



Innovación III – Innovación Social

Carrera	Ingeniería Comercial		
Código	EAM 0102		
NRC	2760		
Año de carrera/ Semestre	2020 / 1		
Créditos SCT- Chile	4	Horas totales	120
Módulos semanales de docencia directa	2	Horas semanales de trabajo autónomo	4
Tipo de asignatura	Minor		
Requisitos/ Aprendizajes previos	Innovación II : Pensamiento Original.		
Profesor responsable/ Coordinador	Jacinta Fanjul Marambio Linkedin: linkedin.com/in/paula-jacinta-fanjul-86a7b46b		
Contacto	pfanjul@miuandes.cl		

Definición de la asignatura

Este curso permite entender la innovación social y las implicaciones de esta. Ver tanto sus oportunidades como sus limitaciones y analizar la teoría económica que la sustenta.

Se busca que los alumnos puedan entender la relación y el impacto de la innovación social en el cuarto sector de la economía, el Estado, el emprendimiento y las empresas tradicionales – bajo la mirada de sus externalidades tanto positivas como negativas.

El curso incluye definiciones de innovación social y desarrollo de modelos de negocios para la innovación social. También conceptos claves y que se relaciona directamente como valor compartido, emprendimiento social y economía social.



Metodología del Curso.

El curso busca que el alumno aplique conocimientos específicos de la innovación ya adquiridos en cursos anteriores al ámbito social. El curso tiene una mezcla entre clases, charlas, lecturas y actividades prácticas en las que los alumnos van avanzando en el desarrollo de una innovación social. Para ello los alumnos tendrán actividades, controles individuales y grupales. Las actividades individuales incluyen pruebas y ejercicios en clases. Las actividades grupales son informes y participación en clases. Para la preparación de cada clase, el alumno deberá realizar, con anticipación a ella, lecturas o actividades son fundamentales para el logro de las metas de cada sesión. Esta metodología centra el aprendizaje en el alumno, por lo que el alumno debe preparar todas las clases, ya sea con lecturas o tareas asignadas, para que en cada clase se refuercen los tópicos principales, se apliquen los conceptos a casos reales y se resuelvan dudas para así asimilar de mejor manera el conocimiento. La participación en clases es fundamental y obligatoria para aprobar el curso y esta será evaluada.

Aporte al Perfil de Egreso

En el curso se hará hincapié en como las herramientas y métodos de innovación se pueden emplear con éxito en situaciones reales. Para ello, los alumnos tomarán nuevas tecnologías o formas de hacer las cosas como elementos de la inspiración del desarrollo de una solución nueva que resuelve una problemática o necesidad de un grupo relevante de personas.

Resultados de Aprendizaje generales de la asignatura

Al final del curso el alumno será capaz de:

1. Entender que es y que no es innovación social.
 2. Características determinantes.
 3. Identificar resultados potenciales, el retorno social y el modelo de negocio.
 4. Entender la Innovación Social en: empresas, emprendimientos, ONG y Gobierno.
 5. Proceso de poder llegar a la Innovación Social y por ende ser capaz de desarrollar una estrategia de la ejecución que incluye ingreso en el mercado, la política y la estrategia de crecimiento.
 6. Determinar ventajas y desventajas de aplicar herramientas empresariales al sector social.
-



-
7. Determinar oportunidades y generar ventajas competitivas en sector empresarial, a través de la innovación social.

Unidades	Resultados de aprendizaje específicos de la Unidad
I – La Innovación Social. Conceptos de innovación social.	<ol style="list-style-type: none">1. Diferencias entre innovación social e innovación tradicional.2. Identificar distintas opciones de innovación social.3. Potencial y límite de la innovación social.4. Comprendiendo las fronteras entre organizaciones sin fines de lucro, gobierno y empresas.
II – El emprendedor social como motor de la innovación social.	<ol style="list-style-type: none">1. Cuarto sector de la economía en el siglo 21.2. Emprendimiento social v/s economía social.3. Las “Empresas Sociales”, Empresas B, Empresas Good Returns.4. Creación y gestión de empresas sociales.5. Financiamiento: Los FIS (Fondos de innovación social)6. Medición de impacto.
III – Valor Compartido e innovación social.	<ol style="list-style-type: none">1. Concepto de externalidades en las empresas y la economía.2. Evolución en las empresas de RSE a teoría económica del valor compartido.3. Valor compartido en: nuevos mercados clúster o cadena de valor.4. Medición de Impacto; social, medio ambiental y financiero.5. Generar ventajas competitivas a través de la innovación social y el valor compartido.



IV – Nuevas tecnologías y formas de abordar la innovación social

1. La innovación social y construcción de redes de asociatividad.
 2. HUB una plataforma para la innovación social.
 3. Desarrollo de redes y plataformas tecnológicas con impacto social.
 4. Startups de impacto social.
 5. Mapeo de grupos de interés.
 6. Estrategia, procesos y diseño de la innovación.
 7. El problema del acceso y de la “cola larga”.
 8. El problema de la “escala de operación”
 9. Dimensionando el problema y el potencial de solución.
 10. El secreto de “Para quien hacerlo”.
-



Cronograma de actividades

Semana	Fecha	Profesor	Contenidos/ Unidades Temáticas	Actividades en horas presenciales	Actividades en horas de trabajo autónomo de los estudiantes	Metodologías de evaluación
1	5/08/20	Jacinta Fanjul	Clase 1 / Introducción y programa curso	2	4	
2	12/08/2020	Jacinta Fanjul	Clase 2 / definición IS	2	4	Ejercicio clase /P1
3	19/08/ /2020	Jacinta Fanjul	Clase 3 / Empatía y Dolor	2	4	Prueba 1 / Examen
4	26/08/2020	Jacinta Fanjul	Clase 4 / Emprendimiento Social , Empresas B y Sistemas B	2	4	Prueba 1 / Examen
5	2/09/2020	Jacinta Fanjul	Clase 5 / PRUEBA 1	2	4	Prueba 1 / Examen



Semana	Fecha	Profesor	Contenidos/ Unidades Temáticas	Actividades en horas presenciales	Actividades en horas de trabajo autónomo de los estudiantes	Metodologías de evaluación
6	9/09/2020	Jacinta Fanjul	Clase 6: Innovación Social en distintos contextos	2	4	Prueba 2 / Examen
7	16/09/2020	Jacinta Fanjul	Clase 7 : Estrategia de financiamiento y Fundaciones	2	4	Prueba 2 / Examen
8	23/09/2020	Jacinta Fanjul	Clase 8: Ejercicio Fundación financiamiento / Innovación	2	4	Ejercicio Clase
9	30/09/2020	Jacinta Fanjul	Clase 9: Tendencias y Tecnologías Emergentes en la Innovación Social	2	4	Prueba 2 / Examen
10	7/10/2020	Jacinta Fanjul	Clase 9 / Ecosistema de Innovación Social/ HUB	2	4	Prueba 2 / Examen



Semana	Fecha	Profesor	Contenidos/ Unidades Temáticas	Actividades en horas presenciales	Actividades en horas de trabajo autónomo de los estudiantes	Metodologías de evaluación
11	14/10/2020	Jacinta Fanjul	Clase 10: tutoría clase	2	4	Prueba 2/ examen
12	21/10/2020	Jacinta Fanjul	Clase 11: Prueba 2	2	4	Prueba 2
13	28/10/2020	Jacinta Fanjul	Clase 12: Filantropía y RSE (Responsabilidad Social Empresarial)	2	4	examen
14	04/11/2020	Jacinta Fanjul	Clase 12 Valor Compartido	2	4	Examen
15	18/11/2020	Jacinta Fanjul	Clase 13 / Valor Compartido Práctico y Repaso general (Preparación para el examen)	2	4	Ejercicio Clase/ Examen
16	25/11/2020	Jacinta Fanjul	Examen	2	4	Examen: Todo el semestre



Requisitos de aprobación	
Nota final de la asignatura	4.0
% Asistencia Mínimo	Sin asistencia mínima obligatoria%

Evaluaciones

Prueba 1	20%
Prueba 2	20%
Ejercicio Clases /control	10%
Participación	20%
Examen	30%

Recursos de aprendizaje

Bibliografía

- Creating Shared Value. Michael E.Porter, Mark R. Kramer. Harvard Business Review.
- Texto Guía o Generación de Modelo de Negocio. Alexander Osterwalder and Yves Pigneur. Editorial Deusto.
- Social Innovation and New Business Models: Creating Shared Value in Low-Income Markets. Laura Michelini, (2012) Springer.
- DIY – Herramientas Practicas para impulsar y apoyar la innovacion social. Nesta.
<https://es.diytoolkit.org/>

Bibliografía Adicional



- Design Thinking for Social Innovation. Stanford Social Innovation Review.
 - The Innovator's Toolkit: 50+ Techniques for Predictable and Sustainable Organic Growth. David Silverstein, Philip Samuel and Neil De Carlo. Publishes by Wiley; 2 edition. 2012.
 - Standfords Social Innovation Review: Design Thinking for Socila Innovation Winter 2010.
-