



Centro de
Pensamiento
Innovación
para los ODS

Bogotá D.C.

COE CENTRO DE PENSAMIENTO INNOVACIÓN

Fecha: 01-08-2023

1. Por medio del presente declaro y expreso el apoyo continuo del Centro de Pensamiento Innovación al Pacto Mundial, así mismo, renovamos nuestro compromiso con la iniciativa y sus principios.
2. Durante el periodo enero 2021 y enero 2023 El Centro de Pensamiento Innovación participó aplicando los principios del ODS 17 en la creación de alianzas estratégicas en diferentes contextos de la sociedad civil, desde Ministerios hasta la academia han recibido apoyo e ideación para estructurar proyectos del Centro de Pensamiento Innovación, procesos que se benefician del pensamiento sistémico, estrategia para ayudar en cada reto a desarrollar iniciativas enfocadas a resultados con mayor impacto en los grupos beneficiarios y las comunidades.

Descripción de medidas prácticas que la organización ha tomado para apoyar los principios del Pacto Mundial y para participar en la iniciativa:

Durante el periodo del COE y ejerciendo de vínculo estratégico apalancado en el ODS 17, el Centro de Pensamiento Innovación participó activamente en los siguientes proyectos:

1. **Proyecto Jóvenes Vloggers por los ODS:** con el Gimnasio Los Andes entidad educativa que ha manifestado su interés en adherir al Pacto Global Red Colombia y con el Gimnasio Campestre (en etapa de exploración) con quien hemos tenido varias reuniones de ajuste para implementación y lanzamiento del proyecto al interior de la entidad educativa.

Descripción del proyecto:

El Centro de Pensamiento Innovación diseñó el proyecto Jóvenes Vloggers por los ODS, usando un formato de comunicación de narrativa didáctica y fácil de replicar, para que los alumnos puedan adaptarla y crear su propio canal con el propósito de difundir el mensaje de los ODS de una manera innovadora y refrescante.

Objetivos:

1. Convertir a los alumnos en activistas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible por medio del lanzamiento del programa ODS en el colegio.
2. Que los alumnos investiguen para crear mensajes motivadores y ayuden a sensibilizar a la comunidad incluyendo a sus compañeros, profesores, familias y círculos de amigos por fuera del colegio.
3. Crear una red para difundir los mensajes tipo “Vlog” (video+blog) producidos por los mismos alumnos.
4. Crear consciencia en los alumnos y sus comunidades sobre la “Década de Acción” y de la necesidad de unir más personas que asuman el liderazgo del tema en la sociedad.

Con los incentivos correctos, logramos que los jóvenes piensen en la importancia de los ODS, van a contribuir y se van a implicar de corazón (con convencimiento).

Diagnóstico de la situación actual:

Se habla mucho de los ODS, pero aún hoy en agosto del 2023 muchas personas desconocen de qué se trata, incluso campañas políticas para la alcaldía de Bogotá en el 2019 desconocían completamente el tema y no los involucraron en el diseño de sus programas de gobierno, afortunadamente para muchos niños y jóvenes en el país ya no es un tema desconocido.

El Centro de Pensamiento Innovación está convencido de que la comunicación sobre ODS y todas las realidades derivadas del

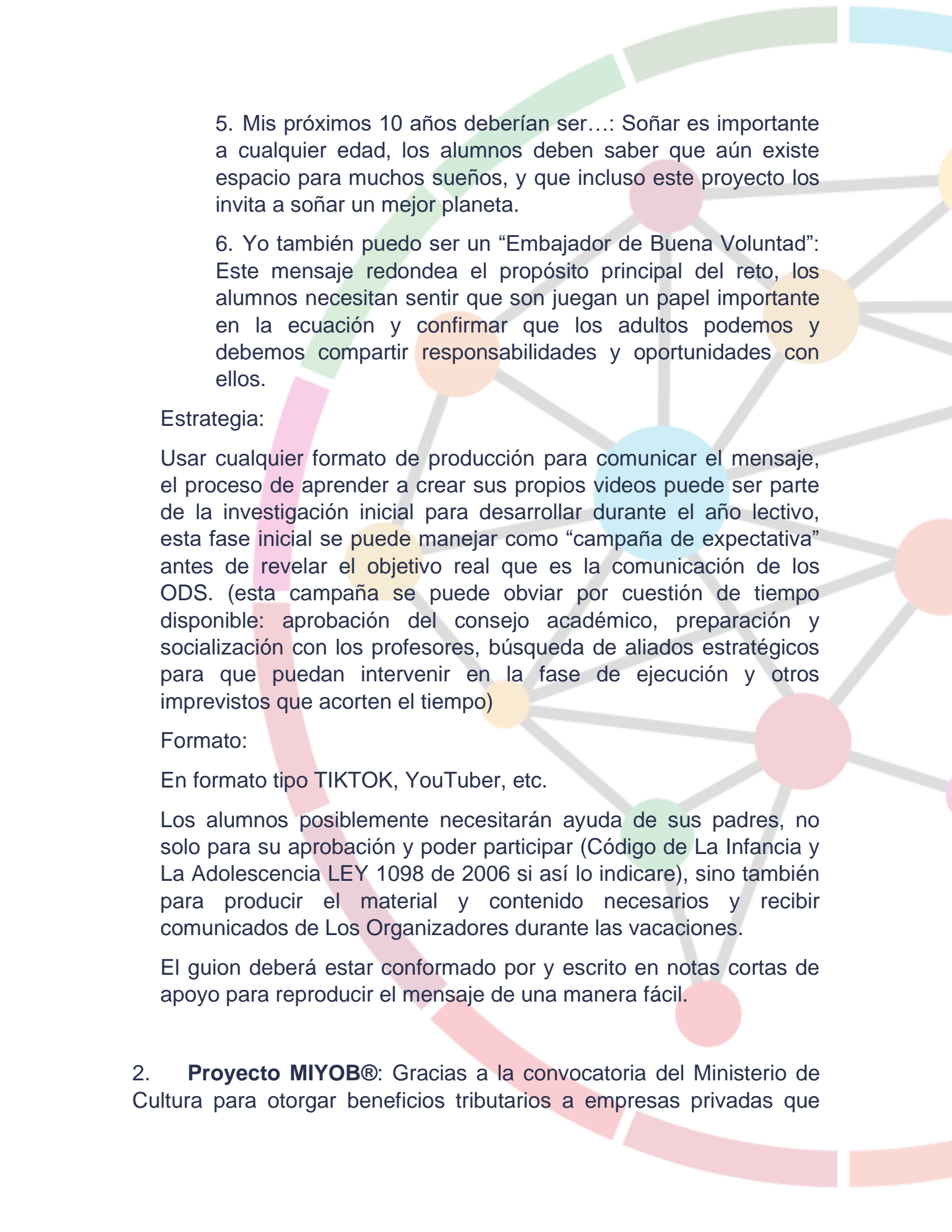
cambio climático se debe comenzar a temprana edad, sustentando claramente los objetivos del programa.

Mecanismos y estrategia para lanzar el proyecto en los colegios:

Difundir el mensaje de la ONU en las nuevas generaciones usando su propio lenguaje y estilo de comunicación para motivarlos a participar activamente.

Los “Vloggers” pueden compartir mensajes importantes como:

1. Soy una persona de cambio: Uno de los conceptos principales que deben desarrollar en sus videos, esto significa que están reaccionando a la situación actual y que visualizan un cambio positivo para la humanidad.
2. Mi opinión importa: Complementando el concepto anterior, los jóvenes necesitan ser escuchados, esta es la mejor oportunidad para ellos de expresar sus puntos de vista, serán empoderados como si estuvieran tomando el micrófono de una reunión, hablando al auditorio y al mundo diciéndoles que son el futuro y que nosotros los adultos de hoy debemos respetar este hecho y las implicaciones que tiene.
3. Tomo control de mi futuro: El proceso de toma de decisiones es complejo para todos; máxime cuando somos jóvenes, en algún momento nos hemos enfrentado con incertidumbre ante la realidad; para las generaciones jóvenes esos niveles de incertidumbre han aumentado exponencialmente como resultado de la coyuntura de pandemia y de los efectos negativos del tratamiento que venimos dándole a los recursos naturales y a nuestro planeta.
4. Me voy a aliar con los objetivos: Este concepto genera empatía entre los alumnos entre sí y entre ellos con los ODS, con el cual no solo se comprometen como individuos, también toman conciencia como miembros de sociedad para un mejor futuro, cada pequeña acción cuenta y nadie se debe quedar atrás en el propósito de contribuir.



5. Mis próximos 10 años deberían ser...: Soñar es importante a cualquier edad, los alumnos deben saber que aún existe espacio para muchos sueños, y que incluso este proyecto los invita a soñar un mejor planeta.

6. Yo también puedo ser un “Embajador de Buena Voluntad”: Este mensaje redondea el propósito principal del reto, los alumnos necesitan sentir que son juegan un papel importante en la ecuación y confirmar que los adultos podemos y debemos compartir responsabilidades y oportunidades con ellos.

Estrategia:

Usar cualquier formato de producción para comunicar el mensaje, el proceso de aprender a crear sus propios videos puede ser parte de la investigación inicial para desarrollar durante el año lectivo, esta fase inicial se puede manejar como “campaña de expectativa” antes de revelar el objetivo real que es la comunicación de los ODS. (esta campaña se puede obviar por cuestión de tiempo disponible: aprobación del consejo académico, preparación y socialización con los profesores, búsqueda de aliados estratégicos para que puedan intervenir en la fase de ejecución y otros imprevistos que acorten el tiempo)

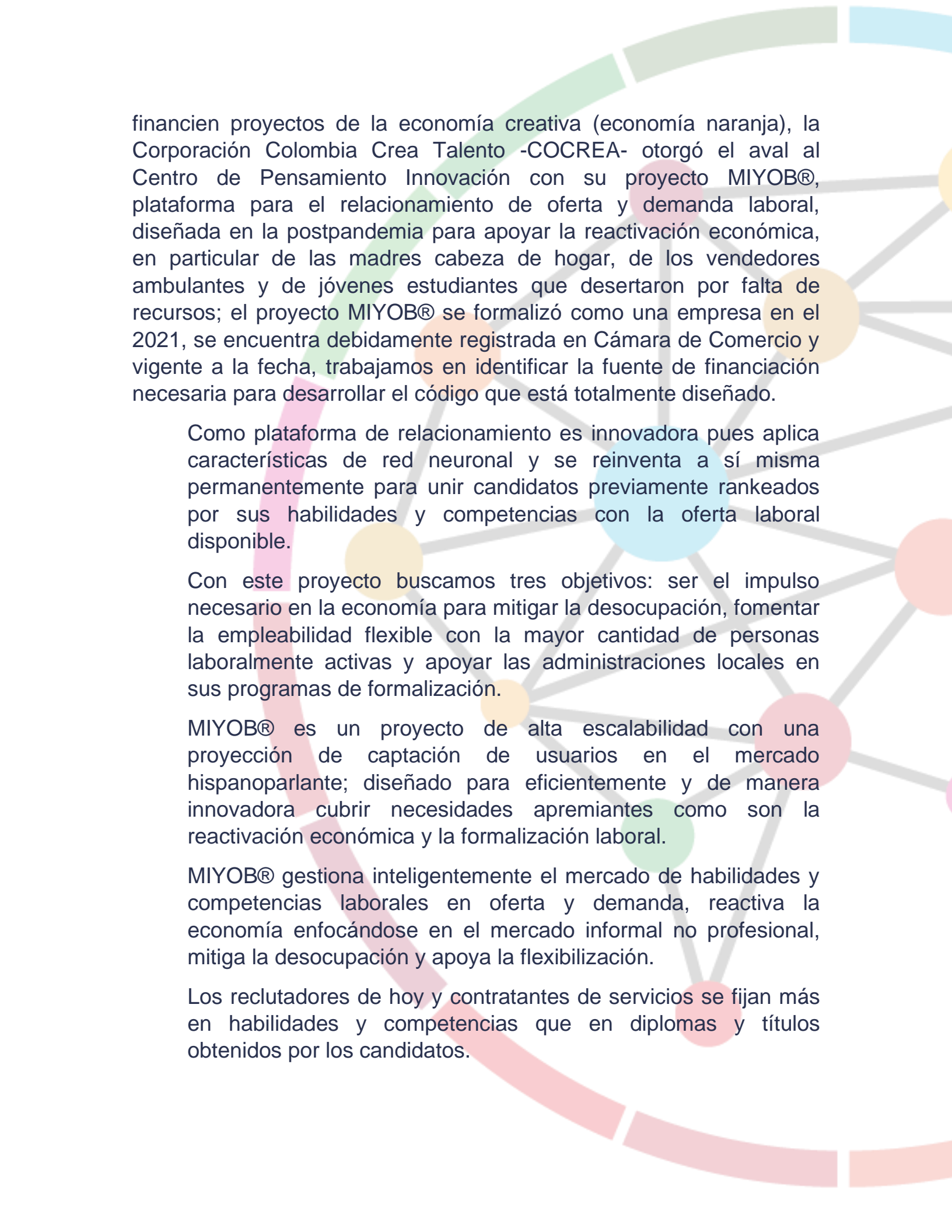
Formato:

En formato tipo TIKTOK, YouTuber, etc.

Los alumnos posiblemente necesitarán ayuda de sus padres, no solo para su aprobación y poder participar (Código de La Infancia y La Adolescencia LEY 1098 de 2006 si así lo indicare), sino también para producir el material y contenido necesarios y recibir comunicados de Los Organizadores durante las vacaciones.

El guion deberá estar conformado por y escrito en notas cortas de apoyo para reproducir el mensaje de una manera fácil.

2. **Proyecto MIYOB®:** Gracias a la convocatoria del Ministerio de Cultura para otorgar beneficios tributarios a empresas privadas que



financien proyectos de la economía creativa (economía naranja), la Corporación Colombia Crea Talento -COCREA- otorgó el aval al Centro de Pensamiento Innovación con su proyecto MIYOB®, plataforma para el relacionamiento de oferta y demanda laboral, diseñada en la postpandemia para apoyar la reactivación económica, en particular de las madres cabeza de hogar, de los vendedores ambulantes y de jóvenes estudiantes que desertaron por falta de recursos; el proyecto MIYOB® se formalizó como una empresa en el 2021, se encuentra debidamente registrada en Cámara de Comercio y vigente a la fecha, trabajamos en identificar la fuente de financiación necesaria para desarrollar el código que está totalmente diseñado.

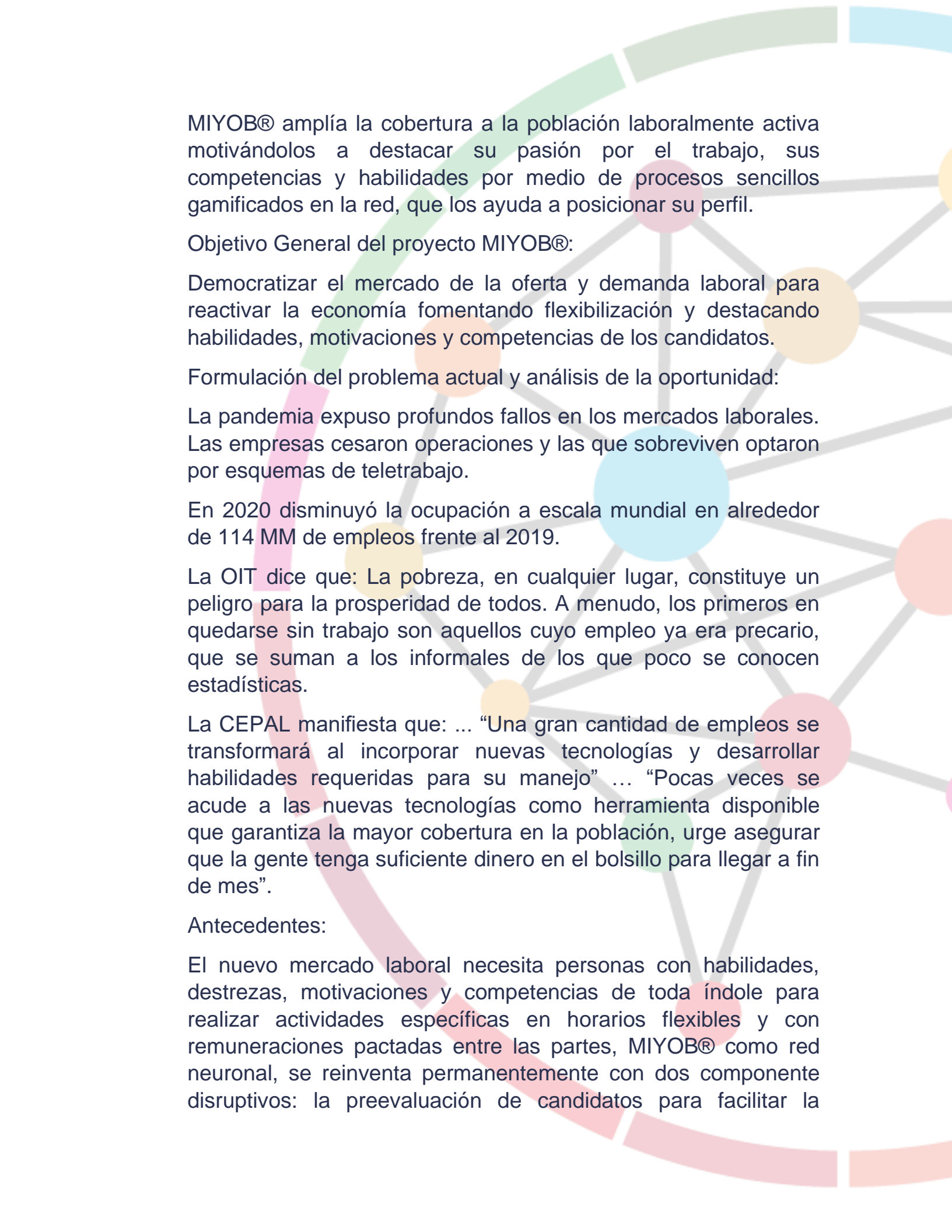
Como plataforma de relacionamiento es innovadora pues aplica características de red neuronal y se reinventa a sí misma permanentemente para unir candidatos previamente rankeados por sus habilidades y competencias con la oferta laboral disponible.

Con este proyecto buscamos tres objetivos: ser el impulso necesario en la economía para mitigar la desocupación, fomentar la empleabilidad flexible con la mayor cantidad de personas laboralmente activas y apoyar las administraciones locales en sus programas de formalización.

MIYOB® es un proyecto de alta escalabilidad con una proyección de captación de usuarios en el mercado hispanoparlante; diseñado para eficientemente y de manera innovadora cubrir necesidades apremiantes como son la reactivación económica y la formalización laboral.

MIYOB® gestiona inteligentemente el mercado de habilidades y competencias laborales en oferta y demanda, reactiva la economía enfocándose en el mercado informal no profesional, mitiga la desocupación y apoya la flexibilización.

Los reclutadores de hoy y contratantes de servicios se fijan más en habilidades y competencias que en diplomas y títulos obtenidos por los candidatos.



MIYOB® amplía la cobertura a la población laboralmente activa motivándolos a destacar su pasión por el trabajo, sus competencias y habilidades por medio de procesos sencillos gamificados en la red, que los ayuda a posicionar su perfil.

Objetivo General del proyecto MIYOB®:

Democratizar el mercado de la oferta y demanda laboral para reactivar la economía fomentando flexibilización y destacando habilidades, motivaciones y competencias de los candidatos.

Formulación del problema actual y análisis de la oportunidad:

La pandemia expuso profundos fallos en los mercados laborales. Las empresas cesaron operaciones y las que sobreviven optaron por esquemas de teletrabajo.

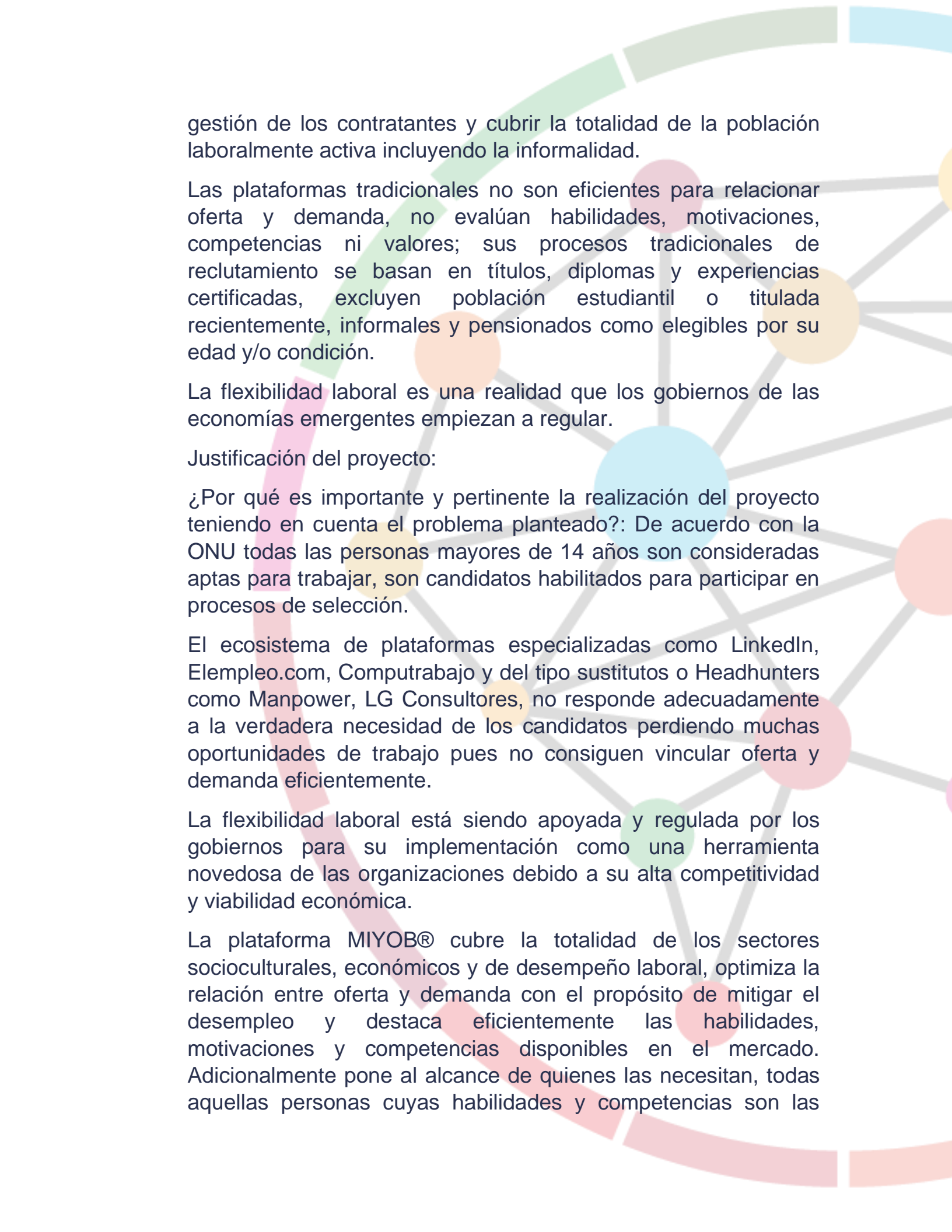
En 2020 disminuyó la ocupación a escala mundial en alrededor de 114 MM de empleos frente al 2019.

La OIT dice que: La pobreza, en cualquier lugar, constituye un peligro para la prosperidad de todos. A menudo, los primeros en quedarse sin trabajo son aquellos cuyo empleo ya era precario, que se suman a los informales de los que poco se conocen estadísticas.

La CEPAL manifiesta que: ... “Una gran cantidad de empleos se transformará al incorporar nuevas tecnologías y desarrollar habilidades requeridas para su manejo” ... “Pocas veces se acude a las nuevas tecnologías como herramienta disponible que garantiza la mayor cobertura en la población, urge asegurar que la gente tenga suficiente dinero en el bolsillo para llegar a fin de mes”.

Antecedentes:

El nuevo mercado laboral necesita personas con habilidades, destrezas, motivaciones y competencias de toda índole para realizar actividades específicas en horarios flexibles y con remuneraciones pactadas entre las partes, MIYOB® como red neuronal, se reinventa permanentemente con dos componente disruptivos: la preevaluación de candidatos para facilitar la



gestión de los contratantes y cubrir la totalidad de la población laboralmente activa incluyendo la informalidad.

Las plataformas tradicionales no son eficientes para relacionar oferta y demanda, no evalúan habilidades, motivaciones, competencias ni valores; sus procesos tradicionales de reclutamiento se basan en títulos, diplomas y experiencias certificadas, excluyen población estudiantil o titulada recientemente, informales y pensionados como elegibles por su edad y/o condición.

La flexibilidad laboral es una realidad que los gobiernos de las economías emergentes empiezan a regular.

Justificación del proyecto:

¿Por qué es importante y pertinente la realización del proyecto teniendo en cuenta el problema planteado?: De acuerdo con la ONU todas las personas mayores de 14 años son consideradas aptas para trabajar, son candidatos habilitados para participar en procesos de selección.

El ecosistema de plataformas especializadas como LinkedIn, Elempleo.com, Computrabajo y del tipo sustitutos o Headhunters como Manpower, LG Consultores, no responde adecuadamente a la verdadera necesidad de los candidatos perdiendo muchas oportunidades de trabajo pues no consiguen vincular oferta y demanda eficientemente.

La flexibilidad laboral está siendo apoyada y regulada por los gobiernos para su implementación como una herramienta novedosa de las organizaciones debido a su alta competitividad y viabilidad económica.

La plataforma MIYOB® cubre la totalidad de los sectores socioculturales, económicos y de desempeño laboral, optimiza la relación entre oferta y demanda con el propósito de mitigar el desempleo y destaca eficientemente las habilidades, motivaciones y competencias disponibles en el mercado. Adicionalmente pone al alcance de quienes las necesitan, todas aquellas personas cuyas habilidades y competencias son las

idóneas, pero que hasta el momento no habían podido promocionarse en una plataforma de relacionamiento de empleo.

3. **Proyecto Liliput:** es un proyecto sostenible de reactivación económica que vincula a comunidades en situación de vulnerabilidad en especial mujeres cabeza de hogar a fabricar los diseños de la artista Pilar Fonseca fundadora de la marca Lilliput® de juguetes blandos, con el objetivo de que reciban un sustento equivalente a un SMMLV, mediante la entrega de los insumos necesarios para que los puedan trabajar en la tranquilidad de su hogar y comprándoles quincenalmente los que logren producir, para comercializarlos en almacenes de nicho, plataformas de comercio electrónico, redes sociales de apoyo, etc.

Descripción del problema:

Mujeres cabeza de hogar no encuentren el sustento necesario para proveer a sus familias, al intentar recuperar sus trabajos fueron rechazadas por sus antiguos empleadores, con diferentes argumentos: o porque las empresas cerraron. Al ser la única fuente de ingresos para sus familias, quedando a la merced de ayudas estatales que en ningún caso son equivalentes a un SMMLV.

Muchas veces las competencias de esta población no ayudan a que se vinculen a actividades de teletrabajo, los medios tecnológicos son necesarios y no cuentan con los recursos para adquirirlos, esta realidad puede ser un factor de desmotivación y angustia para ellas. Con el Proyecto Liliput innovamos en el esquema productivo mediante la entrega directa de insumos en sus casas, ellas los transforman, no desatienden a sus pequeños, y resignificamos su realidad al empoderarlas de un mejor y digno futuro, ejercen una labor que les es familiar, reciben un pago por lo que producen y adquieren los conocimientos necesarios para en el futuro gestionar los proyectos en los que participan.

Encontramos una gran oportunidad para impactar directa o indirectamente algunos ODS:

Al ODS 1 porque generamos un sustento constante.

Al ODS 5 porque vinculamos únicamente mujeres para ser el motor del proyecto.

Al ODS 8 porque las reactivamos y las capacitamos para gestionar sus propios emprendimientos.

Al ODS 10 porque creamos fuentes de ingreso innovadoras y fomentamos la participación de la población más vulnerable.

Al ODS 11 porque el proyecto está pensado como un modelo replicable en otras comunidades.

Al ODS 12 porque estamos trabajando economía circular al reutilizar insumos desechados por sus usuarios originales.

Al ODS 13 porque al darle un segundo uso a elementos que cumplieron su ciclo de vida útil ayudamos a mitigar en parte el cambio climático.

Al ODS 17 porque la ejecución del proyecto es posible con la participación y dedicación del sector privado y la sociedad civil.

4. **Proyecto Mesa de turismo y Narrativas del Viceministerio de Turismo:** Invitado por la Academia de Historia de Bogotá y el Foro de Presidentes de la Cámara de Comercio, el Centro de Pensamiento Innovación participó en la conformación de la Mesa dentro del marco institucional liderado por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo como respuesta a la necesidad de reactivar la economía del país en el periodo de la postpandemia, las funciones del Centro de Pensamiento estuvieron ligadas desde la creación de la estrategia para invitar a diferentes organismos del sector público y privado, hasta el diseño de las líneas de productos que las alianzas generadas podrían producir, el producto más innovador fueron los Podcasts de la Historia, en el que trabajamos el rescate de patrimonios ancestrales precolombinos, iniciamos con el tema de la cosmogonía música, el podcast piloto fue producido por el Centro de Pensamiento Innovación con la colaboración del periodista y presentador Mauricio Arroyave De los Ríos que puso la voz y la edición del producto, la muiscóloga Sarita Ruiz quien aportó su voz en lengua muisca incluida en el audio y los textos los basamos en la investigación de Mariela Vargas Osorno miembro de número de la Academia.

5. **Proyecto Hemeroteca Tomás Marulanda López:** invitado por la fundación propietaria de la colección privada, -oculta hasta ahora-, que cuenta con alrededor de seis millones de páginas coleccionadas de periódicos locales y regionales, desde la década de 1940, tiene ejemplares de más de veinte periódicos de importante circulación durante el siglo XX, algunos de ellos ya desaparecidos.

El proyecto busca la digitalización de la totalidad de la colección que ha logrado conservar en gran medida su integridad, para dar acceso al público en general, aprovechando los avances tecnológicos de hoy que permiten incluso inventariar contenidos para facilitar el proceso de consultas específicas, y así, traer al presente un sinnúmero de temas, opiniones y hechos relatados de épocas de ayer que ameritan atenta revisión hoy día.

Con este proyecto buscamos tres objetivos: digitalizar la colección para acceso ilimitado dirigido a todos los públicos, mitigar el inevitable deterioro ocasionado por el paso del tiempo de este valioso patrimonio, y aumentar la oferta de información tan relevante como son los hechos ocurridos en las últimas siete décadas de la historia.

- Dar acceso total sin restricción a la colección en formato digital.
- Digitalizar los documentos con el propósito de preservar los ejemplares originales en físico.
- Apoyar la investigación, la academia, actividades empresariales e industriales de usuarios y en general todo público, a partir de la consulta de una colección digitalizada.
- Apoyar el acceso a diversas fuentes de información que se han perdido.
- Compartir, difundir y preservar la colección en formato digital con instituciones que firmen convenios con la Hemeroteca.

Medición de resultados (cualitativa y/o cuantitativa):

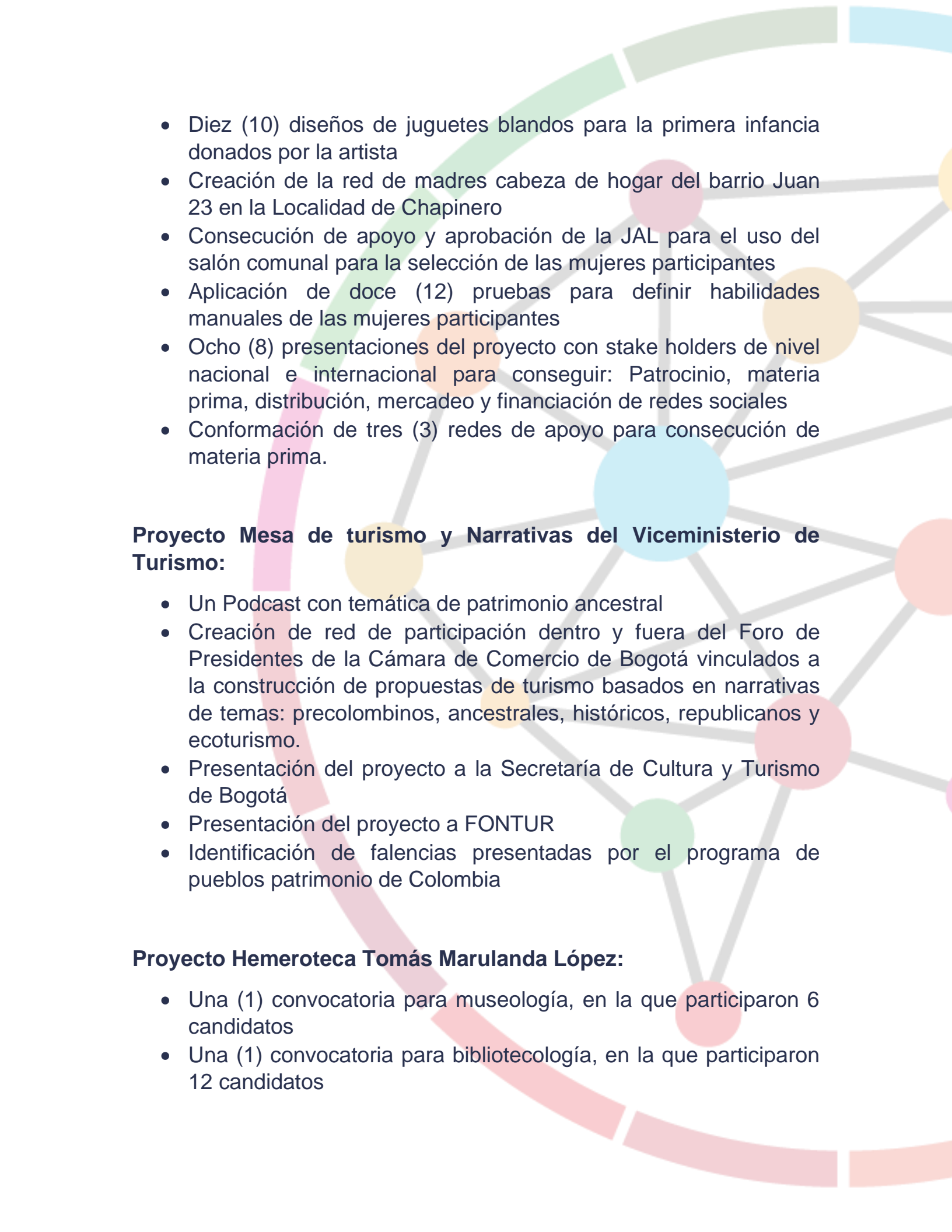
Proyecto Jóvenes Vloggers por los ODS:

- 1.300 alumnos de colegio en Bogotá conscientes de la existencia de los ODS
- Un (1) colegio de Bogotá comprometido con los ODS
- Un (1) colegio de Bogotá interesado en recibir más información sobre los ODS e implementar la estrategia de los Vloggers

Proyecto MIYOB®:

- Una (1) red neuronal diseñada para relacionar eficientemente la oferta y la demanda laboral en Colombia
- Una (1) empresa con ánimo de lucro creada en la Cámara de Comercio de Bogotá
- Una (1) marca registrada en la Super Intendencia de Industria y Comercio
- Una (1) patente en proceso de aprobación
- Tres (3) instituciones académicas de educación superior vinculadas en la etapa de pilotaje e interesadas en participar en la versión beta del proyecto
- Un (1) ministerio consultado para confirmación de requisitos de bolsa de empleo
- Dos (2) empresas de consultoría especializadas en selección de personal vinculadas en la etapa previa de diseño de la estrategia
- Dos (2) empresas de consultoría especializadas en desarrollo de procesos de gamificación con objetivos específicos
- Dos (2) empresas de desarrollo de software vinculadas para la creación del código
- Tres (3) profesionales especialistas en redes sociales y creación de códigos de redes neuronales
- Una (1) maestría en inteligencia artificial lograda por un socio del proyecto

Proyecto Liliput:

- 
- Diez (10) diseños de juguetes blandos para la primera infancia donados por la artista
 - Creación de la red de madres cabeza de hogar del barrio Juan 23 en la Localidad de Chapinero
 - Consecución de apoyo y aprobación de la JAL para el uso del salón comunal para la selección de las mujeres participantes
 - Aplicación de doce (12) pruebas para definir habilidades manuales de las mujeres participantes
 - Ocho (8) presentaciones del proyecto con stake holders de nivel nacional e internacional para conseguir: Patrocinio, materia prima, distribución, mercadeo y financiación de redes sociales
 - Conformación de tres (3) redes de apoyo para consecución de materia prima.

Proyecto Mesa de turismo y Narrativas del Viceministerio de Turismo:

- Un Podcast con temática de patrimonio ancestral
- Creación de red de participación dentro y fuera del Foro de Presidentes de la Cámara de Comercio de Bogotá vinculados a la construcción de propuestas de turismo basados en narrativas de temas: precolombinos, ancestrales, históricos, republicanos y ecoturismo.
- Presentación del proyecto a la Secretaría de Cultura y Turismo de Bogotá
- Presentación del proyecto a FONTUR
- Identificación de falencias presentadas por el programa de pueblos patrimonio de Colombia

Proyecto Hemeroteca Tomás Marulanda López:

- Una (1) convocatoria para museología, en la que participaron 6 candidatos
- Una (1) convocatoria para bibliotecología, en la que participaron 12 candidatos

- Visualización del proyecto por parte del Ministerio de Cultura de Colombia
- Presentación del proyecto a la Biblioteca Nacional de Colombia
- Presentación del proyecto a instituciones académicas de Alemania y USA para consecución de financiación
- Presentación del proyecto a dos (2) empresas especializadas en digitalización de archivos históricos.

