

# 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

