

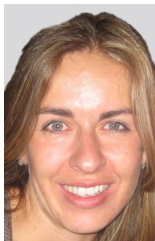
SCALING-UP!

La expansión de la innovación social
en un mundo globalizado

Juliana Mutis Marín
Patricia Saez Blasco

PID_00188404

Material docente de la UOC


Juliana Mutis Marín

Consultora independiente, cofundadora del Laboratorio de la Base de la Pirámide, centro de investigación aplicada sobre desarrollo de negocios en contextos de pobreza, cofundadora y directora general de Minka-dev. Ha participado en la evaluación, formación, investigación y diseño de modelos de negocios inclusivos en América Latina, India y Uganda, en diversos sectores como: TIC, microfinanzas, agricultura, energía, agua y vivienda. Ha trabajado en proyectos para organismos internacionales como el BID y PNUD, empresas y organizaciones gubernamentales. Máster en Comercio y contratación internacional de la Universidad Autónoma de Barcelona. Su doctorado en Dirección y Administración de Empresas lo ha enfocado en la réplica de negocios inclusivos, en la Universidad Politécnica de Cataluña con la codirección de la Escuela de Negocios IESE.


Patricia Saez Blasco

Máster en Business Administration (MBA) por la Escuela de Alta Dirección y Administración (EADA), ha cursado estudios relacionados con la emprendeduría social en escuelas de negocio internacionales como INSEAD o el Indian Institute of Management de Bangalore (IIMB). Actualmente dirige el MBA en Social Entrepreneurship y el posgrado de Emprendedores sociales de la UOC, es profesora y consultora de empresas sociales para la Generalitat de Cataluña, entre otras entidades. Es ponente en universidades, administraciones públicas y escuelas de negocio y asiste a los principales congresos internacionales del sector. Es miembro de la Asociación Europea de Capital Riesgo Filantrópico (European Venture Philanthropy Association, EVPA) y coautora, junto a Luis Pareras, del libro *Capitalismo 2.0. El poder del ciudadano para cambiar el mundo*. Previamente, ha trabajado como analista de emprendedores emergentes del sector retail y franquicias, social y sanitario y ha colaborado con la Administración pública, asesorando a empresas en busca de financiación, y gestionando relaciones con inversores a escala nacional e internacional.

El encargo y la creación de este material docente han sido coordinados por el profesor: Ramon González Cambray (2012)

Primera edición: marzo 2012
 © Juliana Mutis Marín, Patricia Saez Blasco
 Todos los derechos reservados
 © de esta edición, FUOC, 2012
 Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona
 Diseño: Manel Andreu
 Realización editorial: Eureka Media, SL



Los textos e imágenes publicados en esta obra están sujetos –excepto que se indique lo contrario– a una licencia de Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada (BY-NC-ND) v.3.0 España de Creative Commons. Podéis copiarlos, distribuirlos y transmitirlos públicamente siempre que citéis el autor y la fuente (FUOC. Fundació para la Universitat Oberta de Catalunya), no hagáis de ellos un uso comercial y ni obra derivada. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.es>

Introducción

Cada vez más empresas y emprendedores se sienten responsables en la construcción de un modelo empresarial más sostenible, varias organizaciones han iniciado proyectos que tienen como principal objetivo generar un impacto positivo en la sociedad y/o el medioambiente. Su reconocido éxito hace necesario expandir su modelo a otras regiones y/o sectores.

El siguiente documento ofrece un marco teórico sobre el concepto de la escalabilidad y las diversas estrategias y modelos de expansión de la innovación social.

Objetivos

1. Conocer diversas teorías sobre réplica y escala
2. Integrar los mecanismos de expansión más apropiados para las diferentes formas de emprendimiento social.
3. Desarrollar las capacidades para estructurar una estrategia de expansión de un emprendimiento social.

Contenidos

Módulo didáctico 1

Parte 1

Juliana Mutis Marín

1. Réplica y escala
2. Modelos de expansión
3. Plan estratégico de expansión

Módulo didáctico 2

Parte 2

Patricia Saez Blasco

1. Los motivos
2. Las fases de la empresa social
3. Formulando la estrategia de crecimiento
4. Consejos y condiciones
5. Un caso paradigmático de crecimiento: CDI
6. BRAC, la ONG de desarrollo más grande del mundo

