Universitat Autònoma de Barcelona

2023/2024

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

Contacto

Nombre: Andreu Turro Sol

Correo electrónico: andreu.turro@uab.cat

Idiomas de los grupos

Puede consutarlo a través de este enlace. Para consultar el idioma necesitará introducir el CÓDIGO de la asignatura. Tenga en cuenta que la información es provisional hasta el 30 de noviembre del 2023.

Equipo docente

Jose Luis Molina Gonzalez

Mireia Faucha Hernández

Luis Rodríguez Salgado

David Urbano Pulido

Anna Fajula Payet

Hugo Valenzuela Garcia

Guillem Perdrix Vidal

Andreu Turro Sol

Prerrequisitos

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.

Resultados de aprendizaje

1. CA01 (Competencia) Elaborar ideas creativas de venta de acuerdo con las pautas de proximidad y sostenibilidad de la economía social y solidaria.
2. CA02 (Competencia) Identificar oportunidades sociales que puedan convertirse en un proyecto o empresa social.
3. CA03 (Competencia) Establecer pautas, generalizaciones y taxonomías a partir de las características socioculturales básicas (edad, género, clase, formación, etc.) de una muestra social dada.
4. CA04 (Competencia) Utilizar las técnicas de las redes sociales en la recogida y análisis de datos.
5. CA05 (Competencia) Diseñar un plan de negocio para desarrollar un proyecto emprendedor social.
6. KA01 (Conocimiento) Identificar las características y los elementos contextuales fundamentales (históricos, económicos, socioculturales, demográficos...) de fenómenos como el emprendimiento social y la economía circular.
7. KA02 (Conocimiento) Describir los elementos necesarios para la realización de un plan de negocio y proyecto emprendedor social.
8. SA01 (Habilidad) Llevar a cabo tareas de innovación y desarrollo en empresas (de tipo comercial, cooperativa, o entidad sin finalidad de lucro), incluyendo la creación de empresas.
9. SA02 (Habilidad) Aplicar los resultados de una investigación al desarrollo de nuevas ideas, productos o procesos, valorando su viabilidad social y comercial.

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: 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	
Clases teóricas C2	9	0,36	
Clases teóricas C3	15	0,6	
Clases teóricas C4	27	1,08	
Tipo: Supervisadas			
Talleres y seminarios	12	0,48	
Trabajos supervisados	66	2,64	
Tipo: Autónomas			
Trabajo autónomo	150	6	

Evaluación

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

C1 (3% del total): 100% Asistencia, participación y pruebas prácticas

C2 (18% del total): 44,4% Asistencia, participación y pruebas prácticas + 55,6% Examen

C3 (18% del total): 44,4% Asistencia, participación y 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:

Nota final = 0.03*C1 + 0.18*C2 + 0.18*C3 + 0.61*C4

Al ser un máster presencial, la asistencia a clase con un mínimo de un 80% de las sesiones del módulo (incluyendo clases, seminarios, talleres y demás actividades académicas) es requisito para ser evaluado/a de este módulo.

La solicitud de evaluación única implica la renúncia a la evaluación continuada. La evaluación única debe ser solicitada en la Gestión Académica del Campus en el que se cursa el grado/máster dentro del plazo y con el procedimiento que establece el calendario administrativo de la Facultad de Economía y Empresa.
Presencialidad:

- La presencia del/la estudiante es obligatoria el día en que se realice la evaluación única. La fecha será la misma que la del examen final de semestre que consta en el calendario de evaluaciones publicado por la Facultad de Economía y Empresa y aprobado en la Comisión de Asuntos Docentes y Académicos de la Facultad.
- El 100% de las evidencias se deben entregar el día de la evaluación única.
- Las evidencias de evaluación realizadas presencialmente el día de la evaluaciónúnica deben tener un peso mínimo del 70%.

Se aplicará el mismo sistema de recuperación que para la evaluación continuada. La revisión de la calificación final sigue el mismo procedimiento que para la evaluación continuada.

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Asistencia, participación y ejercicios de clase	20%	0	0	CA01, CA02
Defensa oral (proyecto emprendedor)	10%	0	0	KA02
Entrega de informes / trabajos (elaboración proyecto emprendedor)	40%	0	0	CA01, CA02, CA03, CA04, CA05, KA01, KA02, SA01
Exámenes	30%	9	0,36	SA02

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-Garcia, 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, JL., Valenzuela-García, H., Lubbers, ML., Escribano, P. & Lobato, M. (2017). "The Cowl 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 Antropologia 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 público-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_LaVanguadia-ArtESP.pdf?dl=0

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

https://www.dropbox.com/s/l6idy7ehxhhj309/2016-12-25_DavidUrbano_LaVanguadia-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 línia] [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 insipiración 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 línia] [data de consulta: 1 de març de 2021] Disponible a: https://www.gemconsortium.org/

James, G. (2012) "*Fix Your Presentations: 21 Quick Tips*". [en línia] [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 emprenedora. 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 encuentrará en el Campus Virtual del módulo.

Software

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