

Universidad del Rosario



Innovación social: una reflexión sobre los beneficios en su implementación en el Estado colombiano.

Seminario de Profundización en Gerencia:
Artículo de Investigación

Ángela J. Camelo Mesa
David Rojas Arámbula

Bogotá
2016

Universidad del Rosario



Innovación social: una reflexión sobre los beneficios en su implementación en el Estado colombiano.

Seminario de Profundización en Gerencia:
Artículo de Investigación

Ángela J. Camelo Mesa

David Rojas Arámbula

Juan David Cortes

Administración de Empresas

Bogotá

2016

TABLA DE CONTENIDO

Resumen	4
Abstract	5
1. INTRODUCCIÓN	6
2. METODOLOGÍA	8
3. PRINCIPALES HALLAZGOS	9
4. CONCLUSIONES	17
5. REFERENCIAS	18

Resumen

La innovación social es un tipo de innovación que promueve la búsqueda de soluciones enfocadas a los problemas que se presentan en la sociedad. Estas soluciones generan además un valor agregado que ayudan al crecimiento del país. En Colombia este tipo de iniciativas han empezado a tener una gran importancia y han empezado a promover condiciones de vida más favorables y justas que buscan generar un beneficio a la sociedad y contribuir al desarrollo del país. A partir de la historia de la innovación social, ejemplos y grandes literatos en la administración y la sociología, comprenderemos la importancia de la innovación en nuestro país.

Palabras Clave: innovación, innovación social, inclusión social, competitividad, responsabilidad social.

Abstract

Social Innovation is a type of innovation that promotes the search of solutions focused on solving problems present in society. These solutions generate an aggregate value that helps the development of a country. In Colombia, these types of initiatives have had a huge relevance and it has beginning to improve the quality of life and promote life choices that are meant to benefit the society and contribute to the development of the country. Throughout history of social innovation, exemplification and well known writer on administration and sociology, we'll understand the importance of innovation on our country.

Keywords: innovation, social innovation, social inclusion, competitiveness, social responsibility.

1. INTRODUCCIÓN

¿Qué es la innovación? La creatividad es uno de los factores más importantes a la hora de desarrollar nuevos productos o servicios. Las empresas deben ser las responsables de fomentar la creatividad en todos sus niveles, llegando así a lo que podría conocerse como una etapa de innovación (Moreno-Moya & Munera-Alemán, 2014). La innovación, es la implementación de un nuevo producto, o la mejora significativa de algún bien, servicio, proceso, modo de mercadeo o incluso un nuevo método de negocio o lugar de negocio (OECD, 2010). Sin embargo, ya no basta con innovar desde solo esta dimensión, se debe hacer desde todos los puntos que rodean la sociedad y la realidad empresarial: procesos, modelos de negocio, cultura, etc. (Rivas, 2015). De esto surge que debemos ser innovadores también de manera social.

La innovación social es abordada por la política científica y tecnológica la cual tiene su origen en la Segunda Guerra mundial y ha estado en función de tener direccionamiento por parte del estado en las sociedades avanzadas. Este desarrollo explicado anteriormente conlleva a que una sociedad avance de manera integral y beneficie a todos los entes de la misma. Además, las implicaciones científicas y tecnológicas contribuyen al sostenimiento social (Dagnino, 2001).

La innovación social agrupa un tipo de actividades y servicios que surgen con el objetivo de satisfacer alguna necesidad social y estas son desarrolladas y difundidas predominantemente por organizaciones cuyos propósitos primarios son sociales (Mulgan, Tucker, Ali & Sanders, 2007). Esto hace que la innovación social tenga una gran acogida en los planes de desarrollo de gobiernos alrededor del globo puesto que esta busca dar solución a las necesidades de la población, mejorando así su calidad de vida.

Sin embargo, iniciativas empresariales, como las relacionadas con desarrollo sostenible o el comercio justo, pueden entenderse como innovaciones sociales (Mulgan, et al., 2007). Además de relacionarse con los objetivos sociales, la innovación social se asocia frecuentemente con iniciativas que parten de la propia sociedad. Desde la apropiación de los productos técnico-científicos disponibles en el mercado hasta las “formas colaborativas” de creación de conocimiento, como las que se han hecho comunes en el desarrollo de software libre, que reunirían a la vez innovaciones en los procesos y en los productos (Nuñez & López, 2008). Lo que responde

también a un bienestar que se verá reflejado en correlación al trabajo y la productividad, por lo cual incide en un gana-gana, no solo para la sociedad, sino para la competitividad del país.

Se podría afirmar que las compañías que logran sobrevivir, o perdurar en el tiempo, son aquellas que son capaces de seguir innovando a medida que corre el tiempo (Bruderl, Preisendorfer & Ziegler 1992; Wagner 1999). Tal como se comporta una compañía, se comporta la sociedad. Por esto debe tratarse a un país de la misma manera, Innovando, sin embargo por la diferencia en propiedades, esta innovación debe ir más allá de lo empresarial, debe ser una Innovación Social.

En resumen, la innovación social son iniciativas o actividades, con un objetivo en común: satisfacer alguna necesidad con un componente social. Además, esta innovación deberá involucrar organizaciones para cumplir con sus objetivos, lo que puede generar a su vez un involucramiento de productos y servicios, lo que llevará finalmente a un bienestar empresarial y social. Este trabajo se propone abarcar todos los beneficios que implica establecer programas de alcance social en un país como Colombia, en donde la inclusión social y la relación que las organizaciones tengan con la responsabilidad social es parte fundamental para la competitividad del país.

2. METODOLOGÍA

Este trabajo está enfocado a la revisión historiográfica de casos en los cuales se hayan implementado procesos de innovación social en diferentes áreas de la sociedad. Esta revisión hará uso de las diferentes herramientas metodológicas adquiridas a lo largo de la carrera para dar cuenta si la innovación social podría ser un proyecto viable para su implementación en Colombia.

Esta revisión hará uso de un proceso deductivo en el cual se revisarán casos en diferentes partes del globo para luego analizar el contexto colombiano, mirando la posibilidad y viabilidad de la implementación de este tipo de procesos en el país.

3. PRINCIPALES HALLAZGOS

Es importante entender que para el desarrollo social de un país, es necesaria la innovación, ya que incide en diversas funciones y procesos organizacionales que proporcionan ventajas en la sociedad. Primero, siendo una variable determinante en el desarrollo de las comunidades en donde se desenvuelve y progresa, y segundo promoviendo la productividad y competitividad. Es en esta última donde las organizaciones son claves para impulsar la responsabilidad social empresarial (Fátima, Baptista & Contreras, 2012).

Un país que tiene problemas sociales y aborda temáticas complejas, puede desarrollar responsabilidad social a partir de nuevas garantías que aseguren una mejor calidad de vida. Por esto, las organizaciones gubernamentales, lucrativas y no lucrativas deben ser una cadena promotora en la creación de políticas públicas. En primera instancia, las organizaciones sin ánimo de lucro requieren aprender de la gestión empresarial, así como el gobierno y las empresas necesitan involucrarse en los problemas sociales que poseen estas organizaciones. Todo este círculo colaborativo sintetiza; las empresas y las organizaciones sin fines de lucro necesitan relacionarse más con el gobierno, generar alianzas siendo básicas con el propósito de no solo generar innovaciones sociales, sino también inversiones socialmente responsables en educación, salud, justicia, preservación de medio ambiente. (Fátima, et al, 2012).

En 1996, en el continente Africano, más específicamente Sur África, se empezó a plantear un proyecto de Innovación social. Este se enfocaba en el cambio de estrategias utilizadas en la innovación social del país y un completo cambio en el Sistema Nacional de Innovación (SNI). Esta aplicación de innovación social encontró varios inconvenientes, como lo eran una forma efectiva de cambiar el SNI, hacer de este un ente representativo en todos los sectores de la sociedad, el cambio de pensamiento de un enfoque en salidas de productos a la innovación etc. En dicha implementación se encontró que un simple asesoramiento y conocimiento sobre proyectos de innovación no es suficiente. (Hart, Ramoroka, Jacobs, & Letty, 2015). Se ve en este ejemplo la necesidad de pasar a la acción y no perderse en el enfoque teórico de la Innovación Social.

La innovación social debe buscar la generación de un ambiente estable en términos de relaciones, creatividad, debe ser amable con el medio ambiente, y con un uso de la tecnología simple pero atractivo, lo que generará a su vez un atractivo para las empresas que estén buscando

un mercado con gran potencial (Edwards-Schachter, Matti & Alcántara, 2012). Es por esto que las empresas juegan un rol importante en la creación de estrategias para la innovación social. Sin embargo, no es de esta manera en que funcionan las sociedades, realmente la Innovación parte de la sociedad y de las propuestas del gobierno y las empresas aprovechan estas oportunidades para potenciar sus negocios. Es así como el gobierno debe brindar estas oportunidades de innovación que deben tener en cuentas las siguientes fuerzas o características. En primer lugar, la tasa de empleo generada, ya que al ser aprovechadas estas estrategias por las organizaciones deben tener un gran impacto bajando los índices de desempleo en la población en donde se aplique. En segundo lugar, el esfuerzo innovador, que mide la cantidad de recursos invertido para lograr la innovación. En tercer lugar, el nivel educativo, tanto el alcanzado después de aplicar la propuesta de innovación como el actual y el requerido para aplicar esta propuesta. En cuarto lugar, el grado de integración social que se necesita para aplicar de manera satisfactoria las propuestas y el que podría ser alcanzado de aplicarlas. En quinto lugar el gasto energético, ya que no solo tienen costos monetarios si no horas invertidas en el proyecto. Y por último, la contaminación generada por aplicar este proceso innovador ya que aun cuando debería ser amigable con el medio ambiente, algunos proyectos siguen generando una huella ambiental, que debería ser más pequeña que los proyectos con poca innovación (Alonso-Martínez, González-Álvarez & Nieto, 2015).

Como podemos evidenciar, se debe generar un equilibrio entre lo brindado por el gobierno en estos proyecto de innovación, con lo brindado por parte de las organizaciones que aplicarían estas propuestas. El gobierno debe brindar las herramientas suficientes para la ejecución de estas ideas y las empresas deben cumplir dando su mayor esfuerzo. De esta manera se puede generar una dinámica de acción para la innovación.

El concepto de innovación social, no es un concepto, es un concepto poco explorado y explotado. Ya ha sido tratado de manera teórica desde hace muchos años, desde 1893 y 1922 en los escritos de Durkheim y Weber. O más adelante en 1982 en el libro de Chambom, David y Devevey "*Les Innovations sociales*" que fue basado en observaciones de propuesta y movimientos ya realizados en la época de los años 60 y los 70 (Baker & Mehmood, 2015). Han habido varios factores que realmente han desencadenado la innovación social en diferentes países, como lo son las necesidades de unos grupos específicos, debido a que el satisfacer estas necesidades se convierte en un factor clave para obtener un desarrollo sostenible, que sería una de las características más importantes en la innovación social (Baker, 2006). Y por otro lado una crisis

de la sociedad en donde obligue a esta a reaccionar de una manera innovadora, dando lugar a una mejor sociedad que supera dicha crisis, es decir, creando innovación social (Gerometta, Häussermann & Longo, 2005).

Sin embargo, ¿Cómo nos acercamos a la innovación social empresarial? Esta es una pregunta que se debe hacer todo empresario con el fin de entender y crear un panorama de innovación. Lo primero que debemos tener en cuenta es que este tipo de innovación está relacionado con el emprendimiento social, cuyo objetivo es generar un cambio social a partir de una clara y significativa contribución a la sociedad, con propuesta innovadoras, menores recursos que los de un emprendedor empresarial y una aversión al riesgo por debajo de la media (Curto, 2012). Para diferenciar si un empresario tiene un enfoque de emprendimiento social o emprendimiento empresarial, es necesario tener varios aspectos en cuenta, como su objetivo altruista, o el papel que jugaría esta innovación en la sociedad, en incluso el tipo de beneficios que generaría (Tan, Williams & T-M, 2005). De esta manera, el emprendimiento social es la generación de valor en la sociedad por medio de la creación de algún tipo de producto, servicio, o proceso novedoso que satisface a la necesidad de la sociedad de mejor forma que la actual, lo que conlleva a un cambio favorable en la sociedad (Gatica, Larenas, Koljatic y Miranda, 2012).

Llegamos entonces a nuestra perspectiva de innovación social en el país colombiano. En donde, si bien existe un auge de emprendedores y de programas para formar estos emprendedores (como lo son los programas de La Universidad de Rosario en Administración). Estos programas se enfocan en el emprendimiento empresarial, por este motivo, son aquellas pequeñas empresas en el sector colombiano, que se dedican a innovar en productos para hacerlos más amigables con el medio ambiente y aportar de esta manera a la sociedad quienes tienen el liderazgo de la innovación social. Un claro ejemplo de este tipo de innovación en Colombia es la empresa Bioestibas. Esta organización antioqueña se dedica a la creación y venta de Estibas ecológicas hechas a partir de los desechos de los tallos de las Hortensias, que de otra manera son incinerados y contaminan el medio ambiente. Esta empresa aprovechó este desperdicio para innovar en un producto, que satisface la necesidad de los clientes de la misma o incluso de mejor manera que las estibas de madera o plástico, y al ser ecológicas y amigables con el medio ambiente genera un cambio favorable en la sociedad. Lo que implica que este emprendimiento social apunta a la innovación social que buscamos en Colombia.

Sin embargo, esta creación de empresas puede verse frenada por las políticas del país, y aún más por la corrupción que exista en el entorno. Aunque para la creación de algunas empresas la corrupción puede servir como facilitador para la apertura de estas organizaciones, para aquellas enfocadas en innovación social es más común que la corrupción tenga un efecto negativo en la creación este tipo de empresas (Luo, 2006). Por este motivo vemos que es necesario favorecer la creación de empresas de carácter social por medio de la creación de entornos socialmente innovadores ya que estos mejoran la sociedad y además la riqueza económica del sector (Alonso-Martínez et al, 2015).

La RSC (Responsabilidad social corporativa) se ha preocupado por temas sociales y medioambientales, que inciden en inversiones, en nuevas pautas de comportamiento de consumo, teniendo un interés creciente en un cambio de sistema de valores, que permite a las empresas resolver los conflictos y distribuir el valor generado entre los diferentes grupos de interés. Esto favorece a que las empresas disminuyan riesgos por un comportamiento socialmente irresponsable, multas u otras sanciones económicas, mejoren su reputación, disminuyen sus costes de financiación y aumente su rentabilidad, bajo una buena gestión en aprovechamiento de recursos y menos efectos nocivos para el medio ambiente (Nieto, 2004).

Las dimensiones que abarca la RSE (Responsabilidad social empresarial) o también denominada RSC, siendo un eje crucial también en la innovación social y proyección constructiva adaptadas a las realidades de la sociedad, se enfoca en tres dimensiones: económica, social y medioambiental. Cada una destaca ítems de acuerdo a sus propósitos. En primer lugar, la dimensión económica se tendrá en cuenta; los clientes, tratamiento de quejas, ampliación de mercado, calidad de productos y servicios, gestión de proveedores, estabilidad de relaciones. En segundo lugar, la dimensión social; trato igualitario a trabajadores, conciliación lo que respecta a familia y trabajo, comunicación y participación de todos los miembros en la empresa o salud laboral. Consecuentemente sus prácticas que generan impacto en la sociedad; creación de empleo, atención a la discapacidad; un claro ejemplo de esta práctica es realizada por Gran estación, un centro comercial ubicada en el noroccidente de la ciudad de Bogotá que emplea a personas discapacitadas para el cargo de vigilancia de sus instalaciones, relaciones con la sociedad. En tercer lugar, la dimensión medioambiental, recoge aspectos como la minimización de los impactos, por ejemplo; el ahorro energético o protección del entorno; de manera general muchos restaurantes o establecimiento en donde se ofrecen bebidas; jugos, malteadas, batidos entre otros han adoptado

por preguntarle a sus clientes si harán uso o no de pitillos, esto lo realizan para disminuir el impacto que genera el plástico en los desechos o desperdicios de basura, su menor uso será mejor, influyendo de manera positivo a reducir la contaminación (Gallardo, Sánchez 2013).

Las empresas en el escenario de la innovación social son promotoras para el desarrollo y sostenimiento de un país, logrando que este sea más competitivo. Sin embargo, las instituciones educativas también deben promover y brindar soluciones en función del contexto social y de valores como la calidad de vida, siendo un imperativo que incluso puede generar un retorno económico. Es allí en donde la innovación social se conecta con instituciones, a partir de la transferencia de conocimiento, en un mundo globalizado e interconectado es esencial para el desarrollo de las sociedades en sus diferentes dimensiones: sociales, económicas y personales. Es allí donde la agregación de valor en la producción de bienes y servicios, la inserción sostenible de las economías emergentes en el mundo global y en efecto la mejora de las condiciones de vida de los individuos parten de una sociedad del conocimiento. La universidad, una organización sin ánimo de lucro, puede puntualizar sus esfuerzos, generando alianzas, vínculos que favorezcan a todos, como al principio se mencionaba es necesario en la construcción de la innovación social la participación de las organizaciones sin ánimo de lucro. En este caso la universidad se convierte en un actor social que lidera conocimiento. La sociedad además de asignarle la responsabilidad que constituye la docencia y la investigación, también demanda soluciones a sus problemas. Por ende, la transferencia de conocimiento por parte de las organizaciones académicas a las empresas, al Estado y las comunidades es un gran desafío. En este marco, podemos entender que las instituciones están llamadas a integrar sus funciones científicas y sociales, en planes de desarrollo constructivos como la generación de conocimiento y resolución de problemas para la realización de proyectos sociales a partir de los grupos de investigación en el diseño y ejecución de los mismos, reconociendo problemáticas sociales de contexto, relativas al bienestar y calidad de vida. Esto implica, ir más allá de la publicación de artículos o libros, es asumir un rol más activo con la implementación de modelos de intervención en la ciudad y el departamento. Esta transferencia de conocimiento constituye una fuente significativa de ingresos en donde el desarrollo de nuevas ideas se convierten en “capital social, patrimonio académico, capital tangible e intangible” y la forma de métodos e intervención en la resolución de problemáticas se enriquece (Arias & Aristizábal, 2011).

La Escuela de Pensamiento de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables (Universidad de la Salle), trabaja y se apoya en los enfoques de Amartya Sen sobre justicia y equidad, con propósito de investigar y facilitar la creación y difusión de los procesos de innovación social orientados a superar el tema de la injusticia. Asumiendo la innovación social como motor del desarrollo y crecimiento económico que incide en la transformación de las prácticas sociales tanto de justicia social y económica en temas como: pobreza y equidad, juventud y violencia, emprendimiento, responsabilidad social, entre otros (Cotte, Gámez & Equipo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables ,2012).

Considerando lo anterior, en donde la innovación social no es inherente del desarrollo humano en la búsqueda del bienestar no siendo solo este individual sino colectivo, podemos adoptar los aportes significativos de la psicología, la sociología y la pedagogía en el desarrollo de competencias que dan la posibilidad de acceder y construir conocimiento. Por un lado, la psicología se entiende como los procesos diferenciales individuales que desarrollan estructuras de pensamiento y evidencias de conocimiento dado por el aprendizaje adquirido que proyectan futuras innovaciones. El campo de la sociología, relaciona la innovación social colaborativa, en donde la dinámica y la interacción con otros generan que la innovación personal se adapte, transfiera y transforme en algo creativo. La pedagogía se encarga de los enfoques estratégicos para quienes orientan el aprendizaje y este puede llegar de manera acertada. Estos procesos intervienen en las dimensiones del ser humano innovador capaz de construir el conocimiento desde lo disciplinar para impactar a través de una innovación social a la comunidad en general (Álvarez & Martínez ,2009)

Por otro lado las instituciones gubernamentales en asocio con el sector privado, pueden hacer procesos colaborativos, a través de una red de interinstitucional sólida capaz de proveer todo el patrocinio, recursos y alineamiento estratégico. Debido a que el cambio social a gran escala requiere de una extensiva coordinación intersectorial. Un caso específico fue el proceso de investigación-acción sobre la formalización laboral y empresarial entre 2011 y 2013 en el departamento de Santander (Colombia), un proyecto financiado por Colciencias en alianza con la Cámara de Comercio en donde su objetivo principal fue estructurar y dirigir una estrategia de apoyo a la formalización empresarial y laboral para generar condiciones para la innovación y el desarrollo productivo del país. Este proyecto se adelantó generando el siguiente resultado: El comité asesor regional (CAR) se establece, conformado por entidades relevantes en ese

departamento, su función; socializar y contextualizar a los empresarios, se estableció el sitio web www.soyformal.com en donde se encuentra información relevante sobre la estrategia de formalización, allí los empresarios pueden, a través de un formulario, ser contactados por la iniciativa. El resultado, generó un impacto consecuente de una revisión de las políticas públicas acorde al sector laboral de oferta y demanda laboral. El foco fue reducir la probabilidad de reincidencia de los empresarios en la informalidad por lo que se le llamó a esta estrategia: FSMI (formalización sostenible mediante innovación) (Hernández & Sánchez, 2014).

Todo esto conlleva, en gran parte a entender que la innovación social genera profundas transformaciones, un cambio organizativo en adaptación a los nuevos cambios sociales, incorporación de nuevas técnicas de gestión, utilización de nuevos instrumentos y estrategias que genere una diferenciación competitiva que promueva iniciativas sociales para la construcción de un nuevo modelo de negocio con énfasis social en donde cooperan significativamente a reducir problemáticas sociales y medioambientales. En Colombia, una empresa promueve esta nueva era social se llama “Energía social”, una empresa creada por Unión Fenosa con el objetivo de comercializar e interconectar los barrios marginados específicamente en áreas urbanas muy pobres en la Costa Atlántica de Colombia, donde no se pagaba este servicio y por ende existan conexiones ilegales. Las alianzas sociales con las asociaciones comunales facilitaron el ingreso a estas comunidades, para poder desarrollar los procesos legales y de electrificación, para que este servicio pudiera estar al alcance de ellos, este trabajo se consolidó con la fuerte conexión con el gobierno. Generando entre el gobierno y los emprendedores locales reducción de costos de transacción, incrementar la experiencia en este mercado y aumentar el recaudo (Morales, 2009).

Algunos factores claves que prescinden de una buena innovación social son: personas con capacidad de innovación, una participación activa de los beneficiarios, redes y alianzas y ecosistemas de apoyo. Sobre todo, la creación de un ecosistema de apoyo será el éxito de construir iniciativas con el mayor número de organizaciones posibles; en donde una colaboración intensiva facilita el capital semilla para iniciar el entrepreneurship, redefiniendo en todo los esquemas, las cadenas de valor, innovación y liderazgo, calidad de lo que entrega al mercado, repercutiendo en la motivación y talento de las personas que trabajan en el ámbito empresarial (Vernis, 2009).

El cambio sistemático. Este es realmente el último objetivo de la innovación social, en donde busca que interactúen tanto movimientos sociales, modelos de negocio, leyes, reglamentos, datos, infraestructura, en donde los pioneros dependen de las nuevas condiciones que se propicien

para fomentar el desarrollo de nuevas ideas e implementación; tecnologías, cadenas de suministros, marcos regulatorios y fiscales y formas institucionales. Esta innovación sumada al cambio involucra efectos y transformaciones en el sector público, sector privado, sectores de la macroeconomía y del hogar, por largos períodos de tiempo (Abreu, 2011).

El proceso y los resultados son parte fundamental de la innovación social, no puede tomarse en cuenta el uno sin el otro; explican el cambio en el papel de los ciudadanos y organizaciones respecto a la innovación. Esta posición contribuye en la explicación de la actuación de la sociedad y busca cambiar el papel de los ciudadanos los cuales se hacen participes en este proceso de innovación en la sociedad con el ideal de crear relevancia y empoderamiento entre los mismos (Fernández, Montes & Chaves 2012).

4. CONCLUSIONES

La innovación es la una de las claves estratégicas para cualquier empresa a la hora de sobrevivir en el mercado. Este concepto puede ser trasladado a la sociedad en la que vivimos. Incluso en economías severamente afectadas y retrasados respecto a las otras es una metodología que puede funcionar.

Desde la aplicación de estrategias como la responsabilidad social empresarial se pueden ver reflejadas las intenciones de una sociedad mejor, encaminada a mejorar constantemente. Sin embargo, nada de esto es posible sin el apoyo del gobierno y la sociedad.

Es desde el manejo del país que se debe incentivar una cultura y sociedad innovadora, con todos los impulsos económicos, políticos y sociales para alcanzarla y apoyar a las empresas que buscan la innovación social como estrategia de negocio.

Adicionalmente, no solo el gobierno cumple con este papel, también juegan un importante rol las entidades de educación que son aquellas forman a los futuros empresarios que desarrollan dichas empresas y a los funcionarios que dirigirán y aportarán al país una forma de ser innovadores sociales.

Por último podemos ver que en Colombia, siguiendo estas guías descritas acá puede llegar a realizarse un exitoso plan de desarrollo de innovación social de tal manera que los pequeños empresarios como Bioestivas puedan llevar sus proyectos más allá de los límites de sus territorios y de esta manera esparcir este tipo de innovación.

5. REFERENCIAS

- Abreu Quintero, L. (2011). Innovación Social: Conceptos y Etapas. *International Journal of Good Conscience*. 6(2) 134-148.
- Alonso-Martínez, Daniel, Nuria González-Álvarez, and Mariano Nieto (2015). La innovación social como motor de creación de empresas. *Universia Business Review*, 47, 48-63.
- Álvarez, F. & Martínez, E. (2009). Consideraciones para un enfoque complejo y sistémico de las competencias en y para la innovación social. *Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano Bogotá, Colombia*.
- Arias Pérez, J. y Aristizábal Botero, C. (2011). Transferencia de conocimiento orientada a la innovación social en la relación ciencia-tecnología y sociedad. *Pensamiento y Gestión*, 31, Universidad del Norte, 137-166.
- Baker, S., 2006. Sustainable development. London: Routledge.
- Baker, S., & Mehmood, A. (2015). Social innovation and the governance of sustainable places. *Local Environment*, 20(3), 321-334.
- Bruderl, J., Preisendorfer, P. and Ziegler, R. (1992), Survival chances of newly founded business organizations, *American Sociological Review*, 57, 227-242.
- Cotte Poveda, A., Gámez Gutiérrez, J. & Equipo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables (2012). Hacia una escuela de pensamiento e gestión e innovación social. *Revista de la Salle*, 58, 143-158.
- Curto, M. (2012): Los emprendedores sociales: innovación al servicio del cambio social. Cuadernos de la Cátedra «la Caixa» de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. No. 13.
- Dagnino, R. (2001). Innovación y desarrollo social: Un desafío Latinoamericano. *Instituto de Geociências-Departamento de Política Científica e Tecnológica. Universidade Estadual de Campinas*
- Edwards-Schachter, M. E., Matti, C. E., Alcántara, E. (2012). Fostering quality of life through social innovation: A living lab methodology study case. *Review of Policy Research*, 29(6), 672-692.

- Fátima, M., Baptista, M., Contreras, H. (2012). La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. *Fórum empresarial*, 31-36.
- Fernández, T., Montes, O. & Chaves, R., (2012). La innovación social como solución a la crisis: hacia un nuevo paradigma de desarrollo. *XII Jornadas Economía Crítica*.
- Gallardo-Vázquez, Dolores; Sánchez-Hernández, M Isabel. (2013). Análisis de la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en el éxito competitivo de las microempresas
- Gatica, S., Larenas, J. P., Koljatic, M. y Miranda, P. (2012): «La innovación social en Chile y el rol del Estado en su desarrollo». Santiago: Escuela de Administración, Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Gerometta, J., Häussermann, H., and Longo, G., (2005). Social innovation and civil society in urban governance: strategies for an inclusive city. *Urban Studies*, 42 (11), 2007–2021.
- González, J. A. (2013). Encrucijadas sociales de la innovación. *Revista de Filosofía Moral y Política*, 48, 21-22.
- Hart, T. B., Ramoroka, K. H., Jacobs, P. T., & Letty, B. A. (2015). Revealing the social face of innovation. *South African Journal Of Science*, 111, 109-114.
- Hernández, I. & Sánchez, O. (2014) Innovación social abierta en el diseño de una política y estrategia de formalización sostenible: un caso colombiano de gobierno colaborativo. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada*, XXII (2).
- Luo, Y. (2006). Political behavior, social responsibility, and perceived corruption: A structuration perspective. *Journal of International Business Studies*, 37(6), 747-766.
- Morales Gutiérrez, A. (2009) Innovación social: un ámbito de interés para los servicios sociales. *Universidad de Córdoba*.
- Moreno-Moya, M., & Munuera-Alemán, J. L. (2014). ¿Es importante la creatividad en el desarrollo de nuevos productos? *Universia Business Review*, (44), 72-86.
- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R. & Sanders, B. (2007). Social Innovation: What it is, why it matters and how can it be accelerated. *London, UK: The Young Foundation*, 1-52.
- Nieto, M., (2004) Responsabilidad social corporativa: la última innovación en *management*. *Universia Business Review-Actualidad Económica*.

- Núñez Jover, J. y J.A. López Cerezo (2008). Technological innovation as social innovation: Science, technology, and the rise of STS studies in Cuba. *Science, Technology and Human Values* 33/6: 707-729.
- OECD (2010), The OECD Innovation Strategy: Getting a Head Start on Tomorrow, *The Measurement of Scientific and Technological Activities—Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3rd Ed.*
- Rivas, I. V. (2015). Sistematizar la innovación en las organizaciones. De ser innovador a innovar de manera sostenida y sostenible. *Empresa Y Humanismo*, 18(2), 55-79.
- Tan, W-L., Williams, J. y T-M. Tan (2005). Defining the “Social” in “Social Entrepreneurship”: Altruism and Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 353-365.
- Universia Business Review, N° 38, 14-31.
- Vernis, A (2009). Innovación social local a través del mercado en las organizaciones de la sociedad civil en Iberoamérica. *Revista española Del Tercer sector*, 13, 99-132.
- Wagner, J. (1999). Who exists from German manufacturing industries and why? Evidence from the Hanover firm-panel study, In Innovation, *Industry Evolution and Employment* (Eds, AUDRETSCH, D. B. and THURIK, A.) Cambridge University Press, Cambridge, 253-264.