



**Categoría: Congreso de la Fundación Salud, Ciencia y Tecnología 2023**

**REVISIÓN**

## **Social Innovation: opportunity for business sustainability**

### **La Innovación Social: oportunidad para la sostenibilidad empresarial**

Erika Astrid Araque Geney <sup>1</sup>  , Diana Esther Álvarez Contreras <sup>1</sup>  

<sup>1</sup>Corporación Unificada Nacional de Educación Superior. Sincelejo, Colombia

**Citar como:** Araque Geney EA, Álvarez Contreras DE. Social Innovation: opportunity for business sustainability. SCT Proceedings in Interdisciplinary Insights and Innovations. 2023; 1:20. <https://doi.org/10.56294/piii202320>

**Recibido:** 14-08-2023

**Revisado:** 06-11-2023

**Aceptado:** 14-12-2023

**Publicado:** 15-12-2023

**Editor:** Rafael Romero-Carazas 

#### **ABSTRACT**

Faced with unresolved social, economic and environmental problems, it is common to observe the performance of companies in the search for alternative solutions. Social innovation has become a tool to generate growth, consolidation and success in organizations. This type of innovation includes changes at the managerial, organizational and human level, in the face of changes in services and products, as well as in the processes offered by technological innovation. The purpose of this article is to present a documentary review of social innovation; in addition to the management of innovation in companies and finally, it addresses the issue of social innovation from the approach of business sustainability, as a strategy that allows companies to become sustainable, innovate and ensure that their operations and results do not have a negative impact on society and the environment.

**Keywords:** Business; Development; Social Innovation; Sustainability; Social Innovation.

#### **RESUMEN**

Ante los problemas sociales, económicos y ambientales no resueltos, es común observar el desempeño de las empresas, en función de la búsqueda de alternativas de solución. Frente a ello, la innovación social, se ha convertido en una herramienta que permite generar crecimiento, consolidación y éxito en las organizaciones. Este tipo de innovación, incluye cambios a nivel directivo, organizacional y humano, frente a los cambios en los servicios y productos, al igual que los procesos que ofrece la innovación tecnológica. Este artículo, tiene como objetivo presentar en una revisión documental acerca de la Innovación social; además de la gestión de la innovación en las empresas y finalmente aborda el tema de la innovación social desde el enfoque de la sostenibilidad empresarial, como una estrategia que permite a las empresas llegar a ser sostenibles, innovar y garantizar que sus operaciones y resultados no tengan un impacto negativo en la sociedad y el medio ambiente.

**Palabras Claves:** Empresas; Desarrollo; Innovación Social; Sostenibilidad.

## INTRODUCCIÓN

La innovación es una herramienta que aporta a la resolución de problemáticas a nivel social y en especial a nivel empresarial. De acuerdo a Canizales Muñoz (2020), la innovación es necesaria para la supervivencia de las organizaciones, pero esta no es sólo en lo tecnológico, sino que debe estar presente una cultura de innovación organizacional. De acuerdo al tipo de innovación implementada se genera un impacto organizacional (Acosta et al., 2020), además, se necesita del manejo de habilidades y capacidades del talento humano y la tecnología en la cadena de valor, con el objetivo de mejorar el proceso de producción (Cano y Sánchez ,2014).

El Manual de Oslo “define el concepto de innovación, como la introducción de un producto (bien o servicio) o de un proceso, nuevo o significativamente mejorado, o la introducción de un nuevo método de comercialización o de organización aplicado a las prácticas de negocio, a la organización del trabajo o a las relaciones externas” (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE] y La Oficina Europea de Estadística [Eurostat], 2018, p. 20). También, destaca cuatro tipos de innovaciones: las innovaciones organizativas, que permiten implementar nuevos métodos de organización en las prácticas de la empresa, en el lugar de trabajo y en las relaciones con el sector externo; las innovaciones de proceso, promueven transformaciones significativas en los métodos de producción y distribución; la innovación de producto, implica modificaciones de las características de los bienes o los servicios, además de las mejoras significativas de los productos existentes. Finalmente, las innovaciones de marketing, ponen en práctica nuevos métodos de comercialización, incluyendo cambios en el diseño y envase de los productos, la promoción, punto de ventas y las técnicas para la asignación de precios y servicios (OCDE y Eurostat, 2018).

De esta manera, las actividades innovadoras, se relacionan con la introducción de operaciones tecnológicas, científicas, organizativas, comerciales y financieras (Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación [Minciencia], s.f)). Es decir, las innovaciones no necesariamente deben ser grandes avances en tecnología o nuevos modelos de negocios; pueden ser simples actualizaciones del servicio de atención al cliente de una empresa o características añadidas a un producto existente (Boyles, 2022). De igual manera, hay que reconocer que la inversión en innovación está aumentando, en un rango de bienes “intangibles” como I+D, información computarizada, marcas, capacitación específica a la empresa e inversiones organizacionales (OCDE, 2012).

Es una realidad, que la sociedad se transforma continuamente y las personas al igual que las organizaciones deben adaptarse para hacer frente a estos retos, por ello, es necesario conocer y entender lo relacionado con el concepto de innovación. Especialmente el concepto de Innovación Social, que se presenta como nuevas prácticas sociales, generadas de acciones colectivas, intencionales y que tienen como objetivos, el cambio social (Cajaiba-Santana, 2014). Por consiguiente, el artículo tiene como objetivo presentar una revisión documental relacionada con la Innovación Social, como oportunidad para la sostenibilidad empresarial. Entre tanto, se desarrolla así: Revisión teórica en bases de datos relacionados con los temas de Innovación Social, la gestión de la innovación en las empresas y finalmente aborda el tema de la innovación social, desde el enfoque de la sostenibilidad empresarial, seguido de las conclusiones y las referencias bibliográficas.

## METODOLOGÍA

La construcción de este artículo se estableció bajo un enfoque cualitativo, basado en una investigación documental centrada en el análisis, revisión e interpretación de los datos obtenidos de documentos que brindan información importante para la comprensión del fenómeno en estudio (Ramírez y Zwerg, 2012). La selección de documentos, se centró en la evaluación de títulos, resúmenes y textos completos, aplicando criterios de inclusión y exclusión para asegurar la calidad y pertinencia de los estudios. Las categorías de análisis, se centran en: la Innovación Social, la gestión de la innovación en las empresas y la innovación social desde el enfoque de la sostenibilidad empresarial. Es importante mencionar que estos

avances, hacen parte del proyecto *Impacto de la consultoría de innovación en los emprendimientos femeninos vinculados a la oficina Dirección de la Mujer y Equidad de Género de la alcaldía de Sincelejo*, de la Corporación Unificada Nacional de Educación Superior (CUN), regional Sincelejo.

## RESULTADOS

### La Innovación Social

La Innovación Social, ha tomado significados diferentes a lo largo de los años, sin embargo, existe un consenso general que lo destaca como un proyecto novedoso que tiene un fin social, varía en su enfoque, escala y orientaciones, de acuerdo al contexto en que se desarrolla (Buckland y Murillo, 2014). Es más, la innovación social, está determinada a tener un impacto a largo plazo, ya que está direccionada al desarrollo e implementación de soluciones para resolver problemas sociales o ambientales (Porumboiu, 2021).

Por su parte, la Comisión Económica para América Latina (CEPAL, s,f), considera que la innovación social, es una nueva forma de gestión, de administración, de ejecución, de nuevos instrumentos o herramientas y nuevas combinaciones de factores, que ayudan a solucionar los problemas de las poblaciones más necesitadas. A su vez, Parada et al. (2017), consideran la innovación social, como un proceso de creación colectiva donde participan activamente diversos agentes; entre ellos la ciencia, la tecnología, las acciones organizativas, financieras y comerciales que aportan a resolver problemas o mejorar la eficiencia de los procesos (Jansa, 2017). No obstante, la innovación social, no se refiere a un sector específico de la economía, sino a la creación de productos y resultados sociales (Murray et al., 2011).

Igualmente Acosta y Carreño (2013), expresan que esta perspectiva de actores de la innovación social, se enmarca en entender a la comunidad como actor de co-investigación en el proceso de innovación. Así, se puede afirmar que debido a las problemáticas sociales, la falta de ayuda del estado en la sociedad, las marcadas diferencias sociales y económicas, además de la influencia de la propiedad privada, han hecho que la sociedad y sus actores se conviertan en agentes de cambio y transformación (Córdoba et al., 2014).

Así mismo, se destacan los esfuerzos de organizaciones para el surgimiento de las innovaciones sociales, a través de la gestión, el emprendimiento, el rendimiento y la generación de ingresos. Por ejemplo, el sector privado impulsa el emprendimiento social y los negocios inclusivos; el sector público, el apoyo y desarrollo de proyectos a nivel nacional, regional y local; el sector financiero la introducción de nuevas alternativas de servicios de microfinanzas e inversiones de impacto; el sector sin fines de lucro, se interesa en el desarrollo de estrategias e iniciativas para el cumplimiento de objetivos de una forma más sostenible; igualmente, las universidades y escuelas de negocios a través de los programas que ofertan, para promover la difusión y el crecimiento del sector (De la Mata, s,f).

Centrándose en el planteamiento anterior, se resaltan los emprendimientos de tipo social que se han convertido en una estrategia que garantiza la equidad (Barrios Parejo et al., 2016); es decir que, a través de los negocios inclusivos, las empresas contribuyen al desarrollo sostenible, ampliando sus segmentos de mercado hacia la población de bajos ingresos (Ishikawa Lariú y Strandberg, 2009). Por consiguiente, la ejecución de este tipo de negocios, implica la construcción de una relación de confianza entre las partes, una colaboración activa y equitativa, que ofrezca garantías de sostenibilidad, con relación al crecimiento económico, el progreso social y el balance ecológico (Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible [CECODES], 2008)

En lo que concierne a los modelos de innovación social que sobresalen actualmente, se destaca el modelo de capacidades de innovación social descrito por Hernández-Ascanio (2021), el cual consta de 8 de fases y su desarrollo es de carácter secuencial no lineal; lo que significa, que parte de múltiples combinaciones entre las fases, con una intensidad en función de las necesidades del proceso, de las condiciones del contexto y de la decisión de los actores. En primer lugar se desataca la etapa de “*Surgimiento de la Necesidad o demanda*”, la segunda etapa “*Delimitación y análisis en profundidad del*

*problema*”; la tercera etapa “*Configuración del ecosistema de innovación*”; la cuarta etapa “*Génesis de ideas*”; la quinta etapa “*Proyección e implementación de prototipos*”; la sexta etapa “*Evaluación de resultados primarios, aprendizaje orientado por evidencias y mejora de prototipado*”; la séptima etapa “*Escalamiento, adaptación contextual y evaluación de resultados secundarios*” y la octava etapa “*Difusión del conocimiento, sostenibilidad y cambio sistémico*”. La tabla 1, describe cada etapa.

Tabla 1. Modelo de Capacidades de IS en Organizaciones Complejas	
Etapas	Descripción
Etapa 1 Surgimiento de la Necesidad o demanda	Problemáticas sociales (fenómenos sociales- demandas / necesidades)
Etapa 2 Delimitación y análisis en profundidad del problema	Análisis cuanti - cualitativo de la demanda o necesidad
Etapa 3 Configuración del ecosistema de innovación	Gobernanza y participación; Gestión del conocimiento y del Aprendizaje; Gestión del ciclo de innovación
Etapa 4 Génesis de ideas	Ecosistema de innovación para la obtención de ideas que darán origen a proyectos piloto o prototipos.
Etapa 5 Proyección e implementación de prototipos	Gestión del conocimiento y del aprendizaje para el diseño y validación de las experiencias piloto o prototipos
Etapa 6 Evaluación de resultados primarios, aprendizaje orientado por evidencias y mejora de prototipado	Modificaciones orientadas a mejorar la experiencia piloto / prototipo y ajustarlo a las necesidades / demandas
Etapa 7 Escalamiento, adaptación contextual y evaluación de resultados secundarios	Escalabilidad del proceso de Innovación Social
Etapa 8 Difusión del conocimiento, sostenibilidad y cambio sistémico	Intensidad, Incidencia, Impacto

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Hernández - Ascanio, (2020)

Igualmente, desde el planteamiento de Moulaert et al. (2005), la innovación social abarca 4 temas de investigación: i) Investigación en Gestión organizacional, ii) Investigación en Responsabilidad social, iii) Investigación en Creatividad social, y iv) Investigación en Procesos de desarrollo local y regional. Se puede decir, que el más novedoso y menos explorado es el relacionado con la Creatividad Social, puesto que surge del encuentro de diferentes puntos de vista al interior de una comunidad y se centran en la reducción de riesgos e incertidumbres (Llobet, 2006). Por su parte Hartley et al. (2012), entiende el enfoque de innovación social, como una Industria creativa que aplica la gestión de la creatividad, el talento y la propiedad intelectual para producir y distribuir productos y servicios de importancia social y cultural. Además, Florida et al. (2008) destacan tres dimensiones que podrían configurar un marco teórico sobre la innovación social: i) la responsabilidad social como política pública, ii) el emprendimiento social, y iii) las tecnologías colaborativas.

La tabla 2, sintetiza los planteamientos de Moulaert et al. (2005); Florida et al. (2008) y Hartley et al. (2012), los cuales son referentes importantes, para la creación de un modelo teórico de innovación social y diseño.

Tabla 2. Esquema de trabajo para creación de Modelo teórico sobre Innovación Social y Diseño			
Investigación en Innovación Social	Investigación en Gestión Organizacional	Talento Humano	Emprendimiento Social
	Investigación en Responsabilidad social	Diversificación	Política pública
	Investigación en Creatividad social	Cultural	Tecnologías Colaborativas
	Investigación en Procesos de desarrollo local y regional	Tecnologías	

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Moulaert et al., 2005; Florida et al., 2008 y Hartley et al., 2012

Ante los hallazgos referidos, se puede afirmar que la innovación social apunta hacia la transformación sistémica y su éxito depende de las oportunidades de conectar aquellas iniciativas innovadoras surgidas de la sociedad civil, con las instituciones y estructuras más formales (Romero y Mataix ,2015). En particular, abordar el concepto de innovación social es un reto intelectual, que combina diferentes disciplinas, posturas y puntos de vista (Vercher Savall, 2022).

### Gestión de la innovación en las empresas

Los procesos de innovación de las organizaciones, deben dar respuesta a la impredecibilidad de los mercados, como a las oportunidades existentes; por ello los factores externos las obligan a gestionar sus procesos de una forma diferente y mucho más abierta (Robayo Acuña, 2016). Es decir, gracias a la innovación las empresas demuestran su competitividad, e inclusive, su capacidad de supervivencia empresarial (Seclén-Luna, 2016), a través de los cambios, evolución y ofrecimiento de nuevos productos (Saldarriaga et al., 2019).

El sistema de gestión de innovación a nivel empresarial es exitoso, cuando existe un compromiso de la alta dirección y el liderazgo, por ello es importante conocer los beneficios que ofrece. De acuerdo a la Norma Internacional ISO 56002 (2019), a través de la gestión de la innovación, la empresa obtiene capacidad para gestionar la incertidumbre; crecimiento, ingresos, rentabilidad y competitividad; menos costes y mayor productividad y eficiencia de los recursos; mayor resiliencia y sostenibilidad; satisfacción de los clientes y otras partes interesadas; renovación del porfolio de productos y servicios, compromiso y empoderamiento del personal de la organización; capacidad de atracción de socios, colaboradores y financiamiento; reputación y valoración de la organización y mayor facilidad para cumplir con las regulaciones.

Por otra parte, los procesos de gestión de innovación a nivel empresarial pueden verse entorpecidos por el contexto, las interacciones con agentes económicos y sociales, los objetivos de la empresa o los recursos de los que se dispone (Orozco et al., 2015). De acuerdo al estudio realizado por el Consejo Privado de Competitividad [CPC] y la Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico [SwissContact], (2021), las barreras en innovación que enfrentan las empresas en Colombia son heterogéneas, por el tipo de obstáculo y la actividad económica que realizan, sin embargo, coinciden en la falta de conocimientos respecto a la innovación (44 %), de mercado (27 %), financieros (23 %) y regulatorios (6 %). Por el contrario, de acuerdo con el estudio acerca de las barreras y puentes para la innovación en américa latina de Ketelhöhn (2018), se destaca que el principal problema para innovar en América Latina es la falta de financiamiento (65,3 %), el desconocimiento del proceso para inscribir patentes internacionales (12,74 %), y separación entre ciencia y tecnología (10,29). Lo cual indica que, para acelerar el crecimiento económico en la región, es necesario que se ayude a las empresas a promover los procesos de innovación.

En otro aspecto, la gestión de la innovación a nivel empresarial se divide en 3 tipos: la innovación incremental, centrada en ajustes y mejoras de productos, servicios, procesos o modelos de negocio existentes (Elche-Hortelano et al 2015); estos cambios tienden a satisfacer las expectativas de los clientes y mantener a las empresas a la par de los competidores en términos de calidad y valor (Proenca y Jiménez, 2020). Por su parte, la innovación radical, permite la transformación de las industrias y genera cambios significativos en la forma en que las organizaciones operan y compiten (Santiago, 2023); es decir que las empresas dispuestas a asumir riesgos y abrazar el cambio, ponen en práctica la innovación radical (Hedman et al, 2021). Finalmente, la innovación disruptiva se refiere a la introducción de productos, servicios o modelos de negocio que desafían el statu quo de una industria y que, en última instancia, conducen al desplazamiento de las empresas y soluciones existentes (Machuca-Contreras et al., 2023, p.4), aún más, la clave para que las empresas enfrenten la innovación disruptiva, es conocer las tecnologías y las tendencias emergentes que podrían afectar a la industria en el futuro (Encinas, 2021).

Es importante agregar, que las empresas que toman la innovación como una estrategia y visión de negocios, logran ser competitivas y sostenibles (Minciencias , 2016); además, en los últimos años en Colombia se han impulsado políticas públicas centradas en los procesos de innovación de las empresas a nivel nacional y regional, a su vez para el desarrollo de proyectos, programas y actividades, las empresas, reciben financiación y recursos por parte del Estado, la banca privada, otras empresas, fondos de capital privado, cooperación o donaciones y recursos propios. (Díaz Goyeneche et al., 2021). Sin ninguna duda, en Colombia, se necesita minimizar las dificultades que enfrentan las empresas para acceder a recursos y potenciar el desarrollo de las Actividades de Ciencia, Tecnología e Innovación (ACTI), a través de las políticas públicas, las alianzas público-privadas, el trabajo en redes, la transferencia efectiva de conocimientos, la articulación del Estado y el sector financiero (Restrepo-Ramírez et al., 2022).

### **La innovación social desde el enfoque de sostenibilidad empresarial**

La innovación social, en las últimas décadas ha adquirido un interés creciente (Hernández-Ascanio et al., 2021), puesto que otorga solución a problemas del entorno y se ha convertido en la responsable de impulsar un modelo económico de desarrollo, que garantiza la sostenibilidad de las organizaciones a largo plazo. Manuel Castells (1999), consideró la innovación social, como una alternativa participativa, ciudadana, creativa y crítica de cambio y desarrollo en las sociedades del conocimiento y la información, frente a los paradigmas tradicionales del crecimiento económico, la industrialización, la economía de mercado y la planificación centralizada.

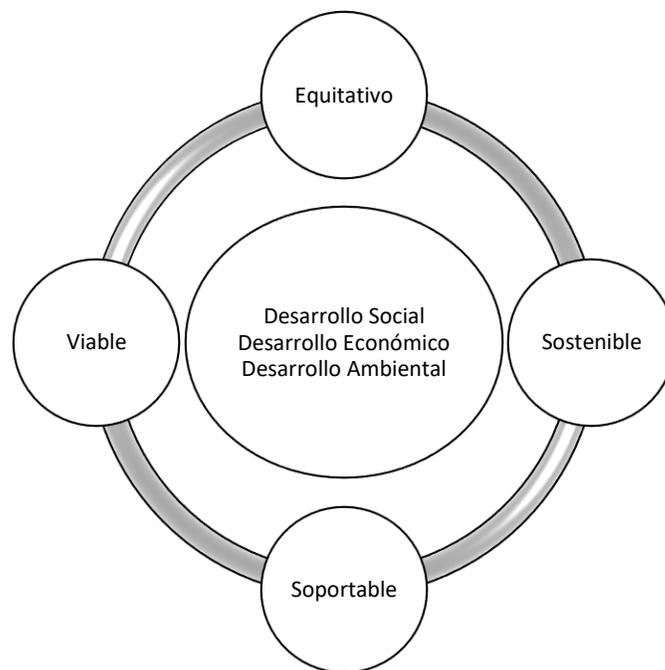
Millard (2018) destaca, que la innovación social es necesaria para lograr el desarrollo sostenible; y aunque se carecen de fundamentos teóricos sólidos, que validen la relación y aportes que brindan la innovación social y el desarrollo sostenible, estos si cuentan con herramientas útiles para considerar y diseñar soluciones a las crisis sociales (Angelidou y Psaltoglou, 2017). En consecuencia, a través de la innovación social, se apunta al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en relación a la inclusión y equidad en áreas como la educación, la salud, el trabajo y la reducción de la pobreza (Naciones Unidas, s.f).

Especialmente, para transformar a las empresas en organizaciones sostenibles se requiere llevar a cabo acciones eficientes y aceleradoras (Pacto Mundial Red Española, 2023), sobre todo, porque las empresas para ser más competitivas necesitan pensar en el impacto social y la sostenibilidad. Cabe subrayar que el Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2015), destaca que el sector privado cumple un papel fundamental, al momento de dar respuestas a los desafíos sociales. Es decir, debe aportar hacia un desarrollo sostenible, el bienestar de la sociedad y el medio ambiente (Vargas-Merino, 2021); además de tener en cuenta el concepto de la innovación social, en cuanto a la forma de colaboración e innovación, para alcanzar un impacto positivo en el mundo (Osburg, 2013).

Para fortalecer la sostenibilidad en las empresas, es conveniente hacer énfasis en sus políticas internas (Madero y Zárate, 2016). Una empresa sostenible, aplica “buenas prácticas” a su modelo de negocio,

estrategia y actividad empresarial; particularmente, la estrategia empresarial de gestión, se enfoca en temas sociales, ambientales y económicos, además de impulsar y concientizar a todos los niveles de la organización, alineando los principios de gobernanza, participación de grupos de interés y comunicación con los objetivos empresariales, la visión, principios y políticas empresariales (Fondo Europeo de Desarrollo Regional, 2020).

Así pues, la gestión de la empresa en materia de sostenibilidad comprende tres dimensiones: la sostenibilidad económica implica la búsqueda de la eficiencia empresarial en la gestión de los recursos lo que supone rechazar lo que no es rentable; la sostenibilidad social basada en el mantenimiento de la cohesión social y la habilidad para trabajar en la consecución de objetivos comunes; la sostenibilidad ambiental, supone la compatibilidad entre la actividad de la empresa y la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas, procurando evitar la degradación del medio ambiente (Castelló Muñoz, 2019). En consecuencia, el enfoque de sostenibilidad abre el camino hacia una nueva economía transparente, próspera y solidaria. La figura 1, sintetiza estos componentes.



**Figura 1.** Componentes del modelo de sostenibilidad

**Fuente:** Elaboración propia a partir de Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas [AECA], (2018).

Es necesario destacar, que la responsabilidad social y sostenibilidad empresarial, son herramientas útiles y eficaces para mejorar el modelo productivo de una empresa, sin embargo, los dos enfoques se diferencian: la responsabilidad social empresarial se practica alrededor de cada actividad y la minimización de los impactos que se puedan generar en dichas actividades, mientras que la sostenibilidad empresarial se relaciona con la permanencia de los resultados en el tiempo (Uribe et al., 2018); en consecuencia, la sostenibilidad no es una estrategia de la responsabilidad, sino el resultado de la responsabilidad (Argandoña, 2022).

En verdad, la innovación es un catalizador que puede maximizar el efecto de la responsabilidad social empresarial, por tal razón, en la medida que se avance en la comprensión de estas relaciones, mayores oportunidades tendrán las empresas para ser competitivas (Nahuat Román et al., 2021). Así mismo, las iniciativas y los cambios que enfrentan la empresa para llegar a ser socialmente responsables, pueden

ser consideradas como innovaciones sociales, que impulsan el progreso y la madurez que se necesita para ser reconocidas como empresas socialmente éticas, que contribuyen con la sociedad y el ambiente en un contexto sostenible (León et al., 2012).

## CONCLUSIONES

Actualmente, la innovación se ha convertido en algo necesario en la vida de las personas, la sociedad, el medio ambiente, la economía, el desarrollo de los países y territorios. Particularmente en las empresas, se considera un proceso inherente que inspira ideas, crea y transforma productos o servicios que son reconocidos en el mercado y la sociedad, por el aporte de valor que generan. Esto significa, que la innovación, se ha generado para dar solución a una serie de problemáticas que permiten el logro de la sostenibilidad empresarial y el incremento de la calidad de vida.

Gracias a la innovación social y la búsqueda de la sostenibilidad, se han hallado una serie de iniciativas con un carácter emprendedor y disruptivo, para solucionar las crisis sociales. El impacto y alcance de esta fórmula, ha generado diferentes tipos de innovaciones que evidencian un fenómeno que traspasa las fronteras y que, en muchos casos, está revolucionando los enfoques tradicionales sobre innovación. Lo que permite comprender, que las empresas en el mundo lideran el enfoque de la innovación social.

El cambio que proviene de la innovación social, surge de las alianzas y acuerdos entre diversos actores, especialmente las organizaciones y los grupos más estructuradas. A propósito, este enfoque se representa como un proceso no lineal, puesto que apunta hacia la transformación sistémica y su éxito depende de las oportunidades de conectar aquellas iniciativas innovadoras surgidas de la sociedad civil con las instituciones y estructuras más formales.

En síntesis, el objetivo de la innovación social, no es quitar importancia a los paradigmas y teorías del desarrollo; solo pretende dar respuesta a las problemáticas sociales, debido a la ausencia del estado y el incumplimiento de las políticas públicas, además de superar los conflictos suscitados por la competencia del mercado. Su intención, es buscar la equidad y la igualdad de oportunidades para todos los sectores de la sociedad, en especial los más vulnerados.

## REFERENCIAS

1. Acosta, W y Carreño, C. (2013). Modo 3 de producción de conocimiento: implicaciones para la universidad de hoy. *Revista de la Universidad de La Salle*, (61), 67-87. <https://ciencia.lasalle.edu.co/ruls/vol2013/iss61/4/>
2. Acosta Castillo, V. M., Vega Morejón, B. A. González Illescas, M. L & Carmenate Fuentes, L. P. (2020). Tipos de Innovación como Estrategias de Adaptación al Dinamismo de los Mercados. *INNOVA Research Journal*, 5(3),1-21. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n3.2020.1288>
3. Angelidou, M., y Psaltoglou, A. (2017). An empirical investigation of social innovation initiatives for sustainable urban development. *Sustainable cities and society*, 33, 113-125. DOI: 10.1016/j.scs.2017.05.016
4. Argandoña, A. (2022). ¿Responsabilidad Social o Sostenibilidad? Business School University of Navarra. <https://blog.iese.edu/antonioargandona/2022/01/04/responsabilidad-social-o-sostenibilidad/>
5. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. (2018). Control Económico De La Gestión Ambiental- Documento 42 - Comisión De Contabilidad De Gestión. <https://aeca.es/publicaciones2/documentos/documentos-emitidos-principios-de-contabilidad-de-gestion/pg42/>

6. Banco Interamericano de Desarrollo. (2015). Innovación social empresarial: Impulsando el emprendedurismo para el desarrollo social. II Cumbre empresarial de las Américas. BID. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Innovaci%C3%B3n-social-y-empresarial-Impulsando-el-emprendedurismo-para-el-desarrollo-social.pdf>

7. Barrios Parejo, I., Niebles Núñez, W., & Niebles Núñez, L. (2021). Inserción del Análisis financiero en PyMes colombianas como mecanismo para promover la sostenibilidad empresarial. *Desarrollo Gerencial*, 13(2), 1-19. <https://doi.org/10.17081/dege.13.2.4454>

8. Boyles, M. (2022). Innovation In Business: What It Is & Why It's So Important. Harvard Business School Online. <https://online.hbs.edu/blog/post/importance-of-innovation-in-business>

9. Buckland, H y Murillo, D. (2014). La Innovación Social en América Latina -Marco conceptual y agentes. ESDAE y FODIM. <http://www.transitsocialinnovation.eu/content/original/Book%20covers/Local%20PDFs/177%20ESDAE-FOMIN-La-innovacion-social-en-America-Latina-Marco-conceptual-y-agentes.pdf>

10. Cajaiba-Santana, G. (2014). Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 82(1), 42-51. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.05.008>

11. Cañizales Muñoz, L. D. (2020). Elementos clave de la innovación empresarial. Una revisión desde las tendencias contemporáneas. *Revista Innova ITFIP*, 6(1), 50-69. <http://revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/78>

12. Cano, M., y Sánchez, G. (2014). El rol del capital intelectual en la innovación de las empresas (Artículo de revisión). *European Scientific Journal*, 10(28), 348-366. <http://eujournal.org/index.php/esj/article/viewFile/4405/4202>

13. Castells, Manuel (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. México: Siglo XXI Editores. 495 p.

14. Castelló Muñoz, E. (2019). La sostenibilidad como modelo de gestión empresarial. *Revista Economistas* 33. <https://www.economistas.es/Contenido/Consejo/Revistas/Economistas33-WEB-3.pdf>

15. Comisión Económica para América Latina. (s,f). About Social Innovation. <https://www.cepal.org/en/topics/innovacion-social/about-social-innovation>

16. Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible. (2008). *Los Negocios Inclusivos en Colombia*. [http://34.232.245.133/wp-content/uploads/2022/10/Negocios\\_Inclusivos\\_en\\_Colombia.pdf](http://34.232.245.133/wp-content/uploads/2022/10/Negocios_Inclusivos_en_Colombia.pdf)

17. Consejo Privado de Competitividad y Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo Técnico. (2021). *Obstáculos a la innovación en empresas de Colombia y oferta pública de instrumentos*. [https://compite.com.co/wp-content/uploads/2021/08/Obst%C3%A1culos-a-la-innovaci%C3%B3n-en-las-empresas-de-Colombia\\_Resumen.pdf](https://compite.com.co/wp-content/uploads/2021/08/Obst%C3%A1culos-a-la-innovaci%C3%B3n-en-las-empresas-de-Colombia_Resumen.pdf)

18. Córdoba, C., Villamarín, F y Bonilla, H. (2014). Innovación social: aproximación a un marco teórico desde las disciplinas creativas del diseño y las ciencias sociales. *Tendencias*.15 (2). <https://doi.org/10.22267/rtend.141502.41>

19. De la Mata, G. (s,f). *Manual de Innovación Social: De la idea al proyecto*. [https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion\\_general/book/ebooks/manual-de-innovacion-social-guadalupe-de-la-mata.pdf](https://economicas.unsa.edu.ar/afinan/informacion_general/book/ebooks/manual-de-innovacion-social-guadalupe-de-la-mata.pdf)

20. Díaz Goyeneche, S., Cruz Vásquez, J y Becerra Gualdrón, C. (2021). La financiación pública de la innovación empresarial en Boyacá Colombia: un estudio de caso. *Apuntes del Cenes*, 40(71), 253-273. <https://doi.org/10.19053/01203053.v40.n71.2021.11674>

21. Elche-Hortelano, D., Martínez, A. y García, P. (2015). Bonding capital, explotación de conocimiento e innovación incremental en los clúster de turismo cultural: las Ciudades Patrimonio de la Humanidad en España. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 21(3), 120-128. <https://doi.org/10.1016/j.iedee.2014.03.002>

22. Encinas, M. (2021). La innovación disruptiva como recurso para la transformación de modelos de negocios en medios de comunicación. [Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid] Repositorio Institucional. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/67599/1/T42837.pdf>

23. Florida, R., Mellander, C y Stolarick, K. (2008). Inside the black box of regional development: Human capital, the creative class and tolerance. *Journal of Economic Geography*, 8(5), 615-64. <https://dx.doi.org/lbn023>

24. Fondo Europeo de Desarrollo Regional. (2020). *Innovación Y Sostenibilidad Empresarial*. <https://camaratoledo.com/wp-content/uploads/2020/06/guia-innovacion-y-sostenibilidad-empresarial.pdf>

25. Hartley, J., Potts, J., MacDonald, T., Erkunt, C. & Kufleitner, C. (2012). (C2I)2 = CCI-CCI The CCI Creative City Index. *Cultural Science Journal*, 5 (1) 1-138. <https://doi.org/10.5334/csci.41>

26. Hedman, M., Larsson, L. y Ohrwall, A. (2021). Opportunities for Managing Incremental and Radical Innovation in Production. *Procedia CIRP*, 104, 756-761. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2021.11.127>

27. Hernández - Ascanio, J. (2020). ¿La innovación social como método de investigación participativo y sociopráctico? *Tendencias Sociales. Revista de Sociología*. 6, 33 - 63. [https://www.researchgate.net/publication/347685020\\_La\\_innovacion\\_social\\_como\\_metodo\\_de\\_investigacion\\_participativo\\_y\\_sociopractico](https://www.researchgate.net/publication/347685020_La_innovacion_social_como_metodo_de_investigacion_participativo_y_sociopractico)

28. Hernández-Ascanio, J., Aja-Valle, J., Rueda-López, R Y Medina-Viruel, M. (2021). Medir la capacidad de innovación social en organizaciones complejas del tercer sector. *EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales*, 51, pp. 153-182,

29. Ishikawa Lariú, A y Strandberg, L. (2009). Cuaderno Nº 5. *Negocios Inclusivos: Creando Valor Para Las Empresas Y Para La Población De Bajos Ingresos*. Business School Universidad de Navarra. <https://media.iese.edu/research/pdfs/ESTUDIO-122.pdf>

30. Jansa, S. (2017). La innovación y sus protagonistas. Diálogos de formación. <https://revistas.sena.edu.co/index.php/rform/article/download/1311/pdf>

31. Ketelhöhn, N. (2018). Barreras y puentes para la innovación en América Latina. INCAE Business School. <https://cnnespanol.cnn.com/wp-content/uploads/2018/08/barreras-y-puentes-para-la-innovaciocc81n-en-amecc81rica-latina-vf.pdf>

32. León, M. D., Baptista, M. V y Contreras, H. (2012). La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. Forum Empresarial, 17(1), 31-63. <https://www.redalyc.org/pdf/631/63124039002.pdf>

33. Llobet Estany, M. (2011). La creatividad social frente a la sociedad del riesgo. Acciones E Investigaciones Sociales, (1 Ext), 456. [https://doi.org/10.26754/ojs\\_ais/ais.20061\\_Ext469](https://doi.org/10.26754/ojs_ais/ais.20061_Ext469)

34. Machuca-Contreras, F., Canova-Barrios, C. y Castro, M. (2023). Una aproximación a los conceptos de innovación radical, incremental y disruptiva en las organizaciones. Región Científica, 2(1), 202324. <https://doi.org/10.58763/rc202324>

35. Madero, S y Zárate, I. (2016). La sostenibilidad desde una perspectiva de las áreas de negocios. Cuadernos de Administración (Universidad del Valle), 32 (56), 7-19. <https://www.redalyc.org/journal/2250/225051546002/html/>

36. Millard, J. (2018). How social innovation underpins sustainable development. En Howaldt, J., Kaletka, C., Schröder, A., & Zirngiebl, M (Eds.), Atlas of social innovation-New practices for a better future (41-43). Dortmund: University, Dortmund. [https://www.socialinnovationatlas.net/fileadmin/PDF/Atlas\\_of\\_Social\\_Innovation.pdf](https://www.socialinnovationatlas.net/fileadmin/PDF/Atlas_of_Social_Innovation.pdf)

37. Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación. (2016, 8 de abril). Colombia le sigue apostando a la inversión privada en Ciencia, Tecnología e Innovación. [https://minciencias.gov.co/sala\\_de\\_prensa/colombia-le-sigue-apostando-la-inversion-privada-en-ciencia-tecnologia-e-innovacion](https://minciencias.gov.co/sala_de_prensa/colombia-le-sigue-apostando-la-inversion-privada-en-ciencia-tecnologia-e-innovacion)

38. Ministerio de Ciencia Tecnología e Innovación. (s.f). Innovación empresarial. <https://minciencias.gov.co/portafolio/innovacion/empresarial-#:~:text=Una%20innovaci%C3%B3n%20es%20la%20introducci%C3%B3n,trabajo%20o%20a%20las%20relaciones%20externas.>

39. Moulaert, F., Martinelli, F., Swyngedouw, E., & González, S. (2005). Towards Alternative Model(S) Of Local Innovation. Urban Studies, 42 (11), 1669-1990. [https://www.researchgate.net/publication/228673600\\_Towards\\_Alternative\\_Models\\_of\\_Local\\_Innovation](https://www.researchgate.net/publication/228673600_Towards_Alternative_Models_of_Local_Innovation)

40. Murray, R., Mulgan, G. y Caulier G. (2011). How to Innovate: The tools for social innovation. The Young Foundation and Nesta. <https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/How-to-innovate-the-tools-for-social-innovation.pdf>

41. Naciones Unidas (s.f). Potenciar la innovación y la creatividad para lograr el cambio social. <https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/potenciar-la-innovaci%C3%B3n-y-la-creatividad-para-lograr-el-cambio-social>

42. Nahuat , B., Rodríguez , M y Gómez de la Fuente, M. (2021). Innovación, Responsabilidad Social Empresarial en grandes empresas. *Investigación administrativa*, 50(128), 12801. <https://doi.org/10.35426/iav50n128.01>

43. Norma Internacional ISO 56002 (2019). Gestión de la innovación – Sistema de gestión de la innovación –Orientación <http://biblioteca.usbbog.edu.co:8080/Biblioteca/BDigital/173650.pdf>

44. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2012). La Estrategia de Innovación de la ocde Empezar Hoy El Mañana. [http://www.foroconsultivo.org.mx/libros\\_editados/estrategia\\_innovacion\\_ocde.pdf](http://www.foroconsultivo.org.mx/libros_editados/estrategia_innovacion_ocde.pdf)

45. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos y Oficina Europea de Estadística. (2018). Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation (4th Edition ed.). <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/9789264304604-en.pdf?expires=1678926842&id=id&accname=guest&checksum=5120D479BF012575ABE6A19A0A8E8A22>

46. Orozco, J., Ruiz, K y Corrales, R. (2015). Manual para la Gestión de la Innovación. [https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/11477/MANUAL%20VERSION%20COMPLETA%20\(1\).pdf?sequence=1](https://repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/11477/MANUAL%20VERSION%20COMPLETA%20(1).pdf?sequence=1)

47. Osburg, T. (2013). Social Innovation to Drive Corporate Sustainability. In: Osburg, T., Schmidpeter, R. (eds) Social Innovation. CSR, Sustainability, Ethics & Governance. Springer, Berlin, Heidelberg. [https://doi.org/10.1007/978-3-642-36540-9\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-642-36540-9_2)

48. Pacto Mundial Red Española. (2023). Pacto Mundial Red Española. (2023, 17 de enero). Gestión Empresarial Sostenible. <https://www.pactomundial.org/noticia/crecemos-11-2022-superamos-1-000-entidades-asociadas/>

49. Parada, J., Ganga, F y Rivera, Y. (-2017). Estado del arte de la innovación social: una mirada a la perspectiva de Europa y Latinoamérica. *Opción*, 33, (82),563-587. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31053180025>

50. Porumboiu , D.(2021). Social Innovation - the What, Why and How. VIIIMA A HYPE INNOVATION COMPANY. <https://www.viima.com/blog/social-innovation>

51. Proenca, J. y Jiménez-Sáez, F. (2020). Design of Services for the Incremental Innovation Management in SMEs. *Revista Universidad & Empresa*, 22(39), 1-20. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.7480>

52. Ramírez Atehortúa, F. H., y Zwerg-Villegas, A. M. (2012). -Metodología de la investigación: más que una receta. *AD-minister*, (20), 91-111. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322327350004>

53. Restrepo-Ramírez, C. G., Sepúlveda-Rivillas, C. I., & Uribe Castro, J. (2022). Fuentes de financiación para la innovación, según grado de innovación de las empresas de los sectores servicios y comercio en Colombia. *Revista CEA*, 8(18), e1968. <https://doi.org/10.22430/24223182.1968>

54. Robayo Acuña, P. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios*, 7(16), 125-140. <https://doi.org/10.1016/j.sumneg.2016.02.007>

55. Romero, S y Mataix, C. (2015). “Estrategias de apoyo a la innovación social. El itdUPM como espacio para la innovación social de base tecnológica”. Centro de Innovación en Tecnología para el Desarrollo Humano (itdUPM), Universidad Politécnica de Madrid, España. [https://oa.upm.es/34820/1/TFM\\_SaraRomero\\_CarlosMataix\\_marzo2015.pdf](https://oa.upm.es/34820/1/TFM_SaraRomero_CarlosMataix_marzo2015.pdf)

56. Saldarriaga, M., Guzmán, M y Concha, E (2019) Innovación Empresarial: Factor de competitividad y calidad de vida en Popayán, Colombia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 2. <https://www.redalyc.org/journal/290/29063446008/29063446008.pdf>

57. Santiago, L. (2023). Innovación en lugares reales. Estrategias para la prosperidad en un mundo implacable. *Economía, sociedad y territorio*, 23(71), 369-376. <https://doi.org/10.22136/est20232113>

58. Seclén-Luna, J.(2016). Gestión de la innovación empresarial: un enfoque multinivel. *Revista de ciencias de la gestión*, I (1). 16-36. [https://www.researchgate.net/publication/321732651\\_Gestion\\_de\\_la\\_innovacion\\_empresarial\\_un\\_enfoque\\_multinivel](https://www.researchgate.net/publication/321732651_Gestion_de_la_innovacion_empresarial_un_enfoque_multinivel)

59. Uribe-Macías, Mario Enrique, Vargas-Moreno, Óscar Alberto, & Merchán-Paredes, Luis. (2018). La responsabilidad social empresarial y la sostenibilidad, criterios habilitantes en la gerencia de proyectos. *Entramado*, 14(1), 52-63. <https://doi.org/10.18041/entramado.2018v14n1.27107>

60. Vargas-Merino, J. (2021). Innovación social: ¿Nueva cara de la responsabilidad social? conceptualización crítica desde la perspectiva universitaria. *Revista de Ciencias Sociales* 27 (2), 435-450. [https://www.redalyc.org/journal/280/28066593030/html/#redalyc\\_28066593030\\_ref8](https://www.redalyc.org/journal/280/28066593030/html/#redalyc_28066593030_ref8)

61. Vercher Savall, N. (2022). Una aproximación al concepto de innovación social y a su contribución en los estudios de desarrollo territorial. *TERRA. Revista de Desarrollo Local* 10, 138-163. DOI 10.7203/terra.10.24424

### **CONFLICTO DE INTERESES**

No existen.

### **FINANCIACIÓN**

Los autores no recibieron financiación para el desarrollo de la presente investigación.

### **CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA**

*Conceptualización:* Erika Astrid Araque Geney, Diana Esther Álvarez Contreras.

*Curación de datos:* Erika Astrid Araque Geney, Diana Esther Álvarez Contreras.

*Análisis formal:* Erika Astrid Araque Geney, Diana Esther Álvarez Contreras.

*Investigación:* Erika Astrid Araque Geney, Diana Esther Álvarez Contreras.

*Metodología:* Erika Astrid Araque Geney, Diana Esther Álvarez Contreras.

*Administración del proyecto:* Erika Astrid Araque Geney, Diana Esther Álvarez Contreras.

*Supervisión:* Erika Astrid Araque Geney, Diana Esther Álvarez Contreras.

*Validación:* Erika Astrid Araque Geney, Diana Esther Álvarez Contreras.

*Visualización:* Erika Astrid Araque Geney, Diana Esther Álvarez Contreras.

*Redacción - borrador original:* Erika Astrid Araque Geney, Diana Esther Álvarez Contreras.

*Redacción - revisión y edición:* Erika Astrid Araque Geney, Diana Esther Álvarez Contreras.