



**Emprende
UP**
Universidad
del Pacífico



TALLER

INNOVACIÓN Y EMPREDIMIENTO SOCIAL

I. DESCRIPCIÓN DEL TALLER

Innovación y Emprendimiento Social

En las últimas dos décadas, la desigualdad económica y sus múltiples consecuencias se han hecho más visibles gracias a la globalización, el fortalecimiento de la sociedad civil y a rápida evolución de las tecnologías de comunicación. Tales condiciones han permitido el surgimiento de novedosas soluciones a problemas sociales anteriormente intratables. Ahora vemos instituciones financieras gigantescas prestando capital a los más pobres, clínicas ambulantes que operan cataratas con la eficiencia del McDonalds, empresas de telecomunicaciones que facilitan millones de transacciones financieras de forma más efectiva que muchísimos bancos, y empresas sanitarias que generan rentabilidad financiera brindando acceso a inodoros dignos a millones de personas sin instalaciones sanitarias en sus hogares. Las “fórmulas clásicas” de desarrollo económico parecen estar quedando obsoletas. Todo, de repente, dejó de ser blanco o negro.

Este “crash course” ofrece una experiencia inmersiva en el mundo de la Innovación Social desde Organizaciones Empresariales. Analizando casos de todo el mundo, entenderemos cómo varias empresas sociales auto sostenibles han transformado las condiciones de mercado de sus respectivos entornos para mejorar la vida de miles de personas. Con dicho entendimiento, los participantes también aprenderán metodologías especializadas para comprender diversas problemáticas sociales y diseñar modelos de negocios sostenibles que contribuyan a la solución de dichas problemáticas y que –por supuesto– sean escalables en el tiempo.

II. OBJETIVO DEL TALLER

Al finalizar el taller los participantes habrán ganado lo siguiente:

1. Una perspectiva general y consolidada del campo de Innovación Social, así como un conocimiento profundo de casos referentes de Innovación Social a nivel mundial.
2. Nuevas perspectivas críticas que les permitirán entender los factores de éxito y fracaso de diversas intervenciones sociales. Inspiración global para resolver problemáticas locales.
3. Aprendizaje teórico y práctico de las metodologías más relevantes y actualizadas en Innovación Social como “Theory of Change Thinking”, “Human Centered Design”, “Value Proposition Design”, y “Business Model Canvas”
4. Experiencia en el diseño y presentación de intervenciones empresariales orientadas a solucionar problemas sociales relevantes en el Perú.



III. CONTENIDO

UNIDAD DIDACTICA I: INTRODUCCIÓN A LA INNOVACIÓN SOCIAL

- El rol del capitalismo tanto en el progreso humano y como en la desigualdad social | Nuevos paradigmas empresariales: RSE, valor compartido y emprendimiento social.
- Asignación de grupos de trabajo para el diseño de una intervención auto sostenible que busque resolver alguna problemática social / medioambiental.

UNIDAD DIDACTICA II: TEORÍA DE CAMBIO

- ¿Por qué han fallado tantas intervenciones sociales en el pasado? | Entendimiento de problemáticas sociales desde la perspectiva del usuario / beneficiario. | Introducción a metodologías “Theory of Change” y “Human Centered Design”
- Actividad grupal: Aplicar las metodologías mencionadas para la elaboración un plan de investigación robusto para el entendimiento profundo de problemáticas sociales.

UNIDAD DIDACTICA III: GENERACIÓN DE MODELOS DE NEGOCIO SOSTENIBLES

- Introducción a metodologías “Value Proposition Design” y “Business Model Canvas” | Aplicación de dichas metodologías a casos de estudio emblemáticos de Emprendimiento Social | Alianzas estratégicas para la Innovación Social.
- Actividad grupal: Generación de un modelo de negocio sostenible para el proyecto grupal en desarrollo.

UNIDAD DIDACTICA VI: ESCALAMIENTO DEL IMPACTO SOCIAL

- Estrategias para el escalamiento exitoso de iniciativas sociales | Introducción al Impact Investing.
- Actividad grupal: Presentación final de los proyectos grupales.



IV. METODOLOGÍA DE LA ENSEÑANZA

- Dado que este taller ofrecerá perspectivas generales de un panorama tan vasto y novedoso como la Innovación Social, todas las sesiones tendrán un componente teórico basado en el análisis de casos de estudios emblemáticos y en las tendencias académicas más importantes del campo.
- El taller también contará con un componente práctico, en el cual los participantes desarrollarán proyectos grupales para aplicar las distintas metodologías aprendidas a lo largo de las sesiones. Los proyectos buscarán que los alumnos ganen experiencia directa en el proceso de Innovación Social, desde el desenredo de una problemática social determinada hasta el diseño de un modelo de negocio coherente y auto sostenible que contribuya a su respectiva solución.
- Con la finalidad de maximizar el tiempo de aprendizaje durante las sesiones, en algunos casos se requerirá que los grupos desarrollen y discutan las metodologías del caso fuera de los horarios de las sesiones. Para tales efectos, se recomendará que los participantes separen al menos tres **horas adicionales por semana** previas a las sesiones de presentación en el taller.
- A lo largo de las semanas en que se dicte el taller, los participantes podrán coordinar sesiones de asesoría con el facilitador fuera de los horarios de las sesiones.

V. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS REFERENCIAS RECOMENDADAS

- Bornstein, D., & Davis, S. (2010). Social Entrepreneurship: What Everyone Needs to Know®. Oxford University Press.
- Prahalad, C.K. (2006). The Fortune at the Bottom of the Pyramid, Eradicating Poverty through Profits. New Jersey: Wharton School Publishing. (Capítulo 1)
 - Acá hay un resumen ejecutivo decente en español: <http://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Gerencia/%5BPD%5D%20Libros%20-%20La%20riqueza%20en%20la%20base%20de%20la%20piramide.pdf>
- Karnani, A. (2006). The Mirage of Marketing to the Bottom of the Pyramid: How the Private Sector Can Help Alleviate Poverty. California Management Review 49 (4), 90-111.
 - Disponible en línea en: <https://pdfs.semanticscholar.org/340/127dfa1c0b46c1b9c52ea4e4901b80037382.pdf>
- Banerjee, A., Duflo, E. Poor Economics : A Radical Rethinking of the Way to Fight Global Poverty. 1st ed. 2011. Print.
 - La introducción al libro está disponible en español en el siguiente enlace: https://www.palermo.edu/Archivos_content/2015/derecho/pobreza_multidimensional/bibliografia/Sesion2_doc4.pdf



- Hivos (2015). Theory of Change Thinking in Practice: A Stepwise Approach. The Hague: Hivos
 - Disponible en línea en: http://www.theoryofchange.nl/sites/default/files/resource/-hivos_toc_guidelines_final_nov_2015.pdf
- IDEO.org (2015). The Field Guide to Human-centered Design: Design Kit. IDEO.
 - La guía en versión español está disponible de manera gratuita en el siguiente enlace: <http://www.designkit.org/resources/1>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). Diseñando la propuesta de valor: Cómo crear los productos y servicios que tus clientes están esperando. Deusto.
 - El primer capítulo está disponible en: https://issuu.com/edicionesdeusto/docs/dpv_cap01
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2011). Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores. Deusto.
 - El primer capítulo está disponible en: <https://issuu.com/edicionesdeusto/docs/cap01>
- Yunus, M., Moingeon, B., & Lehmann-Ortega, L. (2010). Building social business models: lessons from the Grameen experience. Long range planning, 43(2), 308-325
 - Disponible en línea en: https://www.researchgate.net/publication/262002643_-Building_Social_Business_Models_Lessons_from_the_Grameen_Experience
- Dees, J. G., Anderson, B. B., & Wei-Skillern, J. (2004). Scaling social impact. Stanford social innovation review, 1(4), 24-32.
 - Disponible en línea en: https://ssir.org/articles/entry/scaling_social_impact
- Abt, W. (2018). Almost Everything You Know About Impact Investing Is Wrong. Stanford social innovation review, 14(12).
 - Disponible en línea en: https://ssir.org/articles/entry/almost_everything_you_kno_about_impact_investing_is_wrong



VI. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DEL TALLER

SESIÓN	CONTENIDO A DESARROLLAR	OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD	ACTIVIDADES A DESARROLLAR	MATERIAL DIDÁCTICO	ENTREGABLES
I	Introducción a la innovación social e inicio del proyecto grupal	Entender por qué y cómo la Innovación Social ha surgido como alternativa de crecimiento económico.	<ul style="list-style-type: none"> •Presentación marco teórico (c/. casos) •Guidelines y modelamiento para la presentación grupal de la sgte. sesión. •Asignación de grupos de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> •Casos de estudio emblemáticos de Innovación Social. •Recursos literarios y audiovisuales complementarios. 	•Introducción rápida de cada participante.
II	Entendimiento de problemáticas sociales complejas.	Identificar los elementos de éxito y fracaso de intervenciones sociales.	<ul style="list-style-type: none"> •Presentación marco teórico (c/. casos) •Introducción al “Theory of Change” •Guidelines y modelamiento para la presentación grupal de la sgte. sesión. 	<ul style="list-style-type: none"> •Plantillas de “Theory of Change” •Recursos literarios y audiovisuales complementarios. 	•Presentación inicial proyectos grupales.
III	¿Cómo entender problemáticas sociales complejas?	Aprender cómo elaborar planes de investigación robustos para el entendimiento profundo de problemáticas sociales.	<ul style="list-style-type: none"> •Presentación marco teórico (c/. casos) •Introducción al “Human Centered Design” y “Value Proposition Design” 	<ul style="list-style-type: none"> •Guía de métodos para el HCD. •Recursos literarios y audiovisuales complementarios. 	•Presentación del Theory of Change del proyecto grupal.
IV	Generación de modelos de negocios auto sostenibles (I)	Aprender la metodología del “Business Model Canvas” y entender cómo las empresas sociales generan sinergias con sus entornos para maximizar el impacto social	<ul style="list-style-type: none"> •Presentación marco teórico (c/. casos) •Introducción al “Business Model Canvas” y aplicación de la metodología a casos de estudio emblemáticos. 	<ul style="list-style-type: none"> •Casos de estudio emblemáticos de Innovación Social resueltos con la metodología BMC 	
V	Generación de modelos de negocios auto sostenibles (II)		<ul style="list-style-type: none"> •Guidelines y modelamiento para la presentación grupal de la sgte. sesión. 		
VI	Escalamiento del impacto social y presentaciones finales	Identificar los elementos de éxito y fracaso en el escalamiento de empresas sociales.	<ul style="list-style-type: none"> •Presentación marco teórico (c/. casos) •Introducción al Impact Investing 	<ul style="list-style-type: none"> •Recursos literarios y audiovisuales complementarios 	•Presentación del “pitch” final de cada grupo

VII. DATOS DEL FACILITADOR



MAURICIO WINKELRIED

Innovación Social - Impacto Social desde organizaciones empresariales

Consultor de negocios con impacto social. MSc en Social Innovation and Entrepreneurship por The London School of Economics and Political Science, donde ganó el premio al primer puesto del programa para el periodo 2017/18. Como consultor externo de Innovación Social, trabajó consultorías en Dhaka, Bangladesh para BRAC -la ONG más grande del mundo- ideando las bases de nuevos emprendimientos sociales de triple impacto y amplia escala. Experto en la creación de modelos de negocio sostenibles enfocados en impacto social. Algunos de estos modelos incluyen la creación de sistemas de educación alternativa para madres adolescentes altamente vulnerables en África o la generación de modelos de negocio circulares para la manufactura de productos maximizadores de espacio que permitan a hogares en extrema pobreza usar de manera altamente productiva el limitado espacio doméstico. En el Perú, ha dirigido programas de valor compartido en Belcorp, orientados al refuerzo estratégico de la fuerza de ventas mediante la profesionalización y desarrollo de mujeres de bajos ingresos.

Un convencido de que la fuerza transformadora de los mercados es capaz de brindar resiliencia a la sociedad.



Universidad del Pacífico
Jr. Sánchez Cerro 2050, Jesús María
(+51 1) 219-0100 anexos 2119 o 2524

emprendeup.pe