

Tabla de Contenido

1. INTRODUCCIÓN	1
2. CONTEXTO	3
2.1 ANTECEDENTES	3
2.1.1 HISTORIA DE LA INNOVACIÓN SOCIAL	3
2.1.2 PERSPECTIVAS ACTUALES DE INNOVACIÓN SOCIAL	4
2.1.3 DISCUSIÓN ACTUAL SOBRE INNOVACIÓN SOCIAL	7
2.2 INNOVACIÓN SOCIAL EN CHILE	8
2.2.1 FOMENTO A LA INNOVACIÓN SOCIAL EN EL SECTOR PÚBLICO	8
2.2.2 FOMENTO A LA INNOVACIÓN SOCIAL EN EL SECTOR PRIVADO	12
2.3 AMBIENTE EDUCATIVO DE LA FCFM PARA LA INNOVACIÓN Y EL EMPRENDIMIENTO EN PREGRADO	13
2.4 INNOVACIÓN SOCIAL EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR	14
2.5 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	16
3. MARCO CONCEPTUAL	20
3.1 ELEMENTOS PRINCIPALES DE LA INNOVACIÓN SOCIAL	20
3.2 ETAPAS DE INNOVACIÓN SOCIAL	20
3.3 FACTORES DE INNOVACIÓN SOCIAL EN EDUCACIÓN SUPERIOR	21
4. OBJETIVOS	26
5. METODOLOGÍA	27
5.1 MUESTRA	27
5.2 MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	27
5.2.1 ENTREVISTAS	27
5.2.2 DOCUMENTOS	28
5.3 ANÁLISIS DE DATOS	28
5.4 SESGOS Y LIMITACIONES	29
5.5 PRESENTACIÓN DEL AUTOR	29
6. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN	31
6.1 HISTORIA DE PROYECTO GRANADA	31
6.2 CLAVES PARA IMPULSAR LA INNOVACIÓN SOCIAL EN LA FCFM	34
6.2.1 “UNA MINA DE ORO BAJO NUESTROS PIES”: LA MOTIVACIÓN E INICIATIVA DE LOS INTEGRANTES DE LA FCFM PARA VINCULARSE CON EL MEDIO	35
6.2.2 DIAGNÓSTICO DE PROYECTO GRANADA: LOS ESTUDIANTES SON ALTAMENTE CAPACES DE HACER INNOVACIÓN SOCIAL, PERO HOY NECESITAN ESTÍMULOS Y HABILIDADES COMPLEMENTARIAS PARA LOGRARLO	37

6.2.3 LA OPORTUNIDAD DE ACTUALIZAR LA ESTRATEGIA INSTITUCIONAL EN EL ROL PÚBLICO Y SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD PARA CONSTRUIR UN LIDERAZGO EN LA FORMACIÓN Y EL IMPACTO DE LOS ESTUDIANTES	39
6.2.4 LA VALIDACIÓN DEL DESARROLLO DE PROYECTOS DE INNOVACIÓN SOCIAL PARA EL DISEÑO CURRICULAR Y LOS INCENTIVOS DOCENTES	42
6.2.5 CONSENSOS EN LA COMUNIDAD PARA UNA VINCULACIÓN EXTERNA ÉTICA Y NUTRITIVA	44
7. DISCUSIÓN	48
7.1 RESULTADOS RELEVANTES	48
7.2 PLANTEAMIENTO DE LÍNEAS DE ACCIÓN	54
7.3 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD	55
7.4 DEFINICIÓN DEL MODELO	59
7.5 PROPUESTA DE IMPLEMENTACIÓN	60
7.6 ALIANZAS INTERNAS	65
8. CONCLUSIONES	67
9. BIBLIOGRAFÍA	68
10. ANEXOS	71
10.1 DIEZ EJEMPLOS DE INNOVACIONES SOCIALES	71
10.2 MODELOS DE FORMACIÓN DE INNOVACIÓN SOCIAL EN UNIVERSIDADES	72
10.2.1 UNIVERSITY OF MICHIGAN	72
10.2.2 HARVARD UNIVERSITY	73
10.2.3 STANFORD UNIVERSITY	74
10.2.4 MIT	75
10.2.5 PENN STATE UNIVERSITY	76
10.2.6 PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE	77
10.3 RESUMEN DE FACTORES EN MODELOS UNIVERSITARIOS DE INNOVACIÓN SOCIAL	79
10.3.1 RESUMEN DE FACTORES DEL MODELO ISUR	79
10.3.2 RESUMEN DE FACTORES DEL MODELO COLAB	82
10.4 PAUTAS DE ENTREVISTAS SEMIESTRUCTURADAS	85
10.4.1 PAUTA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA A INTEGRANTE DE PROYECTO GRANADA	85
10.4.2 PAUTA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA A PROFESOR O AUTORIDAD	86
10.5 CORREOS DE INVITACIÓN A COLABORAR CON EL ESTUDIO	87
10.5.1 PRIMER CORREO DE ENTREVISTAS A INTEGRANTES DE PROYECTO GRANADA	87

10.5.2 PRIMER CORREO DE ENTREVISTAS A PROFESORES O AUTORIDADES	88
10.6 ENCUESTA DE INNOVACIÓN Y EMPRENDIMIENTO EN CURSO EI1102	89