

Idea y Proyecto de Emprendimiento e Innovación Social

Código: 44431
Créditos ECTS: 12

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4317522 Emprendimiento e Innovación Social	OB	0	1

Fe de erratas

El profesor David Urbano forma parte del equipo docente de este módulo.

Contacto

Nombre: Andreu Turro Sol

Correo electrónico: andreu.turro@uab.cat

Equipo docente

Miquel Domenech Argemi

José Luis Molina Gonzalez

Luis Rodríguez Salgado

Anna Fajula Payet

Hugo Valenzuela Garcia

Guillem Perdrix Vidal

Andreu Turro Sol

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Prerequisitos

Este módulo sólo está disponible para los estudiantes del Máster en Emprendimiento e Innovación Social.

Objetivos y contextualización

El objetivo principal de este módulo es dar las herramientas que permitan pasar de la generación de ideas a la realización de proyectos de emprendimiento sociales, probables de que se lleven a cabo, a través del desarrollo de modelos de negocio viables y socialmente sostenibles. Al mismo tiempo, las actitudes emprendedoras se trabajan desde una perspectiva social, contextualizándolas en la sociedad del conocimiento y las nuevas tecnologías. También se analizan las redes de emprendimiento social e inter-cooperación.

Competencias

- "Desarrollar actitudes emprendedoras y aplicar ideas innovadoras en la resolución de problemas sociales; conocer las características narrativas y expresivas de un mensaje creativo y saber gestionar creativamente la comunicación persuasiva."
- Actuar académica y profesionalmente valorando el impacto social, económico y medioambiental.
- Analizar y reconocer dónde y por qué las organizaciones utilizan tecnología, con especial énfasis en el rol integrador de la misma en las organizaciones y en los principios éticos subyacentes al tratamiento de la información y el uso intensivo y cambiante de la tecnología.
- Desarrollar la capacidad de evaluar las desigualdades por razón de sexo y género para diseñar soluciones.
- Intervenir en diferentes contextos y campos de aplicación de la antropología social relativos a la inter-cooperación, con especial referencia al desarrollo y cooperación en proyectos de transformación social, la utilización social del espacio y otras áreas de intervención como las relaciones interculturales.
- Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.

Resultados de aprendizaje

1. "Aplicar la imaginación con flexibilidad y elaborar ideas creativas de venta. La gestación de ideas se evalúa de dos maneras: por una parte cuantitativa (número) y cualitativamente (calidad); y por otra parte valorando su realismo y potencial de implementación real."
2. Actuar académica y profesionalmente valorando el impacto social, económico y medioambiental.
3. Analizar de manera crítica y reflexiva las relaciones entre ciencia, tecnología y sociedad
4. Comprender la complejidad y poder identificar las características y los elementos contextuales fundamentales (históricos, económicos, socioculturales, demográficos...) de fenómenos emergentes (como el emprendimiento social).
5. Establecer relaciones y redes entre personas en un contexto de investigación sobre diversidad.
6. Identificar las características socioculturales básicas (edad, género, clase, formación, etc.) de una muestra social dada y poder establecer pautas, generalizaciones y taxonomías.
7. Identificar los aspectos más sobresalientes de la sociedad del conocimiento en lo que respecta al uso de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC)
8. Identificar oportunidades sociales que puedan convertirse en un proyecto o empresa social.
9. Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.
10. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
11. Que los estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
12. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
13. Relacionar de manera sistemática conceptos y orientaciones teóricas de la disciplina más adecuados al contexto etnográfico específico.
14. Sabe aplicar los instrumentos de la perspectiva de género en el análisis de las organizaciones y en la gestión de los recursos humanos (planes de igualdad, medidas de conciliación, protocolos contra la violencia machista, programas de seguridad y salud laboral).
15. Sabe utilizar y crear indicadores cualitativos y cuantitativos para conocer mejor las desigualdades de género y las diferencias en las necesidades, condiciones, valores y aspiraciones de mujeres y hombres.
16. Utilizar las técnicas de las redes sociales en la recogida y análisis de datos.

17. Utilizar los instrumentos del modelo de negocio para desarrollar un proyecto emprendedor social.

Contenido

Este módulo consta de los siguientes submódulos:

C1. Introducción: Actitudes emprendedoras, sociedad del conocimiento y nuevas tecnologías.

Se presenta y discute el concepto de emprendimiento social. Se discuten las similitudes y diferencias con el emprendimiento comercial/tradicional. Trabajando las actitudes emprendedoras, se motiva y sensibiliza al alumnado con relación al fenómeno emprendedor en general, y la generación de proyectos emprendedores sociales en particular, potenciando y desarrollando su talento emprendedor. Se analizan los elementos básicos de la sociedad del conocimiento y la relación con la sociedad de la información. Se muestra la importancia de las tecnologías de la información y la comunicación en las organizaciones sociales modernas, con especial énfasis en los procesos de digitalización de la sociedad. Por último, se abordan las relaciones entre la ciencia, la tecnología y la sociedad en el mundo contemporáneo.

C2. Redes de emprendimiento social e intercooperación.

Se analiza el perfil emprendedor del alumnado contextualizándolo en su entorno social, y se explora y estimula el potencial de cooperación con otras personas y organizaciones a través de un análisis de su propia red personal. En primer lugar, se ofrece una revisión de los conceptos de "economía moral" y "economía social" con el objetivo de hacer reflexionar al alumnado sobre su propia situación y posición de inicio y así mejorar su eficiencia en la consecución de los objetivos propuestos (autoevaluación de capacidades, formación, redes, motivación, aptitudes y actitudes). Una vez analizada la perspectiva individual, se estudia el perfil de los/las emprendedores/as sociales en Catalunya, centrándose en las actitudes y motivaciones de este segmento de la población, y el contexto socioeconómico en el que surge el emprendimiento social. Por último, se estudian casos de redes personales de emprendedores/as sociales en Catalunya y se identifican las características más importantes de la propia red personal a través del programario especializado (Netcanvas).

C3. Generación de ideas sociales innovadoras.

Se explica el concepto de creatividad y sus dimensiones, las características de las personas creativas, las etapas del proceso creativo y las escalas para medir los productos creativos. Se trabajan los modelos básicos de creatividad para la generación de ideas de negocio con fines sociales. Así mismo, se presentan las limitaciones y barreras principales de la creatividad y se explican técnicas e instrumentos para el desarrollo de la creatividad desde el ámbito social. Por último, se trabaja el intraemprendimiento desde la perspectiva de la creatividad y la generación de ideas sociales innovadoras.

C4. Modelo de negocio y proyecto emprendedor social.

Se desarrollan y trabajan los contenidos de un plan de empresa, desde los modelos más tradicionales hasta los modelos actuales tipo Canvas y Lean start-up, aplicados a casos de proyectos sociales. También se señalan las limitaciones del plan de empresa como un instrumento emprendedor (social). Como conceptos clave aparecen los siguientes: equipo emprendedor, estudio de mercado, plan estratégico, plan jurídico-fiscal, plan de recursos humanos, plan económico-financiero, y viabilidad del proyecto empresarial entre otros. También se presentan las especificidades y características de las cooperativas desde el punto de vista del modelo de negocio.

Metodología

La metodología docente del módulo combina clases magistrales y las aportaciones teóricas y metodológicas, con debates y reflexiones basadas en el análisis de casos y la presentación de experiencias, además de la elaboración y presentación de un proyecto empresarial social. La orientación es básicamente práctica y aplicada.

Además, habrá cuatro talleres/seminarios impartidos por profesorado externo con experiencia directa en áreas relacionadas con los contenidos del módulo. Por ejemplo, sobre el ecosistema del denominado Tercer Sector,

sobre la financiación alternativa (que va más allá de los populares microcréditos), sobre experiencias de discontinuidades o fracasos de proyectos emprendedores sociales, y sobre la gestación y creación de start-ups sociales.

NOTA IMPORTANTE: La metodología docente propuesta puede experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teóricas C1	12	0,48	1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 10, 17, 16
Clases teóricas C2	9	0,36	1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 10, 17, 16
Clases teóricas C3	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 10, 17, 16
Clases teóricas C4	27	1,08	1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 10, 17, 16
Tipo: Supervisadas			
Talleres y seminarios	12	0,48	1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 10, 17, 16
Trabajos supervisados	66	2,64	2, 9, 14, 15
Tipo: Autónomas			
Trabajo autónomo	150	6	2, 9, 11, 12, 14, 15, 10

Evaluación

La evaluación realizada por los diferentes submódulos se contabiliza de la siguiente manera:

C1 (3% del total): 33,3 % Asistencia y participación + 66,7% Pruebas prácticas

C2 (18% del total): 22,2 % Asistencia y participación + 22,2% Pruebas prácticas + 55,6% Examen

C3 (18% del total): 22,2 % Asistencia y participación + 22,2% Pruebas prácticas + 55,6% Examen

C4 (61% del total): 1,6 % Asistencia y participación + 16,4% Examen + 65,6% Elaboración proyecto emprendedor + 16,4% Presentación oral proyecto emprendedor

La calificación final del módulo se calculará teniendo en cuenta los porcentajes de cada submódulo:

$$\text{Nota final} = 0.03 \cdot C1 + 0.18 \cdot C2 + 0.18 \cdot C3 + 0.61 \cdot C4$$

NOTA IMPORTANTE: La evaluación propuesta puede experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Asistencia y participación activa en clase	10%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 10, 17, 16
Defensa oral (proyecto emprendedor)	10%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 10, 17, 16
Entrega de informes / trabajos (elaboración proyecto emprendedor)	40%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 10, 17, 16
Exámenes	30%	9	0,36	1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 10, 17, 16
Pruebas prácticas (casos y otros ejercicios)	10%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 10, 17, 16

Bibliografía

Bibliografía básica

Adner, R. (2013). *The wide lens: What successful innovators see that others miss*. Ed. Penguin-Random house.

Birch, K. (2020). Technoscience Rent: Toward a Theory of Rentiership for Technoscientific Capitalism. *Science Technology and Human Values*, 45(1): 3-33. <https://doi.org/10.1177/0162243919829567>

Blank, S. (2012). *The Startup Owner's Manual* (<https://www.amazon.com/Startup-Owners-Manual-Step-...>)

Collins, H., & Pinch, T. (1998). *The Golem at Large. What You Should know about technology*. Cambridge University.

Grant, A. (2017). *Originales: Cómo los inconformistas mueven el mundo*. Ed. Paidos Iberica.

Guerrero, M., Turro, A. & Urbano, D. (2016). El emprendimiento corporativo en España. A I. Peña, M. Guerrero & J.L. González-Pernía (Eds): *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2015*. Ed. Universidad de Cantabria.

[Valenzuela-García, H., & Fuentes, S. \(2019\). «A Crossroads for Social Entrepreneurship: ethics versus profit in Spain», *Open Journal of Business and Management*, 7\(2\), 848-860.](#)

Kelley, T., & Littman, J.(2010). *Las diez caras de la innovación. Estrategias para una creatividad excelente*. Madrid: Paidos.

Kuratko, D.F., Morris, M.H., & Covin, J.G. (2011). *Corporate Innovation & Entrepreneurship* (International Edition). 3rd edition. Mason: South-Western/Cengage Learning.

Lamarre, G. (2019). *Storytelling como estrategia de comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.

Lamarre, G. (2018). *La vía del creativo: Guía para reinventar nuestra práctica y nuestra mirada*. Barcelona: Gustavo Gili.

Martínez-Cuero, J., Molina, J.L. & Valenzuela-García, H. (2015). Del cooperativismo a la economía socialmente orientada. *Grafo Working Papers*, 4 (84-94). DOI:10.5565/rev/grafowp.18.

Maurya, A. (2012). *Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works* (Lean Series) (<http://www.amazon.com/Running-Lean-Iterate-Works-Series/dp/1449305172>)

Molina, J.L., Valenzuela-García, H., Lubbers, M.L., Escribano, P. & Lobato, M. (2017). ["The Cow Does Make The Monk": Understanding the Emergence of Social Entrepreneurship in Times of Downturn](#). VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations DOI 10.1007/s11266-017-9921-6.

Nielsen, D., & Thurber S. (2018). *Conexiones creativas*. Barcelona: Gustavo Gili

Osterwalder, A. (2012). "Tools for Business Model Generation." [en línia] [data de consulta: 1 de març de 2021] Disponible a: <https://www.youtube.com/watch?v=8GIbCg8NpBw>

Ries, E. (2011). "The Lean Startup" | Talks atGoogle. [en línia] [data de consulta: 1 de març de 2021] Disponible a: <https://www.youtube.com/watch?v=fEvKo90qBns>

Urbano, D. & Rodriguez, L. (2010). Guía per l'elaboració d'un pla d'empresa. Departament de Treball. Generalitat de Catalunya.

Urbano, D. & Toledano, N. (2008). Invitación al emprendimiento: Una aproximación a la creación de empresas. Ed. UOC.

Valenzuela-García, H., Molina, J. L., Lubbers, M. J., Escribano, P., & Fuentes, S. (2019). [Emprendimiento Social . Autoempleo y extracción del valor en la era post-crisis era](#). Revista de Antropología Social, 28(2), 371-390.

Vinck, D. (2007). *Ciencias y sociedad. Sociología del trabajo científico*. Barcelona: Gedisa, 2015.

Pàgines web, vídeos i premsa

AraCoop. Programa marc de cooperació públic-privada, promogut pel Departament de Treball, Afers Socials i Famílies - www.aracoop.coop

Bristol Pound Organisation: <https://bristolpound.org/>

Business model canvas: https://www.youtube.com/watch?v=QoAOzMTLP5s&t=15s&ab_channel=Strategyzer

Economia circular: https://www.youtube.com/watch?v=Lc4-2cVKxp0&t=6s&ab_channel=COTEC

Economía Femini(s)ta: <http://economiafeminita.com/>

Ecopolítica, Think Tank Ecologista <https://ecopolitica.org>

Emprendimiento y sistema educativo (La Vanguardia, 2017)
https://www.dropbox.com/s/sdwsve22ynfzh3h/2017-02-19_DavidUrbano_LaVanguardia-ArtESP.pdf?dl=0

¿Es posible y conveniente replicar los ecosistemas emprendedores? (La Vanguardia, 2016)

https://www.dropbox.com/s/l6idy7ehxhj309/2016-12-25_DavidUrbano_LaVanguardia-ArtESP.pdf?dl=0

La sociedad digital: <https://es.coursera.org/lecture/humanidades-digitales/la-sociedad-digital-LOPNM>

OCU Oficina del Consumidor y Usuario: <https://www.ocu.org>

REAS Euskadi, Introducción a la Economía Solidaria: <http://www.economiasolidaria.org>

Rockefeller Foundation: <https://www.rockefellerfoundation.org/our-work/topics/inclusive-economies/>

Steve Jobs (2005 Stanford Commencement Address) <https://www.youtube.com/watch?v=UF8uR6Z6KLc/>
<https://www.youtube.com/watch?v=rHv4qLkToGg>

Te atreves a soñar? https://www.youtube.com/watch?v=i07qz_6Mk7g

The Open Innovation Marketplace: <https://www.innocentive.com/>

Why Green Economy: <http://whygreeneconomy.org/introduction-to-the-green-economy/>

Bibliografía complementaria

Anderson, C. (2013). "How to give a killer presentation". [en línea] [data de consulta: 1 de març de 2021] Disponible a: <https://hbr.org/2013/06/how-to-give-a-killer-presentation>

Blank, S. (2013). The Fourth Steps to Epiphany (<https://www.amazon.com/Four-Steps-Epiphany-Steve-B...>)

Bogusky, A., Winsor, J. (2009). *Baked In. Creating products and bussinesses that market themselves*. Chicago: Agate, cop.

Catmull, Ed (2014). *Creatividad S.A.: Cómo llevar la inspiración hasta el infinito y más allá*. Barcelona: Conecta.

Chesbrough H., & Bogers, J. (2014). [Explicating open innovation: Clarifying an emerging paradigm for understanding innovation](#). New Frontiers in Open Innovation. Oxford: Oxford University Press.

Collins, H., & Evans, R. (2017). *Why Democracies Need Science*. Cambridge: Polity.

GEM *Global Entrepreneurship Monitor* (2021). [en línea] [data de consulta: 1 de març de 2021] Disponible a: <https://www.gemconsortium.org/>

James, G. (2012) "Fix Your Presentations: 21 Quick Tips". [en línea] [data de consulta: 1 de març de 2021] Disponible a: <http://www.inc.com/geoffrey-james/how-to-fix-your-presentations-21-tips.html>

Kirby, D. (2002): *Entrepreneurship*. Maidenhead. MCGraw-Hill.

Rheingold, H. (2002). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa, 2004.

Urbano, D. (2005). La creació d'empreses a Catalunya: organismes de suport i actituds cap a l'activitat empenedora. Col.lecció d'estudis CIDEM. Centre d'Innovació i Desenvolupament Empresarial.

Urbano, D., Aparicio, S., & Audretsch, D. (2019). Twenty-five years of research on institutions, entrepreneurship, and economic growth: What has been learned? *Small Business Economics*, 53 (1): 21-49.

Urbano, D., Aparicio, S., Guerrero, M., Noguera, M., & Torrent-Sellens, J. (2017). Institutional determinants of student employer entrepreneurs at Catalan universities. *Technological Forecasting and Social Change*, 123, 271-282.

Urbano, D., Toledano, N., & Ribeiro-Soriano, D. (2010). Analyzing social entrepreneurship from an institutional perspective: evidence from Spain. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(1), 54-69.

Otro material de soporte en formato digital se encontrará en el Campus Virtual del módulo.

Software

Excel, PowerPoint, Word, NetworkCanvas, Atlas ti y Stata.