

Fundamentación

Nuevos enfoques teóricos y metodológicos relacionados al Emprendedorismo han surgido en los últimos tiempos. Obedece a la necesidad de diseñar y desarrollar nuevos negocios que respondan a un mercado altamente dinámico, en el que convergen productos, servicios, experiencias y significados, y a un entorno social, también marcadamente dinámico, que privilegia a la persona por sobre las organizaciones.

Por aquello, esta materia se propone como un espacio de formación, reflexión y aprendizaje a través de la adquisición de conocimiento, y de la práctica y exploración en un proceso participativo que favorezca el entrenamiento de la creatividad e innovación aplicadas al mundo de los negocios.

Objetivos

Generales:

- Identificar nuevas posibilidades de innovación y diferenciación a partir de la creciente cantidad de variables y aspectos aptos para ello en los mercados actuales.
- Valorar la importancia del diseño de negocios innovadores.
- Incorporar herramientas y metodologías de observación, análisis e interpretación de usuarios y consumidores.
- Desarrollar la creatividad e innovación a través de la experimentación.

Específicos:

- Comprender la lógica de los negocios disruptivos y la innovación estratégica.
- Identificar el perfil del innovador que favorece el diseño y desarrollo de nuevos negocios.
- Reconocer la importancia de las personas y los procesos organizacionales en los equipos disruptivos.
- Valorar la utilización de metodologías de pensamiento creativo para generar negocios disruptivos y estrategias innovadoras en las organizaciones.
- Identificar alcances, limitaciones y adaptaciones posibles de las metodologías estudiadas al llevarlas a la práctica, a nivel individual y grupal.

Competencias

Desde su objetivo general y los específicos, esta materia se propone desarrollar en el alumno las siguientes competencias:

Genéricas:

- **CG1 Capacidad emprendedora** (capacidad para actuar llevando a la práctica proyectos personales que solucionen de manera innovadora necesidades insatisfechas): actitud proactiva para abordar un proyecto por iniciativa propia con el fin de explorar una oportunidad sustentable, asumiendo el riesgo que ello implica y adaptándose a contextos y situaciones cambiantes mediante la comprensión acabada de la realidad.
- **CG2 Soluciones innovadoras basadas en el conocimiento** (capacidad para dar nuevas alternativas de solución a problemas existentes basadas en el conocimiento formal): capacidad para abordar y responder satisfactoriamente a problemas o necesidades existentes de forma nueva y original sobre la base de conocimientos y hechos probados, en contraposición a comportamientos repetitivos y poco originales.

Específicas:

- **CE1 Orientación al cliente vinculado al emprendimiento:** predisposición a entender las necesidades de los clientes (internos y externos) de un emprendimiento y a dar solución a sus problemas o necesidades, así como a realizar esfuerzos adicionales con el fin de contemplar sus expectativas y mejorar su calidad de vida.
- **CE2 Comunicación efectiva del emprendimiento:** capacidad para transmitir ("vender") una idea de negocio de forma clara y convincente, escuchando y siendo receptivo/a a las sugerencias y comentarios de los/as demás con el fin de obtener cooperación y alianzas para un emprendimiento.

Contenidos

UNIDADES, TEMAS Y SUBTEMAS

1 Introducción: los negocios innovadores.

- 1.1 Los negocios ya son lo que eran: concepto de “negocios disruptivos”.
- 1.2 Nuevas realidades que matizan el mundo de los nuevos negocios.
 - 1.2.1 Economía del bien común y colaborativa. Emprendedorismo sustentable. Teenpreneurismo.
 - 1.2.2. Econofelicidad. Economías de mercados emergentes.
- 1.3 La innovación estratégica en los negocios.
 - 1.3.1 *Branding* (marcas) y propósitos. *The Golden Circles*.
 - 1.3.2 El efecto mariposa y la planificación a largo plazo.
 - 1.3.2 La soledad del emprendedor.
 - 1.3.3 El valor del fracaso.
- 1.4 *Canvas* de negocios. *Canvas Trend*.
- 1.5 La investigación de mercado como herramienta de inspiración.
 - 1.5.1 *Cool hunting*. Etnografía y entrevista.
 - 1.5.2 Desk research.

2 Preparación: equipos disruptivos de alto desempeño.

- 2.1 El perfil innovador y el desarrollo de competencias.
 - 2.1.1 Inteligencias múltiples. Inteligencias inter e intra personales.
 - 2.1.2 Habilidades del emprendedor innovador: asociación, cuestionamiento, experimentación, improvisación.
- 2.2 Nuevos modelos de liderazgo.
 - 2.2.1 Liderazgo emocional. Ceo-activismo. Clima laboral. Motivación. GPTW.
 - 2.2.2 Creando equipos disruptivos: personas y procesos.
 - 2.2.3 El rendimiento de los nuevos equipos en los nuevos formatos/espacios de trabajo (espacios coworking, teletrabajo, etc.)
- 2.3 Revisar procesos para reformular equipos. El *Nudge* como herramienta.
 - 2.4.1 Trabajar con *millennials*.
 - 2.4.2 Descubriendo la generación Z.
 - 2.4.3 Aprendiendo de los *baby boomers*.
 - 2.4.4 *Cocoon Bussines*.

3 Acción: Thinking Lab (técnicas de diseño y creatividad, aplicada a negocios).

- 3.1 Los fundamentos del Design Thinking.
 - 3.1.2 El proceso típico del Design Thinking. El aterrizaje latino del Design Thinking. Análisis de casos.
 - 3.1.3 Empatizando con las personas.
 - 3.1.4 Técnicas de recopilación de información. Técnicas de validación.
- 3.2 Conceptual *Blending*. Asociación aleatoria y asociación de contenidos disparadores. Técnicas para desafiar la tiranía de nuestro cerebro.
- 3.3 Lobotomía creativa. Aprender a pensar a partir de la mente de otros. Detectar y coleccionar mentes creativas. Aprender a pensar diferente a partir de entender los procesos de pensamiento destacados de mentes iluminadas.
- 3.4 Domadores de ideas: concepto, innovación, modelo de negocios a equipo de trabajo.
- 3.5 Reformulan creativa del problema (RCP). Técnicas de identificación de problemas o necesidades y estrategia para convertirlo en oportunidades.
- 3.6 El poder infalible del *brainstorming* (ordenamiento, eficiencia y productividad).
- 3.7 El valor imprescindible del Prototipo. Cómo destacarse en el prototipado. Prototipar para validar y hacer crecer las ideas.
- 3.8 Técnicas de prueba, medición y aprendizaje. Innovación en metodologías de Testeo.

4 Impacto: innovación estratégica de negocios.

- 4.1 Design Thinking y diversas metodologías de innovación, aplicado a la administración de negocios de impacto.
- 4.2 Los retos de hoy para innovar-disrumpir en negocios.
 - 4.2.1 Entendiendo el mundo de los números en blanco y negro.
 - 4.2.2 Rentabilidad.
 - 4.2.3 Crecimiento.
 - 4.2.4 Predictibilidad.
 - 4.2.5 Cambio.
 - 4.2.6 Conservar la relevancia.

- 4.2.7 Competencia extrema.
 - 4.2.8 Estandarización.
 - 4.2.9 Cultura creativa. Arquitectura de las organizaciones.
 - 4.2.10 Estrategia y organización.
- 4.3 Redes de valor: flujo de recursos.

Recursos

- Talleres o espacios para generación de ideas y prototipos.
- Bibliografía básica y ampliatoria.
- Biblioteca.
- Internet para acceso a sitios webs pertinentes y según la temática a tratar.
- Intercambios con el docente-tutor de la materia y con emprendedores locales.

Carga Horaria

La aprobación de esta materia es una actividad curricular que pertenece al plan de estudio de la carrera y que complementa el proceso de enseñanza aprendizaje. Esta asignatura, una vez cursada y aprobada, otorga 4 (cuatro) créditos en carácter de materia electiva, en donde la carga horaria se corresponde al plan de estudio correspondiente.

Descripción analítica de las actividades teóricas y prácticas

En modalidad presencial. Descripción general:

1. **Clases invertidas:** mediante las cuales se incentiva el debate y la aplicación de los conceptos y herramientas metodológicas en torno a la ideación de un producto o servicio.
2. **Exámenes institucionales escritos (parciales 1 y 2, recuperatorios, integradores y finales):** Presuponen el desarrollo individual de las competencias por parte de los alumnos a través de la comprensión, aplicación, análisis y evaluación de casos de estudio sobre oportunidades y modelos de negocios, existentes o hipotéticos.
3. **Exámenes institucionales de proceso y final:** Actividades prácticas (colaborativas y basadas en proyectos) de investigación, definición, ideación, prototización y testeado de un producto o servicio en sectores industriales de interés. Presuponen el desarrollo grupal e integral de las competencias por parte de los alumnos a través de la comprensión, aplicación, análisis, evaluación y, fundamentalmente, la creación en torno a conceptos y herramientas metodológicas de la materia.

En modalidad a distancia. Descripción general:

1. **Recurrido multimedial (videos de introducción, actividades disparadoras, aulas abiertas con lecturas, artículos, papers, publicaciones, videos, referencias bibliográficas), trabajos**

prácticos y exámenes institucionales (parciales 1 y 2, recuperatorios, integradores y finales (en CAU)): Presuponen el estudio y desarrollo individual de las competencias por parte de los/as alumnos/as a través de la comprensión, aplicación, análisis y evaluación de casos de estudio sobre oportunidades y modelos de negocios, existentes o hipotéticos.

2. **Foros, actividades de inmersión y actividades prácticas de transferencia:** Consignas de aplicación práctica que les permita a los/as alumnos/as relacionar sus experiencias personales y casos de estudio sobre emprendedores y emprendimientos, hipotéticos o reales, con escenarios de investigación, definición, ideación, prototización y testeo de un producto o servicio. Presuponen el desarrollo grupal e integral de las competencias por parte de los alumnos a través de la comprensión, aplicación, análisis, evaluación y, fundamentalmente, creación en torno a conceptos y herramientas metodológicas de la materia.

Bibliografía

Bibliografía básica:

Hasso Plattner, Institute of Design at Stanford. (s.f.). *Mini guía: una introducción al Design Thinking + bootcamp bootleg* (Felipe González, trad.). Estados Unidos: Hasso Plattner, Institute of Design at Stanford.

Rottenberg, L. (2016). *Loco por emprender. Desafía las normas convencionales*. Madrid, España: Aguilar.

Bibliografía Ampliatoria:

Bauman, Z. (2001). *Miedo líquido. La sociedad contemporánea y sus temores*. Madrid, España: Paidós Ibérica.

Cameron, J. (2011). *El camino del artista*. Madrid, España: Aguilar.

Campanario, S. (2014). *Ideas en la ducha*. Buenos Aires, Argentina: Sudamericana.

Huber, L. y Jan Veldman, G. (2015). *Manual Thinking. La herramienta para gestionar el trabajo creativo en equipo*. Madrid, España: Empresa Activa.

Kleon, A. (2013). *Roba como un artista*. Madrid, España: Alfaguara.

Mackinlay, M. y Sabbagh, A. (2011). *El método de la innovación creativa*. Buenos Aires, Argentina: Granica.

Nola, L. y Russell, N. (2001). *Listography. Recoge los momentos de tu vida*. Madrid, España: Paidós Ibérica.

Ordoñez, R. (2015). *Cambio, creatividad e innovación*. Buenos Aires, Argentina: Granica.

Pasricha, N. (2011). *The book of Awesome*. Estados Unidos: Penguin.

Rolón, A. (2015). *¡Al carajo! 10 claves para reinventarse con coraje*. Buenos Aires, Argentina: Planeta.

Stanton, B. (2015). *Humans of New York: Stories*. Nueva York, Estados Unidos: St. Martin's Press.

Yunus, M. (2008). *Un mundo sin pobreza*. Madrid, España: Paidós Ibérica.

Zaragoza, A. y Gasca, J. (2014). *Designpedia*. Madrid, España: LID.

Metodología

La metodología se corresponde con:

- Desarrollo de plenarios conceptuales relacionados.
- Trabajo individuales y en grupos de estudiantes, interdisciplinariamente, combinando adecuadamente las carreras y brindando asesoramiento y seguimiento permanente del docente.
- Resolución de problemas organizacionales.
- Evaluaciones parciales institucionales, según lo establece el Reglamento institucional.
- Evaluaciones diagnósticas y de proceso, definidas por el docente.

Forma de Evaluación / Criterios

El proceso de aprendizaje de esta materia se evalúa a través de las tareas realizadas por parte de los alumnos en las fechas estipuladas por el docente, aprobándose con una calificación igual o superior a 5. La aprobación es determinada por el docente, en función al cumplimiento de los criterios de evaluación especificados en cada actividad práctica/consigna del entregable. Estos criterios se basan en tres áreas claves/críticas: cumplimiento de tiempos de entrega (según cronograma), cumplimiento de las especificaciones de forma del entregable y nivel de logro de las competencias vinculadas a esta materia. La condición de regularidad en la materia se define según lo establecido en el Reglamento Institucional, de acuerdo a la condición del alumno (Regular, Libre, Promocionado). Para los alumnos de la carrera bajo la modalidad a distancia, esta instancia final se concretará de acuerdo a lo establecido en dicho Reglamento.