

PROGRAM TO SUPPORT ENTREPRENEURSHIP IN VULNERABLE AREAS

Abstract: Entrepreneurship and innovation, accompanied by the digital world, managed to be improved for the community, both for those who work in it and those who use the products or services provided by them. The program carried out for young people from the Nelson Mandela neighborhood covers all this knowledge, which was used by the young people who benefited from the program and the entrepreneurs in the area, in such a way that they were able to develop a digital marketing strategy for these same ventures, to be presented through a PITCH to different entrepreneurs of the company TenarisTuboCaribe.

Keywords: Entrepreneurship, innovation, digital marketing, digital transformation.

<p>Digital Object Identifier (DOI): http://dx.doi.org/10.18687/LEIRD2022.1.1.136 ISBN: 978-628-95207-3-6 ISSN: 2414-6390</p>

PROGRAMA DE APOYO AL EMPRENDIMIENTO EN ZONAS VULNERABLES

Resumen:

El emprendimiento y la innovación llevados de la mano con el mundo digital logran ser beneficiosos para la comunidad, tanto para los que trabajan en ello, como los que se sirven de los productos o servicios brindados por estos mismos. El programa realizado para jóvenes del barrio Nelson Mandela abarca todos estos conocimientos, los cuales fueron aprovechados por los jóvenes beneficiados al programa y los emprendedores de la zona, de tal manera en que lograran contar con la capacidad de desarrollar una estrategia de marketing digital a estos mismos emprendimientos, con el fin de ser presentadas mediante un PITCH a distintos empresarios de la empresa TenarisTuboCaribe.

Palabras claves: *Emprendimiento, innovación, marketing digital, transformación digital.*

Abstract:

Entrepreneurship and innovation, accompanied by the digital world, managed to be improved for the community, both for those who work in it and those who use the products or services provided by them. The program carried out for young people from the Nelson Mandela neighborhood covers all this knowledge, which was used by the young people who benefited from the program and the entrepreneurs in the area, in such a way that they were able to develop a digital marketing strategy for these same ventures, to be presented through a PITCH to different entrepreneurs of the company TenarisTuboCaribe.

Keywords: *Entrepreneurship, innovation, digital marketing, digital transformation.*

I. INTRODUCCIÓN

La evolución del internet ha traído grandes beneficios a emprendedores y a la expansión de sus negocios, dado al cambio continuo de la tecnología; el marketing digital ha sido una de esas grandes ayudas, teniendo en cuenta que en la actualidad la gran mayoría de las personas desean realizar sus compras mediante distintas plataformas de internet, buscando así una mejor comodidad al momento de solventar sus necesidades, habiendo así, muchas personas que requieren realizar la compra de un producto o servicio desde cualquier parte del mundo y a cada momento, resaltando que los productos o servicios a adquirir no estén ubicados en la misma zona horaria del cliente.

El programa propuesto para jóvenes de la comunidad del barrio Nelson Mandela combina la formación emprendedora, innovadora y de cierta forma, el manejo de marketing digital de distintas empresas y emprendimientos de la zona, y a su vez, negocios propios de jóvenes que hacen parte de esta iniciativa, recalando así, uno de los desafíos expuestos por la referencia [1], en donde mencionan que la falta de financiamiento, la falta de oportunidades y la disminución del capital humano es una

problemática para el desarrollo de estas estrategias, indicando que, además de reconocer a los procesos tecnológicos como un modo eficaz para promover los negocios, se necesita más que eso para afrontar la crisis, y una de las distintas formas de lograr este objetivo es la capacitación de jóvenes con intereses de aprender a desarrollar estrategias de marketing digital a emprendimientos.

La empresa TenarisTuboCaribe en pro de la activación económica de la comunidad Cartagenera, mediante su fundación TenarisTuboCaribe “creada en 2012 con el objetivo de estrechar lazos de desarrollo social con las comunidades cercanas al centro productivo de esta empresa proveedora de tubos de acero y servicios para la industria energética, específicamente las ubicadas en el barrio Nelson Mandela de Cartagena ” [2], busca implementar la educación como herramienta para el desarrollo de las habilidades de niños, jóvenes y adultos, brindando así contenido facilitado por la Academia Colombiana de Ciencias.

De igual forma, la Universidad Tecnológica de Bolívar, dedicada al desarrollo y la formación de jóvenes y adultos de la región caribe Colombiana, sustentada a “potenciar las capacidades de los miembros de la comunidad académica hacia el progreso personal, de manera que sean reconocidos en el medio”[3], brindando así acompañamiento durante los procesos académicos de estos mismos con el objetivo de desenvolver profesionales capacitados para la comunidad Cartagenera y empresas de distintos sectores económicos de la región.

Asimismo, La fundación TenarisTuboCaribe en conjunto con la Universidad Tecnológica de Bolívar, en compañía del laboratorio de creatividad e innovación “El Patio”, han avanzado en el desarrollando de programas para el fortalecimiento de la comunidad; “Impulsa Mandela” un programa “centrado en las prácticas de gestión y el uso de las redes sociales para promover productos y servicios, fomentando el desarrollo de pequeñas empresas en la zona”[4], e incentivando de cierta manera un acompañamiento a los jóvenes de sectores con poco sostén social; de esta misma forma, desarrollaron el programa impulsa mándela digital 2, que consistió en la implementación para el fortalecimiento de marketing y transformación digital del barrio Nelson Mandela.

El programa Impulsa Mandela Digital contó con la participación de jóvenes entre 17 y 28 años de edad del barrio Nelson Mandela y sectores aledaños[Tabla I], con diferentes niveles de estudio [Tabla II] en donde pudieron recibir capacitaciones en distintos módulos por medio de varios facilitadores, pudiendo así desarrollar habilidades emprendedoras que pueden ser usadas para beneficios

personales y para su comunidad como la implementación de una estrategia de marketing digital de cualquier emprendimiento o empresa.

TABLA I

Edades	Total	%
[16 - 18] Años	19	33,9%
[19 - 21] Años	16	28,6%
[22 - 24] Años	11	19,6%
[25 - 27] Años	3	5,4%
[28 - 30] Años	7	12,5%

Rango edades de participantes. Elaboración propia

TABLA II

Nivel de estudio	Total	%
Secundaria	30	53,6%
Técnica	14	25,0%
Tecnóloga	8	14,3%
Universitaria	4	7,1%

Nivel de estudio de participantes. Elaboración propia

El emprendimiento y la innovación como habilidad y competencia en el siglo XXI es muy importante en su formación especialmente en los jóvenes; de esta forma el programa pretende mostrar una metodología para que los jóvenes puedan adquirir competencias específicas de tipo cognitivo (Saber), procedimental (Saber hacer) y actitudinal (Saber hacer y estar) para la enseñanza del emprendimiento y la innovación a lo largo del desarrollo estratégico de un plan de marketing digital.

La educación basada en competencias nace como consecuencia de fomentar una educación de calidad potenciando las capacidades de los estudiantes para que sean capaces de construir su propio conocimiento y llevarlo a la práctica de forma independiente e innovadora. Es decir, conectando la parte teórica, practica y la vocación de emprender en forma innovadora. Se busca lograr las habilidades, actitud y conocimientos de estudiantes de acuerdo con las necesidades del siglo XXI.

Las habilidades creativas de acuerdo con la referencia [5], psicólogo estadounidense conocido por sus estudios sobre la inteligencia y creatividad, define que la habilidad creativa tiene cuatro componentes como los siguientes:

- A. *Fluidez*
Desarrollar el mayor número de ideas.
- B. *Originalidad*
Desarrollar ideas poco frecuentes.
- C. *Elaboración*
Cantidad de detalles de la idea desarrollada.
- D. *Flexibilidad*
Las áreas que abarcan las ideas.

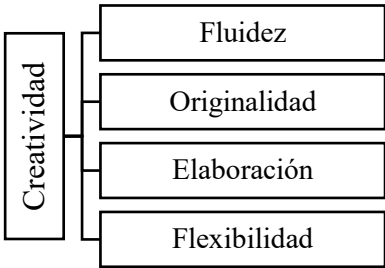


Fig. 1 Habilidades creativas de acuerdo con J. Guilford [5]

Por otra parte, el ADN del innovador de la referencia [6], establece que la innovación está determinada por cinco habilidades que son:

- A. *Observar*
La importancia de practicar la observación para ver diferentes hechos y circunstancias.
- B. *Asociar*
La capacidad de asociar o conectar hechos y circunstancia e integrarlas para crear nuevas cosas
- C. *Networking*
La habilidad de relacionarse con personas distintas, compartir ideas y entender diferentes formas de pensar
- D. *Cuestionamiento*
La habilidad para cuestionar y cuestionarse todo lo que les rodea. Entender que hay diferentes formas de lograr un resultado y que todo se puede cambiar
- E. *Experimentar*
La habilidad de atreverse a la acción y no quedar estático ante las situaciones y probar todo lo que se piensa.

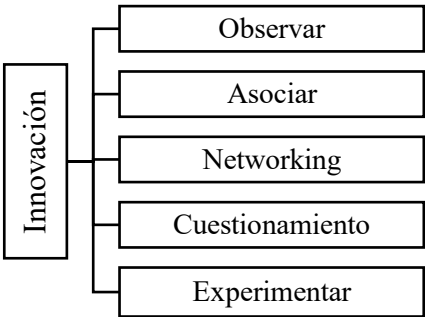


Fig. 2 ADN del innovador de acuerdo con Christensen [6]

II. METODOLOGÍA

La metodología realizada durante el programa es totalmente práctica, en donde los participantes aprenden experimentando cada etapa de un proceso de emprendimiento e innovación; aplicando así, el proceso denominado

CREINNOVA [7]. La división de este proceso se define en cuatro (4) etapas y en cada una de ellas conectadas se va experimentando el proceso a partir del concepto de desafío o reto. El aprendizaje es aprender haciendo basada en desafíos. De esta forma se busca trabajar con situaciones reales logrando un mejor proceso de aprendizaje.

Para lograr lo anterior se experimentará el proceso de aprendizaje a través de las siguientes herramientas o metodologías utilizadas en los procesos organizacionales que son:

- Gamestorming
- Pensamiento visual (Ideografía)
- Técnicas de creatividad (test de los usos alternativos)
- Método CREMOSI
- Wake up brain
- Lego Serious Play

Proceso metodológico CREINNOVA.

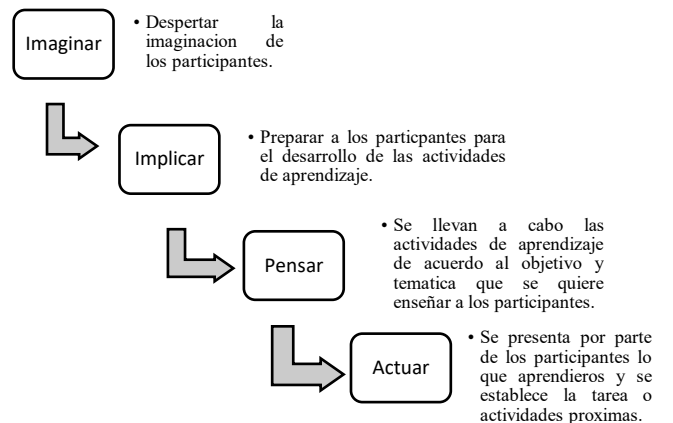


Fig. 3 Proceso metodológico CREINNOVA.

La temática experimentada durante el transcurso del programa fue desarrollada mediante las cuatro etapas del modelo CREINNOVA, en donde fue representado durante varias actividades.

TABLA II
ETAPAS DE MODELO CREINNOVA.

ETAPAS (CREINNOVA)	ACTIVIDADES	OBSERVACIONES
IMAGINAR	Desafío actual y futuro	Gamestorming para conocer que conocen y que esperan del taller
	Presentación	Una presentación mediante las tarjetas wake up brain.
	Creatividad	Desarrollado mediante tres momentos: <ul style="list-style-type: none"> • Técnica de los usos diferentes • Combinar objetos (Pensamiento visual la ideografía) • Construir historias

		Utilizando wake up brain y el pensamiento visual para facilitar la creatividad
IMPLICAR	Definición concepto desafío o reto para iniciar el emprendimiento innovador	
PENSAR	Método CREMOSI	Entender una forma rápida para generar ideas
	Proceso de ideación	Se utilizará el gamestorming Matriz de innovación. Permite generar por lo menos 15 nuevas ideas
	Proceso de convergencia	Se utilizará dos gamestorming que son: <ul style="list-style-type: none"> • Matriz NUF para determinar la idea más innovadora • Matriz portafolio de ideas para clasificar las ideas innovadoras de eficiencias y las ideas innovadoras transformadoras (Disruptivas)
	Conceptualización de la innovación	Gamestorming para definir la idea y redactar en forma de innovación. Se utilizará dos: Storytelling action y Ad-Lib. Se tendrá dos formas de presentar la innovación.
ACTUAR	Prototipo	Se utilizará lego serious play para construir el prototipo
	Pitch	Presentación de la innovación
	Mas/Delta	Se usará para poder conocer de parte de los participantes nuevas ideas. Evaluar la actividad pensando en innovación.

Teniendo en cuenta el desarrollo de la metodología CREINNOVA en cierta parte del programa, asimismo se logró desempeñar un plan de marketing digital basado en la referencia [8] en donde la metodología desarrollada conllevó la temática: introducción del plan de marketing, información de la empresa, misión de la empresa, propuesta de valor, competencia, matriz DOFA, mercado objetivo, objetivos SMART, estrategias para redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube), estrategias para retener y fidelizar clientes, presupuesto y email Marketing; todo esto con el fin de brindar conocimientos a jóvenes emprendedores interesados en el mundo digital.

III. RESULTADOS

Como resultados de todo el acompañamiento realizado, además del aprendizaje obtenido por cada uno de los integrantes de los grupos, es la presentación de un plan de marketing digital desarrollado a una empresa/emprendimiento, el cual contaba con poco manejo de redes sociales y de sus publicaciones.

Las propuestas realizadas por cada uno de los grupos de trabajo fueron plasmadas mediante presentaciones, de las cuales iban a ser expuestas en la presentación final del programa en donde, modelaron toda información recibida durante el programa; la presentación contaba con la siguiente estructura:

Diagnóstico de la empresa

Explicación de cómo estaba la empresa y que acciones se definieron para la empresa, tales como su misión, visión, propuesta de valor de la empresa, objetivos de la empresa.

Perfil del Cliente.

El desarrollo y una breve presentación en donde se explica la forma en que se concretó el Perfil del Cliente Ideal (PCI) y el Mapa de Experiencia del Cliente (CJM).

Transformación Digital

La definición de la red o las redes sociales a utilizar para la implementación de estrategia de marketing digital (Justificar), Implementación de la Red Social y evidencia de la esta misma.

Plan de Marketing Digital

Presentación estrategias de marketing digital propuestas a empresas o emprendimientos y evidencia de la forma en que se realizó la estrategia de marketing digital.

De igual forma, el programa logró impactar a 45 jóvenes de la comunidad del barrio Nelson Mandela, los cuales desarrollaron el programa Impulsa Mandela Digital obteniendo así todo el conocimiento con respecto a la metodología desarrollada a lo largo de actividades y desafíos; asimismo del total de personas que recibieron la información durante el programa, el (50%) de ellos eran estudiantes, aproximadamente el veintisiete por ciento (27%) trabajadores independientes, aproximadamente el dos por ciento (2%) empleados y el otro veintiuno por ciento (21%) tenían otra ocupación.

TABLA III

Ocupación	Total	%
Empleado	1	1,8%
Estudiante	28	50,0%
Otros	12	21,4%
Trabajador Independiente	15	26,8%
Total	56	100,0%

Ocupación de inscritos al programa. Elaboración propia.

AGRADECIMIENTO

Agradecimiento especial a la fundación TenarisTuboCaribe por el apoyo brindado durante el programa impulsa mándela digital 2, también por haber depositado toda la confianza para el desarrollo de este mismo, teniendo en cuenta el impacto social así mismo agradecimiento a los facilitadores que estuvieron acompañando a los jóvenes durante todo el proceso para el desarrollo de sus capacidades en transformación y marketing digital.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] A. Leyva, J. Heredia, y P. Aguilar, "El Emprendimiento como estrategia en tiempos de crisis", *División De Ciencias Económicas Y Sociales*, (35), pp. 1-36, 2021.
- [2] ELANET, "Fundación TenarisTuboCaribe", *ELANET*, 2021. <https://www.elanet-se.org/social-entrepreneurs-stories/colombia/fundacion-tenaris-tubocaribe/>
- [3] Universidad Tecnológica de Bolívar, "Sobre nosotros", *Universidad Tecnológica de Bolívar*, 2022. <https://www.utb.edu.co/la-utb/sobre-nosotros/>
- [4] Tenaris, "La Fundación TenarisTuboCaribe lanza el programa Impulsa Mandela", *Tenaris*, 2021. <https://www.tenaris.com/es/sala-de-prensa/news-listing/tenaristubocaribe-foundation-launches-the-impulsa--06909881621>
- [5] J. Guilford, "The nature of human intelligence", *New York: MacGraw-Hill*, 1967.
- [6] J. Dyer, H. Gregersen, y C. Christensen, "El ADN del innovador", *Harvard Business Review Press*, 2012.
- [7] L. Arraut, "Modelo CREINNOVA: propuesta metodológica de enseñanza para la innovación basada en desafíos", *Encuentro Internacional De Educación En Ingeniería ACOFI*, 2018.
- [8] L. Silva, "Plan de marketing digital", *Luis R. Silva*, 2022. <https://luisrsilva.com/plan-de-marketing-digital/#>