

CONVOCATORIA PARA IDENTIFICAR

# BUENAS PRÁCTICAS EN INNOVACIÓN EDUCATIVA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

EN LAS INSTITUCIONES  
DE EDUCACIÓN SUPERIOR

**2021**



La educación  
es de todos

Mineducación

Co-Lab  
Laboratorio de Innovación  
Educación Superior

**Nombre de la institución de educación superior**

Universidad Mariana

**Ciudad o municipio de la IES**

Pasto

**Nombre de la práctica**

Proyecto interdisciplinar Wawa

**Ámbito temático:**

Innovación pedagógica

**Tiempo de desarrollo de la práctica (años)**

6

**Nombre del líder de la práctica**

Tatiana Luna Tobar y Mirian Estella Quitiaquez

**Correo electrónico del líder de la práctica**

taluna@umariana.edu.co

## **Área o áreas de la institución que desarrollan la práctica.**

Cursos Innovación de Producto, Psicología del Consumidor, Contenido Digital, Logística y Mercadeo Internacional.

## **Problema o necesidad que originó la práctica**

Generar otras alternativas de formación en las que los estudiantes apliquen las habilidades personales y conocimientos con aspectos y situaciones que dinamicen el proceso académico a través de la integración de varias disciplinas. Por lo anterior, el proyecto Wawa se ha enfocado en el trabajo interdisciplinar, integrando los cursos académicos: Innovación y Creación de Nuevos Productos, Logística, Marketing Internacional, Mix de Comunicaciones y Psicología del Consumidor, obteniendo como resultado el prototipo de un producto tangible, desarrollando competencias académicas y genéricas, tales como razonamiento cuantitativo y lectura crítica, que son alcanzadas a través de una propuesta metodológica interdisciplinar que se desarrolla en el transcurso del sexto semestre.

## **Mecanismo usado para identificar el problema**

Observación e interacción con los estudiantes

## **Descripción del mecanismo**

Cabe anotar que la observación, inicialmente, es lo que le dio vida al proceso, ya que, desde el lugar del docente, se apreciaba una rutina de aprendizaje en donde los estudiantes estaban acostumbrados y esperaban la oratoria del docente, para ellos tomar en cuenta las teorías, y en algún momento de la vida aplicarlas. No se probaban y mucho menos se cuestionaban. Los estudiantes revisaban a través del proceso formativo casos de grandes empresas, de grandes creaciones, pero en ningún momento se imaginaron estar proponiendo nuevos productos o, mejor dicho, creando en pro de una solución o un problema inmediato o una situación real que se vivencia a diario en sus entornos. El observar por parte de la docente dio pie para formular y organizar un nuevo espacio académico interdisciplinar.

## **Resultados cuantitativos esperados**

20 estudiantes participantes del sexto semestre de las dos jornadas y de acuerdo al calendario académico.

7 proyectos de prototipos digital o físico del producto desarrollado por cada equipo de trabajo interdisciplinar.

2 planes de negocios postulados a convocatorias de financiación y participación en ferias de emprendimiento.

## Resultados cualitativos esperados

Mejorar los resultados en las pruebas Saber Pro y TyT en las competencias genéricas de lectura crítica y razonamiento cuantitativo.

Profundización en las competencias genéricas de lectura crítica, lectoescritura y razonamiento cuantitativo.

Profundización del aprendizaje significativo, a través de actividades de integración interdisciplinar.

## Actividades desarrolladas en la implementación

**Inducción:** esta actividad consiste en presentar el proyecto interdisciplinar Wawa a los estudiantes de sexto semestre. Ellos conocen el objetivo, cronograma de actividades, docentes orientadores, cursos involucrados y creación de los equipos de trabajo.

**Pitches:** durante el semestre en el cual se desarrolla el proyecto, los estudiantes presentan tres *pitches*. Son socializaciones de los avances del proyecto. Tienen una duración de 10 minutos y son evaluados por los docentes orientadores, utilizando una rúbrica que contiene los criterios de calificación.

**Encuentro con expertos:** de acuerdo con los seguimientos y asesorías que se realizan a los estudiantes, dentro de los espacios académicos a cargo de los docentes orientadores, se identifican las dificultades que ellos presentan en diferentes temáticas y se resuelven con refuerzos, invitando a expertos.

**Muestra final:** es la presentación de los proyectos terminados y prototipados ante invitados y evaluadores externos. Estos evaluadores son académicos, emprendedores y empresarios que evalúan los proyectos con una rúbrica de calificaciones.

## En articulación con

Otras instituciones de educación superior: Universidad Cooperativa de Colombia (sede Pasto) y Universidad de Nariño.

## Esta articulación consistió en

Se trabajó el semestre 2019 B con los estudiantes y docentes del programa Ingeniería Industrial de la Universidad Cooperativa de Colombia, sede Pasto; en el semestre 2017 B, con los estudiantes y docentes del programa Administración de Empresas de la Universidad de Nariño; y en el semestre 2018 A, con los estudiantes y docentes del programa de Mercadeo de esta misma universidad.

Se aplicó el concepto de interinstitucionalidad que hace referencia a la coordinación de actores (que en este caso son los docentes y estudiantes), a la interacción de las universidades (a través de mecanismos de acción conjunta en torno a proyectos interdisciplinarios), a la formulación, construcción y ejecución colectiva de cronogramas y acciones, potencialidades e intereses académicos compartidos.

## Elementos innovadores de la práctica de acuerdo al contexto

Metodología interdisciplinaria integrando los cursos académicos: Innovación y Creación de Nuevos Productos, Logística, Marketing internacional, Psicología del Consumidor y Creación de Contenidos desde el Marketing Digital, obteniendo como resultado:

Crear y desarrollar productos innovadores que satisfagan la necesidad del cliente, aplicando lo interdisciplinario.

Identificar y comprender conceptos y costos de la distribución física internacional como factor de competitividad desde el enfoque de la formación profesional en mercadeo.

Apoyarse en las herramientas del mercadeo para determinar las oportunidades internacionales.

Determinar el segmento del mercado al que va dirigido el producto y el comportamiento del consumidor.

Crear piezas publicitarias e imagen corporativa pertinentes al producto.

El seguimiento que realizan los docentes durante el semestre por medio de asesorías y clases conjuntas que permiten orientar a los equipos desde los diferentes cursos, ayudando a los estudiantes a despejar dudas y a aplicar los conocimientos teóricos en sus propuestas. Adicional a estas asesorías, se programan encuentros en los cuales se invita a expertos (empresarios y académicos que imparten formación en diferentes temáticas), se realizan visitas empresariales, visitas a otras universidades, laboratorios, auditorios y bibliotecas.

La continua evaluación a través de la presentación de tres pruebas que se denominan *pitches*. Consisten en sustentar los avances en un máximo de tiempo de 10 minutos, durante los cuales los docentes utilizan un instrumento que contiene la rúbrica de criterios generales y específicos para evaluar por cada disciplina, realizando sugerencias a través de observaciones, correcciones y retroalimentación, que permite que estas pruebas tengan una evaluación y mejora continua. En estos *pitches*, los estudiantes evidencian el trabajo desarrollado en los cursos Innovación y Creación de Nuevos Productos, Logística, Marketing internacional, Psicología del Consumidor y Creación de Contenidos.

La muestra final, que es la presentación y evaluación de los proyectos terminados a un público externo, conformado por empresarios, académicos y emprendedores. En esta muestra, se selecciona a tres grupos que, por resultados en la evaluación, se convierten en ganadores de las categorías: *Producto innovador*, *Mejor propuesta de imagen e identidad corporativa* y *Mejor proceso de trabajo en equipo*. A estos grupos se les realiza un reconocimiento académico, por medio de un certificado, y otro de tipo monetario.

## **Mecanismo de evaluación del desarrollo y los resultados obtenidos**

Observación participante

Rúbrica evaluativa

## **Descripción del mecanismo**

La evaluación por observación consiste en observar directamente el comportamiento de los estudiantes durante la realización de diferentes actividades que también hacen parte del proyecto y se desarrollan de forma alterna, estructuradas de acuerdo con los espacios académicos. La observación directa permite evaluar diferentes aspectos, pero fundamentalmente actitudes, valores, trabajo en el aula y conocimientos.

La rúbrica de calificaciones es una herramienta de evaluación para comunicar expectativas de calidad. El formato está constituido por filas y columnas. Las filas se usan para definir los diversos criterios que se usan para evaluar los *pitches*. Las columnas se usan para definir los niveles de desempeño en cada criterio.

## **Resultados cuantitativos de la práctica**

480 estudiantes participantes del sexto semestre de la jornada diurna y nocturna.

103 proyectos de productos prototipados de forma digital o física, debidamente argumentados.

10 planes de negocios postulados a convocatorias de financiación y participación en ferias.

### **Resultados cualitativos de la práctica**

Desarrollo de competencias y habilidades sociales, de comunicación, de acercamiento a los demás.

Fortalecimiento de habilidades como saber escuchar, trabajo en equipo y creatividad.

Forjar una persona capaz de solucionar problemas de forma asertiva y profesional.

### **Conclusiones generadas a partir de la evaluación**

El proyecto Wawa, desde sus inicios, ha sido un proyecto cuyo proceso está en construcción permanente, y el cual revela la importancia de generar espacios interdisciplinarios.

La integración disciplinar es parte fundamental para formar profesionales más universales, aptos para afrontar los rápidos cambios de las competencias y los conocimientos, con una formación crítica.

La interdisciplinariedad que implica Wawa está inmersa en la continuidad y en el quehacer constante de cada uno de los participantes de lo que se puede denominar enseñanza-aprendizaje.

### **Principales transformaciones derivadas de la buena práctica**

Sensibilizar a los estudiantes frente a la importancia de elementos y herramientas básicas como el trabajo en equipo, el desarrollo en general de competencias blandas que le permitan forjarse.

Un espacio para poner en juego y equilibrio la teoría revisada en la academia, con la solución de problemáticas de forma creativa, práctica y acercada de manera evidente con el contexto.

Consolidación de ideas con la estructura de planes de negocios para ingresar a convocatorias que el contexto ofrece, cumpliendo, o mejor, iniciando sus sueños de empresario.

### **Documentación del proceso de planeación, implementación y evaluación de resultados**

El proceso de planeación de documento, por medio de la elaboración de cronograma de actividades; la implementación, por medio de las presentaciones de los *pitches* realizados por los estudiantes; y la evaluación, a través del diligenciamiento de las rúbricas.

<https://taluna9.wixsite.com/wawa>

<https://drive.google.com/drive/folders/1XzYF70rMvBUMQ6Ha0mmGXdAZGXwkU8ri?usp=sharing>><https://drive.google.com/drive/folders/1XzYF70rMvBUMQ6Ha0mmGXdAZGXwkU8ri?usp=sharing>

## **Medios de divulgación de la práctica**

Congresos  
Publicaciones

I Congreso Internacional de Ciencias Económicas y Sociales, Corporación Universitaria Autónoma de Nariño, Santiago de Cali (Colombia).

<https://www.youtube.com/channel/UCdfD13H7yZYLoZDbRR9bNCQ>

Avance en investigación científica Tomo II año: 2020. ISBN: 978-958-53301-2-2. Autor/Coordinador: Josnel Martínez Garcés. Editorial: Sello Editorial Aunar Cali, Colombia.

<http://www.doi.org/10.47666/avances.inv.2>

