos, se estableció en 2012, al interior del Parque Científico de Innovación Social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, a través de un acuerdo con la Agencia Coreana de Información Social (NIA), con el apoyo del Ministerio colombiano de las TIC y la Embajada de Corea en Colombia.

### **MISIÓN IAC**

Promover servicios innovadores por medio de las TIC, que contribuyan a mejorar la calidad de vida de la comunidad universitaria y de la sociedad en general al aportar a la sostenibilidad y al desarrollo académico, económico y ambiental de los grupos de interés.

## **VISIÓN IAC**

El IAC será reconocido como un centro de convergencia que promueve servicios innovadores por medio de las TIC a nivel educativo y cultural, además de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los usuarios del IAC.

## **RETO ESTRATÉGICO 3 DEL PLAN DE DESARROLLO DE UNIMINUTO**

Transformación de comunidades y soluciones de problemas sociales. Generar impactos positivos y sostenibles en las personas, comunidades y organizaciones a través de soluciones enfocadas a problemas sociales concretos.

**Línea estratégica. Interacción estrecha con el entorno y apropiación social de la investigación MD.** Conocer la realidad de una comunidad en situación de vulnerabilidad, reflexionarla y aprender de ella, y transformarla y enriquecerla mediante el producto de la investigación social situada y la proyección social. Consolidar espacios que aseguran la presencia de los aportes investigativos de UNIMINUTO en la sociedad.

## **RETO ESTRATÉGICO 4 DEL PLAN DE DESARROLLO UNIMINUTO**

Acceso y Cobertura. Ofrecer oportunidades de acceso con criterios incluyentes, innovadores y flexibles, y facilidades de financiación y acompañamiento integral, para poder atender a toda la población.

**Línea estratégica. Flexibilización y actualización del portafolio de programas para hacerlos pertinentes en todas las sedes.** Contar con una oferta académica que permita responder de manera eficaz a las necesidades de las diferentes regiones donde UNIMINUTO opera.

**Línea estratégica. Ampliación y mejoramiento del portafolio de financiación.** Ofrecer un portafolio más variado y adecuado a las necesidades financieras de los estudiantes en las diferentes regiones del país, a través de alianzas con terceros que ofrezcan este tipo de servicios.

**Línea estratégica. Profundización de los esfuerzos para ampliar el acceso y éxito académico de las comunidades atendidas por UNIMINUTO.** Realizar un acompañamiento

muy cercano a los estudiantes, que permita fortalecer su desarrollo integral a nivel humano, académico, psicológico, entre otros, con el fin de promover la permanencia y el éxito académico.

**RETO ESTRATÉGICO 5 DEL PLAN DESARROLLO UNIMINUTO SOSTENIBILIDAD FINANCIERA.** Generar suficientes recursos financieros para el desarrollo sostenible del Sistema UNIMINUTO.

**Línea estratégica. Sostenibilidad del Sistema UNIMINUTO.** Asegurar la generación de ingresos futuros es una responsabilidad de la institución, para continuar cumpliendo la misión de ofrecer oportunidades de educación de calidad a la mayor cantidad de comunidades posible que no tengan acceso a ella.

### **PROGRAMAS QUE OFRECE EL CENTRO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN- IAC**

La formación básica de las TIC a los Adultos Mayores
El uso responsable de las TIC
Idioma En Inglés
Lengua coreana y la cultura
Diseño web
Introducción a la Programación
Desarrollo Introducción de aplicaciones móviles
Programas especiales para personas con discapacidades visuales y / o auditivas
No hay barreras visuales: para las personas con discapacidad visual
Palabra en el silencio
Curso Básico de Emprendimiento y Tecnología para los comerciantes.

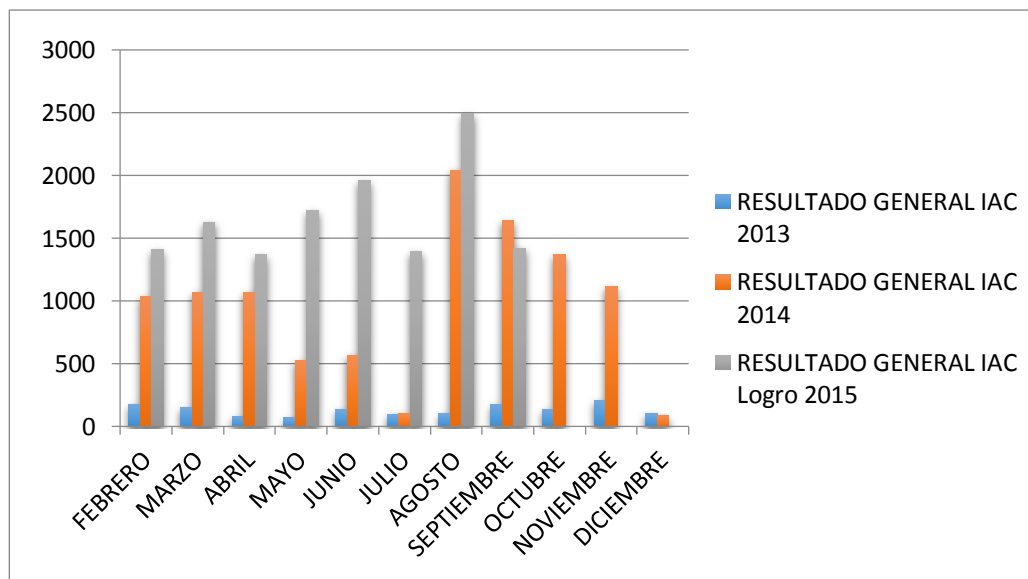
Aproximadamente 8.500, son los usuarios entre los años 2013 y 2014 que han disfrutado de los beneficios prestados en el IAC , y gracias al desarrollo de estas actividades se evidencia la importancia de ampliar la oferta y permitir una mayor interacción en el Centro de Acceso a la información a través de nuevas alianzas y la implementación de un nuevo diseño , creación de nuevos servicios que permitan dar una mayor cobertura a toda la población de la localidad de Engativá.

## ESTADÍSTICAS DE ASISTENCIA DE LA POBLACIÓN ATENDIDA

MES	2013	2014	Logro 2015	Meta 2015
FEBRERO	175	1037	1409	1348
MARZO	149	1071	1626	1392
ABRIL	79	1070	1368	1391
MAYO	69	526	1722	684
JUNIO	139	568	1960	738
JULIO	96	104	1394	135
AGOSTO	104	2040	2496	2652
SEPTIEMBRE	178	1642	1423	2135
OCTUBRE	137	1373		1785
NOVIEMBRE	204	1117		1452
DICIEMBRE	103	84		109
<b>Total</b>	<b>1433</b>	<b>10632</b>	<b>13398</b>	<b>13</b>

Fuente: Elaborado por Zulma Betancourt

GRAFICO 1: ASISTENCIA DE LA POBLACIÓN A TENDIDA EN EL IAC



Fuente: Elaborado por Zulma Betancourt

Los anteriores gráficos permiten ver el incremento de usuarios, que se han tenido en los últimos años en el Centro de Acceso a la Información, esto permite que día tras día se piense en crecer aún más, con mejores condiciones, a través, de crearse y pensarse en la ampliación del lugar y en la implementación de nuevas tecnologías e implementos.

Con el fin de aumentar la oferta a los usuarios y en beneficio de una sostenibilidad del centro, se busca la compilación de necesidades locales y se elabora un portafolio de servicios, creación de nuevas alianzas y mantener un proceso en red con otros Centros de Acceso a la Información donde el beneficiario disfrute la posibilidad de analizar y elegir la mejor opción de acuerdo a sus propósitos, acciones que darán una mayor acogida por parte de la empresa pública y privada del distrito, y permitirán posicionarlo frente a los demás proyectos del PCIS como un proyecto líder e innovador a nivel social.

## **9. METODOLOGÍA**

Dentro del proyecto integrador se han implementado algunos instrumentos de la Gerencia Social, los cuales en primer lugar han permitido diseñar una metodología estructural, con un enfoque de innovación, guiado a partir de una línea de investigación cualitativa cuyo objetivo primordial es la comprensión, centrada en la indagación en los hechos y la recolección de información. La investigación cualitativa es *“multimetódica, implica un enfoque interpretativo, naturalista hacia su objeto de estudio; los investigadores cualitativos estudian la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido al interpretar, los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas”*. (Denzin y Lincoln.1994).

Con relación a lo anterior, Taylor y Bogdan (1986) mencionan que es aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable, tiene características como: ser inductiva, el investigador ve el escenario y a las personas desde una perspectiva holística, el eje central es la reconstrucción de significados, trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su estructura dinámica, aquella que da razón plena de su comportamiento y manifestaciones, lo cualitativo (es el todo integrado) y no se opone a lo cuantitativo (que es sólo un aspecto), sino que lo integra.

Dentro de este tipo de investigación la recolección de la información es flexible, pasos que se han implementado en las consultas previas para obtener información para el proyecto integrador a través de la observación y consultas documentales internas de al IAC y LA ORGANIZACIÓN UNIMINUTO. Es importante mencionar que los directivos del IAC nos permitieron acercarnos a su portafolio de servicios y programas a través de un contacto directo en dicha dependencia, lo que ha facilitado clarificar inquietudes en el proceso e



innovación a través de esta investigación. Adicionalmente, se ha indagado sobre qué servicios tienen y prestas otros Centro de Acceso a la Información a nivel internacional, Latino América y nacional.

Los diferentes instrumentos que se utilizaron durante el proceso teórico – práctico se encuentran estipulados en las siguientes fases: En una primera fase de planeación, identificación de necesidades, selección de instrumento e implementación y en una segunda fase el diseño y creación del portafolio.

### ***Fase de planeación, identificación de necesidades***

Para el desarrollo del proyecto integrador se tomó como referencia el Centro de Acceso a la Información IAC- Uniminuto. Tiene como objetivo Facilitar el acceso a herramientas digitales de información y comunicación, para satisfacer necesidades de los usuarios, en el ámbito académico, social y cultural. Realizado a través de los diferentes programas que brinda.

## **9.1 INSTRUMENTO PLANEACIÓN ESTRATÉGICA**

Dentro de las herramientas utilizadas para llevar a cabo el desarrollo e implementación del proyecto fue necesario, como primera medida realizar la planeación estratégica, la cual permitió realizar un diagnóstico de la organización y así poder identificar la debilidad que presentaba la organización, la calidad de servicio, y la sostenibilidad de la misma.

La planeación permite ver que propone la organización, a quien están dirigidos sus servicios, a que población se dirige y cuáles son sus proyecciones y alcances hacia el futuro, también cuáles son sus estrategias para seguir brindado un buen servicio y lograr mantenerse en el tiempo; como lo menciona Serna (2008) *“la planeación estratégica es un proceso mediante el cual una organización define su negocio, la visión de largo plazo y las estrategias para alcanzarla, con base en el análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Supone la participación activa de los actores organizacionales, la obtención permanente de información sobre sus factores clave de éxito, su revisión, monitoreo y ajustes periódicos para que se convierta en un estilo de gestión que haga de la organización un ente proactivo y anticipatorio”*.

Para el caso del Centro de Acceso a la Información – IAC, dentro del diagnóstico que se realizó se observa que la calidad en la prestación de los servicios es excelente, su estructura como organización está bien diseñada y desarrollada, pero se encuentra con una falencia en cuanto al tema de sostenibilidad y factibilidad. Como estrategia en la planeación se ve la necesidad de crear y diseñar un portafolio de servicio donde a partir de desarrollar programas innovadores para la organización y dirigidos para otros público de interés, permita el sostenimiento y ampliación a sus servicios, permitiendo al IAC generar un proceso de ideas nuevas que le permitan crear valor. Al hacer énfasis en el concepto de valor lo relacionamos con *“la búsqueda e implementación de soluciones novedosas, eficientes, participativas y sustentables, a través de la aplicación del conocimiento en solución de problemáticas sociales”* (PCIS. UNIMINUTO.2015) (VER ANEXO 1)

## **9.2 INSTRUMENTO FUNDRAISING**

Fundraising visto como, un conjunto de estrategias para obtener recursos o financiación; por otra parte son técnicas de marketing, negociación, redes y contactos, dirigidos a la captación de fondos y recursos. Para Fabisch es el proceso de la planificación estratégica de captar dinero, bienes, tiempo y conocimientos con los que se realizan objetivos de interés general.

Con el fin de seguir una secuencia con la planeación estratégica, se considera importante que el IAC, al interior de la organización tenga eventos, publicidad a través de Fundraising con el fin, en primer lugar de dar a conocer a la comunidad de usuarios y población social lo importante de su proyecto, cuanto aporte ha hecho en el tema de responsabilidad social y como a partir de proyectos como este, actores que se han encontrado olvidados por el Estado son la prioridad para esta Organización.

En segundo lugar con el fin de gestionar procesos búsqueda de financiamiento a través de tener en la organización personal idóneo encargado para esta función.

A partir de ver esta necesidad se le aporta al IAC la creación de un video, un pendón y el diseño de un folleto, con el fin de tener herramientas tanto visuales, como físicas para la difusión de la información de la organización.

## **9. 3 INSTRUMENTO DE REDES Y ALIANZAS**

Durante el desarrollo del presente trabajo de investigación, se decidió utilizar el instrumento de alianzas como base para generar reconocimiento y ubicación de las redes y alianzas con



IAC



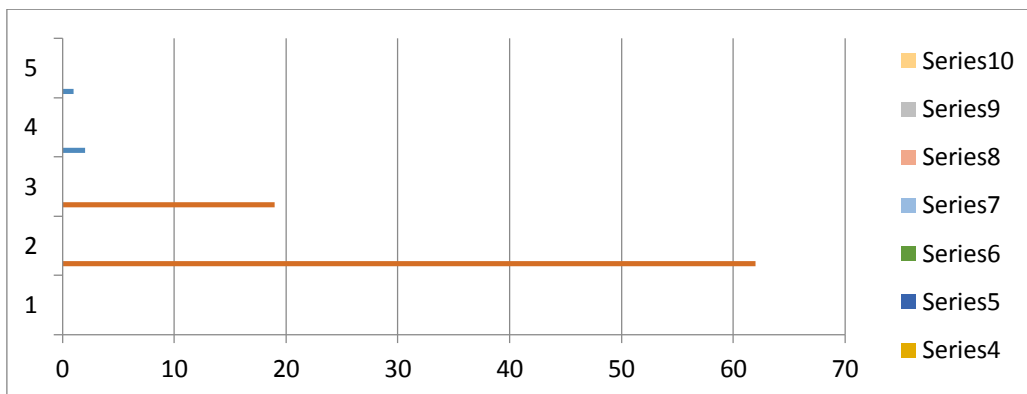
las que actualmente cuanta el IAC, esto con el fin de observar que nuevos nichos se pueden crear y como se logran mantener en el tiempo.

De acuerdo con el instrumento del semáforo de redes y alianzas de la fundación Corona que mide el grado de desarrollo de una alianza y establecer las acciones que se deben emprender para mejorarla. Su diseño parte de aceptar que la construcción de alianzas es un proceso y que por lo tanto no siempre ni en todos los aspectos las alianzas logran tener todos los indicadores en un nivel óptimo, lo cual no significa que hayan fracasado (Fundación Corona, 2007) y más que asignar una calificación positiva o negativa a la alianza, busca identificar el grado de madurez de la misma a través de las fortalezas y debilidades y así permitir realizar los ajustes requeridos.

En la aplicación realizada en el caso del Centro de Acceso para la Información (IAC) con Corea y sus alianzas internas, se observa que la consistencia argumental descriptiva y valorativa son los fuertes, la Complementariedad y confianza, compromiso por parte de las personas que conforman la alianza también se encuentran altos. Acorde con esto, comparten un objetivo común en este caso generar innovación social utilizando las diferentes tecnologías que se tienen para mejorar las condiciones de vida de las personas. Por otra parte, los temas misionales y visionales no son tan claros con las demás alianzas por tanto esto permite oportunidades de mejora con relación a la percepción y sentido de pertenencia con el IAC se debe prestar especial atención en los aspectos de documentación y registro de las actividades que se desarrollan al interior de la organización, identificando cual es e impacto que se da en el trimestre, que aspectos se deben seguir reformando y cuáles serían las estrategias para implementar al interior con sus alianzas.

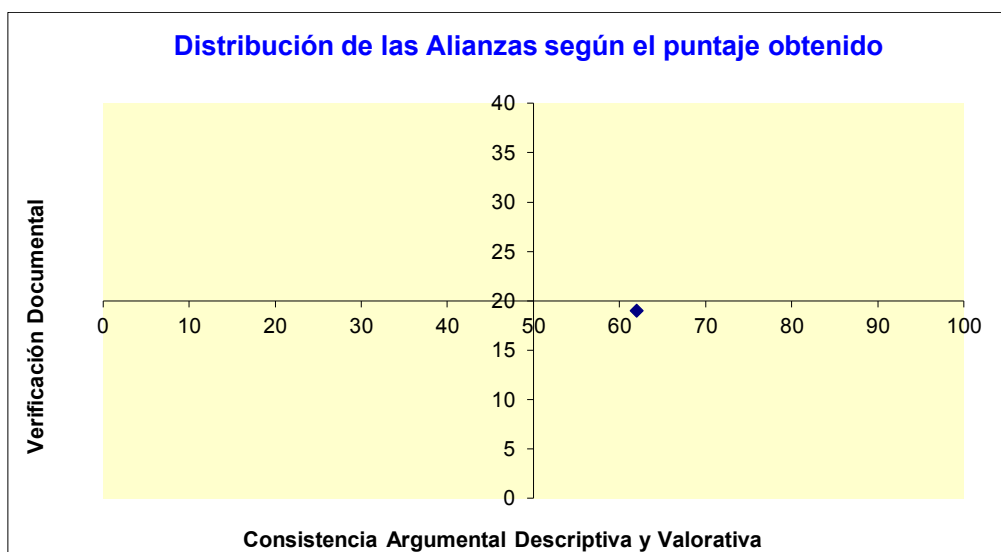
A continuación se muestran las gráficas que salieron de la aplicación del instrumento

GRAFICO 2: CALIFICACIÓN DEL SEMAFORO DE ALIANZAS



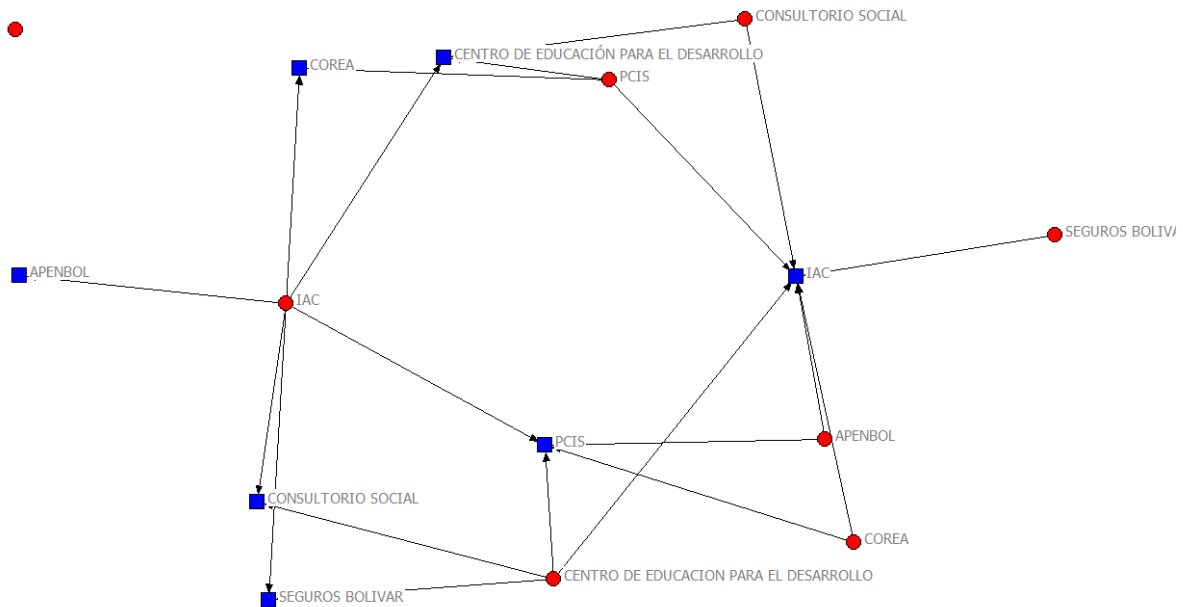
Fuente: Elaboración propia del grupo

GRAFICO: 3 DISTRIBUCION DE ALIANZAS SEGÚN EL PUNTEGE OBTENIDO



Fuente: Elaboración propia del grupo

GRAFICO 4: RELACIÓN DE REDES DEL IAC



Partiendo del concepto que hace referencia a una red como “*estructura social formada por personas o entidades conectadas y unidas entre sí por algún tipo de relación o interés común*” (Alfred Radcliffert)

Se puede observar en el grafico que el vínculo que establece el IAC con gran parte de sus redes como lo son Corea, Parque científico entre otros son estrechas, el tamaño de la red no es tan amplio pero se observa que se conectan entre sí; se debe pensar en generar más interacción entre cada Nodo con el fin de potenciar los recursos y ampliar más la red con el fin de mantener unida la red al IAC, lo cual permita identificar el atractivo o fin de la red.

Partiendo de los resultados anteriores, se considera que una de las alternativas que se tiene para este caso sería que el IAC es buscar nuevas alianzas con el Sena, teniendo en cuenta que ellos cuenta con la plata forma de SOFIA ya que estaría facilitando en cuestión de costo al IAC el diseño y creación de nuevas plataformas para la aplicación de los nuevos servicios que se quieren tener; por otra parte, también se considera relevante que el IAC mantuviera redes con otros Centros de Acceso a la Información con el fin de interactuar saberes y conocimientos para la creación de nuevas estrategias innovadoras al interior de la misma organización.

## 9.4 MERCADEO SOCIAL

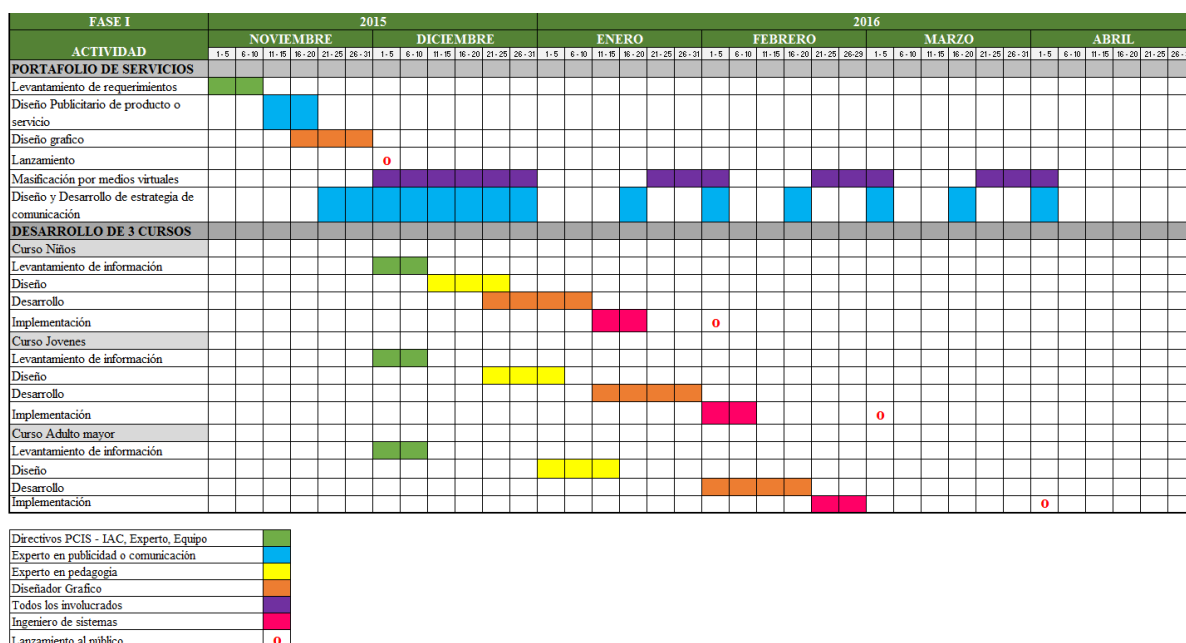
La aplicación de esta herramienta como estrategia tanto de diseño como de difusión para el Portafolio de Servicio se considera relevante, partiendo que se llevó a cabo todo un proceso de indagación sobre qué es lo que se tiene en los mercados, cuales son las expectativas que se tienen y que competencias se genera o se tienen con respecto al servicio que se prestan o que se desea implementar en el caso del diseño y creación del portafolio.

El Mercadeo Social visto desde la Gerencia Social como uno de los mecanismos significativos y con capacidad para hacer evidente la importancia de un proyecto social, hacer reconocida la idea que la inversión social es fundamental para el desarrollo de la sociedad son resultados que se logran a partir de desarrollar dentro del proceso elementos que se encuentran inmersos en el Marketing, en te caso haciendo referencia al Márqueting Social entendido como, *“el diseño, implementación y control de programas pensados para influir en la aceptación de ideas sociales, implicando consideraciones de planeación de producto, precio, comunicación, distribución e investigación de Marketing Social”*

(Otlar y Zalman 1971)

Los elementos mencionados anteriormente son dados dentro de un proceso de planeación que lleva tiempo.

## 10. GRONOGRAMA



Fuente: Elaboración propia

## 10.1 PRESUPUESTO

El desarrollo del portafolio de servicios involucra además de las actividades propias del diseño y la comunicación gráfica y publicitaria, la producción y puesta en marcha de nuevos servicios y cursos (productos) que puedan ser asequibles a los usuarios del IAC. Es así como se propone el desarrollo y lanzamiento de tres cursos, cada uno orientado hacia una población objetivo diferente, lo que permitirá ampliar la oferta de servicios para los grupos focales ya atendidos y generar una nueva líneas de servicios promovida mediante el brochure digital para atraer a nuevos beneficiarios de los programas y servicios del IAC, como Juntas de Acción Comunal, Microempresarios, etc. El desarrollo en tiempo y recursos de estas dos estrategias se detalla a continuación:

<b>PRESUPUESTO - PROYECCIÓN (*)</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>Valor</b>	<b>Valor</b>
<b>PORTAFOLIO DE SERVICIOS</b>	<b>Alternativa A</b>	<b>Alternativa B</b>
Coordinador del desarrollo	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Publicista o Comunicador	\$ 3.000.000	
Diseñador grafico	\$ 800.000	\$ 2.400.000
Gastos administrativos (Papeleria, servicios, equipos, otros incluidos gastos de contratación.)	\$ 3.000.000	\$ 600.000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 7.800.000</b>	<b>\$ 4.000.000</b>
<b>DESARROLLO DE 3 CURSOS</b>	<b>Alternativa A</b>	<b>Alternativa B</b>
Coordinador del desarrollo	\$ 6.000.000	\$ 1.000.000
Pedagogo	\$ 2.000.000	
Diseñador grafico	\$ 3.000.000	
Ingeniero de sistemas	\$ 800.000	\$ 8.000.000
Gastos administrativos (Papeleria, servicios, equipos, otros incluidos gastos de contratación.)	\$ 3.000.000	\$ 1.000.000
<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 14.800.000</b>	<b>\$ 10.000.000</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 22.600.000</b>	<b>\$ 14.000.000</b>

(\*): Para ambos casos la Alternativa A corresponde a los costos y gastos causados en caso de contratación directa de los profesionales y equipos que se requieren para el desarrollo; y en el caso de la Alternativa B los rubros corresponden a gastos de contratación de Terceros, siendo estas empresas que se encargan de forma directa del desarrollo de las dos estrategias, generando un ahorro importante de dinero por cuanto los gastos administrativos asociados

son mucho menores en la tercerización del servicio. Cabe resaltar que en el caso de los cursos virtuales al ser de nivel básico pueden ser compradas licencias de cursos ya desarrollados que solo requieren modificaciones de personalización para el IAC, lo cual también puede ahorrar tiempos en la ejecución del Cronograma y posibilitar el lanzamiento de cursos desde el mes de Enero de 2016.

Para el alcance del presente proyecto gerencial, el presupuesto incluye únicamente las actividades relacionadas con el desarrollo del portafolio de servicios y desarrollo de cursos, siendo estas, actividades que conllevan al cumplimiento del objetivo general y que corresponden al aporte de este proyecto a la operación habitual del IAC; es por esta razón que los gastos operativos mensuales del IAC que ya están considerados dentro del plan presupuestal anual del Parque Científico de Innovación Social (\*), no aparecen relacionados en este presupuesto; sin embargo, se recomienda a la Organización ampliar el número de personas que apoyan la Monitoria, pues con la generación de nuevos productos y servicios la concurrencia puede ser mayor lo que demandará más personal y más tiempo de atención de dichos monitores.

Por lo anterior valdría la pena evaluar en conjunto con Bienestar Universitario o los programas de apoyo al estudiante la forma de vincular estudiantes voluntarios para disminuir esos posibles costos adicionales.

## **11. APOORTE DE LA GERENCIA SOCIAL EN LOS PROCESOS DE POSICIONAMIENTO EN IAC**

Durante el proceso de formación, la Gerencia Social a través de cada uno de sus instrumentos o herramientas permite que sean aplicables para este caso, en el Centro de Acceso a la Información, el instrumento de la planeación Estratégica como herramienta fundamental para observar en qué estado se encuentra la organización y como a través, de la DOFA y de la matriz estratégica permite la incorporación directa de las demás herramientas que tiene la gerencia entre ellas fundraising, mercadeo social, balance score Card, negociación, informe de sostenibilidad social e indicadores, manejo de conflictos, redes y alianzas, entre otros. Contribuyen para dar alternativas y respuestas de mejora al interior del IAC.



Cada una de estas herramientas se convierten como pilares estratégicos al interior de la organización, permitiendo que la organización avance y se mantenga en el tiempo sin tender a desaparecer o fracasar, por tanto el Gerente Social debe saber de qué manera aplica en la organización estas herramientas y como gestiona para que la organización siempre se encuentre direccionada a dar respuesta a visión y misión.

## **12. CONCLUSIONES**

La implementación del Centro de Acceso a la información – IAC, está ligado a contribuir con el desarrollo de los individuos y de la sociedad a través del tiempo. La implementación de estos espacios requiere de la participación activa de los diferentes Actores tanto beneficiarios como colaboradores, que a partir de su experiencia y saberes pueden contribuir con la construcción de mejores aprendizajes y diseños de tecnología que permitan tener procesos de innovación.

El aporte que presta el IAC con el uso de las Tics a los usuarios permite brindar soluciones creativas, modernas que integran saberes y aprendizajes de los diferentes Actores contribuyendo así con el mejoramiento de su calidad de vida. Por lo tanto al mostrar los avances que ha tenido al interior del IAC permite la creación y vinculación de nuevas alianzas y estrategias que aporten a la sostenibilidad del mismo.

### 13. APENDICES

#### ANEXO1

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA	
DESCRIPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	
Equipo de trabajo	
ID	Nombres de los Integrantes
188046	Fernando Molina
139660	Freda Andrea Velázquez
Descripción de la Organización	
<b>Nombre de la Organización:</b>	Corporación Universitaria Minuto de Dios.
<b>¿Cuál es la actividad principal de la organización?</b>	<p>La Corporación Minuto de Dios brinda un servicio con el fin de contribuir a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, a través del desarrollo humano integral, dimensión espiritual, calidad integral, sostenibilidad, acceso de cobertura, acceso y cobertura, innovación social, profesores e infraestructura organizacional.</p> <p>La organización focaliza su proceso educativo y formativo a nivel nacional en el respeto a los derechos humanos, a la paz y a la democracia y en la práctica del trabajo y la recreación, para el mejoramiento cultural, científico, tecnológico y para la protección del ambiente.</p> <p>Por otra parte, La Política de Bienestar se apoya en la Misión, Visión y Principios de UNIMINUTO, los cuales son el reflejo de la filosofía de la Organización Minuto de Dios, que trabajan en pro de la dignidad del ser humano y pretende superar sus necesidades pasando de condiciones inhumanas a condiciones más humanas, de acuerdo al legado de nuestros fundadores el Padre Rafael García Herreros.</p>
<b>Describe: tamaño, lugar donde desarrolla sus actividades, tiempo que lleva operando en Colombia, usuarios que atiende, representatividad de la organización en el sector y principales hitos (hechos históricos relevantes)</b>	<p>La obra Minuto de Dios nace, con el deseo del padre Rafael García Herreros de contribuir a las necesidades sociales de las comunidades vulnerables. En el año 1958 funda el colegio minuto de Dios, para la formación de las comunidades humanas y cristianas, que permitan el desarrollo integral de la persona. Para el año 1968 se funda el acta de constitución de la corporación Minuto de Dios, se inicia el proyecto de la misma, el centro parlamentario y la congregación de Jesús y María se unieron para fundar la institución educativa universitaria. En 1990 mediante la resolución 10345 el ministerio de educación nacional reconoce la personería jurídica a la corporación universitaria Minuto de Dios y aprueba sus estatutos, siguiendo las recomendaciones dadas por el ICFES y reformados por el consejo directivo provisional. Este año inicia con seis programas académicos presentados, y se establecen algunas políticas provisionales administrativas, financieras y académicas; el énfasis de estas es el desarrollo social acorde a la obra el Minuto de Dios para formar profesionales que difundieran su filosofía en el país. Uniminuto inicia labores en 1992 con 240 estudiantes.</p> <p>El padre Camilo René Hualde, inicia la planeación estratégica de Uniminuto para los años 1997 - 2001, con el fin de consolidar la institución en sus aspectos vitales, relacionales, filosóficos, administrativos y académicos. Después de 20 años la universidad Minuto de Dios-UNIMINUTO se ha extendido por el país a 20 departamentos, organizada a través de diez rectorías (Cundinamarca, sede principal, valle, bello, Bogotá sus y nuevas regionales, Huila, orientales, norte oriente, Popayán, Huila Tolima, distal y distantes), ha implementado una reforma integral de sus estatutos aprobados por el consejo de fundadores y ratificados por el MIN según resolución N° 1770 - 2008, en la que se establece que UNIMINUTO tiene carácter de institución universitaria según lo establecido por la ley 50/93 y funciona como un sistema universitario, actualmente ofrece programas educativos a 16.000 estudiantes en pregrado, postgrado, vinculación con la educación media, formación para el trabajo y el desarrollo humano, educación continua. Para el año 2017 se crea el parque científico de innovación social (PIS), como un espacio de relacionamiento de actores (organizaciones, sociales, empresas privadas, academia, Estado, entre otros), con un enfoque de innovación social, orientado a atender las problemáticas urgentes de la población de Colombia, desde su concepción el PIS se ha considerado como un "modelo revolucionario" que permite generar nuevos conocimientos a partir de la obra Minuto de Dios, y ponerlos al servicio de la sociedad, con la participación activa de ellos, en la búsqueda permanente de alcanzar la dignidad humana. Injusticia la superación de la pobreza la generación de la riqueza y desarrollo humano. En julio del año 2017, la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO y la Agencia Nacional de la Sociedad de la Información (NIA) de la República de Corea, firmaron un Memorando de Entendimiento para el establecimiento del "Centro de Acceso a la Información" IAC en Bogotá, el cual sería ubicado dentro del Nodo Central del Parque Científico de Innovación Social. El IAC de Colombia inició operaciones en el mes de enero del año 2019, y bajo la administración del Parque Científico de Innovación Social.</p>

<p><b>Quiénes son los benefactores (quienes nos proveen, de quienes dependemos)</b></p> <p>Consejo de fundadores, Ministerio de educación nacional, red seguro bolívar, alcaldía local proyecto 771 (cuiladores de personal en situación y condición de discapacidad), Gobernación de Cundinamarca,</p>
<p><b>Qué nos ofrecen y qué buscamos de ellos</b></p> <p>UNIMINUTO en su portafolio de servicio garantiza una educación de alta calidad, con carreras a distancia y presenciales, con una facilidad de financiamiento educativo, cuenta con una adecuada infraestructura, sus aulas de clase se encuentran equipadas con equipos de alta tecnología para el alcance de todos, maneja un biblioteca dentro de sus instalaciones, cuenta con una biblioteca virtual, maneja una plataforma virtual que le permite a los estudiantes poder interactuar con sus docentes y compañeros; cuenta con semilleros de investigación que los permite tanto a docentes como a estudiantes indagar e investigar mas de cerca la realidad social, cuenta con un centro de empleo y emprendimiento y practicas profesionales, maneja su propios medios de comunicación como medio, redes sociales, es una organización que su objetivo es contribuir para mejorar las necesidades del ser humano en cualquiera de sus hemisferios, ( espiritual, intelectual, económico, entre otros).</p>
<p><b>Quiénes son los beneficiarios o usuarios (A quienes nos dirigimos, quienes dependen de nosotros)</b></p> <p>Los beneficiarios son los niños , jóvenes, adolescentes, adultos, adultos mayores, los cuales integran los programas, proyectos, alianzas dirigidos especialmente a la población mas vulnerable del país.</p> <p><b>Qué buscan de nosotros</b></p> <p>A nivel institucional y Corporativo garantizan la calidad de los servicios, con el fin de dar respuesta al mejoramiento y progreso tanto de la comunidad Uniminuto como de la sociedad civil. Como garantes sociales contribuir para el posicionamiento del Centro de Acceso a la Información, a través de alianzas, convenios y desarrollo de estrategias que permitan la sostenibilidad del IAC a partir de los servicios que presta.</p>
<p><b>Cual es nuestra oferta de valor</b></p> <p>La Corporación Minuto de Dios brinda un servicio de calidad al alcance de todos, con el fin de contribuir a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, a través del desarrollo humano integral, dimensión espiritual, calidad integral, sostenibilidad, acceso de cobertura a nivel nacional.</p>
<p><b>Quiénes son nuestros colaboradores, ejecutores del proyecto (Quiénes apoyan el desarrollo del proyecto)</b></p> <p>A nivel macro se cuenta con el respaldo de la universidad, La corporación, la pastoral. A nivel micro los que respaldan el proyecto tenemos a el Parque científico de innovación social, facultad de ciencias empresariales, alcaldía local, gobernación de Cundinamarca, Corea.</p> <p><b>Que buscamos de ellos</b></p> <p>Recursos económicos, formativos, consolidar estrategias que contribuyen el desarrollo del proyecto, que permitan orientar a un crecimiento institucional.</p>
<p><b>Cómo deben ser (cualidades personales y profesionales)</b></p> <p>Personal con capacidad de liderazgo y gestión que permitan dar respuesta a las necesidades que tienen el centro de acceso a la Información. Con valores de lealtad, entrega, transparencia, y un espíritu de servicio y entrega para con el otro.</p>
<p><b>Cuales son los objetivos globales de la Organización en los próximos años?</b></p> <p>Ser reconocida a nivel nacional e Internacional como una organización prestadora de un servicio Integral, con una amplia cobertura, generadora de grandes cambios sociales</p>

**Cuáles son los principales procesos internos de la Organización?**

Son componentes básicos de la estrategia para cumplir la Mega la cual se encuentra relacionada con el cumplimiento de los aspectos misionales de la Organización; la Mega incorpora 8 componentes ( desarrollo humano integral, dimensión espiritual, calidad integral, sostenibilidad, acceso y cobertura, innovación social, profesores, infraestructura organizacional). por otra parte se encuentran los retos estratégicos de la organización los cuales representan los objetivos que el sistema UNIMINUTO debe alcanzar para el año 2019.

**Cuál es la estructura organizacional de la Organización?**



La Estructura Administrativa de la COOPERATIVA UNIMINUTO responde al principio cooperativo de la participación democrática, por lo cual dentro de su estructura cuenta con una Asamblea general de delegados, Consejo de Administración, Junta de vigilancia y la Revisoría fiscal.

**Describe la cultura de la organización**

La Organización Minuto de Dios trabaja por el desarrollo integral de las personas y las comunidades en busca de una sociedad justa, fraterna, tolerante y práctica. Se proyecta a través de las entidades que la conforman (CORPORACIÓN MINUTO DE DIOS, CORPORACIÓN EDUCATIVA MINUTO DE DIOS - "COLEGIOS MINUTO DE DIOS", CORPORACIÓN CENTRO CARISMÁTICO MINUTO DE DIOS, CORPORACIÓN LUMEN 2000 COLOMBIA, FUNDACIÓN DE ASESORÍAS PARA EL SECTOR RURAL - FUNDASES, CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS - UNIMINUTO, COOPERATIVA UNIMINUTO, CORPORACIÓN INDUSTRIAL MINUTO DE DIOS, EL MINUTO DE DIOS CORPORATION) como mediadora y dinamizadora de procesos sociales que conducen a construir una Colombia justa a partir de la generación de modelos de promoción social, por ello adopta una estructura empresarial, sin ánimo de lucro a través de la cual se promueven proyectos de desarrollo y de responsabilidad social.

**Describe los factores clave de éxito de este tipo de Organizaciones**

La organización Minuto de Dios, desde su fundación los grandes logros se han llevado a cabo por la consolidación de sus grandes alianzas, lo cual ha sido una clave para el éxito de la organización, el incremento de estudiantes e infraestructura, y el gran posicionamiento que ha tenido en el mercado.

Matriz DOFA

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA						X	
Diagnóstico Externo			Diagnóstico Interno				
Oportunidades	Impacto	Amenazas	Impacto	Fortalezas	Impacto	Debilidades	Impacto
<b>Nº Oportunidades P. Beneficiarios</b>	<b>Alto Medio Bajo Nº</b>	<b>Amenazas P. Beneficiarios</b>	<b>Alto Medio Bajo Nº</b>	<b>Fortalezas P. Beneficiarios</b>	<b>Alto Medio Bajo Nº</b>	<b>Debilidades P. Beneficiarios</b>	<b>Alto Medio</b>
a. Relacionamiento con las TIC	X	a. Una cultura de asistencialismo del entorno	X	a. Comprometidos	X	a. Demora en los procesos de aprendizaje	X
b. Fortalecimiento del Tejido Social	X	b. Incremento en las ofertas	X	b. Crecimiento de los usuarios	X	b. Variación en la asistencia	X
c. Reconocimiento Institucional	X	c. No divulgación de la información	X	c.		c.	
<b>Nº Oportunidades P. Financiera</b>	<b>Alto Medio Bajo Nº</b>	<b>Amenazas P. Financiera</b>	<b>Alto Medio Bajo Nº</b>	<b>Fortalezas P. Financiera</b>	<b>Alto Medio Bajo Nº</b>	<b>Debilidades P. Financiera</b>	<b>Alto Medio</b>
a. Oferta de donantes	X	a. No hay portafolio para los usuarios y clientes	X	a. Se encuentra dotado de equipos	X	a. No hay preparación para la sostenibilidad	X
b. Nuevas alianzas y convenios	X	b. No se cuenta con sostenimiento de personal administrativos	X	b. Se ha iniciado un proceso de alianzas	X	b. No se cuenta con personal orientado a la búsqueda de recursos(fundraising)	X
<b>Nº Oportunidades P. Procesos</b>	<b>Alto Medio Bajo Nº</b>	<b>Amenazas P. Procesos</b>	<b>Alto Medio Bajo Nº</b>	<b>Fortalezas P. Procesos</b>	<b>Alto Medio Bajo Nº</b>	<b>Debilidades P. Procesos</b>	<b>Alto Medio</b>
a. Posicionamiento en el mercado	X	a. Barreras presupuestales	X	a. Imagen Corporativa	X	a. No hay variedad de oferta en los servicios que presta.	X
b. Ampliación del portafolio de servicios.	X	b. Incremento en las ofertas del mercado	X	b. Aplicación de tecnología de computadores	X	b. No posee un buzón de sugerencias	X
as1							
## Ampliación de la infraestructura	X	## Demora en la toma de decisiones		## Capacidad de innovación	X	## Personal Rotativo	X
## Competir con otros IAC	X	##		## Infraestructura adecuada	X	## No se tiene un registro básico de la información de los usuarios.	X
## Diseño organizacional	X	##		## Ofrece un servicio de calidad	X	## No se tiene cobertura de toda la población.	



PLANEACIÓN ESTRATÉGICA		
Diseño de Estrategias		
<b>Perspectiva de beneficiarios o usuarios</b>	<b>Oportunidades P. Beneficiarios</b> a. Relacionamiento con las TIC. b. Fortalecimiento del Tejido Social c. Reconocimiento Institucional	<b>Amenazas P. Beneficiarios</b> a. Una cultura de asistencialismo del entorno b. Incremento en las ofertas c. No divulgación de la información
<b>Fortalezas P. Beneficiarios</b>	<b>ESTRATEGIAS F-O</b> Crear unos parámetros para la certificación de los cursos. 1 Desarrollar nuevos productos acorde con las necesidades del cliente. 2	<b>ESTRATEGIAS F-A</b> 1 Tarifas asequibles 2 Creación de un periódico trimestral, y divulgación por los diferentes medios web.
<b>Debilidades P. Beneficiarios</b>	<b>ESTRATEGIAS D-O</b> Construcción de nuevas metodologías teniendo en cuenta el tipo de usuario. 1 2	<b>ESTRATEGIAS D-A</b> 1 Realizar alianzas con otras plataformas virtuales Sena. 2
<b>Perspectiva de Financiera o de Benefactores</b>	<b>Oportunidades P. Financiera</b> a. Oferta de donantes b. Nuevas alianzas y convenios c.	<b>Amenazas P. Financiera</b> a. No hay portafolio para los usuarios y clientes b. No se cuenta con sostenimiento de personal administrativo c.
<b>Fortalezas P. Financiera</b>	<b>ESTRATEGIAS F-O</b> Tener en cuenta los medios publicitarios para atraer nuevos usuarios. 1 2 Construcción redes de apoyo	<b>ESTRATEGIAS F-A</b> 1 Mejorar la calidad de los servicios 2 Realizar nuevas alianzas de personal con otras universidades
<b>Debilidades P. Financiera</b>	<b>ESTRATEGIAS D-O</b> Realizar con los directivos del proyecto reuniones continuas para la creación de planes que permitan el crecimiento de la empresa. 1 2 Diseñar un modelo de marketing para realizar visitas a las organizaciones en busca de recursos.	<b>ESTRATEGIAS D-A</b> 1 Creación de nuevos programas 2 Estrategia de marketing social
<b>Perspectiva de procesos Internos</b>	<b>Oportunidades P. Procesos</b> a. Posicionamiento en el mercado b. Ampliación del portafolio de servicios. c. Ampliación de la Infraestructura	<b>Amenazas P. Procesos</b> a. Barreras presupuestales b. Incremento en las ofertas del mercado c. Demora en la toma de decisiones
<b>Fortalezas P. Procesos</b>	<b>ESTRATEGIAS F-O</b> Acompañamiento durante y después del proceso de formación. 1 2 Mantenerse en el mercado como el mejor IAC	<b>ESTRATEGIAS F-A</b> 1 Estudios de nuevos clientes y mercados 2 Integración de los usuarios al IAC
<b>Debilidades P. Procesos</b>	<b>ESTRATEGIAS D-O</b> 1 Personal Docente con nuevas metodologías 2 Mayor visibilidad en el impacto social que se hace.	<b>ESTRATEGIAS D-A</b> 1 Creación de una nueva cultura de usuarios 2 Mejoras en el portafolio de servicios
<b>Perspectiva de aprendizaje y crecimiento</b>	<b>Oportunidades P. Crec y Apr</b> a. Generar un Impacto social b. Concepción de personal profesional para los cursos c.	<b>Amenazas P. Crec y Apr</b> a. No se tiene sistematización o registro del proceso de aprendizaje. b. Falta proyección el siguiente año c.
<b>Fortalezas P. Crec y Apr</b>	<b>ESTRATEGIAS F-O</b> Fortalecer la formación virtual con nuevas plataformas. 1 2	<b>ESTRATEGIAS F-A</b> 1 Realizar un informe anual de sostenibilidad social con sus respectivos indicadores. 2
<b>Debilidades P. Crec y Apr</b>	<b>ESTRATEGIAS D-O</b> Creación de nuevas alianzas con el Sena, plataformas diseñadas por el gobierno. 1 2	<b>ESTRATEGIAS D-A</b> 1 Evaluar y proyectar nuevas metas para el siguiente año. 2

## ANEXO 2

Estos se anexan a CD

Folleto IAC

Video IAC

Diseño del Portafolio

### 14. BIBLIOGRAFÍA

Arias, J. (2013a). Parque Científico de Innovación Social, una práctica innovadora. En UNILATINA (Ed.) Memorias del Seminario Innovación social: de la teoría a la aplicación (pp. 38-45). Bogotá: Fondo Editorial Unilatina, Uniled.

ALONSO Vázquez, M. (2006) Marketing social corporativo Edición electrónica. Texto completo en [www.eumed.net/libros/2006/mav/](http://www.eumed.net/libros/2006/mav/) Tomado en septiembre 30 de 2014.

Bellavista, J. & Adán, C. (2009). *Los parques científicos y tecnológicos en el desarrollo de la ciencia, la tecnología y la empresa*. Revista de relaciones laborales UNIRIOJA, 12(12). Recuperado de: <http://www.sebbm.com/pdf/161/d02161.pdf>

FUNDACIÓN CORONA, BANCO MUNDIAL, 2007. Semáforo Nacional de alianzas, instructivo para su aplicación.

<http://www.asocam.org/biblioteca/files/original/48099a29fc33221fb569914179392be5.pdf> Consultado el 27 de Octubre de 2014.

Gnecco, M. (2014). *Innovaciones sociales para la equidad y la inclusión social; El caso de El Minuto de Dios*. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios.

PÉREZ ROMERO, L. A (2004), Marketing Social Teoría y Práctica, Naucalpan, Pearson Prentice Hall. Consultado el 13 de noviembre de 2014.

Rocha, D. (2011). Centro – Parque Científico de Innovación Social Minuto de Dios. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios.

RODRIGUEZ GOMEZ, G. 1996 Metodología de la investigación Cualitativa, Tomado el 29 de Octubre de 2014.

NEEF, M. 1993. Desarrollo a escala humana: Conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones. Editorial Nordan-Comunidad. Uruguay.

(2014b). *UNIMINUTO, Plan de desarrollo 2013 – 2019; Plan estratégico – Sede Bogotá Sur y Nuevas Regionales*. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios.

Universidad Nacional (2010, Octubre). *Parque Científico y Tecnológico*. Trabajo presentado en el Foro de extensión UN2010, Bogotá, Colombia.

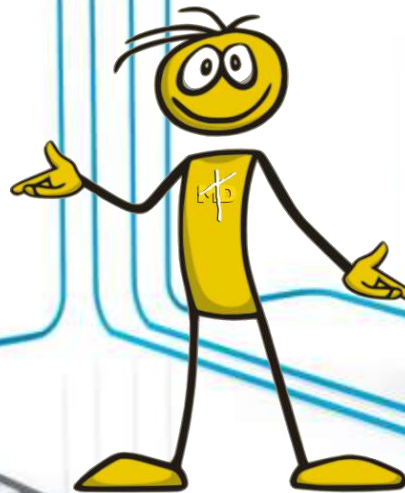


**ESTRATEGIAS GERENCIALES  
PARA POSICIONAR Y ELEVAR  
LOS SERVICIOS QUE PRESTA  
EL CENTRO DE ACCESO A LA  
INFORMACIÓN-IAC EN EL  
PARQUE CIENTÍFICO DE  
INNOVACIÓN SOCIAL  
UNIMINUTO**

**INTEGRANTES:**

Fernando Molina

Paola A. Velasquez



CALLE 89 N° 87A—50

Contáctenos al 2916520  
extensión 3271

<http://www.uniminuto.edu/contacto>

I  
A  
C

# ¿QUIENES SOMOS ?

El Centro de Acceso a la Información (IAC) se ubica en Bogotá (Colombia), se estableció en 2012, al interior del Parque Científico de Innovación Social de la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, a través de un acuerdo con la Agencia Coreana de Información Social (NIA), con el apoyo del Ministerio colombiano de las TIC y la Embajada de Corea en Colombia.

El IAC quiere llegar a un amplio grupo poblacional segmentado de la siguiente forma: Adulto Mayo, Niños, Personas con discapacidad física, estudiantes y personal administrativo de UNIMINUTO, innovadores sociales en Bogotá, juntas de acción comunal, organizaciones comunitarias y otras organizaciones sociales; implementando estrategias que generen importantes y procesos de innovación social, con instrumentos de TIC.



### **Misión**

**Promover servicios innovadores por medio de las TIC, que contribuyan a mejorar la calidad de vida de la comunidad universitaria y de la sociedad en general al aportar a la sostenibilidad y al desarrollo académico, económico y ambiental de los grupos de interés.**

### **VISIÓN**

**El IAC será reconocido como un centro de convergencia que promueve servicios innovadores por medio de las TIC a nivel educativo y cultural, además de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los usuarios del IAC**

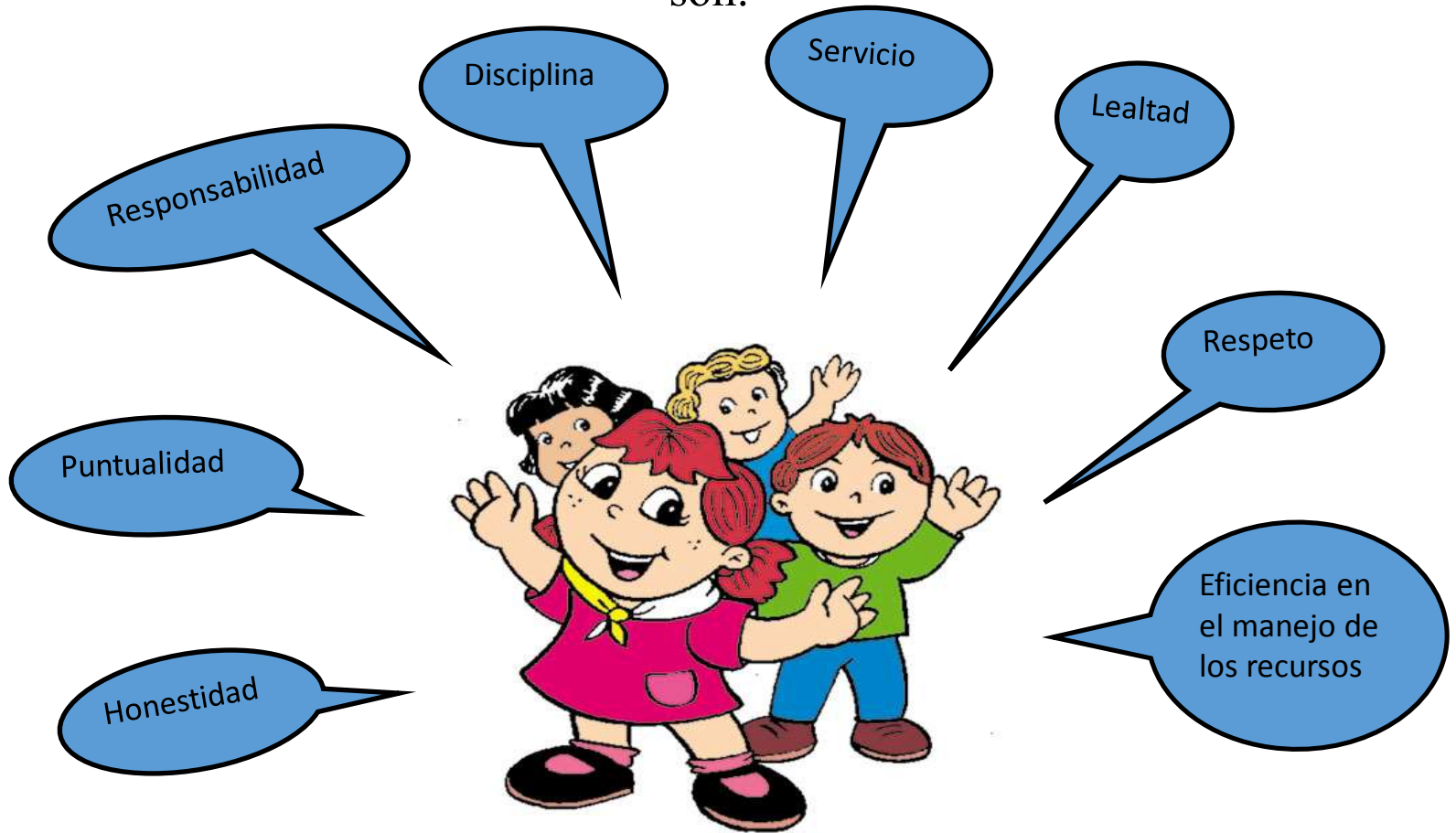
**El IAC ofrece programas de formación y capacitación para la apropiación social del conocimiento.**

**Apoya al PCIS en el desarrollo de actividades de innovación social.**

# PILARES FUNDAMENTALES

Partiendo de los ideales del Padre Rafael García Herreros, los principios del Centro de Acceso a la Información están basados en el evangelio, y en la promulgación de los valores del ser humano, como

son:



# OBJETIVOS

## ❑ **Objetivo General**

Fortalecer estrategias de posicionamiento de servicios, para promover reconocimiento en el mercado interno y externo, propiciando la sostenibilidad del Centro de Acceso a la Información (IAC)

## ❑ **Objetivos Específicos**

- Reconocer los aportes que hace el Centro de Acceso a la Información, a través de la planeación estratégica, para fortalecer la ejecución de los programas que se desarrollan en el centro de acceso a la información.
- Mapear las Redes con las que cuenta el IAC con el fin de ampliarlas para crear alianzas más fuertes.
- Diseñar estrategias de fundraising que sirvan como herramienta para resaltar las buenas prácticas en Responsabilidad Social que tienen el IAC con el fin de obtener un mayor financiamiento.
- Diseñar un portafolio de servicios que permita ofrecer los servicios que presta el IAC, a través de una estrategia de mercadeo social.

# *PORTAFOLIO DE SERVICIOS*

Es un libro, carpeta o documento la cual incluye la **información básica y necesaria del Centro de Acceso a la Información IAC** para que nuestros usuarios conozcan nuestros servicios.

Tecnología e  
informática

Clases de  
Cultura  
Coreana-  
Madrid  
Cundinamarca

Alfabetización  
en el manejo  
de la  
Información



A 3D rendered scene featuring two white, stylized human figures sitting at a table. They are holding a large pie chart with a rainbow-colored slice. The background is a light blue and white gradient. The text is overlaid on the scene.

**PROPUESTA DEL  
PORTAFOLIO DE  
SERVICIOS PARA EL  
CENTRO DE ACCESO A  
LA INFORMACIÓN**



Niños y  
niñas de 6 a  
12 años

Jóvenes de  
12 a 18 años

**POBLACIÓN  
A QUIEN  
DIRIGE SUS  
SERVICIOS**



Adultos  
mayores 45  
en adelante



Adultos de  
18 a 45





# ***SERVICIOS PARA LOS NIÑOS/A***



## **Informática básica:**

- Alfabetización en el manejo de la información nivel 1
- Alfabetización en el manejo de la información nivel 2
- Mundo al instante
- Empoderamiento

## **Curso de Word**

- Office
- Programa para realizar presentaciones.
- Publisher
- Excel básico

## **Juegos virtuales articulados con las áreas de:**

- Matemáticas
- Lectura
- Escritura
- Habilidad mental
- Medio ambiente

## **Comportamiento:**

- Modales en la mesa
- Comportamiento en la calle
- Aseo personal (hábitos)

## **Salud nutricional**

- alimentación y nutrición
- La desnutrición
- Calidad de alimentación
- Hábitos físicos emocionales e intelectuales

## **Convivencia**

- Padres
- Familiares
- Vecinos
- Sociedad

## **Idiomas**

- Inglés básico
- Utilización adecuada del español
- Lengua Coreana (julio y agosto)

## **Manejo adecuada de información en la web**

- Redes sociales
- Paginas informativas
- Información saludable
- youtube

## **Cultura**

- Cultura colombiana– regiones
- Cultura coreana (julio y agosto)
- Cultura mundial

## **Medio ambiente**

- Cambio Climático
- Contaminación
- Reducir - reciclar - reutilizar
- El ser humano y el medio ambiente

# JÓVENES

## Informática

- Aplicación aulas virtuales
- El Tic confió de Mini Tics
- Cyberbulling
- Creación de paginas web

## Excel

- Básico
- Medio
- Avanzado

## Paginas web

- Tecnología saludable.
- Contaminación informática
- Paginas informativas

## Convivencia

- Padres y hermanos
- Familia
- Vecinos
- Sociedad
- Deberes

## Juegos virtuales

- Agilidad mental
- Lógico-matemáticos
- Lecto-escritura
- interpretación

## Medio ambiente

- Innovación
- Cambio climático
- Reciclar - reutilizar- reducir

## Sexualidad

- Relación con la pareja
- Enfermedades infectocontagiosas
- Reproducción
- Herencia

## Salud

- Hábitos saludables
- Alimentación sana
- Higiene en los alimentos



# ADULTO MAYOR

## Informática básica:

- Alfabetización en el manejo de la información nivel 1
- Alfabetización en el manejo de la información nivel 2
- Mundo al instante
- Empoderamiento

## Prevención de enfermedades neurodegenerativas

- Parkinson
- Alzheimer
- Esclerosis lateral amiotrofia
- Atrofia muscular espinal



## Idiomas

- Inglés básico
- Legua coreana (julio—agosto)
- Utilización adecuada del español.

## Cultura ciudadana

- Autoconocimiento
- Capacidad de dialogo
- Autonomía y auto regulación
- Capacidad para transformar el entorno.

## Negocios socialmente responsables

- Micro empresa
- Pequeña empresa
- Mediana empresa

*JUNTAS DE ACCIÓN COMUNAL, EMPRESAS CON RES, ORGANIZACIONES  
COMUNITARIAS Y ORGANIZACIONES SOCIALES*

Metodologías  
para generar  
innovación

Capacitación en  
temas de  
innovación  
social

Espacios con  
equipos  
tecnológicos  
para eventos  
ejecutivos.

Accesorias para  
la creación de  
plataformas  
virtuales



# CONTACTENOS Y CONECE NUESTROS SERVICIOS



## Esríbenos

¿Tienes alguna situación en la que Tu Amigo UNIMINUTO pueda ayudarte?



CENTRO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN



Colombia



Corea



## Llámanos

En Bogotá 593 3004, gratis desde tu celular a nivel Nacional  
01 800 093 6670



## Nuestro Directorio

¿Deseas contactar con alguna de nuestras sedes?



## Chat

¿Tienes una pregunta concreta para Tu Amigo UNIMINUTO?



## Buzón Electrónico de Sugerencias

¿Qué sugerencias tienes para que UNIMINUTO mejore?





**Gracias por su atención prestada**

