

La Innovación Social Como Balance Entre La Economía y El Bienestar

Ana María Figueroa Durán

Universidad Abierta y a Distancia-UNAD

Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades-ESCAH

Programa de Sociología

Diplomado en Innovación Social

Junio 2023

Tabla de contenido

Resumen	3
Introducción	5
Metodología	6
Resultados	8
Conclusiones y recomendaciones	21
Referencias	26

La Innovación Social Como Balance Entre La Economía y El Bienestar

Resumen

La innovación es el proceso de tomar algo que ya existe y modificarlo de una manera novedosa para tener un mayor rendimiento o un mejor funcionamiento, estos procesos pueden ser aplicados a diferentes ámbitos, ya sean tecnológicos, sociales, ambientales, empresariales etc. y para esto hay una serie de tipos de innovación, por tanto este tiene como finalidad demostrar los beneficios del desarrollo de uno de estos tipos de innovación llamado co-creación y como su integración adecuada en el sector empresarial puede contribuir y generar un serie de beneficios que van desde la sostenibilidad y producción de la empresa hasta dar una solución a un problema ambiental que afecta a todo el mundo, para materializar esto y como sujeto de estudio tenemos a la empresa Colombiana Sajú, que a través de un proceso de reinención conoció este concepto y lo adaptó a los ideales que buscaba para alcanzar la excelencia, además analizaremos la estrecha relación de la co-creación con la responsabilidad social empresarial.

Sajú a través del reciclaje de plásticos idea una forma de dar segunda vida a los plásticos en productos oftalmológicos y estéticos, mientras fusiona la innovación y la responsabilidad sociales para solucionar el problema ambiental de los residuos plásticos contaminantes.

Palabras claves: Innovación, emprendimiento, reciclaje, ambiente, responsabilidad.

Abstract

Innovation is the process of taking something that already exists and modifying it in a new way to have a higher performance or better operation, these processes can be applied to different fields, whether they are technological, social, environmental, business, etc., and for In this there are a series of types of innovation, therefore this is intended to demonstrate the benefits of developing one of these types of innovation called co-creation and how its proper integration in the business sector can contribute and generate a series of benefits that range from the sustainability and production of the company to providing a solution to an environmental problem that affects the whole world, to materialize this and as a subject of study we have the Colombian company Sajú, which through a process of reinvention learned about this concept and I adapt it to the ideals I was looking for to achieve excellence, we will also analyze the close relationship of co-creation with corporate social responsibility.

Through plastic recycling, Sajú devises a way to give plastics a second life in ophthalmological and aesthetic products, while merging social innovation and social responsibility to solve the environmental problem of polluting plastic waste.

Keywords: Innovation, entrepreneurship, recycling, environment, responsibility.

Introducción

El interés por lo que se han denominado “prácticas de innovación social” ya se venía anunciado en los últimos años de cambio acelerado, en los que se han desmontado ciertas estructuras sociales que han sido reemplazadas por otras. La coyuntura de crisis económica y financiera que ha caracterizado el cambio de década ha acelerado sin duda este proceso. Los problemas sociales y medioambientales que caracterizan una sociedad cada vez más vulnerable e interdependiente (algunos nuevos, pero otros ya cronificados) han puesto de manifiesto, y estimulado a la vez, la necesidad de emprender acciones que aporten soluciones de carácter novedoso, al mismo tiempo que presenten rasgos de tipo social (Morales Gutiérrez, 2008; Zurbriggen & González Lago, 2020).

En concreto estudiaremos la innovación social y como usar la co-creación dentro de ella, la innovación social puede ser vista como una herramienta social a través de la cual la comunidad puede hacer manifestaciones políticas de sus necesidades, ya que dando soluciones innovadoras pueden generar visibilización de problemas que no son abordados por los entes competentes y estas soluciones se pueden aplicar a otras comunidades con problemas similares, la innovación social puede ser vista como soluciones hechas a medidas, ya que en efecto es la forma de replantear una solución que puede ya existir y ajustarla a la comunidad en concreto que lo necesite y así dar mejores resultados, entonces podemos ver a la innovación social como una herramienta de lucha social para tener cambios y mejoras en su calidad de vida.

Dentro de la innovación social existe un tipo denominada co-creación, es un proceso de alianza que puede ser entre la comunidad y el Estado o la comunidad y empresas interesadas en dar solución a un problema que les afecta a todos, a través de una solución eficaz y novedosa. A continuación, se presenta la metodología, los resultados, las conclusiones y recomendaciones que se obtuvieron después de sistematizar esta experiencia.

Metodología

El presente artículo tuvo como metodología la sistematización de experiencias obtenidas a través del Diplomado de Innovación Social, partiendo de la problemática sobre el manejo de los residuos sólidos visto como un problema social y que a través de la innovación y la co-creación como un enfoque de investigación participativa se pretende dar solución a esta situación que afecta a la comunidad, logrando en ella un impacto positivo como lo afirma Roger(1995) “ considerar una innovación o un comportamiento innovador como positivo (o legítimo) es algo que condiciona especialmente su difusión” (Roger, 1995, citado por Esquinas, 2012,p.13) y que gracias a dicho impacto puede ser replicado.

La sistematización de la experiencia en particular se realizó mediante el uso de la recopilación de datos utilizando métodos como la entrevista, observación, monitoreo en redes sociales, seguimiento en línea, llamadas y mensajes con los cuales se pudo recolectar la información para llevar a cabo la investigación, tal como nos lo indica Holliday (2012)“la sistematización de experiencias está más relacionada con el proceso, su dinámica, recorrido y vitalidad”(Holliday, 2012, p. 65), donde dichos resultados son presentados después de que se llevó a cabo un arduo trabajo de campo.

La innovación es social cuando surge de las oportunidades dentro de una comunidad, donde las redes de comunicación se fortalecen por los problemas subyacentes y las redes simbólicas fomentan el desarrollo y el crecimiento. Este tipo de proceso crea un cambio en la realidad colectiva a partir de la suma de personas, tecnología, experiencia y recursos ancestrales, donde el compromiso comunitario cobra vida y se convierte en una forma de toma de decisiones (Jailler Castrillón et al., 2020).

El pensamiento de diseño se utiliza cada vez más como una herramienta para resolver problemas sociales complejos, involucrando a los ciudadanos y otras partes interesadas

involucradas en procesos de innovación colaborativa, participando en el desarrollo de soluciones creativas a problemas, creando espacios colaborativos para la creación conjunta. (Zurbriggen & González Lago, 2020).

Según el informe rendido en la 26^o Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP26), es urgente hacer políticas internacionales para dar manejo al problema del uso de los residuos plásticos que terminan siendo uno de los mayores contaminantes de nuestros tiempos, este problema causa contaminación en fuentes hídricas de consumo humano que acaban generando una serie de problemas de salud, además de contaminar el hábitat de muchos animales de consumo humano generando también un impacto en las fuentes de comida, a esto también se le suma que acaba con mucha flora y cultivos, este problema ha llevado a amenazar nuestra propia supervivencia y la de muchas especies que se encuentran en peligro, el mar es una de las principales fuentes de alimento y también una de las más contaminadas, solo en el Océano Pacífico existe una isla de basura que tiene más de 1.8 billones de plásticos, superar la percepción general de que la degradación ambiental se debe, básicamente, a grandes industrias contaminadoras y reconozcan que los hábitos individuales pueden tener efectos acumulativos que suponen cambios globales (Europäische Kommission, 2010), las industrias son el mayor contaminante ya que generan grandes toneladas de basura al año.

Educar en un consumo responsable es necesario en el camino hacia una sociedad más equitativa y comprometida, para lo cual, se debería promover de forma tenaz una ética del consumo basada más en la libertad y la solidaridad, que en la capacidad y necesidad de consumir (Pérez, 2016).

Resultados

Ya entrando en contexto podemos entender que es imperativo despertar un sentido de responsabilidad social por parte de las empresas para que hagan parte del colectivo que busca dar soluciones a este problema que a la larga nos afecta a todos como humanidad, ellos son los principales actores en esto por el amplio volumen de plástico que generan. Al respecto Caicedo, A. & Frias, N. (2016) nos afirman, “promover la inteligencia colectiva entre ciudadanos(as), comunidades, sector privado, sector social y sector público” (Caicedo, & Frias, 2016, p.197), en este caso esta relación gira en torno a los ciudadanos, comunidad y sector privado.

Es aquí en este punto de quiebre y teniendo conciencia y noción en el que empresarios como Juan Pablo, Juan Manuel y Santiago, hacen un proceso de reflexión durante la pandemia del Covid-19 que fue un gran ejemplo de que debemos mejorar como sociedad, que se sientan y se toma el trabajo de darle un sentido con responsabilidad social a su empresa y agregan el sello ecofriendly a sus productos, a través del nuevo modelo de negocio que diseñan para Sajú. Hecho que al respecto Martínez-Celorrio, X. (2017), nos confirma: “Cuestiones como la sostenibilidad ambiental, el desempleo, la pobreza, la exclusión social o el desarrollo comunitario están teniendo nuevas respuestas desde intervenciones creativas de emprendedores sociales que aportan nuevos métodos, nuevas tecnologías y nuevas formas de relación”. (Martínez-Celorrio, 2017, p. 61).

Afrontar la responsabilidad individual desde un proceso de reflexión sobre la necesidad de cambios en nuestros comportamientos (Grace & Byrne, 2010). Entonces para entender cómo se integran estos conceptos ya mencionados y cómo pueden generar una solución a problemas de gran importancia debemos conocer qué es Sajú.

Sajú es una empresa dedicada a la creación de accesorios y monturas de gafas principalmente, que nace en el año 2016 es una idea que surge de tres compañeros de universidad Juan Pablo, Juan Manuel y Santiago, y que en el año 2019 tiene que reinventarse a razón de la pandemia del COVID-19 para poder sobrevivir, es una empresa con un sentido ecológico bastante importante, que es lo que lo ha llevado a destacarse de otras empresas que se dedican a hacer estos mismos productos, ya que la principal materia prima de ellos surge de elementos plásticos comunes como pitillos, tapabocas, cubiertos plásticos, bolsas de basura y otros elementos plásticos que generalmente son desechados y que por el uso que se le dio no suelen ser reciclados, Sajú decide encontrarlos, esterilizarlos y de darle una segunda oportunidad convirtiéndolos en monturas de gafas y accesorios, esto le permite al usuario acercarse a los puntos Sajú entregar sus elementos reciclados y hacer el producto que usted desee, así los productos son personalizados y además ayudan a tener un sentido de conciencia ambiental para los clientes. Poniendo en práctica los alcances teóricos que tiene la innovación social a que se refiere Hernández, J., Tirado, P. & Ariza, A. (2016), cuando dice que “por otro, han proliferado un sinnúmero de prácticas innovadoras de diversa índole - emprendimientos sociales, responsabilidad social corporativa, open innovation, crowdsourcing, economía colaborativa, etc.- que emergen desde la creatividad y el impulso de distintos movimientos y grupos sociales” (Hernández, Tirado & Ariza, 2016, p.169).

Logró utilizar el reciclaje y la reutilización de plásticos y reinventarlo, con la creación de productos que usualmente no hacen parte del reciclaje como es la salud visual y a través de su reinvención logra generar conciencia sobre el uso de plásticos, también la reutilización de estos y el cuidado del planeta y en proceso fomenta el cuidado de la visión, además al usar productos reciclados su costo de materia prima es bajo y la productividad es alta, en redes sociales como tiktok que utilizan para el marketing de la empresa vemos ejemplos en los que involucran a su comunidad, uno de ellos es un vídeo con más de 6.4 millones de

reproducciones en las que hace un par de gafas con tapabocas reciclados y así encontramos una serie de vídeos en las que nos muestran varias cosas comunes que por lo general se desconocen que son plásticas como el caso de los tapabocas y que contaminan en exceso. Así las cosas Sajú está aportando a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) mencionados en su video por el Consejo Nacional de Políticas Sociales (2019, junio 7) en el logro de los siguientes objetivos: objetivo nº6 “Agua Limpia, objetivo nº 8 “Trabajo Decente y Crecimiento Económico”, objetivo nº 9 “Industrial, Innovación e Infraestructura”, objetivo nº 12 “Producción y Consumo Responsable ” , objetivo nº 13 “Acción por el clima” y el objetivo nº 15 “ Vida del Ecosistema Terrestre” , que propone la ONU, puesto que con su propuesta innovadora contribuyen al mejoramiento no solo de la calidad de vida de aquellas personas que necesitan el producto para poder ver, sino que están siendo amigables y solidarios con el medio ambiente que es responsabilidad de todos.

El desarrollo de estas alianzas colaborativas es parte fundamental del proceso de innovación, Sajú con sus alianzas empresariales y sociales ha creado un sistema funcional que da una nueva solución a un problema de contaminación ambiental que crean los residuos plásticos que generamos diariamente. De acuerdo a Murray, Mulgan y Caulier (2011), “algo de lo que está sucediendo en el mercado implica la adopción de las ideas del sector social - La colaboración, la cooperación, las redes basadas en la confianza, la participación del usuario en el diseño de servicios” (Murray, Mulgan y Caulier, 2011, citado por Abreu, & Cruz, 2011, p.4).

Desde la sociología contemporánea también se estudian los riesgos sociales, para tratar el tema traigo a colación a Ochoa, S. (2014) El riesgo en la Sociología Contemporánea: De los riesgos sociales a los riesgos modernos, quien dentro de la categoría de los riesgos sociales clásicos nos habla sobre “riesgos conocidos: en estos riesgos podemos incluir

desempleo, enfermedad, discapacidad, muerte o pobreza en la vejez” (Ochoa, 2014, p. 5). Para nuestro caso Sajú con su experiencia innovadora contribuye a la disminución del desempleo en el caso de los recicladores, enfermedades pues con la disminución de contaminación ambiental se evitan muchas sobre todo las de tipo viral, discapacidad en la parte visual con la opción que tienen las personas para acceder a sus gafas de una forma económica y moderna.

Zurbruggen & González Lago(2020) indican que “La co-creación se sustenta en enfoques de investigación participativa para analizar, intervenir y generar soluciones, así como avanzar hacia procesos de transformación en la conducta de los actores que facilite a generar miradas nuevas y conjuntas sobre los problemas”. Así, este nuevo enfoque del procesamiento del conocimiento es fundamentalmente interdisciplinario, combinando diferentes fuentes de conocimiento (ciencia, tradición, intuición, arte y emociones).

En la práctica los procesos que lleva a cabo Sajú han surtido efecto principalmente por el aprovechamiento que han hecho de este proceso de la co-creación, el sistema que han desarrollado entorno a su manejo interno y la creación del producto, de por sí es una experiencia llamativa que ha generado una amplia aceptación social y comercial de su producto, el proceso es el siguiente: primero, los clientes se registran a través de la página web de Sajú, www.sajú.com.co. Segundo, reciben en su casa una caja con instrucciones para separar el plástico que van a utilizar, en este también reciben un link en el cual explican la experiencia que se lleva a cabo. Tercero, llegada la fecha acordada el cliente llevará sus plásticos a la tienda física acordada y deberá esperar 20 minutos mientras el proceso se lleva a cabo, 60 segundos antes de terminar el proceso la tienda apaga sus luces y solo se ve el cronometro instalado en la puerta de la máquina y como un show de efectos especiales empieza a salir humo y en una ranura aparecen las gafas.

Dentro de estos procesos existen dos opciones primero utilizar plástico reciclado que ya fue previamente seleccionado por Sajú y que también es de origen reciclado, segundo usar adiciones a los plásticos que el cliente lleve.

La idea es que cada cliente lleve sus materiales plásticos reciclados y que al personalizar sus productos y ser parte del proceso los motive a unirse a esta iniciativa, dentro de estos puntos de recolección se abre el espacio a que los habitantes de la zona puedan depositar sus plásticos allí para darles una vida útil, además se apoyan a los recicladores de la zona comprando sus materiales plásticos para los procesos, a esto se suman las empresas aliadas como Lysol, Addidas, Bom Bum, Chocorramo, Suavitel, Coca-Cola entre muchas otras, para hacer campañas colaborativas para sacar productos con edición ilimitada o coleccionables, generalmente se unen cuando tiene algún problema de producción en sus empresas y generan un alto volumen de desperdicios plásticos, con esta sumatoria al ser empresas internacionales genera un mayor impacto de difusión las campañas apoyando a Sajú dando mayor alcance a sus iniciativa y así sumando a más personas a la iniciativa de generar empresas rentables y que tengan sentido de responsabilidad social y ambiental. Las soluciones provienen de mejorar los procesos de entrega de productos, desarrollar nuevos productos para reducir el impacto ambiental, implementar tecnologías que aborden los problemas e impactos ambientales, y cuando cada elemento esté vinculado al negocio, la sociedad y el medio ambiente. (Frers & Arturo, 2011).

Responsabilidad social. Es el reconocimiento e integración en sus operaciones por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales, dando lugar a prácticas empresariales que satisfagan dichas preocupaciones y configuren sus relaciones con sus interlocutores (De la Cuesta González & Martínez, 2003).

Sajú a través de sus procesos de reciclaje, sus alianzas empresariales, sus alianzas sociales, y el marketing con el que impulsa su iniciativa ha generado que tenga un fuerte arraigo social y una aceptación ideal no solo en el mercado sino también en la comunidad, ya que la conciencia climática y de responsabilidad de los consumidores en lo que consume y el interés de ser parte de los procesos de los productos que usan y de cómo aportar algo al ambiente son tendencias en crecimiento que son importantes fomentar, su sede inicial en la ciudad de Bogotá, en el barrio la castellana es el epicentro de esta iniciativa en este se llevó a cabo un piloto con los vecinos de la zona en la que se encargaba de separar sus desechos plásticos y posterior Sajú se encargaba de hacer la recolección y crear sus productos a base de estos, sin embargo algunos plásticos por su composición química y molecular no son óptimos para estos productos que elabora, aun así Sajú ideó una alianza con la fundación pro parques que se encarga de recolectar tapas plásticas y otros tipos de plásticos para crear parques infantiles para las poblaciones vulnerables, entonces de esta forma replica y apoya iniciativas similares. Corroborándose como Sajú se potencializa como una empresa que le apuesta a la Innovación Social en América Latina y el Caribe aplicando una de las definiciones que la CEPAL nos aporta sobre Innovación Social: “que tenga el potencial de ser replicado, tanto en el país en donde se origina como en otros países de la región, que haya demostrado ser sostenible económica y políticamente (Bernal,2016, p.101).

Bogotá capital de Colombia es una de las ciudades más contaminantes del país, y cuenta con un alto volumen de desechos plásticos, de hecho, en múltiples ocasiones el manejo de las basuras y los residuos ha sido un problema grave en Bogotá, el mal manejo de las basuras del relleno doña Juana ha sido un tema político y ambiental grave, ya que no hay un buen manejo de estos desechos y el espacio no es suficiente para el volumen de basura y desechos que genera la metrópolis, por esto iniciativas como la de Sajú y todas las que apoya son vitales para hacer aportes significativos a la sociedad y el ambiente.

Con todo esto y como más adelante veremos podemos identificar a Sajú como una innovación de tipo TRL 9 escalamiento/ replicabilidad del prototipo/ proceso / modelo validación social finalizada y valorada por la comunidad, ya que cumple con todos los requisitos para replicarse y tener un impacto aún más grande y en más comunidades, además de que ya genera un impacto que trasciende más allá de su trabajo al apoyar a otras iniciativas que están en la misma línea de su empresa, sin duda la réplica de este sería un cambio en la mentalidad de consumo y de producción.

La aplicación de la TLR, nos permite visionar que la empresa analizada presenta los siguientes resultados: Sajú se encuentra en TRL 9 ya que corresponde a una empresa con experiencia, con escalonamiento en su área de influencia, es un modelo digno de ser replicado ya que su prototipo va enfocado a dar solución al problema causado por el consumismo que ha genera un alto nivel de desechos reciclables los cuales son en sí mismos son un problema social, en ese orden de ideas el resultado principal obtenido por la empresa en referencias es que plantea una idea de cómo debe abordarse el tema de la contaminación que de una u otra manera afecta a toda la humanidad, por ende debe redireccionarse hacia la creación de empresas con soluciones y que eliminen o apoyen a la destrucción de cualquier producto que contamine el planeta como es el caso de Sajú que su proceso como tal propende por promover el cuidado del medio ambiente con un modelo de empresa auto sustentable y amigable con el planeta.

La empresa es una empresa con proyección hacia el futuro la cual es aceptada y valorada por la comunidad dado que su aceptación es tal que empresas reconocidas le han dado su aval incentivándola y propiciando así su crecimiento como empresa. Lo cual muestra que esta idea de empresa es apoyada, ya que su abordaje social es gratificante y tiene gran proyección a futuro, sus productos y la forma de producirlo han tenido gran impacto

enviando un mensaje ecológico; Estas no solo satisfacen una necesidad básica como son las gafas para todo aquel que las requiera, sino que también están generando un impacto ambiental y cuenta con capacidades para producir alianzas y ampliar su impacto en el mercado.

El trabajo con los ideólogos y dueños de la empresa Sajú muestra un gran ingenio para crear, crecer, generar empresa, crear tejido social con la cadena de producción y los empleados que hacen parte importante en cada acción y al mismo tiempo desarrollar conciencia social en un momento donde la contaminación ambiental está afectado gran parte del planeta. Que, en palabras de Rodríguez Herrera, A., & Alvarado, H. (2008) “es un cambio en la práctica social que realiza una comunidad organizada, un proyecto del gobierno local o una organización no gubernamental con el fin de mejorar el impacto en la atención social o en la dinámica productiva del proyecto o práctica social” (Astorga, 2004, pág. 11, citado por Rodríguez, & Alvarado, 2008, p. 39)

La co-creación es una forma de innovación bastante eficaz para los emprendimientos y las empresas, para Sajú esta ha sido una fórmula muy efectiva, la co-creación involucra a una serie de actores que pueden tener un problema en común y diseñan una metodología de trabajo en conjunto para resolver este y obtener resultados beneficiosos para todas las partes, en el caso de Sajú el problema que identifica es el uso de los desechos plásticos que afectan al medio ambiente y por ende afectan al planeta y nos afecta a todos a su vez, los aliados en la solución de esto es la comunidad y sus clientes, la solución son puntos de reciclaje de plásticos para la creación de monturas de gafas y accesorios y la opción de aportar plásticos reciclados por parte de los clientes para hacer el producto que deseen, entonces usando la creatividad de los fundadores para idear esta iniciativa y la creatividad de cada uno para personalizar sus artículos dan una nueva opción para el uso de los plásticos.

Aunque no soluciona al 100% la problemática si es una nueva iniciativa muy innovadora que funciona para dar manejo a un alto volumen de este, además en el trabajo conjunto se suman marcas de empresas internacionales como “Coca Cola”, “Jonny Walker”, “Adidas” entre otras para suministrarles plásticos que ya no tienen uso en sus empresas y así hacer trabajos colaborativos que masifican el impacto de su trabajo, entonces a través de este modelo de innovación social se masifica el trabajo, se da solución a un problema, se beneficia a una comunidad, se impulsa a la economía y se mejoran las relaciones entre todos los involucrados. Poniendo en práctica lo que Morales (2008) propone tipologías de innovación social que para el caso es “Medio-ambiental: Inserción laboral y preservación del medioambiente, procesos de reciclaje; incluye también la explotación de recursos endógenos y de desarrollo local” (Morales, 2008, citado por Vega, 2017, p.22).

Resultados gestión de las ideas y de la creatividad

¿Cómo se gesta la idea del proyecto en la comunidad?

Sajú lleva su emprendimiento a un nivel social que llega a innovar, lo hacen como la solución a un problema propio de producción que termina dando una solución a una problemática social, ya que a inicios de la pandemia Covid-19 se ven obligados a dejar de importar los materiales plásticos que estos usaban para la elaboración de sus gafas y otros materiales, todo esto era importado desde China y por razones de bioseguridad no era posible transportarlos, para solucionar esto surge la idea de reprocesar materiales plásticos de uso común que no estaban teniendo una segunda oportunidad y así abren el primer punto de recibimiento de reciclaje para que la comunidad done los productos plásticos que no necesitan, y a través de redes sociales empiezan un proceso de marketing para informar a la comunidad de esta nueva iniciativa, y así muchos de sus clientes se involucran en el proceso y personalizan sus productos donando los plásticos con los colores que deseen, es medio de

esto se suman grandes marcas como clientes, aportando el plástico que tienen alguna impureza o defecto y no es viable para sus productos entonces se encargan de hacerles llegar a ellos estos plásticos para hacer alianzas y generar una segunda oportunidad a dichos elementos ; De esta forma llega Sajú a la comunidad resolviendo un problema propio de producción y dando una nueva solución al problema de los desechos plásticos que son grandes contaminantes.

¿Qué actores estuvieron involucrados?

Juan Pablo Pardilla, Juan Manuel Agudelo y Santiago Puentes, y con su crecimiento se han ido sumando grandes empresas para hacer alianzas, dándoles la confianza de darles sus plásticos para crear nuevos productos. Por su puesto que los ciudadanos o comunidad que se beneficia de la utilización de las gafas quienes quieren ser parte del proyecto y desean personalizarlas.

¿Qué problema social pretendía resolver?

Busca dar una solución creativa al manejo de residuos plásticos que no suelen darles una segunda oportunidad.

¿Hay proyecto o iniciativa concretos para resolver el problema?

La iniciativa que desarrolla para resolver el problema del manejo de los residuos lo hace a través de alianzas con grandes empresas que generan grandes cantidades de residuos o plástico defectuoso para sus actividades, Sajú lo recibe y lanza productos de edición especial alcanzando las ventas de la empresa que aporta el plástico y dando a conocer a Sajú como marca, además de la iniciativa que lidera en redes sociales para concientizar sobre el uso de plásticos y dando mayor visibilidad a su emprendimiento.

¿Hay reconocimiento de quiénes son y cómo participan los diferentes actores en ese proyecto de iniciativa?

Los miembros que participan en este proceso son las empresas que se unen para hacer alianzas comerciales y sacar productos de edición o hacer campañas, además los recicladores de la zona donde se encuentran los puntos de fabricación y los vecinos de esas zonas ya que cuentan con un sistema local de reciclaje que les ha suministrado la empresa para hacer un aprovechamiento de sus desechos plásticos.

Gestión del desarrollo interactivo aplicativo.

¿Dónde se desarrolla el proyecto?

La iniciativa de Sajú tiene múltiples puntos de venta a nivel nacional e internacional, sin embargo, en la ciudad de Bogotá cuenta con dos sedes de recolección de plásticos y de ahí se encargan de distribuir y procesarlo, en estos puntos pueden llegar clientes dejar sus plásticos escoger sus diseños y hacer la compra de sus productos.

¿A quiénes beneficia el proyecto?

Esta iniciativa de Sajú tiene una cadena de beneficiarios: El medio ambiente es el primer beneficiado de esta iniciativa y en consecuencia todos los seres humanos, de hecho, en su página oficial www.Sajú.co.com tiene el sello de responsabilidad ambiental, al dar un nuevo uso a los plásticos reducen la contaminación de las fuentes hídricas y de la tierra, así también se benefician los animales ya que muchos pierden la vida por el mal manejo de los plásticos que hacemos. Un segundo lugar lo ocupan los clientes directos se benefician al obtener productos de calidad, personalizados y con conciencia de cuidado. En el tercer lugar se encuentran las empresas con las que crean alianzas ya que baja el margen de pérdidas de producción al darles un nuevo uso cuando tiene defectos y en el cuarto lugar los fundadores

de Sajú se benefician con su iniciativa ya que crecen como empresa, se dan a conocer, aumenta la producción y hacen un aporte positivo al medio ambiente.

¿Qué personas están involucradas en el desarrollo del proyecto y cómo lo han hecho?

Juan Pablo Pardilla, Juan Manual Agudelo y Santiago Puentes, los fundadores de Sajú son los pioneros en esta iniciativa y los pilares fundamentales de ella, con sus tres pilares siendo la sostenibilidad uno de los principales.

¿Qué actividades realizan en el proyecto?

La actividad fundamental es a través de iniciativas de marketing y alianzas, crear conciencia sobre el manejo de plásticos dando una opción nueva para su uso.

¿Existen funciones o roles o responsabilidades para los participantes?

Sajú toma muy en serio su responsabilidad ambiental por eso tiene sello ecológico, esto lo lleva más allá del solo diseño de sus gafas, sus envoltorios, y 90% de los plásticos que usan son de plásticos reciclados. Tal como “Proyecto Sybersyn. Cibernética Social en Chile” “basado en el optimismo tecnológico y la combinación de ciencia” (Medina, 2014, p.126).

¿Cómo se organizan para desarrollar las actividades?

La organización de las actividades se realiza a través de redes sociales, el marketing digital es la fuente principal para dar voz a su iniciativa ambiental. Uniendo tecnología y creatividad a la cual hace mención Useche (2008): Esa “potencia creativa” encuentra en los procesos participativos de planeación e investigación un enorme potencial y un asidero real, tangible y útil (Lora L. & Rocha D. 2016, p. 165). Logran un mejor desarrollo de las actividades planeadas.

¿Cuáles han sido los aportes más significativos que la ejecución del proyecto ha traído para la comunidad?

El principal aporte es bajar el volumen de residuos plásticos del sector, además de comprar estos plásticos a recicladores de la zona aportando también a la economía y el reciclaje local.

¿La ejecución del proyecto ha facilitado la construcción de vínculos y relaciones con actores externos a la comunidad?

Si, esta iniciativa creó unos lazos importantes con otros miembros de la comunidad que hacen desde sus propias labores aportes importantes a esta, como lo son los recicladores de la zona y los negocios locales ya que estos también recogen sus plásticos y los donan, así que se ha creado una red de reciclaje local. Por lo tanto, Sajú está demostrando que se han apropiado de un conocimiento para dar solución a un problema, que definida por COLCIENCIAS (2010) “la apropiación social del conocimiento es entendida como un proceso de comprensión e intervención de las relaciones entre tecno-ciencia y sociedad, construido a partir de la participación activa de los diversos grupos sociales que generan conocimiento” (COLCIENCIAS, 2010, p. 22)

¿Hay momentos o sesiones de revisión, actualización o control de las actividades realizadas?

Los fundadores de Sajú a nivel interno tienen juntas para generar nuevas ideas, buscar nuevas alianzas o sumarse a nuevas iniciativas de cuidado ambiental, siempre están en la búsqueda constante de expandirse y difundir su sentido de empresa ecológica.

¿Cómo se mantiene el proceso o proyecto?

La iniciativa se ha mantenido por la publicidad que se le ha dado a través de las redes sociales y las alianzas echas, esto a maximizado el proceso de recibir plásticos de diferentes fuentes para darle una nueva oportunidad y así mantenerlo a flote.

¿Hay alguna visión o planteamiento de viabilidad económica o de sostenibilidad?

Todo el proceso busca ser sostenible, al momento de su reinversión uno de los pilares fundamentales sobre los que Sajú buscó desarrollar su empresa es la sostenibilidad, al tomar plástico desechable que no se le estaba dando uso , como materia prima fundamental para hacer sus productos y sus empaques generan en consecuencia que sea un emprendimiento económicamente viable además de acelerar los procesos ya que antes esta materia prima la importaban desde China siendo más lento el proceso por las demoras en la importación además de los costos más elevados.

Gestión del proceso

¿Cuál es la estructura organizativa que han implementado en la organización para desarrollar el proyecto y darle continuidad?

Tiene como estructura tres pilares que son Creatividad, Creación de comunidad y Sostenibilidad, esta ha sido la fórmula para hacer que esta iniciativa sea sostenible, rentable y que al mismo tiempo sea diferente y tenga un importante impacto.

¿Cuáles son las estrategias que han implementado para que el proyecto pueda mantenerse en el tiempo?

La estructura y las alianzas han sido la fuente clave para que Sajú salga adelante y se mantenga posesionada en tan poco tiempo como una de las principales empresas del país, se

han sistematizado y economizado los costos, lo que ha generado una mayor rentabilidad, además por su trasfondo social ha generado una mayor aceptación en el público.

Análisis de resultados

De toda la información recopilada, el proceso de sistematización y aplicando la tabla TLR, se encuentra a Sajú en nivel 9, es decir que ya está en fase comercial y es así, Sajú hoy cuenta con más de 50 puntos de venta, ya que la alianza que realizó con Falabella le permite estar a la venta en sus tiendas no solo en Colombia sino también en países como México y Estados Unidos, así lleva su idea a otro nivel y a otros mercados, es una idea de innovación y de negocio que fácilmente se puede replicar por la rentabilidad que esta genera, ya que más del 80% de los materiales que necesitan para sus productos es plástico y lo obtiene casi que en su totalidad de manera reciclada y a precios realmente bajos, esto genera una rentabilidad económica alta y un bajo porcentaje de contaminación con un amplio sentido de responsabilidad; Esta alta rentabilidad vs el bajo costo de producción y contaminación hacen que el modelo de negocio propuesta por Sajú sea fácilmente replicable en diferentes comunidades y empresas. Nos presenta un nuevo concepto a nivel comercial en cuanto a un costo menor de materia prima sobre un alto beneficio, que en muchos casos las empresas se abstienen de hacer productos de mejor calidad o menos contaminantes por los altos valores económicos que estos representan.

Luego podemos entender que su alto proceso de maduración y la forma en la que presenta un nuevo modelo de negocio más rentable económicamente y más amigable ambientalmente es fácilmente replicable, se puede tomar como ejemplo a seguir, a visibilizar para generar conciencia en las demás empresas de cómo pueden ser socialmente responsables con la comunidad a través de la innovación de sus procesos de trabajo.

También esta iniciativa innovadora está aportando a la construcción de la paz en el territorio colombiano tal como Cruz Castillo, Alba. (2017) nos lo indica:

“En esta medida las iniciativas de innovación social aportan a visibilizar acciones pensadas y ejecutadas desde los diferentes programas del sector público y privado para la construcción de nuevo país que incorporen respuestas desde lógicas innovadoras a los conflictos del territorio y la nación” (Cruz Castillo, 2017, p .157).

Sajú mediante la generación de otras formas de empleo a sus colaboradores está ayudando para el mejoramiento de la calidad de vida de sus familias. Así las cosas, son ejemplo de participación, cooperativismo y responsabilidad en todos los sentidos (social, ambiental, empresarial) para aquellas ideas innovadoras que deseen emprender en el futuro, luego con su trabajo están justificando “por qué la innovación social, que se presenta como una solución participativa y cooperativa, es un fenómeno que debe ser fomentado para coadyuvar a resolver los retos actuales que amenazan el bienestar y la misma estabilidad de la sociedad”(García-Flores, & Palma, 2019, p. 249).

Para finalizar este apartado se puede ver como las ideas innovadoras producen impactos positivos en la sociedad, bajo la implementación de la creatividad, el buen uso de las tecnologías y la apropiación del conocimiento se contribuye a un proyecto sostenible que beneficie no solo un grupo de personas sino a toda una sociedad, que en palabras de Hochgerner, J. (2011) nos quiere decir :“de hecho, al promover deliberadamente nuevos desarrollos en investigación, tecnología e innovación, la sociedad moderna ha ampliado considerablemente su potencial para mejorar las condiciones de vida presentes y futuras” (Hochgerner,2011, p.6) .

Conclusiones y Recomendaciones

Para concluir podemos ver desde la sociología y después de un análisis de la estructura de su organización y el sistema de negocio que se creó entorno a ser productivos, sostenibles y responsables socialmente, son la fusión ideal para que un emprendimiento se posiciona como uno de los más fuertes de Latinoamérica. Mediante la fusión innovación y responsabilidad social de la mano de las empresas que los apoyan han tenido gran impacto positivo en su comunidad beneficiada.

Mediante la sistematización de esta experiencia innovadora Sajú nos enseña que el trabajo de las empresas debe ser redireccionado de forma positiva y debe acabar con el estigma de que tener responsabilidad social y ambiental genera un costo más alto a las empresas, y por el contrario puede ayudar a hacer más rentable los procesos, el sentido humano con el que Sajú fue creada permite esta excelente fusión, invitando a un proceso de reflexión colectiva, así mismos y deja la pregunta abierta para todos los que deseen emprender o crear empresas, ¿con nuestro negocio podemos dar solución a un problema que afecte a la sociedad?, analizamos este modelo de los tres pilares Creatividad, Creación de comunidad y Sostenibilidad, utilizados por Sajú para lograr hacer un equilibrio funcional, construyendo soluciones a sus necesidades y en beneficio de la sociedad. El deber ser sería que estas implementarán acciones para contrarrestar sus efectos, adopten el concepto de responsabilidad ambiental.

De igual manera podemos concluir que el grado de maduración de Sajú tiene unos grandes estándares de calidad por ser una empresa que piensa en lo social, lo empresarial y lo ambiental. Si analizamos desde lo que debe ser una empresa en estos tiempos proyectada al futuro debemos inferir que todas deben propender por un equilibrio ambiental que le pueda garantizar la sostenibilidad del ser humano.

La relación sociológica aplicada desde el análisis realizado a la empresa de innovación social como lo es Sajú, podemos decir que sus conceptos van encaminados por buscar no solo un beneficio económico para los propietarios de dicha empresa, sino un ejemplo de cómo debe ser el modelo de una empresa que pretenda por mejorar la calidad de vida de las personas, haciendo un llamado o invitación a que cada día se deben buscar acciones conjuntas para salvaguardar el medio ambiente hoy, para que mañana las nuevas generaciones puedan seguir disfrutando de un mejor planeta.

Recomendaciones: A Sajú por ser una empresa tipo TLR 9 siendo esta de muy alto nivel se recomienda que continúe llevando a cabo su trabajo y apoye a las iniciativas similares como lo ha venido haciendo, además se le recomienda buscar la forma de presentar su propuesta y llevar las alianzas a una instancia gubernamental para generar convenios de trabajo con el gobierno, así generar un impacto más grande a nivel nacional, también se invita a que sean partícipes de las políticas públicas que se están haciendo en la región, ya que su iniciativa podría ser una solución a largo plazo, finalmente es importante y se sugiere dar voz a este concepto de responsabilidad social empresarial sobre el cual han basado su negocio ya que si todas las empresas lo pusieran en práctica entenderían lo importante que es para la sociedad, puesto que la contaminación bajaría significativamente, además se daría un uso a lo que se desecha siendo un doble impacto.

Referencias

- Abreu, J. & Cruz, J. (2011). Modelos de innovación social. En *Innovación Social: Un análisis de conceptos, etapas y modelos*. Segunda Sesión de la 5a Edición de la Catedra Agustín Reyes Ponce y 4to Coloquio de Cuerpos Académicos en Ciencias Económico - Administrativas CUMEX. pp. 33 - 60.
- <https://www.researchgate.net/publication/298070338> Innovacion Social Un analisis de ConceptosEtapas y Modelos
- Bernal, M.E. (2016). La Innovación Social en América Latina y el Caribe. En Domanski, D., Monge, N., Quitiaquez G., & Rocha, D. (Ed.). *Innovación Social en Latinoamérica*. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios, pp. 95-110
- http://umd.uniminuto.edu/documents/1242125/7107898/Innovaci%C3%B3nSocial_Latinoamerica.pdf/18b5de7a-0ae8-4aa0-be18-a3c22d4762e1?version=1.0
- Caicedo, A. & Frias, N. (2016). Política Nacional de Innovación Social colombiana: el proceso de construcción participativa. En Domanski, D., Monge, N., Quitiaquez G., & Rocha, D. (Ed.). *Innovación Social en Latinoamérica*. Bogotá: Corporación Universitaria Minuto de Dios, pp. 193-206.
- http://www.uniminuto.edu/documents/1242125/7107898/Innovaci%C3%B3nSocial_Latinoamerica.pdf/18b5de7a-0ae8-4aa0-be18-a3c22d4762e1?version=1.0
- COLCIENICAS (2010). “Estrategia Nacional de apropiación social de la ciencia la tecnología y le información”.
- https://minciencias.gov.co/sites/default/files/ckeditor_files/estrategia-nacional-apropiacion-social.pdf
- Consejo Nacional de Políticas Sociales [Consejo Nacional de Políticas Sociales]. (2019, junio 7) Presentación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) – Subtitulado [Archivo de video]. Recuperado de <https://youtu.be/5SsJhGZffz0>

Cruz Castillo, Alba. (2017). Aprendizajes desde iniciativas de innovación social para la construcción de paz en Colombia: narrar la paz desde abajo. *Rumbos TS*. (16), pp. 155-178.

https://www.researchgate.net/publication/323858804_Aprendizajes_desde_iniciativas_de_innovacion_social_para_la_construccion_de_paz_en_Colombia_narrar_la_paz_desde_abajo

De la Cuesta González, M., & Martínez, C. V. (2003). Responsabilidad social de la empresa: Concepto, medición y desarrollo en España. *Boletín económico de ICE, Información Comercial Española*, 2755, 7–20.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/dcart?info=link&codigo=301530&orden=0>

Esquinas, M. F. (2012). Hacia un programa de investigación en sociología de la innovación. *Arbor*, 188(753), pp.5-

18 <http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/view/1444>

Experiencia innovadora de estudio “Proyecto Sybersyn. Cibernética Social en Chile”:

Medina, E. (2014). Diseñar la libertad, regular una nación. El socialismo cibernético en el Chile de Salvador Allende. *Redes*, 20(38), pp. 123-166.

<http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/58c04820cf4ee.pdf>

Europäische Kommission. (2010). *Flash eurobarometer 290 (attitudes of Europeans towards the issue of biodiversity, wave 2)* [Data set]. GESIS Data Archive.

<https://doi.org/10.4232/1.10083>

Frers, M., & Arturo, R. (2011). *Los derechos laborales de rango constitucional* [Pontificia Universidad Católica del Perú]. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/1133>

- García-Flores, V. & Palma, L. (2019): “Innovación social: Factores claves para su desarrollo en los territorios”, CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 97, pp. 245-278. <https://roderic.uv.es/handle/10550/72703>
- Grace, M., & Byrne, J. (2010). Engaging Pupils in Decision-Making about Biodiversity Conservation Issues. *The School Science Review*, 91(336), 73–80.
<https://eric.ed.gov/?id=EJ909731>
- Hernández, J., Tirado, P. & Ariza, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, pp. 164-199.
<https://www.redalyc.org/pdf/174/17449696006.pdf>
- Holliday, Ó. J. (2012). Sistematización de experiencias, investigación y evaluación: aproximaciones desde tres ángulos. *F (x)= Educación Global Research*, 1, pp. 56-70.
<https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/>
- Hochgerner, J. (2011). The Analysis of Social Innovations as Social Practice. Challenge Social Innovation – Innovating Innovation by Research – 100 Years after Schumpeter. Vienna, September 19-21, 2011, pp. 1- 15
https://www.academia.edu/18385585/The_Analysis_of_Social_Innovations_as_Social_Practice
- Jailler Castrillón, É. I. P., González Zabala, S., Arias Arciniegas, C. M., Suárez Díaz, L., Carmona Hoyos, Y., Barrera López, D., Betancur Ávila, R., Cardona Buriticá, J. G., & Ortiz Ospina, L. E. (2020). *Construyendo la innovación social. Guía para comprender la innovación social en Colombia*. Universidad Pontificia Bolivariana.
<http://hdl.handle.net/20.500.11912/5464>

- Lora L. & Rocha D. (2016). Promoción de la innovación social a través de la utilización de metodologías participativas en la gestión del conocimiento. En *Equidad y Desarrollo*, (25), pp. 159-178. <https://doi.org/10.19052/ed.3513>
- Martínez-Celorrio, X. (2017). La innovación social: orígenes, tendencias y ambivalencias. *Sistema. Revista de Ciencias Sociales*, 247, pp. 61-88 https://www.researchgate.net/publication/319103913_La_innovacion_social_ori_genes_tendencias_y_ambivalencias
- Morales Gutiérrez, A. C. (2008). Innovación social: una realidad emergente en los procesos de desarrollo. *Revista de fomento social*, 411–444.
<https://doi.org/10.32418/rfs.2008.251.2041>
- Ochoa, S. (2014) El riesgo en la Sociología Contemporánea: De los riesgos sociales a los riesgos modernos. Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado de http://biblioteca.clacso.edu.ar/Mexico/pued-unam/20170612035713/pdf_410.pdf
- Pérez, J. F. V. (2016). *Ética Del Consumo y Bienestar Razonable – Adela Cortina*.
https://www.academia.edu/27082282/%C3%89tica_Del_Consumo_y_Bienestar_Razonable_Adela_Cortina
- Rodríguez Herrera, A., & Alvarado, H. (2008). Capítulo II. Criterios para definir una innovación ejemplar. En *Claves de la innovación social en América Latina y el Caribe*. CEPAL, pp. 37 - 46. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/2536-claves-la-innovacion-social-america-latina-caribe>
- Vega, J. (2017). *Innovación social*. Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) – Paraguay, pp. 22-29
https://www.conacyt.gov.py/sites/default/files/upload_editores/u38/CTS-J.Vega-modulo-7.pdf

Zurbruggen, C., & González Lago, M. (2020). Innovación y co-creación: nuevos desafíos para las políticas públicas. *Revista de Gestión Pública*, 3(2), 329.

<https://doi.org/10.22370/rgp.2014.3.2.2245>