

Capítulo 1

INTRODUCCIÓN	23
1.1. Motivación de la Tesis	25
1.2. Planteamiento	26
1.3. Hipótesis	27
1.4. Objetivos.....	28
1.4.1. Objetivo general	28
1.4.2. Objetivos específicos.....	28

Capítulo 2

EL ESCENARIO DEL TEJIDO EMPRESARIAL COLOMBIANO.....	29
2.1. Contexto demográfico.....	31
2.2. Contexto político y legal.....	35
2.2.1. Políticas de ámbito empresarial.....	35
2.3. Contexto económico.....	38
2.3.1. Producto Interno Bruto	39
2.3.2. Sectores económicos y competitividad.....	41
2.3.3. Alianzas, y filiaciones.....	44
2.4. Contexto Socio-cultural.....	47
2.4.1. Educación.....	47
2.5. Contexto tecnológico	51
2.6. Caracterización de las MIPYME.....	53
2.7. Conclusiones del capítulo	58
2.8. Bibliografía.....	60

Capítulo 3

DESIGN THINKING:.....	63
3.1. Dimensiones del Design Thinking	72
3.1.1. Dimensión Operativa.....	74
3.1.2. Dimensión Táctica.....	75
3.1.3. Dimensión Estratégica.....	76
3.1.4. Factores estratégicos a analizar	77
3.2. Modelos basados en <i>Design Thinking</i>	83
3.2.1. Modelo del Tercer Espacio Híbrido	86
3.2.2. Modelo de Innovación como Proceso de Aprendizaje.....	89
3.2.3. Modelo de Innovación Social.....	92
3.2.4. Modelo de los 101 métodos de diseño.....	99
3.2.5. Método de Diseño Centrado en el Humano.....	102
3.2.6. Método del Doble Diamante	105
3.3. Análisis comparativo de los modelos.....	109
3.3.1. Método factorial.....	109
3.4. Conclusiones del capítulo	113
3.5. Bibliografía.....	114

Capítulo 4

MODELO DE TUTORIZACIÓN INTEGRAL PARA LA INNOVACIÓN ESTRATÉGICA 117

4.1.	Innovación estratégica	119
4.2.	Descripción del modelo	123
4.2.1.	Preparación.....	127
4.2.2.	Fase de Contexto Inicial.....	128
4.2.3.	Fase de Acercamiento colaborativo	129
4.2.4.	Fase de Diagnóstico.....	130
4.2.5.	Fase de Alternativas.....	133
4.2.6.	Fase de Empoderamiento colaborativo	134
4.2.7.	Fase de Implementación sostenible.....	135
4.3.	Metodología para la aplicación del Doble Hexágono	138
4.3.1.	Preparación.....	138
4.3.2.	Fase 1: Contexto Inicial	140
4.3.3.	Fase2: Acercamiento Colaborativo.....	145
4.3.4.	Fase 3: Diagnóstico.....	149
4.3.5.	Fase 4: Alternativas.....	152
4.3.6.	Fase 5: Empoderamiento Colaborativo.....	157
4.3.7.	Fase 6: Implementación Sostenible.....	158
4.4.	Conclusiones.....	161
4.5.	Bibliografía.....	162

Capítulo 5

PRUEBAS DIAGNÓSTICAS CON EMPRESAS COLOMBIANAS.....	165
5.1. Caracterización de la muestra.....	168
5.2. Desarrollo del trabajo de campo.....	171
5.3. Etapa ENTENDER: Diagramas de Diagnóstico por empresa.....	174
5.3.1. Empresa # 1.....	174
5.3.2. Empresa # 2.....	175
5.3.3. Empresa # 3.....	176
5.3.4. Empresa # 4.....	177
5.3.5. Empresa # 5.....	179
5.3.6. Empresa # 6.....	180
5.3.7. Empresa # 7.....	181
5.3.8. Empresa # 8.....	182
5.3.9. Empresa # 9.....	183
5.3.10. Empresa # 10.....	184
5.3.11. Empresa # 11.....	185
5.3.12. Empresa # 12.....	186
5.3.13. Empresa # 13.....	187
5.3.14. Empresa # 14.....	189
5.3.15. Empresa # 15.....	190
5.3.16. Empresa # 16.....	191
5.3.17. Empresa # 17.....	192
5.3.18. Empresa # 18.....	193
5.3.19. Empresa # 19.....	194
5.3.20. Empresa # 20.....	195
5.3.21. Análisis general del diagnóstico.....	197
5.4. Etapa CONCEPTUALIZAR y ENTREGAR: Alternativas y su desarrollo ..	198
5.4.1. Empresa # 1.....	199

5.4.2.	Empresa # 2	200
5.4.3.	Empresa # 3	201
5.4.4.	Empresa # 4	203
5.4.5.	Empresa # 5	204
5.5.	Conclusiones del capítulo	206
5.6.	Bibliografía.....	207

Capítulo 6

6.1.	Conclusiones.....	211
6.2.	Conclusions.....	214
6.3.	Líneas futuras de investigación.....	217