

INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO SOCIAL

I. INFORMACIÓN GENERAL

Curso:	Innovación y emprendimiento social	Semestre:	2017-I
Código:	GEI205	Ciclo:	X
N° de Créditos:	3	Profesor/es:	Lizbeth Valdivieso
N° horas de teoría:	3	Horarios:	1000
Curso(s) Pre-requisito(s):	Haber aprobado todos los cursos hasta el 7mo inclusive.	Carácter:	Obligatorio

II. FUNDAMENTACIÓN

El mundo actual es un ecosistema complejo e interconectado en continua evolución. Para encontrar soluciones efectivas a los problemas y necesidades sociales debemos romper con los paradigmas establecidos y acceder a la verdadera fuente del problema a partir de una comprensión sistémica.

Los gestores sociales deben ser capaces de adaptarse a este mundo en continuo cambio para identificar problemas emergentes y proponer soluciones innovadoras. Este proceso de adaptación requiere cuestionar las estructuras de aprendizaje previas y reconstruir la comprensión de la realidad, centrándose en el ser humano y la capacidad de empatizar con su entorno. Este viaje de reaprendizaje permite desarrollar soluciones disruptivas que identifican e involucran a todos los stakeholders con el objetivo de ofrecer, de forma colaborativa, una propuesta integral y viable que sea sostenible en el tiempo y genere alto impacto.

III. SUMILLA

El curso ofrece al alumno el desarrollo de sus capacidades intuitiva y reflexiva para la formulación y diseño de una propuesta emprendedora que, a partir de un concepto original, sea capaz de satisfacer necesidades específicas de desarrollo no cubiertas por las formas tradicionales de intervención social. El notable crecimiento y multiplicación de los emprendimientos sociales en los últimos años a nivel global y nacional ofrece un conjunto de modelos que darán ocasión para las más amplias posibilidades de generación de valor social; desde formas de economía alternativa hasta iniciativas de reconocimiento cultural, defensa de intereses de minorías y expresiones artísticas, pasando por intervenciones en sectores clásicos como la salud o la educación. Los emprendimientos sociales pueden encontrar espacios de convergencia con el papel central que hoy encuentra la innovación en la actividad empresarial. Por ello, se explora la confluencia entre los intereses sociales y empresariales mediante iniciativas de co-creación de valor social y valor económico, que serán motivo de estudio e insumo para el diseño de emprendimientos.

IV. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar el curso, los estudiantes formulan una propuesta de emprendimiento social sostenible, a partir del desarrollo de una visión sistémica y de la aplicación de herramientas de innovación adquiridas en base a los principios de Human Center Design, Design Thinking, Ulab, Customer Development y Lean Startup.

V. CONTENIDO

Unidad I: INTRODUCCIÓN AL PROCESO DE INNOVACIÓN SOCIAL (3 sesiones)

OBJETIVO: Al finalizar la primera unidad, los estudiantes exploran, de manera individual y grupal, las necesidades o problemas sociales más apremiantes del entorno, a partir de la comprensión de los conceptos de innovación, emprendimiento social y su interrelación en un marco de sostenibilidad e impacto social.

Se abordará la presente unidad a través de los siguientes contenidos:

- a. Introducción a los conceptos básicos de la innovación (Human Center Design, Design Thinking, Lean Start Up).
- b. Introducción a los conceptos básicos de emprendimiento social
- c. Innovación + emprendimiento social: innovación social sostenible.
 - i. Innovación inclusiva
 - ii. Redes colaborativas
 - iii. Organizaciones híbridas
- d. Hacia la sostenibilidad y el impacto social
 - i. 9 ejes, WBCSD (Sostenibilidad 2050) (macro)
 - ii. Necesidades humanas de Max Neef (micro)
 - iii. Identificación de posibles temas a desarrollar (necesidades emergentes)

Unidad 2: INTRODUCCIÓN AL PENSAMIENTO SISTÉMICO (abrir de mente) (03 sesiones)

OBJETIVO: Al finalizar la segunda unidad, los estudiantes elaboran un diagnóstico preliminar de un problema, a partir de la percepción colectiva y sistémica del enfoque de los problemas o necesidades emergentes. Este diagnóstico se realizará a 3 niveles:

- a. Pensamiento sistémico, identificación de desafíos emergentes:
 - i. Desarrollo de la Teoría Ulab.
- b. Inmersión preliminar:
 - i. Búsqueda de información, investigación documental: Análisis del entorno (macro/micro). Analizar casos de emprendimiento social y experiencias de organizaciones sociales, privadas y públicas en relación a las soluciones a problemas sociales que vienen implementando a través de productos y servicios.
 - ii. Investigación exploratoria preliminar: identificación del contexto.
 - iii. Identificación de stakeholders: población objetivo y potenciales aliados
 - iv. Comprensión de la población objetivo a través de herramientas de empatía (Persona, Mapa de Empatía).
 - v. Identificación de barreras de entrada

- c. Plantear una primera hipótesis de Modelo de Negocios Sociales Sostenibles (Visión, misión, problema, solución)

Unidad 3: INTRODUCCIÓN AL DESARROLLO DE LA EMPATÍA EN SU CONTEXTO (abrir el corazón) (02 sesiones)

OBJETIVO: Al finalizar la tercera unidad, los estudiantes documentan las motivaciones, aspiraciones y temores de los involucrados en el contexto del problema; construyendo una percepción empática de los stakeholders y del problema.

Se abordará la presente unidad a través de los siguientes contenidos:

- a. Creación del perfil de la población objetivo (Persona, según HCD).
- b. Preparación de la documentación y materiales de campo
- c. Métodos de observación y empatizar (elegir la más adecuada)
 - i. Entrevistas (experiment board)
 - ii. Cultural Probes
 - iii. Shadowing
 - iv. Sesiones generativas
 - v. Un día en la vida de...
 - vi. Focus groups (en caso de necesitar ver interacción grupal)

Unidad 4: DEFINICIÓN DEL PROBLEMA O NECESIDAD EN SU CONTEXTO (abrir la voluntad) (02 sesiones).

OBJETIVO: Al finalizar la cuarta unidad, los estudiantes realizan un análisis incorporando el FODA y criterios de impacto del proyecto. A partir de este análisis podrán definir el problema y la solución dentro de un marco de trabajo definido.

Se abordará la presente unidad a través de los siguientes contenidos:

- a. Matriz receptora de información
- b. Validación de la necesidad de la población objetivo
- c. Identificación de los riesgos y oportunidades, FODA
- d. Definición de los criterios de impacto
- e. Definición de equipo y recursos mínimos.
- f. Elaboración de Modelo de Negocios Sociales Sostenibles (Visión, misión, problema, solución)

Unidad 5: PROCESO DE IDEACIÓN PARA LA ELABORACIÓN PROPUESTA DE SOLUCIÓN (abrir la voluntad) (02 sesiones)

OBJETIVO: Al finalizar la quinta unidad, los estudiantes elaboran su propuesta de solución al problema identificado, siguiendo un proceso de pensamiento creativo a partir del uso de herramientas de innovación disruptiva.

- a. Brainstorming, gamestorming (pensamiento divergente)
- b. Cardsorting (pensamiento convergente)
- c. Cuadro estratégico y matriz de las cuatro acciones - Océano azul
- d. Actualización del Modelo de Negocios Sociales Sostenibles (Visión, misión, problema, solución)

- e. Elaboración un sistema de medición que permita evaluar riesgos, viabilidad e impacto del proyecto bajo los criterios de eficiencia, equidad y sostenibilidad.

Unidad 6: DESARROLLO DEL PROTOTIPO DE LA PROPUESTA DE SOLUCIÓN (02 sesiones)

OBJETIVO: Al finalizar la sexta unidad, los estudiantes elaboran un prototipo de la propuesta de solución y presentan su propuesta final frente a un jurado de expertos que simularán ser potenciales inversionistas.

Se abordará la presente unidad a través de los siguientes contenidos:

- a. Elaboración de un primer prototipo de solución
- b. Validación del problema – solución
- c. Preparación de la presentación final (Elevator Pitch).

VI. METODOLOGÍA

La metodología del curso se caracteriza por ser vivencial, dinámica y colaborativa, fomentándose el desarrollo de la empatía a través de fases que involucran la apertura de la mente, del corazón y la voluntad, integrando lo individual con lo colectivo. El proceso de aprendizaje se materializa con el desarrollo de una propuesta de emprendimiento social desde la concepción de la idea hasta la presentación de la propuesta formal.

El desarrollo de una percepción sistémica se logra mediante:

Espacios de aprendizaje personal y colaborativo (foros y espacios de co-creación).
Herramientas de aprendizaje abierto (Design Thinking, Human Centered Design, Business Model Canvas, Lean Startup, Mapa de Empatía, Cuadro estratégico, Ulab, entre otros).
Revisión de casos de emprendimiento social (lecturas, videos, invitados especialistas).

El trabajo en equipo será clave durante el desarrollo del curso, tanto para las dinámicas que se realizarán en la mayoría de las sesiones como para los dos trabajos grupales que se deberán presentar.

VII. EVALUACIÓN

El trabajo final consistirá en el desarrollo de una propuesta de emprendimiento social sostenible, la cual se irá construyendo paso a paso en cada sesión y se presentará y entregará el último día de clase frente a un jurado de expertos que simularán ser potenciales inversionistas

Tipo de Evaluación	Peso	Observaciones
I Control de lectura	20 %	Evaluación individual. Incluye lecturas de las unidades 1 y 2.
Trabajo I (Dos avances)	20 %	Evaluación individual

		Presentación en la semana 7 y 10
Trabajo final (documento con la propuesta final)	30%	Evaluación grupal Presentación del documento final
Exposición del Trabajo final	10%	Evaluación individual de la exposición oral del trabajo final

Observaciones adicionales:

La asistencia será tomada durante los primeros 15 minutos de clase. **EN CASO EL ALUMNO/A LLEGUE DESPUÉS DE LOS PRIMEROS 15 MINUTOS** podrá entrar a clase y participar en las actividades que se desarrollen pero en la asistencia **SERÁ CONSIDERADO FALTA.**

De acuerdo a reglamento, la asistencia es obligatoria a cada sesión. Se aceptan hasta **30% de inasistencias** a lo largo del ciclo. De lo contrario, el estudiante obtendrá cero en el Trabajo final (que equivale al 40% de la nota).

Respecto de la calificación, de acuerdo al Artículo 45° del Reglamento de la Facultad de Gestión y Alta Dirección:

Las calificaciones se expresan en escala de cero a veinte e incluyen los dos primeros decimales truncados. En el caso del promedio final del curso la fracción del medio punto o más será elevada al entero superior. La nota mínima es 11.

Respecto de la asistencia, de acuerdo al Artículo 33° del Reglamento de la Facultad de Gestión y Alta Dirección:

la asistencia puntual a clases es obligatoria. La inasistencia al treinta por ciento o más de las clases programadas en el horario regular del curso durante el semestre inhabilita al alumno para rendir la evaluación que el profesor indique en el sílabo o en su defecto, la evaluación final del curso. El profesor podrá prohibir el ingreso al aula a todo alumno cuya impuntualidad sea superior a 10 minutos contados desde la hora programada para el inicio de clase.

VIII. BIBLIOGRAFÍA

Obligatoria:

Buckland, Heloise y David Murillo. (2014). **La innovación social en América Latina.** FOMIN.

Christensen, Clayton M; Dyer, Jeffrey H. and Gregerser, Hal B (2009). **The Innovator's DNA,** Harvard Business Review.

Curto Grau, Marta (2012) **Los emprendedores sociales. Innovación al servicio del cambio.** IESE http://www.iese.edu/es/files/Cuaderno%2013_tcm5-75666.pdf

IDEO (2011). **Diseño centrado en las personas.** Pdf

KIM, W. Chan & R.Mauborgne (2008). **La Estrategia del Océano Azul.**

Scharmer, Otto y Katrin Kaufer. (2013) **Leading from the Emerging Future: From Ego-System to Eco-System Economies**. Berrett-Koehler Publishers. Capítulos 1 y 2.

World Business Council for Sustainable Development. **Visión 2050- Una nueva agenda para los negocios**.

Recomendadas:

Blank, Steve y Bob Dorf (2012) **The Startup Owner's Manual: The Step-by-Step Guide for Building a Great Company**. K&S Ranch Inc.

MacMillan, Ian y James D. Thompson **The Social Entrepreneurs Play**, Wharton Digital Press.

Osterwalder, Alexander y Pigneur, Yves (2010). **Generación de modelos de negocios**. Pdf

Ries, Eric. (2011). **El método Lean Startup**. Pdf

IX. CRONOGRAMA

Semana	Tema	Actividades en aula	Actividades fuera del aula
UNIDAD 1: INTRODUCCIÓN AL PROCESO DE INNOVACIÓN SOCIAL			
1ra semana (13 al 17 marzo)	Presentación del curso. Introducción a los conceptos básicos de la innovación y del emprendimiento social	Clase expositiva Actividad participativa: ¿Qué nos preocupa o interesa a nivel social? Plenario	Exploración personal y búsqueda de información Lectura de materiales: -FOMIN
2da semana (20 de marzo al 24 de marzo)	Innovación + emprendimiento social	Identificación de posibles temas a desarrollar: problemas o necesidades y justificación Levantamiento de información teórica	Lectura de materiales: -FOMIN
3ra semana (27 de marzo al 31 de marzo)	Hacia la sostenibilidad y el impacto social	Actividad participativa: Exposición de temas y justificación	Lectura de materiales: -Otto Scharmer
UNIDAD 2: INTRODUCCIÓN AL PENSAMIENTO SISTÉMICO (abrir de mente)			
4ta semana (03 de abril al 07 de abril)	Desarrollo de la Teoría U Lab		Lectura de materiales: - IDEO
5ta semana (10 de abril al 14 de abril)	Inmersión preliminar en el entorno del problema o necesidad descubierto	Tarea: Storyboard	Lectura de materiales: - IDEO - Alex Osterwalder ‘Generación de modelos de

Facultad de Gestión y Alta Dirección
GEI205 – INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO SOCIAL

			negocio' (Recomendada)
6ta semana (17 de abril al 21 de abril)	Creación del perfil de la población objetivo		Control de Lectura
UNIDAD 3: INTRODUCCIÓN AL DESARROLLO DE LA EMPATÍA EN SU CONTEXTO (abrir el corazón)			
7ma semana (24 de abril al 28 de abril)	Explicación del Business Model Canvas y métodos de observación (Entrevistas, cultural probe, shadowing, focus groups)	Actividad participativa: Presentación de storyboard Tarea: Pauta de entrevistas	Presentación del primer avance del trabajo parcial
8va semana (01 de mayo al 05 de mayo)	Desarrollo del canvas (teórico + práctico)	Tarea: Realización de entrevistas	
9na semana (08 de mayo al 12 de mayo)	EVALUACIONES PARCIALES		
UNIDAD 4: DEFINICION DEL PROBLEMA O NECESIDAD EN SU CONTEXTO (abrir la voluntad)			
10ma semana (15 de mayo al 19 de mayo). Presentación de producto I	Feedback de parciales Matriz receptora de la información y validación: necesidad de la población objetivo		
11ra semana (22 de mayo al 26 de mayo)	Asesoría para seguimiento del modelo de negocio		
Unidad 5: PROCESO DE IDEACIÓN PARA LA ELABORACIÓN PROPUESTA DE SOLUCIÓN (abrir la voluntad)			

12da semana (29 de mayo al 02 junio)	Proceso de ideación (brainstorming, cardsorting)		
13ra semana (05 de junio al 09 de junio)	Proceso de ideación II (Cuadro estratégico, matriz de las cuatro acciones, Business Model Canvas). Elaboración de sistema de medición para riesgos, viabilidad e impacto.		
Unidad 6: DESARROLLO DEL PROTOTIPO DE LA PROPUESTA DE SOLUCIÓN			
14ta semana (12 de junio al 16 de junio)	Elaboración del prototipo de solución. Validación del problema - propuesta de solución.		
15ta semana (19 de junio al 23 de junio)	Preparación de la presentación final (Elevator pitch)		
16ta semana (26 de junio al 30 junio) Entrega del trabajo final (integrando el producto I)	EVALUACIONES FINALES		

X. POLÍTICAS SOBRE EL PLAGIO

Para la corrección y evaluación de todos los trabajos del curso se va a tomar en cuenta el debido respeto a los derechos de autor, castigando severamente cualquier indicio de plagio con la nota CERO (00). Estas medidas serán independientes del proceso administrativo de sanción que la facultad estime conveniente de acuerdo a cada caso en particular. Para obtener más información, referirse a los siguientes sitios en internet:

- www.pucp.edu.pe/documento/pucp/plagio.pdf
- http://www.pucp.edu.pe/puntoedu/images/documentos/institucionales/guia_pucp_para_el_registro_y_citado_de_fuentes_documentales_2009.pdf

XI. ACTUALIZACIÓN

Febrero de 2017, Lizbeth Valdivieso