



Resumen ejecutivo

Social UP - Design Thinking como herramienta para la sostenibilidad de las empresas que forman la economía social es un proyecto cofinanciado por la Unión Europea en el marco del programa Erasmus +, coordinado por *DesignThinkers* UK. El objetivo del proyecto es desarrollar un conjunto de materiales basados en el Design Thinking (DT) que contengan herramientas prácticas y material educativo que proporcione a los dueños y empleados de las empresas que forman la economía social los conocimientos necesarios para: 1. Ser conscientes sobre lo que es el Design Thinking y cómo se usa; y 2. usar el enfoque del Design Thinking dentro de las empresas que son parte de la economía social. El proyecto sigue las tres fases del enfoque del Design Thinking: inspiración, ideación e implementación.

El objetivo de la fase de inspiración fue investigar a tres niveles: 1. las necesidades y desafíos internos de las empresas que son parte de la economía social; 2. los métodos y herramientas existentes que podrían ser de interés estas empresas en la creación de impacto social y 3. cómo mejorar su potencial en la resolución de problemas y de innovación como base para el desarrollo de material didáctico centrado en el Design Thinking. La extensa investigación se realizó en cuatro países del proyecto, Reino Unido, Finlandia, España y Grecia.

Sobre la base de la investigación cuantitativa y cualitativa, los datos se obtuvieron tras una intensa revisión bibliográfica, una encuesta online, distintas entrevistas a experto/as en la materia y debates en grupos focales. En total, 99 empresas sociales y participaron en la encuesta online, 26 expertos en Design Thinking y 56 participantes compartieron sus puntos de vista en el marco de 5 debates grupales celebrados durante la primavera de 2017.

Las principales conclusiones parten de las características multidimensionales de las empresas que forman la economía social. Sus características, el enfoque, el entorno empresarial y las expectativas futuras varían entre las distintas las empresas estudiadas que son parte de la economía social y entre los países del proyecto. Sus retos internos clave son los siguientes: falta de comprensión comercial y de modelos comerciales viables; falta o escasa capacidad empresarial y de gestión; alta dependencia del sector público; baja competitividad e inciertas perspectivas de crecimiento. Otras barreras o restricciones para el crecimiento de las empresas en el marco de la economía social incluyen la percepción negativa del concepto de "empresa social", falta de apoyo especializado para su desarrollo empresarial y dificultades de acceso a financiación y a otros mercados.

Las empresas que forman la economía social valoraron necesidad de desarrollar enfoques para alcanzar un crecimiento empresarial sostenible, la ampliación de su marca y la mejora en la comercialización de productos y servicios. El interés de aprender más sobre el Design Thinking ha sido muy alto en todos los países socios, ya que percibieron el potencial del enfoque del DT centrado en las personas para abordar problemas complejos y para fomentar el desarrollo empresarial y el impacto social.

Los empresarios y empleados de las empresas que forman la economía social y los interlocutores sociales tienen relativamente poco conocimiento y experiencia en los procesos, herramientas y métodos de DT, por lo que el desarrollo de material didáctico mejoraría el desarrollo de un crecimiento sostenible de sus negocios. La clave es centrarse en la facilitación de la aplicación práctica de los métodos y herramientas de DT en sus organizaciones y usar los ejemplos de casos disponibles para demostrar las ventajas del pensamiento de diseño en el contexto empresarial de la economía social.



Como conclusiones de la fase de inspiración y como base para el desarrollo del Marco Metodológico de la Guía de Campo para el uso del Design Thinking en las empresas que conforman la economía social señalamos las siguientes:

- *Subrayar la importancia de concienciación sobre lo que es el Design Thinking y su potencial en la construcción y mejora de organizaciones innovadoras, cultivando el espíritu emprendedor y la competencia para los empresarios y empleados de empresas que trabajan en el marco de la economía social;*
- *El Enfoque de educación y aprendizaje de Design Thinking que se propone se basa en la educación de adultos, el aprendizaje basado en problemas y en desafíos y aprendizaje basado en competencias;*
- *El Kit de herramientas de Design Thinking combinará la teoría y la práctica facilitando el uso de herramientas, métodos y procesos para crear y establecer modelos de negocio sostenibles;*
- *Como resultado del uso del Toolkit Design Thinking se propone desarrollar la comprensión individual sobre cómo el diseño centrado en el ser humano puede ayudar a identificar formas de integrar la innovación social en las empresas de la economía social, abordando sus problemas clave y generando impacto social.*