

Metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en
la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta



Metodología basada en Design Thinking para Impulsar el Emprendimiento Sostenible en la
Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta

Nancy Sanabria Saavedra

Daymer Arley García Galindo

Yeison Pachón Pérez

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual y a Distancia

Programa de Maestría en gerencia de la innovación en proyectos

Sublínea de investigación:

Gestión de la innovación para el desarrollo sostenible y la consolidación empresarial

Julio de 2025

Metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en
la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta

Metodología basada en Design Thinking para Impulsar el Emprendimiento Sostenible en la
Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta

Nancy Sanabria Saavedra

Daymer Arley García Galindo

Yeison Pachón Pérez

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Magíster en Gerencia de la
Innovación en Proyectos

Asesor

Jimmy Ferney Leguizamón Arias

Magíster

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Virtual y a Distancia

Programa de Maestría en gerencia de la innovación en proyectos

Julio de 2025

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta

Agradecimientos

Queremos expresar nuestro más profundo agradecimiento a todas las personas e instituciones que han contribuido a la realización de este proyecto:

A nuestro asesor de proyecto de grado, Mg. Jimmy Ferney Leguizamón Arias por su guía, paciencia y aportaciones fundamentales al desarrollo de este trabajo. Gracias por compartir sus conocimientos y brindarnos una perspectiva más amplia sobre los temas tratados.

A la Dra. Leila Yelitze Guzmán Díaz, Coordinadora del Centro de Desarrollo Integral de la la Corporación El Minuto de Dios (CMD) en Villavicencio, junto con su equipo, quienes con su experiencia y apoyo logístico facilitaron el acceso a la comunidad y nos brindaron los espacios necesarios para llevar a cabo esta investigación. Sus aportes técnicos y humanos marcaron una gran diferencia en cada etapa del proceso.

A nuestras familias y amigos, quienes con su amor, comprensión y apoyo emocional han hecho posible que culminemos esta etapa académica con éxito.

Por último, pero no menos importante, agradecemos la colaboración y dedicación de todo el equipo que participó en este documento: Nancy Sanabria, Arley García y Yeison Pachón. El trabajo en conjunto ha sido el pilar para conseguir este logro.

A todos, nuestro más sincero agradecimiento.

Contenido

Lista de tablas	7
Lista de figuras.....	8
Resumen.....	9
Abstract.....	10
Introducción	11
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.1 Descripción del problema.....	14
1.1.1 Problema concreto	21
1.1.2 La pregunta de investigación	21
1.2 Objetivos de investigación	21
1.2.1 Objetivo general.....	21
1.2.3 Objetivos específicos	22
1.3 Justificación de la investigación.....	22
2. REVISIÓN DOCUMENTAL.....	24
2.1 Antecedentes	24
2.2 Marco teórico	25
2.2.1 Fundamentación Conceptual del Design Thinking	26
2.2.2 Evolución Contemporánea y Características Metodológicas	27
2.2.3 Design Thinking en el Contexto del Emprendimiento Sostenible	32
2.2.4 Implementación en Contextos de Desarrollo Social.....	34
2.3 Marco Conceptual	36
2.3.1 Asociatividad	36
2.3.2 Emprendimiento	37

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta

2.3.3 Modelos de emprendimiento	39
2.3.4 Innovación	40
2.3.5 Desarrollo comunitario	40
2.3.6 Modelo de Negocio	41
3. METODOLOGÍA.....	43
3.1 Enfoque y alcance de la investigación	43
3.2 Diseño de la investigación.....	44
3.3 Población y muestra	44
3.3.1 Definición de la población.....	44
3.3.2 Cálculo y selección de la muestra.....	45
3.4 Instrumentos.....	46
3.4.1 Validación por expertos	47
3.4.2 Validación estadística	48
3.4.3 Matriz de operacionalización de variables.....	51
3.1. Descripción de procedimientos	54
3.2. Análisis de información.....	57
3.2.1 Procesamiento de Datos Cuestionario	58
3.2.2 Procesamiento de Datos Revisión de literatura	58
3.3. Consideraciones éticas.....	59
4. RESULTADOS	61
4.1. Diagnóstico necesidades y oportunidades	61
4.1.1 Dimensión I. Demográfica y sociocultural.....	61
4.1.2 Dimensión II. Acceso a información para emprender	68
4.1.3 Dimensión III. Apoyo institucional	72
4.1.4 Dimensión IV. Recursos financieros	76

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta

4.1.5	Dimensión V. Recursos tecnológicos y físicos.....	79
4.1.6	Dimensión VI Asociatividad para el emprendimiento.....	82
1.3.1	Dimensión VII Potencial emprendedor	85
4.2.	Proposición plan de acción	97
4.2.1	Impacto del Design Thinking en el Emprendimiento Sostenible.....	103
4.2.2	Relación entre Educación y Design Thinking	104
4.2.3	Factores Claves del Emprendimiento Sostenible	105
4.2.4	Desafíos en la Implementación del Emprendimiento Sostenible	107
4.2.5	Plan de acción para la Implementación de la Metodología Basada en Design Thinking en Palma Real II	111
4.3.	Transferencia a la comunidad.....	116
4.3.1	Introducción.....	116
4.3.2	Estrategia de Transferencia	116
4.3.3	Implementación estrategia de transferencia	119
5.	CONCLUSIONES.....	132
6.	RECOMENDACIONES	135
	Referencias.....	137

Lista de tablas

Tabla 1 Operacionalización de variables	51
Tabla 2 <i>Protocolo de Metodología PRISMA 2020.</i>	55
Tabla 3 Fases propuestas	92
Tabla 4 Palabras clave	98
Tabla 5 <i>Estrategia de búsqueda: ecuaciones</i>	100
Tabla 6 Hallazgos clave revisión sistemática de literatura	108
Tabla 7 Objetivos metodología.....	111
Tabla 8 Estrategias y actividades propuestas.....	112
Tabla 9 Estrategia transferencia.....	116

Lista de figuras

Figura 1 Aplicación de la calculadora de la muestra	46
Figura 2 V de Cramer - Prueba piloto.....	49
Figura 3 Distribución género encuestados.....	61
Figura 4 Distribución edad.....	62
Figura 5 Nivel educativo encuestados	63
Figura 6 Distribución por nivel de ingresos.....	64
Figura 7 Estado civil encuestados.....	65
Figura 8 Distribución ocupaciones	66
Figura 9 Distribución experiencia laboral.....	67
Figura 10 Promedio de respuestas por afirmación Promedio Dimensión II.....	69
Figura 11 Promedio respuestas por afirmación Dimensión III.....	73
Figura 12 Promedio respuestas por afirmación Dimensión IV.....	78
Figura 13 Promedio respuestas por afirmación Dimensión V.....	81
Figura 14 Promedio respuestas por afirmación Dimensión VI.....	84
Figura 15 Promedio de respuestas por afirmación dimensión VIII	87
Figura 16 Matriz de correlación.....	90
Figura 17 Distribución temporal artículos revisión	101
Figura 18 Enfoque metodológico artículos revisión.....	102
Figura 19 Invitación Taller	119
Figura 20 Diapositivas base.....	120
Figura 21 Desarrollo fase II	121
Figura 22 Desarrollo fase III.....	123
Figura 23 Valoración estrategia de transferencia.....	123
Figura 24 Objetivos taller	124
Figura 25 Valoración contenidos	125
Figura 26 Motivación participación.....	126
Figura 27 Utilidad actividades taller.....	126
Figura 28 Aprendizajes	127

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal diseñar una metodología basada en Design Thinking que promueva el emprendimiento sostenible en la comunidad de Palma Real II, en Granada, Meta, a través de la identificación y análisis de las variables clave que influyen en este proceso. Este objetivo se desarrolla a través de una serie de aspectos metodológicos aplicados en función del contexto de investigación propuesto, siendo el enfoque de naturaleza mixto, el corte de naturaleza no experimental, y el muestreo de tipo probabilístico. Respecto a este último cabe destacar que, se partió de una muestra de 60 familias beneficiarias del proyecto de vivienda de interés social Palma Real 2, siendo que el tamaño de muestra se configuró a través de un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Los resultados muestran que la comunidad de Palma Real II enfrenta desafíos significativos en términos de acceso a recursos, formación en emprendimiento y sostenibilidad de los proyectos productivos. A través del análisis de las variables clave, se identificó que la capacitación en habilidades empresariales, el acceso a financiamiento y el fortalecimiento del tejido social son factores determinantes para la consolidación de iniciativas sostenibles. Asimismo, la aplicación de la metodología Design Thinking permitió desarrollar soluciones innovadoras adaptadas a las necesidades específicas de la comunidad, promoviendo la participación activa de los beneficiarios en el proceso de diseño de estrategias de emprendimiento.

Finalmente, se concluye que la implementación de esta metodología facilita la identificación de oportunidades de negocio alineadas con el entorno y los recursos disponibles, fortaleciendo el desarrollo económico local y contribuyendo a la mejora de la calidad de vida de los habitantes de Palma Real II.

Palabras clave: Innovación social, Desarrollo comunitario, Sostenibilidad económico, Empoderamiento local

Abstract

The main objective of this research is to design a Design Thinking-based methodology that promotes sustainable entrepreneurship in the community of Palma Real II, in Granada, Meta, through the identification and analysis of key variables that influence this process. This objective is developed through a series of methodological aspects applied based on the proposed research context, namely a mixed approach, a non-experimental approach, and probability sampling. Regarding the latter, it is worth noting that the sample was based on a sample of sixty beneficiary families of the Palma Real 2 social housing projects, with the sample size configured through a 95% confidence level and a 5% margin of error. The results show that the community of Palma Real II faces significant challenges in terms of access to resources, entrepreneurship training, and the sustainability of productive projects. Through the analysis of key variables, it was identified that entrepreneurial skills training, access to financing, and strengthening the social fabric are determining factors for the consolidation of sustainable initiatives. Furthermore, the application of the Design Thinking methodology allowed for the development of innovative solutions tailored to the specific needs of the community, promoting the active participation of beneficiaries in the entrepreneurial strategy design process.

Finally, it is concluded that the implementation of this methodology facilitates the identification of business opportunities aligned with the environment and available resources, strengthening local economic development and contributing to improving the quality of life of the residents of Palma Real II.

Keywords: Social innovation, Community development, Economic sustainability, Local empowerment

Introducción

El emprendimiento sostenible se ha convertido en un tema de creciente importancia en el contexto global actual. Este enfoque no solo busca generar oportunidades económicas, sino que también se centra en crear valor social y ambiental. En comunidades rurales como Palma Real II, en Granada, Meta, el emprendimiento sostenible puede ser una herramienta poderosa para impulsar el desarrollo local, mejorar la calidad de vida de los habitantes y promover prácticas ambientalmente responsables.

A pesar de su potencial, la comunidad de Palma Real II enfrenta desafíos significativos en términos de desarrollo económico y sostenibilidad. Según datos del DANE (2021), la tasa de desempleo en la región del Meta es del 14.2%, superior al promedio nacional. Además, un estudio realizado por la Cámara de Comercio de Villavicencio (2020) reveló que solo el 5% de los emprendimientos en la región incorporan prácticas sostenibles. Ante esta situación, surge la pregunta: ¿Cómo desarrollar una metodología basada en Design Thinking que impulse el emprendimiento sostenible en la comunidad de Palma Real II, ubicada en Granada - Meta?

Dado lo anterior, este proyecto de investigación busca aportar una solución innovadora al combinar los principios del Design Thinking con el concepto de emprendimiento sostenible. La metodología propuesta no solo proporciona herramientas prácticas para los emprendedores locales, sino que también fomenta la apropiación de una cultura de innovación y sostenibilidad en la comunidad. Además, el enfoque participativo del Design Thinking asegura que las soluciones desarrolladas sean relevantes y adaptadas al contexto local.

El presente documento detalla el proceso de diseño e implementación inicial de una metodología basada en Design Thinking para promover el emprendimiento sostenible en Palma Real II. Se realiza un diagnóstico exhaustivo de las necesidades y oportunidades de la comunidad, se desarrolla un plan de acción detallado y se describe el proceso de transferencia de conocimientos a los miembros de la comunidad.

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 12

Los resultados de este proyecto incluyen: la generación de una mayor conciencia sobre prácticas empresariales sostenibles, y el desarrollo de capacidades locales para la innovación y el emprendimiento y en consecuencia un aumento en el número de iniciativas de emprendimiento sostenible en Palma Real II. Se espera que la metodología propuesta sirva como un modelo replicable para otras comunidades rurales con desafíos similares.

La investigación se desarrolló en varias etapas: primero, se realizó una revisión exhaustiva de la literatura sobre Design Thinking y emprendimiento sostenible. Luego, se llevó a cabo un diagnóstico participativo a través de un instrumento tipo encuesta en la comunidad de Palma Real II. Basándose en los hallazgos encontrados, se diseñó la metodología y se generó una ruta de implementación inicial a través de una propuesta de talleres y actividades prácticas para desarrollar con la comunidad. Finalmente, se formulan recomendaciones para su mejora y replicación en otros contextos.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La comunidad de Palma Real II en Granada, Meta, se caracteriza por desenvolverse en un entorno que enfrenta desafíos económicos y sociales prominentes en el contexto del emprendimiento sostenible. El análisis documental preliminar revela una carencia crucial en términos de una metodología estructurada y contextualmente adaptada que pueda facilitar el desarrollo de emprendimientos social y ambientalmente responsables en la comunidad. Esta deficiencia se refleja en indicadores clave, como la elevada tasa de desempleo en la región del Meta, la escasa presencia de emprendimientos sostenibles en el municipio de Granada, esto según datos de la Cámara de Comercio de Villavicencio, la falta de innovación en la identificación de oportunidades de negocio locales, el acceso limitado a herramientas modernas de emprendimiento como el Design Thinking, la desconexión entre emprendimiento y sostenibilidad, y la ausencia de un empoderamiento comunitario efectivo en el ámbito emprendedor.

La complejidad de estos desafíos se ve agravada por la inexistencia de una estrategia integral que aborde simultáneamente los aspectos económicos, sociales y ambientales del desarrollo local. La ausencia de una metodología integradora que amalgame los principios del Design Thinking con el emprendimiento sostenible se erige como una barrera sustancial para el avance de la comunidad de Palma Real II.

En vista de esta problemática, surge la necesidad de concebir y desarrollar una metodología adecuada que no solo provea herramientas concretas para el emprendimiento, sino que también fomente una cultura arraigada en la innovación y sostenibilidad dentro de Palma Real II. La mencionada metodología deberá empoderar a los miembros de la comunidad para identificar oportunidades, concebir soluciones innovadoras y poner en práctica modelos de negocio que generen valor en los ámbitos económico, social y ambiental.

Partiendo de lo anterior, la interrogante central que encamina esta investigación apunta a la elaboración de la siguiente cuestión: ¿Cómo se puede concebir y desarrollar una metodología basada en Design Thinking que impulse de manera efectiva el emprendimiento sostenible en la

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 14

comunidad de Palma Real II en Granada - Meta? La resolución de esta pregunta no solo tiene el potencial de catalizar una transformación económica y social significativa en Palma Real II, sino que también podría sentar las bases para un modelo reproducible que beneficie a otras comunidades rurales que enfrentan dilemas análogos en materia de emprendimiento sostenible.

1.1 Descripción del problema

En el marco del contexto global, cabe destacar que la situación del departamento del Meta y específicamente de Granada, se enmarca en el contexto latinoamericano caracterizado por transformaciones significativas. Según la CEPAL (2023), América Latina enfrenta un panorama económico complejo, con un crecimiento proyectado de solo 1.7% para 2023, reflejando desafíos particulares para las economías emergentes de la región.

En esta misma línea, de acuerdo con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2023), "la recuperación económica postpandemia en América Latina ha sido desigual, con especial impacto en las zonas rurales y periurbanas, donde la informalidad laboral alcanza niveles superiores al 50% en varios países" (p. 15). Esta realidad se refleja claramente en contextos como el de Granada, Meta, siendo que, en el contexto latinoamericano, tres grandes tendencias están reconfigurando el desarrollo regional:

1. Transición Energética Regional: La Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL (2023) señala que "la transición energética en América Latina representa tanto un desafío como una oportunidad, especialmente para las regiones dependientes de hidrocarburos, que deben diversificar sus economías hacia modelos más sostenibles" (p. 45).
2. Transformación Digital y Tecnológica: Según la CAF-Banco de Desarrollo de América Latina (2023), "la brecha digital en América Latina sigue siendo un obstáculo significativo, donde solo el 68% de la población tiene acceso a Internet, con una marcada diferencia entre zonas urbanas y rurales" (p. 28).

3. Nuevos Paradigmas de Desarrollo Sostenible: El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo – PNUD (2023) enfatiza que "los países latinoamericanos están adoptando cada vez más modelos de desarrollo que integran los ODS con las realidades locales, especialmente en términos de agricultura sostenible y economía circular" (p. 33).

En términos de emprendimiento, la realidad latinoamericana muestra patrones distintivos. El Global Entrepreneurship Monitor - GEM (2023) indica que "el emprendimiento por necesidad en América Latina representa el 42% de las iniciativas empresariales, significativamente mayor que en otras regiones del mundo" (p. 67).

En este marco de transformaciones globales y desafíos latinoamericanos, el análisis del contexto regional del departamento del Meta cobra especial relevancia. La OCDE (2023) señala que las regiones latinoamericanas con fuerte dependencia de recursos naturales, como el Meta, enfrentan el doble desafío de diversificar sus economías mientras navegan la transición hacia modelos más sostenibles. Esta realidad se materializa de manera particular en el territorio metense, donde la convergencia entre las tendencias globales de transformación productiva y las dinámicas locales configura un escenario complejo que requiere un análisis detallado de sus características específicas, desafíos y oportunidades. En este sentido, el estudio del contexto regional del Meta permite comprender cómo las macrotendencias identificadas se materializan en un territorio concreto, generando tanto restricciones como posibilidades para el desarrollo local y el emprendimiento innovador.

En el contexto regional, el departamento del Meta, situado en Colombia, tiene una economía diversificada que se ve influenciada por varios factores clave. Uno de los factores más significativos es la actividad agropecuaria, que incluye la producción de carne de res, arroz, cacao, yuca, entre otros cultivos. La agricultura es esencial en la economía del Meta y brinda empleo a muchas personas en la región. Sin embargo, la variabilidad climática y las condiciones de sequía pueden afectar significativamente la producción agrícola, lo que hace que la economía sea vulnerable a factores ambientales.

Además de la agricultura, el departamento del Meta depende en gran medida de la industria petrolera. La explotación de petróleo es una fuente importante de ingresos y empleo en

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 16

la región. Sin embargo, la economía del departamento puede verse afectada por la volatilidad en los precios del petróleo a nivel internacional, lo que puede impactar negativamente en los ingresos y la inversión en la región. Además, las preocupaciones ambientales y los esfuerzos para reducir la dependencia de los combustibles fósiles pueden plantear desafíos a largo plazo para esta industria.

Otro factor que afecta la economía del Meta es la infraestructura de transporte. La región ha invertido en la mejora de sus carreteras y vías de comunicación, lo que puede influir en la conectividad y la competitividad económica. Sin embargo, las condiciones de las carreteras y la logística de transporte pueden ser desafiantes, lo que a veces dificulta el acceso a los mercados y la movilización de productos. La inversión continua en infraestructura y la planificación estratégica son esenciales para abordar estos desafíos y fortalecer la economía del Meta.

En cuanto al emprendimiento en el departamento del Meta, este se ve afectado por una serie de desafíos y oportunidades. Por un lado, la falta de acceso a financiamiento y recursos limitados puede dificultar la creación y el crecimiento de nuevas empresas. Muchos emprendedores se enfrentan a barreras financieras para llevar a cabo sus proyectos, lo que puede frenar la innovación y el desarrollo empresarial en la región. Además, la falta de capacitación y apoyo técnico puede ser un obstáculo para el éxito de los emprendedores locales, especialmente en sectores emergentes como la tecnología.

Pese a lo anterior, el departamento del Meta cuenta con recursos naturales y una diversidad de sectores económicos que pueden brindar oportunidades para el emprendimiento. La agricultura, la ganadería y la industria petrolera, por ejemplo, son áreas en las que los emprendedores pueden encontrar nichos de mercado. Además, el interés creciente en la sostenibilidad y la conservación ambiental podría impulsar el surgimiento de empresas enfocadas en prácticas empresariales responsables y productos ecológicos. Para promover el emprendimiento en el Meta, es esencial desarrollar programas de apoyo, acceso a financiamiento y capacitación que ayuden a superar los obstáculos actuales y fomenten la creación de nuevas empresas innovadoras en la región.

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 17

Finalmente, en lo que respecta al contexto local, de acuerdo con las proyecciones del Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE (Telencuestas, 2023), en 2023 Granada alcanzará la cifra de 75,007 habitantes: 39,367 mujeres (52.5%) y 35,640 hombres (47.5%); de esta población, el 29,5% se encuentra en los rangos de edad que van entre los 18 y los 34 años. Es de destacar que los habitantes de Granada representan el 6.6% de la población total de Meta en 2023, lo que lo convierte en el tercer municipio más poblado del departamento de Meta.

El municipio de Granada combina una rica historia con una economía diversificada y vibrante. Fundado oficialmente el 23 de junio de 1953, Granada tiene profundas raíces que se remontan a la presencia de culturas indígenas, como los Guayupe, los Sae y los Operigua, aunque lamentablemente fueron diezmadas por las primeras colonizaciones europeas y enfermedades importadas. Su economía es igualmente variada, con una destacada producción agrícola que incluye cultivos como arroz, maíz, plátanos y cacao, junto con una rica tradición ganadera y un incipiente sector turístico que atrae visitantes con sus festividades locales, como las ferias y fiestas que celebran la cultura del caballo de paso fino y el emocionante deporte del coleo.

Granada ha forjado su identidad económica a través de una serie de actividades diversas y prósperas. Sus principales motores económicos se basan en la producción agropecuaria, destacándose en el cultivo de arroz, maíz tecnificado, plátano, palma africana, cacao, yuca, caña panelera, papaya, cítricos y maracuyá. La ganadería, con un enfoque tanto tradicional de pastoreo extensivo como semi intensivo, contribuye significativamente al tejido económico de la región. Granada ha sabido capitalizar su rica tradición ganadera y celebrarla en eventos como sus ferias y fiestas, que atraen a amantes de los caballos de paso fino y aficionados al coleo de toda la región. Con el turismo en aumento y una creciente industria piscícola, Granada se posiciona como un municipio diversificado y próspero, donde las tradiciones culturales y las oportunidades económicas se fusionan en una comunidad vibrante y en constante evolución (Alcaldía de Granada - Meta, 2023).

En los últimos años, el municipio de Granada ha experimentado un contexto complejo marcado por el proceso de reconfiguración del conflicto armado en la región del Meta,

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 18

Colombia. Aunque se han logrado avances significativos en términos de seguridad y reducción de cultivos ilícitos, la presencia histórica de grupos armados como las FARC y la mutación constante de bandas criminales han generado desafíos persistentes. El territorio de Granada, estratégicamente ubicado, ha sido parte de planes de guerra del Estado colombiano, como el plan 'Espada de Honor', diseñado para debilitar a las FARC y al ELN.

La región de Granada, en particular, ha sido un punto de confrontación entre actores armados, como lo demuestra la concentración del 91.2% de las acciones armadas guerrilleras en el municipio en 2012 (Fundación Ideas para la Paz, 2023). La Fuerza Pública ha implementado operaciones significativas en esta área, destacando la operación 'Armagedón'. Además, otras regiones del Meta, como Ariari y Mapiripán, han experimentado la presión de las FARC y su intento de retomar el control en zonas estratégicas para el narcotráfico.

A pesar de los desafíos en materia de seguridad, Granada sigue siendo un punto crítico en la cadena del narcotráfico, y las mutaciones en las bandas criminales continúan. Estos grupos buscan controlar corredores para el tráfico de drogas y armas, lo que contribuye a la complejidad del entorno. Aunque se han logrado algunos avances, la presencia de minas antipersonal y el reclutamiento forzado de jóvenes siguen siendo preocupaciones en la región. A pesar de estos desafíos, Granada trabaja incansablemente para avanzar hacia una mayor estabilidad y seguridad en su comunidad.

En términos demográficos, el municipio de Granada destaca significativamente. Según datos de la Gobernación del Meta (2021), se sitúa como el segundo municipio con la mayor proporción de área urbana en la región, alcanzando un notable 83.8% de su territorio dedicado a zonas urbanas. Además, ostenta el título de tener la mayor población femenina en el departamento, con un total de 37,041 mujeres, representando el 52% de la población total.

Sin embargo, lamentablemente, según el Registro Único de Víctimas (RUV) hasta el 30 de diciembre de 2020, Granada reportaba un total de 23,364 víctimas del conflicto armado, lo que subraya la complejidad de la situación en la región y la necesidad de abordar adecuadamente las secuelas de este conflicto en la población local.

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 19

Ahora bien, para abordar el contexto económico del municipio es importante mencionar que para 2021, de acuerdo con los informes de la Cámara de Comercio de Villavicencio, el departamento del Meta estaba constituido en el tamaño de sus empresas por un 97% de microempresas, tan solo el 2% de su tejido empresarial representaba las pequeñas y medianas empresas, y para el caso de Granada, se reportan un total de 1.787 matrículas mercantiles vigentes con una composición similar a la data departamental: 98% de microempresas y 2% pequeñas y medianas empresas (Cámara de Comercio de Villavicencio, 2022).

Por otro lado, el Censo Comercial Industrial y de Servicios elaborado por la alcaldía de Granada en articulación con la Cámara de Comercio de Villavicencio también en 2021, indica que se registraron 2.451 establecimientos de comercio, 2.097 pertenecen a personas naturales con participación del 86%, seguido de 71 establecimientos pertenecientes a personas jurídicas. Dichos establecimientos de comercio pertenecen a los sectores de Otras actividades de servicios en un 38% y comercio al por mayor y por menor en un 35%, siendo estos dos, los sectores los que promueven la economía local; pese a este panorama, uno de los elementos que se han recalcado en la configuración territorial asociados al crecimiento demográfico guarda relación con el aumento del fenómeno de venta informal. En el último censo empresarial se encuestaron y caracterizaron 2096 unidades productivas, de las cuales 1544 se encuentran registradas en la Cámara de Comercio, lo que sugiere que 73,66% de las empresas en Granada se encuentran bajo la formalidad y que 3 de cada 10 son informales. (Cámara de Comercio de Villavicencio, 2023)

En respuesta a esta dinámica el gobierno municipal definió en el plan de desarrollo “Por una Granada Unida y Próspera 2020-2023”, específicamente en la línea Estratégica 2 se orientó la promoción del liderazgo en el desarrollo productivo y sostenible, esto desde el aumento de la participación en el PIB departamental y nacional, a través de estrategias de emprendimiento, turismo, economía naranja, innovación y alianzas públicas privadas para la recuperación económica, que aumenten los valores de ingreso y disminuyan los índices de desempleo (Concejo Municipal de Granada, 2020). A partir de lo anterior, se infiere que existe un interés desde el gobierno local de promover el emprendimiento como una ruta de desarrollo sostenible para las comunidades del municipio lo cual es un dinamizador de las iniciativas productivas e innovadoras de la región. En respuesta a esta dinámica el gobierno municipal definió en el plan

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 20

de desarrollo “Por una Granada Unida y Próspera 2020-2023”, específicamente en la línea Estratégica 2. líder del desarrollo productivo y sostenible, aumentar la participación en el PIB departamental y nacional, a través de estrategias de emprendimiento, turismo, economía naranja, innovación, alianzas públicas privadas para la recuperación económica, que aumenten los valores de ingreso y disminuyan los índices de desempleo (Concejo Municipal de Granada, 2020). A partir de lo anterior, se infiere que existe un interés desde el gobierno local de promover el emprendimiento como una ruta de desarrollo sostenible para las comunidades del municipio lo cual es un dinamizador de las iniciativas productivas e innovadoras de la región.

Cabe destacar que Conforme con los datos oficiales del DANE (2023), la tasa de desempleo en el municipio de Granada en 2022 fue del 18,8% demostrando que una gran parte de los habitantes económicamente activos no tienen empleo, siendo el sector servicios el que más empleo genera en el municipio, seguido del sector agropecuario. El sector industrial también tiene presencia en el municipio, aunque con muy poca influencia, teniendo en cuenta que el municipio de Granada Meta es principalmente rural y de vocación agropecuaria; por otro lado, esta misma entidad indica que para el trimestre móvil de septiembre para el mismo año, la tasa de informalidad en el municipio fue del 57,8%. Otro factor que permite comprender la dimensión del problema a abordar desde esta investigación tiene que ver con el índice de pobreza monetaria multidimensional (IPM-M), que de acuerdo con el DANE (2023) para los centros poblados y rural disperso en el departamento del Meta en 2022 fue del 20,3%.

En este escenario, se evidencia que existe una problemática asociada fundamentalmente a las actividades productivas relacionadas con la informalidad y los ingresos limitados, aunado a esto, existe una falta de comprensión dentro de la comunidad objeto de estudio acerca de los factores que inciden en el éxito o fracaso de las iniciativas emprendedoras como una posible ruta de crecimiento económico y social, y esta carencia de conocimiento limita tanto a los residentes como a las autoridades locales en su capacidad para promover un entorno emprendedor efectivo en la comunidad. Teniendo en cuenta que el emprendimiento representa un factor crítico para el desarrollo económico y social de cualquier comunidad se considera oportuna esta propuesta de investigación como una forma para contribuir desde la academia al mejoramiento de la calidad de vida de los miembros de esta población.

1.1.1 Problema concreto

Las problemáticas identificadas en la comunidad de Palma Real II en Granada, Meta, incluyen: alta incidencia de desempleo, escasa presencia de emprendimientos sostenibles, falta de innovación en la detección de oportunidades de negocio, limitada accesibilidad a herramientas de emprendimiento modernas, desconexión entre emprendimiento y sostenibilidad, y ausencia de empoderamiento comunitario en el ámbito emprendedor. Estas convergen en una causa: la carencia de una metodología sistemática y adecuada al contexto que impulse el desarrollo de emprendimientos sostenibles. Esta insuficiencia pone de manifiesto la falta de una estrategia global que aborde de manera integral los componentes económicos, sociales y ambientales en la comunidad. En consecuencia, la solución requerida implica la concepción e implementación de una metodología basada en los principios del Design Thinking, la cual no solo promueva la innovación y la sostenibilidad en Palma Real II, sino que también permita establecer rutas de capacitación a los integrantes de la comunidad a partir de las necesidades reales del contexto para generar emprendimientos que generen valor de forma efectiva y sostenible.

1.1.2 La pregunta de investigación

¿Cómo desarrollar una metodología basada en Design Thinking que impulse el emprendimiento sostenible en la comunidad de Palma Real II, ubicada en Granada - Meta?

1.2 Objetivos de investigación

1.2.1 Objetivo general

Diseñar una metodología basada en Design Thinking que promueva el emprendimiento sostenible en la comunidad de Palma Real II, en Granada, Meta, a través de la identificación y análisis de las variables clave que influyen en este proceso.

1.2.3 Objetivos específicos

1. Diagnosticar las necesidades y oportunidades de emprendimiento sostenible en la comunidad de Palma Real II.
2. Proponer un plan de acción basado en Design Thinking que integre estrategias para impulsar el emprendimiento sostenible y proporcione una ruta de asistencia técnica en Palma Real II.
3. Transferir a los miembros de la comunidad la metodología propuesta para desarrollar iniciativas de emprendimiento sostenible.

1.3 Justificación de la investigación

La presente investigación tiene como objetivo desarrollar una metodología basada en Design Thinking para promover el emprendimiento sostenible en la comunidad de Palma Real II, en Granada, Meta. Este enfoque innovador ofrece nuevas perspectivas para la creación de soluciones empresariales adaptadas a las necesidades específicas de la comunidad, impulsando un crecimiento económico inclusivo y duradero.

La iniciativa es relevante tanto para la academia como para las partes interesadas, ya que aborda la problemática actual del emprendimiento sostenible en entornos locales. El diseño propuesto en este proyecto es una herramienta clave para crear soluciones efectivas y adaptadas; mediante la identificación y el análisis de factores socioeconómicos y limitantes sociales que afectan la actividad emprendedora, se busca generar conocimientos para diseñar estrategias efectivas que fomenten el emprendimiento sostenible en la región.

La falta de investigaciones en este tema específico a nivel local destaca la necesidad de llenar este vacío de conocimiento, para diseñar estrategias efectivas de fomento de iniciativas productivas sostenibles adaptadas al contexto particular de Palma Real II. Los resultados de la investigación pueden contribuir a mejorar las políticas institucionales y programas de apoyo

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 23

como el que viene desarrollando la Organización Minuto de Dios al emprendimiento en la comunidad, favoreciendo su crecimiento y prosperidad a largo plazo.

Los beneficios de esta investigación se extienden a múltiples actores. Los habitantes de Palma Real II se beneficiarán de una metodología que impulse el emprendimiento en la comunidad, basada en un entendimiento profundo de su contexto y desafíos específicos. Este modelo proporcionará una guía clara para el desarrollo de proyectos productivos sostenibles, generando oportunidades de autoempleo y mejorando la calidad de vida de los habitantes. La Organización Minuto de Dios, entidad desde la que se lidera la intervención en esta comunidad, fortalecerá su imagen al demostrar su compromiso con la innovación y el desarrollo sostenible, mientras que las comunidades vecinas podrán validar a través de la experimentación de mejoras tangibles en su entorno una metodología que busca desarrollar soluciones adaptadas a las necesidades de los territorios.

Desde una perspectiva académica, este proyecto beneficiará a la Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, al evidenciar su compromiso con la investigación orientada hacia la innovación social, consolidando su posición como un referente regional en la generación de conocimiento aplicado a problemáticas sociales concretas. Además, brinda a otros estudiantes de pregrado y posgrado de la zona la oportunidad de aplicar sus conocimientos teóricos en un contexto real, desarrollando habilidades de investigación, análisis y resolución de problemas, enriqueciendo así su formación profesional y contribuyendo al avance del campo del emprendimiento y el desarrollo comunitario.

2. REVISIÓN DOCUMENTAL

2.1 Antecedentes

Según UNIMINUTO (2022), una agenda Regional se define como "un instrumento de planificación que articula y enfoca, a largo plazo, esfuerzos de investigación, proyección social y docencia para contribuir al Desarrollo Integral Sostenible de personas, comunidades y territorios" (p.1). Las Agendas Regionales de I+D+i de UNIMINUTO son abordadas como un instrumento de planeación a largo plazo, que permiten articular y focalizar, esfuerzos de investigación y proyección social en personas, comunidades y territorios específicos, para contribuir con su desarrollo integral sostenible. Este ejercicio es abordado desde la teoría del Cambio, la cual busca a través de un ejercicio de co-construcción, alcanzar cambios positivos en personas, comunidades y territorios, a partir de la reflexión sobre su situación actual y los cambios que como comunidad desean que suceda (Pacheco y Archila, 2020).

En este contexto, se genera para el año 2020, el proyecto "Programa de fortalecimiento comunitario en Agenda de Desarrollo Regional I+D+I sector Palma Real II - Granada - Meta". Este tuvo como objetivo consolidar el tejido social de la comunidad del sector Palma Real II a través de la ruta de innovación social (Pacheco y Archila, 2020). La investigación se desarrolló bajo un enfoque metodológico mixto, con una primera fase cuantitativa de tipo descriptivo y una segunda fase cualitativa de investigación-acción participativa (Balcázar, 2003). Esta agenda surge como un instrumento de planeación a largo plazo que busca articular y focalizar esfuerzos de investigación y proyección social en personas, comunidades y territorios específicos, para contribuir con su desarrollo integral sostenible (Corporación Universitaria Minuto de Dios, 2022). Lo anterior desde el abordaje de tres problemáticas principales: 1) Desempleo y pobreza familiar, 2) Limitada competitividad para el desarrollo, y 3) Tejido social desarticulado (Corporación Universitaria Minuto de Dios, 2022).

Los resultados evidenciaron la necesidad de fortalecer el sentido de comunidad, las habilidades sociales y el bienestar percibido por los habitantes. Es por esto por lo que, se definió una estrategia de gestión comunitaria orientada a establecer la confianza y cohesión grupal, a

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 25

través de la conformación de nodos familiares y comunitarios de apoyo. La implementación de esta estrategia permitió la creación de comités comunitarios que favorecieron la participación, la autogestión y el fortalecimiento del tejido social (Téllez, 2010; Montero, 2010 citado en Medina y Requilme, 2020). Este proyecto logró consolidar el tejido social de la comunidad, promoviendo la organización comunitaria, la comunicación efectiva y el liderazgo, lo cual sentó las bases para el desarrollo familiar y local de los habitantes del sector Palma Real II.

Por otro lado, para el año 2021, se desarrolló el proyecto “La Participación y Organización Comunal como Elemento Transformador de la Dinámica Social en la Agenda de Desarrollo Regional I+D+I Sector Palma Real 2 - Granada – Meta” esto con el objetivo de consolidar acciones que promuevan el fortalecimiento organizacional de la comunidad que hace parte de la Agenda Regional I+D+i Sector Palma Real 2, mediante la generación de escenarios de participación y formación en torno a los procesos de autogestión en las apuestas colectivas. Fruto de este proyecto toma forma la Junta de Acción Comunal del barrio Palma Real II formalizada en el año 2022.

En consideración a estas apuestas misionales de UNIMINUTO, se genera la presente investigación con el objetivo de promover soluciones con respecto a la problemática asociada a la limitada competitividad para el desarrollo de la comunidad, teniendo en cuenta que esta agrupa diversas problemáticas sociales que incluyen la continua dificultad para encontrar empleo estable en la región, la desarticulación comunitaria, una limitada capacidad para el desarrollo empresarial y bajos ingresos familiares, desafíos que requieren atención y soluciones adecuadas para promover un desarrollo sostenible en la comunidad.

2.2 Marco teórico

El presente apartado busca proporcionar un marco teórico integral sobre la metodología del Design Thinking y su implementación en el fomento del emprendimiento sostenible, enfocándose en un análisis de los últimos cinco años. En el contexto de la comunidad de Palma Real II, Granada - Met, es crucial comprender cómo estas estrategias pueden ser adaptadas eficazmente para promover el desarrollo económico y social. Esta revisión toma en

consideración literatura proveniente de revistas académicas, publicaciones indexadas y otras fuentes especializadas.

2.2.1 Fundamentación Conceptual del Design Thinking

Los orígenes formales del Design Thinking se remontan a la década de 1960, cuando Herbert A. Simon, destacado científico cognitivo, introdujo en su obra "The Sciences of the Artificial" el concepto revolucionario del diseño como una forma sistemática de pensamiento y resolución de problemas (Ortega & Ceballos, 2015). Esta visión pionera evolucionó hasta consolidarse como un enfoque estructurado que proporciona una metodología integral para fomentar la innovación, enriqueciéndose con la incorporación de metodologías fundamentales como el Diseño Centrado en el Usuario (DCU) y el Diseño Centrado en el Humano (DCH). Estas aproximaciones ampliaron su aplicación hacia diversos campos, particularmente en el desarrollo de interfaces entre humanos y computadoras, estableciendo principios que mantienen su vigencia hasta la actualidad.

En la conceptualización contemporánea, Tim Brown (2020) CEO de IDEO, una de las empresas de innovación y diseño más influyentes a nivel global, define el Design Thinking como una disciplina que integra la sensibilidad del diseñador con metodologías prácticas para desarrollar soluciones que satisfacen tres criterios esenciales: viabilidad tecnológica, sostenibilidad económica y satisfacción de necesidades humanas. Esta definición moderna refleja la maduración del concepto desde sus orígenes académicos hasta su aplicación práctica en el mundo empresarial y social.

La conceptualización del Design Thinking como metodología de innovación sistemática ha experimentado una evolución significativa en el ámbito académico y profesional. Latorre-Coscolluela et al. (2022) postulan que esta metodología constituye un paradigma innovador para la resolución de problemas complejos, caracterizado por su capacidad dual de minimización de riesgos y optimización de resultados en procesos de innovación. Su fundamentación epistemológica se sustenta en un proceso iterativo que parte de la comprensión fenomenológica de las necesidades humanas, progresando a través de ciclos sistemáticos de observación

empírica, prototipado experimental y evaluación heurística. La robustez metodológica del Design Thinking radica en su arquitectura interdisciplinar, que integra constructos teóricos y aplicados de diversas disciplinas, incluyendo la psicología cognitiva, sociología organizacional, ciencias administrativas, análisis financiero, marketing estratégico e ingeniería de sistemas. Esta convergencia multidisciplinar facilita el desarrollo de soluciones que satisfacen una tríada de criterios fundamentales: deseabilidad antropocéntrica, factibilidad técnico-operativa y viabilidad económico-financiera.

En esta línea argumentativa, Zárata Rueda et al. (2022) enfatizan la evolución paradigmática del Design Thinking, que ha trascendido su génesis en el campo del diseño para consolidarse como una metodología de alcance global en la gestión organizacional contemporánea. La evidencia empírica de su implementación exitosa en organizaciones de diversos contextos geográficos y culturales -específicamente en Europa, Asia y América del Norte- corrobora su versatilidad metodológica y eficacia instrumental en la resolución de problemas organizacionales complejos. Este marco metodológico, fundamentado inicialmente en procesos cognitivos y heurísticos propios del diseño, ha evolucionado hacia un sistema estructurado y replicable para la innovación empresarial y la transformación social, caracterizado por su adaptabilidad contextual y su capacidad para generar soluciones sostenibles.

2.2.2 Evolución Contemporánea y Características Metodológicas

La evolución paradigmática del Design Thinking ha experimentado una transformación epistemológica fundamental, trascendiendo su concepción original como metodología orientada al diseño de productos, para consolidarse como un marco referencial holístico en el ámbito de la innovación social y el desarrollo sostenible. Las investigaciones desarrolladas por Callejas et al. (2020) en torno a la creación de proyectos de emprendimiento evidencian una convergencia significativa entre los principios metodológicos del Design Thinking y los imperativos establecidos en los Objetivos de Desarrollo Sostenible, destacando su capacidad instrumental para catalizar transformaciones a escala de contextos locales. Esta metodología ha demostrado particular eficacia en la conceptualización e implementación de soluciones integradas que abordan la compleja interrelación entre las dimensiones sociales, ambientales y económicas del

desarrollo sostenible. La robustez de este enfoque radica en su capacidad para articular respuestas multidimensionales que satisfacen simultáneamente los criterios de viabilidad económica, responsabilidad ambiental y equidad social, estableciendo así un paradigma innovador en la gestión del desarrollo sostenible.

2.2.2.1 Características Distintivas: énfasis en el emprendimiento

El Design Thinking se ha consolidado como un enfoque integral de resolución de problemas, particularmente relevante en el diseño de estrategias empresariales y proyectos de emprendimiento. Basado en principios como la iteración, la interdisciplinariedad y la orientación al usuario, este marco metodológico ofrece herramientas clave para abordar desafíos complejos en contextos dinámicos. Desde la perspectiva del emprendimiento, se identifican las siguientes características distintivas:

1. Marco centrado en la resolución de problemas complejos: el Design Thinking tiene como premisa la identificación de problemas profundos en sistemas existentes, planteando soluciones que integran creatividad y análisis. En el ámbito empresarial, esta característica permite abordar ineficiencias estructurales, como cuellos de botella operativos o problemas de experiencia del cliente, mediante soluciones innovadoras. Su enfoque es particularmente valioso en proyectos de emprendimiento, ya que permite modelar productos o servicios que respondan a las necesidades del mercado mientras se adaptan rápidamente a nuevas realidades (Deitte & Omary, 2019).
2. Integración de perspectivas interdisciplinarias: la multidisciplinariedad es un elemento central del Design Thinking, lo que lo convierte en una herramienta poderosa para resolver desafíos que involucran múltiples dimensiones, como logística, tecnología, experiencia del cliente y sostenibilidad. Según los casos presentados en múltiples investigaciones, como la desarrollada por AlAli et al. (2023), este enfoque se ha utilizado eficazmente en proyectos que requieren respuestas integradas, como la planificación inteligente o la mejora de ecosistemas de innovación, siendo que, en el ámbito empresarial, estos rasgos fomentan la cohesión organizacional y mejora la capacidad de respuesta ante problemas complejos.

3. Proceso iterativo y flexible: cabe destacar la iteración como un principio esencial del Design Thinking, el cual permite experimentar y aprender continuamente a partir de prototipos y retroalimentación del usuario. Este proceso iterativo es fundamental para las empresas, ya que reduce riesgos al identificar errores en etapas tempranas. Para los emprendedores, esta flexibilidad permite ajustar sus modelos de negocio y productos con rapidez, asegurando una mayor alineación con las expectativas de los clientes y aumentando las probabilidades de éxito .
4. Participación activa de los usuarios: el Design Thinking reconoce la importancia de involucrar a los usuarios finales durante todo el proceso de diseño, lo que garantiza que las soluciones desarrolladas sean pertinentes y funcionales. Esta característica resulta particularmente relevante en el ámbito empresarial, ya que permite diseñar experiencias personalizadas que impulsan la fidelización del cliente (Zárate Rueda et al., 2022). En el contexto del emprendimiento, la participación activa de los usuarios facilita la validación temprana de ideas y asegura que las innovaciones tengan un impacto tangible en el mercado.
5. Orientación hacia la sostenibilidad y la adaptabilidad: el Design Thinking es especialmente eficaz en contextos que requieren soluciones sostenibles y resilientes. En el ámbito empresarial, esta orientación ayuda a las organizaciones a abordar desafíos relacionados con la eficiencia energética, la reducción de desperdicios y la creación de modelos de negocio más sostenibles. Los emprendedores, por su parte, pueden aplicar esta característica para diseñar proyectos que no solo sean innovadores, sino también responsables con el entorno, lo que resulta particularmente relevante en el contexto de investigación propuesto.
6. Proyección hacia sistemas complejos y escalables: el Design Thinking destaca en su capacidad para diseñar sistemas interconectados que aborden múltiples variables simultáneamente. En el ámbito empresarial, esto se traduce en estrategias que optimizan procesos operativos, mejoran la interacción con clientes y consolidan la estructura organizacional (Alcántara-Reyes et al., 2024).

En esencia, dada su caracterización, la implementación del Design Thinking en proyectos empresariales y de emprendimiento permite una transformación significativa en la manera de

concebir y resolver problemas. Su enfoque iterativo, inclusivo y orientado al usuario habilita la creación de soluciones innovadoras y escalables que responden a las demandas cambiantes de los mercados actuales. Además, fomenta una cultura de aprendizaje continuo y experimentación, esenciales para mantener la competitividad en entornos disruptivos.

En el emprendimiento, esta metodología resulta clave para diseñar soluciones viables, escalables y adaptadas al contexto local, mientras que en las empresas promueve la innovación estructural y mejora la experiencia de los clientes. Así, el Design Thinking no solo se posiciona como una herramienta de diseño, sino como una estrategia integral para enfrentar los retos contemporáneos y generar valor sostenible.

2.2.2.2 Proceso Metodológico

El Design Thinking es un enfoque metodológico iterativo y no lineal que impulsa la innovación centrada en las personas mediante la resolución de problemas complejos. Sus cinco etapas fundamentales—Empatizar, Definir, Idear, Prototipar y Testear—constituyen un marco que fomenta el desarrollo de soluciones creativas y estratégicas, particularmente relevante en contextos empresariales, educativos y tecnológicos. A continuación se profundiza en cada una de sus etapas:

1. **Empatizar: Comprender al Usuario.** La etapa inicial se centra en desarrollar una comprensión profunda de los usuarios finales, sus contextos, necesidades y retos. Mediante técnicas como entrevistas, observación directa y análisis de comportamiento, los equipos obtienen datos cualitativos clave. Esta inmersión en la perspectiva del usuario no solo revela problemas evidentes, sino también necesidades latentes que pueden informar soluciones más innovadoras (Kohls, 2019). En el ámbito empresarial, esta etapa es esencial para diseñar productos o servicios que estén alineados con las expectativas y emociones de los clientes.
2. **Definir: Enfocar el Problema.** La información recopilada durante la fase de empatía se sintetiza en un enunciado claro del problema, conocido como Problem statement. Este debe ser específico, centrado en el usuario y orientado a la acción. En contextos

corporativos, un problema bien definido permite a las organizaciones enfocar sus recursos estratégicamente, garantizando que las soluciones desarrolladas aborden cuestiones críticas (Minet et al., 2024). Esta etapa sienta las bases para una ideación efectiva y asegura que el equipo mantenga un propósito claro a lo largo del proceso.

3. **Idear: Generar Soluciones Creativas.** La fase de ideación fomenta la creatividad mediante el uso de técnicas como brainstorming, mapas mentales y análisis SCAMPER. En este punto, el equipo explora un amplio rango de posibles soluciones, desafiando los enfoques convencionales y considerando ideas disruptivas. Este proceso no solo impulsa la innovación, sino que también permite identificar oportunidades estratégicas que pueden diferenciar a una organización en un mercado competitivo. En el ámbito emprendedor, esta etapa es clave para conceptualizar modelos de negocio innovadores que respondan a las necesidades del usuario
4. **Prototipar: Materializar las Ideas.** La prototipación transforma las ideas seleccionadas en representaciones tangibles, ya sea a través de modelos físicos, bocetos o interfaces digitales. Estos prototipos, de bajo o alto nivel de fidelidad, permiten explorar la viabilidad de las soluciones y recibir retroalimentación temprana. La clave de esta etapa es la rapidez y la iteración: los prototipos no deben ser perfectos, sino lo suficientemente funcionales para identificar mejoras y validar conceptos con los usuarios (Imjai et al., 2024). En un contexto organizacional, la prototipación ayuda a minimizar riesgos y optimizar recursos antes de la implementación definitiva
5. **Testear: Validar y Refinar.** En esta fase, los prototipos son evaluados rigurosamente con usuarios reales para recopilar información cualitativa y cuantitativa sobre su eficacia. El objetivo no es solo confirmar la validez de la solución, sino también identificar áreas de mejora que puedan requerir volver a etapas anteriores del proceso. Este enfoque iterativo asegura que las soluciones finales no solo sean funcionales, sino que también resuenen con las experiencias y expectativas de los usuarios (Ford & Yoho, 2024). Para las empresas, esta fase es crucial para garantizar la aceptación del producto en el mercado

En términos generales, el proceso de Design Thinking no sigue un camino lineal; las etapas pueden superponerse o repetirse según las necesidades del proyecto. Su flexibilidad permite a los equipos adaptar las soluciones a contextos cambiantes y a necesidades específicas,

maximizando así su impacto. Este marco no solo fomenta la creatividad, sino que también estructura la innovación de una manera que genera valor tangible para los usuarios y las organizaciones.

2.2.3 Design Thinking en el Contexto del Emprendimiento Sostenible

La investigación actual demuestra una correlación significativa entre la aplicación del Design Thinking y el éxito en iniciativas de emprendimiento sostenible. Los emprendimientos que integran principios de Design Thinking en sus procesos de desarrollo muestran mayor resiliencia y adaptabilidad en el mercado. Al respecto, autores como Tapia Moya & Satama (2021) refieren que el Design Thinking ha emergido como una metodología fundamental para fomentar la innovación en el ámbito del emprendimiento sostenible, dado su enfoque integral que no solo aboga por la creación de soluciones funcionales, sino también por el impacto positivo y sostenible en la sociedad y el medio ambiente. Este enfoque se distingue de los modelos tradicionales, que a menudo priorizan la rentabilidad económica a corto plazo, al integrar de manera explícita los factores sociales, ecológicos y económicos en el proceso de desarrollo de productos y servicios. De esta manera, el Design Thinking no solo facilita la generación de ideas innovadoras, sino que permite que estas ideas estén alineadas con los principios de sostenibilidad, un aspecto crucial para el éxito de las iniciativas de emprendimiento sostenible en un contexto global marcado por crisis ambientales y sociales

Una de las principales fortalezas de este enfoque es su capacidad para integrar de manera profunda las necesidades y expectativas de los usuarios en el proceso de diseño. A través de herramientas como entrevistas, observación directa y talleres de co-creación, los emprendedores pueden obtener una comprensión holística de las problemáticas y deseos de las partes interesadas, lo que asegura que las soluciones propuestas no solo sean técnicamente viables, sino también relevantes y deseables para los usuarios finales. Este componente de empatía no solo refuerza el vínculo entre la empresa y sus clientes, sino que también optimiza la adopción y el impacto de las soluciones sostenibles en las comunidades. Al ser un proceso centrado en el usuario, el Design Thinking fomenta la creación de productos que no solo buscan satisfacer una

necesidad inmediata, sino que también promueven un cambio de comportamiento hacia prácticas más sostenibles a largo plazo

Además, el Design Thinking se caracteriza por su enfoque iterativo, que permite a los emprendedores realizar prototipos y experimentar con diferentes soluciones de forma rápida y continua. Este proceso de prueba y error es crucial en el contexto del emprendimiento sostenible, donde las condiciones del mercado son volátiles y las soluciones deben ser adaptables a contextos cambiantes. La capacidad de crear prototipos de bajo costo, probarlos con usuarios reales y obtener retroalimentación temprana facilita la refinación de ideas antes de una implementación masiva, minimizando el riesgo de inversión en soluciones que no sean viables o eficaces. No obstante, la investigación sugiere que, si bien la experimentación y el prototipado son componentes esenciales del proceso, es necesario profundizar más en la integración de estos elementos en los modelos de negocio sostenibles para maximizar su impacto en la creación de innovaciones transformadoras (Velasco & Rojas, 2023).

Otro aspecto fundamental del Design Thinking en el emprendimiento sostenible es su capacidad para promover un cambio sistémico. Este enfoque no solo se limita a la creación de nuevos productos o servicios, sino que también cuestiona y redefine las estructuras de mercado existentes, impulsando una transición hacia modelos más sostenibles. Los emprendedores que aplican Design Thinking a menudo adoptan enfoques como la economía circular y los modelos de servicio-producto, que buscan reducir el desperdicio, reutilizar recursos y promover una cultura de consumo responsable. Estos modelos no solo benefician a las empresas, sino que también generan un impacto social y ambiental significativo al disminuir la huella ecológica y fomentar la equidad en el acceso a los recursos. En este sentido, el Design Thinking se convierte en una herramienta no solo para la innovación empresarial, sino también para la transformación de los sistemas económicos y sociales hacia un futuro más sostenible

En resumen, el Design Thinking ofrece un enfoque integral que permite a los emprendedores sostenibles abordar desafíos complejos con soluciones innovadoras, adaptativas y profundamente centradas en las necesidades de los usuarios. Su capacidad para combinar creatividad, prototipado rápido y un enfoque colaborativo lo convierte en una metodología clave para impulsar el cambio hacia modelos de negocio que no solo sean rentables, sino que también

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 34

promuevan la sostenibilidad a nivel social, económico y ambiental. A medida que los problemas globales relacionados con el cambio climático y las desigualdades sociales se intensifican, el Design Thinking emerge como una herramienta indispensable para los emprendedores que buscan no solo sobrevivir, sino también prosperar en un mundo en transformación

2.2.3.1 Aplicación en el Contexto Colombiano

En Colombia, estudios recientes han documentado la efectividad del Design Thinking en el desarrollo de pequeñas y medianas empresas. El Instituto para el Emprendimiento Sostenible de la Universidad EAN demuestra mejoras significativas en innovación de productos y servicios, satisfacción del cliente, sostenibilidad financiera e impacto social positivo (Universidad EAN, 2023).

2.2.4 Implementación en Contextos de Desarrollo Social

La implementación de Design Thinking en contextos de desarrollo social ha mostrado ser una metodología sumamente efectiva para abordar los problemas complejos que enfrentan las comunidades en desarrollo. Brown y Wyatt (2020) subrayan que la clave del éxito de esta metodología radica en su capacidad para empoderar a las comunidades locales. Esto se logra al promover un enfoque participativo, donde los miembros de la comunidad no son solo receptores pasivos de soluciones, sino actores clave en el proceso de diseño. Este proceso de colaboración permite no solo la creación de soluciones que se alinean mejor con las necesidades reales de la comunidad, sino también el fortalecimiento de las capacidades locales, lo que resulta en un impacto más duradero y sostenible (Zárate Rueda et al., 2022).

El Design Thinking se distingue por su enfoque profundamente humanizado y centrado en el usuario. En el contexto del desarrollo social, este enfoque permite a los diseñadores comprender y abordar las realidades locales de una manera que otros enfoques de resolución de problemas no logran. Al involucrar a las comunidades desde el inicio del proceso, se pueden identificar soluciones que no solo son técnicamente viables, sino que también respetan y valoran las tradiciones y estructuras sociales existentes (Sampedro-Palacios & Pérez-Villar, 2019). Este

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 35

enfoque tiene el potencial de generar soluciones que son culturalmente apropiadas, adaptadas al contexto local y alineadas con las expectativas de los usuarios.

Además, el proceso de Design Thinking promueve la sostenibilidad a largo plazo mediante la creación de soluciones que no dependen exclusivamente de la intervención externa. Al involucrar a la comunidad en la creación, prueba y refinamiento de las soluciones, las comunidades desarrollan una comprensión profunda de los procesos y pueden continuar adaptando las soluciones a medida que cambian las circunstancias (Zárate Rueda et al., 2022). Este empoderamiento es fundamental para garantizar que las soluciones no solo sean efectivas en el corto plazo, sino que también sean sostenibles en el largo plazo, permitiendo que las comunidades resuelvan sus propios problemas incluso después de que el proyecto haya finalizado

El impacto del Design Thinking en el desarrollo social también se extiende a la creación de soluciones innovadoras que pueden tener un efecto transformador más allá de los problemas inmediatos que se abordan. Por ejemplo, programas de Design Thinking en áreas de salud, educación y desarrollo económico han demostrado que este enfoque puede desencadenar cambios sistémicos, generando no solo mejoras en los servicios inmediatos, sino también una transformación en las estructuras sociales y económicas que perpetúan los problemas en primer lugar

En resumen, el Design Thinking aplicado al desarrollo social va más allá de la creación de soluciones eficaces; es un proceso que empodera a las comunidades, fomenta la participación activa, y garantiza que las soluciones sean culturalmente relevantes y sostenibles. Este enfoque no solo mejora la calidad de vida a corto plazo, sino que también fortalece las capacidades locales, asegurando un impacto duradero que trasciende las intervenciones iniciales. De esta manera, Design Thinking se establece como una herramienta estratégica para promover el cambio social de manera inclusiva y sostenible.

2.3 Marco Conceptual

En el contexto de la comunidad de Palma Real II en Granada, Meta, la comprensión de los conceptos clave de emprendimiento, innovación y desarrollo comunitario adquiere una relevancia ineludible. El emprendimiento se erige como un motor de cambio que busca no solo la creación de oportunidades económicas, sino también la mejora de la calidad de vida de sus habitantes. La innovación, por su parte, se posiciona como un elemento vital para la sostenibilidad y el progreso, permitiendo la generación de soluciones novedosas a los desafíos locales.

En este marco, el desarrollo comunitario emerge como el objetivo fundamental, buscando fortalecer la participación de la comunidad en la identificación y resolución de sus necesidades. Esta intersección entre emprendimiento, innovación y desarrollo comunitario se convierte en el epicentro de nuestra investigación, donde la colaboración, la creatividad y la responsabilidad social empresarial se conjugan para impulsar el bienestar y la prosperidad de esta comunidad en evolución constante. Dado lo anterior, en el presente marco conceptual, se explorarán a profundidad los anteriores conceptos interconectados y su aplicación práctica en el contexto específico de Palma Real II, destacando su capacidad para catalizar el progreso económico y social en la región.

2.3.1 Asociatividad

La asociatividad empresarial es un mecanismo mediante el cual las organizaciones unen voluntades, iniciativas y recursos, alrededor de objetivos comunes, con el propósito de ser más competitivas en el mercado global (Rosales, 1997). En este sentido, Ospina Penagos & Alzate Castaño (2018) señalan que el conformar asociaciones para las organizaciones (económicas y sociales) permite: sumar esfuerzos talentos y voluntades, maximizar su producción, minimizar costos o recursos, alcanzar determinados patrones de calidad, proporcionar sostenibilidad, realizar gestiones de competitividad con los actores internos y externos y alcanzar un mayor bienestar social.

Por su parte, Aguirre & Pinto (2006) consideran que la asociatividad puede ser incorporada como una potencialidad, un recurso de acción organizativo que se plasma en las actividades y objetivos comunes de un colectivo, con mayor o menor grado de formalización (estructura, roles, etc.) y en los cuales existe una voluntad manifiesta de asociarse para realizar una actividad, que la mera individualidad no podría desarrollar. Este enfoque, plantea la unión y el trabajo cooperativo entre los individuos como una opción más eficiente para ejecutar proyectos disminuyendo los riesgos individuales, cuyo objetivo inmediato es satisfacer las necesidades específicas de un determinado escenario, en este sentido el área social. Al respecto, Quiroz Albán, Font Aranda, & Sánchez Brione (2021) señalan que la asociatividad se establece como uno de los más importantes recursos para el crecimiento a nivel social, sobre todo porque vela por la inclusión y sustentabilidad para generar cambios relevantes en las comunidades, en este caso en las comunidades rurales.

2.3.2 Emprendimiento

El emprendimiento ha emergido en los últimos años en el campo empresarial como un componente clave para comprender cómo surgen, se identifican y dinamizan oportunidades en el mercado a través de la generación de ideas innovadoras que decanten en modelos de negocio sostenibles. Al respecto, Drucker (1985) plantea el emprendimiento como la búsqueda de ventajas económicas a través de la creación de combinaciones inéditas, valiosas y singulares de recursos en un entorno caracterizado por la incertidumbre y la ambigüedad. Salazar et al. (2019), enfatizan el papel fundamental del emprendimiento en la ejecución de proyectos innovadores que contribuyen a la creación de empresas. De esta manera, se reconoce la importancia del emprendimiento en la construcción y fortalecimiento del tejido social en torno a la actividad empresarial, estimulando el desarrollo económico, la competencia y la adaptación a las cambiantes demandas del mercado. La innovación por otra parte implica crear valor a través de nuevos productos, servicios y modelos de negocio, impactando el crecimiento económico, los mercados, la estrategia empresarial, las necesidades del consumidor, la generación de conocimiento, la colaboración interdisciplinaria y gestión de procesos, entre otros (Vesga, 2017). Drucker (1996) por su parte, le concibe como una característica de la empresa

postmoderna que va más allá de una simple actitud empresarial y adquiere un carácter social, al considerar el entorno, los riesgos y la afirmación del poder humano a través de la asunción de sus responsabilidades un sujeto transformador del entorno.

Cabe destacar aquí que así como las organizaciones son dinámicas, el desarrollo del concepto de innovación ha venido evolucionando en la medida en que se agregan nuevos elementos de análisis; es así como Christensen (2020) destaca por ejemplo, la importancia de la innovación disruptiva, que transforma industrias enteras al introducir soluciones radicalmente diferentes a las necesidades existentes; mientras que Chesbrough (2003) plantea el concepto de la innovación abierta, como aquella que implica la colaboración con actores externos, al considerarla una forma poderosa de acelerar el proceso de innovación apalancándose en la curva de aprendizaje capitalizada por entidades consultoras u otras empresas de la industria con mayor experiencia.

Al respecto, Drucker (1985) plantea el emprendimiento como la búsqueda de ventajas económicas a través de la creación de combinaciones inéditas, valiosas y singulares de recursos en un entorno caracterizado por la incertidumbre y la ambigüedad. Salazar et al. (2019), enfatizan el papel fundamental del emprendimiento en la ejecución de proyectos innovadores que contribuyen a la creación de empresas. De esta manera, se reconoce la importancia del emprendimiento en la construcción y fortalecimiento del tejido social en torno a la actividad empresarial, estimulando el desarrollo económico, la competencia y la adaptación a las cambiantes demandas del mercado.

Se entiende entonces que la innovación es un instrumento específico del emprendedor (Drucker, 1985), por lo que la innovación comprende, tal como lo plantea Schumpeter citado por Terán & Guerrero (2020), la resolución de problemas, por tanto, el emprendedor en sí mismo es un solucionador de problemas. Cobra relevancia en este punto, la articulación de emprendimiento e innovación como un determinante para impulsar la creación y desarrollo de soluciones novedosas que aborden desafíos económicos y globales, promoviendo el progreso y la competitividad; aunque, líneas más adelante se tocará puntualmente el tema de innovación, es importante mencionar que esta intersección del emprendimiento y la innovación no solo tiene un impacto financiero, sino también un profundo alcance en el desarrollo social, entendiendo que el

fomento de emprendimientos innovadores no solo genera riqueza económica, sino que también contribuye a la creación de empleo, el fortalecimiento de comunidades y la mejora de la calidad de vida.

En dicho sentido se infiere que, el emprendimiento y la innovación no solo son motores económicos, sino también instrumentos poderosos para impulsar el progreso social, por lo que la esencia de la innovación reside en convertir una idea en valor tangible, priorizando la solución de necesidades reales de la sociedad, donde el impacto social sea igual de relevante que las ganancias económicas resultantes (Reniz & Rojas, 2018).

2.3.3 Modelos de emprendimiento

Existen diversos modelos que analizan desde las diferentes perspectivas el emprendimiento, gran parte de estos modelos incluyen la oferta o propuesta de valor de la empresa y las actividades que esta lleva a cabo para producir o entregar sus productos o servicios (Cervilla & Puente, 2013). Al respecto, Joyce & Paquin (2016), citados por los mismos autores, señalan que deben ser considerados tres factores claves al momento de definir el modelo de emprendimiento a adoptar:

1. Identificar como los recursos, funciones o aspectos claves de la organización entregan valor al cliente.
2. La manera en que las partes se encuentran relacionadas dentro de la organización.
3. Identificar como la empresa genera valor y crea ganancias por medio de estas relaciones.

Así mismo, estos autores destacan que los modelos más utilizados alrededor del mundo, por la connotación que representan, son: Canvas, Timmos, Isun, Modelo GEM donde cada uno posee sus características propias, y corresponde al emprendedor validar cual modelo se adapta más a su propósito empresarial.

2.3.4 Innovación

La innovación entendida como la generación y aplicación exitosa de nuevas ideas o el mejoramiento de las mismas, es esencial para el éxito y sostenibilidad de una empresas, en un mundo globalizado, es necesario es indispensable que los empresarios y emprendedores piensen de manera diferente, de acuerdo a lo planteado por Delgado (2018), la creatividad es una habilidad esencial en el mundo actual, la innovación y la capacidad de adaptación hacen la diferencia ante un proyecto exitoso, estamos ante un mundo que redefine los problemas, y genera ideas factibles y adecuadas para avanzar en los diversos aspectos de la creatividad empresarial, en este sentido, el liderazgo, el trabajo en equipo y la evaluación cuidadosa de las ideas fomenta la innovación en las organizaciones.

Así mismo, la innovación es esencial para la supervivencia de las empresas en un mundo globalizado. Debe ser un proceso continuo y estar alineada con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). La innovación no solo debe proporcionar una ventaja competitiva, sino también beneficios reales para todos los grupos de interés y el medio ambiente. A pesar de los avances tecnológicos que cambian la naturaleza del empleo, las organizaciones deben centrarse en fortalecer a su talento humano, ya que es la fuente de ideas innovadoras. El mundo cambia rápidamente, y tanto las organizaciones como las personas deben mantenerse actualizadas y adoptar una actitud de aprendizaje constante. El desafío radica en equilibrar los intereses de diferentes grupos: los empresarios buscan reducir costos y aumentar la rentabilidad a través de la innovación, los empleados desean conservar sus empleos y continuar generando ideas, y la sociedad espera que las empresas contribuyan al bienestar de sus comunidades y al cuidado del medio ambiente. La capacidad creativa humana ha sido clave para la supervivencia, pero también puede ser la causa de problemas si la innovación no se gestiona de manera responsable para generar beneficios integrales y un crecimiento sostenible para todas las partes involucradas.

2.3.5 Desarrollo comunitario

En cuanto al Desarrollo comunitario, como proceso integral que busca mejorar la calidad de vida de una comunidad a través de la participación activa en la identificación y resolución de

sus necesidades y desafíos, se centra en el fortalecimiento de los recursos y capacidades locales para lograr un desarrollo sostenible y equitativo promoviendo la participación de la comunidad; es así, que para que se dé un verdadero desarrollo comunitario, es esencial definir metas, estrategias y acciones que promuevan la inclusión, la cohesión social y el bienestar de sus miembros; es así que para Velasco (2018), sin participación social no hay comunidad, por esto es necesario reforzar la cultura participativa para potencial el tejido social asociativo e impulsar las organizaciones a través de la interacción comunitaria con el fin de facilitar la participación, la tolerancia y la búsqueda de soluciones que favorezcan el desarrollo comunitario en todos los niveles, de igual manera, para la sociedad enfrenta desafíos globales en donde es necesario vincular la educación como motor de desarrollo comunitario y la necesidad de desarrollar competencias para el emprendimiento. La innovación puede desempeñar un papel crucial en el desarrollo comunitario y en la evolución de modelos de negocio.

2.3.6 Modelo de Negocio

Un modelo de negocio es una representación lógica y simplificada de cómo una empresa o entidad crea, entrega y captura valor, define cómo se generan ingresos, cómo se gestionan los costos y cómo se crea una propuesta de valor para los clientes. Los modelos de negocio pueden variar ampliamente según la industria, el mercado y la estrategia de la organización. Son fundamentales para la planificación y el éxito de cualquier empresa, ya que determinan cómo se traducen las innovaciones y los recursos en resultados financieros y sociales.

Es así como la innovación, el desarrollo comunitario y los modelos de negocio están interconectados y pueden colaborar para impulsar el progreso y el bienestar en una comunidad. La adopción de enfoques innovadores en modelos de negocio puede ser una estrategia efectiva para abordar desafíos locales y crear un desarrollo más equitativo y sostenible. El desarrollo comunitario es un proceso integral que busca mejorar la calidad de vida de una comunidad, promoviendo su participación en la identificación y resolución de sus necesidades y desafíos. Se centra en el fortalecimiento de los recursos y capacidades locales para lograr un desarrollo sostenible y equitativo. La participación de la comunidad es esencial para definir metas,

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 42

estrategias y acciones que promuevan la inclusión, la cohesión social y el bienestar de sus miembros.

3. METODOLOGÍA

3.1 Enfoque y alcance de la investigación

El presente proyecto de investigación adopta un enfoque metodológico mixto, integrando técnicas cuantitativas y cualitativas, esto con el propósito de obtener una comprensión integral de la dinámica del emprendimiento en la comunidad de Palma Real II, situada en el municipio de Granada, departamento del Meta, Colombia.

En cuanto al enfoque cuantitativo, se procederá a la recolección de datos numéricos mediante la aplicación de encuestas estructuradas a una muestra representativa de la población de Palma Real II. Estas encuestas permitirán la obtención de información cuantificable sobre variables socioeconómicas relevantes, tales como nivel de ingresos, grado de escolaridad, acceso a recursos, entre otras. El análisis estadístico de los datos recopilados facilitará la identificación de patrones y tendencias significativas relacionadas con el emprendimiento en la comunidad.

Por otra parte, el enfoque cualitativo se fortalecerá a través de una revisión sistemática de literatura, la cual incluirá investigaciones previas, literatura académica, informes gubernamentales y estudios realizados por organizaciones pertinentes en el ámbito del emprendimiento y la promoción empresarial. Este proceso de revisión documental permitirá contextualizar las experiencias y desafíos de los emprendedores de Palma Real II en un marco referencial más amplio, considerando tanto el contexto colombiano como el latinoamericano. Se analizarán investigaciones anteriores que hayan abordado los factores impulsores y limitantes del emprendimiento en contextos socioeconómicos similares, lo cual proporcionará un valioso punto de comparación y referencia para las vivencias de los emprendedores locales.

La integración de los resultados obtenidos a través de ambos enfoques metodológicos será crucial para responder de manera sólida y fundamentada a las preguntas de investigación planteadas y alcanzar los objetivos propuestos. Se realizará un análisis conjunto de los datos cuantitativos y cualitativos, lo cual permitirá obtener una visión holística de los factores que influyen en el emprendimiento en Palma Real II. Esta integración de resultados proporcionará

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 44

una base robusta para el diseño de estrategias de promoción empresarial efectivas y adaptadas al contexto específico de la comunidad.

La selección de este enfoque metodológico mixto responde al propósito de aprovechar las fortalezas complementarias de las técnicas cuantitativas y cualitativas (Hernández Sampieri et al., 2010), con el fin de realizar una investigación rigurosa y exhaustiva que contribuya al fomento del emprendimiento en Palma Real II y al desarrollo socioeconómico de la comunidad.

3.2 Diseño de la investigación

El diseño no experimental, es definido por Hernández Sampieri et al. (2010) como aquel en el que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones. Su implementación, se justifica por la naturaleza de la investigación, que busca comprender los factores determinantes del emprendimiento en una comunidad específica sin interferir directamente en el funcionamiento habitual de la misma.

La observación detallada y el análisis de los fenómenos en su entorno natural brindan una comprensión profunda y auténtica de los factores que influyen en el emprendimiento en Palma Real II. Esta metodología no experimental, si bien no permite establecer relaciones causales directas, permite revelar patrones, tendencias y relaciones que son fundamentales para comprender la complejidad del ecosistema emprendedor en esta comunidad específica. En esencia, el enfoque no experimental de esta investigación se orienta hacia la comprensión integral de los factores que moldean el emprendimiento en Palma Real II, preservando la autenticidad y la espontaneidad de los fenómenos estudiados sin intervenir su curso natural.

3.3 Población y muestra

3.3.1 Definición de la población

Existe un amplio consenso con respecto a la definición del término población (o universo) entendido como cualquier colección finita o infinita de elementos o sujetos susceptible

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 45

de ser estudiados. En otras palabras, es el conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación (Otzen & Manterola, 2017)

A la luz de este referente, se tiene que, según las proyecciones del DANE para 2023, Granada tendrá 75,007 habitantes, siendo el tercer municipio más poblado del departamento de Meta. La población activa laboralmente se encuentra en los rangos de edad de 18 a 34 años, representando el 29.5%. Sin embargo, el municipio enfrenta desafíos significativos, como la dificultad para encontrar empleo estable, desarticulación comunitaria, limitada competitividad para el desarrollo y bajos ingresos familiares entre otros (Alcaldía de Granada - Meta, 2023).

Teniendo en cuenta lo anterior, el presente proyecto de investigación establece como población de estudio a la comunidad de Palma Real 2 del municipio de Granada, compuesta por 60 familias beneficiarias de este proyecto de vivienda de interés social. Estas familias representan un microcosmos en el contexto de esta comunidad, que se caracteriza por ser estrato 1 y por estar ubicada en una zona en desarrollo. El criterio de selección de esta población se basa en la importancia de comprender y abordar los desafíos y oportunidades específicos que enfrentan las comunidades de bajos recursos en términos de emprendimiento y desarrollo económico como posibles rutas para la transformación de las condiciones materiales de las personas que allí habitan.

3.3.2 Cálculo y selección de la muestra

Una muestra es un subconjunto de la población, que se obtiene para averiguar las propiedades o características de esta última, por lo que interesa que sea un reflejo de la población, que sea representativa de ella (Hernández González, 2021). Dado que se desea realizar un estudio en la comunidad de Palma Real II, que consta de 60 familias, esto obteniendo una muestra representativa de la población, el tamaño ideal de la muestra se obtuvo siguiendo la fórmula propuesta por Murray y Larry (2005) en función de los siguientes parámetros:

- Nivel de Confianza: se establece en un valor estándar del 95%.
- Margen de Error: se establece en un 5%.

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 46

A partir de estos se aplicó la siguiente fórmula:

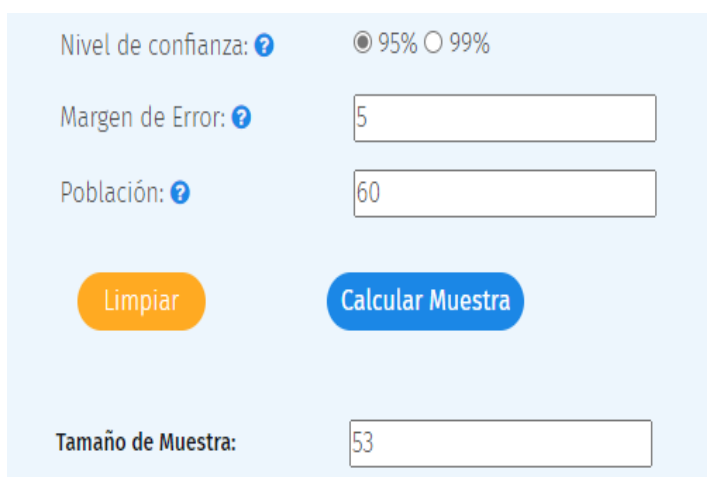
$$n = Z^2 * (p) * (1-p) / c^2$$

Donde:

- Z = Nivel de confianza (95% o 99%)
- p = .5
- c = Margen de error (.04 = ±4)

A través de la aplicación se obtiene como resultado que el tamaño de la muestra representativa es de 53 familias consultadas (Ver Figura 1)

Figura 1 Aplicación de la calculadora de la muestra



The image shows a screenshot of a sample size calculator application. The interface is light blue and contains the following elements:

- Nivel de confianza:** A dropdown menu with a question mark icon, currently set to 95% (indicated by a filled radio button) and 99% (indicated by an empty radio button).
- Margen de Error:** A text input field containing the value 5.
- Población:** A text input field containing the value 60.
- Buttons:** Two buttons are located below the input fields: a yellow button labeled "Limpiar" and a blue button labeled "Calcular Muestra".
- Tamaño de Muestra:** A text input field at the bottom containing the calculated value 53.

Nota. Tomado de Questionpro

3.4 Instrumentos

El diseño del instrumento de recolección de datos es un aspecto fundamental en el proceso de investigación, es importante tener en cuenta el tipo de datos y la naturaleza de los mismos, de esta forma se determinará el tipo de preguntas que se formularán, la determinación y el diseño correcto del instrumento, permiten acercarse a la realidad y extraer la información de las variables objeto de estudio (Useche et al., 2019). Para esta investigación, la recolección de

datos se hará mediante un formulario tipo encuesta estructurada con el fin de buscar la percepción, posturas y experiencias en la interacción con la comunidad Palma Real II del municipio de Granada- Meta, en búsqueda de una comprensión profunda y holística de las dinámicas sociales, económicas y culturales de esta a comunidad, este instrumento arrojará el análisis descriptivo propuesto en la presente investigación.

Con el propósito de obtener resultados válidos y confiables, a este instrumento se le realizará un estricto proceso de validación por expertos. Autores como Useche et al. (2019) refieren que la validación de un instrumento hace referencia al grado de medición del instrumento en relación con el objetivo de la investigación y sus características. En esta misma línea, López et al. (2019) afirma que, el diseño y validación de instrumentos es indispensable para garantizar la precisión y fiabilidad de los resultados de la investigación que sustenten el rigor académico.

Así mismo, se implementará un análisis de coeficiente del Alfa de Cronbach, y de V de Cramer en especial bajo la finalidad de garantizar la consistencia y fiabilidad de la información recolectada. De acuerdo con Reidl-Martínez, (2013) el método más adecuado para establecer la confiabilidad en instrumentos de recolección de datos suele ser el Coeficiente Alfa de Cronbach, que se calcula para cada una de las subvariables o factores arrojados por la factorización llevada a cabo. En esta prueba de consistencia solo se aceptan como confiables, aquellos factores con valores alfa iguales o mayores a .65, como se señaló anteriormente. Los demás factores, que no hayan alcanzado dicho valor, deberán ser rechazados; así mismo, se realizará una prueba piloto con el mínimo de sujetos para la validación y así comprobar el correcto desarrollo del instrumento y de acuerdo con los resultados realizar los respectivos ajustes.

3.4.1 Validación por expertos

Inicialmente se realizó un análisis del coeficiente de Aiken para evaluar la validez de contenido de los ítems que componen el instrumento. Este cálculo se llevó a cabo tomando en cuenta las valoraciones de cinco jueces sobre tres criterios principales: relevancia, representatividad y claridad, esto en relación con 31 ítems o interrogantes planteadas a través del

cuestionario. Los valores de Aiken obtenidos para la mayoría de los ítems oscilaron entre 0.80 y 1.00, lo que indica que estos cumplieron con los niveles mínimos requeridos de validez. Pese a esto, 4 ítems arrojaron valores por debajo de 0,67, lo que se interpreta como invalidez del ítem o interrogante.

Así mismo, cabe destacar que la media de las puntuaciones por ítem varió entre 3.0 y 4.0, con desviaciones estándar que reflejaron niveles bajos a moderados de dispersión en las valoraciones de los jueces. En esta misma línea, se calcularon intervalos de confianza al 95% para los valores de Aiken, los cuales respaldaron la interpretación de validez estadística para los ítems categorizados como válidos, siendo que los rangos de los intervalos de confianza indicaron consistencia en las valoraciones, con valores inferiores cercanos a 0.55 y superiores alcanzando el valor máximo de 1.00.

Partiendo de esta base, se procedió a realizar una serie de modificaciones en los ítems caracterizados como inválidos a partir de la validación por experto. Tras esto, se sometió el instrumento derivado a un segundo proceso de validación, en el cual la totalidad de ítems se caracterizaron como válidos.

3.4.2 Validación estadística

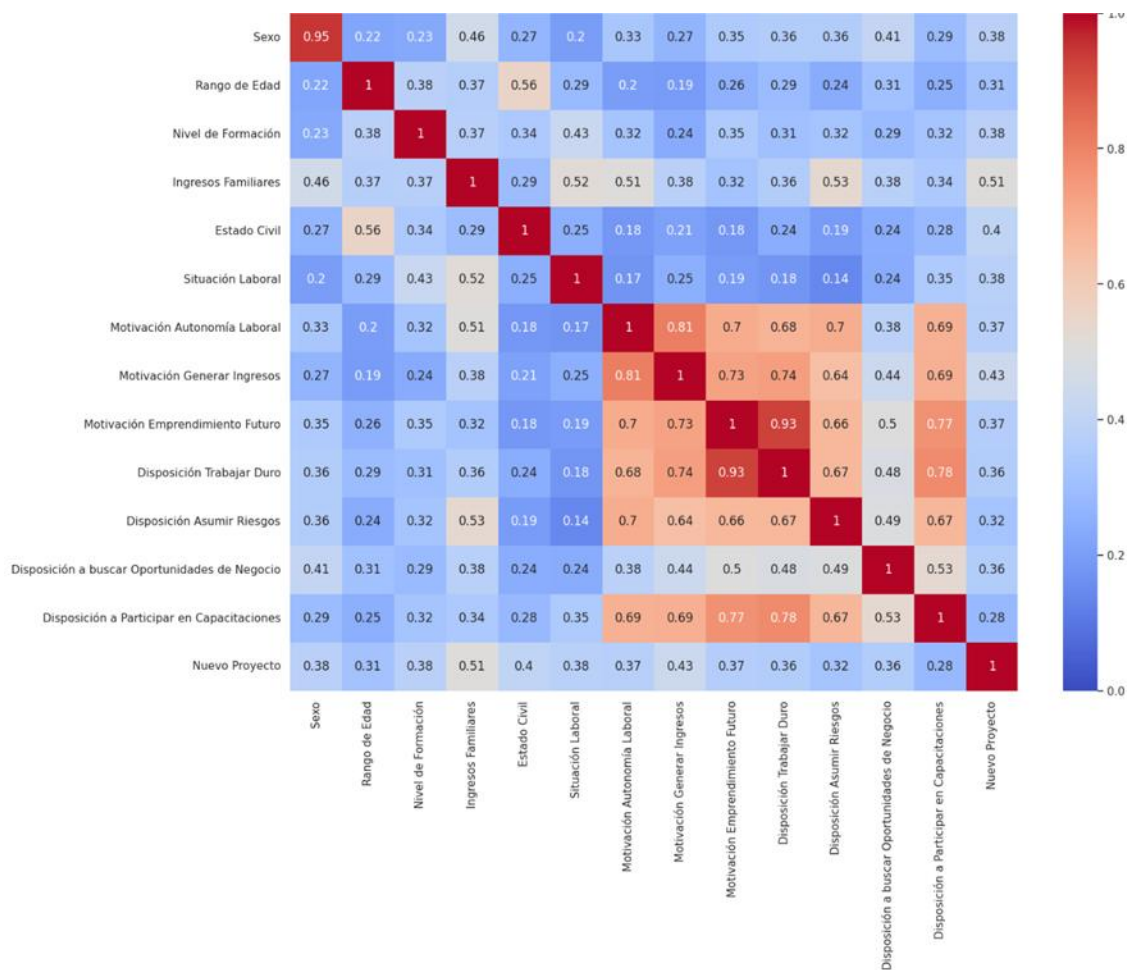
Tras la validación por expertos, se plantea una validación estadística sobre el instrumento diseñado. En esencia, la validez y confiabilidad de los datos recopilados se garantizó mediante un riguroso proceso de validación a través de pruebas estadísticas, siendo que para contextualizar teóricamente estos conceptos, se recurre a la obra de Torres (2017), quien destaca la importancia de establecer una metodología rigurosa para determinar la validez de los datos en investigaciones de relevancia social.

Dado lo anterior, las pruebas estadísticas se emplearon con la finalidad de establecer la probabilidad de que una conclusión obtenida a partir de una muestra sea aplicable a la población de la cual se obtuvo. A continuación, se relacionan las pruebas aplicadas al instrumento para su validación previa aplicación de la prueba piloto.

3.4.1.1 V de Cramer

La Prueba V de Cramer es una medida de asociación utilizada para analizar la relación entre dos variables categóricas en un estudio de tablas de contingencia. Esta prueba es una medida estandarizada de la asociación entre las variables, que varía en un rango de 0 a 1.

Figura 2 V de Cramer - Prueba piloto



Nota. Los autores.

La imagen presentada con antelación muestra un mapa de calor (heatmap) que representa una matriz de correlación entre diversas variables sociodemográficas y económicas del instrumento diseñado para el proyecto de investigación en la comunidad de Palma Real II. Las variables incluidas en el análisis son: Sexo, Rango de Edad, Nivel de Formación, Ingresos

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 50

Familiares, Estado Civil, Situación Laboral, Meta visión Autónoma Laboral, Motivación Generar Ingresos, Meta visión Emprendimiento Futuro, Disposición Trabajar Duro, Disposición Asumir Riesgos, Disposición a buscar Oportunidades de Negocio, Disposición a Participar en Capacitaciones y Nuevos Proyectos.

Cada celda del mapa de calor muestra el coeficiente de correlación entre dos variables, con valores que oscilan entre -1 y 1. Los colores de las celdas varían desde el azul oscuro (indicando una correlación negativa fuerte) hasta el rojo oscuro (indicando una correlación positiva fuerte), pasando por tonos de azul claro, blanco y rojo claro para correlaciones más débiles o nulas.

A continuación, se destacan los principales hallazgos de esta prueba:

- Sexo y Rango de Edad: Existe una correlación negativa moderada (-0.25).
- Nivel de Formación y Rango de Edad: Presentan una correlación negativa moderada (-0.34).
- Ingresos Familiares y Nivel de Formación: Muestran una correlación positiva moderada (0.37).
- Situación Laboral y Estado Civil: Tienen una correlación positiva moderada (0.31).
- Meta visión Autónoma Laboral y Situación Laboral: Presentan una correlación positiva moderada (0.34).
- Disposición a buscar Oportunidades de Negocio y Disposición a Participar en Capacitaciones: Tienen una correlación positiva fuerte (0.81).

3.4.2.1 Alfa de Cronbach

Se encontró que la información obtenida al validar el instrumento aplicado en la prueba piloto fue evaluada en su consistencia interna y se concluye que para el instrumento empleado existe certeza de la confiabilidad de la información contenida ya que el coeficiente obtenido fue de 0.9385. Hernández & Pascual Barrera, (2018) citando a George y Mallery (2003) recomiendan como criterio general para evaluar los coeficientes de consistencia interna basados en el alfa de Cronbach considerar un coeficiente alfa < 0.5 como inaceptable y > 0.9 como excelente.

3.4.3 Matriz de operacionalización de variables

En la siguiente tabla se presenta la operacionalización de las variables identificadas en el marco de la investigación. Este proceso permite establecer una relación clara entre las dimensiones, las variables, su definición operativa y el ítem al que corresponden en el cuestionario propuesto.

Tabla 1 Operacionalización de variables

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES			
Dimensiones	Indicadores o Variables Empíricas	Definición operativa	Ítem
Demográfica y sociocultural	Sexo	Género de los encuestados participantes	1
	Edad	Años de vida del encuestado (Rango de Edad)	2
	Fuente de Ingresos	Origen de los recursos con los que cuenta el encuestado	3
	Formación	Nivel de formación académica del encuestado	4
	Ingresos familiares	Ingresos familiares mensuales.	5
	Estado civil actual	Estado civil del encuestado	6
Acceso a recursos	Acceso a recursos para emprendedores	Nivel de acceso a recursos para emprendimiento	7
	Conocimiento acerca de recursos para emprendedores	Nivel de conocimiento de gestión de recursos disponibles para emprendedores	8
	Facilidad de acceso a recursos financieros para el emprendimiento	Nivel de facilidad de acceso a recursos financieros para emprendimiento	9
Apoyo Institucional	Percepción de los emprendedores sobre la efectividad del apoyo institucional a emprendedores	Nivel de la efectividad del apoyo institucional a emprendedores	10

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 52

	Impacto del apoyo institucional en la creación de empresa.	Nivel de Impacto del apoyo institucional en la creación de empresa.	11
	tipos de programas y servicios ofrecidos por las instituciones para apoyar a los emprendedores.	Nivel de conocimiento de los tipos de programas y servicios ofrecidos por las instituciones para apoyar a los emprendedores.	12
Barreras financieras	Disponibilidad de capital propio para iniciar el negocio.	Nivel de acceso a capital de trabajo	13
	Acceso a préstamos o créditos bancarios para financiar el inicio o la expansión del negocio.	Nivel de acceso a fuentes de financiación	14
	Tasas de interés bancarias para préstamos comerciales.	facilidad de acceder al mercado financiero formal	15
	Requisitos de garantía para obtener financiamiento.	facilidad de acceder al mercado financiero formal	16
Barreras asociadas a Infraestructura y recursos físicos	Disponibilidad de locales comerciales adecuados y asequibles.	facilidad de acceder a infraestructura local	17
	Acceso a servicios básicos como agua, electricidad y telecomunicaciones.	facilidad de acceder a servicios públicos básicos para la operación del negocio.	18
	Disponibilidad y costo de equipos y maquinaria necesarios para el negocio.	facilidad de acceder a maquinaria y equipos para la operación del negocio.	19
Barreras de Acceso a mercados y clientes	Obstáculos de Acceso al Mercado	Facilidad para emprender o iniciar un nuevo negocio teniendo en cuenta las condiciones socioeconómicas y administrativas del municipio.	20
	Dificultades para Llegar a Nuevos Clientes	Captación de nuevos clientes	21

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 53

Innovación y tecnología	Impacto de la transformación digital en los procesos operativos del emprendimiento	Nivel de conocimiento del impacto de la transformación digital en los procesos operativos del emprendimiento	22
	Uso de herramientas digitales como WhatsApp y Redes Sociales para emprender	Nivel de uso de herramientas digitales como WhatsApp y Redes Sociales para emprender	23
Redes de apoyo y colaboración	Implementación de campañas de publicidad locales.	nivel de implementación de campañas de publicidad locales entre los emprendedores	24
	Participación en ferias o eventos empresariales.	Nivel de participación en ferias o eventos empresariales.	25
	Participación en grupos empresariales o asociaciones comerciales.	Nivel de participación en grupos o asociaciones comerciales	26
Sostenibilidad económica	Uso de plataformas en línea para establecer contactos con otros empresarios.	Nivel de uso de plataformas en línea para contactar otros empresarios / emprendedores	27
	Realización de colaboraciones comerciales con otros emprendedores locales.	Nivel de colaboración comercial con otros emprendedores locales	28
	Participación en proyectos conjuntos con otros negocios de la comunidad.	Nivel de participación en proyectos con otros negocios de la comunidad.	29
	Rentabilidad del negocio en relación con los costos operativos.	Nivel de rentabilidad del negocio	30
	Contribución al empleo y al desarrollo económico local.	Generación de empleo e impacto en el contexto local	31

Nota. Los autores.

3.1.Descripción de procedimientos

A continuación, se especifica el procedimiento llevado a cabo con la finalidad de dar consecución a los objetivos específicos propuestos, esto diferenciado por objetivo:

Objetivo 1: Diagnosticar las necesidades y oportunidades de emprendimiento sostenible en la comunidad de Palma Real II.

Para la consecución del primer objetivo específico propuesto se procederá a la recolección de datos numéricos mediante la aplicación de encuestas estructuradas a una muestra representativa de la población de Palma Real II. El proceso de aplicación se llevará a cabo de manera planificada y coordinada, considerando la diversidad de los participantes y maximizando la participación para ello se establecerá un cronograma para abarcar esta actividad de manera suficiente.

Objetivo 2: Proponer un plan de acción basado en Design Thinking que integre estrategias para impulsar el emprendimiento sostenible y proporcione una ruta de asistencia técnica en Palma Real II.

Para la consecución del segundo objetivo propuesto se realizará una revisión sistemática de literatura desde la cual se ampliará la información existente desde la cual proponer el plan de acción basado en Design Thinking. Cabe destacar que dicha proposición se realiza tanto en coherencia con los hallazgos de la revisión de literatura como las encuestas aplicadas como parte del primer objetivo.

Dado esto, para el desarrollo de la revisión documental se partirá de la metodología PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses), siendo esta un marco utilizado para realizar revisiones sistemáticas y metaanálisis en el campo de la investigación científica. Está diseñada para mejorar la transparencia y la calidad de estos estudios al proporcionar directrices y elementos que es recomendable incluir en los informes de investigación. Esto ayuda a garantizar que la revisión sistemática o análisis de resultados sean completamente, transparente y reproducible (Yepes Núñez et al., 2021).

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 55

El procedimiento desde el cual se implementa dicha metodología se refiere a través de la siguiente tabla:

Tabla 2 *Protocolo de Metodología PRISMA 2020.*

Fases	Descripción
Planeación	
Criterios de Elegibilidad	Se propone una descripción de los criterios de elegibilidad para los estudios
Estrategia de Búsqueda	Se presenta las estrategias de búsqueda completas para todas las bases de datos incluidos los filtros y límites utilizados. Esto incluye los términos utilizados, los operadores booleanos y los filtros aplicados.
Resultados	
Selección de Estudios	Se describe los resultados del proceso de búsqueda y selección, desde el número de registros identificados en la búsqueda hasta el número de estudios incluidos en la revisión, idealmente utilizando un diagrama de flujo.
Método de síntesis	Se extrae la información de cada uno de los artículos seleccionados y se organiza a través de instrumentos como matrices. Esta se propone en función de la información que resulta relevante para la revisión.
Resultados	Se presentará un diagrama de flujo que resuma el número de estudios identificados, seleccionados, incluidos y excluidos, con razones para las exclusiones.
Discusión	Se resumen los hallazgos principales, incluyendo la solidez de la evidencia, las limitaciones de los estudios revisados, y las implicaciones para la práctica y futuras investigaciones.

Nota. Los autores. a partir de (Yepes Núñez et al., 2021)

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 56

Tras el desarrollo de la revisión sistemática de literatura, se procederá a diseñar plan de acción basado en Design Thinking, para lo cual se en primer lugar, se definirán los objetivos a alcanzar, los cuales estarán alineados con las oportunidades de emprendimiento sostenible identificadas. Estos objetivos serán específicos, medibles, alcanzables, relevantes y con un tiempo determinado (SMART), lo que permitirá realizar un seguimiento efectivo de los avances.

A continuación, se formularán las estrategias clave para alcanzar estos objetivos, esto partiendo de Design Thinking como enfoque direccionador. Estas estrategias se basarán en la información obtenida de los datos cuantitativos del cuestionario y las lecciones extraídas de la revisión de la literatura, adaptadas a las características y recursos disponibles en la comunidad de Palma Real II.

El siguiente paso será la asignación de responsabilidades y recursos necesarios para implementar cada una de las estrategias. Esto incluirá la identificación de actores clave dentro de la comunidad que puedan participar activamente en el proceso, así como la planificación de los recursos materiales, financieros y humanos necesarios para cada acción. Además, se establecerán plazos específicos para cada actividad y se definirán indicadores de desempeño que permitirán medir el éxito de las acciones implementadas.

Finalmente, se desarrollará un plan de monitoreo y evaluación para asegurar la efectividad de las acciones implementadas. Este plan incluirá mecanismos para recopilar datos periódicos, evaluar el impacto de las estrategias en la comunidad y realizar ajustes según sea necesario. El proceso de evaluación será fundamental para garantizar que el plan de acción sea flexible y capaz de adaptarse a los cambios en las condiciones locales y en las necesidades de los emprendedores sostenibles en Palma Real II.

Objetivo 3: Transferir a los miembros de la comunidad la metodología propuesta para desarrollar iniciativas de emprendimiento sostenible.

Para lograr el Objetivo 3, el procedimiento a seguir se centrará en la creación del material adecuado para socializar con la comunidad y su posterior presentación, tal como se detallada a continuación:

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 57

Definición del Contenido del Material: el primer paso es definir el contenido específico que se transferirá a la comunidad. Este contenido debe ser basado en la metodología propuesta para el emprendimiento sostenible y debe incluir:

- Introducción a los conceptos clave del emprendimiento sostenible: definir qué es, por qué es importante y cómo se aplica en el contexto local.
- Estrategias prácticas para desarrollar emprendimientos sostenibles: cómo identificar oportunidades, planificar un proyecto sostenible, gestionar recursos, y cómo asegurar la viabilidad a largo plazo.
- Casos de éxito locales o internacionales que sirvan como ejemplos prácticos de emprendimiento sostenible.
- Recursos disponibles en la comunidad o posibles apoyos externos, tales como entidades gubernamentales, ONG's, o programas de financiación.

Diseño del Material. El siguiente paso es el diseño del material educativo que se presentará a la comunidad. Para ello, se considerarán los siguientes aspectos:

- Formato accesible y comprensible
- Lenguaje inclusivo y claro
- Participación comunitaria

Socialización del Material con la Comunidad: finalmente se realiza la transferencia de la proposición realizada en el marco de la presente investigación a la comunidad.

3.2. Análisis de información

Para procesar y analizar la información recolectada en el marco de la investigación propuesta, se llevará a cabo un proceso estructurado que incluye tanto el análisis de los datos cuantitativos obtenidos de las encuestas como de los datos cualitativos provenientes de la revisión sistemática de literatura. A continuación, se detallan los pasos para procesar y analizar la información, junto con las herramientas y software utilizados:

3.2.1 Procesamiento de Datos Cuestionario

Los datos obtenidos a través de las encuestas estructuradas serán procesados mediante herramientas de análisis estadístico. Los pasos a seguir serán:

Codificación y depuración de datos: Se ingresarán los datos en una base de datos utilizando como herramienta Jupyter Notebook para organizar la información de manera estructurada. En esta etapa, se corregirán errores y se eliminarán respuestas incompletas.

Análisis descriptivo: Se aplicarán estadísticas descriptivas para resumir los datos. Esto incluirá el cálculo de frecuencias, medias, medianas y desviaciones estándar para obtener una visión general de las variables socioeconómicas de la comunidad. Jupyter Notebook se utilizará como herramienta para el análisis.

Identificación de patrones y tendencias: A través de herramientas estadísticas avanzadas, se identificarán patrones y relaciones significativas entre las variables socioeconómicas y el emprendimiento en la comunidad. Estas herramientas permitirán realizar análisis de correlación y pruebas de hipótesis para determinar qué factores son más relevantes para el emprendimiento sostenible en Palma Real II.

3.2.2 Procesamiento de Datos Revisión de literatura

El procesamiento de datos derivados de la revisión de literatura partirá del marco metodológico propuesto a través de la Metodología PRISMA, siendo que para el contexto de la presente investigación parte de la extracción de la información y su organización en la matriz, la construcción de un diagrama de flujo de `síntesis y la discusión de los hallazgos extrayendo las principales conclusiones y aportes en función de las categorías identificadas durante el diligenciamiento de la matriz.

3.3.Consideraciones éticas

En el marco del proyecto "Metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta", se adoptaron las siguientes consideraciones éticas, alineadas con los lineamientos de UNIMINUTO y las normas establecidas por la comunidad científica para las organizaciones y las poblaciones objeto de investigación:

- Consentimiento informado y respeto por la autonomía: se aseguró que todos los participantes fueron informados de manera clara y detallada sobre los objetivos, procedimientos, beneficios y posibles riesgos del proyecto. Cada individuo otorgó su consentimiento de manera libre y voluntaria, mediante la firma de documentos diseñados para este fin. Además, se respetó el derecho de cualquier participante a retirarse del estudio en cualquier momento sin repercusiones.
- Confidencialidad y protección de datos personales: toda la información recopilada fue tratada bajo estrictas normas de confidencialidad. Se utilizaron medidas de seguridad adecuadas para proteger los datos personales de los participantes, asegurando que solo se emplearán para las multas establecidas en la investigación. Los datos se presentan de manera anónima en los resultados finales.
- No maleficencia y respeto por los derechos humanos: se evitará cualquier tipo de daño físico, psicológico o social a los participantes durante el desarrollo del proyecto. Todas las actividades fueron diseñadas para garantizar un ambiente seguro y respetuoso, especialmente teniendo en cuenta las condiciones de vulnerabilidad de la población objetivo.
- Beneficio colectivo y responsabilidad social: el diseño e implementación de la metodología propuesta se orientaron hacia el beneficio de la comunidad de Palma Real II, fomentando el desarrollo sostenible y la mejora de la calidad de vida. Se promovió la participación activa de los miembros de la comunidad en todas las fases del proyecto, reconociendo su papel como cocreadores de las soluciones propuestas.

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 60

- Transparencia y honestidad científica: los resultados y hallazgos del proyecto fueron presentados de forma transparente, asegurando su veracidad y rigor científico. Además, se realizó una adecuada citación y reconocimiento de las fuentes utilizadas durante el desarrollo de la investigación.

4. RESULTADOS

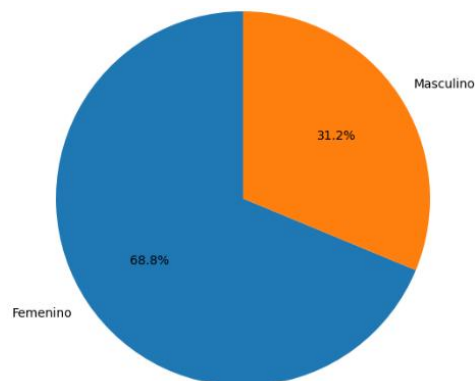
4.1. Diagnóstico necesidades y oportunidades

A continuación, se presentan los resultados desde los cuales se da consecución del primer objetivo específico propuesto, diagnosticar las necesidades y oportunidades de emprendimiento sostenible en la comunidad de Palma Real II. Para esto, se refieren los hallazgos del instrumento para la recolección de información primaria aplicado en la comunidad de Palma Real II, ubicada en Granada - Meta. Los resultados se organizan en función de cada una de las categorías de investigación planteadas desde el instrumento.

4.1.1 Dimensión I. Demográfica y sociocultural

Inicialmente se consultó a los entrevistados por su género, siendo que las respuestas revelan el 68,8% de la población encuestada son mujeres y el 31.2% son hombres tal como se observa en la figura 3:

Figura 3 Distribución género encuestados



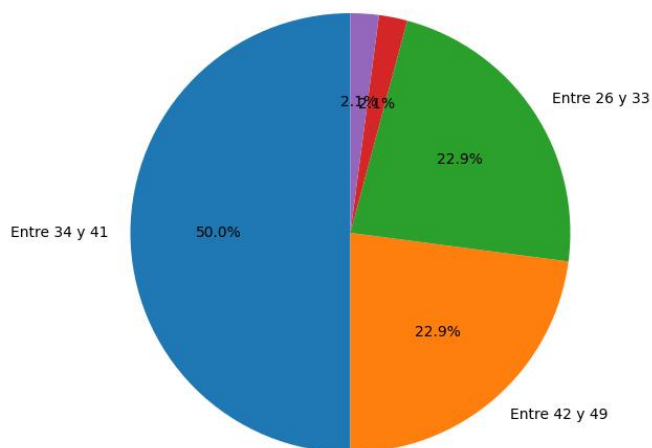
Nota. Los autores.

Respecto a la participación de mujeres en mayor proporción que los hombres, podría interpretarse como un reflejo de interés hacia iniciativas de emprendimiento, tal como lo plantea Cervantes Rosas et al., (2023) destacan la tendencia de las mujeres a liderar actividades

económicas locales orientadas al bienestar colectivo y la sostenibilidad. Esto podría ser relevante en el desarrollo de estudios de mercado, políticas de inclusión o programas sociales . Conocer la proporción de personas de género femenino en el estudio, permitió además confirmar la pertinencia de la metodología basada en Design Thinking planteada en este proyecto, ya que la misma favorece el enfoque colaborativo y participativo, donde perspectiva de género robustece los resultados, permite diseñar intervenciones adaptadas a las características de la población femenina, promoviendo la inclusión de todos los actores sociales.

Frente al grupo etario, los encuestados se encuentran distribuidos en los siguientes rangos: "Entre 34 y 41 años" (50%), seguido por el grupo "Entre 42 y 49 años" (22,9), tal como se observa en la figura 4. Considerando que la población encuestada presenta rangos de edad en su mayoría de grupos etarios de población joven, los programas, servicios o contenidos que se diseñen para la misma deben adaptarse a sus necesidades y características específicas. En contextos rurales o en desarrollo, como es el caso de la población de Palma Real II, el rango de edad de la mayoría de los encuestados (31 a 41 años), puede estar asociado con roles clave en las dinámicas familiares y comunitarias, lo que los ubica como posibles líderes para adoptar y promover prácticas innovadoras.:

Figura 4 Distribución edad



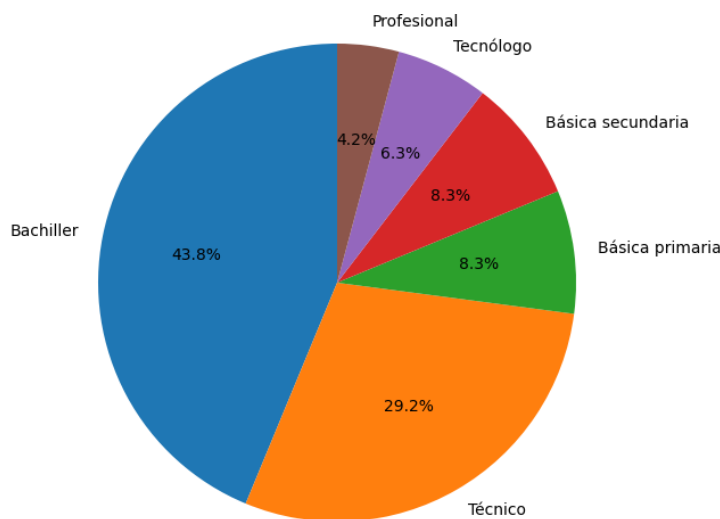
Nota. Los autores.

Desde el enfoque denominado “ciclo de vida”, esta población cuenta con necesidades específicas que incluyen herramientas y formación para mejorar sus competencias y financiación

o acompañamiento para subsanar responsabilidades familiares y profesionales (Crespo-Martínez et al., 2022), elemento que fue considerado en el Plan de acción del proyecto asegurando que el mismo integrará estrategias para impulsar el emprendimiento sostenible y delimitará la ruta de asistencia técnica para la población de Palma Real II.

Con relación al nivel educativo alcanzados por los encuestados, se observa un porcentaje considerable de personas que poseen educación de nivel "Bachiller"(43,8%). Así mismo se presenta una proporción del 33.4% de individuos con formación técnica y profesional, 29,2% y 4,2% respectivamente, lo que guarda relación con el desarrollo de competencias, conocimientos y/o saberes que influyen en el aprovechamiento de desarrollo personal y decisiones de consumo. (Figura 5).

Figura 5 Nivel educativo encuestados



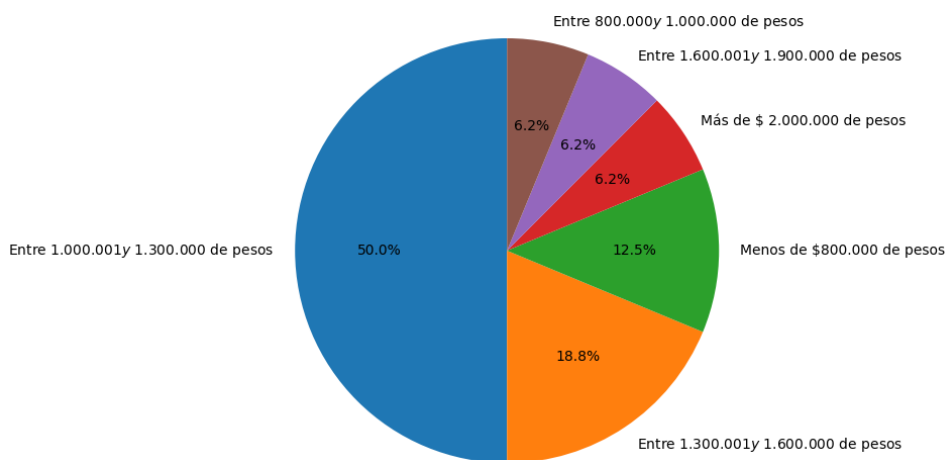
Nota. Los autores.

El predominio de personas con educación secundaria completa devela el conocimiento de saberes previos que les permite comprender y participar en programas de capacitación o emprendimiento, especialmente aquellos que involucran habilidades prácticas o técnicas. Según la OECD (2007), los niveles educativos más altos suelen correlacionarse con una mayor capacidad para adoptar prácticas innovadoras lo que facilita la implementación de la metodologías definida para el proyecto (Design Thinking) en el contexto de la investigación,

además la formación de los individuos puede potenciar la creación de proyectos productivos alineados con los objetivos definidos para el proyecto.

Frente a la distribución de los salarios de los encuestados, siendo que, el 50% devenga entre \$1.00.000 y \$3.000.000, el 18,8% entre \$1.300.00 y \$1.600.000, el 12,5% menos de \$800.000, entre otros, tal como se observa en la figura 6:

Figura 6 Distribución por nivel de ingresos



Nota. Los autores.

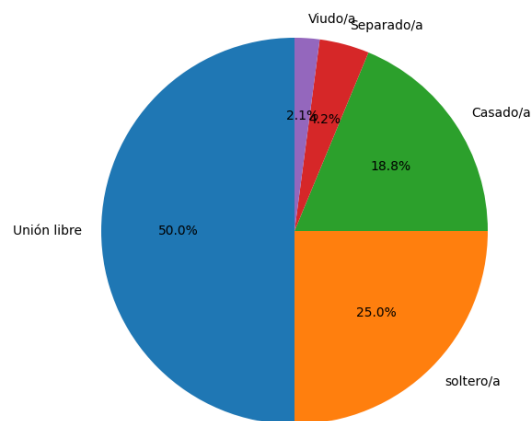
De acuerdo con el informe de Estadísticas de ingreso y riqueza en clave de género emitido por la DIAN (2024), en 2021, la mitad de los trabajadores devengaba un salario mínimo o menos, y el 86% tenía ingresos de hasta dos salarios mínimos, similar al comportamiento de las personas encuestadas, donde la limitación de los ingresos puede restringir la capacidad de inversión inicial de los mismos en proyectos de emprendimiento y su disposición a asumir riesgos financieros para iniciar nuevos emprendimientos. Ingresos entre \$1.300.000 y \$3.000.000, podrían significar un mercado potencial para productos o servicios relacionados y/o ofertados a través de emprendimientos sostenibles pues su capacidad de inversión puede ser superior en términos de capacidad de financiación, en coherencia con el valor agregado y beneficios a largo plazo a nivel del producto y/o emprendimiento.

De otra parte, la desigualdad en la distribución del ingreso en Colombia sigue siendo un desafío pues a pesar de los avances en la reducción de la pobreza, la desigualdad económica

persiste, con un coeficiente de Gini de 54,8, lo que ubica a Colombia entre los países más desiguales de América Latina (Sánchez, 2024) lo que afecta la cohesión social y la implementación de políticas públicas orientadas al desarrollo sostenible.

Respecto al estado civil de los encuestados, se observa que la mayoría se encuentra en "Unión libre" (50%), el 25% manifiesta encontrarse "solteros/as" (25%) y el 18,8% "casados/as" tal como se observa en la figura 7. Es importante destacar que la diversificación del estado civil y el comportamiento reproductivo no solo el curso de vida de los individuos, sino también las responsabilidades familiares y los patrones de relaciones de género (Quilodrán & Castro, 2009). A nivel del proyecto las personas en unión libre, al no encontrarse vinculadas a un núcleo familiar, pueden presentar una mayor disposición para participar en actividades comunitarias y programas de emprendimiento, siendo a su vez importante que se incluyan estrategias que consideren las especificidades de estas, especialmente en términos de roles de género y toma de decisiones económicas.:

Figura 7 Estado civil encuestados



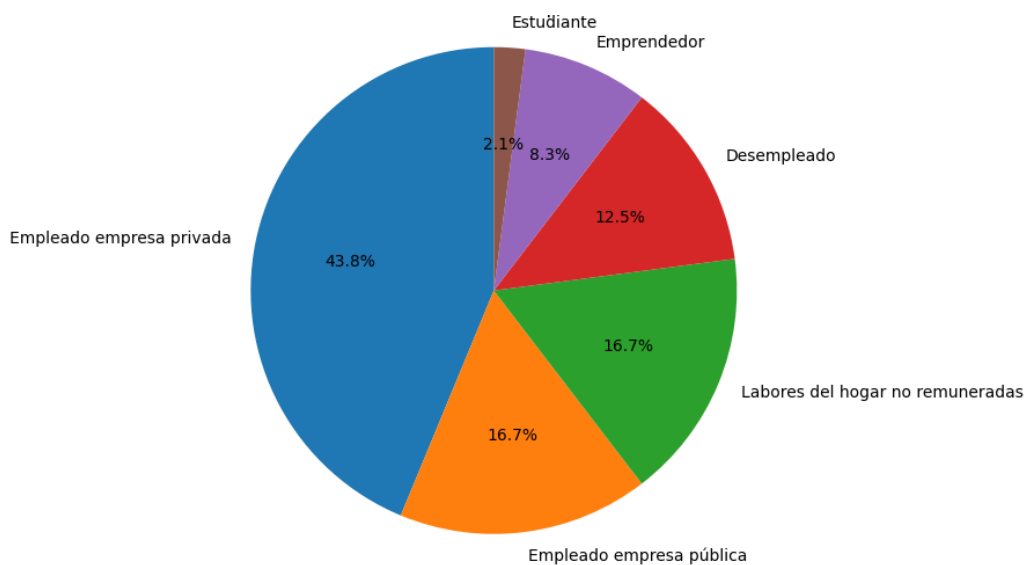
Nota. Los autores.

El pluralismo del comportamiento de los individuos a nivel conyugal puede influir en las motivaciones y barreras para emprender nuevos negocios, ya que la priorización de los ingresos puede responder directamente a las obligaciones primarias o necesidades del núcleo familiar; desde este punto de vista, las personas solteras podrían estar más abiertas a asumir riesgos asociados con el emprendimiento, mientras que las personas que cuentan con un arraigo familiar,

bien sea personas en unión libre o casados/as podrían priorizar proyectos que ofrecerán estabilidad y beneficios a largo plazo.

Con relación a las ocupaciones, el 43,8% de los encuestados refiere Empleado de empresa privada como ocupación, esto seguido de un 16,7% que indica Empleado empresa pública y en la misma proporción labores del hogar no remuneradas, tal como se observa en la figura 8:

Figura 8 Distribución ocupaciones



Nota. Los autores.

Respecto a la vinculación de personas en empresas, es importante resaltar que empresas resilientes son más sostenibles a largo plazo, ya que son capaces de recuperarse rápidamente y adaptarse a nuevas realidades, lo que implica que los empleados en estos entornos desarrollan habilidades de adaptabilidad y resiliencia (ODILO, 2024), desde este punto de vista la vinculación de personas a empleos estables podría significar una oportunidad de participar en el consumo de productos o servicios desarrollados en nuevos emprendimientos, así mismo la presencia de un segmento que realiza trabajos del hogar no remunerados plantea dos escenarios, en primera medida, las personas vinculadas a actividades de cuidado representan un potencial sin explotar para proyectos comunitarios si se ofrecen oportunidades flexibles que se ajustan a sus responsabilidades actuales (López Zuluaga, 2022). El trabajo doméstico y de cuidado no

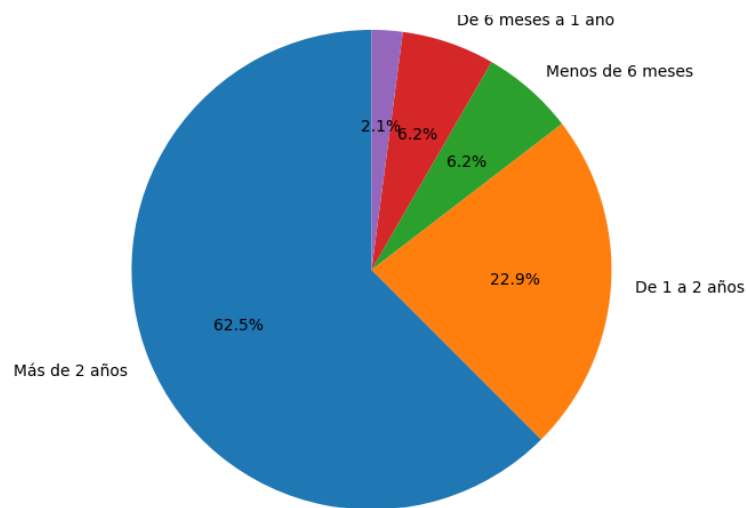
remunerado genera servicios que no sólo satisfacen las necesidades de los miembros del hogar, sino que también contribuyen al desarrollo económico de los países (Llanes Díaz et al., 2021).

La cantidad de personas que están vinculadas en empresas públicas, porque tienen estas redes de capacitación que podrían ayudarlos a involucrarse en mejorar a la comunidad. Esta caracterización laboral es útil pues revela características de la posibilidad de desarrollo de emprendimientos al interior de la comunidad y los desafíos que se enfrentan, coadyuvando a la adaptación de las intervenciones para que se ajusten mejor. A nivel del proyecto y los objetivos delimitados estas dinámicas laborales subrayan la importancia de estrategias diferenciadas para involucrar a los diferentes segmentos ocupacionales y maximizar el impacto de las iniciativas.

Finalmente, en lo que respecta al contexto laboral de los encuestados, se interrogó por la experiencia laboral de los mismos, siendo que el 62,5% refieren más de dos años como experiencia laboral esto seguido de un 22,9% que refiere de 1 a 2 años, entre otros. La forma en que se presenta esta experiencia laboral beneficia la implementación de la metodología propuesta teniendo en cuenta que en otros contextos el Design Thinking ha demostrado contribuir a la mejora en las competencias de empleabilidad en estudiantes universitarios, destacando la importancia de la experiencia práctica en su aplicación (Hernández-Gil et al., 2020).

De la misma forma, la experiencia laboral es un factor clave en el emprendimiento sostenible. Un análisis del clima organizacional en el emprendimiento sostenible sugiere que la experiencia de los empleados influye en la implementación de prácticas sostenibles (Araque et al., 2018). Por lo tanto, el porcentaje de individuos con dos años de experiencia laboral podría facilitar la adopción de metodologías innovadoras y prácticas sostenibles en sus entornos de trabajo. A continuación, se propone la Figura 9, desde la cual se da cuenta de la distribución de la experiencia laboral de los encuestados:

Figura 9 Distribución experiencia laboral



Nota. Los autores.

4.1.2 Dimensión II. Acceso a información para emprender

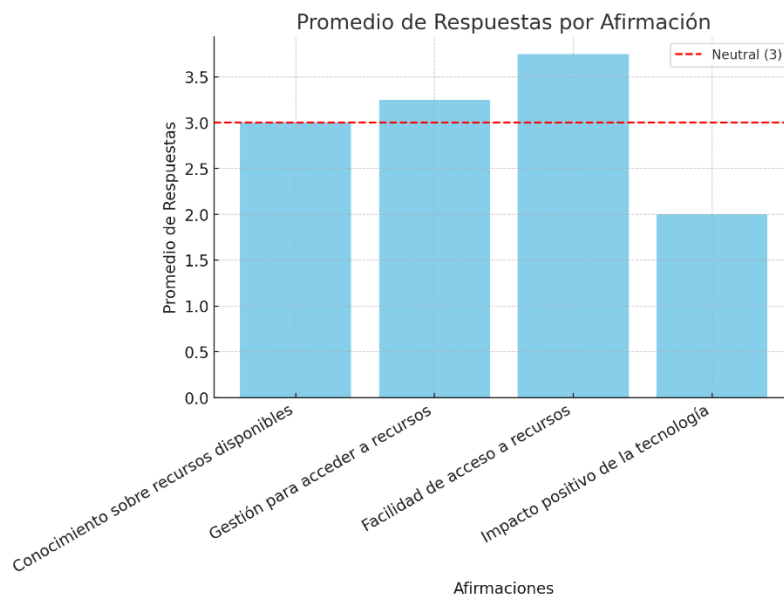
El acceso a información confiable y clara es fundamental para la toma de decisiones en el ámbito del emprendimiento. En esta sección, se evaluó el nivel de conocimiento y percepción que tienen los emprendedores sobre los recursos disponibles, su gestión y la facilidad de acceso a estos. Cada una de las afirmaciones se ha cuantificado a través de un sistema de calificación que varía desde "totalmente de acuerdo" hasta "totalmente en desacuerdo", permitiendo así una interpretación más clara de las actitudes y perspectivas de los encuestados. Se identificaron además patrones y tendencias que ofrecen perspectivas sobre el acceso a la información para crear nuevos negocios y las barreras en el proceso de gestión y obtención de recursos.

Cabe destacar que, para evaluar las opiniones de los encuestados, se formularon las siguientes afirmaciones: "Tengo conocimiento acerca de los recursos (técnicos, financieros, de capacitación) disponibles para emprender." "Tengo conocimiento acerca de cómo debo gestionar para acceder a los recursos (técnicos, financieros, de capacitación) disponibles para emprender." "Considero que es fácil acceder a recursos (técnicos, financieros, de capacitación) que apoyan el emprendimiento." "Conozco el impacto positivo de la tecnología para fortalecer el emprendimiento, para el control de las finanzas y para la publicidad."

Se estableció un sistema de calificación que va desde "totalmente de acuerdo" hasta "totalmente en desacuerdo", definido de la siguiente manera: Totalmente de acuerdo = 1; De acuerdo = 2; Neutral = 3; En desacuerdo = 4 y Totalmente en desacuerdo = 5

Para analizar las respuestas obtenidos en esta sección, se realizó un análisis del promedio de respuestas por afirmación. Como se observa en la Figura 10, la mayoría de los participantes presentan valores por encima del punto neutral (3) en aspectos relacionados con el acceso y la gestión de recursos para emprender. Esto indica una percepción de dificultad en estos aspectos. Sin embargo, en la afirmación sobre el impacto positivo de la tecnología, los valores se encuentran por debajo de la neutralidad, lo que sugiere un mayor reconocimiento de su importancia en el emprendimiento.

Figura 10 Promedio de respuestas por afirmación Promedio Dimensión II



Nota. Los autores.

Los resultados indican una tendencia general hacia la neutralidad o el desacuerdo con respecto al acceso a información para el emprendimiento. En concreto, una puntuación media de 3,00 en la afirmación sobre el conocimiento de los recursos disponibles indica que los encuestados tienen una percepción moderada de su acceso a información esencial para el emprendimiento. Por el contrario, una puntuación media de 3,25 en la gestión de recursos indica

una ligera inclinación hacia el desconocimiento de los procedimientos necesarios para acceder a este apoyo. Esto representa una barrera significativa para el lanzamiento de iniciativas empresariales, ya que el acceso a la financiación, la formación y el apoyo técnico es crucial para el desarrollo de nuevos negocios.

Además, la percepción de la facilidad de acceso a los recursos muestra una puntuación media de 3,75, lo que sugiere que la mayoría de los encuestados considera difícil obtener este apoyo. Este hallazgo es importante, ya que la disponibilidad de recursos es insuficiente si los emprendedores no los consideran accesibles o viables para sus proyectos. Por el contrario, el conocimiento sobre el impacto de la tecnología en el emprendimiento recibió una puntuación media de 2,00, lo que indica una tendencia positiva en el reconocimiento de la importancia de la tecnología en áreas como la gestión financiera y la publicidad. Este resultado destaca una fortaleza potencial dentro de la comunidad emprendedora, ya que el aprovechamiento de las herramientas tecnológicas puede mejorar la competitividad y la sostenibilidad empresarial.

Estos hallazgos tienen implicaciones significativas para el diseño de estrategias de apoyo al emprendimiento:

- Fortalecimiento del acceso a la información: El acceso a la información es fundamental para el éxito empresarial, ya que facilita la toma de decisiones estratégicas y la identificación de oportunidades (Ács et al., 2022). Dado que los emprendedores de este estudio reportaron un conocimiento intermedio sobre los recursos disponibles (puntuación media de 3,25), se requieren mayores esfuerzos para difundir este apoyo. Varios estudios sugieren que las plataformas digitales, como los portales gubernamentales y las redes de apoyo empresarial, pueden mejorar considerablemente el acceso a información vital (Audretsch et al., 2021). Además, la teoría del capital social de Nahapiet y Ghoshal (1998) enfatiza que el acceso a redes con otros emprendedores y expertos puede facilitar el intercambio de información relevante y mejorar la confianza dentro del ecosistema emprendedor. Para potenciar este aspecto, se recomienda implementar estrategias de comunicación más inclusivas y accesibles, como guías interactivas, asesoramiento personalizado y seminarios en línea. Además, estudios recientes indican que el uso de inteligencia artificial y chatbots puede optimizar la

difusión eficiente de información adaptada a las necesidades individuales de los emprendedores (Maroufkhani et al., 2023).

- **Capacitación en Gestión de Recursos:** Con una puntuación media de 3,25, existe una clara indicación de que los emprendedores tienen dificultades para acceder a financiación y asistencia técnica, lo que subraya la necesidad de programas de capacitación específicos en estas áreas. La literatura indica que la falta de conocimientos financieros y administrativos es una de las principales barreras para el crecimiento de las empresas emergentes (Pérez-López et al., 2022). Según la teoría del aprendizaje organizacional de Argote y Miron-Spektor (2011), la capacitación continua es esencial para mejorar las capacidades de los emprendedores y desarrollar su resiliencia en entornos competitivos. Estudios recientes han demostrado que los programas de educación financiera y gestión empresarial, especialmente aquellos que emplean metodologías prácticas, tienen un impacto positivo en la sostenibilidad empresarial (Dohse y Walter, 2023). Enfoques como el aprendizaje práctico y el Design Thinking pueden ser eficaces para enseñar a los emprendedores a gestionar recursos de forma eficiente y obtener financiación. Además, la mentoría de expertos en finanzas y administración puede ayudar a reducir la incertidumbre y mejorar la planificación estratégica de las nuevas empresas.
- **Reducción de las Barreras de Acceso:** La percepción de dificultad para obtener recursos (puntuación media de 3,75) pone de manifiesto la existencia de barreras burocráticas y administrativas que restringen el acceso de los emprendedores al apoyo financiero y técnico. La literatura ha identificado que los procesos excesivamente complejos pueden disuadir a los emprendedores de participar en programas de financiación y asistencia (Minniti, 2022). Basándose en la teoría institucional de North (1990), se puede argumentar que las regulaciones y normas influyen significativamente en la facilidad con la que los emprendedores pueden operar dentro de un sistema económico.

Para abordar este problema, estudios recientes recomiendan reducir la carga administrativa mediante la digitalización de procesos y la simplificación de requisitos (Bartz y Winkler, 2023). Las plataformas fintech y blockchain han agilizado con éxito los trámites financieros y reducido la dependencia de intermediarios. Además, los centros de

apoyo a emprendedores que ofrecen asesoramiento personalizado pueden ayudarles a gestionar los procesos administrativos y acceder a financiación.

- Aprovechamiento del conocimiento tecnológico: Con una puntuación media de 2,00, los emprendedores reconocen la tecnología como una ventaja estratégica para el desarrollo empresarial. La transformación digital es vital para el crecimiento, ya que mejora la eficiencia operativa, amplía el acceso al mercado y mejora la competitividad (Nambisan et al., 2022). La teoría de la innovación disruptiva de Christensen (1997) sugiere que la adopción de tecnologías emergentes ayuda a las pequeñas empresas a competir con las empresas consolidadas. Herramientas como la inteligencia artificial, el big data y el comercio electrónico pueden optimizar la toma de decisiones y la experiencia del cliente (Autio et al., 2023).

Para capitalizar este conocimiento tecnológico, es necesario promover la capacitación en herramientas digitales para emprendedores, como el marketing en redes sociales y el software libre para la gestión financiera disponible ahora en formatos App móvil.

En este punto es de vital importancia promover la mejora progresiva en el acceso a la información y los recursos a través de alianzas con instituciones gestoras como el SENA, Cámara de Comercio y Secretaria de Competitividad de la Alcaldía, así como potenciar las capacidades de los emprendedores a través de programas de formación continua junto con estrategias de difusión eficaces que pueden contribuir a la consolidación de un ecosistema emprendedor potencialmente más dinámico y sostenible.

4.1.3 Dimensión III. Apoyo institucional

Esta dimensión se centra en examinar factores relacionados con el apoyo institucional a los emprendedores y la percepción de los participantes sobre su eficacia. Los datos recopilados abarcan tres aspectos: el conocimiento de los programas y servicios que ofrecen las instituciones de apoyo, la percepción de la eficacia de este apoyo y el reconocimiento de su impacto en el emprendimiento.

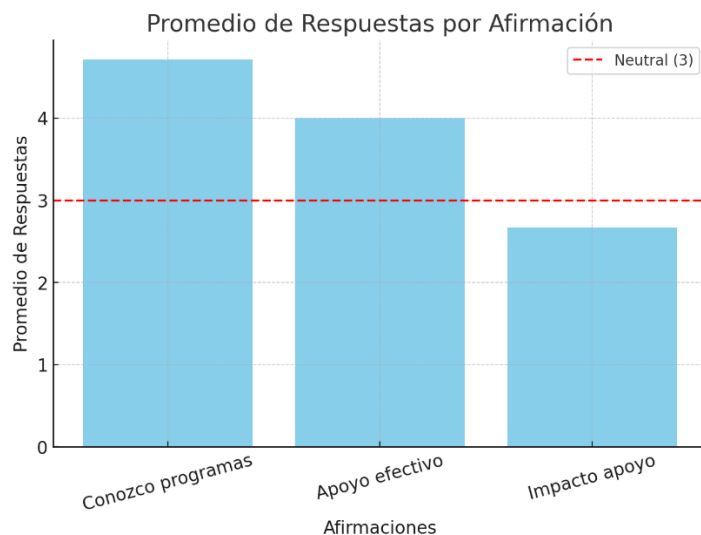
Cada uno de estos aspectos se cuantificó mediante un sistema de calificación que iba de "totalmente de acuerdo" a "totalmente en desacuerdo", lo que permitió una interpretación clara de las actitudes y percepciones de los encuestados. Se identificaron tendencias que reflejan un conocimiento limitado de las iniciativas institucionales de apoyo al emprendimiento y una percepción mixta de su impacto y eficacia.

Para evaluar estas percepciones, se formularon las siguientes afirmaciones: "Conozco los tipos de programas y servicios que ofrecen las instituciones de apoyo a los emprendedores", "Considero que el apoyo institucional al emprendimiento es eficaz" y "Conozco el impacto que el apoyo institucional tiene en el emprendimiento". Los resultados indican una tendencia significativa hacia la falta de conocimiento y confianza en el apoyo institucional. Un alto porcentaje de los encuestados indicó estar en desacuerdo o muy en desacuerdo con su conocimiento de los programas y servicios disponibles, así como con su comprensión de su impacto. Sin embargo, las opiniones fueron más diversas respecto a la eficacia del apoyo institucional, lo que refleja respuestas divididas.

Al analizar las respuestas promedio para cada afirmación, como se muestra en la Figura 11, la mayoría de los participantes otorgó puntuaciones superiores al punto neutro (3) en su conocimiento de los programas de apoyo institucional (puntuación promedio de 4,33) y la eficacia del apoyo institucional para el emprendimiento (puntuación promedio de 4,00); lo que permite inferir que los encuestados enfrentan dificultades para acceder y utilizar estos recursos. Sin embargo, en cuanto al conocimiento del impacto del apoyo institucional, la respuesta promedio fue de 2,67, una puntuación inferior al punto neutro lo que indica un menor grado de reconocimiento de la importancia de estos apoyos para el desarrollo del emprendimiento, es decir, no se consideran estrictamente determinantes para emprender.

Figura 11 Promedio respuestas por afirmación Dimensión III.

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 74



Nota. Los autores.

Los resultados evidencian una tendencia predominante hacia la adopción de posturas de desacuerdo en relación con el nivel de apoyo institucional para el emprendimiento. Específicamente, el valor medio de 4.33 asociado a la afirmación sobre el conocimiento de los programas de apoyo institucional indica un bajo nivel de familiaridad de los encuestados con dichos recursos. De manera complementaria, la media de 4.00 respecto a la percepción sobre la efectividad del apoyo institucional sugiere una valoración negativa generalizada respecto a la capacidad de estos programas para satisfacer adecuadamente las necesidades de los emprendedores. Esta carencia tanto de conocimiento como de confianza hacia los programas de apoyo constituye una barrera relevante que puede obstaculizar el lanzamiento de nuevas iniciativas empresariales, dado que el acceso a financiamiento, asesoría técnica y capacitación especializada es crítico para el desarrollo y sostenibilidad de los proyectos de negocio.

En contraste, el conocimiento relativo al impacto del apoyo institucional en el emprendimiento registró una media de 2.67, reflejando una percepción relativamente más positiva sobre la capacidad de estos programas para influir en la creación y consolidación de empresas. Este hallazgo sugiere que, a pesar de las limitaciones percibidas en términos de acceso y eficacia, los participantes valoran de forma moderada la relevancia del respaldo institucional dentro del ecosistema emprendedor. Así, se evidencia una dicotomía entre la apreciación del impacto potencial del apoyo institucional y las barreras prácticas que dificultan su

aprovechamiento efectivo, destacando la necesidad de implementar estrategias dirigidas a mejorar tanto la difusión como la funcionalidad de estos programas para maximizar su contribución al desarrollo empresarial.

A partir de los hallazgos obtenidos, se derivan varias implicaciones estratégicas relevantes para el diseño y optimización de programas de apoyo al emprendimiento desde la perspectiva metodológica del Design Thinking. Considerando que se dispone de información sólida sobre las percepciones, limitaciones y barreras experimentadas por los emprendedores, el desarrollo de estrategias puede orientarse hacia la formulación de soluciones específicas y focalizadas, sin requerir la implementación adicional de instrumentos diagnósticos. Entre las implicaciones más relevantes se destacan:

- Claridad y accesibilidad en la información sobre recursos de apoyo: Dado que los resultados reflejan una percepción intermedia o baja sobre el conocimiento y acceso a recursos, se puede reconocer que la información sobre recursos de apoyo a menudo resulta densa y poco clara para los emprendedores. Por tanto, es imperativo rediseñar los canales de comunicación, buscando una arquitectura de la información intuitiva y un lenguaje que, aunque preciso, sea fácilmente comprensible. Esto implica optimizar plataformas digitales existentes para que la búsqueda y comprensión de los programas de apoyo al emprendimiento, sea una experiencia fluida y amigable para el usuario final.
- Fortalecimiento de las capacidades emprendedoras: La inclinación hacia la incertidumbre en la gestión de recursos sugiere la necesidad de contenidos prácticos y aplicables en capacitación, enfocados en cómo acceder a financiamiento, gestionar riesgos y aprovechar oportunidades de negocio. Esto puede implementarse a través de materiales interactivos, guías paso a paso y talleres dinámicos en los formatos que los emprendedores ya utilizan y valoran. Estos deben ofrecer contenidos altamente prácticos y aplicables, enfocados en la adquisición de habilidades para la gestión financiera, la mitigación de riesgos y la identificación de oportunidades de mercado.
- Facilitación del acceso a oportunidades: Como los resultados indican una percepción de dificultad en la obtención de apoyos, se pueden simplificar los procesos de postulación a

financiamientos o asesorías, eliminando pasos innecesarios y brindando acompañamiento personalizado para orientar a los emprendedores en el uso de estos recursos.

- Incorporación de la tecnología como herramienta clave: La valoración positiva del impacto de la tecnología en el emprendimiento sugiere que una estrategia efectiva es potenciar su uso en la gestión financiera, comercialización y en la validación y escalamiento de negocios. Se pueden desarrollar módulos específicos sobre herramientas digitales clave, integrados en las capacitaciones ya existentes.
- Iteración y mejora continua de las estrategias de apoyo: En lugar de implementar soluciones rígidas, se pueden realizar ajustes progresivos en los programas de apoyo con base en la retroalimentación directa de los emprendedores que ya interactúan con ellos, asegurando así que las estrategias evolucionen de manera efectiva y sostenible a la par que se van modificando las competencias y percepciones de los emprendedores.

4.1.4 Dimensión IV. Recursos financieros

Esta dimensión se enfocó en analizar aspectos clave relacionados con los recursos financieros disponibles para los emprendedores y la percepción de los participantes sobre su accesibilidad y condiciones. Para ello, se evaluaron tres factores fundamentales: la disposición a utilizar capital propio para fortalecer el emprendimiento, el acceso a préstamos o créditos bancarios y la percepción sobre las tasas de interés ofrecidas por las entidades financieras.

Cada uno de estos elementos fue calificado en una escala que oscila entre "totalmente de acuerdo" hasta "totalmente en desacuerdo", lo que permitió identificar tendencias en la percepción de los emprendedores sobre su acceso a financiamiento. Los resultados reflejan una combinación de posturas, con una inclinación general hacia la dificultad para obtener recursos externos en condiciones favorables.

Para evaluar estas percepciones, se formularon las siguientes afirmaciones: "Estoy en disposición de disponer de un capital propio para fortalecer mi emprendimiento", "Tengo acceso a préstamos o créditos bancarios para emprender" y "Las tasas de interés ofrecidas por entidades bancarias para préstamos comerciales son favorables". Los datos revelan que algunos

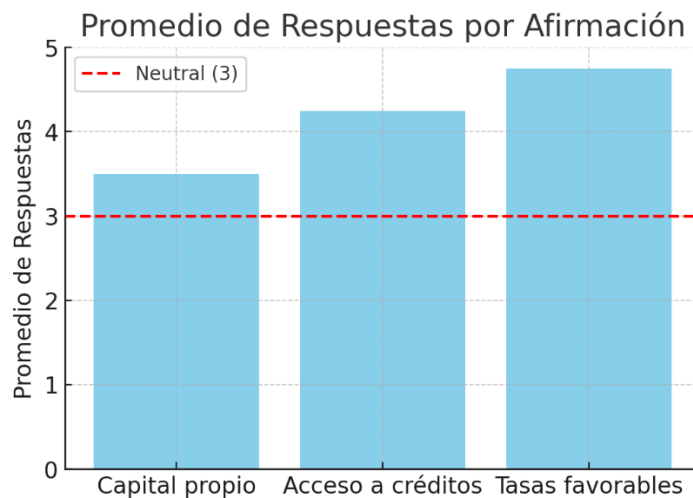
Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 77

emprendedores están dispuestos a invertir su propio capital, mientras que un número considerable de encuestados manifestó estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con tener acceso a financiamiento bancario y considerar favorables las tasas de interés.

Estos hallazgos demuestran que si bien es cierto el capital propio puede ser una alternativa inicial para algunos emprendedores, también es evidente que la falta de acceso a financiamiento externo representa el desafío más importante en la comunidad. Esto resalta la necesidad de estrategias que faciliten el acceso a recursos financieros mediante alternativas más flexibles y adaptadas a las condiciones de los emprendedores, considerando la dinámica económica regional.

En cuanto al análisis del promedio de respuestas por afirmación, como se observa en la figura 12, se visualizan tendencias que reflejan las percepciones de los participantes sobre el acceso a recursos financieros para el emprendimiento. En la afirmación sobre la disposición a utilizar capital propio para fortalecer el negocio, el promedio de respuestas es de 2.75, lo que indica una tendencia neutra, aunque con cierta variabilidad en las respuestas, lo anterior, se explica en que las condiciones socioeconómicas de los miembros de la comunidad de Palma Real II son bastante limitadas dado el nivel de ingreso promedio de las familias. Mientras que al consultar sobre la disposición a acceder a préstamos o créditos bancarios, el promedio de respuestas aumenta a 3.50, lo que lo ubica ligeramente por encima del punto neutral (3). Esto sugiere que los encuestados perciben que aunque se presentan dificultades para acceder a este tipo de financiamiento es un poco más viable acceder a este tipo de apalancamiento. Finalmente, la afirmación sobre la percepción de las tasas de interés ofrecidas por entidades bancarias presenta un promedio de 4.00, lo que refleja un alto nivel de desacuerdo con la idea de que estas condiciones sean favorables para el impulso del emprendimiento en la comunidad. Esto permite concluir que efectivamente la mayoría de los encuestados considera las tasas de interés como un obstáculo definitivo para la obtención de financiamiento para sus iniciativas productivas.

Figura 12 Promedio respuestas por afirmación Dimensión IV



Nota. Los autores.

Algunas implicaciones clave derivadas de estos hallazgos, en el marco de la presente investigación y que merecen la pena ser analizadas, son:

- Muchos emprendedores no cuentan con capital propio para fortalecer sus negocios y perciben dificultades en el acceso a financiamiento bancario debido a tasas de interés desfavorables. Esto resalta la necesidad de un proceso de empatización más profundo con los emprendedores para identificar soluciones adaptadas a sus condiciones económicas.
- La baja disposición de capital y el limitado acceso a créditos señalan que una de las principales barreras para el emprendimiento es la falta de recursos financieros. Por lo tanto, las estrategias deben enfocarse en definir este problema con claridad y diseñar soluciones que permitan a los emprendedores acceder a fuentes alternativas de financiamiento o modelos de negocio con menor inversión inicial.
- Dado que el acceso a financiamiento es un factor crítico, cualquier estrategia diseñada debe ser probada en pequeños grupos de emprendedores para validar su efectividad, adaptarse a sus necesidades y mejorar continuamente con base en su retroalimentación.
- La percepción negativa sobre las tasas de interés y el acceso a crédito indica la necesidad de estrategias de comunicación que expliquen de manera sencilla y accesible las

oportunidades disponibles, ayudando a los emprendedores a tomar decisiones informadas.

Con base en estos hallazgos, la ruta de fortalecimiento del emprendimiento debe considerar soluciones que contemplen esquemas de financiamiento flexibles, alianzas con instituciones financieras para condiciones preferenciales, o modelos colaborativos de inversión y apoyo mutuo entre emprendedores.

4.1.5 Dimensión V. Recursos tecnológicos y físicos

Esta dimensión se orientó en examinar aspectos clave relacionados con la disponibilidad de servicios básicos, equipos e insumos necesarios para el desarrollo y fortalecimiento de los potenciales emprendimientos en la comunidad. Para ello, se evaluaron tres factores determinantes: el acceso a servicios esenciales como agua, electricidad y telecomunicaciones, la disponibilidad y costo de equipos y materiales, y la percepción sobre la viabilidad de emprender en el contexto socioeconómico del barrio Palma Real II y el municipio de Granada-Meta.

Cada uno de estos elementos fue calificado en una escala que varía desde "totalmente de acuerdo" hasta "totalmente en desacuerdo", lo que permitió identificar tendencias en la percepción de los emprendedores sobre las condiciones tecnológicas y físicas que influyen en su actividad. Los resultados reflejan una combinación de posturas, con una inclinación general hacia el reconocimiento del acceso a servicios básicos, aunque persisten desafíos en cuanto a la asequibilidad de insumos y equipos.

Con el propósito de evaluar estas percepciones, se formularon las siguientes afirmaciones: "Tengo acceso a servicios básicos como agua, electricidad y telecomunicaciones (internet, teléfono móvil, computador) para poder emprender", "La disponibilidad y el costo de equipos, insumos y maquinaria necesarios para mantener y/o fortalecer mi emprendimiento en mi contexto inmediato son favorables" y "Considero que emprender o iniciar un negocio en Palma Real II es viable teniendo en cuenta las condiciones socioeconómicas del barrio y el municipio de Granada-Meta". Los datos revelan que, si bien la mayoría de los participantes cuentan con servicios básicos, existen opiniones divergentes respecto a la accesibilidad y costo

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 80

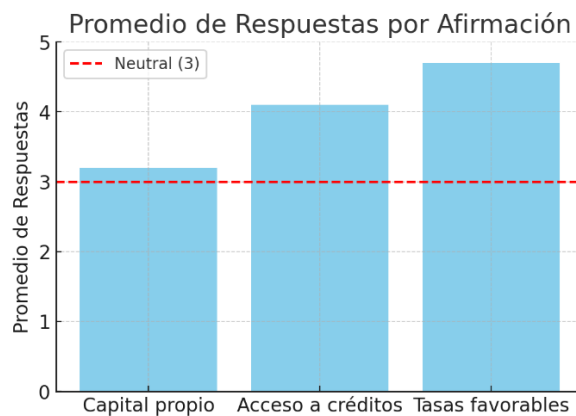
de los recursos necesarios para el emprendimiento. Además, la percepción sobre la viabilidad de emprender en la zona presenta variaciones, con algunos encuestados expresando dudas o desacuerdo.

Lo anterior evidencia que, aunque el acceso a infraestructura básica es un punto a favor, la disponibilidad y asequibilidad de insumos y equipos que complementen cualquier iniciativa productiva desde la comunidad sigue representando un desafío. Sobresale aquí la necesidad de estrategias que faciliten el acceso a herramientas y recursos tecnológicos mediante programas de financiamiento, subsidios o redes de colaboración entre emprendedores para optimizar los recursos existentes.

Al analizar el promedio de respuestas por afirmación, el cual se detalla en la siguiente figura, se identifican tendencias que reflejan las percepciones de los participantes sobre el tema en cuestión. En la afirmación sobre el acceso a servicios básicos como agua, electricidad y telecomunicaciones, el promedio de respuestas es de 1.00, que indica un consenso absoluto en torno a su disponibilidad. En cuanto a la disponibilidad y costo de equipos, insumos y maquinaria necesarios para el emprendimiento, el promedio de respuestas es de 1.33, lo que muestra una fuerte inclinación hacia la percepción positiva, aunque con una ligera variabilidad en las respuestas.

Ahora bien, la afirmación sobre la viabilidad de emprender en Palma Real II, teniendo en cuenta las condiciones socioeconómicas del barrio y el contexto del municipio de Granada-Meta, obtuvo un promedio de 3.00, situándose en un punto neutral. Esto sugiere que, si bien algunos de los encuestados consideran viable el emprendimiento en este contexto, existen percepciones mixtas que pueden estar influenciadas por factores económicos y sociales o percepciones creadas con base a sus propias vivencias.

Figura 13 Promedio respuestas por afirmación Dimensión V



Nota. Los autores.

Partiendo de los hallazgos derivados de la quinta dimensión, se identifican una serie de aspectos clave para tener en cuenta para la proposición de la metodología, siendo estos:

- Los emprendedores de Palma Real II enfrentan importantes limitaciones en el acceso a financiamiento, ya que perciben dificultades para obtener créditos bancarios y consideran que las tasas de interés son un obstáculo. Aunque algunos están dispuestos a invertir su propio capital, esta no es una solución sostenible para todos, lo que resalta la necesidad de explorar opciones de financiamiento más accesibles. Además, existen barreras económicas y de acceso a recursos que restringen el crecimiento y consolidación de los emprendimientos en la comunidad.
- A partir del análisis, se identifican tres problemas principales que deben abordarse: la dificultad para acceder a financiamiento sostenible, la desconfianza en las opciones de crédito existentes y la necesidad de garantizar que los emprendimientos generen un impacto positivo en términos económicos, sociales y ambientales. La pregunta clave es cómo facilitar el acceso a recursos financieros y diseñar estrategias que permitan el desarrollo de negocios sostenibles en la comunidad.
- Para abordar estos desafíos, se pueden implementar estrategias como la creación de fondos de microcrédito comunitarios con tasas accesibles, el desarrollo de programas de educación financiera y capacitación en inversión y manejo de crédito, la formación de alianzas con entidades financieras y gubernamentales para mejorar las condiciones de

financiamiento y la promoción de modelos de negocio sostenibles basados en economía circular, aprovechamiento de recursos locales y reducción del impacto ambiental.

- Las soluciones propuestas deben probarse a través de programas piloto que permitan evaluar su viabilidad en la comunidad. Esto puede incluir la implementación de sistemas de financiamiento accesibles con el apoyo de instituciones aliadas, el desarrollo de herramientas digitales o físicas para la gestión de créditos y la evaluación del impacto de los programas de capacitación en la toma de decisiones financieras de los emprendedores.
- Es de vital importancia recoger la retroalimentación de los emprendedores sobre las estrategias implementadas para realizar ajustes y optimizaciones según sus necesidades y barreras específicas. Además, se debe medir el impacto de estas iniciativas en términos de sostenibilidad económica, social y ambiental, garantizando que los emprendimientos impulsados no solo sean viables financieramente, sino que también contribuyan al bienestar de la comunidad y al desarrollo sostenible.

4.1.6 Dimensión VI Asociatividad para el emprendimiento

El análisis en esta dimensión buscó validar el nivel de importancia que toma la asociatividad como un factor clave para el fortalecimiento del emprendimiento en la comunidad de Palma Real II, en Granada, Meta. Para lograrlo, se evaluaron cuatro aspectos clave: la disposición a participar en ferias o eventos empresariales, la percepción sobre la colaboración con otros emprendedores a través de asociaciones comerciales, la apertura a realizar colaboraciones comerciales con emprendedores locales y la creencia en el impacto positivo de proyectos conjuntos en la comunidad. Cada uno de estos elementos fue calificado en una escala que varía desde "totalmente de acuerdo" hasta "totalmente en desacuerdo", permitiendo identificar tendencias en la disposición de los emprendedores a trabajar en conjunto para potenciar sus negocios.

Los resultados permiten identificar una fuerte inclinación hacia la cooperación como una ruta viable para el impulso del emprendimiento, con una mayoría de participantes manifestando estar "totalmente de acuerdo" en todos los aspectos evaluados, lo que indica un alto nivel de interés en la asociatividad como estrategia de crecimiento. No obstante, se registró un grupo

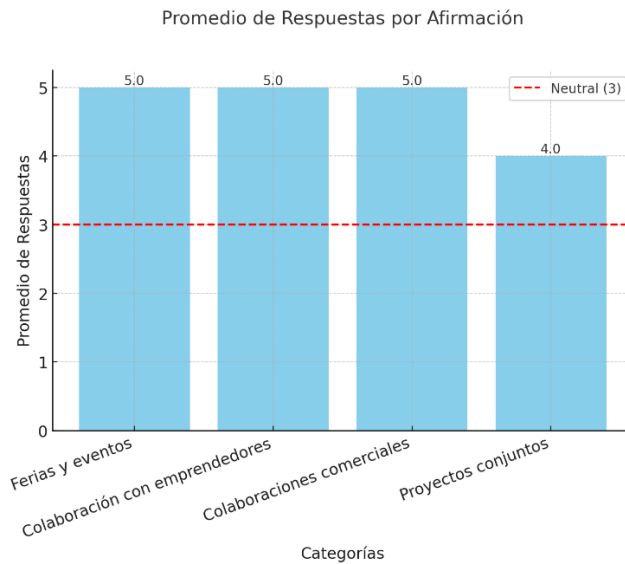
minoritario con posturas neutrales, lo que sugiere la necesidad de desarrollar iniciativas que fomenten la confianza y demuestren los beneficios concretos de la colaboración entre miembros de la comunidad con afinidad hacia el emprendimiento. A la luz de estos resultados, cobra especial importancia la necesidad de diseñar estrategias que impulsen la integración de los emprendedores a través de redes de apoyo, eventos de networking y plataformas de colaboración que faciliten el desarrollo de proyectos conjuntos y el acceso a oportunidades de mercado.

Al evaluar los promedios de respuestas por afirmación, los cuales se presentan en la siguiente figura, se logran identificar tendencias que reflejan las percepciones de los participantes sobre la importancia de la asociatividad para el fortalecimiento del emprendimiento en Palma Real II. En la afirmación sobre la disposición a participar en ferias o eventos empresariales, el promedio de respuestas es de 1.00, lo que indica un consenso absoluto en torno a la relevancia de estos espacios de encuentro para impulsar los negocios locales. De manera similar, la afirmación sobre la colaboración con otros emprendedores a través de asociaciones comerciales obtuvo un promedio de 1.00, reflejando una percepción ampliamente positiva sobre el impacto de estas redes de cooperación en el crecimiento empresarial.

Asimismo, la afirmación sobre la disposición a realizar colaboraciones comerciales con otros emprendedores locales registró un promedio de 1.00, consolidando la idea de que la interacción entre negocios es vista como una estrategia clave para fortalecer el ecosistema emprendedor de la comunidad. Sin embargo, en la afirmación sobre la participación en proyectos conjuntos con otros negocios locales para potenciar el emprendimiento, el promedio de respuestas fue de 3.00, situándose en un punto neutral. Esto sugiere que, aunque existe una alta disposición a la colaboración, algunos emprendedores pueden tener reservas o dudas sobre la viabilidad o efectividad de estos proyectos.

Se concluye sobre esta dimensión, que existe una percepción favorable hacia la asociatividad como motor del emprendimiento, con una inclinación clara hacia la cooperación y la creación de redes de apoyo. No obstante, la postura neutral respecto a la participación en proyectos conjuntos sugiere la necesidad de iniciativas que fortalezcan la confianza en estos procesos y evidencien sus beneficios a través de experiencias exitosas dentro de la comunidad.

Figura 14 Promedio respuestas por afirmación Dimensión VI



Nota. Los autores.

Partiendo de los hallazgos de la sexta dimensión, se plantean las siguientes consideraciones para el diseño de la metodología:

- La mayoría de los encuestados están totalmente de acuerdo en participar en ferias, eventos empresariales y asociaciones comerciales, lo que indica un interés genuino en la cooperación y en fortalecer redes de apoyo. Además, existe consenso en que la colaboración con otros emprendedores y negocios locales impulsa el potencial emprendedor en la comunidad. Sin embargo, la presencia de respuestas neutrales sugiere que algunos emprendedores pueden tener inquietudes o barreras para colaborar, como falta de confianza, experiencias previas negativas o desconocimiento de beneficios.
- Es fundamental diseñar espacios de vinculación efectiva, ya que, aunque hay interés en la asociatividad, se necesitan mecanismos claros y atractivos para fomentar la participación activa de los emprendedores. Además, se deben implementar estrategias para superar posibles barreras de confianza, dado que la respuesta neutral de algunos participantes sugiere temores o desconocimiento sobre cómo la colaboración beneficiaría su negocio. Asimismo, es importante garantizar inclusión y equidad en estos espacios, asegurando

que todos los emprendedores, independientemente de su experiencia o recursos, puedan acceder a estas iniciativas.

- Para fortalecer el ecosistema emprendedor de Palma Real II, se pueden desarrollar eventos de networking y aprendizaje que permitan el intercambio de conocimientos y recursos entre los emprendedores. También es clave la creación de plataformas de colaboración, como asociaciones o redes de apoyo, que fomenten el trabajo conjunto en proyectos sostenibles. Finalmente, es recomendable ofrecer capacitaciones sobre modelos de negocio sostenibles, abordando temas como economía circular, producción responsable y financiamiento ético, para asegurar que los emprendimientos sean económicamente viables y socialmente responsables.
- Para probar las iniciativas planteadas, se pueden desarrollar ferias de emprendimiento con un enfoque en sostenibilidad, donde los participantes tengan la oportunidad de exhibir y comercializar sus productos o servicios. También se pueden organizar talleres prácticos sobre la importancia de las alianzas estratégicas entre emprendedores, brindando herramientas para fomentar la colaboración. Además, la implementación de proyectos piloto de cooperación entre negocios locales permitirá evaluar la viabilidad y el impacto de las iniciativas en un entorno real.
- Es esencial medir la participación y satisfacción de los emprendedores en cada actividad para identificar oportunidades de mejora. La recopilación de retroalimentación permitirá comprender las principales barreras y motivaciones en la colaboración, facilitando la adaptación de la metodología a las necesidades específicas de la comunidad. Finalmente, se deben realizar ajustes continuos en la estrategia con base en los aprendizajes obtenidos en cada fase, asegurando que el enfoque de Design Thinking sea dinámico y efectivo en la promoción del emprendimiento sostenible en Palma Real II.

1.3.1 Dimensión VII Potencial emprendedor

Por último, se analizó la dimensión denominada *potencial emprendedor* con el propósito de examinar diversas variables relacionadas con la motivación y las percepciones de los participantes hacia el emprendimiento y la creación de negocios propios considerando que parte

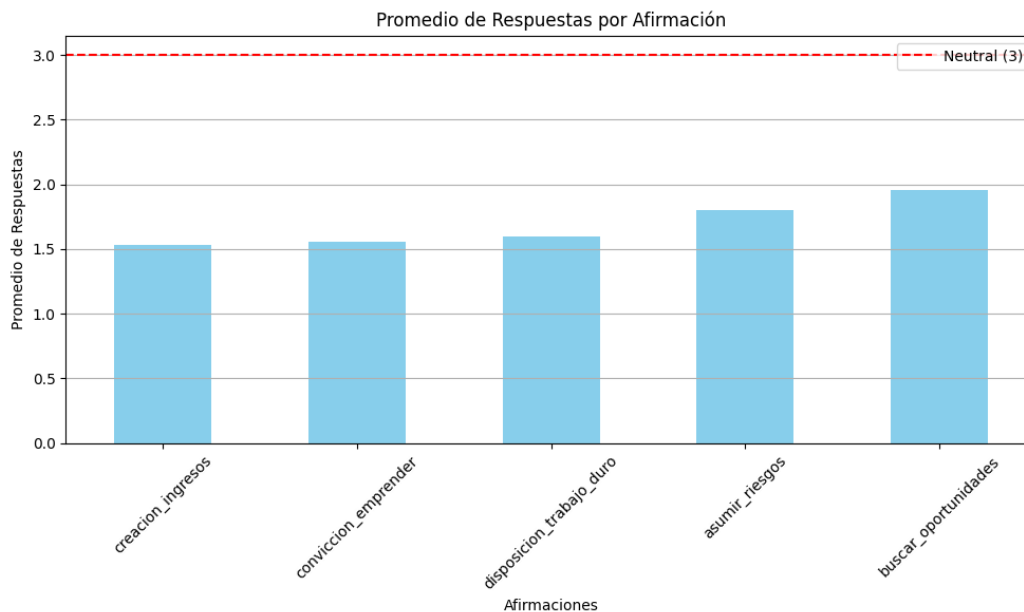
de esta motivación se construye desde el Ser. Los datos recolectados abarcan cinco aspectos clave: la motivación para generar ingresos a través de la creación de un negocio, la convicción de emprender en el futuro, la disposición a trabajar arduamente en nuevos proyectos, la disposición a asumir riesgos, y la búsqueda activa de oportunidades de negocio.

Cada una de estas dimensiones se ha cuantificado a través de un sistema de calificación que varía desde "totalmente de acuerdo" hasta "totalmente en desacuerdo", permitiendo así una interpretación más clara de las actitudes y perspectivas de los encuestados. A lo largo de este análisis, se identificaron patrones, correlaciones y tendencias que pueden ofrecer insights sobre el ecosistema emprendedor y la mentalidad de los potenciales emprendedores.

Cabe destacar que se formularon las siguientes afirmaciones para evaluar las opiniones de los encuestados: "Me motiva generar ingresos con la creación de un negocio propio." "Tengo la convicción de generar un negocio propio (emprendimiento) en el futuro." "Estoy dispuesto/a trabajar duro y dedicar tiempo y esfuerzo para desarrollar un nuevo proyecto productivo." "Estoy dispuesto/a asumir riesgos financieros y personales para desarrollar un nuevo proyecto productivo." "Constantemente busco nuevas oportunidades de negocio que me permitan desarrollar un nuevo proyecto productivo." Los participantes respondieron a cada afirmación utilizando un sistema de calificación que va desde "totalmente de acuerdo" hasta "totalmente en desacuerdo", definido de la siguiente manera: Totalmente de acuerdo = 1 De acuerdo = 2 Neutral = 3 En desacuerdo = 4 Totalmente en desacuerdo = 5.

Para analizar las respuestas dadas por los encuestados en esta sección, inicialmente se propone un análisis de respuestas por afirmación, siendo que, tal como se observa en la siguiente figura, la mayoría de los participantes se posicionan en valores bajos de la escala.

Figura 15 Promedio de respuestas por afirmación dimensión VIII



Nota. Los autores.

Lo anterior indica una tendencia general a estar de acuerdo o totalmente de acuerdo con las afirmaciones relativas al emprendimiento. Por ejemplo, la media de la convicción para emprender es de 1.9, lo que sugiere que los encuestados tienen una fuerte creencia en su capacidad para emprender. De manera similar, la disposición para trabajar duro tiene una media de 2.1, lo que muestra que los participantes también están dispuestos a poner esfuerzo en el proceso emprendedor expresado en horas de trabajo o de capacitación para sacar adelante sus iniciativas productivas. Lo anterior, da cuenta de un perfil emprendedor positivo, con una actitud generalizada hacia el trabajo y el esfuerzo necesarios para alcanzar el éxito en los negocios.

Este perfil emprendedor, identificado a través de las dimensiones evaluadas, tiene importantes implicaciones para el diseño e implementación de la metodología propuesta en el proyecto, a saber:

- Motivación para generar ingresos a través de la creación de negocios: La motivación para emprender, reflejada en una media de 1.9, es un componente central en el desarrollo de iniciativas sostenibles y proyectos de innovación. Según la teoría de la motivación humana (Maslow, 1943), la búsqueda de seguridad económica es uno de los impulsores

básicos del comportamiento humano. En este contexto, una alta motivación para generar ingresos puede ser vista como una base sólida para involucrar a la población en proyectos de emprendimiento sostenible. Estudios recientes han demostrado que las personas con fuertes motivaciones económicas tienen una mayor probabilidad de comprometerse con iniciativas productivas innovadoras.

- Convicción de emprender en el futuro: el bajo promedio obtenido en esta afirmación refuerza la idea de que los participantes tienen una autopercepción positiva sobre su capacidad para emprender. Según Bandura (1986) y su teoría de la autoeficacia, las personas que creen firmemente en su capacidad para lograr metas tienden a persistir en los esfuerzos necesarios para alcanzarlas, incluso frente a obstáculos. Este hallazgo sugiere que los participantes tienen el potencial de convertirse en agentes del cambio dentro de su comunidad, una fortaleza que puede ser aprovechada para la implementación de la metodología basada en Design Thinking.
- Disposición al esfuerzo y al trabajo arduo: la disposición a trabajar arduamente, con una media de 2.1, indica una mentalidad orientada al esfuerzo, característica esencial para el éxito en cualquier proyecto emprendedor. Esta actitud refleja valores que son consistentes con la teoría de los recursos humanos en el emprendimiento, que señala que la resiliencia, el esfuerzo y el compromiso son determinantes para la sostenibilidad de las iniciativas productivas (Bosma et al., 2020). Esto posiciona a la población como un grupo con altas probabilidades de ejecutar proyectos innovadores si se les proporciona las herramientas adecuadas.
- Disposición a asumir riesgos: el emprendimiento, especialmente en contextos de vulnerabilidad como Palma Real II, requiere una disposición para asumir riesgos financieros y personales. Aunque no se menciona explícitamente los medios en este aspecto, la tendencia a valores bajos en la escalada sugiere que los participantes están dispuestos a tomar decisiones audaces para desarrollar nuevos proyectos. Este es un indicador clave para evaluar la viabilidad de implementar modelos de negocio basados en la innovación y la sostenibilidad (Knight, 1921; Kihlstrom & Laffont, 1979).
- Búsqueda activa de oportunidades de negocio: la inclinación de los participantes a buscar activamente nuevas oportunidades refuerza el perfil emprendedor identificado. Según la

teoría de oportunidades emprendedoras de Shane y Venkataraman (2000), la capacidad de reconocer y explotar oportunidades es un elemento esencial para el desarrollo de nuevos negocios. Este hallazgo destaca la necesidad de fortalecer habilidades como la creatividad y la identificación de oportunidades, pilares centrales del Design Thinking.

En términos generales, desde un análisis descriptivo, los resultados reflejan un ecosistema emprendedor positivo en términos de disposición y motivación entre los miembros de la comunidad de Palma Real II, lo que permite inferir que los participantes están bien posicionados para aprovechar los beneficios de la metodología basada en Design Thinking. Además, la autoconfianza y la disposición a asumir riesgos indican que los miembros de la comunidad tienen el perfil necesario para liderar iniciativas que promuevan el desarrollo sostenible.

Desde otra óptica, el análisis de correlaciones entre las variables muestra relaciones interesantes. La correlación más fuerte se encuentra entre la creación de ingresos y la convicción para emprender (0.76), lo que indica que aquellos que creen en su capacidad para emprender también tienden a estar más dispuestos a generar ingresos a través de la implementación de una iniciativa productiva. Además, la convicción para emprender también está positivamente correlacionada con la disposición para trabajar duro (0.64), lo que sugiere que quienes están convencidos de emprender están más dispuestos a enfrentar el esfuerzo necesario. Del mismo modo, existe una correlación moderada entre asumir riesgos y buscar oportunidades (0.62), lo que señala que los individuos que están dispuestos a asumir riesgos tienden a ser más proactivos en la búsqueda de nuevas oportunidades de negocio.

La disposición para trabajar duro y la capacidad para asumir riesgos también muestran una correlación positiva moderada (0.50), lo que implica que aquellos que están dispuestos a poner el esfuerzo necesario en su emprendimiento son igualmente más propensos a aceptar los riesgos que conlleva emprender. Por otro lado, aunque hay correlaciones positivas entre algunas variables, como entre la búsqueda de oportunidades y las demás características, estas son más débiles en comparación con las relaciones anteriores, lo que sugiere que la búsqueda activa de oportunidades no está tan estrechamente vinculada con las actitudes hacia el trabajo duro o la toma de riesgos en este conjunto de datos.

A continuación, se presenta la gráfica desde la cual se detallan las correlaciones identificadas:

Figura 16 Matriz de correlación



Nota. Los autores.

Al analizar las cifras asociadas a las correlaciones identificadas desde una óptica teórica, resultan interesantes las siguientes aseveraciones:

- El emprendimiento, como proceso que integra factores económicos, sociales y psicológicos, ha sido abordado desde múltiples perspectivas teóricas. Drucker (1985) definió al emprendedor como un solucionador de problemas en entornos de incertidumbre, lo cual se alinea con la alta correlación (0.76) observada entre la convicción para emprender y la creación de ingresos. Esto indica que la autoeficacia y la creencia en las propias capacidades juegan un papel fundamental en la disposición para generar valor económico mediante iniciativas emprendedoras. Bandura (1997) resalto como la autoeficacia influye en la motivación de las personas y persistir en sus metas así sean difíciles, lo que sugiere a las personas que crean en sus capacidades y se animen a actuar correctamente para tomar decisiones correctas en contextos empresariales.

- La alta correlación entre la convicción para emprender y estar dispuesto a trabajar duro de (0.64) en los resultados del instrumento muestra cómo el compromiso es esencial en la construcción de un proyecto productivo. Según el modelo de comportamiento planificado de Ajzen (1991), las actitudes hacia el esfuerzo están mediadas por la percepción de control y los valores individuales, esto indica que quienes confían en sus ideas se esfuerzan para lograr sus metas.
- La correlación moderada (0.62) entre asumir riesgos y buscar oportunidades se alinea con la conceptualización del emprendedor como un innovador dispuesto a enfrentar incertidumbre, tal como lo describe Schumpeter (1934). Esto demuestra que asumir riesgos ayuda a encontrar y aprovechar oportunidades de negocio que otros no ven con facilidad, estudios recientes coinciden en que los emprendedores más exitosos suelen tomar riesgos como una forma de innovar. (AlAli et al., 2023).
- La correlación entre la disposición para trabajar duro y la capacidad para asumir riesgos (0.50) apunta a una intersección importante en el perfil del emprendedor, saber enfrentar dificultades es clave para avanzar en el mundo del emprendimiento (Callejas et al., 2020). Esta combinación de características personales fortalece la capacidad de los emprendedores para mantenerse comprometidos a pesar de los obstáculos.
- El hecho de que la búsqueda de oportunidades tengan una relación débil con otras variables podría indicar que este comportamiento depende mucho del contexto. Según el Global Entrepreneurship Monitor (2023), en regiones donde las oportunidades de mercado son limitadas, los emprendedores tienden a centrarse más en estrategias de supervivencia que en iniciativas proactivas, lo que podría explicar estos resultados en el contexto estudiado.

A partir de lo observado en las motivaciones y percepciones de los participantes sobre el emprendimiento y la creación de negocios propios, se considera implementar el Design Thinking acorde a las siguientes fases:

Tabla 3 Fases propuestas

Fases	Descripción
<p>Fase de Empatía: Esta fase es fundamental porque define la calidad del entendimiento del usuario y del contexto socioeconómico en el que se encuentran. Desde una perspectiva teórica, se enfoca en comprender al usuario más allá de los datos cuantitativos, incluyendo factores emocionales, culturales y ambientales que afectan su comportamiento y decisiones.</p>	<p>1. Uso de datos económicos: La teoría de los sistemas (Von Bertalanffy, 1968) sugiere que los individuos están influenciados por su entorno económico, lo que significa que analizar datos salariales permiten identificar con mayor claridad las barreras que enfrentan los futuros emprendedores. Estos datos permiten entender el poder adquisitivo, cuáles son sus límites financieros y si tienen opciones reales para invertir. Autores como Sen (1999), en su teoría de las capacidades, plantea que la riqueza económica no solo es reflejo del ingreso financiero, sino en la capacidad de las personas en cumplir sus objetivos. Este análisis es clave para diseñar soluciones que se puedan costear y se ajusten a su entorno.</p> <p>2. Análisis de motivaciones y barreras: Según Deci y Ryan (1985) en la teoría de la autodeterminación, explican que las personas actúan motivadas tanto por razones internas como el deseo de superarse y sentirse independiente, pero también influyen incentivos externos, como recibir dinero o ser reconocidas por otros. Identificar estas motivaciones permite desarrollar estrategias que resuenen con las aspiraciones de los usuarios. Por otro lado, identificar barreras, como la falta de conocimientos técnicos o apoyo financiero, se relaciona con la teoría de la inequidad (Adams, 1963), que establece que las percepciones de desventaja pueden desmotivar la acción si no se abordan de manera adecuada.</p> <p>3. Creación de perfiles de usuario:</p>

- Nivel de experiencia laboral: Según Kolb (1984), la experiencia laboral afecta cómo las personas perciben y enfrentan problemas. Las personas con mayor experiencia laboral tienden a sentirse más seguras y a contar con herramientas que les sirven al momento de iniciar un emprendimiento.
- Rango salarial: Porter (1990) una buena estrategia económica toma en cuenta la cantidad a invertir o que puede gastar cada persona. Los perfiles salariales permiten clasificar a los emprendedores en grupos con necesidades y capacidades distintas.
- Disposición al emprendimiento: Basado en Bandura (1997), explica que creer en las propias capacidades es fundamental para que una persona decida emprender. Aquellos que creen en su capacidad para emprender tienen más probabilidades de actuar e iniciar un negocio.
- Nivel de aversión al riesgo: Kahneman y Tversky (1979) muestran como las personas enfrentan la incertidumbre, sus decisiones cambian según el nivel de riesgo que perciben. Conocer cuánto riesgo está dispuesto a asumir el emprendedor permite ofrecer diferentes alternativas que se ajusten mejor a sus miedos e inseguridades.

Fase de Definición: La fase de definición sintetiza los datos obtenidos en la etapa de empatía para identificar problemas y desafíos clave que deben abordarse. Esta etapa establece

1. Identificación de problemas específicos:

- Brechas entre ingresos actuales y aspiraciones: Según la teoría de la motivación de Maslow (1943), las necesidades económicas básicas deben satisfacerse antes de que las personas puedan aspirar a metas más altas. Identificar esas
-

una dirección clara para las soluciones.

diferencias s permite enfocar los esfuerzos en resolver primero lo esencial para los usuarios como alimentación o pago de servicios.

- Barreras para el emprendimiento: La teoría del capital humano (Becker, 1964) destaca la importancia de las habilidades y conocimientos es fundamental en el éxito del emprendedor. Las barreras, como la falta de capacitación o no tener contactos, deben abordarse como las primeras acciones para impulsar al emprendedor.
- Necesidades de capacitación: Según Vygotsky (1978), explica que las personas aprenden mejor cuando están acompañadas por quienes tienen más experiencia, dentro de un entorno colaborativo. Esto sugiere que las necesidades de capacitación deben diseñarse en entornos participativos y personalizados.

2. Definición de statements claros:

- "Los trabajadores con experiencia limitada necesitan formación básica en finanzas y marketing." Este tipo de declaración refleja un enfoque práctico y adaptado al contexto del usuario.
- Para usuario (Brown, 2009), "Los perfiles conservadores requieren acceso a financiamiento seguro y modelos de negocio de bajo riesgo." Este tipo de afirmaciones permiten construir respuestas más útiles y aplicables al contexto real de las personas.

Fase de Ideación: en esta fase, se generan múltiples ideas para

1. Diseño de soluciones basadas en perfiles:

resolver los problemas identificados. El pensamiento divergente y la creatividad son fundamentales.

- Disposición al riesgo: Según la teoría prospectiva (Kahneman y Tversky, 1979), los emprendedores con mayor tolerancia al riesgo pueden beneficiarse de modelos innovadores, mientras que los más conservadores necesitan estructuras más predecibles.
- Capacidad de inversión: Las soluciones deben ser escalables, como microcréditos o asociaciones cooperativas, permitiendo que los emprendedores inviertan según sus posibilidades (Yunus, 2007).
- Tiempo disponible: Giddens (1984) destaca que la disponibilidad de tiempo está influenciada por dinámicas sociales, laborales y familiares. Las propuestas deben ser flexibles para acomodarse a estos factores.

2. Propuestas específicas:

- Programas de mentoría escalonados: Según la teoría del aprendizaje social (Bandura, 1986), el aprendizaje mediante modelos (mentores) puede acelerar el desarrollo de habilidades críticas.
 - Modelos de negocio híbridos: Combinan estabilidad financiera con flexibilidad, basándose en la idea de emprendimiento incremental (Baumol, 1993).
 - Estructuras de financiamiento flexible: Inspiradas en Stiglitz y Weiss (1981), las estructuras de financiamiento inclusivo, como los microcréditos, pueden fomentar la participación de emprendedores con recursos limitados.
-

Fase de Prototipado: el prototipado materializa las ideas en soluciones tangibles para ser probadas en un entorno real.

1. Diseño de prototipos según perfil:

- Proyectos de bajo riesgo: Según Kaplan y Garrick (1981), los prototipos son ideales para minimizar la exposición al fracaso y generar mayor seguridad en el emprendedor.
- Proyectos escalables: Inspirados en Schumpeter (1934), los prototipos buscan aprovechar la capacidad de innovación de quienes se arriesgan para obtener mayores beneficios económicos.
- Modelos part-time: Estos prototipos permiten a los emprendedores combinar un empleo formal con su proyecto, ayudándoles a empezar su emprendimiento sin arriesgar todos sus ingresos desde el inicio.

2. Elementos desarrollados:

- Planes de negocio modelo: Según Osterwalder y Pigneur (2010), proponen los modelos Canvas como una herramienta sencilla que permiten visualizar y estructurar todos los componentes clave de un negocio.
 - Guías de implementación: Siguiendo a Kotler (2003), estas guías deben ser prácticas y adaptables a diferentes realidades del entorno de cada emprendedor.
 - Herramientas de evaluación financiera: Markowitz (1952) destaca la importancia de evaluar los riesgos y retornos para asegurar que este sea sostenible en el tiempo.
-

Fase de Testeo. La etapa final valida los prototipos mediante pruebas piloto.

1. Pruebas piloto adaptadas:

- Las variaciones en los niveles de riesgo, inversión inicial y dedicación permiten descubrir qué enfoque funciona mejor para cada tipo de emprendedor (Kaplan & Norton, 1996).
- Implementar programas piloto iterativos asegura que las soluciones se ajusten continuamente a las necesidades cambiantes de los emprendedores.

2. Métricas de éxito:

- Viabilidad financiera: Basada en el análisis costo-beneficio (Weimer & Vining, 1992), mide la sostenibilidad económica del negocio.
- Satisfacción personal: Maslow (1943) sentirse realizado personalmente es una forma de éxito. Medir qué tan satisfecho se siente el emprendedor es importante.
- Balance trabajo-emprendimiento: Según Covey (1989), encontrar un equilibrio entre el trabajo y la vida personal es esencial para el bienestar y la productividad.

Nota. Los autores.

4.2. Proposición plan de acción

En el presente apartado se presentan los resultados desde los cuales se da logro al segundo objetivo específico propuesto, es decir, proponer un plan de acción basado en Design Thinking que integre estrategias para impulsar el emprendimiento sostenible y proporcione una ruta de asistencia técnica en Palma Real II. Para esto, inicialmente se plantea el desarrollo protocolo PRISMA, el cual complementa los hallazgos derivados del cuestionario aplicado.

Fase 1 Criterios de Elegibilidad.

Este ítem, el primero de la sección denominada Método de la Guía PRISMA, tiene como finalidad especificar los criterios de inclusión y exclusión para la revisión y el cómo se agruparon los estudios para la síntesis. Dado esto, inicialmente se proponen las palabras claves en función de las cuales se orientará la búsqueda, seguido a esto se especifican los criterios de inclusión, siendo que se tienen en cuenta aspectos como las palabras clave, el rango temporal de publicación, la ubicación geográfica en la que se centran los artículos, su idioma, la accesibilidad, entre otros. Así mismo, como criterios de exclusión se consideran aspectos como la tipología de la investigación y el aporte que suponen a la temática de investigación propuesta.

Las palabras clave, aquellas que se espera estén presenten el título o el resumen de las investigaciones a seleccionar, son las siguientes:

Tabla 4 Palabras clave

PALABRAS CLAVE	KEYWORDS
Design Thinking	Design Thinking
Emprendimiento sostenible	Sustainable entrepreneurship
Comunidades rurales	Rural communities
Desarrollo comunitario	Community development

Nota. Los autores.

Al analizar esta tabla se destaca que en total se tomaron como referente 4 palabras claves en función de las cuales se realizó la búsqueda, tanto en español como en inglés. En cuanto a los criterios de inclusión y exclusión propuestos, están los referidos en la siguiente tabla:

Tabla 3

Criterios de Inclusión y exclusión

Criterios	Descripción
Exclusión	C1. documentos que no se caractericen como artículos de investigación
	C2. No aportan con suficiencia a la temática de investigación propuesta.

Inclusión	C3. Publicados entre 2019 y 2024
	C4. En español o inglés
	C5. De acceso abierto

Al analizar estos últimos, con los cuales se terminan de proponer los elementos que hacen parte de los criterios de elegibilidad, se destaca como criterios de exclusión dos: la tipología de los documentos, siendo que en esencia se aceptan únicamente artículos de investigación, y el aporte que representan para la temática de investigación propuesta. Así mismo, como criterios de inclusión se destaca el rango de publicación entre 2019 y 2024, el idioma y que sean open Access.

Fase 2: Estrategia de Búsqueda

En este ítem se presentan las estrategias de búsqueda utilizadas en las bases de datos y sitios web, incluidos los filtros y límites aplicados. Dado esto, se destaca que como bases de datos se escogieron las siguientes:

- Scopus: se configura como una de las principales bases de datos bibliográficas en cuyo portafolio se encuentran alrededor de 3.700 revistas indexadas de acceso abierto, la mayoría en inglés, en las cuales se incluyen áreas de estudio como las artes y ciencias humanas (Llurba, 2018), área en la cual se sitúa la presente investigación.
- Google académico: es una herramienta digital que permite buscar y acceder a una amplia variedad de artículos de investigación en diferentes áreas del conocimiento.

Teniendo en cuenta las características de cada una de estas bases de datos y buscadores, se diseñaron tres ecuaciones que permitieron realizar el proceso de recolección de información, las cuales explicamos a continuación:

Tabla 5 *Estrategia de búsqueda: ecuaciones*

Ecuación de Búsqueda Scopus
(TITLE-ABS-KEY (Design AND Thinking) AND TITLE-ABS-KEY (Rural AND communities) OR TITLE-ABS-KEY (Sustainable AND entrepreneurship) OR TITLE-ABS-KEY (Community AND development)) AND PUBYEAR > 2019 AND (LIMIT-TO (OA , "all")) AND (LIMIT-TO (PUBSTAGE , "final")) AND (LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar")) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE , "English") OR LIMIT-TO (LANGUAGE , "Spanish"))
Ecuación de Búsqueda en Google académico
((Design Thinking) and ((Comunidades rurales) or (Emprendimiento sostenible) or (Desarrollo comunitario)) and pubyear > 2019 and pubyear < 2024)

Es importante señalar que las ecuaciones utilizadas en las búsquedas se adaptaron según las características propias de cada base de datos. Es por esto por lo que, a pesar de que algunas ecuaciones no especifican la totalidad de criterios de inclusión y exclusión propuestos, su observancia se aseguró a través de la aplicación de filtros tras ingresar las ecuaciones de búsqueda.

Fase 3: Selección de Estudios

Luego de aplicar las ecuaciones de búsqueda en cada base de datos, se seleccionaron los artículos de la siguiente manera: eliminación de duplicados, revisión de títulos, resúmenes con palabras claves y evaluación del texto completo, esto con la finalidad de asegurar que no se tengan en cuenta aquellos documentos que no cumplan con el criterio de exclusión C2. No aporta con suficiencia a la temática de investigación planteada.

Fase 4: Síntesis de Datos

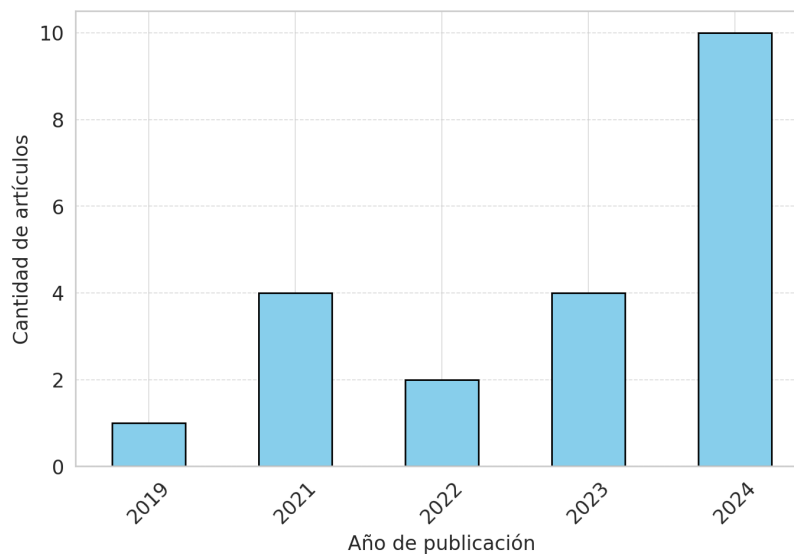
Para la extracción y síntesis de datos se tuvieron en cuenta una serie de variables de caracterización las cuales se proponen a través de una Matriz. Estas variables se identificaron y resumieron década uno de los artículos, siendo estas: Título; Autor(es); Año; Resumen; Tipo de estudio (metodología); Resultados Principales; Aporte a la presente investigación y categoría. La

herramienta utilizada en este proceso es el Protocolo de metodología PRISMA predefinido y el software de gestión de datos (Excel).

Fase 5: Desarrollo resultados

La revisión sistemática de literatura recopiló y analizó un conjunto de 21 estudios relevantes sobre el uso de Design Thinking en el fomento del emprendimiento sostenible. Los artículos considerados fueron publicados entre los años 2019 y 2024, tal como se muestra en la siguiente figura, se observa mayor cantidad de estudios en los últimos años, lo que evidencia un creciente interés en la aplicación de esta metodología en el emprendimiento. La distribución temporal de las publicaciones muestra un aumento en la producción académica sobre el tema, especialmente desde el año 2020, lo que muestra la importancia del Design Thinking como herramienta para el desarrollo de proyectos de emprendimiento con impacto ambiental y social.

Figura 17 Distribución temporal artículos revisión



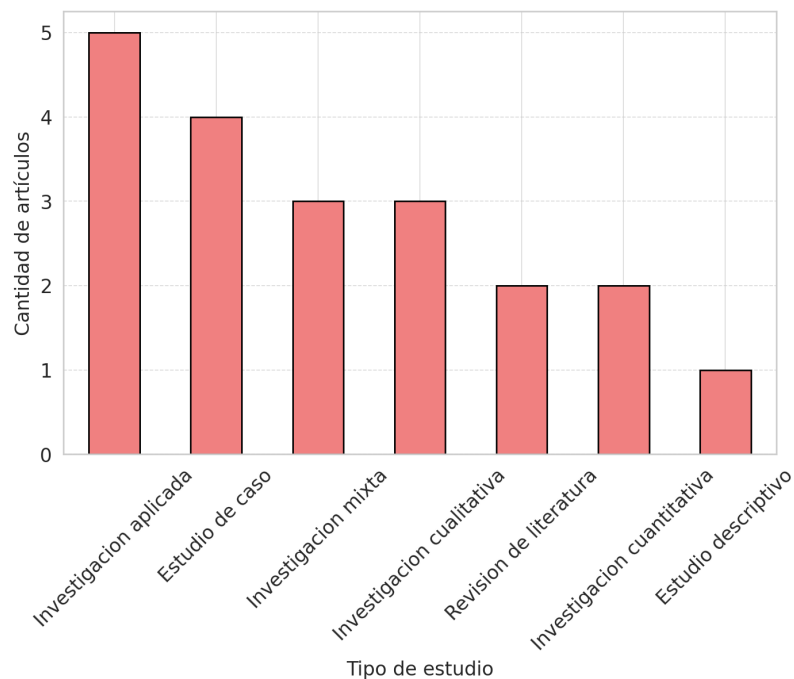
Nota. Los autores.

Partiendo de una perspectiva geográfica, los estudios revisados provienen de diversas regiones del mundo, incluyendo América Latina, Europa y Asia, lo que permite obtener una visión amplia sobre cómo se ha implementado esta metodología en diferentes latitudes. Así, por ejemplo, se encuentra que las investigaciones realizadas en América Latina se centran, en su

mayoría, en el impacto del Design Thinking en comunidades vulnerables y en la creación de negocios con un enfoque social y ambientalmente responsable, mientras que en Europa y Asia, los estudios tienden a enfocarse en la aplicación del Design Thinking en el desarrollo de tecnologías sostenibles y en procesos formativos en torno a la educación para el emprendimiento.

Por otro lado, en términos metodológicos, los estudios presentan una diversidad de enfoques, tal como se refleja en la siguiente figura. La metodología más frecuente es "Investigación aplicada", utilizada en 5 artículos, seguida por "Estudio de caso", con 4 estudios. Esto sugiere que la mayoría de las investigaciones han abordado el tema desde una perspectiva de producción y desarrollo de prototipos, permitiendo un análisis detallado de su implementación y efectividad en contextos reales de emprendimiento sostenible. Asimismo, se identifican enfoques cualitativos y mixtos como herramientas clave para evaluar la percepción de los emprendedores y comunidades involucradas, así como el impacto real de las estrategias basadas en Design Thinking.

Figura 18 Enfoque metodológico artículos revisión



Nota. Los autores.

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 103

En línea con lo anterior, para comprender los hallazgos más significativos de dichos estudios, se esquematizan a continuación en las categorías de análisis establecidas:

4.2.1 Impacto del Design Thinking en el Emprendimiento Sostenible

El Design Thinking ha confirmado ser una herramienta importante en la promoción del emprendimiento sostenible, en tanto ha permitido a las comunidades desplegar soluciones innovadoras y adaptadas a sus contextos. En este sentido, se ha identificado su impacto en diversas iniciativas enfocadas en 3 ejes de sostenibilidad: económica, social y ambiental.

Uno de los ejemplos más representativos es la implementación de un modelo basado en Design Thinking dirigido a la población campesina del Bajo Sumapaz, Colombia. De acuerdo con Leal Guerrero (2022), esta estrategia permitió a los habitantes de la región adquirir competencias necesarias para la innovación y la creación de productos sostenibles. El estudio destaca que, mediante la metodología de pensamiento de diseño, los campesinos lograron fortalecer sus capacidades emprendedoras, adaptándose a los desafíos del mercado y promoviendo modelos de negocio con impacto positivo en el medio ambiente y la economía local.

Del mismo modo, el Design Thinking ha sido aplicado en la mejora de la comercialización de productos aromáticos. Según Soler-Domínguez y Matallín-Sáez (2024), el pensamiento de diseño ha sido clave en la identificación de estrategias de mercado disruptivas, que han optimizado la forma en que estos productos son presentados y distribuidos. La investigación resalta la importancia de comprender las necesidades del consumidor y diseñar soluciones centradas en la experiencia del usuario, lo que permite a los emprendedores posicionarse de manera más segura en el mercado.

En esta misma línea de análisis, la implementación de Design Thinking ha impulsado la creación de cadenas productivas sostenibles. Woraphiphat (2024) señala que esta metodología ha facilitado el desarrollo de al menos 30 productos con enfoque sostenible, integrando prácticas de producción responsables y fomentando la colaboración entre distintos actores del ecosistema

emprendedor. Este estudio logró demostrar cómo la combinación del pensamiento de diseño con estrategias de sostenibilidad puede generar modelos de negocio viables y resilientes, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible considerando los retos propios del contexto.

Estos aciertos investigativos reafirman la relevancia del Design Thinking como un enfoque estratégico para fomentar el emprendimiento sostenible. Su aplicación en diversos contextos ha permitido no solo mejorar la competitividad de los emprendedores de los estudios de caso relacionados, sino que de forma paralela promovieron iniciativas alineadas con la sostenibilidad social, económica y ambiental en las comunidades estudiadas.

4.2.2 Relación entre Educación y Design Thinking

El Design Thinking ha venido consolidándose como una estrategia angular en la transformación del sistema educativo, promoviendo metodologías de enseñanza que incentivan la creatividad, la resolución de problemas y el desarrollo de habilidades emprendedoras. En este sentido, varios estudios han señalado la necesidad de reformar los modelos tradicionales de educación para incorporar enfoques centrados en el aprendizaje activo y la innovación.

Al respecto, García y Ramírez (2023), señalan que el sistema educativo actual requiere un replanteamiento que fomente la creatividad y la capacidad de resolución de problemas desde etapas tempranas de formación. La investigación destaca que el uso del Design Thinking en entornos educativos permite a los estudiantes abordar desafíos complejos a través de la experimentación y la iteración, desarrollando habilidades que se alinean con el fortalecimiento del potencial emprendedor y el desarrollo de iniciativas productivas sostenibles. En este contexto, el pensamiento de diseño no solo mejora la capacidad analítica de los estudiantes, sino que también fortalece su autonomía y pensamiento crítico.

Otro componente clave en la intersección entre educación y Design Thinking es su integración con la inteligencia emocional como un impulsor del emprendimiento. Torres y Fernández (2024) señalan que la combinación de estas dos metodologías permite a los estudiantes no solo desarrollar habilidades técnicas, sino también mejorar su autoconocimiento,

empatía y toma de decisiones en escenarios de incertidumbre. En su estudio, los autores resaltan que aquellos programas educativos que han implementado Design Thinking junto con estrategias de inteligencia emocional han logrado potenciar el liderazgo y la resiliencia en los futuros emprendedores, factores esenciales para la sostenibilidad de los negocios.

Así mismo, se han identificado diferencias en el impacto del Design Thinking en los estudiantes dependiendo de su género y nivel de inteligencia emocional. De acuerdo con Rojas y Pérez (2022), los estudiantes con mayores habilidades en inteligencia emocional muestran un mejor desempeño en la aplicación de esta metodología, ya que logran una mayor conexión con las necesidades de los usuarios y una mejor adaptabilidad ante los cambios en el proceso de ideación y prototipado. Asimismo, el estudio evidencia que las mujeres tienden a destacar en la fase de empatía del Design Thinking, mientras que los hombres muestran mayor inclinación hacia la experimentación y la iteración de soluciones. Estos hallazgos sugieren la importancia de adaptar la enseñanza del pensamiento de diseño a las características individuales de los estudiantes, promoviendo un aprendizaje más equitativo y personalizado.

La relevancia de estos estudios radica en que reflejan la importancia de incorporar el Design Thinking en la educación como una herramienta fundamental para el desarrollo de competencias emprendedoras. Además de favorecer la creatividad y la innovación, el pensamiento de diseño también fortalece habilidades emocionales y sociales esenciales para enfrentar los desafíos del mundo actual.

4.2.3 Factores Claves del Emprendimiento Sostenible

El emprendimiento sostenible ha evolucionado de ser un concepto meramente teórico a una necesidad práctica impulsada por múltiples factores globales, entre ellos el cambio climático, la degradación ambiental y la creciente demanda de modelos económicos más responsables. En palabras de los autores López y Méndez (2023), la crisis ambiental ha obligado a los emprendedores a replantear sus estrategias de negocio, priorizando cada vez más el desarrollo de soluciones innovadoras que minimicen el impacto ecológico y fomenten procesos más equitativos y sostenibles en los territorios. En este sentido, el Design Thinking ha surgido como

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 106

una herramienta útil para identificar problemas ambientales y convertirlos en oportunidades de negocio mediante la co-creación y el enfoque centrado en el usuario.

Uno de los elementos más relevantes en los modelos de negocio sostenibles es el concepto de triple resultado, el cual considera no solo el beneficio económico, sino también el impacto social y ambiental de las empresas. De acuerdo con Gutiérrez y Vargas (2024), la integración del triple resultado permite que los negocios sean evaluados desde una perspectiva holística, asegurando que las decisiones empresariales no solo generen rentabilidad, sino que también contribuyan al bienestar de las comunidades y al equilibrio ecológico. La investigación destaca que las empresas que aplican Design Thinking en su planificación tienden a diseñar productos y servicios que responden a necesidades reales de la sociedad, promoviendo un impacto positivo en todas las dimensiones del triple resultado.

Ahora bien, el concepto de sostenibilidad se ha afianzado como un factor determinante en la planeación a nivel empresarial en el marco de la responsabilidad social corporativa. Autores como Ramírez y Ortega (2022) exponen que las organizaciones que incorporan elementos de sostenibilidad en sus estrategias, además de mejorar su reputación y desempeño competitivo en el mercado, logran generar un mayor compromiso entre sus stakeholders. En particular, las empresas que implementan Design Thinking han encontrado en esta metodología una vía efectiva para integrar prácticas sostenibles en sus procesos de innovación, logrando un equilibrio entre la viabilidad económica, la equidad social y la protección ambiental.

Se puede concluir entonces que los factores clave del emprendimiento sostenible están íntimamente ligados, por un lado, y lógicamente, con la evolución del mercado y por el otro, a la necesidad global de adoptar modelos de negocio más conscientes y responsables con el entorno en que se desarrollan. En línea con esto, surge el Design Thinking como una metodología adecuada para la creación de soluciones innovadoras que respondan a los retos del desarrollo sostenible, alineando los objetivos empresariales con el bienestar de las comunidades y la protección de los entornos en que se desenvuelven.

4.2.4 Desafíos en la Implementación del Emprendimiento Sostenible

A pesar del progresivo interés en la implementación del Design Thinking para el fomento del emprendimiento sostenible, su uso enfrenta retos significativos que limitan su efectividad en diferentes contextos. Uno de los principales obstáculos identificados en la literatura abordada es la dificultad para llevar este modelo a una escala de aplicabilidad en escenarios reales donde los recursos son escasos. De acuerdo con Torres y Gálvez (2023), la gran mayoría de los emprendedores presentan una carencia transversal y es el acceso a herramientas tecnológicas, financiamiento y capacitación adecuada, lo que restringe potencialmente el alcance del Design Thinking como metodología para la innovación. En estos casos, la ausencia de inversión en formación y asistencia técnica impide que las comunidades aprovechen todo el potencial de esta estrategia para el desarrollo de negocios sostenibles.

Otro desafío importante tiene que ver con la precaria infraestructura para la promoción del emprendimiento aunado a un bajo nivel de apoyo desde las entidades territoriales y el sector público para la creación y consolidación de iniciativas sostenibles. Sobre esta problemática, el estudio de Herrera y López (2024), registra que, en muchos países, las políticas públicas aún no ofrecen incentivos suficientes para promover el Design Thinking en proyectos de emprendimiento sostenible. La falta de financiamiento estatal, la burocracia y la ausencia de normativas específicas emergen como los principales factores que merman la escalabilidad de las ideas innovadoras. Sin mencionar que, en áreas rurales o en comunidades con menor acceso a servicios básicos, la ausencia de infraestructura adecuada —como centros de incubación de empresas o redes de acompañamiento y apoyo a emprendedores— aumenta exponencialmente las limitantes para el desarrollo de estos proyectos.

En esta misma línea de análisis, se identifican las barreras culturales y sociales como parte de los desafíos más difíciles de sortear para la adopción del emprendimiento sostenible. Autores como Gómez y Rivas (2022) destacan que, en ciertas comunidades, las prácticas empresariales tradicionales y la resistencia al cambio dificultan la implementación de enfoques innovadores para la promoción del emprendimiento como el Design Thinking. En este sentido, la percepción del emprendimiento sostenible como un modelo complicado de implementar o poco

rentable desincentiva su implementación, especialmente en aquellos contextos marcados por las economías ilícitas donde la obtención de ganancias a corto plazo y la maximización de beneficios siguen siendo las prioridades predominantes. Lo anterior, se explica en la falta de sensibilización y educación en temas de sostenibilidad que impide que los emprendedores comprendan e interioricen los beneficios de integrar soluciones centradas en el usuario y en el impacto ambiental.

A la luz de estas reflexiones, se puede inferir que si bien es cierto, el Design Thinking ofrece un enfoque prometedor para el desarrollo de emprendimientos sostenibles, es evidente que su implementación enfrenta múltiples desafíos que requieren atención. La promoción de estrategias de educación y financiamiento, junto con una mayor integración de políticas de sostenibilidad en los planes de desarrollo, puede ser clave para superar estos obstáculos y potenciar el impacto del Design Thinking en el emprendimiento sostenible.

En línea con lo anterior, se analiza a continuación cada una de las categorías derivadas de la revisión sistemática de literatura, extrayendo una serie de aspectos clave para el diseño de una metodología basada en Design Thinking para promover el emprendimiento sostenible en la comunidad de Palma Real II, en Granada, Meta:

Tabla 6 Hallazgos clave revisión sistemática de literatura

Aspecto	Descripción
Enfoque en formación y adquisición de competencias	<ul style="list-style-type: none">• Se requiere desarrollar competencias en innovación y sostenibilidad dentro de la comunidad de Palma Real II para que los potenciales emprendedores puedan aplicar el Design Thinking como parte del modelo de emprendimiento sostenible (Torres & Gálvez, 2023).• La capacitación debe basarse en la creación de productos y/o servicios sostenibles apalancados por estrategias de

comercialización, especialmente en sectores como agroindustria y fabricación de artesanías.

Adaptación a los recursos y contexto local

- El modelo debe considerar las limitaciones presentes en la comunidad de Palma Real II en lo relacionado a acceso a infraestructura y a financiamiento (Herrera & López, 2024).
 - Las metodologías a implementar deben ser de bajo costo, apalancadas por estrategias colaborativas, como redes de apoyo comunitarias y mentorías con emprendedores locales.
-

Educación como pilar fundamental del emprendimiento sostenible

- La integración del Design Thinking con la formación en inteligencia emocional y el desarrollo de habilidades blandas es clave para el éxito del emprendimiento en el entorno de la comunidad Palma Real II (Gómez & Rivas, 2022).
 - Se debe fortalecer un enfoque formativo que potencie la resolución de problemas, la creatividad, y el pensamiento estratégico.
-

Fomento de la sostenibilidad en modelos de negocio

- La metodología deberá centrarse en el desarrollo de emprendimientos con un enfoque de triple impacto (económico, social y ambiental), alineado con las necesidades de la comunidad de Palma Real II (Herrera & López, 2024).
-

- El éxito del piloto será desarrollar modelos de negocio sostenibles que prioricen el uso de materias primas locales y la generación de cadenas productivas solidarias.
-

Estrategias para superar barreras socioculturales

- La metodología debe incluir actividades de sensibilización que destaquen la importancia del emprendimiento sostenible y permitan deshacer las narrativas negativas sobre su viabilidad (Gómez & Rivas, 2022).
-

Vinculación con actores clave y políticas públicas

- El modelo deberá articular alianzas estratégicas con el sector público y privado para garantizar apoyo financiero, acceso a mercados y formación continua a los potenciales emprendedores (Torres & Gálvez, 2023).
 - La articulación con el gobierno local puede facilitar el acceso a incentivos y programas de desarrollo empresarial sostenible.
-

Uso de herramientas del Design Thinking en la metodología

- Es clave incorporar herramientas como mapas de empatía, ideación colectiva y prototipado rápido para garantizar la participación de la comunidad en el diseño de soluciones sostenibles que se alineen con las expectativas de emprendimiento.
 - La metodología estará diseñada de manera iterativa, permitiendo ajustes sobre la marcha según las necesidades y retroalimentación de los potenciales emprendedores.
-

4.2.5 Plan de acción para la Implementación de la Metodología Basada en Design Thinking en Palma Real II

El presente plan de acción tiene como objetivo el diseño de una metodología basada en Design Thinking para fomentar el emprendimiento sostenible en la comunidad de Palma Real II, en Granada, Meta. Basado en el diagnóstico de la comunidad y los hallazgos de la revisión de literatura, este plan propone una serie de estrategias y actividades enfocadas en la capacitación, la innovación, la sostenibilidad y la creación de redes de apoyo.

Partiendo de esta base, se proponen los siguientes objetivos para la metodología :

Tabla 7 Objetivos metodología

Objetivos genéricos	Objetivos específicos
Fortalecer las capacidades de la comunidad en emprendimiento sostenible mediante talleres de formación en Design Thinking.	<ul style="list-style-type: none">• Diseñar un programa de capacitación adaptado al nivel de conocimientos de la comunidad, combinando teoría y práctica en emprendimiento sostenible.• Impartir talleres sobre metodologías ágiles, creatividad y pensamiento crítico para la resolución de problemas.• Brindar mentoría individual y grupal para reforzar la aplicación del Design Thinking en proyectos específicos.
Facilitar la identificación de oportunidades de negocio sostenibles a través del análisis de necesidades y recursos locales.	<ul style="list-style-type: none">• Realizar diagnósticos participativos con la comunidad para identificar problemáticas y recursos disponibles.• Aplicar herramientas como mapas de empatía y customer journey para comprender mejor las necesidades de los potenciales consumidores.• Diseñar estrategias de aprovechamiento de materias primas locales para la creación de productos y servicios sostenibles.

<p>Prototipar y validar modelos de negocio utilizando herramientas de Design Thinking en sesiones de cocreación con la comunidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar sesiones de *ideación colectiva* para generar ideas innovadoras de emprendimiento sostenible. • Desarrollar prototipos de productos o servicios mediante materiales accesibles y pruebas de mercado. • Evaluar la viabilidad de cada modelo de negocio a través de pruebas piloto y retroalimentación de usuarios.
<p>Promover la asociatividad y las redes de apoyo, facilitando la vinculación con instituciones y entidades que respalden el emprendimiento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Crear espacios de intercambio y colaboración entre emprendedores locales. • Gestionar alianzas con entidades gubernamentales, ONG's y empresas privadas para financiamiento y formación continua. • Fomentar la organización de cooperativas o asociaciones de emprendedores para fortalecer la producción y comercialización conjunta.
<p>Asegurar la sostenibilidad del programa mediante estrategias de seguimiento y transferencia de conocimientos a largo plazo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un sistema de monitoreo para evaluar el progreso de los emprendimientos a lo largo del tiempo. • Formar líderes comunitarios que puedan replicar el conocimiento adquirido en futuras generaciones de emprendedores. • Implementar una plataforma de recursos y formación digital para la actualización continua de la comunidad.

Nota. Los autores.

Derivado de los objetivos anteriores, se plantean las siguientes estrategias y acciones como parte de la metodología:

Tabla 8 Estrategias y actividades propuestas

Fase	Estrategia	Acciones Detalladas
------	------------	---------------------

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 113

Fase 1: Diagnóstico y Empatía (Mes 1 - 2)	Identificación de necesidades y oportunidades	Encuentros comunitarios para conocer expectativas. Aplicación de herramientas de observación y entrevistas. Mapeo de actores clave en la comunidad.
Fase 2: Definición del Problema (Mes 3)	Priorización de problemáticas y oportunidades	Análisis de la información recolectada Talleres participativos para definir retos clave Construcción de perfiles de emprendedores y usuarios finales.
Fase 3: Ideación y Generación de Soluciones (Mes 4 - 5)	Desarrollo de ideas innovadoras de negocio	Sesiones de brainstorming y mapas de ideas Aplicación de metodologías de creatividad y co-creación. Diseño de modelos de negocio con enfoque sostenible.
Fase 4: Prototipado y Validación (Mes 6 - 7)	Experimentación y mejora de ideas	Creación de prototipos con materiales accesibles Pruebas de mercado dentro de la comunidad Ajustes basados en retroalimentación de usuarios.
Fase 5: Implementación y Sostenibilidad (Mes 8 - 12)	Lanzamiento de emprendimientos y redes de apoyo	Asesoría técnica y financiera. Creación de una red de emprendedores locales.

Formación de líderes
comunitarios para
replicabilidad

Establecimiento de alianzas
con sector público y otros
actores promotores de
emprendimiento de la región.

Nota. Los autores.

Respecto a los recursos necesarios para la puesta en marcha de esta apuesta, se destacan:

- Recursos Humanos: Facilitadores especializados en Design Thinking y emprendimiento sostenible, mentores para el acompañamiento de emprendedores, y líderes comunitarios capacitados en la metodología.
- Infraestructura: Espacios físicos para la realización de talleres, laboratorios de prototipado y puntos de encuentro para la comunidad emprendedora.
- Materiales y Herramientas: Kits de prototipado, acceso a dispositivos tecnológicos para el diseño de soluciones, y recursos didácticos adaptados a la comunidad.
- Plataforma Digital: Creación de una plataforma en línea para documentación, formación virtual y seguimiento de los proyectos.
- Financiamiento y Apoyo Económico: Estructuración de Microcréditos, fondos de inversión social, subvenciones de organismos públicos y privados, y programas de incentivos para el apalancamiento de las iniciativas de emprendimiento sostenible que surjan en la comunidad.
- Red de Colaboración: Alianzas con entidades gubernamentales, ONGs, universidades y el sector privado para garantizar sostenibilidad y escalabilidad del programa.

Así mismo, como parte de la metodología propuesta, se plantean una serie de estrategias a partir de las cuales sea posible garantizar la evaluación y seguimiento de esta, a saber:

- Aplicación de encuestas y entrevistas a emprendedores antes de la implementación para establecer una línea base de conocimientos y expectativas.

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 115

- Seguimiento continuo mediante reuniones y sesiones de retroalimentación con los participantes para evaluar avances y detectar dificultades.
- Evaluación de la sostenibilidad económica, social y ambiental de los emprendimientos creados, midiendo indicadores clave de éxito y replicabilidad.
- Organización de reuniones periódicas con la comunidad, facilitadores y entidades de apoyo para coordinar esfuerzos y ajustes en la estrategia.
- Recopilación de aprendizajes y documentación de buenas prácticas para futuras implementaciones en comunidades similares.
- Elaboración de informes periódicos que permitan evaluar la evolución del programa y tomar decisiones informadas sobre su continuidad y expansión.

Por otro lado, los estudios analizados en la revisión de literatura realizada resaltan la importancia de aplicar enfoques de Design Thinking en contextos de emprendimiento sostenible, destacando su impacto positivo en la generación de soluciones innovadoras y adaptadas a las necesidades de las comunidades y los contextos en que viven. Asimismo, las encuestas realizadas en Palma Real II permiten evidenciar la falta de acceso a formación en metodologías de innovación, la limitada infraestructura para el desarrollo de proyectos y la necesidad de fortalecer redes de apoyo y financiamiento para el emprendimiento. A partir de estos hallazgos, el plan de acción propuesto prioriza estrategias que permiten el fortalecimiento de capacidades locales, la identificación de oportunidades de negocio con enfoque sostenible y la implementación de modelos de negocio validados mediante pruebas piloto. Además, integra mecanismos de seguimiento y evaluación que aseguren la sostenibilidad del programa, permitiendo la adaptación y mejora continua de las iniciativas desarrolladas.

Aunado a esto, el carácter participativo del proceso permite que la comunidad se involucre activamente en la creación de iniciativas sostenibles, fomentando la apropiación del conocimiento y su posterior replicabilidad, mientras que la vinculación con instituciones y redes de apoyo garantiza el acceso a recursos financieros, técnicos y formativos clave para la consolidación de los emprendimientos en una ventana de tiempo de largo plazo.

4.3. Transferencia a la comunidad

Con la finalidad de dar alcance al tercer objetivo específico propuesto, relacionado con la transferencia a los miembros de la comunidad la metodología propuesta para desarrollar iniciativas de emprendimiento sostenible, se plantea la siguiente estrategia:

4.3.1 Introducción

Priorizando un enfoque participativo, práctico y reflexivo, que asegure a los participantes adquirir los conocimientos necesarios para aplicar esta metodología en sus propios proyectos de negocio, se proyecta la siguiente ruta en consideración a las posibilidades que permite el contexto de la comunidad de Palma Real II.

4.3.2 Estrategia de Transferencia

La metodología se dará a conocer a la comunidad mediante un taller participativo con una duración de 4 horas aproximadamente, diseñado para interactuar, tener espacios de reflexión grupal, realizar lluvias de ideas y generar experiencias significativas para los participantes. La estructura del taller es la siguiente:

Tabla 9 Estrategia transferencia

Fase	Duración	Actividades
1. Introducción y Contextualización	30 min	Comenzamos con una breve presentación sobre los objetivos alcanzados en el proyecto de investigación, destacando el valioso apoyo recibido por parte de la comunidad.
		Dinámica rompehielos pensada para que los asistentes se conozcan, se sientan en confianza y participen activamente durante la jornada.

		Breve explicación de los principios del Design Thinking mediante ejemplos reales que muestren cómo esta metodología ha impulsado proyectos sostenibles en diversos contextos.
		Se propone un juego de simulación para que los participantes diseñen prototipos de negocios sostenibles, pensados en las necesidades y oportunidades que ofrece la comunidad de Palma Real II.
2. Actividad Lúdica:		Para esta actividad, se utilizarán únicamente
Simulación de	1 hora	materiales reciclables que los asistentes puedan conseguir en sus propios hogares, lo cual busca despertar la creatividad y fortalecer el trabajo colaborativo.
Emprendimiento		Los equipos pasarán por las fases de empatía, ideación y prototipado, construyendo en conjunto una propuesta de negocio que refleje su entorno y sus aspiraciones.
		Los participantes compartirán de manera creativa sus aprendizajes, intercambiarán ideas y presentarán los prototipos que lograron construir en equipo.
3. Discusión y Reflexión	1 hora	Se abrirá un espacio de diálogo para reflexionar, sobre cómo podría aplicarse la metodología Design Thinking en la comunidad acorde de lo aprendido.
		Esta conversación permitirá reconocer ideas de negocio con potencial en Palma Real II, así como los principales desafíos que podrían enfrentar para llevarlas a cabo.

4. Evaluación y Sistematización	1 hora	Al finalizar el taller, se aplicarán encuestas breves para conocer la percepción de los participantes y valorar el impacto de la jornada.
		Se recogerán algunos testimonios espontáneos de los participantes que reflejen las experiencias vividas durante la actividad.
		Todo el proceso será documentado con fotografías y videos, con el propósito de dejar registro y facilitar futuras réplicas en otras comunidades.

Nota. Los autores.

Los recursos identificados para la ejecución de la estrategia de transferencia son:

- Facilitadores: equipo investigador
- Materiales: Cartulinas, marcadores, tijeras, pegamento, materiales reciclables para prototipado.
- Infraestructura: Espacio adecuado para trabajo en equipo y exposiciones.
- Herramientas de Evaluación: Encuestas de retroalimentación.
- Registro Audiovisual: Se utilizarán cámaras o celulares que permitan capturar momentos clave en fotografías y videos.
- Diapositivas: Presentaciones diseñadas para facilitar la comprensión de los conceptos y acompañar el desarrollo de la sesión

Para asegurar que el conocimiento adquirido en el taller por la comunidad permanezca, se pondrán en marcha algunas acciones complementarias como:

- Creación de Grupos de Trabajo: Se formaran equipos dentro de la comunidad que continúen construyendo ideas basadas en Design Thinking con el acompañamiento de la Corporación Industrial Minuto de Dios y la Organización Minuto de Dios.
- Mentorías Periódicas: Se brindará seguimiento a los participantes con encuentros de asesoría apoyados por estrategias de Proyección Social de UNIMINUTO Rectoría Oriente como Centro Progresía E.P.E.

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 119

- Guías y Material Digital: Desarrollo de recursos de apoyo en formato digital que puedan consultar cuando lo necesiten.
- Vinculación con Instituciones: Alianzas con entidades gubernamentales y ONG para facilitar nuevas oportunidades de formación.

Con la documentación y sistematización del proceso, se podrá replicar esta metodología en otras comunidades con necesidades y contextos similares.

4.3.3 Implementación estrategia de transferencia

La implementación de la estrategia de transferencia, descrita en la sección 4.3.2, se llevó a cabo el 12 de abril de 2025. Esta actividad se desarrolló en las instalaciones del Centro de Desarrollo Comunitario de Palma Real II, ubicado en Granada, Meta. Se eligió este lugar por su importancia para los habitantes de la zona, ya que funciona como un punto de encuentro para tratar asuntos comunitarios, lo que favoreció un ambiente de confianza y una participación más activa durante el taller.

Figura 19 Invitación Taller



Nota. Los autores.

Un total de 28 miembros de la comunidad participaron en el taller, entre los que se encontraban líderes comunitarios, emprendedores locales, jóvenes interesados en impulsar

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 120

iniciativas productivas, y algunos representantes de organizaciones sociales de base junto con sus familiares.

La participación reflejó un creciente interés por incorporar nuevas herramientas metodológicas orientadas al emprendimiento sostenible y a la búsqueda de soluciones innovadoras frente a los desafíos locales. El taller, que tuvo una duración de cuatro horas, se desarrolló siguiendo la estructura previamente definida (ver Tabla 9) e incluyó las siguientes fases:

Fase I: Introducción y Contextualización (30 min): El taller comenzó con una presentación formal de los objetivos generales y específicos del proyecto de investigación, lo que permitió alinear las expectativas de los participantes con los propósitos del encuentro. A continuación, se dio a conocer la agenda del taller, resaltando cada una de las actividades programadas y su finalidad pedagógica.

Esta primera fase se apoyó en una presentación en diapositivas, lo cual facilitó la comprensión visual de los temas a tratar. En las diapositivas se incluyó información clave sobre el enfoque del Design Thinking, ejemplos de su aplicación en contextos similares y una introducción general a los conceptos de innovación social y emprendimiento sostenible, como se muestra a continuación:

Figura 20 Diapositivas base



Nota. Los autores.

Como parte de la contextualización, se desarrolló una dinámica “rompehielos” con el propósito de establecer un ambiente de confianza y facilitar la cohesión grupal, elementos cruciales para el aprendizaje colaborativo. Subsecuentemente, se realizó una exposición didáctica sobre los principios fundamentales del Design Thinking, enfatizando su aplicabilidad directa al desarrollo de modelos de negocio con enfoque en la sostenibilidad ambiental, social y económica dentro del contexto comunitario.

Fase II: Simulación Aplicada de Design Thinking (60 min): Esta fase estuvo enfocada en la aplicación práctica de la metodología. Los participantes, organizados en equipos con diversidad de perfiles (jóvenes, hombres, mujeres cabeza de familia, niños), se involucraron en un ejercicio de simulación de emprendimiento. Utilizando materiales reciclables provistos, debían avanzar por las etapas de Empatía (identificación de necesidades locales), Ideación (generación de soluciones creativas) y Prototipado (construcción de modelos tangibles de bajo costo) partiendo de la lectura de un caso asignado a cada grupo. Esta actividad de carácter experiencial fue diseñada para que los participantes vivieran el proceso del Design Thinking, fomentaran el trabajo colaborativo y estimular el pensamiento innovador enfocado en la sostenibilidad.

Figura 21 Desarrollo fase II





Fotografías propias tomadas en la sesión de transferencia

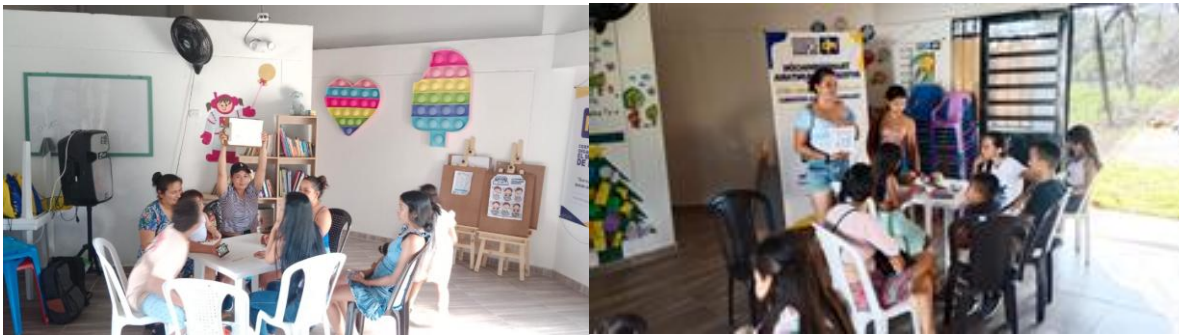
Fase III: Discusión Estructurada y Reflexión Colectiva (60 min): Durante esta fase se facilitó un diálogo guiado en el que cada equipo presentó sus prototipos y compartió los aprendizajes derivados del ejercicio de simulación. Este espacio se orientó a la metacognición, permitiendo a los participantes articular la conexión entre la metodología y su aplicabilidad práctica en Palma Real II. Se promovió un análisis crítico de las oportunidades y barreras para el emprendimiento sostenible en la comunidad. Como resultado de esta reflexión colectiva surgieron tres propuestas preliminares de emprendimiento comunitario, que por su construcción participativa, tienen el potencial de convertirse en iniciativas productivas con impacto tanto dentro de la comunidad como en los barrios aledaños:

- **Iniciativa 1: Cocina Comunitaria:** Conceptualizada como una solución a la necesidad identificada (fase de Empatía) de alimentación accesible para niños y jóvenes durante la jornada laboral de sus padres. Propone un modelo donde madres de la comunidad generan ingresos preparando y vendiendo alimentos a un menor costo del mercado con el sabor casero y garantizando los nutrientes necesarios para una dieta balanceada.
- **Iniciativa 2: Feria Gastronómica Cultural:** Surgida de la fase de Ideación, busca valorizar el capital cultural de las mujeres desplazadas por la violencia residentes en la comunidad provenientes de diferentes regiones del país, utilizando la gastronomía como vehículo para la preservación de tradiciones y la generación de ingresos, respondiendo a una necesidad de reconocimiento e integración.
- **Iniciativa 3: Tienda Cooperativa Femenina:** Un modelo de negocio asociativo (potencialmente refinado en la fase de Prototipado) enfocado en mejorar el acceso a bienes de primera necesidad. Contempla la búsqueda de alianzas estratégicas

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 123

(proveedores, OMD) para optimizar costos y asegurar la viabilidad, abordando necesidades económicas y de empoderamiento femenino.

Figura 22 Desarrollo fase III



Fotografías propias tomadas en la sesión de transferencia

Fase IV: Evaluación y Sistematización del Conocimiento (60 min): Para valorar la efectividad de la transferencia, se administraron instrumentos de recolección de datos cuantitativos (encuestas de percepción con escala Likert) y cualitativos (formatos de testimonios y retroalimentación abierta). Adicionalmente, se realizó un registro audiovisual (fotografías y videos) del desarrollo del taller, con el propósito de documentar el proceso, facilitar su análisis posterior y garantizar la fidelidad metodológica en futuras réplicas de la intervención.

A continuación se presentan los resultados a partir de los instrumentos aplicados. La gráfica evidencia la valoración de la actividad de transferencia realizada, con una calificación promedio de 4.85 sobre 5. De los 27 encuestados, 23 otorgaron la máxima calificación (nivel 5) y 4 calificaron en nivel 4. No se registraron respuestas en los niveles 3, 2 o 1, lo que indica una alta satisfacción general con la actividad.

Figura 23 Valoración estrategia de transferencia



Nota. Los autores.

Los datos obtenidos evidencian una valoración muy favorable por parte de los asistentes frente a la actividad de transferencia desarrollada, evidenciando que la estrategia propuesta fue percibida como adecuada por la mayoría de los participantes. El alto promedio en la calificación confirma la efectividad de la metodología basada en Design Thinking para promover el aprendizaje y la apropiación local de conocimientos en la comunidad de Palma Real II. Además, la ausencia de valoraciones negativas sugiere que las actividades lograron conectar con las necesidades y expectativas de los asistentes, fortaleciendo la validación de la intervención y su potencial replicabilidad en contextos similares.

En relación con la pregunta “¿Los objetivos del taller fueron claros y alcanzables?”, la gráfica muestra que el 96% de los participantes (26 personas) respondieron afirmativamente, indicando que los objetivos fueron claros y alcanzables. Por su parte, el 4% (1 persona) manifestó no estar seguro/a, mientras que ningún participante respondió de manera negativa.

Figura 24 Objetivos taller

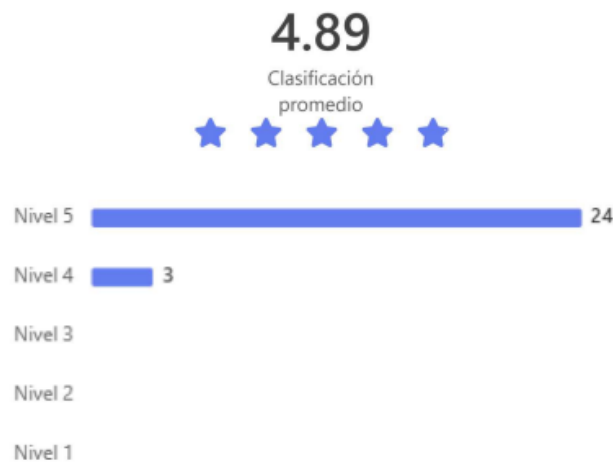


Nota. Los autores.

Estos resultados sugieren que la gran mayoría de los asistentes comprendieron y percibieron como alcanzables los objetivos propuestos durante la actividad de transferencia, lo cual refleja una adecuada estructuración y comunicación de las metas planteadas en la estrategia basada en Design Thinking. La claridad en los objetivos es un factor clave para fomentar la participación activa y la apropiación del conocimiento, por lo que este hallazgo fortalece la validación de la metodología implementada. La única respuesta de incertidumbre puede señalar la necesidad de reforzar mecanismos de retroalimentación o aclaración durante el taller para asegurar que todos los asistentes comprendan plenamente los propósitos de la intervención.

En relación con la pregunta “¿Cómo calificarías la calidad de los contenidos presentados?”, la gráfica muestra una calificación promedio de 4.89 sobre 5. Específicamente, 24 participantes calificaron la calidad en el nivel 5 y 3 participantes la calificaron en el nivel 4, mientras que no se registraron calificaciones en los niveles 3, 2 o 1.

Figura 25 Valoración contenidos



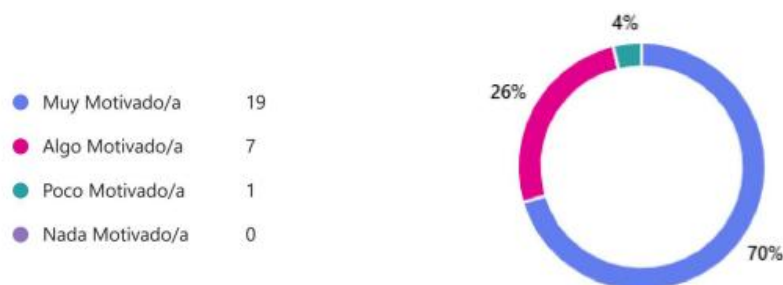
Nota. Los autores.

Los temas tratados durante la actividad fueron altamente valorados por los participantes, quienes los identificaron como significativos, aplicables y bien desarrollados. Esta evaluación positiva podría motivar una mayor participación en futuras jornadas formativas, al tiempo que fortalece la relación entre los asistentes y el equipo facilitador, generando una percepción

favorable sobre su labor. Es importante actualizar periódicamente los contenidos para asegurar que continúen siendo pertinentes y alineados con las expectativas y realidades cambiantes de la comunidad.

En relación con la pregunta “¿Te sentiste motivado/a participar en las actividades?”, los resultados muestran que 19 participantes (70%) indicaron haberse sentido muy motivados/as, 7 participantes (26%) se sintieron algo motivados/as, 1 participante (4%) se sintió poco motivado/a y no se registraron respuestas en la opción nada motivado/a.

Figura 26 Motivación participación



Nota. Los autores.

El alto porcentaje de participantes que reportaron sentirse muy o algo motivados sugiere que las dinámicas, metodologías y contenidos empleados favorecieron la participación activa y el interés. Sin embargo, la presencia de una persona que se sintió poco motivada indica la importancia de seguir revisando los elementos que podrían afectar la motivación, como la relevancia de las actividades, la interacción o la diversidad de formatos, para asegurar una experiencia inclusiva y estimulante para todos los asistentes.

En respuesta a la pregunta “¿Qué actividad del taller consideras que fue la más útil?”, la mayoría de los participantes (18 personas, equivalente al 67%) señalaron que la Actividad Lúdica: Simulación de Emprendimiento fue la más útil. Le siguieron Discusión y Reflexión con 5 participantes (19%), Introducción y Contextualización con 3 participantes (11%) y Evaluación y Sistematización con solo 1 participante (4%).

Figura 27 Utilidad actividades taller

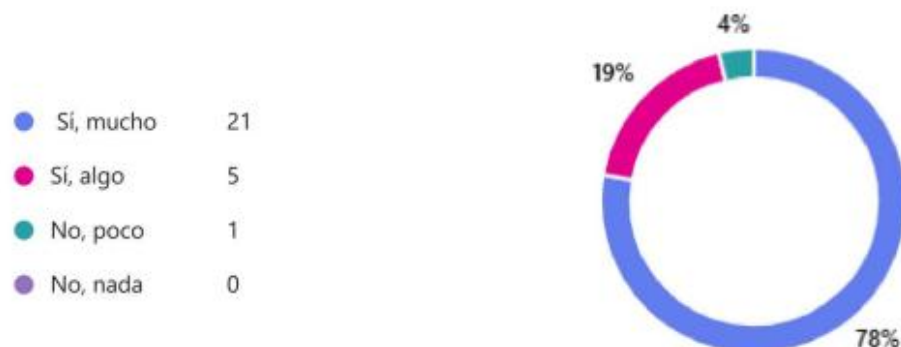


Nota. Los autores.

El predominio de la actividad lúdica como la más valorada sugiere que los participantes encontraron mayor utilidad en las experiencias interactivas que les permitieron aplicar conocimientos de manera práctica. Este hallazgo refuerza la importancia de incluir metodologías activas en futuros talleres, priorizando actividades que involucren simulación, juego y experimentación. La menor valoración de la introducción, la reflexión y la evaluación sugiere que estos espacios podrían fortalecerse mediante estrategias más participativas o vinculadas a las expectativas e intereses de los asistentes.

Respecto a la pregunta “¿Aprendiste algo nuevo sobre el Design Thinking y su aplicación en emprendimientos?”, 21 participantes (78%) respondieron “Sí, mucho”, mientras que 5 personas (19%) respondieron “Sí, algo”. Solo 1 participante (4%) indicó “No, poco” y nadie respondió “No, nada”.

Figura 28 Aprendizajes



Nota. Los autores.

El alto porcentaje de participantes que reconocen haber aprendido mucho o algo evidencia que el taller logró de manera efectiva transmitir los conceptos y aplicaciones del Design Thinking. Esto sugiere que las estrategias pedagógicas utilizadas fueron adecuadas para promover la comprensión y la apropiación de esta metodología. Sin embargo, la existencia de un pequeño grupo (4%) que reporta poco aprendizaje indica la necesidad de atender posibles brechas en el acompañamiento o en el nivel previo de conocimiento de los asistentes. Este hallazgo invita a considerar mecanismos de diagnóstico inicial y refuerzo individualizado para asegurar que todos los participantes alcancen los objetivos de aprendizaje.

En la pregunta “¿Cómo planeas aplicar lo aprendido en tu comunidad o proyecto?”, se recopilaron 27 respuestas. Entre ellas, la palabra “negocio” fue la más mencionada, con 8 encuestados (30%) que la utilizaron explícitamente. Otras palabras clave recurrentes fueron “comunidad”, “información”, “familia”, “talleres”, y “emprendimiento comunitario”. También aparecieron respuestas cualitativas como:

- “no entendí mucho el tema pero quiero participar de los proyectos”
- “me gustaría conocer las ideas de negocio de mi comunidad”
- “me gustaría conocer más de estas capacitaciones”

Las respuestas reflejan una intención clara de aplicar lo aprendido en el ámbito económico y social, destacando el interés en generar negocios y emprendimientos dentro de la comunidad. La frecuencia de términos como “negocio”, “emprendimiento comunitario” y “feria” sugiere que muchos participantes visualizan oportunidades concretas de comercialización o proyectos colaborativos. Por otro lado, frases como “me gustaría conocer más” o “no entendí mucho” revelan que algunos asistentes requieren reforzamiento o seguimiento pedagógico para consolidar los aprendizajes y traducirlos en acciones prácticas. La mención de “familia”, “compañeros” y “vecinas” apunta a una visión colectiva y solidaria de la aplicación de conocimientos, donde el aprendizaje no solo beneficia al individuo, sino también a su entorno inmediato.

En la pregunta “Sugerencias y Comentarios que desees presentar”, se recopilaron 27 respuestas. De ellas, 12 personas (44%) mencionaron explícitamente la palabra “talleres”, lo que

la convierte en el término más frecuente. También destacan otras palabras clave como “capacitación”, “comunidad”, “información”, “folletos explicativos”, “cartillas”, “guías” y “continuidad”. Entre las respuestas más recientes se encuentran frases como:

- “más información sencilla”
- “más talleres como este nos servirían mucho para la comunidad”
- “tener en cuenta a las personas que trabajamos para poder...”

Los comentarios reflejan una valoración positiva de los talleres realizados y un alto interés en su continuidad y replicación, evidenciado tanto por la frecuencia de la palabra “talleres” como por la solicitud explícita de más espacios formativos y materiales complementarios (cartillas, folletos, guías). Al mismo tiempo, emergen necesidades específicas:

- Adaptación de la información a formatos más sencillos y accesibles, lo cual sugiere que algunos contenidos pudieron haber resultado complejos o poco claros para ciertos participantes.
- Consideración de horarios accesibles (se mencionan “sábados” y “domingos”), lo que indica la importancia de flexibilizar la agenda para personas con compromisos laborales o familiares durante la semana.
- Generar confianza y continuidad en el proceso formativo, lo cual apunta a la necesidad de seguir fortaleciendo la relación pedagógica y comunitaria para asegurar impacto a largo plazo.

En términos generales, la implementación de la estrategia de transferencia resultó ser un mecanismo efectivo para la diseminación y apropiación inicial de la metodología Design Thinking en la comunidad de Palma Real II. El análisis de los resultados se centra en dos ejes: la efectividad del proceso de transferencia y la relevancia de los productos generados (ideas de emprendimiento).

- Efectividad del Proceso: La estructura pedagógica del taller, que combinó exposición teórica, aprendizaje experiencial (simulación) y reflexión guiada, facilitó la comprensión y aplicación de los principios del Design Thinking. La alta participación (N=28) y el compromiso observado sugieren una receptividad positiva hacia la metodología. Los

datos preliminares de las encuestas de evaluación (a ser analizados en detalle en la sección de resultados) indican una valoración favorable de la utilidad y aplicabilidad del taller por parte de los asistentes. El registro de testimonios cualitativos complementa esta visión, aportando narrativas sobre el cambio de perspectiva hacia la resolución de problemas locales.

- Relevancia de los Productos (Ideas de Emprendimiento): Las tres ideas de emprendimiento consolidadas son un resultado directo de la aplicación del enfoque centrado en el ser humano propio del Design Thinking.

La Cocina Comunitaria responde directamente a una necesidad social identificada a través de la empatía con las dinámicas familiares locales.

La Feria Gastronómica demuestra una ideación que aprovecha activos culturales existentes (diversidad regional) para generar valor económico y social.

La Tienda Cooperativa Femenina refleja una comprensión de la necesidad de modelos económicos colaborativos y sostenibles, incorporando la importancia del ecosistema de apoyo (alianzas externas).

Estas propuestas no solo abordan necesidades específicas de Palma Real II, sino que también incorporan elementos de sostenibilidad social (cohesión, equidad de género) y económica (generación de ingresos). Su emergencia valida la capacidad del Design Thinking para catalizar soluciones contextualizadas y potencialmente sostenibles desde la base comunitaria.

Así mismo, cabe resaltar que, basado en la implementación y el análisis preliminar, se proponen las siguientes recomendaciones para asegurar la sostenibilidad del impacto y la continuidad del proceso:

1. Institucionalización del Acompañamiento Técnico: Formalizar y estructurar el programa de mentorías periódicas, aprovechando las plataformas existentes de Proyección Social de UNIMINUTO. Definir indicadores clave de progreso para los emprendimientos nacientes.
2. Desarrollo de Capacidades Complementarias: Diseñar e implementar módulos de capacitación focalizados en áreas críticas identificadas: alfabetización financiera,

formulación básica de planes de negocio (Canvas), y estrategias de marketing digital de bajo costo, adaptados al contexto de los emprendimientos comunitarios.

3. Ampliación de la Participación Comunitaria: Promover activamente la inclusión de diversos actores comunitarios, incluyendo hombres y jóvenes, en futuras fases del proyecto para enriquecer las perspectivas y fomentar una cultura de emprendimiento más amplia y equitativa.
4. Gestión Proactiva de Alianzas Estratégicas: Desarrollar un plan para la identificación y vinculación sistemática con entidades gubernamentales (ej. Alcaldía, SENA), ONG y sector privado, con el fin de movilizar recursos técnicos, financieros y de infraestructura que apalanquen las iniciativas surgidas.
5. Implementación de un Sistema de Monitoreo y Evaluación Longitudinal: Establecer un sistema robusto para el seguimiento continuo del desarrollo de los emprendimientos, midiendo indicadores de impacto socioeconómico y de sostenibilidad a mediano y largo plazo. Esto permitirá ajustes iterativos y la evaluación rigurosa del modelo de intervención.

5. CONCLUSIONES

A partir del desarrollo del primer objetivo de la investigación, relacionado a diagnosticar las necesidades y oportunidades de emprendimiento sostenible en la comunidad de Palma Real II, se obtuvieron conclusiones significativas que esbozan tanto el contexto social y económico de la comunidad como las perspectivas de su desarrollo futuro. Estas conclusiones reflejan una visión integral basada en los resultados obtenidos y en el marco teórico y metodológico establecido a lo largo del proceso investigativo. Además, vinculan la pregunta de investigación y la hipótesis planteada, permitiendo un análisis profundo de las dinámicas observadas.

En primera instancia, los resultados revelaron que las necesidades fundamentales de la comunidad están enraizadas en una insuficiencia de recursos técnicos y financieros, limitaciones en el acceso a formación especializada, y una débil cultura asociativa que dificulta la generación de iniciativas colaborativas. Estas carencias son especialmente críticas dado el contexto de vulnerabilidad socioeconómica que enfrenta Palma Real II. La comunidad, compuesta principalmente por familias de estrato 1, presenta una alta dependencia de ingresos informales y carece de un acceso robusto a herramientas modernas de emprendimiento, como lo es el Design Thinking. Este diagnóstico confirma la hipótesis planteada al inicio de la investigación: que una metodología innovadora y participativa puede abordar de manera efectiva las barreras existentes para el emprendimiento sostenible en la región.

En contraste, también se identificaron fortalezas significativas que pueden servir como cimientos para la implementación de estrategias de emprendimiento sostenible. Entre ellas destacan la disposición comunitaria hacia el aprendizaje y la colaboración, así como la existencia de recursos naturales y culturales únicos en la región, que ofrecen oportunidades para la creación de iniciativas empresariales diferenciadas. Estos hallazgos resaltan la importancia de diseñar un plan de acción que no solo se enfoque en superar las limitaciones detectadas, sino que también potencie las capacidades y recursos locales existentes.

Desde el punto de vista de la literatura revisada, los resultados obtenidos validan el enfoque metodológico basado en Design Thinking como una herramienta eficaz para promover

la innovación y la sostenibilidad en contextos similares. Estudios previos han destacado la capacidad de esta metodología para fomentar la participación activa de los usuarios y generar soluciones alineadas con las necesidades y aspiraciones locales. En el caso de Palma Real II, el diagnóstico reafirma que las fases iniciales de empatía y definición de problemas son cruciales para capturar la complejidad de los desafíos locales y diseñar intervenciones que sean culturalmente relevantes y sostenibles a largo plazo.

En relación con el impacto de los resultados en el campo de estudio, este diagnóstico ofrece una contribución valiosa al entendimiento de cómo las metodologías participativas pueden ser adaptadas a contextos rurales en Colombia. Al mismo tiempo, subraya la importancia de considerar las dinámicas sociales y económicas particulares de las comunidades objeto de estudio para garantizar la efectividad de las estrategias propuestas. En este sentido, el estudio sienta las bases para futuras investigaciones que profundicen en la intersección entre el Design Thinking, el emprendimiento sostenible y el desarrollo comunitario.

Finalmente, el proceso de diagnóstico ha permitido identificar líneas de investigación futuras que podrían complementar y ampliar los hallazgos actuales. Entre ellas se incluye el análisis de modelos de financiamiento adaptados a comunidades de bajos recursos, la exploración de herramientas tecnológicas para fortalecer la asociatividad y la evaluación del impacto de las políticas públicas en el fomento del emprendimiento sostenible. Estas áreas de investigación emergentes pueden contribuir a la construcción de un modelo integral y replicable que impulse el desarrollo sostenible no solo en Palma Real II, sino también en otras comunidades con características similares.

Respecto al segundo objetivo específico, el diseño de la metodología basada en Design Thinking permitió adaptar las etapas de empatía, definición, ideación, prototipado y testeado a las necesidades y características socioculturales de la comunidad de Palma Real II. Este enfoque innovador facilitó la integración de la creatividad, el pensamiento crítico y la resolución colaborativa de problemas, promoviendo el empoderamiento de los participantes como agentes activos en la generación de soluciones sostenibles. La metodología se consolidó como una herramienta accesible, dinámica y pertinente para impulsar proyectos de emprendimiento que

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 134

respondan a los retos y oportunidades locales, sentando las bases para una cultura emprendedora alineada con los principios de sostenibilidad y responsabilidad social.

Por otro lado, en el marco del tercer objetivo específico se concluye que la estrategia de transferencia de la metodología, implementada a través del taller participativo, resultó efectiva para asegurar la apropiación de los conceptos y procesos por parte de los miembros de la comunidad. La dinámica lúdica y reflexiva permitió que los participantes no solo comprendieran los pasos de la metodología, sino que también los vivenciaran mediante la creación de prototipos de iniciativas sostenibles. La retroalimentación obtenida evidenció un alto nivel de satisfacción, interés y motivación por aplicar el Design Thinking en proyectos propios, lo que sugiere una transferencia exitosa de conocimientos y habilidades clave para el emprendimiento sostenible.

Finalmente, respecto al último objetivo propuesto se concluye que la elaboración del plan de acción consolidó los hallazgos del diagnóstico, las propuestas surgidas de la metodología y las prioridades identificadas por la comunidad, en un instrumento práctico y contextualizado para la implementación de iniciativas sostenibles. El plan de acción integra estrategias de fortalecimiento de capacidades, articulación con redes de apoyo, acceso a recursos y mecanismos de seguimiento y evaluación, garantizando su viabilidad y sostenibilidad en el tiempo. Asimismo, su carácter flexible y adaptable permite que la comunidad pueda ajustar las acciones según las dinámicas locales, promoviendo la continuidad y escalabilidad de las iniciativas de emprendimiento sostenible en Palma Real II.

6. RECOMENDACIONES

1. Recomendaciones para la implementación de la metodología de Design Thinking en el emprendimiento sostenible. Se recomienda fortalecer las capacidades locales a través de talleres participativos y dinámicos que permitan a los miembros de la comunidad familiarizarse progresivamente con las etapas de la metodología. Es importante que estos talleres no solo transmitan conocimientos teóricos, sino que incluyan ejercicios prácticos, simulaciones y casos reales que faciliten la comprensión. Además, se sugiere la formación de líderes comunitarios o facilitadores que actúen como multiplicadores del conocimiento, garantizando que la metodología pueda replicarse internamente sin depender exclusivamente de actores externos. Es crucial incluir espacios de retroalimentación tras cada fase, de modo que los aprendizajes puedan ajustarse a las particularidades y necesidades emergentes de Palma Real II, promoviendo una mejora continua en el proceso.

2. Recomendaciones para la articulación institucional y el apoyo al emprendimiento sostenible. Se sugiere establecer alianzas estratégicas con instituciones educativas, entidades gubernamentales y organizaciones no gubernamentales que puedan aportar recursos técnicos, financieros y humanos al proceso. Estas alianzas deben gestionarse a través de convenios formales que definan compromisos, responsabilidades y plazos, asegurando la permanencia y efectividad de la colaboración. Asimismo, se recomienda formalizar mesas de trabajo conjuntas, periódicas, que permitan integrar las iniciativas locales con programas y políticas públicas existentes, evitando la duplicidad de esfuerzos y potenciando los recursos disponibles. Es clave promover la participación activa de la comunidad en estas mesas, de manera que sus voces sean escuchadas y sus necesidades realmente representadas en los planes de acción.

3. Recomendaciones para continuar la transferencia de la metodología a la comunidad. Es indispensable que el material diseñado para la transferencia sea elaborado en formatos accesibles y atractivos, considerando el uso de lenguaje sencillo, recursos visuales, gráficos y ejemplos prácticos contextualizados a la realidad de la comunidad. Se aconseja priorizar la interacción directa mediante sesiones presenciales o virtuales, con metodologías participativas como juegos de roles, dinámicas grupales y análisis de casos, promoviendo el

diálogo y la apropiación de los contenidos por parte de los participantes. Además, se sugiere desarrollar material de apoyo en formato físico y digital (manuales, videos, infografías) para reforzar el aprendizaje y permitir la consulta posterior. La inclusión de espacios de evaluación y reflexión al finalizar cada sesión permitirá identificar dudas, dificultades o resistencias, facilitando su abordaje oportuna.

4. Recomendaciones para el seguimiento y evaluación de las iniciativas de emprendimiento sostenible. Se recomienda diseñar un sistema de monitoreo basado en indicadores de corto, mediano y largo plazo, que permitan evaluar no solo la implementación de las acciones, sino también su sostenibilidad en el tiempo. Este sistema deberá contemplar variables cualitativas y cuantitativas, incorporando tanto los resultados tangibles como los impactos sociales, económicos y ambientales de las iniciativas. Se aconseja establecer mecanismos participativos que involucren activamente a la comunidad en la recolección, análisis e interpretación de la información, garantizando la transparencia y la corresponsabilidad en la gestión. También se recomienda la realización de informes periódicos y espacios de socialización de resultados, que sirvan como herramienta de aprendizaje colectivo y como plataforma para la toma de decisiones informadas.

5. Recomendaciones para garantizar la sostenibilidad de las iniciativas. Finalmente, se sugiere fomentar redes de colaboración entre los emprendedores, promoviendo espacios de intercambio de experiencias, conocimientos y recursos, tales como encuentros locales, ferias, círculos de emprendedores o plataformas digitales de comunicación. Asimismo, es recomendable gestionar la creación de una figura organizativa local (como una asociación o cooperativa) que respalde la continuidad de las acciones más allá de la intervención inicial, brindando soporte en la gestión, comercialización y acceso a mercados. Se propone también explorar oportunidades de financiamiento a través de fondos públicos, privados y de cooperación internacional, para asegurar la disponibilidad de recursos que permitan escalar y consolidar los emprendimientos. La capacitación continua en temas de gestión empresarial, marketing, sostenibilidad y liderazgo contribuirá a empoderar a los emprendedores y fortalecer la resiliencia de las iniciativas.

Referencias

- Agudelo, G., Aignerren, M., & Ruiz, J. (2008). Diseños de investigación experimental y no-experimental. *Centros de estudios de opinion*, 1-46. Obtenido de https://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/2622/1/AgudeloGabriel_2008_DiseñosInvestigacionExperimental.pdf
- Aguirre, A., & Pinto, M. (2006). Asociatividad, Capital Social y Redes Sociales. *Revista Mad. Revista del Magíster en Análisis Aplicado a la Sociedad*, Núm. 15, 74-92 . Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3112/311224741006.pdf>
- Alcaldía de Granada - Meta. (2023). *Mi Municipio*. Obtenido de <https://granada-meta.gov.co/>
- Anderson, N. S. (1988). *User centered system design: new perspectives on human-computer interaction*. Obtenido de https://www.jstor.org/stable/1422802?casa_token=gZ4ViOEpEtsAAAAA:yAC6awQwIwZpflbJKZT6sENpc3xZIY1g7BLx0XqipxF_J6PDYmm-inc9uQ-ekEc1b8zRvjXnqlGmoAF10SP9Cf_-1IexejlkoGOdto0FxNGuzvZrMl8t
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2023). *Informe macroeconómico de América Latina y el Caribe 2023*. BID. doi:<http://dx.doi.org/10.18235/0004780>
- Borja,, A., Carvajal, , H., & Vite , H. (2020). . Modelo de emprendimiento y análisis de los factores determinantes para su sostenibilidad. *Revista ESPACIOS ISSN*, 798, 1015., 183-196. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n24/a20v41n24p15.pdf>
- Brown, T. (2020). *Diseñar El Cambio: Cómo el design thinking transforma organizaciones e inspira la innovación*. Ediciones Urano.
- Callejas, R. A., Morán, R. C., & Campos, A. (2020). Aplicación de la metodología design thinking en la creación de proyectos de emprendimiento en ITESHU. *Emprennova*, 1, 129-141. Obtenido de <https://revistas.uaq.mx/index.php/emprenova/article/view/338>

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 138

Cámara de Comercio de Villavicencio. (15 de Julio de 2022). *Dinámica económica empresarial 2022*. Obtenido de Coordinación de investigaciones socioeconómicas:
https://s3.pagegear.co/415/78/investigacion_socio_economica/estudio_dinamica_economica_y_empresarial_ccv_2021.pdf

Cámara de Comercio de Villavicencio. (2023). *Informe comparativo informal e informal 2022 - 2023*. Obtenido de Coordinación Investigaciones Socio económicas:
https://s3.pagegear.co/415/77/documentos/2023/2._informe_comparativo_informal_y_formal.pdf

CEPAL. (2023). *Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe*.
doi:<https://doi.org/10.18356/ff4862c1-es>

CEPAL. (2023). *Perspectivas del Comercio Internacional de América Latina y el Caribe 2023*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/pci>

Cervilla, M., & Puente, R. (2013). Modelos de negocio de emprendimientos por y para la base de la pirámide. *Revista de Ciencias Sociales N° 19*, 289-308. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/280/28026992009.pdf>

Christensen, M. C. (2020). *El dilema de los innovadores: Cuando las nuevas tecnologías pueden hacer fracasar a las grandes empresas*. España: Ediciones Granica SA.

Concejo Municipal de Granada. (2020). *Plan de Desarrollo Municipal 2020 – 2023*. Granada, Meta, Colombia. Obtenido de <https://www.granadameta.gov.co/Transparencia/PlaneacionGestionyControl/PDT%202020-2023%20Por%20una%20Granada%20Unida%20y%20Próspera.pdf>

Delgado Cerviño, J. (2018). *Claves de la creatividad empresarial*. ECOE Ediciones. Obtenido de DELGADO CERVIÑO, J. Claves de la creatividad <https://elibro.net/es/ereader/uniminutoecoe/122450?page=3>.

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 139

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE. (2023). Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE. (2023). *DANE - Anexo departamental - Cifras Pobreza multidimensional 2022*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/pobreza-y-condiciones-de-vida/pobreza-multidimensional>

Drucker, P. (1985). *La innovación y el empresario innovador*. España: Ed Edhasa. Obtenido de <https://www.scribd.com/doc/306762220/Drucker-Peter-La-Innovacion-Y-El-Empresariado-Innovador-PDF#>

Drucker, P. (1996). *The Landmarks of Tomorrow*. New Jersey: Harper and Row.

Fundación Ideas para la Paz. (21 de Agosto de 2023). *Conflicto armado en Meta y su impacto humanitario*. Obtenido de <https://ideaspaz.org/publicaciones/investigaciones-analisis/2013-08/conflicto-armado-en-meta-y-su-impacto-humanitario>

García Lorenzo, A., & Lopez Rodríguez, J. (2010). Innovación Abierta: Desafíos Organizacionales de. *Revista galega de economía* 19, 1-13. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/391/39115737008.pdf>

Global Entrepreneurship Monitor- GEM. (2023). *Reporte GEM América Latina y el Caribe 2022-2023*. Obtenido de https://uninortemy.sharepoint.com/personal/comunica_emprende_uninorte_edu_co/_layouts/15/onedrive.aspx?id=%2Fpersonal%2Fcomunica%5Femprende%5Funinorte%5Fedu%5Fco%2FDocuments%2FCENTRO%20DE%20EMPRENDIMIENTO%202023%2F0%2E%20ADMINISTRACION%20%2F0%2E4%2E%20

Gobernación del Meta. (30 de 06 de 2021). *www.meta-gov.co*. Obtenido de https://devx.meta.gov.co/media/centrodocumentacion/2021/06/30/Capitulo_Independiente_Inversiones_con_Cargo_al_SGR_-_Departamento_del_Meta.pdf

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 140

Hernández, H. A., & Pascual Barrera, A. E. (17 de 12 de 2018). Validación de un instrumento de investigación para el diseño de una metodología de autoevaluación del sistema de gestión ambiental. *Revista De Investigación Agraria Y Ambiental*, 9, 157 - 164.

doi:<https://doi.org/10.22490/21456453.2186>

Hueso, G. A., & Cascant, S. M. (2012). Metodología y técnicas cuantitativas de investigación.

Cuadernos Docentes en procesos de desarrollo N° 1. Obtenido de

<https://hdl.handle.net/20.500.12799/4600>

Latorre-Coscolluela, C., Vázquez-Toledo, S., Rodríguez-Martínez, A., & Liesa-Orús, M. (2022).

Design Thinking: creatividad y pensamiento crítico en la universidad. *Revista electrónica de investigación educativa*, 22. doi:<https://doi.org/10.24320/redie.2020.22.e28.2917>

López, P. L. (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. *Punto Cero*(09 (08)), 69-74.

Recuperado el 11 de noviembre de 2023, de

http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012&lng=es&tlng=es

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos - OCDE. (2020). *Perspectivas económicas de América Latina 2020: Transformación digital para una mejor reconstrucción*. Obtenido de [https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/b499116c-](https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/b499116c-es.pdf?expires=1731165109&id=id&accname=guest&checksum=AF055FB9211BF562AD08D11D1278C2B3)

[es.pdf?expires=1731165109&id=id&accname=guest&checksum=AF055FB9211BF562AD08D11D1278C2B3](https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/b499116c-es.pdf?expires=1731165109&id=id&accname=guest&checksum=AF055FB9211BF562AD08D11D1278C2B3)

Ortega, M. S., & Ceballos, P. (2015). *Design thinking: Lidera el presente. Crea el futuro*. ESIC

Editorial. Obtenido de

https://www.academia.edu/37936016/Desing_thinking_lidera_el_presente_crea_el_futuro_pdf

Ospina Penagos, A., & Alzate Castaño, J. (2018). La asociatividad como estrategia para

gestionar los procesos de desarrollo empresarial y solución a problemáticas sociales.

GESTIÓN EMPRESARIAL Y FINANCIERA, Volumen 2, Número 1 (2018) - ISSN 2590-

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 141

7441, 80 - 83. Obtenido de

<https://revistas.sena.edu.co/index.php/LOG/article/view/1669/1790>

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2023). *Informe Regional de Desarrollo Humano 2023*. Obtenido de <https://www.undp.org/es/colombia/informe-sobre-desarrollo-humano-2023>

Quiroz Albán, G., Font Aranda, M., & Sánchez Brione, A. (2021). Asociatividad un paradigma que fortalece el desarrollo sostenible de la sociedad. *Polo del Conocimiento, (Edición núm. 58) Vol. 6, No 8*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8042605>

Reniz, J., & Rojas, L. (2018). Entrepreneurship and innovation to promote competitiveness. *Revista Espacios*, 1. Obtenido de <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85055624935&origin=resultslist&sort=plf-f&src=s&sid=d7f347f7f3ed7defcc2a81fa58d5ec63&sot=b&sdt=b&cluster=scosubjabbr%2C%22BUSI%22%2C%22ECON%22%2Ct&s=KEY%28emprendimiento%26social%29&sl=19&sessionSea>

Rosales, H. (1997). . La asociatividad como estrategia de sobrevivencia de las Pymes. *Cambios estratégicos en las políticas industriales.*, 51.

Salazar, F., González, J., Sánchez, P., & Sanmartin, J. (2019). Emprendimiento e innovación: agentes potenciadores de la Empresa familiar. *SAPIENTIAE*, 247-265. Obtenido de [https://www.redalyc.org/journal/5727/572761148004/html/#:~:text=Seg%C3%BAn%20Drucker%20\(1985\)%2C%20el,un%20entorno%20incierto%20y%20ambiguo%E2%80%9D](https://www.redalyc.org/journal/5727/572761148004/html/#:~:text=Seg%C3%BAn%20Drucker%20(1985)%2C%20el,un%20entorno%20incierto%20y%20ambiguo%E2%80%9D).

Telencuestas. (02 de octubre de 2023). *Censos de población Telencuestas*. Obtenido de <https://telencuestas.com/censos-de-poblacion/colombia/2023/meta/granada>

Terán, E., & Guerrero, A. (2020). Teorías de emprendimiento: revisión crítica de la literatura y sugerencias para futuras investigaciones. *Revista Espacios*, 7. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n07/20410707.html>

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 142

UNIMINUTO. (2021). *Agenda Regional Granada Meta*. Obtenido de

<https://agendasregionales.uniminuto.edu/granada-meta/>

UNIMINUTO. (1 de Marzo de 2022). *Agenda Regional de I+D+i+C*. Obtenido de

https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/13754/1/Documento%20t%C3%A9cnico_Agenda%20Regional%20de%20I%2BD%2Bi%2BC.pdf

Useche, M., Artigas, W., Queipo, B., & Perozo, É. (2019). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos*. Guajira: Universidad de la Guajira. Obtenido de <https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/bitstream/handle/uniguajira/467/88.%20Tecnicas%20e%20instrumentos%20recolecci%C3%B3n%20de%20datos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Velasco Villa, M. (2018). *Desarrollo Comunitario*. ediciones Paraninfo, SA. Obtenido de

https://books.google.es/books?id=gJtLDwAAQBAJ&pg=PA113&dq=%22desarrollo+comunitario%22&lr=&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=true

Vesga, R. (2017). *Emprendimiento e Innovación en Colombia: ¿Qué nos está haciendo falta?*

Obtenido de Unillanos:

<https://web.unillanos.edu.co/docus/Emprendimiento%20e%20innovacion.pdf>

Zárate Rueda, R., Amado Aguillón, A. A., & Parra Suárez, S. (2022). Design Thinking para el

emprendimiento social: una revisión de literatura. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 30, 113 - 130. Obtenido de

http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-68052022000100113&script=sci_arttext

AlAli, D., Manivannan, N., & Xu, Y. (2023). A Framework for Effective Design Thinking Based Smart Cities Projects in Qatar. *Smart Cities*, 6(1), Article 1.

<https://doi.org/10.3390/smartcities6010025>

Alcántara-Reyes, P. R., Calderón-Martínez, M. G., López-González, C., Alcántara-Reyes, P. R., Calderón-Martínez, M. G., & López-González, C. (2024). Aplicación del Design Thinking en el emprendimiento. Diseño y mejora de alimentos bajo un enfoque sustentable*. *Ciencias administrativas teoría y praxis*, 20(1), 14-34. <https://doi.org/10.46443/catyp.v20i1.362>

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 143

Araque, Y. del V. C., Córdoba, V. H. M., & Meriño, C. Y. M. de. (2018). Emprendimiento sostenible: Una opción para el crecimiento local. *I+D Revista de Investigaciones*, *11*(1), Article 1. <https://doi.org/10.33304/revinv.v11n1-2018009>

Cervantes Rosas, M. de los Á., Anda Montaña, R. E. de, & Carranza Ortigón, G. (2023). Emprendimiento femenino y desarrollo sostenible: Estudio de caso en una empresa de la industria restaurantera. *RILCO DS: Revista de Desarrollo sustentable, Negocios, Emprendimiento y Educación*, *5*(45), 90-101.

Crespo-Martínez, P. E., Rosales-Moscoso, M. V., Contreras-Silva, C. A., & Bermeo-Samaniego, C. A. (2022). Variables que influyen en el emprendimiento en Ecuador. *UDA AKADEM*, *9*, Article 9. <https://doi.org/10.33324/udaakadem.v1i9.478>

Deitte, L. A., & Omary, R. A. (2019). The Power of Design Thinking in Medical Education. *Academic Radiology*, *26*(10), 1417-1420. <https://doi.org/10.1016/j.acra.2019.02.012>

DIAN. (2024). *Estadísticas de ingreso y riqueza en clave de género: Un zoom en las personas más ricas de Colombia*. <https://www.dian.gov.co/dian/cifras/Informesespeciales/02-Estadisticas-de-Ingreso-y-Riqueza-en-Clave-de-Genero-PLURAL.pdf>

Ford, R. C., & Yoho, K. D. (2024). Design thinking: Executing your organization's commitment to customer centricity. *Organizational Dynamics*, 101077. <https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2024.101077>

Hernández González, O. (2021). Aproximación a los distintos tipos de muestreo no probabilístico que existen. *Revista Cubana de Medicina General Integral*, *37*(3). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0864-21252021000300002&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Hernández Sampieri, R., Collado, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (Quinta edición). <https://www.icmujeres.gob.mx/wp-content/uploads/2020/05/Sampieri.Met.Inv.pdf>

Hernández-Gil, C., Núñez-López, J. A., Hernández-Gil, C., & Núñez-López, J. A. (2020). Design thinking aplicado al mejoramiento de las competencias ciudadanas en universitarios: Voto popular. *Revista de Investigación, Desarrollo e Innovación*, *11*(1), 85-98. <https://doi.org/10.19053/20278306.v11.n1.2020.11685>

Imjai, N., Nui-Suk, C., Usman, B., Somwethee, P., & Aujirapongpan, S. (2024). The influence of AI competency and design thinking skills on innovative entrepreneurial competency: The role of strategic intelligence amongst new age entrepreneurs in Thailand. *International Journal of Information Management Data Insights*, *4*(2), 100301. <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2024.100301>

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 144

Kohls, C. (2019). Hybrid Learning Spaces for Design Thinking. *Open Education Studies, 1*, 228-244. <https://doi.org/10.1515/edu-2019-0017>

Llanes Díaz, N., Pacheco Gómez Muñoz, E., Llanes Díaz, N., & Pacheco Gómez Muñoz, E. (2021). Maternidad y trabajo no remunerado en el contexto del Covid-19. *Revista mexicana de sociología, 83*(SPE), 61-92. <https://doi.org/10.22201/iis.01882503p.2021.0.60069>

López Zuluaga, S. (2022). *La relación entre las desigualdades y las cargas de trabajo no remunerado dentro y entre los hogares colombianos* [Trabajo de grado - Maestría, Universidad Nacional de Colombia]. <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/82963>

Minet, A., Wentzel, D., Raff, S., & Garbas, J. (2024). Design thinking in physical and virtual environments: Conceptual foundations, qualitative analysis, and practical implications. *Technological Forecasting and Social Change, 207*, 123596. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2024.123596>

ODILO. (2024). *Resiliencia y adaptabilidad: Creando organizaciones preparadas para el cambio – ODILO*. <https://www.odilo.es/blog/resiliencia-y-adaptabilidad-creando-organizaciones-preparadas-para-el-cambio/>

OECD, L. R. (2007). *Insights Human Capital: How what you know shapes your life*. https://www.academia.edu/10250649/OECD_Insights_Human_Capital_How_what_you_know_shapes_your_life

Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International Journal of Morphology, 35*(1), 227-232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>

Quilodràn, J., & Castro, T. (2009). Nuevas dinámicas familiares. *ResearchGate*. <https://doi.org/10.24201/edu.v24i2.2138>

Sampedro-Palacios, C. B., & Pérez-Villar, J. (2019). Innovación Social como herramienta en la transformación de una sociedad inclusiva. Accesibilidad e Innovación Social. *PROSPECTIVA. Revista de Trabajo Social e Intervención Social, 93*-119. <https://doi.org/10.25100/prts.v0i28.7218>

Sánchez, C. (2024, diciembre 4). *La trampa de la desigualdad en Colombia eclipsa la disminución de la pobreza*. El País América Colombia. <https://elpais.com/america-colombia/2024-12-04/la-trampa-de-la-desigualdad-en-colombia-eclipsa-la-disminucion-de-la-pobreza.html>

Diseño de metodología basada en Design Thinking para impulsar el emprendimiento sostenible en la Comunidad de Palma Real II, Granada - Meta 145

Tapia Moya, M. J., & Satama, L. V. (2021). *Eco - Innovación y Design Thinking: Una Oportunidad de Negocios Sostenibles*.

<http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/xmlui/handle/123456789/1443>

UAM. (2024). *Biblioguías: Dialnet y Dialnet Métricas: Inicio*.

<https://biblioguias.uam.es/tutoriales/dialnet/inicio>

Useche, M. C., Artigas, W., Queipo, B., & Perozo, É. (2019). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos cuali-cuantitativos*. Universidad de la Guajira.

<https://repositoryinst.uniguajira.edu.co/handle/uniguajira/467>

Velasco, C. J. U., & Rojas, L. E. R. (2023). Emprendimiento e Innovación Educativa: Modelos de Negocios Circulares Sostenibles en Educación. *Revista Scientific*, 8(28), Article 28.

<https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2023.8.28.11.214-229>

Yepes Nuñez, J. J., Urrútia, G., Romero García, M., & Alonso Fernández, S. (2021). Declaración PRISMA 2020: Una guía actualizada para la publicación de revisiones sistemáticas. *Revista española de cardiología*, 74(9), 790-799.

Zárate Rueda, R., Amado Aguillón, A. A., Parra Suárez, S., Zárate Rueda, R., Amado Aguillón, A. A., & Parra Suárez, S. (2022). Design Thinking para el emprendimiento social: Una revisión de literatura. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 30(1), 113-130. <https://doi.org/10.18359/rfce.5907>