



CUMBRE DE INNOVACIÓN SOCIAL

Pág. 8

*El periódico Entorno UDI no se hace responsable de las opiniones, percepciones y/o pensamientos de los autores que escriben artículos en el mismo.

Entorno UDI/Septiembre 2017 Santander - Colombia

E-COMMERCE Y SU ESTRATEGIA DE SERVICIO PARA IMPACTAR EN LOS NEGOCIOS TRADICIONALES

El e-commerce es una de las tendencias más importantes para generar entornos de negocios a nivel mundial. Pág.3

LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN EL CUIDADO DE LA SALUD

Son muchas las aplicaciones creadas para fomentar la salud y los buenos hábitos. Pág.10

GRUPO PORTER, UN EJEMPLO DE INVESTIGACIÓN

El Grupo Porter demuestra su madurez y calidad, mediante su trayectoria y reconocimiento. Pág.11



EDITORIAL

LAS TIC'S EN LA REVOLUCIÓN EMPRESARIAL



Fuente: www.google.com

En la actualidad es mencionado constantemente el término TIC's ó TI y seguramente muchas personas tendrán idea de qué significa y cómo se utiliza, pero **¿realmente conocen lo que es o para qué sirve?**

Pues bien, el término Gestión de Tecnologías de la Información (TI) o Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC's) va mucho más allá de ser un gasto injustificado de dinero, buscando innovar en nuevos productos o soluciones tecnológicas; lo que realmente ofrece es la oportunidad de desarrollar un modelo eficiente en una organización, basados en los datos y la buena gestión de los mismos, siendo éstos catalogados como el recurso más importante de cualquier compañía y quienes determinan todos los procesos relativos a la producción, administración y uso de servicios.

Las TIC's ofrecen a las empresas la oportunidad de automatizar sus servicios y procesos (internos y externos) generando ahorro en los

costos, brindando mayor agilidad en la toma de decisiones, dando una respuesta rápida y acertada a las mismas; además les ofrece la posibilidad de ampliar sus servicios de manera eficaz, impactando nuevos mercados de manera positiva, haciéndolos más competitivos mediante la implementación de estrategias apoyadas en mejores prácticas y herramientas de marketing digital y/o redes sociales, aportando al crecimiento, innovación y mejora en la calidad de sus servicios.

Conscientes de la evolución que han tenido las



TIC's y que están revolucionando la manera de hacer negocios, la Universidad de Investigación y Desarrollo -UDI- no solo ha tratado de aplicar mejoras tecnológicas a la infraestructura que compone la institución, sino que también ha tomado la iniciativa de crear con éxito la Maestría en Gestión de Tecnologías de la Información, aplicando dos énfasis: el primero en Seguridad Informática y el segundo en TIC Aplicadas a la Educación, disponiendo de docentes altamente calificados y con la experiencia necesaria en el área.

Actualmente la institución está a punto de graduar su primera cohorte de magísteres, aportando a la sociedad egresados con la capacidad de apoyar organizaciones de diferentes áreas, mitigando los riesgos existentes por medio de estándares y marcos como ISO (**Organización Internacional para la Estandarización**), ITIL (Biblioteca de Infraestructura de Tecnologías de Información), COBIT (Objetivos de Control para Información y Tecnologías Relacionadas), TOGAF (Esquema de Arquitectura del Open Group) entre otros, aportando al desarrollo del país y el reconocimiento internacional del mismo por medio del crecimiento empresarial, brindando oportunidades de resurgimiento a empresas que deben adaptarse a los avances si desean continuar en el mercado y el nacimiento de nuevas organizaciones con un alto nivel de competitividad; adicionalmente dichos egresados estarán en capacidad de replicar en el campo de la docencia el aprendizaje adquirido.

Ing. Leydi Villamizar Mancilla
Coordinadora de Proyección Social y Extensión – UDI-
proyeccionsocial@udi.edu.co



COMITÉ EDITORIAL ENTORNO UDI

EDITORA:
Dra. Martha Lenis Castro Castro

DIRECCIÓN GENERAL:
Ing. Leydi Villamizar Mancilla

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN:
John Bretón Escobar

COLABORADORES:
Sergio Iván Picón Peralta, Tilcia Yaneth Ardila Pinto, Genaro Antonio Florián Mejía, Carlos Avellaneda Rueda, Wendy Camacho Vargas, Jorge Palomino Carillo, Joseph Michael Darby Martínez, Emily Carolina González Clemente, Freddy Fernando Delvasto Hernández.

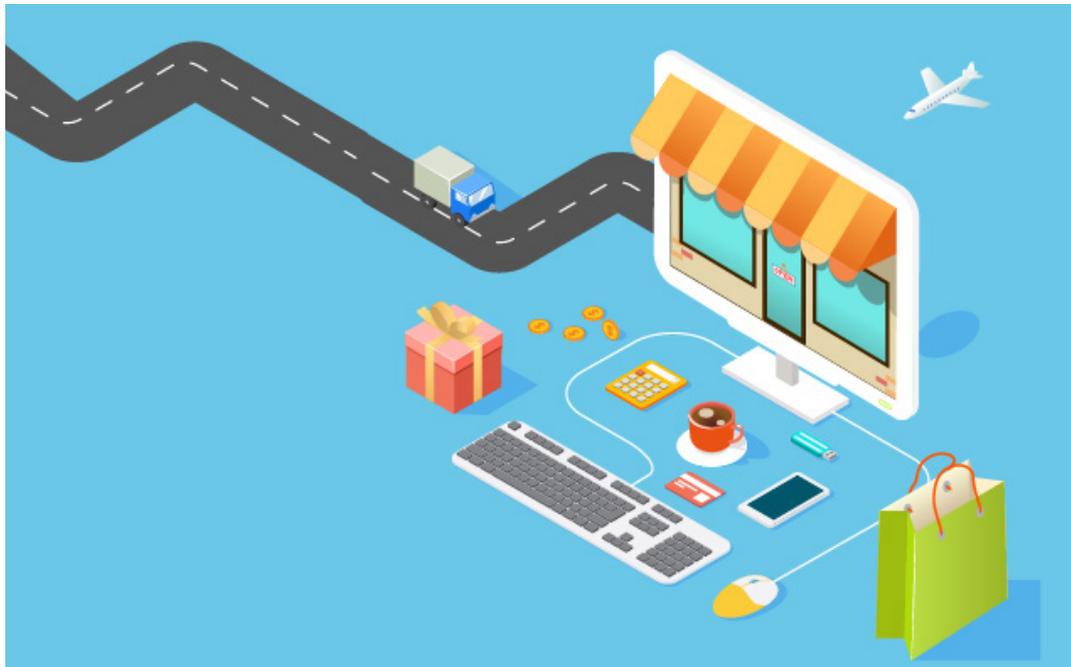
Contacto: periodicoentorno@udi.edu.co

Copyright © 2017 PUBLICACIONES UDI



ACTUALIDAD

E-COMMERCE Y SU ESTRATEGIA DE SERVICIO PARA IMPACTAR EN LOS NEGOCIOS TRADICIONALES



Fuente: /cdn.yourstory.com

Al hablar de e-commerce unos de los mayores temores para los santandereanos, radica en la frialdad del negocio, por la pérdida de la calidez en un contacto visual, del estrechar una mano, del contacto con el producto, del compartir temas y situaciones del día a día, situaciones que en la presencialidad se generan con entusiasmo, pero tal vez la de mayor peso es la del manejo de la seguridad de su información y sus datos, lo que los lleva a abstenerse de negociar o participar en nuevas opciones de negocio a nivel mundial.

Sin embargo, no se puede olvidar que estamos en un mundo cada vez más cambiante y tecnológicamente avanzado, situación que coloca al e-commerce como una de las tendencias más importantes para generar entornos de negocios a nivel mundial. Las medianas y pequeñas empresas (pymes) no pueden ser ajenas a estas situaciones, que como se evidencia en estudios sobre el tema, en esta nueva modalidad de negocios se mueven cifras considerables, se puede evidenciar los hábitos de los consumidores y la posibilidad de diversificarse en un mundo online.

En el campo del e-commerce, los expertos en el tema han identificado algunas claves de éxito, los cuales se describen a continuación, con el fin de orientar a los empresarios.

Planear bien el salto

Hacer una empresa en la virtualidad, no es muy diferente a hacerla en la realidad, tal vez la

única diferencia es que no se tendrá que incurrir en costos elevados para su implementación, lo importante es haber definido un buen plan de negocios, en donde se conozca el mercado al que se piensa dirigir, manejar una buena comunicación a través de la web, elegir diversas plataformas de pago, que le permitan generar negocios rentables a través del nuevo canal de distribución. Lo más importante es poder generar unos buenos comentarios y excelente evaluación por parte de los usuarios, que son los encargados de comunicar a través del voz a voz el buen nombre y funcionamiento del negocio.

La Logística

El éxito de un negocio online radica en gran parte de la logística que se pueda generar detrás de bambalinas, que permitan organizar unas entregas eficientes, que son el factor de mayor relevancia para los compradores de una tienda de este tipo, por cuanto generarán el buen nombre del negocio, adicional a las marcas y la calidad de los productos comercializados.

Negocio dirigido a los millennials

Otro de los aspectos considerados por los expertos en este momento, es el segmento del mercado que está fortaleciendo el comercio online y son las nuevas generaciones, denominadas actualmente millennials con cada una de sus subgeneraciones; y que se caracterizan por haber nacido en una época con grandes avances tecnológicos, lo que les ha permitido realizar muchas de sus actividades sólo con un click.

Por tanto, la invitación a las generaciones anteriores a los millennials es ingresar a las nuevas opciones de negocios, como son el e-commerce y así permanecer y fortalecer los negocios tradicionales, con nuevas opciones de desarrollar productos y ventajas competitivas que les permitirán crecer aún más en los negocios a nivel mundial.

El comercio electrónico ofrece a los empresarios oportunidades sobre todo en tiempos de crisis. Porejemplo, proporciona muchas oportunidades de ofrecer sus productos o servicios en todo el país como fuera del país, con pagos electrónicos en alianzas con el sector bancario, ampliando sus canales de venta utilizando espacios como redes sociales, chats de mensajería, entre otros. Las tendencias del comportamiento del consumidor en estos momentos es la utilización de los canales digitales, ahorrando tiempo en traslados para adquirir un producto y servicios, valiéndose de dos formas: comparando precios y viendo opiniones de otros usuarios. Estas dos acciones son más eficientes por internet.

De este modo las relaciones entre clientes potenciales se pueden consolidar de manera más sencilla, seduciendo a los clientes mediante promociones y descuentos, utilizando la publicidad, reduciendo el momento de compra y acortando distancias.



Sergio Iván Picón Peralta
Docente Administración de Empresas -UDI
spicon1@udi.edu.co



Tildia Yaneth Ardila Pinto
Docente Administración de Empresas -UDI
tardila1@udi.edu.co

EDUCACIÓN

ESCENARIOS DEL POSCONFLICTO EN COLOMBIA

Uno de los ejercicios que distingue al sapiens del resto de especies, suponemos, es la capacidad de adquirir conciencia y con ello de proyectar al futuro las condiciones actuales, esta proyección básicamente puede darse en dos dimensiones; la primera dimensión es en la que el futuro se idealiza, se aspira a lograr ciertas condiciones óptimas para nuestros intereses, se anhela que todo los obstáculos se plieguen a nuestros deseos y que todos los recursos aparezcan milagrosamente a nuestro alcance, es decir, soñamos.

La otra dimensión es en la que metódicamente apreciamos las variables que rodean nuestro entorno, establecemos su comportamiento e interacción a lo largo de su existencia, verificamos las condiciones que dan vida a esas variables y con ello determinaremos si las mismas han de seguir interactuando y en qué medida, y por lo mismo como alterarán las condiciones adelante; es decir, prospectamos, construimos futuribles, algo muy diferente a un futuro soñado.

Los colombianos, como toda nación en el mundo, han tratado de vislumbrar su futuro, con la diferencia de su pasado, el pasado colombiano ha sido caótico, errático y las variables geopolíticas han jugado más en pro de destruir los tejidos sociales y comunitarios, que en pro de construir una nación digna, fuerte y cohesionada; esta historia nos ha ubicado dentro de los Estados a punto de fallar, colapsar, en el índice de Estados Fallidos, Colombia siempre ha estado en el segmento de los países con seria advertencia y con proximidades peligrosas al segmento de Alerta, en otras palabras, para el mundo no somos un País viable.

Por ello la tarea urgente de prospectar a Colombia y su sociedad, de construir los



Diseño: Docente John Breton

futuribles que nos aguardan, todo ello considerando las actuales condiciones en las que el gobierno manifiesta que las guerrillas farianas, destacadas en la historia por atacar al Estado colombiano durante las últimas cinco décadas con la disculpa de querer reemplazar el modelo estatal, ya no estarán con las armas tratando de imponer su voluntad, sino en la esfera política defendiendo sus ideas.

Pero precisamente para establecer futuribles se debe de manera objetiva y concienzuda determinar las condiciones actuales, pues un error en el diagnóstico del presente nos llevará indefectiblemente a futuribles imposibles de consolidar dado que tuvimos en cuenta variables inexistentes, dejamos de considerar variables importantes, o no valoramos la verdadera influencia de cada una de ellas; en un ejercicio de prospección para el posconflicto colombiano, es entonces definitivamente esencial considerar las variables que son primordiales del conflicto, e inherentes al mismo, no de otro modo decantaremos las variables que debemos considerar para el

futurible colombiano.

Un simple ejercicio de impacto cruzado de variables me identifica tres condiciones que facilitaron el conflicto y que se mantuvieron dentro del mismo creciendo y hasta gozando de popularidad histórica, no fueron los protagonistas, pero indudablemente fueron quienes en muchas ocasiones dictaron el guion de los actores; en su orden, una burocracia estatal corrupta hasta la médula, el deseo egoísta de acaparar poder en las regiones y la indiferencia del colombiano medio.

Ninguna de estas tres variables ha desaparecido del escenario actual, no se encuentra la más mínima evidencia de su pronta supresión del escenario colombiano, y lo más grave, la legislación y jurisprudencia colombiana actualmente le apuntan a vestir con una semántica diferente a las variables que han hecho de Colombia un caos, se concluye entonces que el escenario del posconflicto no será más que la continuación de la guerra con otros medios.



Fuente: Docente Facultad de Psicología



Freddy Fernando Delvasto
Docente Facultad de Negocios Internacionales
fdelvasto1@udi.edu.co

LENGUAS MODERNAS

“ENTREPRENEURSHIP”

Entrepreneurship Taking the risk and starting a business. Many businesses start and within one year they fail, WHY? What do you think is the reason? What is your opinion? In my opinion or what I think one of the main reasons is people start a business only thinking about money! They put the money first. Do not get me wrong I like to make money too. In fact we all need money to survive. When I say put the money first, I mean they start a business because it makes money, but they do not know anything about it.

Let us say you want to sell empanadas, because everyone loves a good empanada. You see others making money, so you say I am going to make empanadas, but you do not know how to cook. So you make your empanadas and at first you sell all of them and you are so happy. Then when you keep selling you do not understand why nobody comes back to buy your empanadas again. So you do not have any repeat customers. That is what we call customers when they come back and buy your product again (**also called repeat business**). Nobody told you that your empanadas are terrible. So the moral of the story is, if you go into business you need to do something you know how to do and you will stand a better chance at being successful.

Now suppose you are really good at something and you want to start a business doing what you know. You will have a much better chance of survival and success, because when you know what to do, people can see that, and you will have satisfied customers and hopefully they will be repeat customers. In addition to that they could possibly refer other customers. And word of mouth or referred customers can save a lot of time and money because you do not need to spend large sums of money advertising.

Another problem many new ventures face is funding. Many businesses are started without sufficient capital or underfunded. Then when you need money to advertise you cannot. You have to buy your inventory, pay rent, pay for utilities etc. Some entrepreneurs may go to a bank or other finance company and borrow the money, but that is very difficult because banks do not like to finance startups (**new**



Fuente: www.Google.com

businesses). Another form of financing can come from taking on a financial partner or investor. When you have a partner or investor that is not going to work in the business, they are only there for the money; you call them a silent partner.

Other problems that exist for entrepreneurs are competition and low margins. Competition is good for consumers because it maintains lower prices and better service. In any area, if there are too many competitors and not enough customers, it will not support all of them and one will fail. Researching this factor is a good strategy before you start. The other problem is low margins; many new entrepreneurs do not understand cost. The margin is the amount you sell something for minus the cost of that item. So a good understanding of basic accounting is essential for the survival of your business. After all, the most important thing in business is to make a profit. You can make all the sales you want, but if you do not have a good margin, you will not make a profit.

In closing I would like to reiterate that this is my

opinion. There are also many other factors such as mismanagement of money received and bad management decisions. I speak of this from the heart. I myself have started businesses in the past with no expertise, only to have lost the money I invested. Some people say experience is the best teacher; I tend to agree with this theory.



Joseph Michael Darvy Martínez
Director Instituto de Lenguas Modernas - UDI
jerseyjoeyoli@yahoo.com



Jorge Enrique Palomino Carrillo
Director Instituto de Lenguas Modernas - UDI
institutodelenguas@udi.edu.co

COLUMNA DE OPINIÓN

RENOVANDO EL NEGOCIO DE LAS TIENDAS



Fuente: <https://www.rappi.com/>

Mucho se ha hablado en Colombia a propósito del ingreso de los nuevos formatos detallistas entre los que se cuentan los más recientes D1 y Justo & Bueno; las tiendas de barrio serían las más afectadas y la tendencia proyectada daría a pensar que desaparecerían. Sin embargo, un estudio reciente realizado por Servinformación, y publicado por la revista Dinero, 2017; demuestra que las tiendas representan el 21% del total de los negocios en Colombia y son consideradas uno de los negocios cuya estrategia de distribución de consumo intensiva es de las más comunes en nuestro país; adicionalmente, el Dane informa que sólo en el mes de junio este canal creció el 1% frente al mismo mes del año anterior, con una ocupación del 2.9%.

Son reconfortantes las noticias para el canal t.a.t (tienda a tienda), lo anterior soportado en los pronósticos realizado por diferentes estudios económicos bien fundamentados, las Tics pasaron a convertirse en un elemento de inclusión y de aprovechamiento crítico y vital para este sector tan representativo de la industria colombiana, denominado precisamente, las tiendas de barrio un ejemplo más del espíritu emprendedor del ciudadano Colombiano en busca de oportunidades, que beneficia a millones de iniciativas del sector real, el tendero es un emprendedor natural y su labor es fundamental para la economía del país. El VI Censo de Comercio realizado en 2016 por Servinformación en las principales ciudades del país, estima que el 21% de los establecimientos

comerciales encuestados corresponde a tiendas de barrio. Factores como: cercanía, precios asequibles, variedad de productos y trato personalizado, hacen que este canal estratégico de distribución siga siendo muy importante en Colombia. Si bien la importancia de la tienda de barrio no genera dudas, igualmente en la dinámica comercial de los mercados actuales hay que aprender reinventarse de la mano con la tecnología. Es un reto cuya iniciativa debe estar auspiciada y apoyada en su totalidad por las grandes empresas fabricantes que durante tanto tiempo se han beneficiado del mercado cautivo conquistado por la tienda de barrio, a nivel de mercadeo cumple una estrategia de carácter crítico en los procesos de penetración y posicionamiento de las diferentes marcas, no se puede dejar al tendero solo en este reto, resulta clave el apoyo de las empresas que se benefician del circuito comercial en la estrategia de distribución definida como consumo masivo. Hacerlo significa proteger la iniciativa de muchos emprendedores, quienes durante las últimas décadas han movido la economía nacional y Latinoamérica. Lea también: Transformación, fundamental para la economía digital.



Un ejemplo del ingreso a las nuevas tecnologías es **Rappi**, una app colombiana y ha sido catalogada como una de las 20 aplicaciones más innovadoras del mundo, con ventas de US\$2,7 mill al mes, logrando que alrededor de doce (12) fondos internacionales hayan invertido en ella. Este es sólo un caso en donde la tienda tradicional de barrio, ha querido participar apoyada en la aplicación de nuevas tecnologías, aunque también es cierto que ha faltado comunicar a los usuarios del canal tradicional y fortalecer en capacitación a los tenderos para lograr que día a día se generen nuevas opciones de negocios para este canal. Esta app está disponible en varias ciudades del país, entre las que se cuenta Bucaramanga a donde llegó en el año 2016, y donde se incluyen diferentes opciones de productos como pueden ser los ofrecidos por restaurantes, licores, farmacia.



Genaro Florián Mejía
Docente Negocios Internacionales -UDI
gflorian1@udi.edu.co



Tilcia Yaneth Ardila Pinto
Docente Administración de Empresas -UDI
tardila1@udi.edu.co

EDUCACIÓN

LA TECNOLOGÍA: UN BUEN USO ANTE EL ENVEJECIMIENTO POBLACIONAL

La tecnología avanza a paso acelerado y el envejecimiento de nuestra población también, en ese sentido se vuelve fundamental seguir reajustando y mejorando la integración entre la tecnología y el envejecimiento saludable, siendo este último punto una prioridad de salud pública para la Organización Mundial de la Salud.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han sido de gran utilidad para el adulto mayor en situación de dependencia o con movilidad reducida y sus cuidadores. Por ejemplo, los software diseñado para brindar atención mediante la teleasistencia han tenido una gran acogida, facilitando la asistencia sanitaria en el domicilio.

El hecho de que cada vez sean más los adultos mayores que utilizan sus celulares, tabletas y computadoras en actividades de la vida diaria, justifica la conveniencia en el desarrollo de software que permitan mantener su independencia durante la vejez. Las pantallas táctiles e intuitivas hacen aún más sencillo este proceso, siempre que se tomen en cuenta la presencia de cambios fisiológicos propios del envejecimiento como la presbiacusia, presbicia y la disminución reacción.

El desarrollo de tecnología amigable, segura y útil para fomentar el ocio productivo y la estimulación cognitiva es un bien necesario para la población adulta mayor y no meramente un pasatiempo, puede ser incluso una estrategia esencial para la prevención y retardo de enfermedades neurodegenerativas o incluso la



FUTURA SOBREDOSIS

Campaña: Fabian A. Buitrago - Estudiante de Publicidad

rehabilitación de funciones comprometidas.

¿Has oído hablar del Alzheimer? El Alzheimer, es la enfermedad neurodegenerativa más común en los adultos mayores, aunque no es la única, siendo su factor de riesgo principal la edad, afecta las actividades de la vida diaria, el aprendizaje de nueva información, pago de facturas, el cumplimiento de tratamientos, relaciones sociales, etc. Convirtiéndose en una causa de pérdida de la autonomía en la tercera edad y en consecuencia se presenta la necesidad de la presencia constante de un cuidador conforme progresa la enfermedad a estadios más graves.

Si tomamos en cuenta que a nivel mundial y no

únicamente en Colombia el Diagnóstico definitivo de cualquier Trastorno Neurocognitivo suele demorarse por lo menos 12 meses, en ocasiones por protocolos asistenciales y muchas otras veces se retarda la búsqueda de ayuda profesional por el temor de la familia y del adulto mayor a recibir el diagnóstico. Encontramos aún más razones para introducir tecnología que permita la prevención, estimulación y rehabilitación de forma accesible a nuestra población, generando consciencia de prevención (**y no únicamente como una actividad de ocio**) con solo tomar su celular o tableta, lo cual podría colaborar en el enlentecimiento del deterioro en caso de ya estar instaurado y en otros caso prevenir o retardar el diagnóstico. La atención, la memoria, el lenguaje, solución de problemas, planificación, control, percepción, etc. son algunas de las funciones mentales que se deben estimular.

¿Sabía usted que según la OMS, 1 de cada 35 personas en todo el mundo tendrán la enfermedad de Alzheimer en el año 2050?



Emily Carolina González Clemente
Docente Psicología - UDI
egonzalez5@udi.edu.co

PROYECCIÓN SOCIAL Y EXTENSIÓN

CUMBRE DE INNOVACIÓN SOCIAL



Foro de Innovación social con Invitados de la Academia, el Estado y la Empresa, En el marco de la Primera Cumbre de Innovación Social. Foto Tomada por equipo comunicaciones UDI.

El concepto de innovación social ha tomado recientemente un especial interés en muchas partes del mundo, diversas entidades vienen trabajando en esta modalidad de desarrollo económico basado en principios de emprendimiento, una de ellas es la CEPAL, Comisión económica para América Latina y el Caribe, entidad que viene trabajando desde 2004. Como resultado de esta actividad se ha podido confirmar que en la región existe una dinámica, en torno a esta nueva forma de superar las dificultades del mundo globalizado que hoy se vive, que es la innovación social. Ejercicio que es generado como respuesta de las comunidades, las organizaciones de la sociedad civil, la iglesia y el gobierno en los diferentes niveles, a los problemas sociales que no han podido ser solucionados con los modelos tradicionalmente utilizados.

La innovación social ha sido un factor clave para mejorar las condiciones de vida de la población de la región y sin lugar a dudas, ha representado un aporte en el avance hacia el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) y seguirá siendo fundamental para contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Bajo este enfoque se ha podido identificar cómo las comunidades, se han empoderado de

importantes herramientas, que en el ejercicio de su desarrollo natural, ha evidenciado el nacimiento de muchas alternativas económicamente viables y sostenibles para superar las dificultades de una región.

La Innovación Social ha tenido un reconocimiento interesante que se ha formalizado en el ámbito académico y empresarial en tiempos recientes, como lo es también su incorporación como enfoque utilizado en instituciones y políticas públicas (sobre todo en Latinoamérica). Pero la Innovación Social, al igual que otros modos de orientar y coordinar acciones que propicien transformaciones a nivel social, es consecuencia de diversos movimientos sociales, que emergen de la necesidad de diversas formas de participación y de la conciencia de diversos actores sociales que hacen parte de una generación de personas que buscan el mejoramiento de la condiciones de vida en todos los niveles.

Este contagio viene creciendo en toda América Latina y está siendo acogido en Colombia, desde muchos frentes, que han evolucionado de manera silenciosa, pero con bases claras que se fortalecen con los criterios de equidad y de respeto por las condiciones de vida de las personas.

A finales de agosto de 2017 en Bucaramanga se llevó a cabo un evento que es ejemplo del poderío que tiene el liderazgo de personas que logran articular en pro de favorecer las condiciones de ésta, como de futuras generaciones.

El evento se denominó la Primera Cumbre Regional de Innovación Social, que se logró llevar a cabo con la intención y la iniciativa de los miembros de diferentes frentes de la región con resultados muy interesantes. Actividad de la que hizo parte la UDI, como organizador y miembro del comité académico.

Se identificó cómo la Innovación Social se ha venido nutriendo no solo de reflexiones y acciones, sino también de entidades, de instituciones educativas, comunidades y organizaciones cuyas misiones están encaminadas hacia ella, casos tales como redes sociales, centros de investigación, comunidades académicas, institutos y organizaciones no gubernamentales, entre las actores que vienen desarrollando actividades con una clara transferencia de conocimiento y experiencias interesantes con resultados muy contundentes.

En el marco de la Cumbre se identificaron proyectos que tienen impacto en la región, que

PROYECCIÓN SOCIAL Y EXTENSIÓN

se presentaron en diferentes recintos de la ciudad, mostrando como favorecen poblaciones de diversos grupos sociales que van desde niños hasta personas recluidas en las cárceles, con actividades específicas que asocian el emprendimiento de ideas que tienen valores agregados identificables e innovadores, aplicados en las organizaciones, los procesos, los productos o en los sistemas de mercadeo.

Las lecciones aprendidas están enfocadas en el papel protagónico que tienen las comunidades, con todo el conocimiento empírico que durante el paso de los años han acumulado y es un insumo muy valioso para la consolidación de nuevo conocimiento que se refleja en las innovaciones que cada una aporta en su medio.

La gran apuesta es consolidar una Red de Innovación Social que permita la articulación de los diversos actores que se reconocieron en la Cumbre, para fortalecer todas las iniciativas sociales con el objeto de consolidar el crecimiento económico y social de la región.

En esta articulación aparece un actor que tiene como objeto el desarrollo de nuevo conocimiento a partir de la investigación, el desarrollo y la innovación, ese actor es La Universidad. En la medida que la Universidad logre interactuar con este tipo de comunidades que quiere intensificar sus procesos de emprendimiento y acción social, se logrará un resultado más representativo y con mayor alcance e impacto, no solo en la región donde se aplique, sino con trascendencia que traspase las barreras regionales.



Taller de responsabilidad social empresarial con docentes UDI y dirigido por AIESEC, En el marco de la Primera Cumbre de Innovación Social. Foto Tomada por equipo comunicaciones UDI.

Desde este actuar la Universidad de Investigación y Desarrollo está involucrando sus procesos de investigación hacia la proyección social que acerque a sus estudiantes a este tipo de procesos con el fin primordial que se tenga experiencias reales con las diferentes problemáticas que se puedan investigar de común acuerdo para conseguir resultados sostenibles en el tiempo.

La historia que se tiene por parte de los proyectos que aporta el estado por medio de sus programas sociales, muestra como grandes partidas se destinan a programas que terminan, cuando éstas se consumen, sea por las actividades que se comprometen o por las tradicionales acciones de corrupción que simplemente terminan con el objeto de mostrar un resultado

mediático por la administración local de turno. El enfoque de esta nueva forma de apoyar a las comunidades tiene una misión contundente, las comunidades deben pasar de ser objetos pasivos y buscar ser sujetos activos que deben participar de la estructura económica que logre la sostenibilidad de los proyectos en el tiempo. Se debe trabajar en la construcción de estructuras que sean capaces de continuar con un modelo de negocio que produzca y sea capaz de sostenerse y ser rentable en el tiempo.

Este es el gran aporte que todos los actores de la Innovación Social deben enfocar en su compromiso real de aporte a las comunidades en estado de vulnerabilidad, el Estado con políticas públicas, la Universidad con programas de proyección social, la Empresa con procesos de responsabilidad social empresarial, y la comunidad con el compromiso de acompañamiento con un fuerte liderazgo.

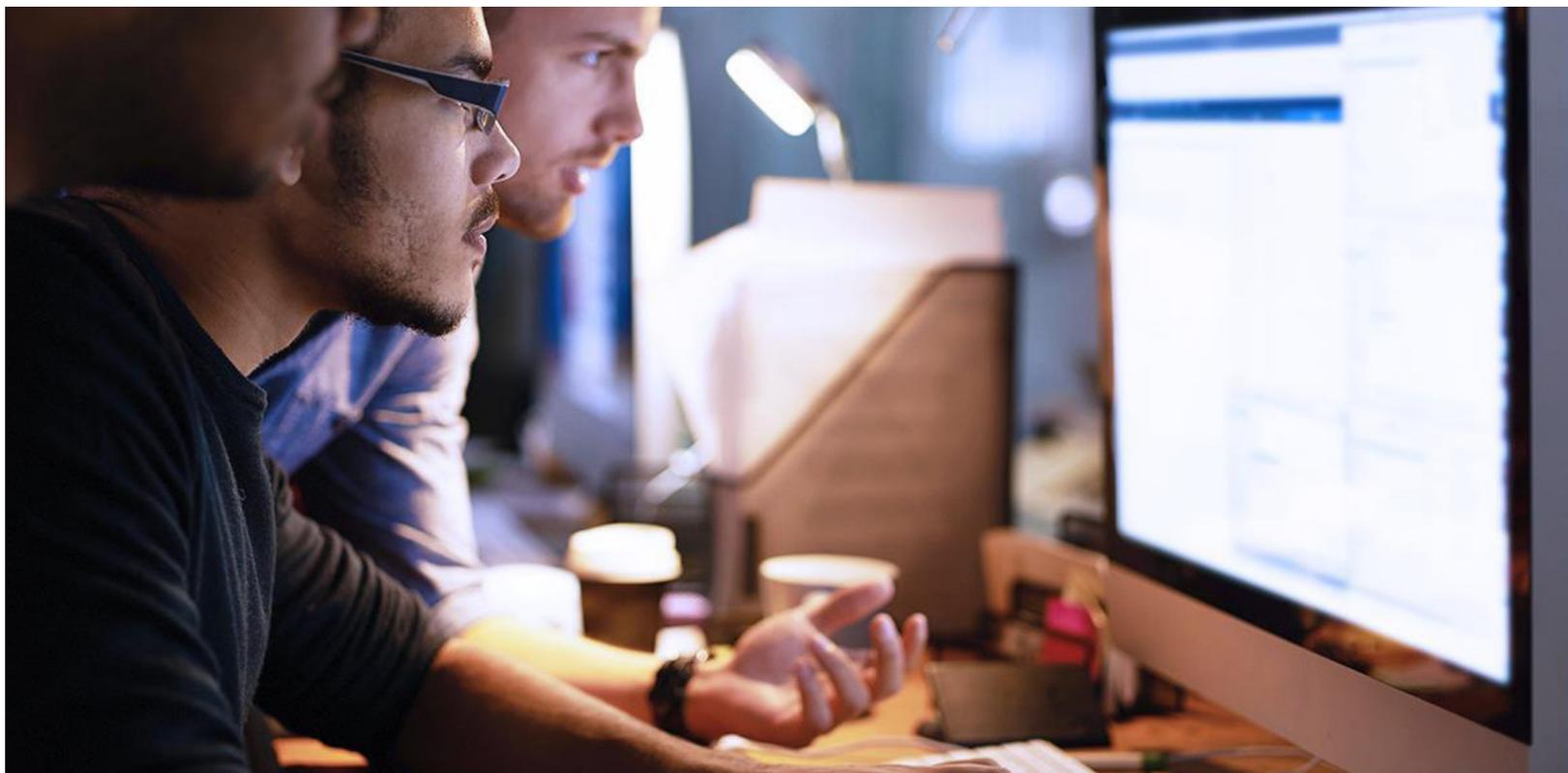
1^{ra} Cumbre regional innovación Social



Carlos Avellaneda Rueda
Docente Administración de Empresas-UDI
Cavellaneda2@udi.edu.co

BIENESTAR

LA IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN EL CUIDADO DE LA SALUD



Fuente: www.google.com

Inmersos en una sociedad en donde el crecimiento de la tecnología en los últimos años ha sido tan significativo, a tal punto que nos acostumbramos a realizar varias de nuestras acciones cotidianas apoyados en esta; basta dar un vistazo a cómo era la vida hace poco menos de una década para percibir aquello que no podíamos hacer en ese momento y que en la actualidad es muy común, desde la facilidad de enviar y leer mensajes y correos electrónicos en cualquier lugar, hasta poder realizar reservas a diferentes eventos, consultar saldos bancarios, hacer cualquier tipo de transacción móvil, compras en línea, entre otras, que anteriormente implicaban desplazamiento, trámite y mayor inversión de tiempo.

Diferentes compañías móviles han logrado captar portabilidad en gran cantidad de la población mundial en donde facilita a sus usuarios el desarrollo de muchos aspectos de su rutina, desde la llegada de la tecnología móvil se han esforzado por implementar algún tipo de conectividad o aplicación, que permita complementar el uso de los dispositivos móviles como los teléfonos celulares y Tablets.

La variedad de sus servicios es tan grande que se obtiene como resultado una larga lista de categorías, cada una de ellas contiene un sin

número de aplicaciones gratuitas o pagas diseñadas para satisfacer las necesidades de todo tipo de usuario, entre las más representativas se encuentran: Compras, deportes, educación, entretenimiento, finanzas, fotografía y video, juegos, música, productividad, redes sociales, noticias, medicina y salud, siendo estas dos últimas las de mayor interés en este artículo.

Son muchas las aplicaciones creadas para fomentar la salud y los buenos hábitos, las cuales al contrario del internet proporcionan un mayor grado de confianza a sus usuarios, éstas son las terceras más descargadas en el mundo, por lo que se infiere que la salud y la tecnología se mezclaron para ofrecer una herramienta de uso rápido, fácil y efectivo, no obstante éstas no deben sustituir el diagnóstico profesional o el adecuado tratamiento médico, se presenta a continuación algunas de las favoritas en cuanto a eficiencia, calidad, novedad y facilidad de uso:

Contigo, app que ofrece infografías interactivas y contenido médico avalado por oncólogos en materia del cáncer de seno en donde además se ofrece información por secciones que van desde los primeros días del cáncer, las emociones por las que pasan las pacientes, las terapias, la quimio y sus efectos, la reconstrucción y el final de la terapia.

Social Diabetes, esta aplicación permite a los pacientes con diabetes tipo 1 y 2 llevar un registro de lo que comieron en el día, cuánta insulina utilizaron y cómo está su nivel de glucosa, ayuda a controlar el riesgo de hipoglucemia posterior a la aplicación de insulina y además incluye una red social que permite compartir dietas, consejos y experiencias de otros usuarios.

Universal Doctor Speaker: Con el propósito de ayudar a un extranjero que se dirija al médico y no domine el idioma, esta aplicación traduce síntomas, dolores y preguntas de su lengua nativa a la del médico permitiendo superar ese obstáculo. El programa ofrece 17 idiomas diferentes y más de 500 palabras claves, así mismo ayuda a los profesionales de la salud a realizar una historia clínica en cualquiera de esas lenguas.



Wendy Camacho Vargas
Psicóloga de Bienestar Universitario -UDI
psicologia@udi.edu.co

INVESTIGACIONES

GRUPO PORTER, UN EJEMPLO DE INVESTIGACIÓN



Fuente: Foto Tomada por equipo comunicaciones UDI.

En nuestra cotidianidad, como amas de casa, esposas, en nuestro rol de madres e indudablemente en el desempeño profesional la investigación ha sido parte de nuestra existencia y de nuestro propio actuar. En ocasiones sentimos que la investigación es algo lejano, abstracto difícil de entender, y peor aún difícil de hacer. Esta percepción no solo no es cierta, sino que además se aleja de nuestra realidad UDI.

Desde el año 2005 iniciamos un proyecto de investigación, en la UDI con el firme propósito de fomentar la investigación en el Programa de Administración de Empresas, demarcando el derrotero y el rumbo a seguir en esta importante función. La tarea no fue fácil pues no solo se pretendía brindar las bases en materia de investigación en el área, sino que además se trazarán propuestas e ideas de proyectos alcanzables al corto plazo. Todo este trabajo inició con la creación del Grupo de Investigación Porter, el cual se orientó hacia el estudio de la competitividad (**desde diferentes aristas**) a través de la Línea de Investigación en Desarrollo Empresarial Competitivo. Fue así como doce (12) años después, encontramos un grupo robusto con alto nivel de productividad, pero sobre todo con una estrecha relación con las realidades del medio empresarial y su contexto regional, nacional e internacional.

El Grupo Porter demuestra su madurez y calidad, mediante su trayectoria y los diversos productos que lo han llevado a ser reconocido en dos mediciones consecutivas en la Categoría B, por parte de pares expertos de Colciencias. Estos logros además de constituirse en orgullo institucional, se asumen como retos para el futuro inmediato que debe enfrentar la UDI, las ciencias administrativas y sus programas, frente a lo cual el Grupo Porter se considera pieza clave de este engranaje académico.

Pero **¿Cuál ha sido la clave del desarrollo constante del Grupo Porter?**, las respuestas podrían ser muchas, pero al depurarlas se concluye que los miembros del grupo y sus gestores, han aplicado con total claridad, la premisa que plantea que todo es susceptible de investigar, y por ende sobre todo podemos investigar. Es así como cada uno de los investigadores que están y han sido parte de este grupo de investigación, han trabajado en diferentes áreas, aprovechando y nutriéndose con los insumos y las problemáticas que forman parte del día a día de sectores económicos, empresas, organizaciones e incluso de la misma Educación Superior. La clave ha sido dar solución a nuestros problemas para después solucionar los de otros. Inicialmente, nuestros proyectos se enfocaron en generar material de apoyo a cursos académicos, realizar contacto y

análisis del entorno productivo de la institución, de la oferta laboral, de los perfiles de egresados; para posteriormente, trabajar la investigación a través de consultorías y proyectos con entidades externas, encaminados a la consecución de recursos para reinvertir en investigación. Así las cosas, el camino de Porter, ha sido largo y con tropiezos, pero han sido lecciones aprendidas que han permitido resurgir y con mejores resultados.

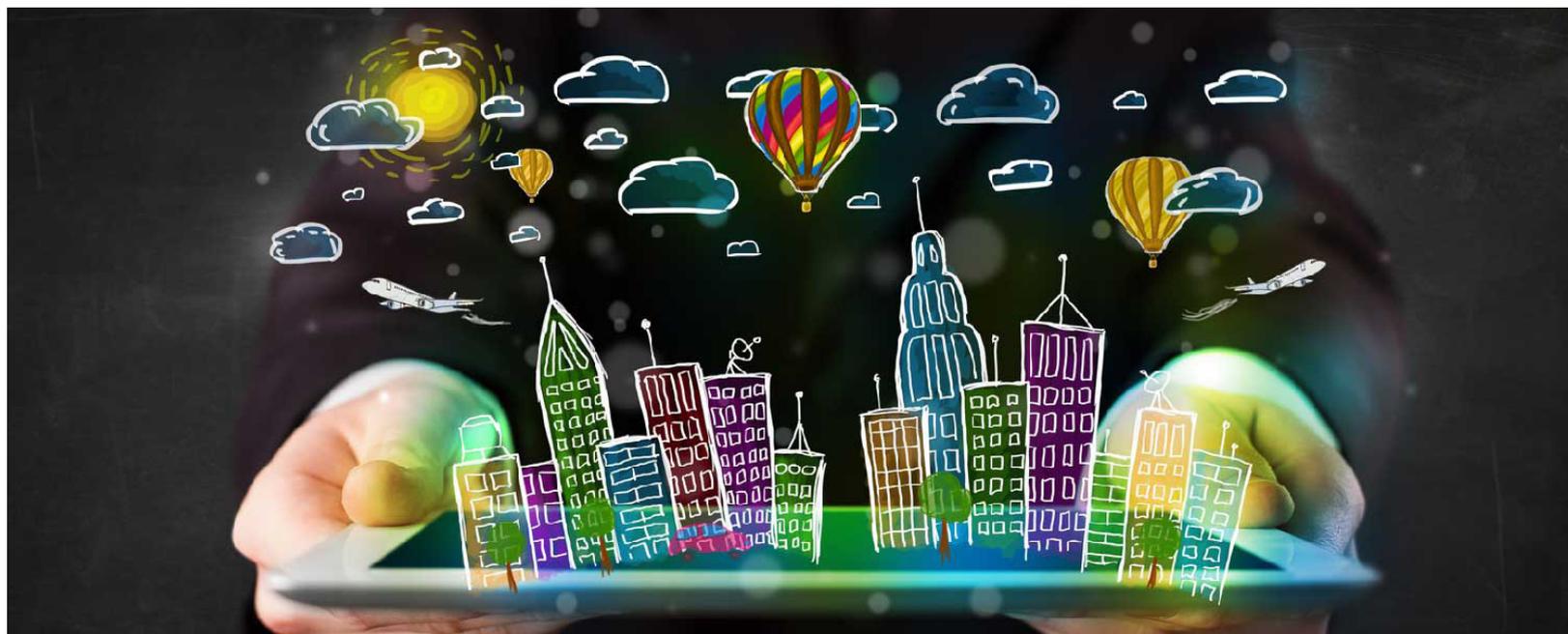
En la actualidad, el Grupo de Investigación Porter cuenta con recurso humano que trabaja la Investigación Formativa, como base primordial de la investigación a nivel de Educación Superior; y la Investigación en Sentido Estricto (**Aplicada**) determinando alternativas de soluciones y mejoras para la UDI y su comunidad, así como para el sector externo. La producción del grupo se caracteriza por tratar temáticas comunes, con problemas reales, para a través de la investigación generar productos como consultorías, informes técnicos, material bibliográfico especializado, material de apoyo y uso de tic como herramienta innovadora en la investigación en las ciencias administrativas. Nos hemos articulado con otras áreas de tal manera, que se han diversificado nuestros resultados y nuestro actuar se ha ampliado a nuevos escenarios donde antes no se consideraba posible.

Sea esta la oportunidad para invitar a toda la comunidad estudiantil y docente a ser parte de nuestro Grupo Porter y del Semillero Maslow, con el objeto de ser parte de esta corriente investigativa, que pretende desde la UDI, demostrar que la investigación está al alcance de todos.



Martha Lenis Castro Castro
Vicerrectora Académica - UDI
vice.academica@udi.edu.co

LA INNOVACIÓN UNA HERRAMIENTA COMPETITIVA



Fuente: Comunicaciones UDI Extensión San Gil

La Innovación es un tema de alto grado de interés en las organizaciones, debido a que es el camino más viable para hacer más competitivo a una empresa en cualquier entorno, una herramienta competitiva es la creatividad aplicada, es la habilidad para pensar diferente, para cambiar el marco de referencia, para cuestionar los supuestos establecidos. Es la habilidad para hacer desvíos a los procedimientos estándar con el ánimo de hacer algo extraordinario en beneficio común.

La innovación puede ser:

Innovación Tecnológica entendida como el proceso mediante el cual una invención o idea, se introduce en la economía se incorpora al proceso productivo.

Innovación del producto consiste en la comercialización del mismo cuando ha sido cambiado tecnológicamente. Sus características cambian en forma que permiten entregar soluciones, servicios, productos o bienes nuevos o mejorados

Innovación del proceso ocurre cuando hay un cambio significativo en la tecnología de la producción de un determinado bien o servicio a través de nuevos equipos, métodos de organización y de gestión.

Innovación social trata de aportar soluciones nuevas a los problemas de desempleo sin que con ello se modifique la eficiencia de la empresa, entre las actividades que puede formar parte ella se encuentran: la creación de nuevas funciones, mejora en las condiciones de trabajo, formación de grupos, creativos o la descentralización de las tareas.

Las innovaciones tecnológicas características de nuestro tiempo están dando paso a una cultura del Riesgo (Beck, 1986; Legadec, 1981). Es evidente que la emergencia de esta cultura está estrechamente ligada al desarrollo de la tecnociencia contemporáneos y a las negligencias en subsanar sus riesgos tecnológicos ambientales y sociales. Accidentes en las industrias nucleares, químicas y armamentos, relacionados tanto con la producción como con el transporte; la acumulación de residuos tóxicos y radiactivos que aumentan incesantemente sin una forma segura de deshacerse de ellos; la contaminación continua del medio ambiente y de los productos vitales mediante procedimientos y sustancias químicas; la propagación de la lluvia ácida; el deterioro creciente de la capa de ozono; los cambios climáticos en perspectiva debidos al calentamiento global; la pobreza, las hambrunas y las permanentes crisis económicas y sociales en el llamado Tercer Mundo, donde habita la mayor parte de la población mundial en crecimiento incesante, la amenaza del eventual empleo de armas químicas, biológicas y

nucleares en confrontaciones bélicas: todo ello forma parte de la larga lista de crisis que caracterizan nuestra cultura del riesgo.

El modelo de evaluación del riesgo parte de la existencia de teorías científicas causales que permiten pronosticar con la suficiente antelación los impactos de los desarrollos tecnológicos como para dar eventualmente la alarma anticipada. El análisis de impactos tiene por objeto la identificación de los impactos específicos, así como su estimación en términos del análisis económico de los costos-beneficios. Por último, se trata de analizar, en base a los sistemas actuales establecido "científicamente", las opciones para la decisión e intervención política de cara al control de las consecuencias positivas o negativas.

Este cambio continuo en el entorno ha originado considerar que las empresas que no innoven continuamente no podrán alcanzar una vida duradera.



Teresita Vargas Castro
Docente Industrial Industrial -UDI
tvargas1@udi.edu.co