

## GUÍA DE APRENDIZAJE OTOÑO 2024 EMPRESAS SOCIALES

### DESCRIPCIÓN

Ante la pregunta común:

**Si una empresa genera empleo y realiza algunas prácticas de responsabilidad social, ¿puede llamarse: empresa social?**

La respuesta es:

**No, las empresas sociales son mucho más que eso, y en México son un movimiento emergente.**

Esta asignatura te permitirá conocer qué son las empresas sociales y cuáles son las estrategias a través de las cuales se están desarrollando en México y en el mundo. A través de la reflexión de estudios de caso y prácticas de empresas sociales en el contexto de Jalisco, México y el mundo, conoceremos sobre la empresa social, su diseño y el análisis del impacto de su operación. Para muchos profesores (as) y emprendedores (as) en el mundo, las empresas sociales representan la opción con más potencial para transformar la forma en que hacemos negocios hoy en día.

### OBJETIVO GENERAL

Comprender las dimensiones estratégica, organizacional y sistémica de la empresa social como una organización que maximiza el valor social-ambiental y lo equilibra con la creación de valor económico, en contextos globales y locales.

### Objetivos específicos

- A. Identificar y caracterizar a la empresa social desde las prácticas de la administración de negocios contemporánea.
- B. Analizar casos sobre los cuales se examinen los retos de las estructuras legales, de financiamiento y rendición de cuentas.
- C. Analizar casos sobre los cuales se identifique y comprenda la evaluación del impacto de las empresas sociales.

### MÓDULOS Y TEMAS

1. Origen y contexto de las empresas sociales
  - 1.1 Origen de la empresa social
  - 1.2 Contexto actual de la empresa social
  - 1.3 La empresa social en México
  - 1.4 Franquicias Sociales en México y el Mundo.

2. Diseño, gestión y evaluación de empresas sociales.
  - 2.1 Tipología y alineación de empresas sociales.
  - 2.2 Contexto legal y espectro híbrido de las empresas sociales: con fines de lucro, sin fines de lucro e híbridas.
  - 2.3 Patrones de modelos de negocio de empresas sociales.
  - 2.4 Empresas sociales para el cambio sistémico.
  - 2.5 *Mindset* para diseñar una empresa social.
  - 2.6 Planteamiento de una empresa social, su modelo de negocio y la evaluación de su impacto.
  - 2.7 Evaluación de impacto y madurez organizacional.
  
3. Desafíos de las empresas sociales
  - 3.1 Inversión de impacto, microfinanzas y modelos de ingreso de empresas sociales.
  - 3.2 Modelo SIINC: *Social Impact Incentives*.
  - 3.3 Programas de mentoría y acompañamiento para empresas sociales.

## CRONOGRAMA

Semana	Tema	Recurso o apoyo didáctico
1	1.1 Origen de la empresa social  Objetivo: Conocer desde la teoría y la práctica elementos básicos sobre la Empresa Social y cómo se relaciona con la Innovación Social.	Silva-Flores, M.L. & Pedroza, A.R. (2018). Social Innovation: A Social Shared Competence. <i>Education in the knowledge society</i> , ISSN-e 2444-8729, ISSN 1138-9737, Vol. 19, N° 2, pp. 47-62  Defourny J. & Nyssens M. (2021) Social Enterprise, Welfare Regimes and Policy Implications. <i>Social Enterprise in Western Europe: Theory, Models and Practice</i> . New York: Routledge, Taylor & Francis Group. DOI: 10.4324/9780429055140-50 Pp. 351-357  <b>Para saber más:</b>  DISRUPTIVO.TV. (2020). 1er Censo Empresas Sociales México 2019. <a href="https://disruptivo.tv/censo/">https://disruptivo.tv/censo/</a>  Realiza tu registro y posteriormente te llegará por correo el documento del Censo. Asegúrate de revisar tu bandeja de correo no deseado.
2	1.2 Contexto actual de la Empresa Social.  Objetivo  Conocer las generalidades de los principales conceptos de empresa social y reconocer cómo aplicar la innovación social en el ámbito de los negocios.	Lecturas seleccionadas de:  Ibarra C., (Tesis doctoral). (2021). La alineación ingresos-misión en las empresas sociales y su incidencia en la legitimidad pragmática percibida por grupos de interés. Facultad de Contaduría y Administración. UNAM.  Buckland, H., Garmilla, A., Murillo, D. y Silva, M. (2018). La revolución digital ante los grandes retos del mundo: 100 iniciativas de innovación social digital que están transformando América Latina. ESADE. Disponible en: <a href="https://www.esade.edu/faculty-research/es/instituto-de-innovacion-social/publication/la-revolucion-digital-ante-los-grandes-retos-del-mundo">https://www.esade.edu/faculty-research/es/instituto-de-innovacion-social/publication/la-revolucion-digital-ante-los-grandes-retos-del-mundo</a>  <b>Para saber más:</b>

		<p>Portales, L. (2019) <i>Social Innovation and Social Entrepreneurship. Fundamentals, Concepts, and Tools</i>. Palgrave Macmillan <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-030-13456-3">https://doi.org/10.1007/978-3-030-13456-3</a></p> <p>Código Dewey biblioteca ITESO: 658. 11 POR</p>
3	<p>1.3 La Empresa Social en México.</p> <p>Objetivo</p> <p>Analizar el ecosistema de innovación social donde se desarrollan las empresas sociales en México profundizando en impulsores o barreras acorde al Censo de Empresa Social México 2019-2020.</p>	<p>DISRUPTIVO.TV. (2020). 1er Censo Empresas Sociales México 2019. <a href="https://disruptivo.tv/censo/">https://disruptivo.tv/censo/</a></p> <p>Conway, M., &amp; Dávila, J. A. (2018). Modelando el emprendimiento social en México (1st ed.; M. Conway &amp; J. A. Dávila, Eds.). Ciudad de México: LID Editorial. ISBN: 978-607-9380-79-3</p>
4	<p>1.4 Franquicias Sociales en México y el Mundo.</p> <p>Objetivo</p> <p>Conocer el modelo de aplicación de los principios de las franquicias a franquicias sociales identificando cómo están funcionando en México y el mundo.</p>	<p>DELOITTE. (2020). Social Franchising: Why the International Donor and Impact Investing Community Should Pay Attention to Social Franchising. DELOITTE. Disponible en: <a href="https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/about-deloitte/us-deloitte-sf-white-paper-one.pdf">https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/about-deloitte/us-deloitte-sf-white-paper-one.pdf</a></p> <p>The Franchise Company – Social Franchise UK (United Kingdom). Disponible en: <a href="https://www.franchisecompany.co.uk/social-franchising/">https://www.franchisecompany.co.uk/social-franchising/</a></p>
5	<p>2.1 Tipología y Alineación de las Empresas Sociales.</p> <p>Objetivo</p> <p>Identificar y reconocer las principales formas de alineación de las empresas sociales: misión y organización.</p>	<p>Alter, K. (2007, 2003). Sitio web proyecto de investigación documentado: <a href="http://www.4lenses.org/setypology/classification">http://www.4lenses.org/setypology/classification</a></p> <p><b>Para aprender más:</b></p> <p>Conway, M., &amp; Dávila, J. A. (2018) <i>Modelando el emprendimiento social en México</i> (1st ed.; M. Conway &amp; J. A. Dávila, Eds.). Ciudad de México: LID Editorial. ISBN: 978-607-9380-79-3</p>
6	<p>2.2 Contexto legal y espectro híbrido de las empresas sociales.</p> <p>Objetivo</p> <p>Analizar el contexto legal de las empresas sociales y el espectro híbrido que las clasifica y ha sido identificado a nivel global.</p>	<p>Alter, K. (2007, 2003). Sitio web proyecto de investigación documentado: <a href="http://www.4lenses.org/Setypology/se_in_context">http://www.4lenses.org/Setypology/se_in_context</a></p> <p>ASHOKA y Blackpool Venture &amp; Law. (2020, 18 de septiembre). Estructuras sociales para emprendedores sociales [video]. YouTube. <a href="https://www.youtube.com/watch?v=IZ4f_PY6pzU">https://www.youtube.com/watch?v=IZ4f_PY6pzU</a></p>
7	<p>2.3 Patrones de Modelos de Negocios en las empresas sociales.</p> <p>Objetivo</p> <p>Analizar diferentes patrones de modelos de negocio y elementos organizacionales de las empresas sociales para</p>	<p>Alter, K. (2007, 2003). Sitio web proyecto de investigación documentado: <a href="http://www.4lenses.org/setypology/models">http://www.4lenses.org/setypology/models</a></p> <p>Jonker, J. &amp; Faber, N. (2021) <i>Organizing for Sustainability: A Guide to Developing New Business Models</i>. Palgrave Macmillan. ISBN 978-3-030-78156-9 ISBN 978-3-030-78157-6 (eBook). <a href="https://doi.org/10.1007/978-3-030-78157-6">https://doi.org/10.1007/978-3-030-78157-6</a></p>

	iniciar un proyecto con triple impacto.	
8	<p>2.4 Empresas sociales para el cambio sistémico.</p> <p>Objetivo</p> <p>Conocer los niveles de cambio sistémico que pueden dar origen a una empresa social e identificar casos de alineación estructural sistémica que ya están operando en el mercado.</p>	<p>ASHOKA. (2020). Cuadernillo de Cambio Sistémico para Emprendedores Sociales. ASHOKA México y Centroamérica.</p> <p>Schwab Foundation. (2017). Beyond Organizational Scale : How Social Entrepreneurs Create Systems Change (Issue May). WEF. <a href="https://www3.weforum.org/docs/WEF_Schwab_Foundation_Systems_Report_2017.pdf">https://www3.weforum.org/docs/WEF_Schwab_Foundation_Systems_Report_2017.pdf</a></p>
9	<p>2.5 Mindset para diseñar una empresa social: círculos causales.</p>	<p>Invitación: Centro de Innovación Social de Alto Impacto, CISAI ITESO.</p> <p>CISAI. (2021). Mapas sistemicos del proyecto “Bordando Alianzas”. Disponible en: <a href="https://bordandoalianzas.org/mapas-sistemicos/">https://bordandoalianzas.org/mapas-sistemicos/</a></p> <p>Revisión de caso: Grupo Murlota.</p>
10 y 11	<p>2.6 Planteamiento de una empresa social, su modelo de negocio y la evaluación de su impacto.</p> <p>Objetivo</p> <p>Diseñar una propuesta de empresa social grupalmente, aplicando ciclos causales, patrones de modelo de negocio y evaluación de impacto.</p>	<p>Ibarra C., (Tesis doctoral). (2021). La alineación ingresos-misión en las empresas sociales y su incidencia en la legitimidad pragmática percibida por grupos de interés. Facultad de Contaduría y Administración. UNAM.</p> <p>Del Cerro, J. (2020) México: 10 Emprendedores Sociales. Editorial LID.</p> <p>ODAID. (2017). Teoría de cambio y gestión para ONGs. PM4NGOS. Disponible en: <a href="https://www.odaid.org/wp-content/uploads/2021/02/TeoriadelCambio.pdf">https://www.odaid.org/wp-content/uploads/2021/02/TeoriadelCambio.pdf</a></p>
12	<p>2.7 Evaluación de impacto y madurez organizacional</p> <p>Objetivo</p> <p>Conocer procesos y diseñar estrategias para evaluar impacto en las empresas sociales, relacionando la etapa de madurez de impacto con el nivel de madurez de la organización.</p>	<p>Ibarra C., (Tesis doctoral). (2021). La alineación ingresos-misión en las empresas sociales y su incidencia en la legitimidad pragmática percibida por grupos de interés. Facultad de Contaduría y Administración. UNAM.</p> <p>Valdés Medina, F. E., &amp; Saavedra García, M. L. (2019). Análisis Crítico Sobre El Uso del SROI en la Evaluación del Impacto Social en Iniciativas de Emprendimiento Social: Caso México. Ad-Minister, 35, 53–76. <a href="https://doi-org.ezproxy.iteso.mx/10.17230/Ad-minister.35.2">https://doi-org.ezproxy.iteso.mx/10.17230/Ad-minister.35.2</a></p>
13	<p>3.1 Inversión de impacto, microfinanzas y modelos de ingreso de empresas sociales.</p> <p>Objetivo</p> <p>Reconocer los principales procesos y alternativas para financiar la operación de las empresas sociales: inversión de impacto, microfinanzas y diversificación de ingresos.</p>	<p>Invitados: Inversión de impacto y Microfinanzas.</p> <p>Revisión de casos: ISLA URBANA e ILUMÉXICO.</p>
14	<p>3.2 Modelo SIINC: Social Impact Incentives.</p> <p>Objetivo</p>	<p>Roots of Impact, sitio y documentos disponibles en: <a href="https://www.roots-of-impact.org/siinc/">https://www.roots-of-impact.org/siinc/</a></p> <p>Revisión del caso: CLÍNICAS DEL AZÚCAR.</p>

	Conocer el modelo global de incentivos para el cambio social y el pago por resultados a través de un caso desarrollado como empresa social en México.	
15	3.3 Programas de mentoría y acompañamiento para empresas sociales.	Inventario colectivo del grupo previo: otoño 2022 y complemento en dos dimensiones: nacional e internacional.
16	Presentaciones finales – cierre de curso.	

## CRITERIOS de EVALUACIÓN

Actividades de Reflexión Individual 25% (Se evalúan por persona semanal o quincenalmente)  
Portafolio de Empresas Sociales 50% (Se realiza en dupla, se evalúan por rúbrica)  
Iniciativas de Empresa Social Grupal 25% (Se realiza grupalmente, se coevalua<sup>1</sup> por rúbrica)

- Esta asignatura no cuenta con examen extraordinario.
- Para tener derecho de aprobar se debe cubrir el 80% de asistencia a las sesiones presenciales y virtuales del curso. La calificación mínima aprobatoria es de 6.0 (SEIS).
- Una calificación final de 5.9999 o inferior será considerada –sin excepción- como no aprobatoria. El redondeo de calificaciones aplica a partir del 6.5, que sube a 7. Una calificación de 6.4 se queda como 6 y así sucesivamente.

Se espera la realización de **trabajos inéditos y originales** por parte de los estudiantes, sin plagio, en el marco de honestidad académica y respeto al derecho de autor.

Definición de **“Plagiar”** según el diccionario de la lengua española: “Copiar en lo sustancial obras ajenas, dándolas como propias”, por lo que en la primera evidencia de aprendizaje escrita que se encuentre y compruebe plagio, el estudiante tendrá cero de calificación en dicho trabajo y recibirá una retroalimentación por parte del profesor. Si se reincide el estudiante tendrá nota reprobatoria en el curso y se dará aviso a la coordinación académica por incurrir en dos ocasiones en deshonestidad académica.

Utilizar como propio el **contenido generado con herramientas de Inteligencia Artificial** se considera plagio, por lo que se aplicará la norma del punto anterior. Este contenido puede ser utilizado como referencia de investigación siempre y cuando se cite correctamente la herramienta de IA como fuente.

<sup>1</sup> Coevaluar implica que se evalúa: estudiante-estudiante; docente-estudiantes; estudiantes-docentes.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alter, K. (2007, 2003). Sitio web proyecto de investigación documentado:  
<http://www.4lenses.org/setypology/classification>
- Alter, K. (2007, 2003). Sitio web proyecto de investigación documentado:  
[http://www.4lenses.org/Setypology/se\\_in\\_context](http://www.4lenses.org/Setypology/se_in_context)
- ASHOKA y Blackpool Venture & Law. (2020, 18 de septiembre). Estructuras sociales para emprendedores sociales [video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=lZ4f\\_PY6pzU](https://www.youtube.com/watch?v=lZ4f_PY6pzU)
- ASHOKA. (2020). Cuadernillo de Cambio Sistémico para Emprendedores Sociales. ASHOKA México y Centroamérica.
- Buckland, H; Garmilla, A; Murillo, D. & M. L. Silva-Flores. (2018). La revolución digital ante los grandes retos del mundo. Barcelona: ESADE Instituto de Innovación Social
- CISAI. (2021). Mapas sistemicos del proyecto "Bordando Alianzas". Disponible en:  
<https://bordandoalianzas.org/mapas-sistemicos/>
- Conway, M., & Dávila, J. A. (2018). Modelando el emprendimiento social en México (1st ed.; M. Conway & J. A. Dávila, Eds.). Ciudad de México: LID Editorial. ISBN: 978-607-9380-79-3
- Defourny J. & Nyssens M. (2021) Social Enterprise, Welfare Regimes and Policy Implications. Social Enterprise in Western Europe: Theory, Models and Practice. New York: Routledge. Taylor & Francis Group. DOI: 10.4324/9780429055140-50, Pp. 351-357
- Del Cerro, J. (2020) México: 10 Emprendedores Sociales. Editorial LID.
- DELOITTE. (2020). Social Franchising: Why the International Donor and Impact  
Disponible en: <https://www.esade.edu/faculty-research/es/instituto-de-innovacion-social/publication/la-revolucion-digital-ante-los-grandes-retos-del-mundo>
- DISRUPTIVO.TV. (2020). 1er Censo Empresas Sociales México 2019. <https://disruptivo.tv/censo/>
- Ibarra C., (Tesis doctoral). (2021). La alineación ingresos-misión en las empresas sociales y su incidencia en la legitimidad pragmática percibida por grupos de interés. Facultad de Contaduría y Administración. UNAM.
- Investing Community Should Pay Attention to Social Franchising. DELOITTE. Disponible en:  
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/about-deloitte/us-deloitte-sf-white-paper-one.pdf>
- Jonker, J. & Faber, N. (2021) Organizing for Sustainability: A Guide to Developing New Business Models. Palgrave Macmillan. ISBN 978-3-030-78156-9 ISBN 978-3-030-78157-6 (eBook). <https://doi.org/10.1007/978-3-030-78157-6>
- Lara, G. (2018). Gestión de empresas sociales. México: Porrúa, ISBN: 9781449268022
- ODAID. (2017). Teoría de cambio y gestión para ONGs. PM4NGOS. Disponible en: <https://www.odaid.org/wp-content/uploads/2021/02/TeoriadelCambio.pdf>
- Portales, L. (2019). Social Innovation and Social Entrepreneurship. Fundamentals, Concepts, and Tools.  
<https://doi.org/10.1007/978-3-030-13456-3>

- Rangan, V. K. & Gregg, T. (2018). Business at the Base of the Pyramid: Understanding Impacto and Impact Evaluations. Harvard Business School. ID: 518057
- Schwab Foundation. (2017). Beyond Organizational Scale : How Social Entrepreneurs Create Systems Change (Issue May). WEF.  
[https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Schwab\\_Foundation\\_Systems\\_Report\\_2017.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Schwab_Foundation_Systems_Report_2017.pdf)
- Silva-Flores, M. L., & Ladron de Guevara-Jimenez, M. (2019). Social Innovation Policies: A Way Through Consolidating Emerging Innovation Infrastructures. *Innovation Journal*, 24(3), 1–19.
- Silva-Flores, M.L. & Pedroza, A.R. (2018). Social Innovation: A Social Shared Competence. *Education in the knowledge society*, ISSN-e 2444-8729, ISSN 1138-9737, Vol. 19, Nº. 2, pp. 47-62
- The Franchise Company – Social Franchise UK (United Kingdom). Disponible en:  
<https://www.franchisecompany.co.uk/social-franchising/>
- Valdés Medina, F. E., & Saavedra García, M. L. (2019). Análisis Crítico Sobre El Uso del SROI en la Evaluación del Impacto Social en Iniciativas de Emprendimiento Social: Caso México. *Ad-Minister*, 35, 53–76. <https://doi-org.ezproxy.iteso.mx/10.17230/Ad-minister.35.2>