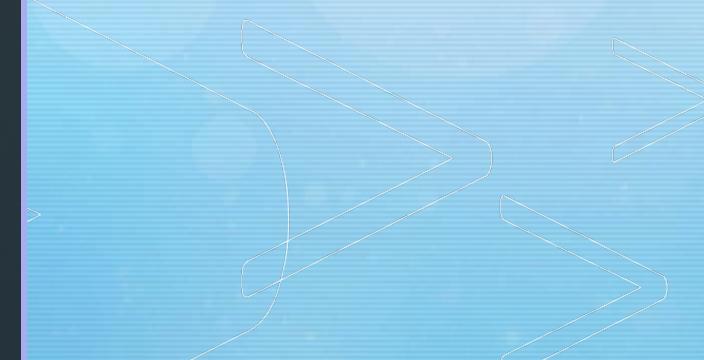


4ta clase, 13 de septiembre, 2022.

Emprendedorismo e innovación.

Unidad 2: LA INDUSTRIA Y EL AMBIENTE DONDE SE EMPRENDE E INNOVA.



► Sobre la visión intrínseca...

Según Peter Senge (*):

«Cuando la gente descubre esa visión intrínseca siente interés genuino, se compromete con naturalidad. Está rebosante de energía y entusiasmo. Persevera, aún ante frustraciones y contratiempos, porque está haciendo lo que desea hacer en la vida»

(*) Autor de “La quinta disciplina”, Ed. Granica, Barcelona 1995



LA AGENDA DEL DÍA:

- *Parcial de la Unidad 1.*
- Unidad 2.





Recursos: las competencias evaluables y por aprender:

Confedi (2006) conceptualiza la competencia como la capacidad de articular eficazmente un conjunto de esquemas (estructuras mentales) y valores permitiendo movilizar (poner a disposición) distintos saberes, en un determinado contexto con el fin de resolver situaciones profesionales (de la ingeniería, ciencia-tecnología, de la vida cotidiana y de la sociedad). Es decir, el elemento central para desarrollar competencias pasa por la movilización, articulación e integración de los saberes conocer, hacer y ser, en un determinado contexto.

U2: *La industria y el ambiente donde se emprende e innova.*

El programa:



U2a: Los cuatro impactos requeridos en los proyectos.

U2b. Emprendimientos e innovaciones sostenibles.

Materiales en el aula abierta.





El programa:

Empresas con propósito. Certificaciones. El impacto económico, social, ambiental y cultural. El paradigma de la Coopetencia y la visión Glokal. El cuidado de los recursos, la integración de las personas vulneradas, la identidad cultural y la generación de beneficios económicos.

*U2: La industria y el ambiente
donde se emprende e innova.*

El programa:

Casos emprendedores, empresas.
Experiencias con impacto en las
políticas públicas. Visitas de
referentes. Salidas institucionales.
Ser la mejor empresa del mundo
vs Ser la mejor empresa para el
mundo.

PARRAFO					
ESTADOS					
5º	Viernes 16	8-13h	Visita a TRICLO COSMOS , experiencia de producción biodinámica, Lavalle.	Unidad 2: la industria y el ambiente donde se emprende e innova.	Salida para conocer proyectos, emprendedores, instituciones que impactan en el ambiente, la cultura, la economía y en lo social.
6º	Martes 20	8h a 13h	Salida a Junín Punto Limpio (Pergamino s/n, M5573, Los Barrales, Junín). Reunión con Técnicos del Centro de formación de emprendedores y conocimiento de instalaciones, sus productos y experiencias. Luego, nos dirigimos al PASIP.	Unidad 2: la industria y el ambiente donde se emprende e innova. Vencimiento de la entrega del TP 2: miércoles 28/09. Herramientas solicitadas: respuestas y Matriz de ponderación de procesos e impactos, Lean canvas, Círculo de oro y Pirámide de Maslow. Técnicas de creatividad e innovación.	2º Trabajo Práctico (en adelante TP2): • Grupal: ¿Conozco los impactos de las propuestas similares a nuestro proyecto? ¿Encuentra riesgos en sus procesos del proyecto? ¿Dónde averiguamos los requerimientos técnicos y legales de la gestión ambiental? ¿Puede planificarse la gestión ambiental en el proyecto? ¿Conoce cuál es el propósito (el para qué?) e impacto principales de cada uno de los proyectos del cursado este año?

			Facultad de Ingeniería – Universidad Nacional de Cuyo Asignatura: Emprendedorismo e Innovación – 2022 Carrera: Ingeniería Industrial Documento: ANEXO p2_CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES Docente responsable y Contacto: Prof. Mónica E. García Tello: emprendinn.uncu@gmail.com		
7º	Martes 27	08:30 a 12:30 h	Mónica García Tello. Visitas del Programa de Prácticas Sociales Educativas de Extensión Universitaria. Invitados: Paulina Becerra, Dario Codner, ecosistema nacional, UNQ, Florencia Clemente y Martín Abreu, UCU, ecosistema regional. Y referente de Entre Ríos.	U3: De la oportunidad a la ejecución. Herramientas: índice de condiciones sistémicas para el emprendimiento dinámico de Prodem Latam , de Uruguay y de Chile, mapa de propuesta de valor, canvas , Lean canvas , mapa de empatía, mapa del viaje del cliente, Scamper , pitch. Materiales de estudio: Capítulo 4 del libro El	3Aº Trabajo Práctico (en adelante TP3): • Individual: ¿Cómo armo mi ecosistema personal y profesional? ¿Qué valor brindo en el ecosistema de mis colegas y comunidad de pertenencia? ¿Qué estrategia uso y puedo mejorar en cada vínculo en mi ecosistema?

► PSE y la extensión: espacios de impacto: 27/9.



La industria y el ambiente donde se emprende e innova.



La Carta de la Tierra puede ayudar a avanzar tres objetivos educativos fundamentales

Concienciación

Aplicación de valores

Llamada a la Acción

- Problemas ambientales
- Problemas sociales
- Problemas económicos

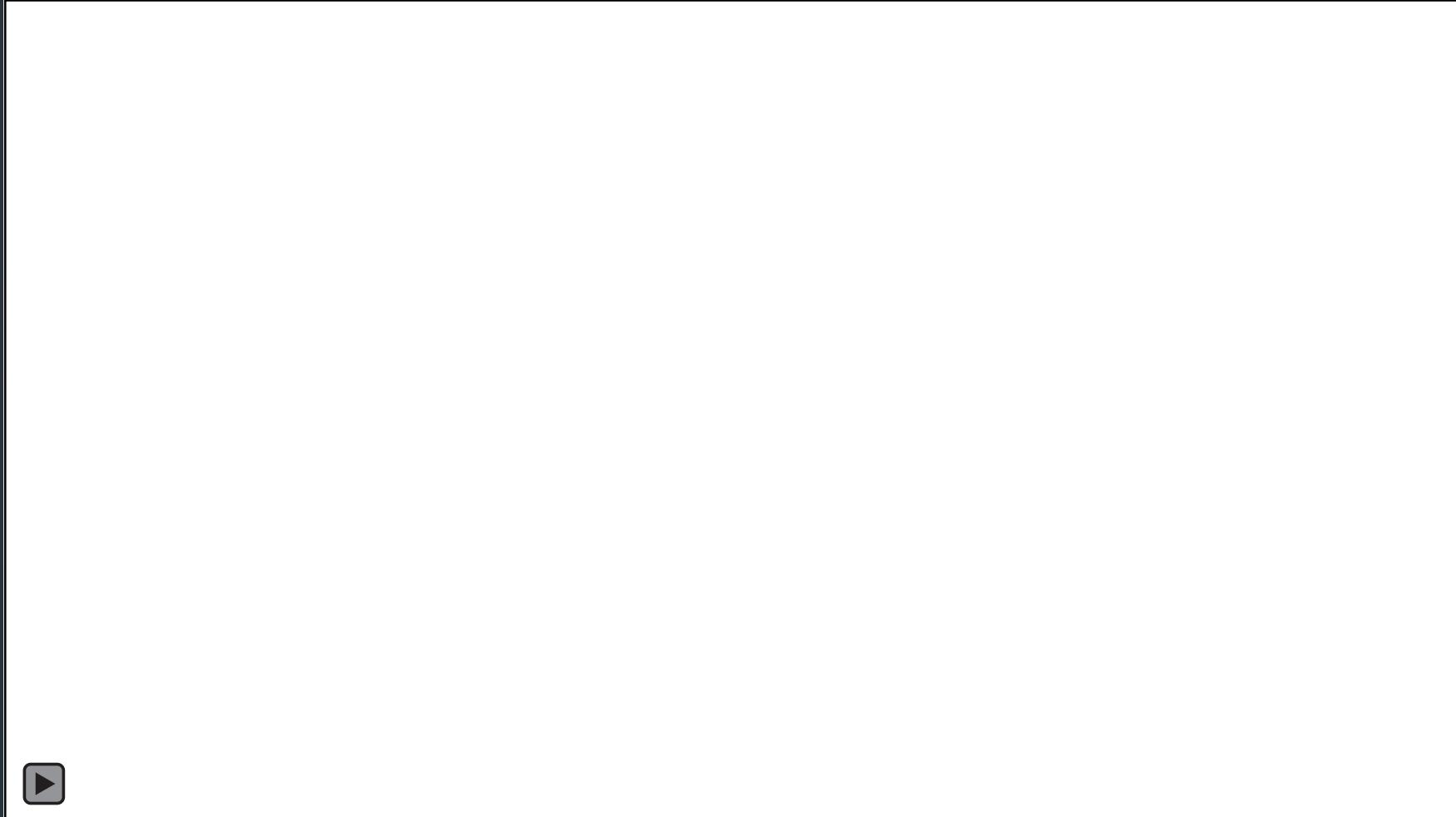
- Principios guía

- Creación de sociedades:
 - Sociedad civil
 - Negocios
 - Gobiernos

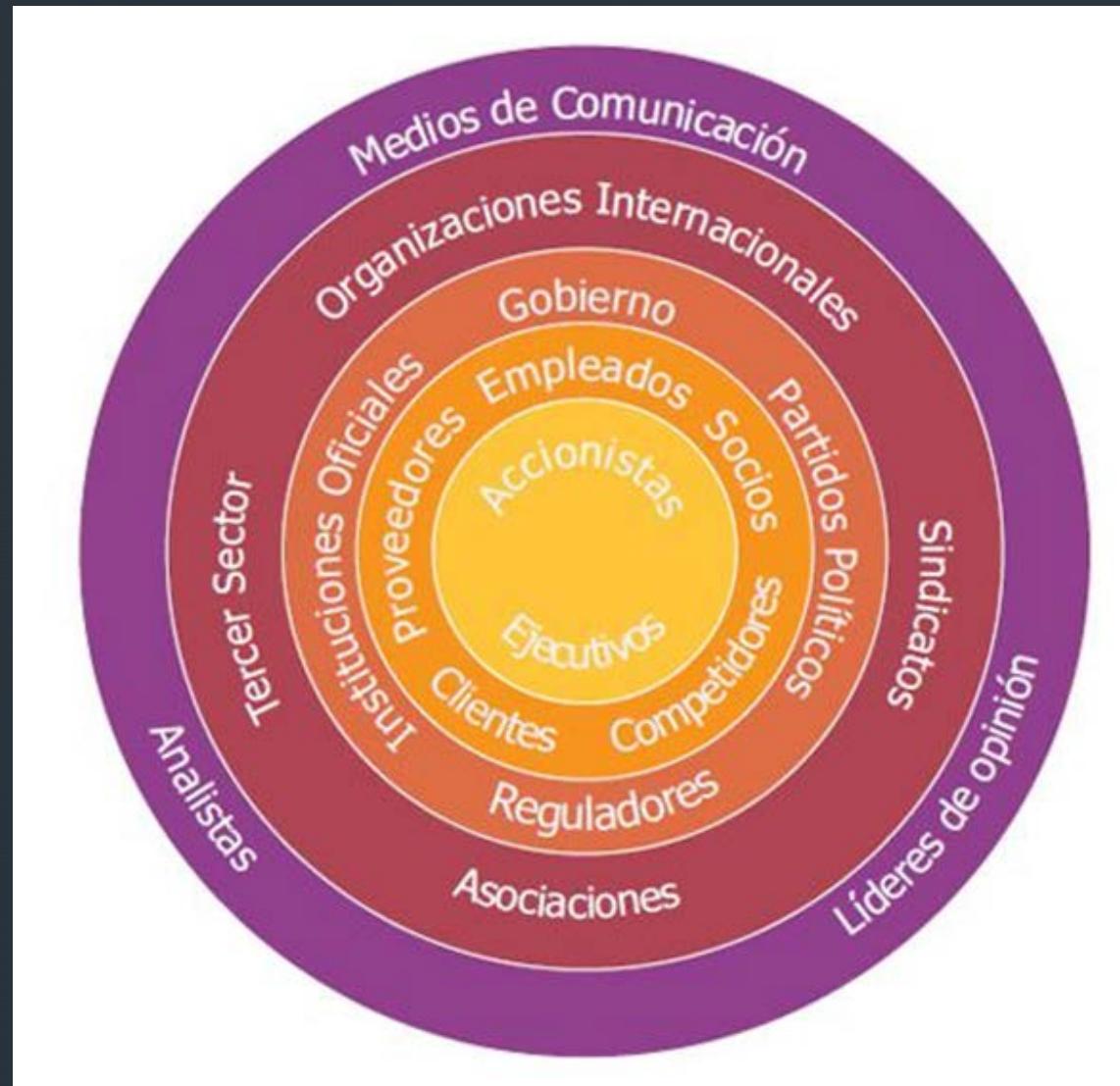




Empresas con propósito.



¿En quiénes impacta el emprendimiento innovador?



▼ *Fuente: Teoría de los Stakeholders de Freedman, por Lic. Mariana Urbancic, 2019.*

"Stakeholder" = **parte interesada** (del inglés *stake*, apuesta y *holder*, poseedor). Se puede definir como cualquier persona o entidad que es afectada o concernida por las actividades o la marca de una organización, como los trabajadores de esa organización, sus accionistas, las asociaciones de vecinos afectadas o ligadas, los sindicatos, las organizaciones civiles y gubernamentales, que se encuentren vinculadas, etc., es decir, todos aquellos individuos cuyos objetivos dependen de lo que haga la organización y de los que, a su vez, depende la organización.

El desafío de impactar (=compromiso):



Emprendimiento sostenible (Crane y Matten, 2010):



- Expresión directa de la ética empresarial o de los negocios, sobre la distribución justa de la riqueza, la integración y la transparencia, la generación de bienes públicos, la dignidad, entre otros.

El desafío de impactar:

- Triple Impacto es el nuevo juego de los negocios y del desarrollo empresarial, basado en 3 pilares: el valor económico, es decir, la búsqueda de la rentabilidad; la mirada social vinculada a la inclusión y la equidad y el impacto ambiental que generan las actividades económicas y productivas.
- *Este paradigma promueve el desarrollo de empresas “con rostro humano” comprometidas con ser mejores empresas para sus empleados, proveedores, clientes y la comunidad en su conjunto.*
- Para ello, adoptan un estilo de gestión empresarial que contribuye a la consolidación de valores humanos, sociales y ambientales; asumiendo el desafío de medir el impacto de sus acciones.

Certificaciones.





Lab

Se está produciendo un cambio histórico de la cultura mundial para aprovechar el poder de las empresas para ayudar a abordar los mayores desafíos de la sociedad.

Sobre

[Acerca de B Corps](#)

[Cuentos](#)

Certificación

[Sobre la Certificación](#)

[Preguntas frecuentes](#)

[Requisitos de certificación](#)

[Cuerpo B pendiente](#)

[Multinacionales y Empresas Públicas](#)

[Requerimientos legales](#)

[Biblioteca de recursos](#)

[Inicio de sesión de evaluación](#)

B Economía

[Acerca de la economía B](#)

[B Evaluación de impacto](#)

[B Análisis](#)

[Gobernanza de la empresa de beneficios](#)

[Gerente de acción de los ODS](#)

[Constructores de movimiento B](#)

[Capitalismo de las partes interesadas](#)

Para B Corps

[Recursos para B Corps](#)

[B Colmena](#)

[B trabajo](#)

[B Locales](#)

[Justicia climática](#)

[Recursos contra el racismo](#)

[Retiro de campeones](#)

Directorio de B Corp

[Buscar en el directorio de B Corp](#)

Laboratorio B

[Acerca de B Lab](#)

[Socios Globales](#)

[Financiadores y finanzas](#)

[Estándares y gobernanza](#)

[Carreras en B Lab](#)

[Problemas controversiales](#)

Contacto

[Quejas](#)

[prensa](#)

[Contáctenos](#)

Sitios regionales

[Europa](#)

[America latina](#)

[Australia y Nueva Zelanda](#)

[este de Africa](#)

[Reino Unido](#)



Trabajadores

[Creating an Employee Handbook](#)[Worker Benefits](#)[Employee Wellness](#)[Employee Engagement and Metrics](#)[Health and Safety](#)

Medio Ambiente

[Renewable energy resources](#)[Calculating Greenhouse Gas Emissions](#)[Monitoring Water use](#)[Workplace recycling guide](#)[Monitoring Hazardous, Nonhazardous waste](#)

Comunidad

[Community Service Programs](#)[Worker Training Education Program](#)[Creating a Supplier Survey](#)[Evaluating Suppliers and Distributors](#)[Local Purchasing Policy](#)

Gobernanza

[Implementing Financial Controls](#)[Stakeholder Engagement](#)

Prácticas implementadas

Área de impacto	Práctica	Aumento en puntuación	Puntuación total
	Comenzó a utilizar Estándares de Reportes Financieros (NIF) para sus reportes financieros.	+0.6	92.3
	Además de capacitaciones técnicas y de lenguaje, la empresa reembolsó matrículas para empleados en los últimos doce meses.	+1.2	93.4
	La empresa mandó un cuestionario a sus Proveedores Significativos, pidió reportes de sus prácticas sociales y ambientales, y las certificaciones que tienen.	+1.5	94.9
	La empresa realizó una encuesta para obtener retroalimentación sobre las prácticas sociales y ambientales y preguntó la comunidad sobre sus necesidades y cómo podía colaborar. Como resultado, la empresa solicitó a sus empleados ser respetuosos con los vecinos e instaló luminarias en una escuela cercana para mejorar la seguridad del área en la noche.	+3.0	97.9

	seguridad del área en la noche.		
	La empresa entregó tiempo y donaciones a escuelas y organizaciones sin fines de lucro.	+2.3	100.2
	La empresa tiene una norma escrita de reciclaje.	+0.6	100.8
	La empresa ocupa una agencia independiente de reciclaje y fertiliza el lugar con abono orgánico.	+0.5	101.3
	Y varias prácticas más.	+4.4	105.7

Puntuación inicial: 91

+14

PUNTUACIÓN
DE IMPACTO B DE
105

Natura, empresa B, utilizan la fuerza del mercado para dar solución a problemas sociales y ambientales (Honeyman, 2014).

Nuestra forma de hacer productos



Seguro para vos y el medio ambiente



Sin pruebas en animales



Compromiso con el clima



Ingredientes naturales



Cuidado desde el origen



Envase ecodiseñado

Usamos solamente ingredientes seguros, según los criterios de la ciencia internacional.

No testeamos ni compramos insumos o ingredientes que hayan sido probados en animales.

Neutralizamos el carbono desde la extracción de ingredientes, hasta el descarte del producto y actividades fabriles.

Tecnología y rendimiento, con ingredientes de origen natural, renovable y de la sociobiodiversidad amazónica.

Prácticas sostenibles, oportunidad de ingresos y desarrollo social de pequeños productores.

Envases estéticos y funcionales, hechos con materiales reciclados posconsumo y de origen renovable.

5 minutos: pausa activa.



▼

5 minutos: pausa activa.



- Hoy la propuesta es
1. Encontrar al compañero que menos conozco, lo saludo, me presento, lo escucho.
 2. Elijo con él un ejercicio para la mente y el cuerpo que genere bienestar, lo realizamos.
 3. Cada uno le comenta al otro por qué eligió la canción que propuso en la playlist.
 4. Cada uno piensa en un chiste (si no se le ocurre puede elegir de la web) y se lo cuenta o muestra al otro.
 5. Puesta en común de la experiencia.

MATRIZ DEL BIEN COMÚN 5.0

VALOR	DIGNIDAD HUMANA	SOLIDARIDAD Y JUSTICIA	SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL	TRANSPARENCIA Y PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA
GRUPO DE INTERÉS				
A: PROVEEDORES	A1 Dignidad humana en la cadena de suministro	A2 Justicia y solidaridad en la cadena de suministro	A3 Sostenibilidad medioambiental en la cadena de suministro	A4 Transparencia y participación democrática en la cadena de suministro
B: PROPIETARIOS Y PROVEEDORES FINANCIEROS	B1 Actitud ética en la gestión de recursos financieros	B2 Actitud solidaria en la gestión de recursos financieros	B3 Inversiones financieras sostenibles y uso de los recursos financieros	B4 Propiedad y participación democrática
C: TRABAJADORES	C1 Dignidad humana en el puesto de trabajo	C2 Formalidad de los contratos de trabajo	C3 Promoción de la responsabilidad medioambiental de los trabajadores	C4 Transparencia y participación democrática interna
D: CLIENTES Y OTRAS EMPRESAS	D1 Actitud ética con los clientes	D2 Cooperación y solidaridad con otras empresas	D3 Impacto ambiental del uso y de la gestión de residuos de los productos y servicios	D4 Participación de los clientes y transparencia de producto
E: ENTORNO SOCIAL	E1 Propósito e impacto positivo de los productos y servicios	E2 Contribución a la comunidad	E3 Reducción del impacto medioambiental	E4 Transparencia y participación democrática del entorno social

El paradigma de la Coo-petencia y la visión Glokal.

- *Generar empleo,*
- *Cuidar los recursos naturales,*
- *Integrar personas vulneradas,*
- *Poner en valor la identidad cultural y*
- *Lograr ganancias económicas con equilibrio.*



- Cuádruple impacto:



Ejercicio:

¿Cuáles ODS nos movilizan personalmente y en grupo?

La idea del proyecto grupal,
¿Cuáles ODS busca lograr?





Los objetivos de desarrollo sustentable:



Ejercicio: analizar y proponer, para el proyecto grupal.

Meta	Indicador	Iniciativas
5.5 Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisarios en la vida política, económica y pública.	Mujeres en posiciones de liderazgo/Posiciones de liderazgo	Programas de formación en liderazgo femenino Políticas de incorporación/promoción con perspectiva de género

Emprendimiento social sostenible:

- DESARROLLO SOSTENIBLE:



- Proceso que trata de satisfacer las necesidades económicas, sociales, culturales y ambientales de la actual generación, sin poner en riesgo, la satisfacción de las mismas para generaciones futuras. (ONU, 1987)



Emprendimiento con innovación (Julien y Molina, 2012):

- DESARROLLO SUSTENTABLE:
 - Proceso en el cual se preservan, conservan y protegen sólo los Recursos Naturales para el beneficio de las generaciones presentes y futuras sin considerar necesidades sociales, políticas ni culturales del ser humano. (Brundtland, 1987)



Emprendimiento sostenible (Martín y Binder, 2017):

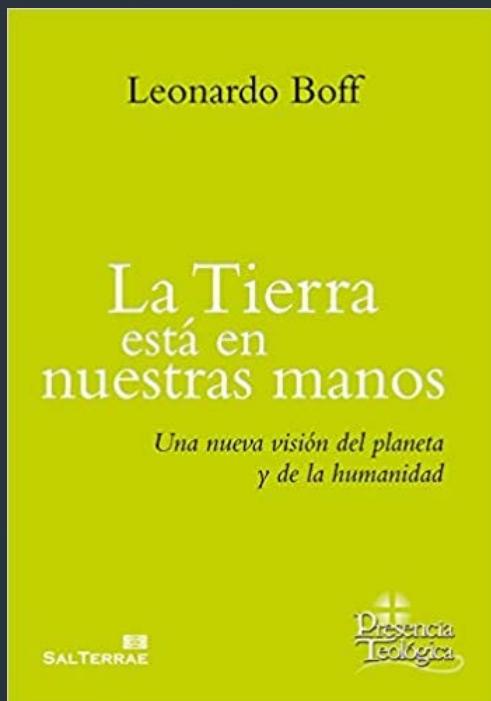
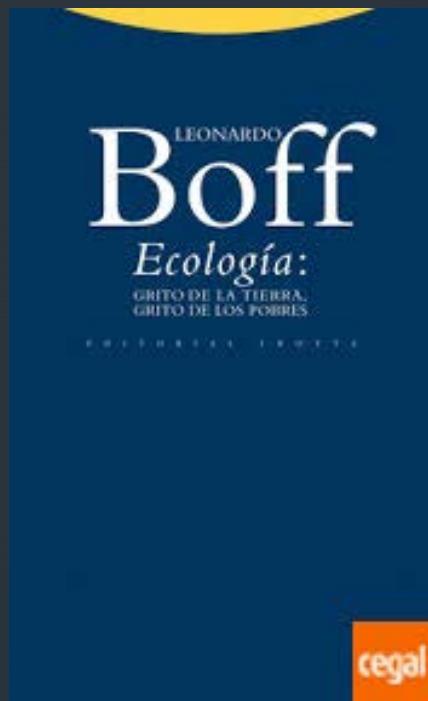
- Sentido y propósito, que se refleja en la cuenta de triple resultado, como característica fundamental:
- Aquel que persigue un enfoque de triple resultado: económico, social y ecológico (ambiental).



El cuidado de los recursos: datos de la realidad.

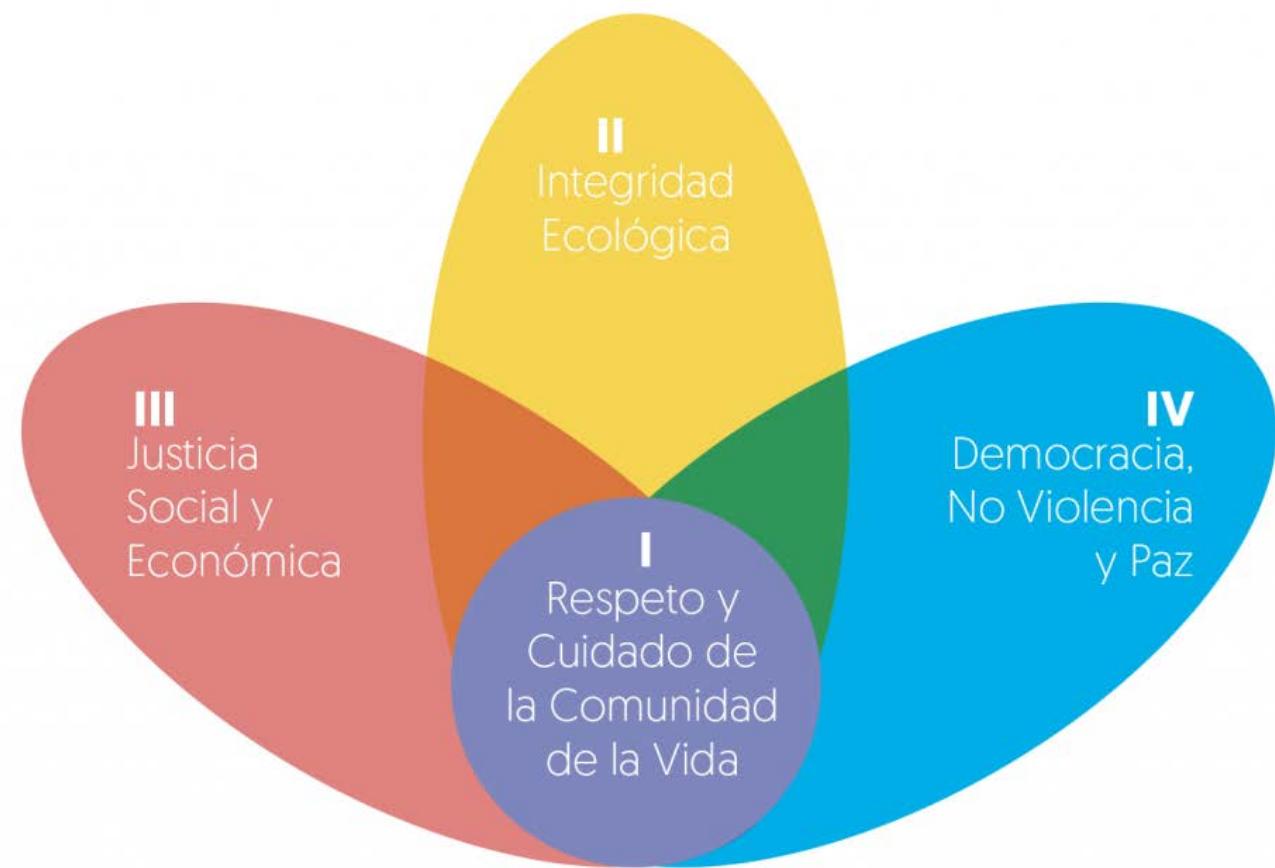
- En 2020, los **multimillonarios** del **mundo agregaron \$ 2 billones** a su riqueza colectiva, mientras que la pobreza extrema comenzó a aumentar por primera vez en 20 años.
- La ONU predice que tenemos **sólo 9 años** para evitar los impactos climáticos irreversibles.
- Se estima que **30 millones de personas** están esclavizadas en trabajos forzados.
- Se estima que anualmente se desperdician **1.300 millones de toneladas** de alimentos, ya que 2.000 millones de personas padecen hambre y desnutrición.

La cultura del cuidado:

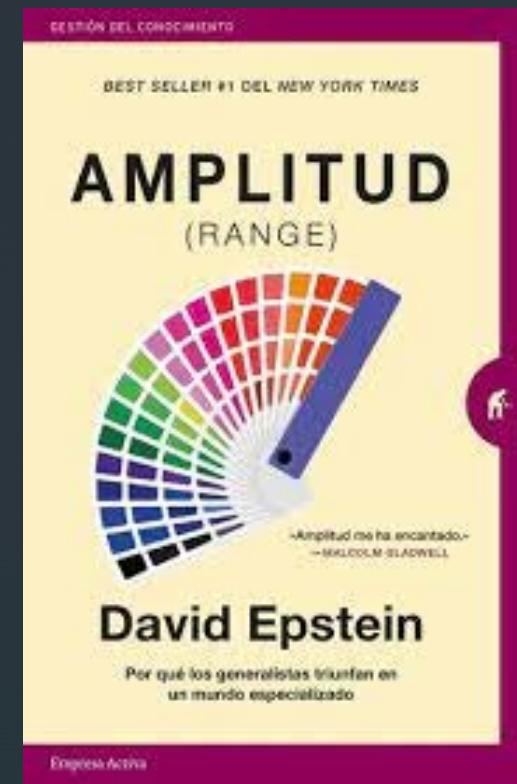
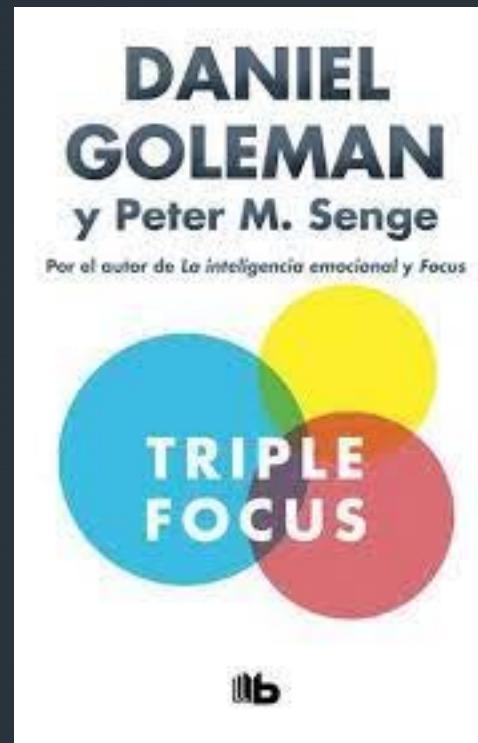
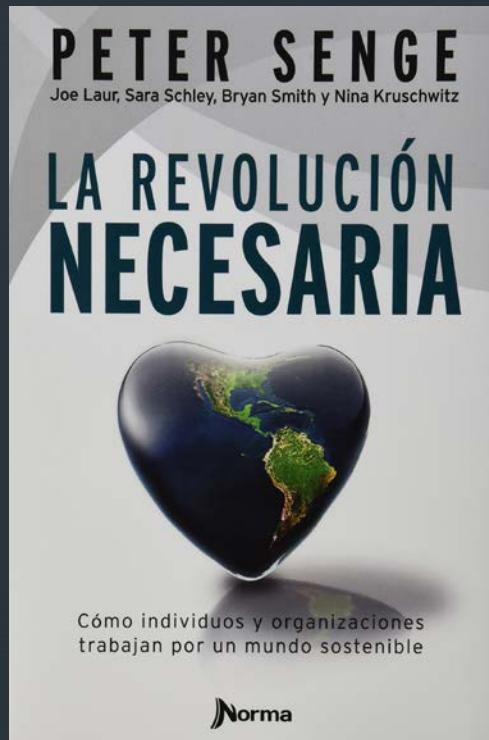




- Lo importante: planificar y gestionar procesos organizacionales con conciencia, responsabilidad y sentido universal.



Todos: las personas, las comunidades y el planeta.



‘¿Cuál es el mensaje de la Tierra para la humanidad?’

- El paradigma crítico: crecer vs Desarrollar capacidades productivas.



El 1% de la humanidad, posee el 45%
de la riqueza de la humanidad.

“Bienestar, para todos”

- El 50% de la humanidad,
posee personalmente el 1%
de la riqueza de la humanidad.

La integración de las personas vulneradas



Ximca, con reciclado e inclusión

La firma mexicana forma parte del movimiento de empresas B. Apuesta a un compromiso del consumidor con la maravilla de zapateros.

Con impacto.
Presentador "Vivir"

Productora: Realizaciones B (2003).
Música: Juanes, "Presentación".
Compañía: Ximca. Los zapatos se producen entre quienes casi 100 por ciento tienen discapacidad y
Buenos Aires y su gente.
www.ximca.com.ar/producción.html
www.juanes.com.ar/

La identidad cultural



La generación de beneficios económicos.



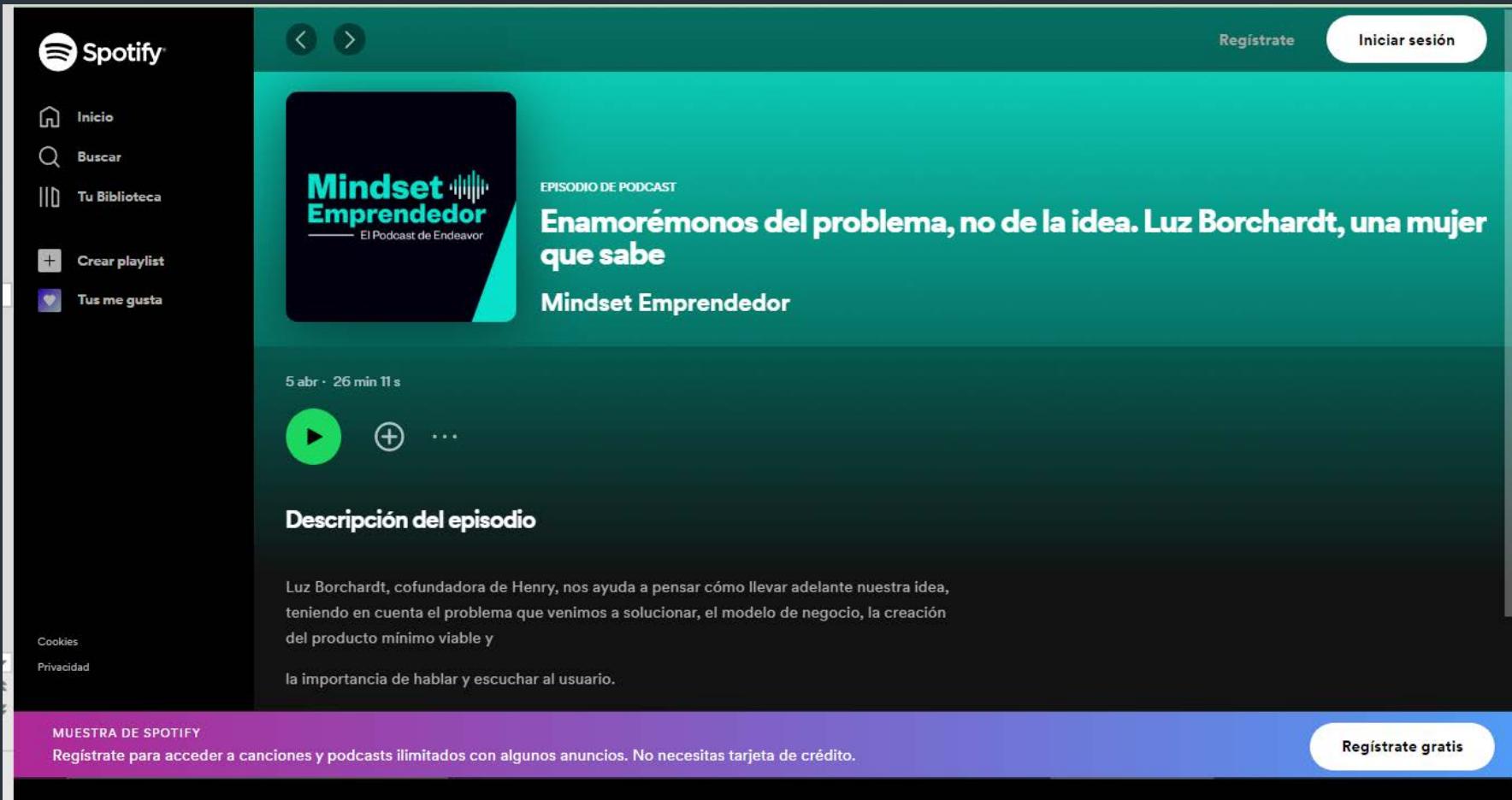
Ejercicio:

- Con su grupo escuche el Postcast.
- Busque información del emprendimiento.

Identifique:

- La industria y el ambiente donde emprende e innova.
- Identifique buenas prácticas emprendedoras e innovadoras.
- Proponga impactos sociales, culturales y ambientales.

<https://open.spotify.com/episode/6TAtW3g96HX6OCD5ZaEfQt>: identifique impactos y ODS



The image is a screenshot of a Spotify web player. The main content area shows an episode of the podcast 'Mindset Emprendedor'. The episode title is 'Enamorémonos del problema, no de la idea. Luz Borchardt, una mujer que sabe'. Below the title, it says 'Mindset Emprendedor'. The episode was published on '5 abr' and has a duration of '26 min 11 s'. There are buttons for play, add to library, and more options. Below the player, there is a 'Descripción del episodio' section with text about Luz Borchardt and Henry. At the bottom of the page, there is a purple banner with the text 'MUESTRA DE SPOTIFY' and 'Regístrate para acceder a canciones y podcasts ilimitados con algunos anuncios. No necesitas tarjeta de crédito.' There is also a blue button that says 'Regístrate gratis'.

Próxima consulta grupal: 14/9.

- 8h Gr 1.
- 8:20h Gr 3.
- 8:40h Gr 5.
- 9h Gr 2.
- 9::20h Gr 4.

Próxima clase: Viernes 16/9.

- 7:45h Nos encontramos en el estacionamiento de la facultad.
- 8h salimos a la Finca Cosmos, Villa Tulumaya, Lavalle.
- Organicen movilidad y avisen.
- Lleven recursos para la merienda.
- Regresamos a las 14h.

Próxima clase: 20/9.

- 7:45h Nos encontramos en el estacionamiento de la facultad.
- 8h salimos a Junín y a San Martín.
- Regresamos a las 14h.

Preparación.



Recursos.

Búsqueda.



Oportunidades.

Enfoque.



Propuesta de valor.

En suma y resumen:
El proceso de innovar y emprender.

