# The Click School

El proyecto de aplicación profesional “The Click School” nace como una iniciativa de la Facultad de Administración y Negocios luego del éxito obtenido por el proyecto “The Click” en los años anteriores. Esta vez la Universidad Casa Grande espera realizar un proyecto que se enfoque en los alumnos de colegio utilizando ciertas bases del Bootcamp “The Click”. Por esto es importante primero entender lo que es “The Click” y cuales han sido las razones por las cuales era necesario la creación de un nuevo proyecto.

En el Ecuador, un porcentaje significativo de la población considera el emprendimiento como una opción de carrera. Con un índice de Actividad Emprendedora Temprana del 25,3% el Ecuador supera por diez puntos porcentuales lo observado en el 2012 siguiendo una tendencia de crecimiento sin embargo no todos estos negocios nacientes se consolidarían como proyectos viables (GEM, 2013).

Una de las ventajas de emprender en Ecuador es que se pueden detectar tendencias de los mercados de países más desarrollados y aplicarlas. El 63% de los emprendimientos en el Ecuador nacen por oportunidad, se detectan necesidades insatisfechas u oportunidades del mercado y se trabaja por satisfacerlas, mientras que el 36.7% de los emprendimientos son motivados por la necesidad y nacen como segunda fuente de ingreso para quien los pone en marcha (GEM, 2013).

Dentro del Ecuador, Guayaquil es sede de las 500 empresas más importantes del país, debido a su calificación como principal polo de desarrollo y considerada como una de las mejores ciudades latinoamericanas para hacer negocio (Villacreses, 2009). Datos de la Cámara de Comercio de Guayaquil indican que en la ciudad existen 500 mil emprendedores. El Censo Nacional Económico (2010) indica que 20,296 empresas responden a la categoría Pymes, lo cual corrobora el constante surgimiento de emprendimientos.

Sin embargo, en el Ecuador 80% de los emprendimientos quiebra antes de cumplir un año debido a las barreras burocráticas, administrativas y problemas de gerencia (Del Valle, M, 2005). Muchas oportunidades de negocio se pierden por falta de asesoría o capital que puede ser aportado por inversionistas ángeles por lo que el crear espacios en los que los emprendedores y expertos puedan interactuar resulta más atractivo y funcional para potenciar la formación de los proyectos (Vincens & Grullon , 2011).

La falta de capacitación y preparación es un factor que lleva a cerrar los negocios por lo que nació la necesidad de investigar qué tipo de programa se puede implementar para guiar a los emprendedores y evitar que sus proyectos mueran a corta edad.

El Bootcamp “TheClick” es un programa intensivo pagado que realiza anualmente la Universidad Casa Grande para estudiantes universitarios de 20 a 34 años con proyectos de emprendimiento innovadores de la ciudad de Guayaquil. El objetivo del programa es empoderar a los participantes a través de la metodología Business Model Canvas, proporcionándoles información privilegiada mediante el desarrollo de talleres prácticos, capacitaciones y asesorías de parte de líderes en el campo del emprendimiento, negocios e innovación.

Como resultado los participantes adquieren habilidades para convertirse en mejores empresarios y realizan conexiones estratégicas con otros participantes y con sus mentores. Los participantes tienen la oportunidad de desarrollar sus proyectos en un entorno competitivo y a la vez innovador. La idea principal es educar a través de una experiencia creativa que rompa esquemas sistemáticos.

Para la segunda edición de “The Click” El concepto de la marca, es una evolución de The Click 2015. Siguiendo la línea grafica del año pasado sobre “pixeles”, se decidió dirigirlo hacia la evolución digital, principalmente enfocado a video juegos, en el cual encontramos innovación en la creación, adaptación, tecnología, creatividad, y la superación de entornos complejos.

Los juegos están orientados a la solución de problemas, a tomar riesgos, a pensar en estrategias. En el mundo de los juegos, tú decides que va a pasar al final del juego, si tu personaje sobrevive o muere. Este concepto no solo se da en este mundo, sino que es aplicable al mundo del emprendimiento, donde dependiendo de las estrategias que decidas usar o las decisiones que vayas a tomar, se conoce si sobrevives en el mercado o tu negocio termina siendo cerrado.

Por estas razones, decidieron orientar el concepto del evento hacia los videos juegos. Para poder impulsar a los emprendedores a participar, interactuar, comprometerse a mejorar, recibir retroalimentación para poder obtener una recompensa.

La marca The Click, evolucionó de Campamento de Emprendimiento a Campamento de InnovAcción, el cual parte del concepto de “realizar acciones innovadoras”. En el campamento se quiere lograr que los emprendedores participantes logren impulsar procesos innovadores frente a entornos complejos y/o cambiantes, mediante el aprendizaje de herramientas y acompañamiento de expertos de tal manera que se generen emprendimientos establecidos.

Por ello el nombre del campamento de InnovAcción esperaba expresar los siguientes valores:

* Cambio que supone novedad
* Éxito
* Introducción de algo nuevo

Entre los actores involucrados en el proyecto “The Click” se encuentran los expositores, auspiciantes, instituciones que brindan su aval y los participantes del evento como tal. Este proyecto ha ido evolucionando al punto que en la última edición sus participantes tuvieron un alto grado de satisfacción en lo que recibieron y tenían la disposición de volver a participar en otro Bootcamp con las mismas características. La fuerza de este proyecto se encuentra no solo en la capacidad de sus expositores sino también en la marca insignia que los respalda como Google en 2015 o Microsoft en 2016.

Ante lo sucedido con el Proyecto “The Click” este año aparece la oportunidad de realizar un proyecto que siga con la línea de lo que ha venido realizando el bootcamp pero dándole un giro en cuanto al mercado objetivo y la dinámica del campamento. La idea principal del nuevo proyecto es desarrollar la mentalidad innovadora y creativa en los estudiantes de colegio y darles las herramientas necesarias para que en el futuro o a corto plazo se vuelvan emprendedores, de igual manera se espera que un efecto de esta acción sea la de posicionar a la Universidad Casa Grande como líder de innovación en el mercado objetivo y que en un futuro estos se vuelvan alumnos de esta institución.

Para lograr estos objetivos hemos identificado diferentes aspectos que consideramos relevantes:

1. Los jóvenes de colegio no tienen mucha disposición a pagar por seminarios o congresos, sino que más bien se sienten motivados por actividades en las que involucren interacción y competencia.
2. No existen muchas competencias intercolegiales que involucren actividades de innovación o emprendimiento, la mayoría se enfoca en ámbitos deportivos o de ciencias.
3. Los jóvenes de colegio pasan gran parte de su tiempo en redes sociales o en plataformas virtuales, estos buscan siempre contenido nuevo para consumir.
4. Más que venderles un concurso a los alumnos, consideramos que hay que venderles directamente a los colegios y que estos designen sus representantes.
5. Para que esta competencia tenga éxito y se consiga el apoyo de los colegios es necesario tener un sustento académico que respalde la propuesta, hay que conseguir bibliografía y teorías que apoyen las habilidades necesarias para la innovación y el emprendimiento en acción.
6. Los actores principales involucrados en este proyecto además de los alumnos son los profesores quienes lleven las materias de desarrollo o emprendimiento, junto con ellos se pueden desarrollar diferentes capacitaciones y ayudar a desarrollar de mejor manera el contenido de la competencia.
7. El formato de esta competencia debe ser una competencia que tenga una mezcla entre lo virtual y lo físico, con actividades que involucre la interacción en ambos medios y ayude a los alumnos a desarrollar habilidades de innovadores.

Todos estos aspectos que hemos identificados los consideramos esenciales para el éxito del proyecto por eso muchos de estos serán estudiados con el fin de tomar una decisión acertada.

Sin embargo, como equipo tenemos un objetivo claro, queremos que nuestro proyecto sea ese referente de innovación en los colegios, queremos que sea ese concurso que todos los años todos los colegios desean ganar y que todas las marcas quieren auspiciar.

Al ser un proyecto nuevo que recién se está desarrollando tenemos la oportunidad de proponer cosas completamente nuevas o diferentes, e incluso cambiar por completo preconceptos definidos por “The Click”. Consideramos primero que el usar la palabra “School” no es apropiado ya que se lo vincula con escuela y estudios por ende puede generar algo de rechazo por parte de los estudiantes sin embargo consideramos cambiar el nombre y utilizar una palabra que vaya más acorde a competencia o desafíos.

El formato de nuestro proyecto consideramos que debe ser una competencia intercolegial donde cada una de las habilidades que queremos desarrollar en los alumnos se vea a prueba en desafíos y cuyo desempeño en la competencia va otorgándoles una calificación que en el último desafío se decidirá al Colegio campeón de la competencia.

Los desafíos tendrán una base académica, usaremos como referencia en el desarrollo de cada tema de la competencia las 5 habilidades que deben tener los innovadores según el libro “El ADN del innovador” de Jeff Dyer, Hal Gregersen y Clayton M. Christensen.

Es decir esperamos desarrollar una competencia en su mayoría digital durante 1 mes, con desafíos semanales y con un gran desafío final donde los colegios que acumulen más puntos en la tabla de puntuaciones serán quienes asistan a una instalación a disputar la gran final. La idea es que dentro de la plataforma que deseamos crear exista contenido adicional al de la competencia con el cual los mismos participantes se pueden preparar.

Adicional a esto esperamos que la plataforma incluya videos resúmenes de cada desafío por colegio para que tanto los profesores como los padres de familia puedan ver lo que los participantes realizan y exista una transparencia en la competencia. De igual manera esperamos que los auspiciantes tengan un beneficio directo de su participación asignándoles un desafío el cual auspiciar y que involucren a su marca en el mismo asegurándoles un mercado de alumnos que tendrán interacción con su marca y al mismo tiempo podrán obtener algún comentario o ideas sobre el producto a publicitar.

Los colegios tendrán exposición no solo por las actividades que realicen sus alumnos, sino que además podrán demostrar con estos videos sus instalaciones, su metodología y demás, ayudándolos a ellos también con su publicidad, fuera de que esperamos al equipo ganador realizarle una gira de medios donde cuenten su experiencia y además el colegio tenga visibilidad. La idea es también asignarles un espacio en la plataforma donde los colegios puedan colgar un video institucional ya que el tráfico que esperamos en la plataforma sirve como medio de publicidad.

Los 5 desafíos que desarrollaremos tendrán como base las 5 habilidades descritas en el libro como necesarias para un innovador:

1. Pensamiento asociativo
2. Cuestionamiento
3. Observación
4. Networking
5. Experimentación

Basados en estos 5 pilares de la innovación podremos desarrollar un desafío acorde a cada uno de estos enfocándonos en los consejos para desarrollar cada una de estas habilidades:

**Pensamiento Asociativo**: Para este consideramos el crear un desafío que haga que los alumnos tengan que pensar un uso y desarrollo completamente diferente de un producto convencional, por ejemplo, como le venderían un Televisor a un ciego, etc. Y que la marca y un grupo de jueces asignen calificaciones a los proyectos para definir ganadores.

* Consejo 1: forzar nuevas asociaciones. Los innovadores practican a veces la asociación forzada o la combinación de cosas que nunca se combinarían de un modo natural.
* Consejo 2: adoptar el rol de una empresa diferente.
* Consejo 3: crear metáforas. Hay que involucrarse en actividades que susciten analogías o metáforas relacionadas con los productos o servicios de nuestra empresa, ya que cada analogía tiene el potencial para que veamos las cosas desde una perspectiva poco común.
* Consejo 4: construir nuestra propia caja de curiosidades.
* Consejo 5: aplicar la técnica SCAMPER. SCAMPER es el acrónimo de: Sustituye, Combina, Adapta, Amplía, Minimiza, Modifica, Persigue otros usos, Elimina, Reorganiza y Revierte.

**Cuestionamiento**: Para este desafío se quiere desarrollar la habilidad de preguntarse sobre las cosas, pero sobre todo identificar las preguntas correctas y hacerlas. Jugaremos utilizando WhatsApp como medio para que ellos puedan realizar preguntas, pero se les asignará un acertijo que solo será respondido con preguntas de si o no, el colegio que vaya resolviendo el desafío pasara a primer lugar y así según como vayan respondiendo se asignara la tabla de posiciones, solo podrán hacerlo si es que hacen las preguntas correctas. Donde tendrán que descifrar varias cosas, es una versión adaptada y digital de CLUE.

* Consejo 1: involucrarnos en tormentas de preguntas. En la tormenta de preguntas se proponen preguntas sobre el problema. Las preguntas ayudan a profundizar en el problema y las más habituales: ¿qué hay?, ¿cuál fue la causa?, ¿por qué?, ¿por qué no?, ¿qué pasaría si…?
* Consejo 2: cultivar el pensamiento indagatorio. Cuando identificamos problemas o retos, a menudo los describimos con afirmaciones. Sin embargo, se ha descubierto que la reconversión de las afirmaciones en preguntas no solo ayuda a pulir la definición del problema, sino que suscita asimismo una mayor responsabilidad personal con respecto a los problemas.
* Consejo 3: disponer de un cuaderno solo para preguntas. Para crear una sustanciosa reserva de preguntas, hemos de tomarnos de vez en cuando un tiempo para formularlas.

**Observación**: Para este desafío utilizaremos las redes sociales, haremos que los alumnos creen una especie de documental de su propio colegio, deben identificar cuáles son los personajes relevantes en su institución, como es el comportamiento y todo esto irlo posteando en una red social (Facebook o Instagram), pero no solo deberán identificar y documentar, sino que al final deberán proponer como harían que su colegio se parezca más a una empresa asignada (Apple, Google, etc.)

* Consejo 1: observar al cliente. Podemos perfeccionar y afilar nuestras habilidades de observación organizando excursiones regulares para mirar con atención cómo ciertos consumidores utilizan nuestro producto o servicio.
* Consejo 2: observar a las empresas. Elegimos una empresa a la que observar y seguir. A medida que vayamos aprendiendo cosas sobre ella, podemos hacernos preguntas: ¿hay alguna idea que podemos transferir y adaptar a nuestra empresa o sector?
* Consejo 3: observar cualquier cosa que llame nuestra atención. Debemos dedicar al menos diez minutos al día a observar algo intensamente, tomar notas y luego intentar resolver cómo lo que estamos viendo puede conducirnos a una nueva estrategia, producto, servicio o proceso de producción.

**Networking**: Para este desafío romperemos lo que estaban acostumbrados a hacer y haremos que por primera vez los colegios trabajen en parejas, es decir la única forma de ganar es que realicen las actividades en conjunto y el éxito de uno dependerá del éxito del otro.

* Consejo 1. Ampliar la diversidad de nuestra red de contactos. Podemos hacer una lista de las diez personas con las que hablaríamos si estuviéramos intentando obtener o pulir una nueva idea. Conviene que sean de edades, nacionalidades y clases sociales diferentes.
* Consejo 2. Establecer un plan de almuerzos con la red de contactos. Organizar como mínimo un almuerzo a la semana con personas de distintos entornos.
* Consejo 3. Planificar la asistencia al menos a dos conferencias el año que viene. Seleccionar una conferencia que verse sobre un tema relacionado con nuestra área de especialización y una segunda que no tenga nada que ver.
* Consejo 4. Intercambiar formación con expertos. Buscar especialistas de profesiones, sectores, industrias y países diferentes, y acudir a sus reuniones y sesiones de formación para experimentar su trabajo y su mundo.

**Experimentación**: Este será el desafío final donde esperamos llevar a los finalistas a un final desafío, será la integración final donde los representantes de cada colegio se verán y tendrán que proponer un último proyecto, pero no solo será una propuesta sino que también deberán realizar un prototipo en esas horas, donde tendrán que usar todo lo que vinieron realizando en los desafíos anteriores.

* Consejo 1: cruzar las fronteras físicas. Visitar un nuevo país, un departamento distinto de nuestra empresa o a una empresa de un sector diferente al nuestro.
* Consejo 2: cruzar las barreras intelectuales. Suscribirnos a un nuevo periódico o revista —o buscar información en Internet— de un campo completamente diferente al nuestro.
* Consejo 3: desarrollar una nueva habilidad. Para adquirir nuevas perspectivas, necesitamos un plan que nos permita desarrollar nuevas habilidades o adquirir nuevos conocimientos
* Consejo 4: salir en busca de tendencias. Tratar activamente de identificar tendencias emergentes leyendo libros, artículos, revistas, enlaces, blogs y otras fuentes dedicadas a la identificación de nuevas tendencias.

De esta manera el proyecto cumple con los diferentes objetivos preestablecidos, fomentando el emprendimiento en los estudiantes y al mismo tiempo generando un ambiente de competencia, innovación y emprendimiento.

El proyecto “The Click School” es parte del programa de Vinculación con la colectividad “Programas Área de Administración y Emprendimiento” ya que con este proyecto se espera crear una comunidad de emprendedores que desarrollen acciones formativas, asociativas y de aprendizaje que fomentan buenas prácticas personales, sociales y empresariales.

Este proyecto va a ser sostenible en el tiempo en medida en que la Universidad continúe generando contenido para la plataforma, es decir luego de que se haya finalizado el concurso además del contenido resumen de lo que fue cada desafío lo ideal es que los alumnos de colegio de esa promoción y promociones futuras tengan un lugar donde ir a consultar cuando tengan alguna duda sobre emprendimiento o innovación y así mismo puedan consultar información, videos, tutoriales o incluso libros que puedan ser de su interés. Se puede incluso escalar el proyecto y volverlo un repositorio con mini cursos de capacitaciones para chicos de colegios con temas de su interés hasta que el próximo año se vuelva a activar la competencia intercolegial.

Bibliografía

Del Valle, M. (2005). Forjando emprendedores. Las incubadoras de empresas en el Ecuador. Serie Capacidad Emprendedora. [Versión de CAF]. Recuperado de: <http://scioteca.caf.com/handle/123456789/453>

GEM. (2013). Global Entrepreneurship monitor. [Versión de Espae]. Recuperado de: [http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/reporteg em2013.pdf](http://www.espae.espol.edu.ec/images/documentos/publicaciones/libros/reporteg%20em2013.pdf)

Villacreses, R. (2009). Guayaquil ciudad de emprendedores, con retos por enfrentar. Instituto Ecuatoriano de Economía Política.Recuperado de: http://www.ieep.org.ec/index.php?view=article&catid=40%3Aeconomisa-yderecho&id=3836%3Arobertovillacresesleon&format=pdf&option=com\_content&Itemid=101

Vincens, L. & Grullon, S. (2011). Innovación y emprendimiento Un modelo basado en el desarrollo del emprendedor. (Documento de debate). Santo Domingo: BID