



**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS POLÍTICAS**

**TÍTULO DEL PROYECTO FINAL**

**Memoria de Conceptualización de Conferencias y Seminarios para el Laboratorio de Innovación de la Universidad Casa Grande.**

**PARA OPTAR AL GRADO DE**

**Ingeniero en Administración y Marketing Estratégico**

**PRESENTADO POR**

**CARLOS XAVIER GUERRERO JALÓN**

**EQUIPO DE ASESORES**

**ENRIQUE ROJAS – ILONA VALLARINO**

**GUAYAQUIL – ECUADOR**

**NOVIEMBRE 2017**

## **Abstract**

Este trabajo describe la conceptualización de los seminarios y conferencias que serán parte del laboratorio de innovación de la Universidad Casa Grande, el cual llevará de nombre “El Nido” y será constituido como un espacio físico y virtual en el cual se brindarán diferentes servicios a los alumnos de la Universidad Casa Grande, estudiantes de otras universidades, empresarios y personas inmersas en temas de innovación y emprendimiento.

Además de los seminarios y conferencias que se podrán realizar dentro del laboratorio de innovación, se ha determinado brindar 3 servicios adicionales que son: coworking y red de servicios, asesorías en design thinking y las noches de innovación. Este último servicio ya fue realizado y sirvió como parte del lanzamiento de “El Nido” para los alumnos de primer y segundo año de la Universidad Casa Grande.

Las conferencias y seminarios serán impartidas por personas especializadas en temas como innovación, emprendimiento o temas afines a las carreras de administración y marketing. También se espera contar con el apoyo del IDE Business School por mantener un convenio con la Universidad Casa Grande. Los horarios de las conferencias y los seminarios serán pensados para que los alumnos puedan asistir y no tengan problemas con los horarios de sus materias cursantes. Así mismo, como el laboratorio será un espacio físico y virtual se procurará realizar sesiones virtuales para disminuir las cargas de horas presenciales.

## **Palabras claves**

- Conferencias
- Seminarios
- Innovación
- Emprendimiento

## Índice

### Contenido

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Resumen .....                         | 5  |
| Denominación/Nombre del proyecto..... | 7  |
| Descripción .....                     | 8  |
| Fundamentación .....                  | 10 |
| Objetivos.....                        | 13 |
| Destinatarios .....                   | 14 |
| Actividades .....                     | 15 |
| Recursos Humanos .....                | 23 |
| Recursos materiales .....             | 24 |
| Financiación .....                    | 28 |
| Autoevaluación.....                   | 34 |
| Bibliografía.....                     | 36 |
| Anexos.....                           | 37 |

## **Resumen**

**Problema:** Este proyecto surge a raíz de una investigación de los alumnos cursando los últimos años de la facultad de administración y marketing y ciencias políticas en la cual se determinó que los problemas que existían eran: la falta de identidad de los alumnos hacia su facultad, poco o nulo posicionamiento de la universidad en carreras administrativas o de marketing, y por último la poca motivación que los alumnos mantenían a lo largo de sus carreras universitarias; después de investigaciones y reuniones con personas especializadas en innovación se pudo determinar que el verdadero problema que tenía el proyecto es: No existe una cultura de innovación dentro del mercado ecuatoriano, por ende las personas no están en capacidad de innovar.

**Programa de vinculación:** programa de apoyo al emprendimiento social y empresarial con responsabilidad social ya que es necesario crear una cultura social en la cual no solo se vea beneficiada las empresas económicamente si no que también aporten recursos a las comunidades que por diferentes factores no se han podido desarrollar al nivel de las grandes ciudades. Es indispensable abrir nuestros horizontes y no solo pensar en los recursos económicos ya que también se debería de enfocar las actividades con una responsabilidad social económica como algo indispensable tanto para el proyecto como para el largo de nuestras vidas y que el éxito empresarial no solo se mide por el poder económico sino también a través de los proveedores, stakeholders y responsabilidad social con un desarrollo sostenible.

**Objetivos del proyecto:** Generar un espacio que promueva la cultura de innovación, a través de diferentes servicios que faciliten a sus usuarios conocimientos, experiencias y herramientas necesarias, para desarrollar la cultura de innovación empresarial en la ciudad de Guayaquil

**Acciones desarrolladas:** Se desarrollo la primera Noche de Innovación, la cual es un nexo entre la universidad, los estudiantes y las empresas. Esta fue realizada el 26 de octubre del presente año y se conto con el auspicio de la marca Refresh como principal auspiciante del evento. Así mismo este evento sirvió para dar a conocer el laboratorio de innovación a los alumnos de primer y segundo año de las carreras de administración y marketing de la UCG.

**Denominación/Nombre del proyecto**

Este documento lleva como nombre: “Memoria de Conceptualización de Capacitaciones y Seminarios para el Laboratorio de Innovación de la Universidad Casa Grande.”

## **Descripción**

*La innovación es el proceso de llevar a cabo una idea o invento. Este resultado tiene como resultado generar un valor, reducir costos u ofrecer un nuevo producto o servicio.* Con este significado de innovación, el laboratorio de innovación “El Nido” se tratará de crear una cultura de innovación, como corto plazo dentro de la ciudad de Guayaquil y en un mediano o largo plazo a nivel nacional y ser reconocidos como una institución reconocida en innovación empresarial.

El laboratorio de innovación “El Nido” será un espacio virtual y físico cuyo principal objetivo es crear y fomentar una cultura de innovación primordialmente en los estudiantes de la Universidad Casa Grande, luego en los alumnos de otras universidades, empresarios y emprendedores dentro de la ciudad de Guayaquil.

El laboratorio de innovación será el espacio adecuado para aquellas personas que deseen profundizar sus conocimientos en temas de innovación y emprendimiento por medio de los 4 servicios que se buscará brindar. Estos servicios que serán brindados son: Coworking y red de servicios, asesorías de design thinking, noches de innovación y seminarios y conferencias. Estos servicios serán para todo público pero dándoles prioridad a los alumnos de la Universidad Casa Grande para que ellos se sientan parte de este proyecto.



En las investigaciones que se efectuaron se pudo determinar que el laboratorio debería de ser virtual y físico para poder brindar un mejor servicio para sus usuarios y disponer de horarios que no intervengan con los horarios laborales para poder contar con un mayor número de usuarios. Así mismo se determinó que el nombre del laboratorio tendría que ser poco habitual a los nombres de otros laboratorios para crear un nivel mayor de incertidumbre por querer conocer el lugar; por esta razón se escogió el nombre “El Nido” ya que se lo asocia un hábitat de personas donde pueden crear juntos nuevas ideas y que estén aptas para poder desarrollarse por ellos mismos, también se lo puede asociar como un lugar donde se empollan ideas que después estarán listas para salir de su cascarón o en otras palabras como un lugar para crear posibles soluciones para luego implementarlas en diferentes problemas.

Las conferencias y los seminarios serán brindadas por personas especializadas en temas de innovación empresarial para poder afianzar conocimientos o para poder actualizarse en estos temas, así mismo se crearán workshops entre los asistentes para poder aplicar los conocimientos aprendidos. Estos dos servicios serán dictados de forma presencial y virtual para poder disponer de horarios que no intervengan en sus actividades laborales o actividades estudiantiles.

## **Fundamentación**

El laboratorio de innovación surge a raíz de una investigación de los alumnos de casos del año pasado y que se encuentran cursando las últimas materias de su malla universitaria. Ellos determinaron que La Universidad Casa Grande no cuenta con una identidad como la tienen otras universidades como la Universidad Santa María (USM), la Universidad Católica Santiago de Guayaquil (UCSG), la Universidad de Especializaciones Espiritu Santo (UEES) o la Universidad Ecotec que venden como su forma de promocionarse diferentes valores agregados como horarios de trabajo (Ecotec), emprendimiento y ayuda a la obtención de trabajos (UCSG), internacionalización, networking y prestigio (UEES) y metodología de casos reales (USM). La Universidad Casa Grande promociona sus servicios que se asemejan a los de la Santa María, pero esta al tener un nombre de mayor reconocimiento y más años en el mercado local hace que se lleve gran parte de este segmento de estudiantes nuevos que quieren entrar a la universidad. Por estos inconvenientes al momento de promocionar los servicios, se determinó que es necesaria la creación de un servicio que le de un factor de identidad a la Casa Grande y a la facultad de administración que se diferencie totalmente de nuestra competencia, las diferentes universidades, tomando en cuenta que estas universidades se enfocan única y exclusivamente en el tema del emprendimiento empresarial, mas no en la innovación, lo cual deja un mercado no explotado e insatisfecho que se podría explotar.

La falta de identidad es algo agobiante en los estudiantes de la facultad de administración, ya que desde el punto de vista externo, no todos “sienten la camiseta” de universidad casa grande como si se puede reflejar en otras universidades como los sansanos

en la universidad santa maría y en el punto de vista interno de la universidad no hay un grado de reconocimiento de la facultad dentro de la universidad ya que existen algunos docentes que solo conocen las carreras de comunicación, recursos humanos mas no de la facultad de administración.

También se determino que los alumnos pierden motivación a lo largo del tiempo mientras van cursando las materias, esto se debe a que en los primeros años de los estudiantes en la carrera se sienten a gustos y motivados por las actividades que se realizan, con el transcurrir de los semestres o años los estudiantes empiezan a incursionar en la vida laboral y esto conlleva a menor disponibilidad de tiempo para los estudios. Las actividades realizadas dentro de los trabajos generan conocimiento que se pueden ir adelantando a las clases impartidas dentro de la universidad lo cual crea un sentimiento de aburrimiento o falta de nuevos retos para incursionar en las nuevas materias de la malla estudiantil. Otro de los motivos de deserción es la constante repetición de impartir conocimientos similares o iguales a los vistos en los primeros años de la carrera.

Otro problema que los estudiantes encontraron es que la universidad no cuenta con un posicionamiento en carreras de administración y marketing, esto es debido a que en las casas abiertas o ferias de universidades muy poca gente conoce que la UCG cuenta con una facultad de administración, marketing y ciencias políticas por lo que los alumnos se acercan a los stands de otras universidades y se pierde un gran mercado debido a esto.

Se determinó implementar un Laboratorio de innovación de la Facultad de Administración y Ciencias Políticas de la Universidad Casa Grande con lo cual se encontraría una solución a los problemas antes expuestos y solucionar el problema que se encontró en la realización del laboratorio el cual es que no existe una cultura de innovación dentro de la ciudad de Guayaquil.

Uno de los problemas que actualmente se han encontrado al momento de la implementación de “El Nido” es la falta de presupuesto al ser elevado para la implementación total del laboratorio. Otro problema fue no poder contar con el tiempo necesario para poder implementar todos los servicios que se han establecido brindar, es por esto que únicamente se pudo realizar el servicio, Noche de innovación, con el cual se dio la iniciativa del laboratorio de innovación y dejar en manos de los futuros egresados el poder de llevar a cabo este proyecto.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

- Efectuar seminarios y conferencias enfocadas en temas de innovación que promuevan la cultura de innovación empresarial en la ciudad de Guayaquil

### **Objetivos específicos**

- Definir los temas a tratar en los seminarios y conferencias
- Determinar los gastos para la creación de un seminario o conferencia

## **Destinatarios**

Los principales destinatarios del laboratorio de innovación serán los estudiantes de la UCG para poder generar una cultura de innovación en ellos y así poder ganar mayor renombre para la universidad y para la facultad y generar una mayor motivación hacia los estudiantes creando una identidad en la facultad.

Otros actores del laboratorio de innovación serán estudiantes de otras universidades que se quieran capacitar en temas de innovación empresarial, así mismo los empresarios y emprendedores que quieran participar en los servicios que brindará el laboratorio como las conferencias, coworking, asesorías en design thinking y las noches de innovación.

## **Actividades**

Para comenzar a explicar este apartado sobre las actividades que se deben realizar para realizar conferencias y seminarios es necesario tener un antecedente de cómo fue el recorrido de nuestro proyecto de titulación.

Este proyecto surge como una problemática que encontraron los alumnos, de la facultad de administración y ciencias políticas, de casos del 2016 en cual se determinó: que la facultad de administración no disponía de una identidad, no existía un posicionamiento de la universidad en las casas abiertas en carreras de administración y marketing y la desmotivación que los alumnos iban generando a lo largo del cursar de sus materias académicas al no contar con desafíos que los ayuden a mejorar perennemente en su aprendizaje.

Los alumnos de casos por su parte plantearon diferentes soluciones para poder resolver estos inconvenientes entre los cuales encontramos: viajes de negocios, The Click School, Bucket List, y el laboratorio de innovación los cuales servirían como un diferenciador de otras universidades que ya se enfocan en temas de emprendimiento más no en temas de innovación.

Por esta razón se nos asignó el proyecto Laboratorio de innovación el cual fue teniendo cambios constantemente a lo largo de las investigaciones y entrevistas que

manteníamos con diferentes expertos así como de cambios que los guías y jurados de presentaciones nos iban corrigiendo.

En el seminario que es nuestra primera etapa del proyecto se identificaron los siguientes puntos:

- Antecedentes
- Problemas
- Objetivos de investigación (Anexo)
- Solución
- Actores involucrados
- Objetivos del laboratorio
- Diseño metodológico de investigación

En la segunda etapa del proyecto se elaboro un primer bosquejo de cómo sería el primer laboratorio de innovación y se realizó:

- Entrevistas a alumnos (Anexos)
- Encuestas a profesionales (Anexos)
- Elaboración de objetivos
- Investigación de universidades referentes
- Bosquejo del laboratorio de innovación
- Propuesta del funcionamiento del laboratorio



- Propuesta de enfoques de innovación
- Presentación del primer avance

En esta etapa se fueron idealizando los objetivos de investigación y encuestas y entrevistas tanto para alumnos de las carreras de administración y marketing como para los especialistas en temas de innovación y emprendimiento como el Sr. Ernesto Noboa. Y el Sr. Boris Lascano las cuales nos sirvieron para darle forma a nuestro primer avance del proyecto.

Luego de esta etapa en la cual se corrigieron errores que nos hicieron ver los jurados pasamos a una tercera etapa del proyecto en la cual fuimos re direccionados y se hicieron ajustes a través de reuniones claves con:

- Ernesto Jurado – Propietario de SEM Group
- Andres Auz – Socio Estratégico Sem Group
- Enrique Rojas – Guía de tesis

En esta etapa y luego de las reuniones con las personas antes mencionadas se definió un nuevo modelo de laboratorio en cual se presentaron los nuevos servicios que se pretendían brindar y para los cuales para tener el apoyo de SEM Group era necesario cancelar un valor para su asesoría.

En la siguiente etapa del proyecto se desarrollo el esquema del nuevo laboratorio de innovación el cual ya se denomino “El nido” y se definió:

- Se definieron los servicios del laboratorio
- Se replanteo el problema que el laboratorio pretende resolver
- Planteamiento de objetivos generales y específicos
- Pasos a seguir para implementar cada servicio y sus responsables

Las conferencias y seminarios son un servicio que el laboratorio de innovación pretende implementar, pero por imprevistos de tiempo no se pudo realizarlo este año y se determino que el servicio que podíamos lanzar el presente año seria la Noche de Innovación ya que no necesita de un lugar físico propio para poder llevar a cabo el evento.

Para poder realizar las conferencias y seminarios es necesario disponer de un lugar propio del laboratorio de innovación y así ser tenidos en cuenta como un referente en temas de innovación empresarial. Estas conferencias y seminarios serán presenciales y virtuales para poder tener una mayor aceptación por parte de los actores claves (alumnos, empresarios y emprendedores) ya que no siempre se dispone de tiempo por temas laborales o académicos.

Las conferencias deben ser dictadas por especialistas en temas de innovación empresarial, en el caso de querer expandirse hacia otras facultades se pueden realizar

conferencias en temas de innovación en la comunicación, redes sociales, etc. Estas conferencias servirán para complementar conocimientos, actualización de nuevas metodologías y herramientas tecnológicas y servirán para impulsar el desarrollo profesional de los presentes. Serán aptas para todo público, dándole siempre prioridad a los alumnos de la UCG, tendrán una duración máxima de 2 horas y se deberían de realizar una cada dos meses.

Los seminarios, así como las conferencias deberán ser dictados por especialistas en temas de innovación con la diferencia de que estos seminarios tendrán una duración más larga y se podrá disponer de workshops en los cuales se pueda aplicar lo aprendido. Servirán para proporcionar una experiencia de aprendizaje guiada por un experto, establecer contactos con otros profesionales y fortalecer habilidades; tendrán una duración de 2 horas diarias durante 5 días siendo el último día el workshop y se debe de realizar una vez cada tres meses.

Por último en la quinta etapa del proyecto se desarrollo La Noche de Innovación que cuenta como uno de los servicios del laboratorio de innovación.

La noche de innovación es un servicio adicional que proporciona “El Nido” el cual su fin es vincular la universidad, los estudiantes y empresas de renombre para poder solucionar problemas de una forma innovadora, realizando actividades lúdicas y académicas siguiendo los pasos del design thinking.

En esta primera noche de innovación, que se realizó el 26 de octubre del presente año en la terraza del edificio mayor, contamos con la presencia como marca auspiciante principal a Refresh, la cual nos brindó productos, logística y cubrió una parte del presupuesto, el cual desde mi punto de vista fue muy escaso el dinero (\$500) pedido al ser la primera vez que realizábamos eventos como éste. Así mismo contamos con el apoyo de Zhumir el cual nos proporcionó el licor que se necesitaba proporcionar para las actividades y de Cabify la cual nos dio descuentos para los alumnos que tomaran su servicio desde o hacia el evento.

La temática del evento se basó en la marca Refresh, así mismo las actividades se realizaron para solucionar un problema de la marca, la cual quiere introducir su marca no solo en consumo del jugo en sí, si no que a la vez sea visto como una bebida que se puede mezclar con alcohol, por lo tanto se realizó una actividad en la cual se seguían pistas que tenían que completar los alumnos para terminar realizando una mezcla innovadora, la cual sería juzgada por los jueces que elegirían a la más creativa y con mejor sabor para luego dar un vencedor el cual de premio se llevó un trofeo de la marca auspiciante así como de productos de la misma.

En el evento se proporcionó jugos de la marca y se les brindó pizza a los alumnos para que su asistencia sea más confortable y se adapte al concepto de picnic, como se había adaptado la terraza del edificio mayor.



En los días posteriores al evento se realizó una encuesta a los asistentes del evento, la cual nos dio datos muy satisfactorios debido a la gran aceptación que tuvo el evento en los alumnos (8.5/10), de comentarios muy alentadores a seguir realizando más noches de innovación indicando que más del 60% quiere que estos eventos se los realicen una vez al mes y con frases como: “Estuvo chévere”, “Excelente evento”, “Que duren más tiempo” entre otras. (Anexos)

Los problemas que se presentaron en esta actividad fueron problemas con el viento ya que no se contaba con la intensidad del mismo tanto para la decoración como para la montura de los roll up como los afiches y demás artes publicitarios que no se pudieron instalar, otro contratiempo que tuvimos es que se pidió muy poco dinero a la marca auspiciante para poder financiar todo el evento, es por esto que a cada integrante del grupo nos tocó cubrir ciertos gastos para poder llevar a cabo la actividad, esto se debió a ser la primera vez que realizábamos un evento de esta magnitud. Otro problema que encontramos era la asistencia de los alumnos pero gracias a la ayuda de Mariela Ortega, Coordinadora de la carrera de administración y marketing, se pudo solucionar este inconveniente. Así mismo no supimos manejar bien los tiempos que disponíamos para la decoración del lugar que nos impidió tener mejor ambientado el evento.

A pesar de todos los inconvenientes pensamos que la primera noche de innovación salió muy satisfactoria tanto para el cliente, alumnos y personas asistentes en general y que todos los contratiempos que tuvimos sirven para mejorar en futuras sesiones que se hagan de este servicio.

## **Recursos Humanos**

El proyecto de aplicación profesional, Laboratorio de Innovación “El Nido” está conformado por 5 integrantes, 4 que forman parte de la facultad de administración y ciencias políticas y uno que forma parte de la facultad de comunicación.

Se nos dividió por servicios y cada integrante asumió el rol de hacer su memoria sobre su servicio, siendo estos:

- Andres Martin: Diseño de página web y características de “El Nido”
- Dayanara Pinoargote: Coworking
- Tamara Torres: Asesorías de Design Thinking
- Fernando Trujillo: Noches de innovación
- Carlos Guerrero: Seminarios y conferencia

La noche de innovación se llevo a cabo el 26 de octubre del presente año, y sirvió como lanzamiento del laboratorio de innovación. Las actividades que se realizaron en este evento fueron cubiertas por los 5 miembros del grupo siendo repartidas todas las funciones para la realización del mismo

## **Recursos materiales**

### **Proyecto (Desarrollo actual)**

- Computadora
- Electricidad
- Conexión a internet
- Lugares para trabajar

### **Proyecto individual (Seminarios y Conferencias)**

- Mesas
- Sillas
- Pódium
- Micrófono
- Roll up
- Conexión a internet
- Proyector
- Computadora
- Electricidad
- Agua
- Café
- Servilletas
- Refrigerios



## **Recursos de Noche de innovación**

### **DECORACIÓN Y ADECUACIÓN**

- Tapizón verde
- Luces decorativas
- Palos para luces
- Tela
- Máquina de humo
- Luces láser
- Bar
- Hielera
- Parlantes
- Micrófonos
- Proyector
- Pódium
- Pallets

### **BEBIDAS Y REFRIGERIOS**

- Azúcar
- Granadina
- Frutillas
- Pepinos
- Canela
- Hierbabuena

- Zumo de limón
- Agua
- Vasos plásticos
- Sorbetes
- Fundas de basura
- Servilletas
- Hielo
- Pizza
- Zhumir variados
- Jugos variados
- Gin
- Vodka

### **Suministros**

- Tubos de ensayo
- Crayones
- Impresiones
- Sellos
- Almohadilla
- Bandas
- Cartulina
- Sobres de carta
- Marcadores

- Plumas
- Cinta
- Electricista
- Camisetas
- Afiches
- Roll up

## Financiación

Gastos por conceptos de conferencias

### Conferencias

| Descripción         | Cantidad | Precio Unitario | Subtotal    |
|---------------------|----------|-----------------|-------------|
| Expositor           | 1        | \$ 1.500,00     | \$ .500,00  |
| Mesas               | 50       | \$ -            | \$ -        |
| Sillas              | 50       | \$ -            | \$ -        |
| Pódium              | 1        | \$ -            | \$ -        |
| Micrófono           | 1        | \$ -            | \$ -        |
| Parlante            | 1        | \$ -            | \$ -        |
| Proyector           | 1        | \$ -            | \$ -        |
| Agua                | 50       | \$ 0,27         | \$ 13,50    |
| Refrigerio          | 50       | \$ 0,35         | \$ 7,50     |
| Electricidad        | 0        | \$ -            | \$ -        |
| Conexión a internet | 0        | \$ -            | \$ -        |
| Roll up             | 0        | \$ -            | \$ -        |
| Total               |          |                 | \$ 1.531,00 |

- Los artículos que no tienen valor son prestados por la Universidad Casa Grande. Así mismo se toma de referencia el costo del expositor a un especialista local el cual no hay necesidad de cancelarle valores de viaje ni de hospedajes.
- El valor a cobrar por participante del evento es de \$60 y con una capacidad máxima de 50 personas dejando un ingreso de \$3000.
- Esto deja una utilidad de \$1469 por cada conferencia realizada

- Estos valores están sujetos al valor a cobrar de cada conferencista.

### Gastos por concepto de seminarios

| Seminarios          |          |                 |             |
|---------------------|----------|-----------------|-------------|
| Descripción         | Cantidad | Precio Unitario | Subtotal    |
| Expositor           | 2        | \$ 2.500,00     | \$ 5.000,00 |
| Mesas               | 50       | \$ -            | \$ -        |
| Sillas              | 50       | \$ -            | \$ -        |
| Pódium              | 1        | \$ -            | \$ -        |
| Micrófono           | 1        | \$ -            | \$ -        |
| Parlante            | 1        | \$ -            | \$ -        |
| Proyector           | 1        | \$ -            | \$ -        |
| Agua                | 250      | \$ 0,27         | \$ 67,50    |
| Refrigerio          | 250      | \$ 0,35         | \$ 87,50    |
| Electricidad        | 0        | \$ -            | \$ -        |
| Conexión a internet | 0        | \$ -            | \$ -        |
| Roll up             | 0        | \$ -            | \$ -        |
| Total               |          |                 | \$ 5.155,00 |

- Los artículos que no tienen valor son prestados por la Universidad Casa Grande. Así mismo se toma de referencia el costo del expositor a un especialista local el cual no hay necesidad de cancelarle valores de viaje ni de hospedajes.
- El valor a cobrar por participante del evento es de \$150 y con una capacidad máxima de 50 personas dejando un ingreso de \$7500.
- Esto deja una utilidad de \$2345 por cada conferencia realizada
- Estos valores están sujetos al valor a cobrar de cada conferencista.

### Gastos noches de innovación

| <b>PRESUPUESTO: NOCHE DE INNOVACIÓN REFRESH</b> |                 |                        |                 |
|---|-----------------|------------------------|-----------------|
| <b>DECORACIÓN Y ADECUACIÓN</b>                  |                 |                        |                 |
| <b>Descripción</b>                              | <b>Cantidad</b> | <b>Precio Unitario</b> | <b>Subtotal</b> |
| Tapizón verde (200mts)                          | 1               | \$ 1.800,00            | \$ 1.800,00     |
| Metro de luces decorativas                      | 42              | \$ 3,50                | \$ 147,00       |
| Palo para luces                                 | 3               | \$ 3,00                | \$ 9,00         |
| Tela Negra                                      | 42              | \$ 0,80                | \$ 33,60        |
| Máquina de humo                                 | 1               | \$ 15,00               | \$ 15,00        |
| Luces láser                                     | 1               | \$ 15,00               | \$ 15,00        |
| Bar   | 1               | \$ 100,00              | \$ 100,00       |
| Hielera   | 1               | \$ -                   | \$ -            |

|                              |                 |                        |                    |
|------------------------------|-----------------|------------------------|--------------------|
| Parlantes                    | 2               | \$ -                   | \$ -               |
| Micrófonos                   | 3               | \$ -                   | \$ -               |
| Proyector                    | 1               | \$ -                   | \$ -               |
| Pódium                       | 1               | \$ -                   | \$ -               |
| Pallets                      | 18              | \$ -                   | \$ -               |
| <b>Total Decoración</b>      |                 |                        | <b>\$ 2.119,60</b> |
| <b>BEBIDAS Y REFRIGERIOS</b> |                 |                        |                    |
| <b>Descripción</b>           | <b>Cantidad</b> | <b>Precio Unitario</b> | <b>Subtotal</b>    |
| Azúcar                       | 1               | \$ 1,00                | \$ 1,00            |
| Granadina                    | 1               | \$ 2,77                | \$ 2,77            |
| Frutillas - 1K               | 1               | \$ 4,58                | \$ 4,58            |
| Pepino - 1K                  | 1               | \$ 0,86                | \$ 0,86            |
| Canela - 200grs              | 1               | \$ 1,00                | \$ 1,00            |
| Hierbabuena                  | 1               | \$ 0,73                | \$ 0,73            |
| Zumo de limón                | 2               | \$ 1,50                | \$ 3,00            |
| Agua                         | 3               | \$ 2,50                | \$ 7,50            |
| Vasos plásticos              | 15              | \$ 0,84                | \$ 12,60           |
| Sorbetes                     | 1               | \$ 0,76                | \$ 0,76            |
| Fundas basura                | 2               | \$ 1,56                | \$ 3,12            |
| Servilletas                  | 2               | \$ 1,02                | \$ 2,04            |
| Zhumir Plug                  | 10              | \$ 4,88                | \$ 48,80           |
| Hielo                        | 1               | \$ 8,00                | \$ 8,00            |
| Pizza                        | 3               | \$ 41,33               | \$ 124,00          |
| Jugo Refresh Cranberry 300ml | 120             | \$ -                   | \$ -               |
| Jugo Refresh Manzana 300ml   | 120             | \$ -                   | \$ -               |
| Jugo Refresh Uva 300ml       | 120             | \$ -                   | \$ -               |
| Jugo Refresh Cranberry 1Lt   | 24              | \$ -                   | \$ -               |
| Jugo Refresh Manzana 1Lt     | 24              | \$ -                   | \$ -               |
| Jugo Refresh Uva 1Lt         | 24              | \$ -                   | \$ -               |
| Zhumir Plug                  | 20              | \$ -                   | \$ -               |
| Zhumir Seco                  | 6               | \$ -                   | \$ -               |

|                         |                 |                        |                    |
|-------------------------|-----------------|------------------------|--------------------|
| Zhumir Pink             | 2               | \$ -                   | \$ -               |
| Liova Gin               | 2               | \$ -                   | \$ -               |
| Liova Vodka             | 3               | \$ -                   | \$ -               |
| Agua Tonica Floyds 2Lts | 3               | \$ -                   | \$ -               |
| Agua Vivant 500ml       | 20              | \$ -                   | \$ -               |
| <b>Total Decoración</b> |                 |                        | <b>\$ 220,76</b>   |
| <b>SUMINISTROS</b>      |                 |                        |                    |
| <b>Descripción</b>      | <b>Cantidad</b> | <b>Precio Unitario</b> | <b>Subtotal</b>    |
| Tubos de ensayo         | 1               | \$ 35,00               | \$ 35,00           |
| Crayones                | 8               | \$ 0,38                | \$ 3,00            |
| Impresiones A4          | 1               | \$ 4,55                | \$ 4,55            |
| Sellos                  | 6               | \$ 4,17                | \$ 25,00           |
| Almohadas de Sello      | 3               | \$ 2,00                | \$ 6,00            |
| Bandas                  | 10              | \$ 0,85                | \$ 8,50            |
| Cartulina               | 12              | \$ 0,50                | \$ 6,00            |
| Sobres carta            | 3               | \$ 1,50                | \$ 4,50            |
| Marcadores              | 5               | \$ 1,00                | \$ 5,00            |
| Plumas                  | 1               | \$ 4,00                | \$ 4,00            |
| Cinta                   | 3               | \$ 2,00                | \$ 6,00            |
| Electricista            | 1               | \$ 40,00               | \$ 40,00           |
| Estibador               | 1               | \$ 5,00                | \$ 5,00            |
| Camisetas               | 5               | \$ 15,00               | \$ 75,00           |
| Afiches                 | 5               | \$ 7,00                | \$ 35,00           |
| Roll-up                 | 1               | \$ 40,00               | \$ 40,00           |
| <b>Total Decoración</b> |                 |                        | <b>\$ 302,55</b>   |
| <b>TOTAL EVENTO</b>     |                 |                        | <b>\$ 2.642,91</b> |

El valor total del evento fue de \$2642.91. El cual \$1800 fue financiado por la Universidad Casa Grande y tiene como concepto el tapizon verde, \$600 por la marca Refresh dejando



una diferencia de \$242.91 la cual fue cubierta por los integrantes del grupo por partes iguales.

## **Autoevaluación**

Desde mi punto de vista, se ha logrado delegar acciones y así poder dividirnos los trabajos según nuestras aptitudes, para no perder tiempo y poder cumplir con los cronogramas de trabajo que nos hemos y nos han impuesto. En todo este tiempo hemos podido complementarnos como grupo, conocer nuestras debilidades y fortalezas de cada uno y poder confiarnos trabajos y actividades que unos puedan llevar a cabo mejor que otros y así hayan diferentes formas de pensar se ha aprendido a aceptar las ideas del resto y en el caso de que hayan opiniones divididas se toma en cuenta la democracia para poder determinar las decisiones.

He aprendido a cómo manejar situaciones grupales, a aceptar inconvenientes y saberlos resolver, de forma grupal, de la mejor manera, escuchando la opinión de todos, aceptando sus criterios y argumentos según todos los puntos de vista. Pienso que como grupo nos complementamos muy bien ya que se sentía la colaboración de todos y las ganas de todos para que las actividades salgan eficientemente.

El conocernos y estudiar juntos, 4 de 5 integrantes del grupo, por muchos años nos ayudo a manejar los trabajos grupales como algo cotidiano. Así mismo Andrés se unió al grupo con rapidez y se pudo trabajar de forma satisfactoria sin mayores contratiempos como un grupo unido y aunque hubiera habido problemas, como los de cualquier grupo, se pudo solucionarlos de manera satisfactoria. Mi capacidad para trabajar en equipo se enriqueció bastante ya que nunca había trabajado durante 6 meses con las mismas personas

de trabajo, así mismo por la importancia que tiene el proyecto en mi vida académica.

También mejore mi capacidad de trabajar en grupo al asimilar que no todos piensan igual a mí y que tienen opiniones diferentes, formas de trabajar diferentes y que uno tiene que ceder en los días que había que reunirse así ya haya tenido planes establecidos.

Mi formación ha mejorado considerablemente ya que tuve que afrontar, como grupo, contratiempos y cambios constantes en nuestro proyecto, aprender a escuchar las opiniones de los jurados cuando las cosas no se estaban haciendo correctamente, se trabajó bajo presión muchas veces; se pudo conocer a muchas personas que nos enseñaron tanto en temas de innovación como en temas empresariales que nos ayudaron a formarnos académicamente y por último me ayudó a entender como elaborar eventos de gran magnitud exponiendo las mejores habilidades mías para hacer un mejor trabajo.

El trabajo que se realizó es netamente original y creativo, dejando un primer legado de las Noches de Innovación, la cual fue el mayor punto de esfuerzo para conseguir la mejor calidad tanto para el evento como para los participantes del mismo. Personalmente creo que yo nunca he sido una persona perfeccionista ni detallista lo cual si fue un problema para mí a lo largo del proyecto pero logre mejorar esta debilidad mía para poder llevar el proyecto con una mejor calidad.

## **Bibliografía**

Federico Anzil (28 de Oct. de 2017 - primera vez publicado: 26 de Ago. de 2013). "Qué es Innovación". Recuperado de: <https://www.zonaeconomica.com/innovacion>

## Anexos

### Matriz de investigación

|                 | Objetivos Específicos   | Variables / Categorías de Análisis (Que Investigar) | Unidad de Análisis (A quien/es)  | Tipo de Estudio | Enfoque     | Técnicas (Con que)                           | Preguntas para la técnica  |
|-----------------|---|---|--|-----------------|-------------|--|--|
| <b>Audencia</b> | Identificar quienes serán los actores principales y secundarios del laboratorio de innovación | Características y Funciones                         | Alumnos cursando su último año y Empresas públicas y privadas vinculadas a la institución y asesores | Exploratorio    | Mixto       | A: Encuestas<br>E: Entrevistas               | <ol style="list-style-type: none"> <li>¿Que rol van a desempeñar tanto los alumnos como las empresas que pertenezcan al laboratorio de innovación?</li> <li>¿Cómo se definirán los actores externos?</li> <li>¿Qué docentes formarán parte de este laboratorio de innovación?</li> <li>¿Cuáles empresas se encuentran vinculadas con la UCG?</li> <li>¿Qué características deben tener las empresas para ser parte de este laboratorio de innovación?</li> </ol>   |
| <b>Fondo</b>    | Conocer las necesidades motivacionales de los actores del laboratorio de innovación           | Necesidades   | Alumnos cursando su último año y Empresas públicas y privadas vinculadas a la institución            | Descriptivo     | Mixto       | A: Encuestas / Grupo Focal<br>E: Entrevistas | <p><b>Empresas:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>¿Que procesos o funciones se pueden delegar a alumnos?</li> <li>¿Qué tanta apertura tienen las empresas en participar en el laboratorio de innovación?</li> <li>¿Qué beneficios recibirán a cambio las entidades que participen del laboratorio de innovación?</li> </ol> <p><b>Alumnos:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>¿Que actividades fuera de tu malla te gustaría realizar?</li> <li>¿Qué incentivará a los alumnos a participar en el laboratorio de innovación?</li> </ol> |
| <b>Forma</b>    | Describir las funcionalidades del laboratorio de innovación                                   | Funcionalidades                                     | Coordinador de la Facultad de Administración   | Exploratorio    | Cualitativo | Entrevista                                   | <ol style="list-style-type: none"> <li>¿Que esperan del laboratorio de innovación?</li> <li>¿Qué modelo de laboratorio de innovación vamos a adoptar?</li> </ol>   |

### Objetivos de investigación (Seminario)

#### LABORATORIO DE INNOVACIÓN

**Propósito:** Brindar soluciones innovadoras para las entidades públicas y privadas por medio de la gestión de proyectos y/o trabajos de los alumnos, que a su vez permita crear una identidad a la facultad de Administración de la UCG.

#### OBJETIVOS

##### General

Establecer los roles y funciones de los actores del laboratorio de innovación

##### Específicos

AUDIENCIA:

- Identificar quienes serán los actores principales y secundarios del laboratorio de innovación.

FONDO:

- Conocer las necesidades de los actores del laboratorio de innovación.

FORMA:

- Describir las funcionalidades del laboratorio de innovación.

**FORMA** (definir el proceso de investigación) / definir preguntas que determinen cómo lo vamos hacer?

¿Cómo vamos a crear el laboratorio de innovación?

Que necesito saber para hacerlo / como

1. ¿Qué motiva a los alumnos de la facultad de administración?
2. ¿Cómo funciona un laboratorio de innovación?
3. ¿Qué modelo de laboratorio de innovación vamos a adoptar?
4. ¿Qué tanta apertura tiene las empresas privadas en participar en el laboratorio de innovación?
5. ¿Qué factores influyen en la decisión de una carrera de administración?
6. ¿Qué datos históricos hay que contemplar en la investigación?
7. ¿Cuál será la vía de comunicación por la que se llegará a los alumnos?
8. ¿Quién va a financiar el proyecto?

**FONDO** (que es lo que vamos a hacer) / generar preguntas que determinen el que se va hacer?

¿Qué necesitamos hacer y saber para implementar el laboratorio de innovación?

1. ¿Qué beneficios recibirán a cambio las entidades que participen del laboratorio de innovación?
2. ¿Pueden las empresas privadas acudir a este espacio físico?
3. ¿Cuántos alumnos se necesitan para poder llevar a cabo el laboratorio?
4. ¿Qué esperan los alumnos de un laboratorio de innovación?
5. ¿Cuál será el factor diferenciador frente a otras organizaciones de innovación?
6. ¿Qué factor diferenciador ofrecen otras Universidades en la facultad de Administración?
7. ¿Cuál va a ser el alcance del proyecto del laboratorio de innovación?

**AUDIENCIA** (a quien está dirigido el proyecto) / crear preguntas que determinen para quién estará dirigido el proyecto.

¿Quiénes van a participar del laboratorio de innovación?

1. ¿Qué tipo de entidades estarían interesados en participar del laboratorio de innovación?
2. ¿Qué tipo de características debe tener las entidades que van a participar activamente en el laboratorio de innovación?
3. ¿Quién será el punto de contacto entre las entidades y los alumnos del laboratorio de innovación?
4. ¿Qué alumnos de la facultad de administración van a participar del laboratorio de innovación?
5. ¿Qué requisitos deben tener los alumnos de la facultad de administración para participar del laboratorio de innovación?
6. ¿Qué factores determinarán quienes van a trabajar en los proyectos que se asignen en el laboratorio de innovación?
7. ¿Quién administrará los diferentes proyectos que se asignarán a los alumnos de la

facultad de administración?

## Modelo de encuesta

### Modelo de Encuesta para Estudiantes

#### Encuesta Laboratorio de Innovación

**Edad:**

**Género:**

**Año en curso:**

- ¿Actualmente te encuentras laborando?
- ¿Tienes experiencia laboral?
- ¿Cómo consideras tu manejo de Microsoft office?
- ¿Que nivel de ingles tienes?
  
- ¿Cuáles de los siguientes atributos considerados importantes en una empresa al momento de buscar trabajo?
  - a. Remuneración
  - b. Buen ambiente laboral
  - c. Renombre
  - d. Participación de Mercado

*Se define como laboratorio de innovación al espacio físico y/o virtual en el cual se busca brindar soluciones innovadoras a problemas reales de empresas locales.*

Basado en la definición proporcionada:

- ¿Cuál de las siguientes opciones escogerías como nombre de un laboratorio de innovación?
  - Casa Lab
  - Centro de Soluciones
  - Innovation Center
  - Casa Innovación
  - Think Lab
  - Centro de Innovación
  
- ¿Qué factores consideras necesarios dentro de un espacio físico poder innovar?
  - Comodidad
  - Asesores
  - Elementos visuales
  - Herramientas tecnológicas
  - Música
  - Cafetería

- Al momento de realizar un proyecto universitario, ¿Cómo te gustaría ser recompensado?
  - e. Reconocimiento académico / nota
  - f. Beca Parcial
  - g. Tener la oportunidad de trabajar en una empresa de renombre
  - h. Remuneración por proyectos realizados
  - i. Invitaciones a capacitaciones o eventos académico
- ¿Te interesaría formar parte de un laboratorio de innovación en la UCG?
- ¿En cuál de los siguientes departamentos te gustaría innovar?
  - Marketing / Trade Marketing
  - Ventas
  - Logística
  - Finanzas
  - Comercio Exterior
  - Responsabilidad Social
  - Recursos Humanos
  - Producción
- ¿Cuántas horas a la semana le podrías dedicar a participar al Laboratorio de innovación?
  - 2 - 4 horas
  - 4 - 6 horas
  - 6 - 8 horas
  - 8 - 10 horas
  - +10 horas

## **Modelo de entrevistas**

### **Entrevistas a Empresas**

**Nombre de Empresa:**  
**Número de Empleados:**  
**Industria:**

**Persona Encuestada:**  
**Cargo:**

1. ¿Cuales son las características que buscan al momento de contratar a alumnos universitarios cursando sus últimos años de carrera?
2. ¿Que tanta responsabilidad le delegan a los alumnos universitarios que forman parte de su organización?



3. ¿Existen restricciones en cuanto a la información que se manejan con estos alumnos enrolados?
4. ¿Estarían dispuestos a recibir propuestas innovadoras mediante un laboratorio de innovación universitario?
5. ¿En qué áreas consideras que se debe innovar en tu organización?
6. ¿Cual de las siguientes opciones consideras viable a la hora de reconocer a un alumno por un proyecto realizado?
  - a. Reconocimiento académico / nota
  - b. Beca Parcial
  - c. Tener la oportunidad de trabajar en una empresa de renombre
  - d. Remuneración por proyectos realizados
  - e. Invitaciones a capacitaciones o eventos académico
7. ¿Que pregunta consideras importante que no te hayamos realizado en esta entrevista?

### **Entrevista a Actores Estratégicos**

**Nombre de Encuestado:**

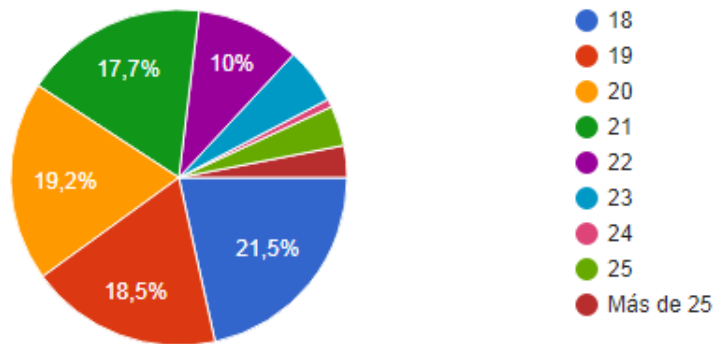
**Empresa:**

1. ¿Cual es su modelo de negocio? / ¿Cual es el servicio que ofrece?
2. ¿Cuales son sus referentes de innovación?
3. ¿Qué habilidades son necesarias para la innovación?
4. ¿Qué aptitudes son necesarias para la innovación?
5. ¿Cuales son las áreas más comunes en innovación actualmente?
6. ¿Qué herramientas utiliza para obtener información al momento de innovar?
7. ¿Con quién compiten y con quien apuntan competir?
8. ¿Cómo crees que aportaría un laboratorio de innovación a tu negocio?
9. ¿Que pregunta consideras importante que no te hayamos realizado en esta entrevista?

## Resultados de encuesta

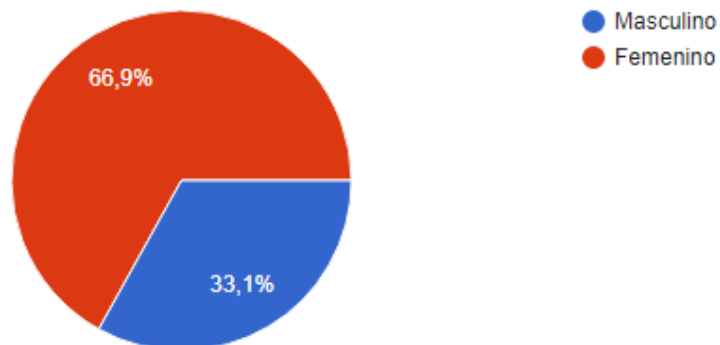
### Edad

130 respuestas



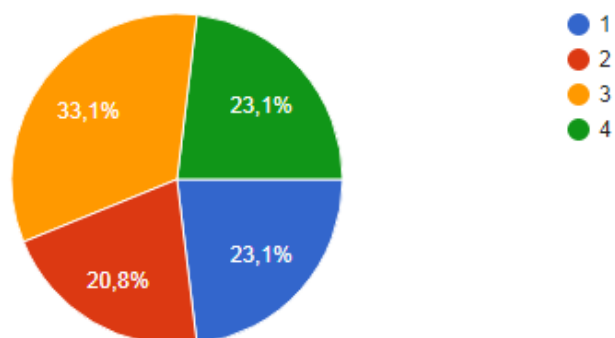
### Género

130 respuestas



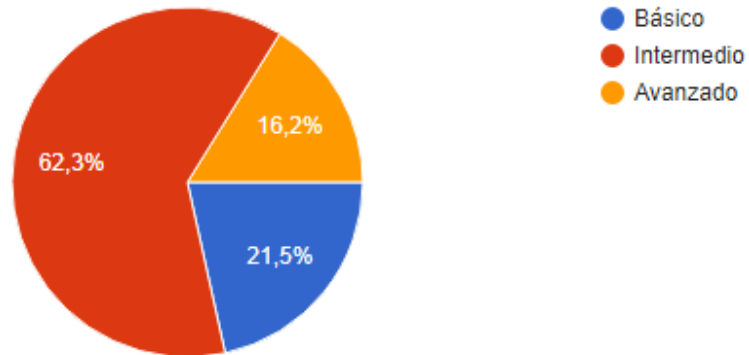
### ¿Qué año estas cursando?

130 respuestas



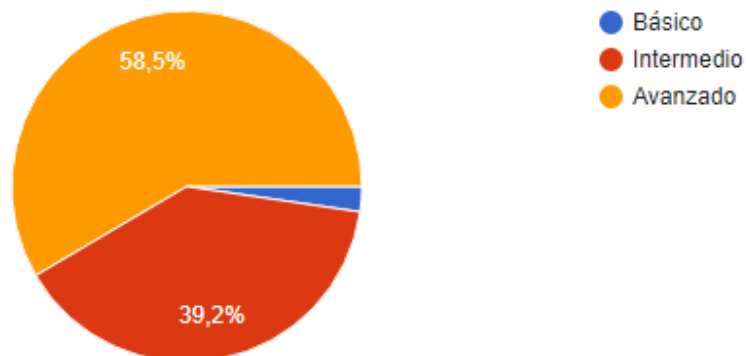
## ¿Cómo consideras tu manejo de Microsoft Office?

130 respuestas



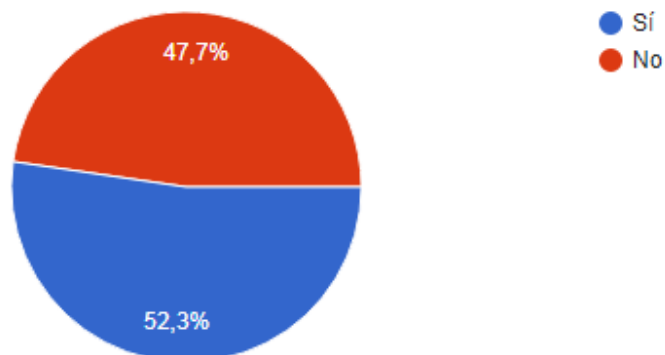
## ¿Cómo consideras tu nivel de inglés?

130 respuestas



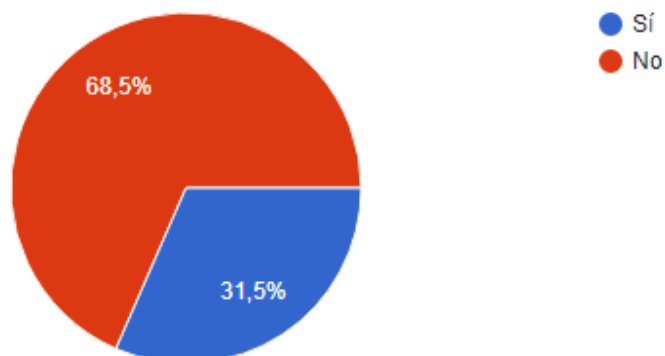
## ¿Tienes experiencia laboral?

130 respuestas



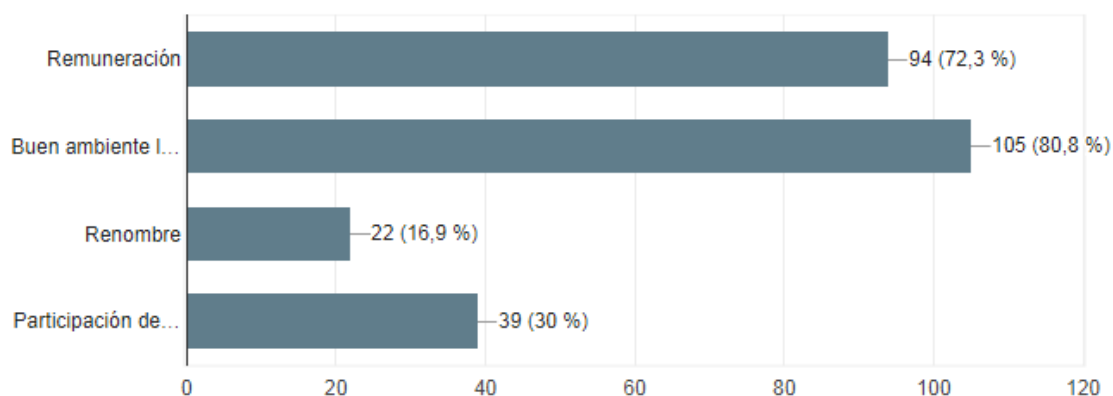
## ¿Actualmente te encuentras laborando?

130 respuestas



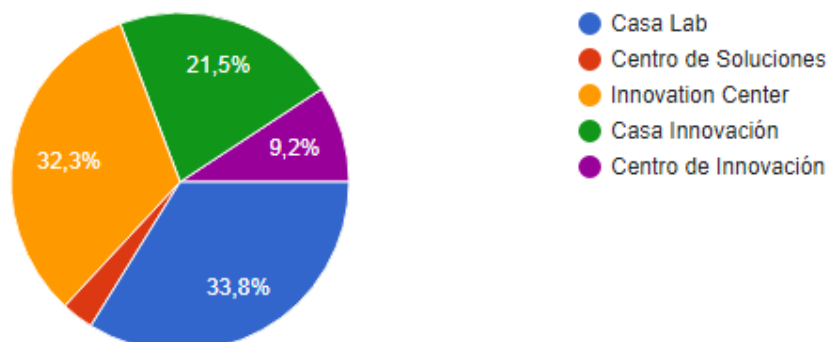
## ¿Cuáles de los siguientes atributos consideras importantes en una empresa al momento de buscar trabajo?

130 respuestas



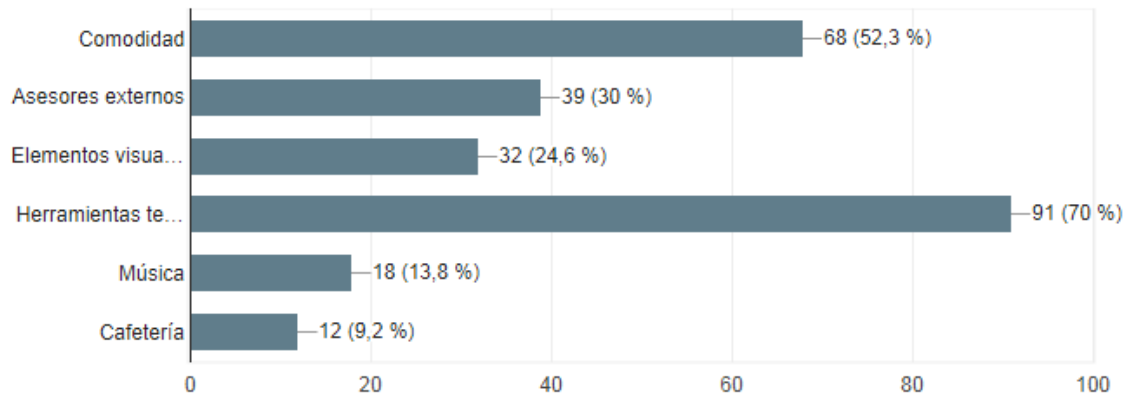
## ¿Cuál de las siguientes opciones escogerías como nombre de un laboratorio de innovación en la Casa Grande?

130 respuestas



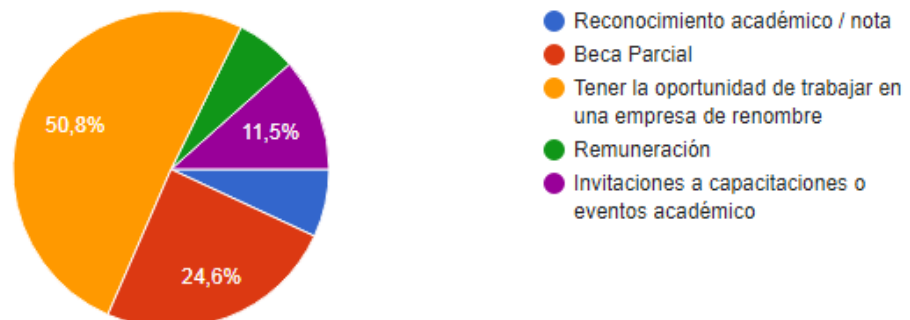
## ¿Qué factores consideras necesarios dentro de un espacio físico para poder innovar?

130 respuestas



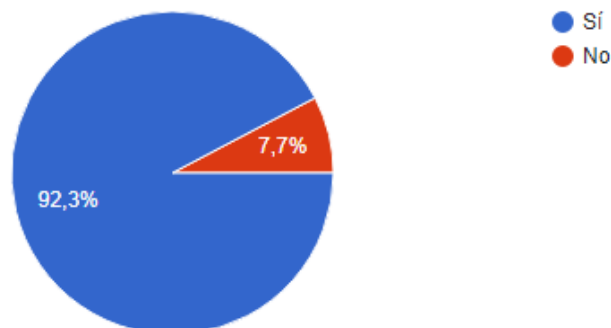
## Al momento de realizar un proyecto universitario, ¿Cómo te gustaría ser recompensado?

130 respuestas



## ¿Te interesaría formar parte de un laboratorio de innovación en la UCG?

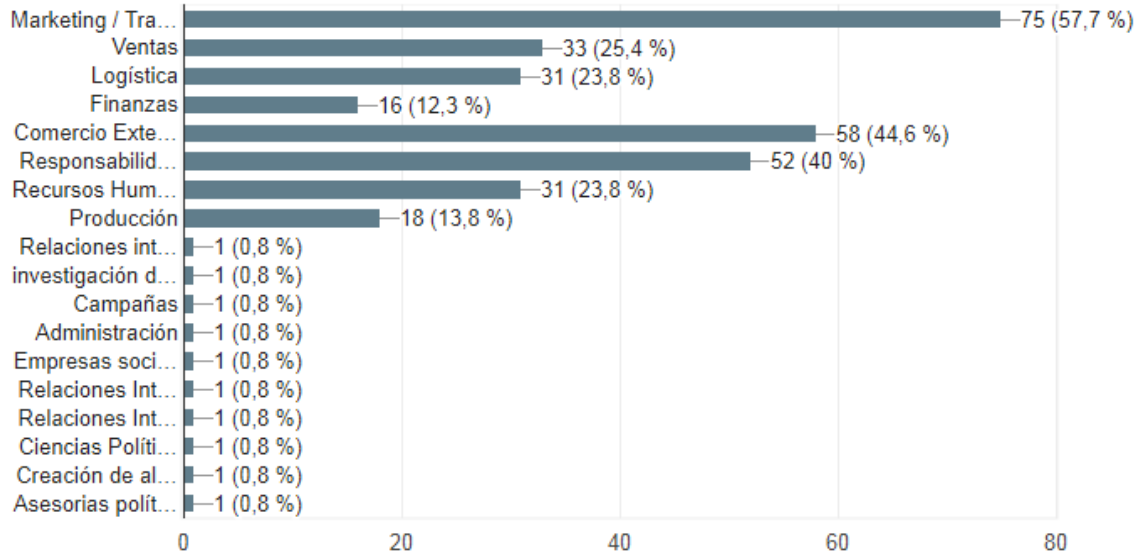
130 respuestas



## ¿En cuál de los siguientes departamentos te gustaría innovar?



130 respuestas



## ¿Cuántas horas a la semana le podrías dedicar a participar al Laboratorio de innovación?

130 respuestas

