



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

Propuesta Metodológica para la Generación y Priorización de ideas en Innovación Social

Autor: Luz Deicy Flórez

Docente Investigadora

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad La Gran
Colombia

luz.florez@ugc.edu.co

Coautor: Luis Melo

Líder Semillero de Investigación “InnovAction”, Estudiante 8º semestre
Administración de Empresas

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad La Gran
Colombia

Bogotá D.C., 24 de noviembre de 2015



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

Propuesta Metodológica para la Generación y Priorización de ideas en Innovación Social

Resumen: *La innovación social surge a partir de la demanda proveniente de la sociedad de productos, servicios, procesos, programas, metodologías y modelos que den respuesta a determinadas necesidades y, ante lo cual, los emprendedores de innovaciones sociales deben considerar los factores estratégicos que influyen en el impacto social y en la perdurabilidad de sus iniciativas. Por tal razón el presente artículo desarrolla una propuesta metodológica para la generación y priorización de ideas en innovación social, la cual contiene una revisión general de diferentes ejemplos de innovaciones sociales, así como una propuesta de instrumentos y desarrollo de un taller específico.*

Palabras clave: *Innovación social, identificación, priorización de ideas*

I. Introducción: ¿Qué es la Innovación Social?

Para entender el concepto de innovación social es importante hablar de innovación empresarial, y al hacerlo es necesario analizar la postura de Joseph Schumpeter quien es uno de los exponentes en este tema. Schumpeter en su planteamiento establece dos tipos de innovaciones; las innovaciones incrementales y las innovaciones radicales. Para él, las innovaciones radicales son las más importantes, ya que son capaces de provocar cambios revolucionarios en la sociedad y en la economía. Dichas innovaciones pueden ser: la introducción de un nuevo bien en el mercado, el surgimiento de un nuevo método de producción y de transporte de los bienes, la apertura de un nuevo mercado, la generación de una nueva fuente de oferta de materias primas y el cambio del proceso de gestión



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

en una organización (Montoya 2004). Estos elementos son capaces de generar un nuevo ciclo económico y esto ocurre cuando la demanda de un bien o un servicio esta esperando una oferta concreta que se satisface por medio de la introducción de una innovación (Martinez 2011).

Otro autor en el tema de innovación es Peter Drucker, para quien la innovación esencialmente cambia algo, ya sea un proceso o el comportamiento de alguien, y por lo tanto debe estar cerca, enfocada y dirigida hacia el mercado; además de esto plantea que innovar no es solo hacer algo nuevo sino también es lograr materializarlo y comercializarlo exitosamente (Bonilla y Rojas 2015). Ambos autores concuerdan en que la innovación empresarial centra su impacto en el mercado y por consiguiente en lograr un mayor beneficio económico para quienes hacen uso de ella; en este sentido, Schumpeter trae a acotación un factor importante y es que a pesar de lo anterior las innovaciones generan cambios en la economía y en la sociedad. Esta idea es uno de los primeros acercamientos teóricos, de los que se tenga referencia, acerca del concepto de innovación social.

Al igual que la innovación empresarial, la innovación social responde a una demanda, en este caso de la sociedad. Dicha demanda social surge de situaciones que afectan la calidad de vida de las personas y requieren de iniciativas que aporten a la solución de las diferentes problemáticas sociales, tal como lo expone Salguero (2008), para quien *“la innovación social es la aplicación de nuevas ideas, conceptos, productos, servicios, metodologías y prácticas que aportan a mejorar la calidad de vida de la ciudadanía”*. Según esta definición, las innovaciones sociales pueden tomar diferentes figuras pero siempre tienen como objetivo el bienestar de las personas.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

En síntesis la mayoría de los autores que definen la innovación social concuerdan en algunos aspectos, entre los cuales se tiene que las iniciativas en este campo surgen de una demanda social, que pueden ser productos, modelos, servicios, procesos, metodologías e iniciativas que necesitan de la participación activa de los afectados y beneficiados, deben ser eficaces, es decir sostenibles y sustentables, para que logren un impacto social y sean capaces de replicarse en otros contextos. Estos aspectos en su conjunto clarifican aún más este concepto y son las variables sobre las cuáles se puede evaluar si una iniciativa es o no es una innovación social. Debido a su importancia, en el siguiente apartado se analiza con mayor profundidad las características extraídas de las diferentes definiciones presentadas anteriormente.

II. Metodología

1. Características de la Innovación Social:

En primer lugar las innovaciones sociales deben ser **originales y novedosas** tal como lo plantea Morales (2008) al indicar que “*la innovación social debe ser original y sorprendente, no tanto por su complejidad técnica sino por su eficacia: capacidad de resolver problemas con poca burocracia*”. Esto no implica que se deba ser un genio para generar innovaciones sociales sino más bien se deben desarrollar iniciativas sencillas que den solución a las problemáticas que afectan la calidad de vida de las personas desde la perspectiva del ser humano. Otro autor que habla de esta característica es Ayestaran (2011), quien señala que las innovaciones sociales deben ser novedosas, es decir, deben poseer algún elemento diferente comparado con otras iniciativas; en el caso de no cumplirse



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

esta característica, indica el autor que no se trataría de innovación sino renovación y por lo tanto no aportaría valor alguno a la sociedad.

El segundo rasgo que poseen las innovaciones sociales es que son **sostenibles**, es decir, no ignoran en su desarrollo el componente económico que requieren tanto para su implementación como para su sostenimiento en el largo plazo. Para Mulgan, citado por Quintero (2011), la sostenibilidad es una de las etapas en donde las innovaciones sociales deben “*identificar fuentes de ingresos para asegurar la sostenibilidad financiera (...) que llevará adelante la innovación*”. Por otra parte, Buckland y Murillo (2014) señalan que la sostenibilidad en la innovación social se debe lograr mediante el equilibrio con el impacto social de la iniciativa, convirtiéndose en uno de los retos que deben asumir los emprendedores sociales. Adicionalmente, esta característica posee dos etapas; la primera hace referencia a los recursos económicos que se necesitan para poner en marcha la actividad y la segunda etapa consiste en el modo en que la iniciativa es capaz de generar un retorno social y económico al largo plazo.

La tercera característica de las innovaciones sociales es el uso de la **inteligencia interpersonal** de los individuos al requerir de altos niveles de capital social, es decir de trabajo colaborativo. CEPAL, Morales, Mumford y Murray, incorporaron en sus definiciones de innovación social esta característica. En este sentido, Ayestaran (2011) considera el trabajo en redes como una característica destacable de las iniciativas sociales que pueden claramente ser conformadas por seres humanos, y Wheatley & Frieze, citado por Quintero (2011), interpretan las redes como una de las etapas de los procesos de innovación social y las define como elemento esencial para que las personas se encuentren con otras que tienen ideas afines.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

Además de lo anterior es indispensable que las innovaciones sociales tengan un **impacto social**, es decir, logren satisfacer la demanda social que sustenta su desarrollo ya que de nada sirve una iniciativa cuyo impacto no mejore la situación que afecta el bienestar de las personas. Esta característica, al igual que la anterior, fue destacada por los autores en las diferentes definiciones de innovación social que se presentaron anteriormente y pueden complementarse mediante los aportes de Salguero (2008) quien destaca que *“la innovación social necesita ser útil y satisfacer una demanda social, mejorando lo ya existente”*

El quehacer y la esencia de la innovación social es solucionar o, por lo menos, aportar a la solución gradual de las diferentes problemáticas que afectan la calidad de vida de las personas. Para que el impacto de las innovaciones sociales pueda ser potencializado se requiere que estas iniciativas presenten las condiciones suficientes para ser implementadas en otros lugares, por esto otra característica fundamental es la **replicabilidad**. Este concepto para Quintero (2011) forma parte de una de las etapas en las iniciativas sociales y las concibe como *“una serie de estrategias para el crecimiento y la difusión de una innovación”*

2. Ejemplos de Innovación Social

La innovación social es un fenómeno que se ha desarrollado en todo el mundo, como prueba de ello se tiene la iniciativa llevada a cabo por la CEPAL desde el año 2004 y que buscaba analizar las diferentes propuestas sociales que aportaban al cumplimiento de los objetivos del milenio para determinar las mejores veinticinco innovaciones sociales dentro de 4.800 iniciativas postuladas en América Latina. Los criterios de evaluación básicamente eran que las propuestas cumplieran con las características mínimas de toda innovación social y que



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

finalmente tuvieran un impacto positivo en la comunidad. En este apartado se realizará un breve análisis de las tres innovaciones sociales más destacadas por la CEPAL, a nivel nacional y regional, además se presentará la que para muchos autores es la innovación social más destacada de todos los tiempos, desarrollada por el emprendedor social Muhammad Yunus quién además recibió un premio nobel de paz en el año 2006 por su iniciativa.

En primer lugar se toma el ejemplo nacional y regional del libro de la CEPAL escrito por Buckland y Murillo en el año 2014 y titulado “*La innovación social en América Latina*”, en donde los autores realizan un análisis completo de las diferentes características desarrolladas en dichas innovaciones sociales. Las iniciativas que se presentan en esta sección son el “*Programa de gestión del conflicto escolar Hermes*”, el “*Hospedaje estudiantil en familia*”, de Colombia y Bolivia, y finalmente la iniciativa del “*Grameen Bank*” liderada por Yunus de Bangladesh. Para ello se usarán las siguientes tablas que sintetizan cada característica de las tres iniciativas que se analizan.

Tabla 1: Análisis por variable del Programa Hermes (Colombia)

<i>Variables</i>	<i>Nivel nacional</i>
	<i>Programa Hermes</i>
<i>Contexto</i>	<i>Esta innovación social fue desarrollada en la ciudad de Bogotá debido al alto número de conflictos que se presentaban en los colegios oficiales y que involucraban a toda la comunidad académica</i>



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

<p><i>Innovación social</i></p>	<p><i>Por medio de herramientas pedagógicas transformar los conflictos mediante el diálogo y la concertación involucrando y capacitando a los estudiantes, docentes y padres de familia como conciliadores en dichas situaciones. En esta iniciativa los alumnos son protagonistas en el proceso, empoderándose y comprometiéndose tanto ellos como toda la comunidad académica. Además rompe los sistemas de autoridad que establecen al profesor como único agente capaz de liderar los procesos. Por otra parte la iniciativa ha demostrado ser replicable aumentando así en grandes proporciones su impacto social.</i></p>
<p><i>Costos</i></p>	<p><i>Este programa en el año 2009 tuvo un costo aproximado a los US \$533.000, de los cuales el 77% eran destinados a honorarios. El costo por institución es de US\$ 2,130 y por persona al año es de US\$13, en este último punto se logró una especie de economía a escala que se refleja en el costo por persona. Las fuentes de financiamiento de la innovación social provienen en un 80% de la Cámara de Comercio de Bogotá y en un 50% el costo de materiales por parte de la Alcaldía Mayor de Bogotá.</i></p>
<p><i>Impactos</i></p>	<p><i>* La iniciativa funciona en 251 colegios de 19 localidades de Bogotá y 10 municipios de Cundinamarca. *</i> <i>Desde el 2001 al 2009 la iniciativa ha formado a 9.000 conciliadores.</i> <i>*Ha atendido cerca de 35.498 casos de conciliación escolar, de los cuales el 94% fueron resueltos por medio del diálogo y la concertación.</i></p>

Fuente: Información adaptada de Buckland & Murillo (2014). Elaboración propia.

Algunos autores destacan la importancia de empoderar a los involucrados en los procesos de innovación social tal como se destaca en el programa Hermes. Esto facilita la generación de capital social y por consiguiente potencia la influencia de las relaciones interpersonales en el impacto y la replicabilidad de la iniciativa.

Tabla 2: Análisis por variable de la iniciativa Hospedaje Estudiantil en Familia (Bolivia)

<p><i>Variables</i></p>	<p align="center"><i>Nivel regional</i></p>
	<p align="center"><i>Hospedaje Estudiantil</i></p>



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

Contexto	<i>Esta iniciativa social se desarrolló en Bolivia, en donde al igual que muchos países de América Latina las escuelas se encuentran alejadas de las zonas rurales. En el municipio de Yanacachi los estudiantes que llegaban a octavo grado tenían que caminar casi cuatro horas diarias para llegar a la escuela en la que estudiaban, lo que provoca una alta tasa de deserción y repitencia.</i>
Innovación social	<i>La adaptación de la costumbre ancestral de los Aymara llamada utawawa, en la cual las familias que Vivian alejados de los pueblos enviaban a sus hijos a vivir con una familia que habitaba cerca a la escuela y como pago obtenían el trabajo de los niños y niñas que acogieran. La iniciativa tomo esta costumbre y elimino por completo el trabajo infantil como forma de pago, además se convirtió en una fuente de ingreso para las familias anfitrionas.</i>
Costos	<i>Los costos de esta iniciativa en el año 2007 fueron aproximadamente de US\$ 115.000, de los cuales el 50% fueron destinados a becas (materiales, alimentación, aporte financiero al anfitrión), 25% a los costos de coordinación y el 25% restante se destinaron a los materiales y a la realización de talleres. Las fuentes de financiación provienen de recursos de la misma fundación, de los gobiernos municipales y de la cooperación alemana de GTZ.</i>
Impactos	<i>* En el 2006 la iniciativa garantizo educación primaria a 37 niños y niñas de Yanacachi y a 244 departamentos al Norte de Potosí. *Desde 1997 hasta el 2007 el programa a entregado 1.331 becas. * El porcentaje de beneficiarias mujeres paso de ser un 32% en el 2004, a ser un 45% en el 2006.</i>

Fuente: Información adaptada de Buckland & Murillo (2014), Elaboración propia

La tabla 2 presenta una iniciativa que ha tenido impacto a nivel nacional respondiendo efectivamente a su demanda social. La estrategia de acercar a los estudiantes a las zonas de estudio es utilizada alrededor del mundo para estudios de pregrado y es adoptada por varias organizaciones que se dedican a la movilización estudiantil. Esta innovación social presenta un aspecto peculiar y es el adaptar una practica ancestral a una problemática social actual lo que requiere de una gestión apropiada de recursos y una estrategia que responda



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

efectivamente a la necesidad que presenta esta comunidad. En muchos casos las innovaciones sociales no deben ser completamente nuevas tal como lo idealizan varios autores, aunque si es importante que aporten un valor nuevo a la sociedad y el único modo de saberlo es evaluando su impacto en la comunidad intervenida que se espera se beneficie de la iniciativa.

Finalmente se reseña en la siguiente tabla la iniciativa del *Banco Grameen* que demostró que el pensar en los más desfavorecidos no solo responde a un deber social por parte de las personas sino que además de esto resulta ser rentable y sostenible.

Tabla 3: Análisis por variable de la iniciativa Grameen Bank (Bangladesh)

Variables	Nivel mundial
	Grameen Bank
Contexto	<i>Esta innovación social surgió en Bangladesh y estaba enfocada en la comunidad del pueblo de Jobra quienes pagaban altos intereses a los prestamistas para poder comprar las materias primas de su trabajo. Debido a esto Muhammad Yunus utilizó los microcréditos como herramienta para satisfacer esta demanda social y mejorar la calidad de vida de las personas, en su mayoría mujeres.</i>
Innovación social	<i>El uso de las micro finanzas, en esta caso los microcréditos, como herramienta para reducir la pobreza en las comunidades vulnerables. Con intereses justos y sin exigir garantía generando confianza por parte de los clientes hacia el proyecto y aumentando así los niveles de capital social.</i>
Costos	<i>El banco Grameen ha resultado ser una iniciativa mucho más que sostenible, requirió un apalancamiento por medio de un microcrédito y se sostiene del pago de los intereses que se cobran a los beneficiados por el préstamos y por el incremento (por diferentes conceptos) de los recursos disponibles para ser prestados.</i>



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

Impactos	<ul style="list-style-type: none"> * En el 2013 el Banco Grameen contaba con 8,47 millones de prestatarios de los cuales el 96,2% eran mujeres. * Tiene presencia en 81.388 villas en Bangladesh. * La iniciativa ha invertido cerca de 14.300 millones de dólares con una tasa de repago del 97,2%. * En la actualidad las mujeres a las que se les entregaron los primeros microcréditos controlan el 90% de las acciones del Grameen Bank en Bangladesh. * El 46,5% de las familias beneficiadas ya superaron la línea de la pobreza. * El Grameen Bank otorgó a Muhammad Yunus el Premio Nobel de Paz en el año 2006.
----------	---

Fuente: Elaboración propia

3. Metodología de Generación y Priorización de ideas en Innovación Social

El punto de partida para la generación y priorización de ideas en innovación social, de acuerdo con esta propuesta metodológica, se basa en la adopción de unos **procesos** básicos lo mismo que unos **criterios de priorización**.

Conformado el grupo de trabajo que tenga por objetivo generar y priorizar ideas en innovación social, la sensibilización inicial debe apuntar a que dicho grupo gestione los siguientes **procesos**: mentales, actitudinales, sociales e instrumentales.

Los *procesos mentales* hacen referencia a que el grupo de personas reunidas deben adoptar una actitud creativa que les permita generar un pensamiento divergente pero con perspectiva sistémica alrededor del tema de innovación social. Los *procesos actitudinales* se deben reflejar en los participantes con una actitud de apertura, tolerancia, valentía en la generación de nuevas ideas pero al mismo tiempo empatía y comunicación asertiva para expresarlas y recibirlas. Los



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

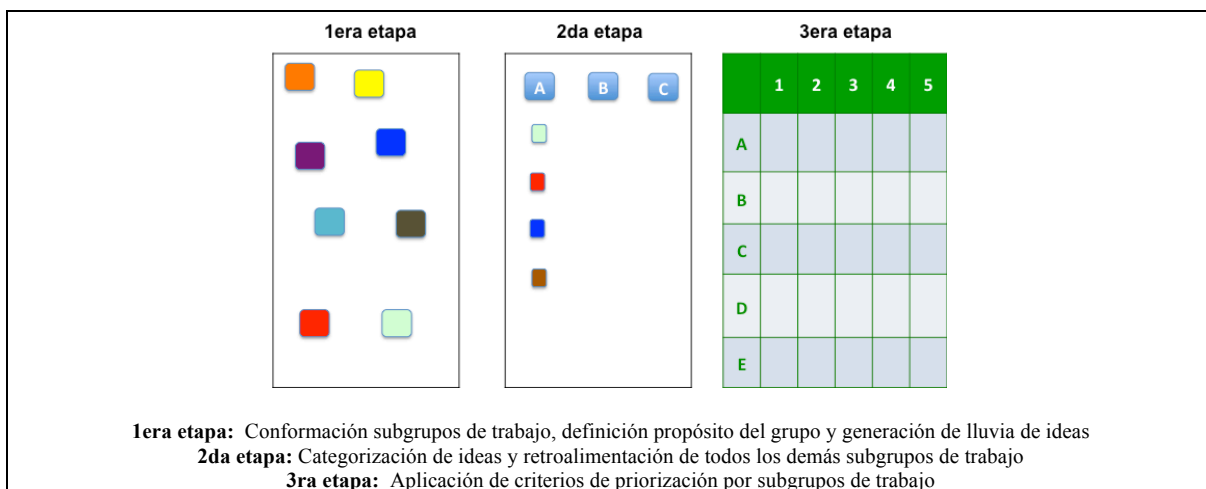
21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

procesos sociales se refieren a la necesidad de la multidisciplinariedad que debe co-existir en el espacio de trabajo entre la diversidad de profesiones y áreas de trabajo de todos los participantes del taller, pero al mismo tiempo la integración de todos ellos. Y por último, los *procesos instrumentales* que pueden estar dados por redes de trabajo, instrumentos de recolección de información escritos o el uso de nuevas tecnologías

Posteriormente, se conforman pequeños subgrupos de trabajo que generen, cada uno en forma independiente, una lluvia de ideas en innovación social, de acuerdo con una temática o propósito previo que el mismo grupo hubiera acordado. Las ideas generadas, posteriormente, se pueden agrupar en categorías y ser expuestas a la visión de los demás subgrupos de trabajo para la retro-alimentación de todos los asistentes al taller. Seguidamente, se aplican los **criterios de priorización**. El siguiente gráfico resume lo anterior.

Gráfico 1: Identificación de ideas de innovación



Fuente: Elaboración propia



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

Los **criterios de priorización** de las categorías de ideas de innovación – identificadas previamente en la 2da etapa- son los siguientes: Impacto, Alineamiento, Costo/Beneficio, Factibilidad/Viabilidad, Compromiso Institucional, Evidencia Científica ó Técnica, Características de la Innovación Social y otro criterio a discreción del subgrupo de trabajo.

El *impacto* se refiere a la estimación general de cómo va a afectar la adopción de una iniciativa de innovación social; el *alineamiento* corresponde a la revisión de sí la idea de innovación social está articulada con una política pública o institucional; el costo/beneficio representa el valor que la iniciativa pueda tener; la factibilidad/viabilidad representa la posibilidad de que la iniciativa de innovación social sea realizable; la evidencia científica se refiere a si existe un caso similar previo; las características significa si la idea de innovación social es original y novedosa, sostenible, permite la adopción de inteligencia interpersonal, genera impacto social y es fácilmente replica-ble; por último, se deja abierta la posibilidad de que los integrantes del grupo identifiquen un criterio libremente y lo propongan dentro de la metodología de priorización.

Cada criterio de priorización se le asigna un porcentaje de ponderación de acuerdo con los argumentos que exponga el subgrupo de trabajo, y se le asignará una calificación correspondiente a la siguiente escala: Mala: 1; Regular: 2; Aceptable: 3; Buena: 4; Excelente: 5.

El siguiente gráfico resume la metodología de priorización de ideas de innovación social.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

Gráfico 2: Priorización de ideas de innovación

#	1 (MALA)		2 (REGULAR)		3 (ACEPTABLE)		4 (BUENA)		5 (EXCELENTE)		100%	
	___%		___%		___%		___%		___%			
	IMPACTO	ALINEAMIENTO	COSTO/ BENEFICIO	FACTIBILIDAD/ VIABILIDAD	COMPROMISO INSTITUCIONAL	EVIDENCIA CIENTÍFICA TÉCNICA	CARACTERISTI CAS IS	GRADO I	TOTAL			
	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje	Calificación	Puntaje
A												
B												
C												
D												
E												

Fuente: Elaboración propia

4. Resultados

El resultado final será la presentación, por parte de cada subgrupo de trabajo, de sus principales ideas priorizadas y los argumentos que lo justifican. Al finalizar el taller, se habrán obtenido las principales ideas de innovación social identificadas, priorizadas y justificadas por los asistentes al taller. La relatoría de los resultados será un insumo fundamental para dar continuidad a un pro-ceso de implementación de ideas en innovación social. Cualquier entidad interesada en el tema podrá hacer uso de esta metodología diseñada al interior de la Universidad La Gran Colombia.

IV. Conclusiones

Con base al desarrollo teórico que se ha analizado en el presente artículo teniendo en cuenta los planeamientos de los diferentes autores y la propuesta metodológica



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

para generar y priorizar ideas en innovación social se establecen las siguientes conclusiones:

La innovación social y la innovación empresarial son dos conceptos diferentes que son semejantes en el hecho de que surgen de una demanda proveniente de la sociedad y del mercado respectivamente, por tal motivo deben ser efectivas y mostrar buenos resultados. Las empresas por medio de la Responsabilidad Social Empresarial cumplen con su deber social, aunque estas prácticas deben estar orientadas a realizar intervenciones que cumplan con las características de las innovaciones sociales que de algún modo aseguran la sustentabilidad de la innovación al largo plazo diferenciándose así de las prácticas asistenciales que acostumbran a desarrollar las organizaciones.

Por otra parte y teniendo en cuenta las características presentes en la innovación social, los emprendedores sociales deben considerar estos elementos como factores estratégicos que influyen en el impacto social y perdurabilidad de las iniciativas. Los productos, servicios, procesos, programas, metodologías y modelos que toman la figura de innovación social deben ser cuidadosamente diseñados para que sus resultados sean los mejores y para que finalmente den respuesta a la necesidad que los demanda. Se deben desarrollar herramientas que faciliten y potencien la generación, la priorización, la implementación y la evaluación de las innovaciones sociales.

En cuanto a la sostenibilidad de las iniciativas sociales se puede observar que en su gran mayoría dependen del gobierno, esto se logra en muchos casos cuando la innovación social alcanzan una etapa de maduración en donde ya cuenta con resultados óptimos en las comunidades intervenidas por lo cual posee el potencial



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

para convertirse en una política pública y contar así con el músculo financiero del gobierno nacional que asegura la replicabilidad de la innovación social en todo el territorio.

Cabe resaltar la importancia de las relaciones interpersonales en los procesos de innovación social. El capital social y el trabajo en redes solo se logra si los emprendedores sociales son capaces de desarrollar su inteligencia interpersonal mejorando así su capacidad para establecer relaciones sociales solidas por medio del liderazgo y demás actitudes que se necesitan para generar los niveles de capital social que requiere la iniciativa para su buen funcionamiento.

Además de lo anterior la innovación social debe verse como una practica propiamente humana, al igual que la innovación empresarial que es desarrollada en muchas ocasiones por los empleados sin importar el nivel estudios que posean. Las personas en las diferentes ciudades deben ser conscientes de que tienen responsabilidades sociales y que sus aportes pueden ayudar a los demás. Esto sin duda es la esencia de la innovación social que surge de los emprendedores sociales con alto grado de respeto y compromiso con la sociedad, una especie de innovación humana que permee tanto las estructuras organizacionales como las estructuras sociales.

V. Bibliografía

Arraigada, I. (2003). Aproximaciones conceptuales e implicancias del enfoque de Capital Social. *Capital social: potencialidades analíticas y metodológicas para la superación de la pobreza. Seminario taller "Capital social, una herramienta para los programas de superación de la pobreza urbana y rural"* , 13-83.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

Ayestaran, I. (2011). Epistemología de la innovación social y la destrucción creativa. *Utopía y Praxis Latinoamericana* , 67 - 91.

Bonilla, N., & Rojas, A. (2015). *Una revisión de las tendencias en investigación sobre la Innovación Social*.

Buckland, H., & Murillo, D. (2014). *La innovación Social en América Latina*. Recuperado el 19 de Noviembre de 2015, de [idbdocs.iadb.org: http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getDocument.aspx?DOCNUM=39423645](http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getDocument.aspx?DOCNUM=39423645)

Martinez, R. (2011). *Políticas públicas e innovación social*.

Montoya, O. (2004). Schumpeter, innovación y determinismo tecnológico. *Scientia et Technica* , 209 - 213.

Morales, A. C. (2008). Claves para comprender la innovación social. *La innovación social, motor de desarrollo de Europa* , 13 - 38.

Quintero, A. (2011). Innovación Social: Conceptos y etapas. *International Journal of Good Conscience* , 134 - 148.

Salguero, M. G. (2008). Innovación & inclusión social en Europa. *Innovación Social, motor de desarrollo en Europa* , 41 - 48.



“CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN 2016”
Multidisciplinario

21 y 22 de abril de 2016, Cortazar, Guanajuato, México

ISBN: 978-607-95635

SOBRE LOS AUTORES

Autor: Luz Deicy Flórez: Docente – Investigadora de la Universidad La Gran Colombia. Formación en carreras universitarias (Magíster en Economía, Especialista en Evaluación Socioeconómica de Proyectos y Administradora de Empresas). Formación en programas para la orientación personal (Coach para la Transformación Humana en el Grupo Krear-Te, Master Coach y Coach Educativo Internacional en la Escuela de Coaching –TISOC). Experiencia como Docente universitaria en cátedras de Gestión de Recursos Humanos, Emprendimiento e Innovación; Consultora e investigadora en BioGestión-UNAL; Asesora en el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Jefe de Planeación en la Universidad Nacional de Colombia Sede Medellín; y Asistente de investigación en la Universidad de Antioquia. En la actualidad impulso acciones de fortalecimiento en relaciones interpersonales, competencias y valores humanos para el emprendimiento y la innovación empresarial como docente, investigadora, consultora y coach independiente.

Coautor: Luis Leonardo Melo: Estudiante de octavo semestre de Administración de empresas en la Universidad La Gran Colombia. Líder semillero de investigación *InnovAction* de la misma institución. Representante del Consejo Estudiantil ante la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad La Gran Colombia. En la actualidad estoy involucrado en actividades de investigación y estoy culminando mis estudios de pregrado.