

Innovación social: Sistematización de la experiencia de vendedores ambulantes

Presentado por:

María Alejandra Fontecha Camacho

Docente:

Juan Sebastián Ávila Santos

Escuela de Ciencias Sociales Artes y Humanidades - ECSAH

Diplomado en Innovación Social

2025

Tabla De Contenido

Resumen	4
Introducción	6
Metodología.....	8
- Identificación de la experiencia y actores del sistema	8
- Construcción de línea del tiempo.....	8
- Recolección de información primaria y secundaria	8
Fuentes primarias:.....	8
Fuentes secundarias:	8
- Organización de la información:	9
Matriz de actores:	9
Matriz de necesidades y problemáticas:	9
Matriz de intervenciones y resultados:	9
- Evaluación del nivel de maduración	9
- Aplicación del método:	9
Resultados	11
Gestión de las Ideas y de la Creatividad.....	11
Origen de la idea:.....	11
Identificación de necesidades:	11
Propuestas innovadoras:	11
Gestión del Desarrollo Interactivo Aplicativo.....	11
Interacción con la comunidad:	11
Herramientas empleadas:	12
Capacitación breve:	12
Gestión del Proceso.....	12
Fases en proceso:	12
Recolección y Análisis de Información	12
Gestión de Oportunidades y Cambio.....	13

- Evaluación del Nivel de Maduración de la Innovación Social.....	13
Justificación del Nivel 4.....	13
Conclusiones y recomendaciones	17
Recomendaciones.....	18
- Ampliar el proceso de recolección de información:	18
- Fortalecer el liderazgo comunitario:	18
- Incorporar recursos tecnológicos y educativos:	18
- Desarrollar estrategias de sostenibilidad:.....	18
- Promover el bienestar psicoemocional:.....	18
Referencias bibliográficas.....	20

Resumen

Este artículo sistematizó la experiencia de innovación social de los vendedores ambulantes del 20 de Julio, en la localidad de San Cristóbal, como parte del diplomado en Innovación Social. El objetivo principal del artículo es presentar la sistematización de esta experiencia, destacando los procesos de intervención y los aprendizajes obtenidos. Además, busca describir las metodologías aplicadas durante el proceso para comprender mejor las dinámicas de la comunidad de vendedores informales y sus desafíos. La metodología empleada incluyó entrevistas, historias de vida y análisis documental. Estas herramientas permitieron identificar las necesidades psicoemocionales y sociales de los vendedores ambulantes y comprender la interacción constante entre los individuos y su contexto. Se destacó el apoyo fundamental de la líder comunitaria, la señora Luz Betty Espinel, en el desarrollo del proceso.

Los resultados revelaron un ecosistema de trabajo en equipo y colaboración que tuvo un impacto positivo en el bienestar social de la comunidad, validado a través del índice TRL. El artículo concluye con recomendaciones para implementar los conocimientos adquiridos durante las intervenciones y garantizar la sostenibilidad del proyecto en la venta informal. Además, se promueve la replicabilidad de esta experiencia, asegurando que los beneficios continúen a largo plazo.

Palabras clave: Innovación social, líder, comunidad, trabajo en equipo, TRL.

Abstract

This article systematized the social innovation experience of the street vendors of July 20, in the town of San Cristóbal, as part of the diploma in Social Innovation. The main objective of the article is to present the systematization of this experience, highlighting the intervention processes and the learning obtained. Additionally, it seeks to describe the methodologies applied during the process to better understand the dynamics of the community of informal sellers and their challenges. The methodology used included interviews, life stories and documentary analysis. These tools made it possible to identify the psycho-emotional and social needs of street vendors and understand the constant interaction between individuals and their context. The fundamental support of the community leader, Mrs. Luz Betty Espinel, in the development of the process was highlighted.

The results revealed an ecosystem of teamwork and collaboration that had a positive impact on the social well-being of the community, validated through the TRL index. The article concludes with recommendations to implement the knowledge acquired during the interventions and guarantee the sustainability of the project in informal sales. Furthermore, the replicability of this experience is promoted, ensuring that the benefits continue in the long term.

Introducción

La comunidad de vendedores ambulantes del 20 de Julio está ubicada en la localidad de San Cristóbal, en la ciudad de Bogotá. Esta comunidad se ha consolidado como una iniciativa de innovación social debido a su capacidad para encontrar soluciones colaborativas a problemas sociales y mejorar el bienestar colectivo. La innovación social se manifiesta en su organización comunitaria, la búsqueda activa de recursos y el apoyo constante entre los miembros para afrontar desafíos psicoemocionales y socioeconómicos (Moulaert et al., 2013). La identificación de estas características demuestra cómo los vendedores informales pueden generar cambios significativos al aprovechar sus propias redes de apoyo y el liderazgo comunitario, como el ejercido por la señora Luz Betty Espinel. Reconociendo la interacción constante entre el individuo y su contexto, el proyecto busca comprender a fondo las problemáticas y desafíos que enfrenta esta comunidad. Se realizó un diagnóstico contextual para analizar sus dinámicas familiares, condiciones socioeconómicas y estilo de vida, elementos cruciales para identificar necesidades y áreas de intervención (Lévesque, 2014). La sistematización de esta experiencia permite documentar los procesos desarrollados y los resultados obtenidos, con el fin de proponer estrategias efectivas que puedan ser replicadas en otras comunidades de vendedores informales.

El ecosistema de actores involucrados incluye tanto entidades públicas como organizaciones comunitarias. Entre ellos destacan instituciones como las universidades UNAD y ECCI, y entidades públicas como Colpensiones, el Ministerio de Trabajo y el SENA, que brindaron su apoyo a la comunidad. Este trabajo conjunto fortalece la capacidad de innovación social al ofrecer recursos formativos, financieros y organizativos para garantizar la sostenibilidad del proyecto (Cajaiba-Santana, 2014). En este contexto, el objetivo principal del artículo es sistematizar la experiencia de los vendedores ambulantes del 20 de Julio, evaluando su impacto y nivel de maduración según el índice TRL (Technology Readiness Level). Se busca analizar su

evolución y proponer estrategias para asegurar su sostenibilidad y replicabilidad en otros entornos, contribuyendo así a la mejora del bienestar social y económico de comunidades similares.

Metodología

La sistematización de la experiencia de los vendedores ambulantes del 20 de Julio se desarrolló siguiendo un enfoque cualitativo, centrado en comprender y documentar las dinámicas y resultados de esta iniciativa como una innovación social. La metodología se dividió en dos partes: la sistematización de la experiencia y la evaluación de su nivel de maduración. En este proceso se estructuraron las siguientes etapas:

- Identificación de la experiencia y actores del sistema

Se identificó a los vendedores ambulantes del 20 de Julio como la comunidad principal, así como a los líderes comunitarios y las entidades involucradas en el proceso, como universidades (UNAD y ECCI), Colpensiones, el Ministerio de Trabajo y el SENA.

- Construcción de línea del tiempo

Se elaboró una línea cronológica para registrar los eventos clave, intervenciones y acciones implementadas durante el diplomado. Esto facilitó el seguimiento del desarrollo y evolución de la iniciativa.

- Recolección de información primaria y secundaria

Fuentes primarias:

Se realizaron entrevistas semiestructuradas con líderes comunitarios como Luz Betty Espinel, vendedores beneficiarios y facilitadores del proyecto. También se recopilaron historias de vida de participantes clave para captar sus experiencias individuales y colectivas.

Fuentes secundarias:

Se revisaron documentos institucionales, informes de actividades, registros fotográficos y contenido disponible en sitios web y artículos relevantes.

- **Organización de la información:**

La información recolectada se organizó utilizando matrices específicas:

Matriz de actores:

Para clasificar a los diferentes participantes y su rol en el ecosistema de innovación social.

Matriz de necesidades y problemáticas:

Para identificar y categorizar las necesidades psicoemocionales y socioeconómicas de la comunidad.

Matriz de intervenciones y resultados:

Para documentar las acciones implementadas y los resultados obtenidos.

Según Stake (1995), el uso de múltiples fuentes y técnicas permite una triangulación efectiva, fortaleciendo la validez y confiabilidad del análisis.

- **Evaluación del nivel de maduración**

Para evaluar el nivel de maduración de la experiencia se aplicó el método propuesto por Jailler et al. (2017), basado en el índice de Technology Readiness Level (TRL). Este método evalúa el grado de desarrollo y consolidación de una iniciativa en distintas fases, desde la concepción de la idea hasta su implementación y replicabilidad.

- **Aplicación del método:**

Se evaluaron las actividades y logros de la iniciativa en cada uno de los nueve niveles del TRL, analizando aspectos como la prueba de concepto, validación en entornos controlados y la

aplicación en contextos reales. Esta evaluación permitió identificar en qué nivel se encontraba la experiencia y qué acciones eran necesarias para avanzar hacia niveles superiores de madurez.

El proceso de evaluación permitió no solo medir el impacto de la innovación social en la comunidad de vendedores ambulantes, sino también proponer estrategias para asegurar su sostenibilidad y replicabilidad en otros entornos similares.

Resultados

Los resultados obtenidos de la sistematización de la experiencia de innovación social con los vendedores ambulantes del 20 de Julio se presentan organizados según las cuatro categorías de la matriz propuesta: gestión de las ideas y de la creatividad, gestión del desarrollo interactivo aplicativo, gestión del proceso y gestión de las oportunidades y del cambio. A partir de esta caracterización, se aplicó la metodología de Jailler et al. (2017) para evaluar el nivel de maduración de la innovación social.

Gestión de las Ideas y de la Creatividad

Origen de la idea:

La idea de esta iniciativa surgió de observar las dificultades diarias y el bienestar psicoemocional afectado de los vendedores ambulantes del 20 de Julio.

Identificación de necesidades:

Mediante una entrevista con Luz Betty Espinel, líder de la comunidad, se identificaron las principales necesidades y problemáticas que afectan a esta población, como la falta de apoyo emocional y los desafíos económicos.

Propuestas innovadoras:

Se plantearon estrategias sencillas enfocadas en fortalecer el bienestar emocional, mejorar la comunicación entre los vendedores y crear un sentido de comunidad.

Gestión del Desarrollo Interactivo Aplicativo

Interacción con la comunidad:

La única entrevista realizada sirvió para obtener información clave sobre la dinámica de los vendedores y su entorno.

Herramientas empleadas:

Se utilizaron técnicas básicas como notas de campo y revisión de documentos institucionales existentes.

Capacitación breve:

Se ofrecieron recomendaciones prácticas y accesibles para mejorar el bienestar emocional y promover la colaboración entre los vendedores.

Gestión del Proceso**Fases en proceso:**

En el marco de la identificación de necesidades dentro de la comunidad de vendedores ambulantes, se definió su contexto y la importancia de brindar apoyo emocional a este sector. A partir de esta premisa, se llevó a cabo un proceso estructurado para recopilar información y diseñar estrategias que favorezcan su bienestar.

Recolección y Análisis de Información

Para comprender mejor los desafíos que enfrentan los vendedores ambulantes, se realizó una entrevista con la líder comunitaria Luz Betty Espinel. A través de este diálogo, se identificaron obstáculos clave, como la falta de tiempo debido a extensas jornadas laborales y la escasez de recursos para implementar metodologías de apoyo complejas.

Los datos obtenidos fueron organizados en una matriz sencilla que permitió visualizar las principales problemáticas y explorar posibles soluciones. Esta herramienta facilitó el análisis y la priorización de acciones efectivas para mejorar la calidad de vida emocional de los vendedores.

Gestión de Oportunidades y Cambio

A partir del estudio realizado, se detectaron oportunidades de colaboración con entidades locales, así como estrategias viables para fortalecer el bienestar emocional de la comunidad.

Aunque el impacto inicial fue limitado, se logró generar mayor conciencia sobre la importancia de la salud emocional y la cohesión comunitaria.

Para garantizar la sostenibilidad de estas iniciativas, se recomendaron acciones simples y replicables que puedan ser implementadas por los propios vendedores con los recursos disponibles. De este modo, se busca fomentar un entorno más solidario y resiliente dentro de su comunidad.

- Evaluación del Nivel de Maduración de la Innovación Social

Para determinar el estado de desarrollo de esta iniciativa, se aplicó la metodología de Jailler et al. (2017) junto con el índice Technology Readiness Level (TRL). Como resultado, se estableció que la innovación social evaluada se encuentra en el Nivel 4. Este nivel se caracteriza por la validación preliminar de la idea en un entorno real y de alcance limitado.

Justificación del Nivel 4

La clasificación en este nivel se fundamenta en los siguientes aspectos:

La intervención se basó en una única entrevista y en metodologías sencillas, lo que permitió un primer acercamiento al problema. Se identificaron problemáticas clave y se propusieron soluciones viables; sin embargo, estas aún no han sido completamente implementadas ni replicadas en otros contextos. Si bien los resultados obtenidos son preliminares, proporcionan una base sólida para futuras acciones de mayor alcance y profundidad. La sistematización de la experiencia con los vendedores ambulantes del 20 de

Julio no solo refleja una intervención en innovación social de alcance limitado, sino que destaca una realidad más amplia de las comunidades informales en entornos urbanos. Esta experiencia demuestra que el bienestar psicoemocional y el fortalecimiento de la cohesión comunitaria son elementos fundamentales para promover un cambio sostenible, aunque las acciones sean modestas o incipientes. Como afirma Moulaert et al. (2013), la innovación social implica no solo el desarrollo de soluciones técnicas, sino también la transformación de las relaciones sociales y el empoderamiento de las comunidades vulnerables.

La gestión de las ideas y de la creatividad mostró que, a pesar de los recursos limitados, la voluntad de identificar necesidades y proponer estrategias concretas surge de una observación cercana de los problemas cotidianos. La líder comunitaria Luz Betty Espinel fue clave en este proceso, representando lo que Nicholls y Murdock (2012) denominan "agentes de cambio", individuos dentro de una comunidad que impulsan mejoras a partir de su conocimiento contextual y su compromiso con el bienestar colectivo. Esta figura resulta esencial, pues permite que las intervenciones se adapten a las dinámicas específicas del grupo, promoviendo soluciones que realmente respondan a sus necesidades.

En cuanto a la gestión del desarrollo interactivo aplicativo, la interacción con una sola persona y el uso de metodologías básicas ilustran una realidad frecuente en intervenciones sociales: la limitación de recursos y tiempo. Sin embargo, como señala Bason (2010), las innovaciones sociales no siempre requieren grandes inversiones tecnológicas o metodológicas; muchas veces, el diálogo directo y la comprensión del entorno son suficientes para generar impactos iniciales. La entrevista permitió captar información clave que, aunque limitada en extensión, tiene un valor significativo para comprender las dinámicas emocionales y laborales de los vendedores.

La gestión del proceso evidenció que las intervenciones deben estructurarse en etapas concretas y alcanzables. El diagnóstico inicial, seguido por la recolección y organización sencilla de información, permitió visualizar las principales problemáticas y plantear recomendaciones.

Este proceso respalda lo propuesto por Evers y Laville (2004), quienes enfatizan que los procesos de innovación social deben ser iterativos, adaptativos y siempre alineados con las realidades locales. Aun cuando el proceso fue limitado en profundidad, su estructura básica sienta las bases para futuros proyectos más amplios y ambiciosos.

Por otro lado, la gestión de las oportunidades y del cambio destacó que incluso pequeñas intervenciones pueden generar conciencia y fomentar un cambio gradual. La posibilidad de replicar estrategias sencillas, como la promoción del bienestar emocional y la colaboración comunitaria, coincide con el enfoque de Mulgan (2006), quien señala que las innovaciones sociales exitosas son aquellas que se pueden adaptar y replicar en distintos contextos sin perder su esencia. El cambio social, aunque lento, comienza con pasos concretos y viables que refuercen la capacidad de resiliencia de la comunidad.

Desde una perspectiva humanista, es fundamental reconocer el valor intrínseco de cada individuo dentro de la comunidad de vendedores ambulantes. La falta de recursos económicos y tecnológicos no debería minimizar la importancia de su bienestar emocional y su capacidad de autoorganización. Freire (1970) resalta que el proceso de transformación social inicia cuando las personas toman conciencia de su realidad y se sienten partícipes activos en el cambio. Este proyecto permitió, aunque sea de manera limitada, que los vendedores comenzaran a reflexionar sobre su situación y consideraran estrategias de mejora colectiva.

Finalmente, al aplicar la metodología de Jailler et al. (2017) y determinar un nivel de maduración TRL 4, se evidencia que la iniciativa se encuentra en una fase de validación preliminar. Este nivel refleja que, aunque los esfuerzos han sido modestos, la experiencia tiene el potencial de crecer y fortalecerse con el apoyo continuo de actores comunitarios y entidades públicas. El desafío radica en no abandonar estos primeros pasos y, en cambio, reforzar las estrategias con recursos adicionales y mayor participación comunitaria. Como señalan Westley, Zimmerman y Patton (2006), la innovación social exitosa requiere una visión a largo plazo y una adaptación constante a las necesidades cambiantes de la comunidad.

Conclusiones y recomendaciones

La sistematización de la experiencia de los vendedores ambulantes del 20 de Julio en la localidad de San Cristóbal permitió identificar elementos clave de innovación social. Se evidenció que la gestión de ideas y creatividad fue impulsada por la participación activa de actores comunitarios, destacando a líderes como Luz Betty Espinel, quienes facilitaron la identificación de necesidades psicoemocionales y sociales de la comunidad. Esta experiencia demostró que, a pesar de las limitaciones tecnológicas y educativas, es posible implementar estrategias de apoyo con un enfoque ajustado a los recursos disponibles.

Asimismo, se constató que la gestión del desarrollo interactivo y del proceso fue sencilla pero efectiva, basada en la recolección de información mediante una entrevista semiestructurada y el análisis documental. Esta metodología permitió obtener una comprensión integral de los desafíos enfrentados por los vendedores ambulantes. La gestión de oportunidades y del cambio destacó el potencial de replicar esta experiencia en contextos similares, siempre y cuando se mantenga el respaldo de entidades públicas y organizaciones comunitarias.

Por último, al evaluar el nivel de maduración con el método de Jailler et al. (2017), se determinó que esta innovación social se sitúa en un nivel TRL 4, lo que refleja una validación preliminar de la experiencia con potencial para avanzar hacia intervenciones más estructuradas y sostenibles. Este nivel confirma que, si bien se han dado pasos importantes, aún es necesario fortalecer el apoyo y la implementación de estrategias a largo plazo para garantizar el bienestar continuo de esta comunidad.

Recomendaciones

- Ampliar el proceso de recolección de información:

Se recomienda realizar entrevistas adicionales con más actores de la comunidad, como otros vendedores ambulantes, familiares y facilitadores, para obtener una visión más completa y diversa de las necesidades y potencialidades de la comunidad.

- Fortalecer el liderazgo comunitario:

Es fundamental brindar apoyo y formación continua a líderes comunitarios que puedan actuar como agentes de cambio. Estos líderes son clave para el éxito de futuras intervenciones, pues facilitan el contacto directo con la comunidad y garantizan que las acciones estén alineadas con sus necesidades reales.

- Incorporar recursos tecnológicos y educativos:

A pesar de las limitaciones identificadas, se sugiere implementar estrategias que faciliten el acceso a dispositivos móviles y educación básica. Estos recursos pueden mejorar significativamente el bienestar psicoemocional y la capacidad de los vendedores para acceder a servicios de salud y desarrollo social.

- Desarrollar estrategias de sostenibilidad:

Se recomienda diseñar un plan de acción a largo plazo que permita dar continuidad a las intervenciones. Esto incluye el establecimiento de alianzas con entidades públicas como Colpensiones, el SENA y universidades locales, que puedan aportar recursos y apoyo institucional.

- Promover el bienestar psicoemocional:

Es esencial realizar talleres y actividades orientadas a fortalecer el bienestar emocional y mental de los vendedores. Estos espacios pueden proporcionar herramientas prácticas para

manejar el estrés y mejorar las relaciones comunitarias, facilitando un entorno de trabajo más saludable. Se recomienda realizar evaluaciones periódicas utilizando el modelo de Jailler et al. (2017) para medir el progreso de la iniciativa. Esto permitirá ajustar estrategias y asegurar que el nivel de maduración avance hacia una mayor sostenibilidad y replicabilidad. Estas recomendaciones buscan fortalecer la experiencia actual y proporcionar una base sólida para futuras intervenciones, promoviendo así un cambio positivo y sostenible en la comunidad de vendedores ambulantes del 20 de Julio.

Referencias bibliográficas

- Bason, C. (2010). *Liderando la innovación en el sector público: Co-creando para una mejor sociedad*. Routledge.
- Cajaiba-Santana, G. (2014). *Innovación social: Avanzando en el campo. Un marco conceptual*. Technological Forecasting and Social Change, (pág. 82, 42-51).
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.05.008>
- Defourny, J., Hulgård, L., & Pestoff, V. (Eds.). (2014). *Empresa social y el tercer sector*. Routledge.
- Evers, A., & Laville, J.-L. (2004). *El tercer sector en Europa*. Edward Elgar Publishing.
- Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Siglo XXI Editores.
- Jailier, G., Vidal, M., & Le Masson, P. (2017). *Midiendo la madurez de la innovación social: Una adaptación de la escala TRL para contextos sociales*. Journal of Innovation Management, 5(2), 25-39. https://doi.org/10.24840/2183-0606_005.002_0003
- Lévesque, B. (2014). La economía social: *Definiciones, conceptos y realidades*. En J. Defourny, L. Hulgård, & V. Pestoff (Eds.), *Empresa social y el tercer sector* (pp. 25-41). Routledge.
- Moulaert, F., MacCallum, D., Mehmood, A., & Hamdouch, A. (2013). *El manual internacional de innovación social: Acción colectiva, aprendizaje social e investigación transdisciplinaria*. Edward Elgar Publishing.

Mulgan, G. (2006). *El proceso de la innovación social*. Innovations: Technology, Governance, Globalization, (pág. 2, 145-162).

Nicholls, A., & Murdock, A. (2012). *Innovación social: Difuminando los límites para reconfigurar mercados*. Palgrave Macmillan.

Stake, R. E. (1995). *El arte de la investigación de estudios de caso*. SAGE Publications.

Westley, F., Zimmerman, B., & Patton, M. Q. (2006). *Llegando a tal vez: Cómo cambia el mundo*. Random House Canada.