

## CAPITULO IX

### INNOVACIÓN SOCIAL: UNA APROXIMACIÓN DESDE SU RELACIÓN CON LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN TIEMPOS DEL COVID 19

#### **Camilo Enrique Barragán Morales**

Magister, Docente Investigador Institución Universitaria Americana  
Orcid: 0000-0002-8197-1727, barragancamilo@coruniamericana.edu.co

#### **Farides Estela Medina De Moya**

Magister, Docente Tiempo Completo Institución Universitaria Americana  
Orcid: 0000-0003-4816-551X, fmedina@coruniamericana.edu.co

#### **Nicolás Sánchez Vélez**

Magister, Docente Tiempo Completo Institución Universitaria Americana  
Orcid: 0000-0003-0696-2481, sancheznicolas@coruniamericana.edu.co

#### **Elkin Caballero Vargas**

Magister, Docente Tiempo Completo Institución Universitaria Americana  
Orcid: 0000-0003-2225-9198, caballeroelkin@coruniamericana.edu.co

## RESUMEN

El objetivo de este capítulo es proponer estrategias de innovación social dirigidas al fortalecimiento de las acciones de responsabilidad social empresarial dentro de las organizaciones, partiendo para esta propuesta de la necesidad de participación exigida por el mercado actual a los entes económicos, los cuales deben buscar mejorar la calidad de vida de sus comunidades conexas mediante nuevas formas de establecer su accionar empresarial ello soportado en herramientas de tendencia en las organizaciones, como lo es la innovación desde lo social. La investigación, en lo metodológico, se enmarca en el enfoque cualitativo, donde la revisión documental-bibliográfica aporta como técnica a la construcción teórico-conceptual, de acuerdo con la cual, se construyen los lineamientos o estrategias a proponer, para así, proponer reflexiones que permitan ampliar el espectro bibliográfico dentro de la temática.

**PALABRAS CLAVE:** Estrategia, Innovación, Innovación Social, Organizaciones, Responsabilidad Social Empresarial

**SOCIAL INNOVATION: AN APPROACH FROM ITS RELATIONSHIP  
WITH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN TIMES OF COVID 19**

## ABSTRACT

The objective of this chapter is to propose social innovation strategies aimed at strengthening corporate social responsibility actions within organizations, based on the need for participation demanded by the current market to economic entities, which should seek to improve the quality of life of their related communities through new ways of establishing their business actions, supported by trend tools in organizations, such as innovation from the social point of view. The research, methodologically, is framed in the qualitative approach, where the documentary-bibliographic review contributes as a technique to the theoretical-conceptual construction, according to which, the guidelines or strategies to be proposed are built, to propose reflections that allow expanding the bibliographic spectrum within the thematic.

**KEY WORDS:** Strategy, Innovation, Social Innovation, Organizations, Corporate Social Responsibility, Corporate Social Responsibility

## 1. INTRODUCCIÓN

Dentro de los procesos de globalización y los cambios de tipo social, económico, cultural, político y humano, las organizaciones, igualmente, han buscado, no solo ser partícipes, sino también servir como agentes de cambio a la sociedad, bien sea dicho, que el beneficio de las comunidades más cercanas a dichas organizaciones trascienda hacia mejoras en la calidad de vida y del entorno en el que están involucrados, es decir, sus grupos de interés. Los cuales, según Freeman (1984), son todos aquellos que afectan la actividad institucional, lo cual pone de manifiesto un contacto constante con los públicos interesados en la empresa, siendo un activo estratégico y ventaja competitiva para cualquier organización (Solís, 2017).

De esta forma, teniendo claro que las empresas requieren moverse al ritmo del mercado, y que el ciclo de vida de los productos es cada vez más reducido, es necesario de acuerdo a Murillo et al (2019), replantear las estructuras organizacionales, las cuales tienen un fin particular centrado en la eficiencia del trabajo, diseñado en entornos de demanda abundante, poca oferta de producto, pocos competidores y un mercado relativamente estable, con el objetivo de producir más, con el menor desperdicio posible, a través de la especialización del trabajo por áreas funcionales.

En este orden de ideas, las organizaciones accionan sus planes de acuerdo con el entorno donde se involucran, por tanto, indiferente de su actividad, sus acciones deben integrarse a un marco de valores que promulguen en función de las necesidades de sus grupos de interés, estando estos vinculados al quehacer institucional.

El problema radica en que las ventajas competitivas no se logran haciendo más de lo mismo, sino creando valor incluso por encima del ritmo de cambio de los mercados, y que para seguir este ritmo se requieren estructuras más flexibles, conocedoras del negocio en todos sus niveles, con capacidad de adaptarse fácilmente a los nuevos retos que se tracen producto de las estrategias innovadoras que se diseñen. Por ello, y de acuerdo con

---

Ponti y Ferras (2008), las estructuras clásicas suponen una trampa para la innovación y para la supervivencia de las organizaciones.

En este sentido, existen diversas acciones, sobre las cuales, los gobiernos organizan sus agendas, esto, no puede ser dejado de lado por las organizaciones, las cuales están llamadas a mantener las condiciones ambientales y el bienestar social, considerado esto último de acuerdo con los postulados de Yepes, Peña y Sánchez (2007) como acciones socialmente responsables. Es decir, no solo tienen funciones económicas, sino también una función social y ambiental. En este orden de ideas, Hartman y Werhane (2013) declaran que esto surge de la necesidad de equilibrar los intereses de la organización, tanto sociales como institucionales, de modo que existe un incremento de la exigencia social por un comportamiento empresarial más responsable y que va más allá de la maximización de ganancias (Lechuga-Cardozo, 2019).

Al respecto, Zeler, Oliveira y Triano (2022) señalan que la responsabilidad social corporativa es considerada una actividad que eleva la posición de las organizaciones y otorga un valor esencial para la reputación sobre todo en situaciones de crisis. Al respecto, Shin et al (2021), refieren que en ambientes de crisis como la pandemia Covid-19, son escenarios donde las empresas pueden fortalecer su reputación a través de una gestión adecuada de su RSC.

En este orden de ideas, surge la necesidad de aportar reflexiones dentro de la temática, las cuales permitan analizar la innovación social fortalezcan las acciones de responsabilidad social empresarial emprendidas por las organizaciones dentro de su estrategia corporativa, en tiempos de pandemia, donde se pretende proporcionar información de carácter científico que permita a las organizaciones conectarse con las tendencias actuales de desarrollo, y estar en condiciones óptimas de cara a la implementación de programas o planes innovadores de RSE.

Por lo que el capítulo se estructura, iniciando con una introducción a la temática, seguido por la revisión bibliográfica y de literatura sobre las variables innovación social y RSE, en contextos de la pandemia, luego la orientación metodológica, los resultados y reflexiones finales.

## **2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **Revisión de Literatura**

#### **Innovación Social**

Según Hernández, Tirado y Ariza (2016), la innovación social se ha convertido en un accionar multidimensional, que ocupa una posición significativa relevante en discursos sociales y políticos, debido a los aportes de diversas disciplinas del saber, además de la suma de experiencias innovadoras en distintos campos, emprendimiento de tipo social, la RSC, el *crowdsourcing*, la economía colaborativa, entre otras que sustentadas en creatividad y el movimiento de grupos sociales. Para Echeverría (2012), la conceptualización de innovación social está en etapa de construcción y consenso,

---

definiéndose más por el sector en el que se desarrolla que por sus características propias y elementos diferenciales.

Por su parte, Conejero (2016), plantea un conjunto de elementos compartidos sobre el concepto de innovación social, acotando que la misma tiene varias perspectivas:

- Satisface necesidades humanas no cubiertas, sea por escasez de recursos, oportunidad política, o porque no es percibida su importancia por parte del s público, o privado.
- Motiva cambios en las relaciones, fundamentalmente con el gobierno, pues aumentan los grados de participación, de los grupos más vulnerables de la sociedad.
- Desarrolla capacidades sociopolíticas y el acceso a recursos para el fomento del empoderamiento ciudadano.
- Es un proceso surgido desde la ciudadanía.

Según la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE,2009), por innovación social se entiende la descripción, desarrollo e implementación de nuevas ideas en productos, servicios y modelos para la satisfacción de necesidades sociales. De acuerdo a esto, la innovación puede clasificarse en dos tipos: a) Según el grado de cambio que introduce: la innovación radical y la progresiva; y b) El objeto de cambio sobre el cual se ejerce, pueden plantear cinco tipos: introducción de nuevos productos, introducción de nuevos métodos de producción, apertura de nuevos mercados, desarrollo de nuevas fuentes de suministro de materias primas u otros insumos, creación de nuevas estructuras de mercado en un sector de actividad, de acuerdo con las consideraciones realizadas por OCDE (2005).

En este sentido, se desprende el concepto de innovación social, tópico relativamente nuevo dentro del universo del que hace parte la innovación, y es que en el imaginario colectivo de las personas que no se encuentran inmersas y familiarizadas con esta área de conocimiento y desarrollo, se suele acotar y relacionar el término innovación solo a las áreas de ciencias y tecnología, pero en la rama social, es un tema que se ha comenzado a explorar con fuerza a partir de finales del siglo XX (Bureau of European Policy Advisers (BEPA), 2010).

Sin embargo, la bibliografía respecto a la temática ha ido en aumento, y son diversos los autores que han explorado la conceptualización, por ejemplo, Orduz (2015) plantea que la innovación social se refiere a nuevas prácticas sociales, con nuevas formas de hacer las cosas. Su accionar se caracteriza por el mejoramiento de la calidad de vida de quienes se encuentran influenciados por este tipo de innovación, y no es el resultante de un solo esfuerzo, sino que surge como la suma de múltiples investigaciones en el campo social, antropológico, político, psicológico y cultural, que juntos hacen sinergia para el impulso y creación de conocimiento aplicable a la sociedad, de acuerdo con esto, resaltan algunos aspectos como son la identificación y desarrollo de procesos novedosos para la inserción en el mercado laboral, creación de nuevas competencias, trabajos y formas de participación, identificación, ingresos y trabajo, educación, salud, habitabilidad, nutrición, dinámica familiar, aseguramiento bancarización y apoyo legal que dan respuesta a las problemáticas sociales que se abordan desde este tipo de innovación, de acuerdo con autores como ONU (2008), Fenizi (2015) y Villa & Melo (2005).

Por otra parte, es de suma importancia, postular las propuestas de autores como Young Foundation (2007), quienes conciben la innovación social como las nuevas ideas dispuestas para satisfacer aquellas necesidades urgentes en pro de mejorar la vida de las personas, de igual manera, enmarcan el termino como aquellas actividades y servicios innovadores motivados por las necesidades sociales, a través de organizaciones con enfoque social, en este punto, se difiere de la propuesta, dado que, independiente de la actividad económica, las organizaciones deben tener una conciencia empresarial que los conecte y acerque a las problemáticas de sus comunidades conexas, y se consideren mecanismos de acción para hacer frente a la solución de dichas problemáticas.

La innovación social se trata de nuevas ideas que funcionan para abordar necesidades urgentes insatisfechas. Simplemente es descrito como innovaciones sociales en sus fines como en sus medios. Las innovaciones sociales son nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que simultáneamente satisfacen las necesidades sociales (más eficazmente que las alternativas) y crean nuevas relaciones o colaboraciones sociales (Murray, Calulier-Grice y Mulgan, 2010).

Por otra, describe el proceso de invención, difusión y adopción de nuevos servicios o modelos organizacionales, ya sea en el sector sin fines de lucro, público o privado” (Estudio sobre Innovación Social, 2010, p. 16), otra posición importante a considerar es la propuesta por Ibid, quien considera lo siguiente: “Son aspectos muy importantes para la difusión, la facilidad de comunicación, los canales de información eficaces y la transmisión de experiencia, tanto dentro de las organizaciones como fuera de ellas” (Ibid., p. 41). En este sentido, OCDE propone lo siguiente: “el elemento central de la innovación es la difusión de todo nuevo conocimiento y de toda nueva tecnología” (OCDE, *Manual de Oslo*, p. 40).

Para Calanche et al (2022), en tiempos donde la humanidad pretende atenuar el escenario de aislamiento y distanciamiento generado por el COVID-19, los ciudadanos implementan estrategias de innovación y emprendimiento como una forma de dar respuesta a los problemas sociales producto de la pandemia. Agregando los autores, que, en una situación en la que las sociedades desafían situaciones por la pandemia COVID-19, la innovación social puede brindar soluciones para abordarlos, involucrando a todos los actores de la sociedad entre los que se mencionan, las empresas públicas y privadas, universidades, instituciones gubernamentales, comunidades; por lo que, este tema ha sido aceptado como una nueva forma de actuar y crear.

En este sentido, Bonnici y Raja (2020), refieren que la innovación e iniciativas emprendidas por distintas organizaciones muestran resultados positivos en Latinoamérica. Al respecto, Ramalingam (2020) y Beh y Bhalla (2020), destacan que, los innovadores y emprendedores sociales han sido muy creativos para contribuir con las comunidades más impactadas por la pandemia, evidenciando que, desde un servicio de medicina sobre ruedas en Uganda hasta un rostro reciclado, máscaras hechas por mujeres vulnerables en Perú liderizadas por Valery Zevallos. Para ellos, los actores sociales del desarrollo han desempeñado un papel valioso en estos momentos de crisis, facilitando, catalizando y apoyando nuevas maneras de pensar y trabajar.

---

## Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad social empresarial, en adelante RSE, no es algo novedoso en el mundo empresarial, aunque en la última década está adquiriendo una nueva dimensión por el especial interés que conlleva, demandando una gestión cuidada como en cualquier ámbito de valor estratégico, que supere lo anecdótico o lo filantrópico (Paz et al, 2015, 2016; García et al, 2018), en este sentido, se observa la existencia de una pluralidad de acciones para un mismo concepto, dado que las organizaciones asumen a su conveniencia y percepción como abordar este tema ante sus grupos de interés.

Rabasa (2005) considera que, los antecedentes históricos de la RSE se remontan a siglos pasados y se encuentran en los propios orígenes de las organizaciones que conjugan capital y trabajo para generar riqueza y beneficio, aunque en el camino los abusos sobre los trabajos hayan sido notorios. Para Bateman y Snell (2005), "la empresa socialmente responsable maximiza los efectos positivos sobre la sociedad y minimiza sus efectos negativos" (p. 147), es decir, actividades para beneficiar de manera constante a las comunidades mientras que sus acciones a mejorar sean mitigadas.

En palabras de Nowajewski, et al. (2016), en la actualidad, no se pueden constituir empresas sin considerar los entornos sociales y medioambientales en los que se inserta, es decir, se hace necesaria la adopción de medidas y la integración de aspectos sociales y medioambientales en los objetivos de la empresa, en concordancia con lo expuesto por RSE-Ecuador (2016), además de Huerta y García (2009). El concepto de responsabilidad social empresarial RSE analiza, a partir de los pilares económico, social, y ambiental, el impacto de las actividades de las empresas sobre la sociedad (Battaglia et al. 2014; Paulík et al., 2015).

Es por esto, que el desafío de generar acciones de responsabilidad social empresarial se impone ante el cumplimiento de normas y estándares internacionales que responden a las necesidades mucho más exigentes de consumidores globales (Camacho, 2015, p. 11), Con el desarrollo de estas acciones, logran estimular una búsqueda constante para elevar su calidad de vida productiva, proponiendo un cambio de paradigma, aceptación y convicción en la medida en que sus acciones deben dirigirse en pro del beneficio de todos sus grupos de interés (Toro y Pavía, 2011; Hernández, Muñoz y Barrios; 2017; Freeman, 2010).

De acuerdo con lo anterior, Barragán et al (2019) conciben la responsabilidad social empresarial (RSE) como una tendencia de cambio en las organizaciones, que debe ser compatible con el desarrollo del entorno social, dentro de un alcance de eficiencia que permita a las organizaciones ser sostenibles, donde el desarrollo de políticas y acciones sociales estén encaminadas al impulso de todos los actores involucrados en la sociedad, lo cual es respaldado por actores como Giraldo-Cárdenas et al. (2016), quienes afirman que la responsabilidad social se basa en actuaciones y resultados que son posibles hacer visibles a la sociedad.

Klisberg (2003), por su parte, concibe la responsabilidad social empresarial como pilar fundamental de las instituciones, por tanto, la inclusión de la RSE dentro de los valores corporativos y, a su vez, en el direccionamiento estratégico de la organización resulta

---

vital (Chumaceiro & Hernández, 2012; Paz, Prieto y García, 2015; Chumaceiro, Hernández & Velazco, 2015).

Las organizaciones, sin importar su naturaleza, tamaño, estructura o actividad económica, deben crear vínculos que promuevan el mantenimiento de las condiciones del entorno y del bienestar de los actores, lo cual se enmarca en un actuar socialmente responsable (Yepes, Peña & Sánchez, 2007; Chumaceiro, Chirinos & Reyes, 2016). En otras palabras, las empresas no sólo tienen una función económica, sino una función social y ambiental, esto nace de la necesidad de equilibrar los intereses de la organización, tanto sociales como institucionales (Hartman & Werhane, 2013; Chumaceiro, Chirinos & Reyes, 2016).

En opinión de Godoy et al (2022), la RSC se concibe como una declaración pública sobre las prácticas empresariales, que se desarrollan de manera transparente, donde los recursos que se utilizan en sus operaciones rutinarias tienden a lo ecológico, que proceden acorde a un sistema de valores compartidos socialmente. De allí que, las organizaciones tomen un comportamiento voluntario, responsable, y crítico con su ambiente, ocasionando respuestas pertinentes con la sociedad, y en coherencia con la sostenibilidad.

Ahora bien, en criterio de Ayedee y Kumar (2021), en el contexto de la pandemia por Covid 19, un número significativo de empresas han reenfocado su dirección de sostenibilidad, orientándose principalmente en las dimensiones social y medioambiental. Destacando Appel et al (2021), la importancia de que, en el escenario vivido de complejidad sanitaria y social a nivel global, se hayan implementado acciones de donación de material médico y de protección, así como el desarrollo de productos que contribuyan a que la sociedad se enfrente a mejores condiciones en la pandemia.

Por su parte, Xifra (2020), señala que el ofrecer infraestructura e instalaciones, así como realizar actividades al servicio de la salud y cuidado, se reconocen como acciones de responsabilidad social corporativa por parte de la organización. Sobre esto, Sury (2020) y Fox et al (2020), señalan que en tiempos de pandemia las empresas han considerado relevante ocuparse por el bienestar y salud de sus clientes internos y externos.

De acuerdo con Ayedee y Kumar (2021) y Sorzano (2020), la pandemia por Covid 19, generó escenarios por los que distintos sectores empresariales se vieron en la obligación de reinventarse, haciendo reingeniería en los negocios por el impacto en su actividad económica, motivando a que las organizaciones realizaran innovaciones y adecuaciones en sus procesos de RSC, a fin de buscar satisfacer equitativamente los requerimientos económicos, sociales, y medioambientales en este momento de coyuntura.

En el mismo orden de ideas, para He y Harris (2020) las condiciones generadas por la pandemia por Covid 19 son una oportunidad para que las organizaciones se alineen con los Objetivos del Desarrollo Sostenible, y así puedan enfocarse al adelanto de acciones sociales y ambientales. Al tiempo que Popkova et al (2021), Qiu et al (2021) y Kirk y Rifkin (2020), hacen referencia al impacto de esta pandemia en el valor de la empresa, considerando que las transformaciones ocurridas han propiciado que emerjan otras manifestaciones en deseos, expectativas y hábitos de los clientes.

### 3. MÉTODO

El enfoque utilizado para la investigación es cualitativo, por cuanto las técnicas para la recolección de datos, como la revisión documental, ayudarán a recopilar información y como bien lo dicen Taylor y Bogdan (1986), aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable.

El alcance establecido es el descriptivo, mediante el cual se busca especificar las propiedades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a análisis (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 92). Por tanto, solo se pretende recoger información independiente o conjunta sobre conceptos o variables, siendo para el caso de la investigación, la innovación y responsabilidad social empresarial. El diseño de investigación escogido es el transversal, ya que el estudio no tuvo un seguimiento en el tiempo y se efectuó en un período determinado (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 154).

En cuanto a la investigación corresponde, se establece la compilación de fuentes de orden secundario, en cuanto a los documentos académicos seleccionados. El marco teórico del documento permite la definición conceptual y en consiguiente, teórica, con referencia a innovación y RSE. Luego de dicha compilación, se procedió a analizar la información, a través de lo cual fue construido el documento objeto de este trabajo. Ultimadamente, son realizadas una serie de recomendaciones y conclusiones conformes al objetivo de investigación trazado.

Posteriormente, se estableció luego de explorar la literatura, la existencia de un abordaje conceptual desde múltiples áreas del conocimiento, lo cual permite considerar una diversidad en cuanto al alcance de aplicación desde lo conceptual que ofrecen estos temas, de suma relevancia cuando de gestionar escenarios de crisis se trata. Con el fin de analizar en detalle el estado del arte del desarrollo e investigaciones realizadas en torno a la innovación social, se realizaron consultas en bases de datos de artículos científicos indexados que hacen referencia a iniciativas en el mundo que buscan el desarrollo humano, además de los análisis y evaluaciones que se han llevado a cabo desde sus inicios, y por sobre todo, como esta temática ha sido abordada por las organizaciones y en qué manera puede ser implementada de forma efectiva.

### 4. RESULTADOS

El desafío de generar acciones de innovación social que induzcan a las organizaciones hacia la responsabilidad social empresarial se impone “ante el cumplimiento de normas y estándares internacionales que responden a las necesidades mucho más exigentes de consumidores globales” (Camacho, 2015, p. 11), para ello, la presente investigación busca analizar la innovación social asociadas a la responsabilidad social empresarial desde una perspectiva teórico-conceptual, en tiempos de Covid 19 (Beh y Bhalla, 2020; Fox et al, 2020), abordando esta construcción desde la perspectiva de la gestión, enfocada en las acciones realizadas, apoyada por visiones como la ética o filantrópica y la jurídica

---

(asociada a la normativa), partiendo de la importancia que representa el desarrollo de estas acciones e iniciativas, las cuales pueden llevarse a cabo en la medida que existe claridad por parte de los actores del entorno sobre los distintos conceptos y teorías asociados a estas dos variables, en contextos de la pandemia (Appel et al, 2020).

Por otra parte, la apropiación de la innovación social, y la responsabilidad social empresarial basadas en modelos de nuevas tendencias tales como la creación de valor compartido resultan vital para las organizaciones, puesto que amplían el alcance de estas variables incorporando la mirada de la coyuntura generada por la crisis del Covid 19, bajo el principio de una organización que gestiona y lidera iniciativas con enfoque social.

Aspectos como el carácter voluntario buscan encontrar soluciones consistentes y sobre todo sostenibles a los distintos problemas que afligen a sus partes interesadas, sirviendo como mecanismo de apoyo a la perspectiva de gestión, con el objetivo de convertirse en agentes transformadores de cambio para la sociedad, que no solo operen para la obtención de beneficios económicos, sino también que consideren las necesidades de su entorno inmediato.

Aguilera y Puerto (2012) conciben la RSE como una nueva alternativa para competir, ya que esta permite transmitir valor agregado a la sociedad, en tal sentido, Chumaceiro, Hernández & Velazco (2015) y Guédez (2006) consideran que la RSE es la capacidad para comprender los alcances de los compromisos sociales de la empresa, implicando acciones concretas para crear mejoras en los grupos sociales vinculados a las empresas, tanto en el nivel interno como externo a las mismas, lo cual desde un punto de vista estratégico, se espera por parte de la organización ver estas acciones representadas en ventajas competitiva, siendo tarea de la organización reconocer en qué momento estas acciones han rendido estos frutos, ya que a partir de estos esfuerzos colaborativos, se impulsa el crecimiento y sostenibilidad integral de las organizaciones.

El propósito fundamental de las estrategias de innovación social y como estas impactan al entorno, desde puntos de vista como la matriz de triple resultado de Elkington (1997), consiste en proveer una solución novedosa a un problema social que es más eficaz, eficiente, sostenible o justa que las soluciones existentes y cuyo valor creado recae principalmente en la sociedad en su conjunto y no en los particulares, esto último en línea con lo expresado por Echeverría (2014), esto se encuentra en concordancia con lo propuesto por Ibid, para quién La innovación social es transversal en los resultados de sus acciones, es decir, en el fin y los medios.

En este orden de ideas, resulta primordial que las actividades y servicios de las organizaciones estén dirigidos hacia la satisfacción de necesidades de tipo social, los cuales estén desarrollados y difundidos a través de organizaciones con direccionamientos hacia lo social muy particularmente en momentos del Covid 19. En este sentido, Se recomienda, la articulación de los esfuerzos organizacionales para impulsar las iniciativas de responsabilidad social hacia los actores involucrados en el proceso (Yepes et. Al, 2007; León, 2015; Ayedee y Kumar, 2021) De igual forma, se recomienda que la aplicación de estas acciones se vea en mayor medida, motivadas por los principios autónomos de cada organización, estableciendo así precedentes para la integración de organizaciones de

diferentes naturalezas, enfocadas en innovar en momentos de crisis (Bonnici y Raja, 2020).

Para investigaciones futuras, se plantea la consideración de este documento como base de tipo teórica para la construcción de nuevos materiales de producción científica que permitan contar con una abundante bibliografía que vislumbre un panorama amplio respecto a la problemática, así mismo, la utilización de herramientas metodológicas tales como la revisión documental-bibliográfica como insumo principal para acercar y comparar realidades del territorio con las acciones tanto emprendidas como establecidas en distintas latitudes a nivel global, lo anterior apuntando a la generación de productos científicos de divulgación internacional.

## 5. REFERENCIAS

- Aguilera Castro, A., Becerra, P., & Patricia, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *Pensamiento & Gestión*, (32), 1-26.
- Appel, M., Donghong, D., & Morshadul, H. (2021). Corporate Social Responsibility: Business Responses to Coronavirus (COVID-19) Pandemic. *SAGE Open*, 11(1), 1-17. <https://doi.org/10.1177/2158244020988710>
- Ayedee, N., & Kumar, A. (2021). How CSR Practices Changed During Covid-19: Triple Bottom Line. En S. Sruthi (Ed.), *New Paradigms in Business Management Practices* (Third, Número February, pp. 140-145). Amazon.
- Barragán, C., García Guilianny, J. E., Meza Rodríguez, V. A., Mercado Zapata, M., & Olarte, L. (2019). Responsabilidad social empresarial en medios impresos en los Departamentos del Atlántico y Magdalena (Colombia).
- Bateman, T. S. & Snell, S.A. (2005). Administración: Un nuevo panorama competitivo. (4a ed., pp.147, 150-151). México: McGraw-Hill/Interamericana.
- Battaglia, M., F, Testa, L. Bianchi, F. Iraldo y M. Frey, Corporate Social Responsibility and Competitiveness within SMEs of the Fashion Industry: Evidence from Italy and France, *Sustainability*, 872-893 (2014)
- Beh, L. Y., y Bhalla, N. (19 de noviembre de 2020). 'In the DNA': How social entrepreneurs are getting creative in pandemic. *Thomson Reuters Foundation News*. <https://news.trust.org/item/20201119020545-o3v7v>
- Bonnici, F., y Raja, P. (25 de marzo de 2020). 6 ways social innovators are responding to the COVID-19 pandemic. *World Economic Forum*. <https://www.weforum.org/agenda/2020/03/how-social-innovators-are-responding-to-the-covid19-pandemic/>
- Calanchez Urribarri, África, Ríos Cubas, M. A., Zevallos Aquino, R. L., & Silva Peralta, F. J. (2022). Innovación y emprendimiento social como estrategia para afrontar la

- 
- Pandemia COVID-19. *Revista De Ciencias Sociales*, 28(1), 275-287.  
<https://doi.org/10.31876/rcs.v28i1.37691>
- Caulier-Grice, J., Kahn, L., Mulgan, G., Pulford, L., & Vasconcelos, D. (2010). Study on social innovation. The Social Innovation exchange (SIX) and the Young Foundation for the Bureau of European Policy Advisers. Bureau of European Policy Advisers, Young Foundation. –2010.–P, 127.
- Conejero, E. (2016). La innovación social desde el ámbito público: Conceptos, experiencias y obstáculos, *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, nueva Época – n.15, enero-junio
- Chumaceiro, A., Hernández, J. & Velazco, J. (2015). Reflexiones sobre los modelos de políticas públicas de responsabilidad social empresarial en Europa. *Revista OIKOS*, 19(39), 77-91
- Echeverría, J. (2008). El Manual de Oslo y la innovación social, *ARBOR*, Ciencia, Pensamiento y Cultura, CLXXXIV 732, Julio-Agosto, 609-618.
- Echeverría, J. (2014), *Innovation and Values: A European Perspective*. UNR: Center for Basque Studies.
- Echeverría, J. (2017), *El Arte de Innovar. Naturalezas, lenguajes, sociedades*. Madrid: Plaza y Valdés, 2017.
- European Commission 2010, Europe 2020 Flagship Initiative Innovation Union, Bruselas, COM (2010) 546 final.
- Fenizi, N. (2015). *Innovación Social y Desarrollo Local*.
- Fox, C., Davis, P., & Baucus, M. (2020). Corporate social responsibility during unprecedented crises: the role of authentic leadership and business model flexibility. *Management Decision*, 58(10), 2213-2233. <https://doi.org/10.1108/MD-08-2020-1073>
- García, J. E., Duran, S. E., Cardeño Pórtela, E., Prieto Pulido, R., García Cali, E. R., & Paz Marcano, A. (2017). Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad.
- García, J., Cazallo, A., Barragan, C. E., Mercado, M., Olarte, L., Meza, V. (2019). Indicadores de Eficacia y Eficiencia en la gestión de procura de materiales en empresas del sector construcción del Departamento del Atlántico, Colombia. *Revista ESPACIOS*, 40(22).
- García, J., Durán, S.E., Parra, M.A., & Caraballo, H. R. M. (2018). Inserción, integración y equidad en el ámbito laboral: Escenario empresarial posconflicto en Colombia. *Revista de ciencias sociales*, 24(3), 36-49.
- Godoy Rodríguez, Martha Rocío, Vidal Marrero, Aiblis Susel, Cendales Rodríguez, Juan Pablo, Asuaga, Carolina, & Curvelo Hassán, José Obdulio. (2021). *Gestión y*

- 
- prácticas de la responsabilidad social corporativa en américa latina durante la pandemia del covid-19. *Revista Republicana*, (31), 261-275. Epub 02 de febrero de 2022. <https://doi.org/10.21017/rev.repub.2021.v31.a115>
- Gurrutxaga, A. y J. Echeverría (2012), *La luz de la luciérnaga: diálogos de innovación social*, Madrid, Plaza y Valdés.
- Hartman, L. P., & Werhane, P. H. (2013). Proposition: Shared value as an incomplete mental model. *Business Ethics Journal Review*, 1(6), 36-43.
- He, H., & Harris, L. (2020). The Impact of Covid-19 Pandemic on Corporate Social Responsibility and Marketing Philosophy. *Journal of Business Research*, 116, 176-182.
- Hernández, R., C. Fernández y P. Baptista, *Metodología de la Investigación Científica*, Mc Graw Hil, México (2014)
- Hernández-Ascanio, José; Tirado-Valencia, Pilar; Ariza-Montes, Antonio El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, núm. 88, diciembre, 2016, pp. 164-199
- Kirk, C. P., & Rifkin, L. S. (2020). I'll Trade You Diamonds for Toilet Paper: Consumer Reacting, Coping and Adapting Behaviors in the COVID-19 Pandemic. *Journal of Business Research*, 117, 124-131.
- Klisberg, B. (2003). *Responsabilidad Social para Latinoamericanos*. Madrid: Editorial Deusto.
- Lechuga Cardozo, J. I. (2019). Estrategia de responsabilidad social empresarial de una terminal portuaria en Barranquilla, Colombia. *Corporate social responsibility strategy of a harbour terminal in Barranquilla, Colombia*. *Signos Investigación en Sistemas de Gestión*, 11(1), 131-144.
- López, G. A. Y., Collazos, W. P., & Sánchez, L. F. (2007). *La responsabilidad social empresarial. Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy*. Books, 1.
- Méndez C (2005), *La responsabilidad social de empresarios y de empresa*, Caracas: Grupo Editorial Strategos Consultores.
- Murillo Vargas, G., García-Solarte, M. y González-Campo, C. H. (2019). Propuesta de estructura organizacional para organizaciones intensivas de conocimiento: una caracterización desde los centros de excelencia. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (58), 19-40 doi: <https://doi.org/10.35575/rvucn.n58a7>
- Nowajewski, F., A. Pérez y E. Schlesinger, *Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Evolución, Presente y Futuro* (en línea: <https://goo.gl/YIvWvt>, acceso: 21 de noviembre 2016), Departamento de Ingeniería Civil Industrial, Universidad de Chile, Chile (2016)

- OCDE (2005). Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3d. ed., Paris, OECD/UE.
- OCDE (2009): Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, Manual de Oslo, European Commission.
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2008). Claves de la innovación social en América Latina y el Caribe. (C. E. (CEPAL), Ed.) Santiago de Chile, Chile: Naciones Unidas.
- Ordúz, M. A. L. (2015). ¿Qué es la innovación social? Trans-pasando Fronteras: Revista estudiantil de asuntos transdisciplinarios, (7), 180-184.
- Paulík, J., M. Sobeková, M., T. Tykva y M. Cervinka, Application of the CSR measuring model in commercial bank in relation to their financial performance, Economics and Sociology, 8 (4), 65-81 (2015)
- Ponti, F., & Ferràs, X. (2008). pasión por innovar/Pasión for Innovation. Editorial Norma.
- Popkova, E., DeLo, P., & Sergi, B. S. (2021). Corporate social responsibility amid social distancing during the COVID-19 crisis: BRICS vs. OECD countries. *Research in International Business and Finance*, 55, 101-315.
- Qiu, S. C., Jiang, J., Liu, X., Chen, M. H., & Yuan, X. (2021). Can corporate social responsibility protect firm value during the COVID-19 pandemic? *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102-759.
- Rabassa, B. (2005), Marketing Social, Madrid: Editorial Pirámide
- Ramalingam, B. (1 de diciembre de 2020). OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19): Innovation, development and COVID-19: Challenges, opportunities and ways forward. *OECD*. <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/innovation-development-and-covid-19-challenges-opportunities-and-ways-forward-0c976158/>
- RSE-Ecuador, Responsabilidad Social Empresarial: Buenas Prácticas y Recomendaciones, Quito, Ecuador (2016)
- Shin, H., Sharma, A., Nicolau, J. L., & Kang, J. (2021). The impact of hotel CSR for strategic philanthropy on booking behavior and hotel performance during the COVID-19 pandemic. *Tourism Management*, 85(January), 104322. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104322>
- Solís Delgadillo, Diego. (2017). Hacia una definición del concepto grupo de interés. *Perfiles latinoamericanos*, 25(50), 83-101. <https://doi.org/10.18504/pl2550-005-2017>
- Sorzano, D. M. (2020). La responsabilidad social empresarial: conceptos y pertinencia en tiempos de pandemia. *Trade Law &*

- 
- Customs, 6B*. <http://158.122.1.53/bitstream/60000/915/1/Art.7Dra>. Deisy Milena Sorzano La responsabilidad social empresarial conceptos y pertinencia en tiempos de pandemia.pdf
- Sury, S. (2020). *Impacto del COVID-19 en las prioridades de la RSC / Sostenibilidad y en el rol de sus profesionales Objetivo del estudio: ¿Cuál es el impacto que va producir el COVID-19 en la RSC / Sostenibilidad?* [https://www.dirse.es/wp-content/uploads/2020/06/200622-Impacto-COVID-19\\_RSC\\_Sostenibilidas-v8.pdf](https://www.dirse.es/wp-content/uploads/2020/06/200622-Impacto-COVID-19_RSC_Sostenibilidas-v8.pdf)
- Taylor, S. J., y Bogdan, R. (1986) Introducción: ir hacia la gente. En *Introducción a los métodos cualitativo de investigación*. México D. F., México: Paidós.
- Villa, L., & Melo, J. (2015). Panorama actual de la innovación social en Colombia. Banco Internacional de Desarrollo BID, 84.
- Xifra, J. (2020). Corporate communication, public relations and reputational risk management in the days of covid-19. *Profesional de la Información*, 29(2), 1-18. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.20>
- Yepes, G. A., Hernández, L. M., Franco, L., Camacho, M. T., Cubillos, N. M., Ángel, M., & Cruz, J. (2015). Estado de la RSE en Colombia: Percepción, Práctica e Impacto en el Negocio. *Avances de Entorno de Negocios* No. 20.
- Young Foundation (2006-2007), *Social Innovation: what is it, why it matters, how it can be accelerated*, London, Basingstoke Press.
- Zeler, I., Oliveira Dos Santos, A., & Bosch Casellas, M. (2021). La comunicación de la responsabilidad social corporativa de las empresas españolas sostenibles del índice FTSE4Good IBEX : estudio de su información no financiera a partir de la Ley 11 / 2018, de 28 de diciembre. *Comunicación: Revista de Recerca i d'Anàlisi*, 38(2), 29-49. <https://doi.org/10.2436/20.3008.01.208>