

Modelos de negocio en el contexto de la innovación social

Oscar Omar Ovalle Osuna

Universidad Autónoma de Baja California
ovalleo@uabc.edu.mx

Silvia Hernández Solís

Universidad Autónoma de Baja California
silvia.hernandez.solis@uabc.edu.mx

Lourdes Evelyn Apodaca del Ángel

Universidad Autónoma de Baja California
lourdesapodaca@uabc.edu.mx

Resumen

En esta investigación se hace una revisión a la literatura de los conceptos de modelos de negocio e innovación social así como a la intersección que se ha dado entre éstos, con la finalidad de identificar las características y los elementos que tienen los modelos de negocio que soportan soluciones innovadoras para problemas y necesidades sociales. El método que se utiliza en este trabajo es descriptivo ya que se lleva una búsqueda en el estado del arte de estos términos para exponer en este documento su relevancia. Los resultados de este estudio indican que los modelos de negocio que tradicionalmente han sido utilizados en las organizaciones para llevar a cabo sus actividades no responden a la demanda de las necesidades y a los problemas de la sociedad por tal motivo se deben diseñar nuevos modelos de negocio que sustenten la innovación social.

Palabras clave: Modelos de Negocio, Innovación Social, Organizaciones.

Introducción

La innovación social se ha desmarcado de la innovación convencional o de negocios por lo que el estudio de esta ha originado diversas opiniones en las comunidades académicas y empresariales.

La OCDE (2013) menciona que la innovación social es diferente a la innovación económica ya que no es acerca de nuevas formas de producción o la explotación de nuevos mercados, si no que trata sobre satisfacer las necesidades no previstas por el mercado así como la inserción de las personas de manera satisfactoria a los procesos de producción (empleo), la clave que los distingue es que la innovación social solo busca el bienestar de las personas.

Las innovaciones empresariales y las sociales son diferentes ya que las primeras generalmente buscan maximizar las ganancias mientras que las segundas buscan resolver una necesidad o problema social (Mulgan, 2007).

Sin embargo aunque sean diferentes las innovaciones sociales tiene que ser sostenibles por lo que surge la pregunta de investigación ¿Bajo qué modelo de negocio están operando?, ¿Qué dice la literatura de los modelos de negocio en el contexto social? Por lo tanto esta investigación busca una aproximación teórica al estudio de los modelos de negocio en el contexto de la innovación social, realizando una revisión a la literatura de estos conceptos de partida.

Contenido

Modelo de Negocio

El concepto de modelo de negocio ha sido explorado apenas en los últimos quince años por la comunidad académica. Los líderes empresariales han mostrado interés argumentando que la innovación de este puede traer mejores dividendos que la innovación orientada a productos o servicios (IBM, 2006).

Existen diversos significados al término de modelo de negocio. Arend (2013) define modelo de negocio como una representación como las organizaciones crean valor transformando y transfiriendo materia, haciendo uso de los factores disponible, alimentados por un motor económico identificable. Amit y Zott (2015) definen modelo de negocio al sistema de actividades interdependientes que realiza una empresa así como sus socios y proveedores para satisfacer la necesidad de un cliente.

Por su parte Osterwalder (2010) expresa que Modelo de negocio es la forma en que una empresa u organización crea, entrega y captura valor. Aquí la clave está en la palabra valor, el cual debe estar fuertemente orientado a los clientes, y se crea a partir de una propuesta única, es decir, la forma distintiva en que la organización soluciona un problema existente o potencial de los clientes. Esto va mas allá del producto o servicio que se está ofertando, hace referencia al significado que se asigna a la propuesta de valor que se ofrece al mercado o usuario. La esencia del modelo de negocio radica en la manera o el camino que la empresa ofrece valor a sus clientes, atrae a los clientes a pagar por el valor y convierte esos pagos en beneficios (Teece 2010).

Se han explorado algunos conceptos que en apariencia pudiesen tener similitudes con el concepto de modelo de negocios, sin embargo en su estudio a profundidad hay diferencias que se deben hacer notar, alguno de estos términos son: ecosistemas, sistemas de actividades, cadena de valor y algunos otros, (Amit y Zott, 2013). Modelo de negocio se puede interpretar como la forma en que una organización crea y captura valor para sus usuarios en un ecosistema de negocios.

Innovación Social

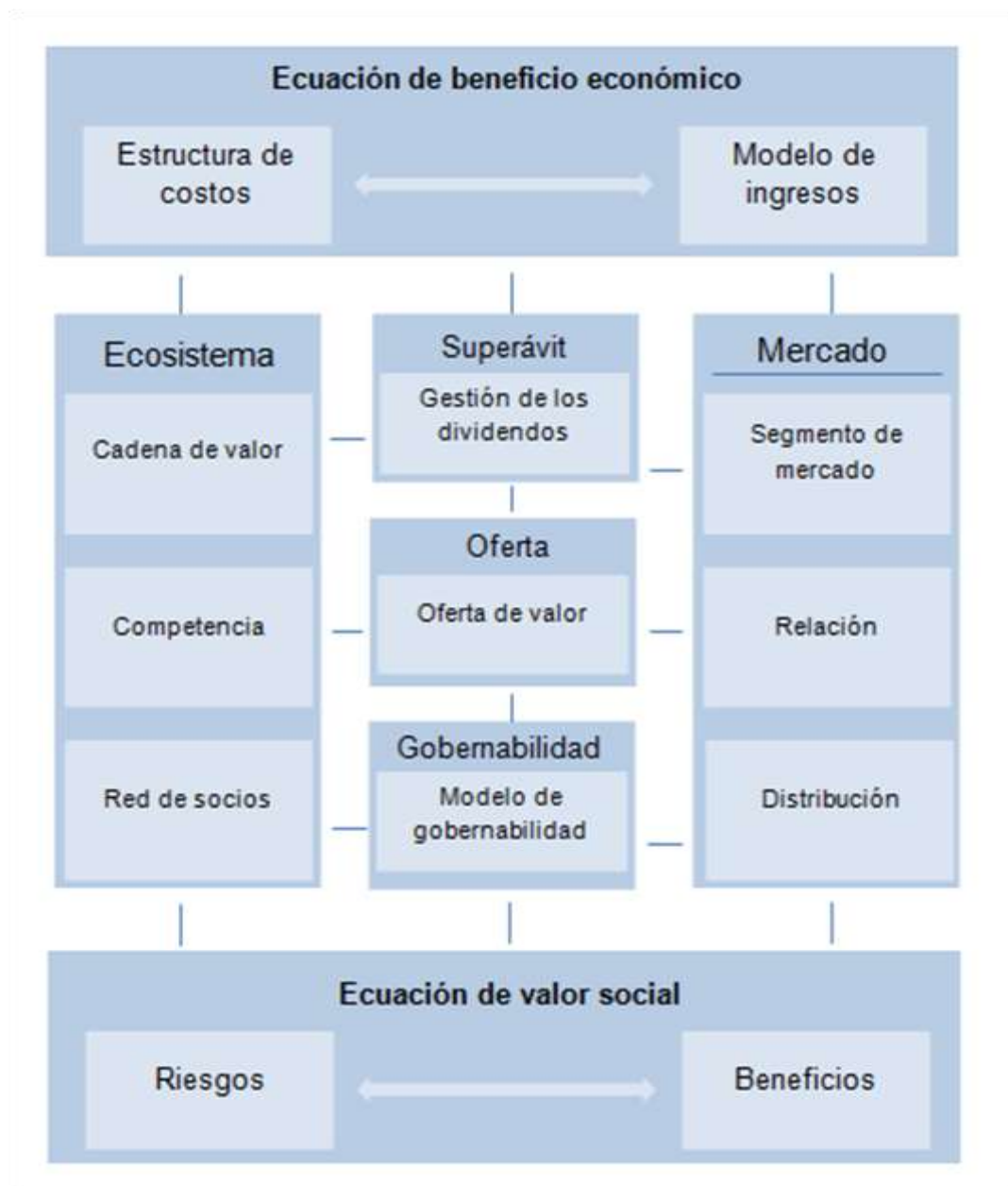
La innovación en el contexto social ha surgido como una forma de brindar soluciones creativas a problemas de índole social. Al igual que el concepto de modelo de negocio el término de innovación social tiene distintos significados de acuerdo a la región de origen. La OCDE (2010), expresa que la innovación social busca nuevas respuestas a problemas sociales identificando y desarrollando nuevos servicios que mejoren la calidad de vida de los individuos y de las comunidades implementando nuevos procesos de inserción al mercado laboral, nuevas competencias, nuevos trabajos, y nuevas formas de participación. Por su parte Mulgan (2007) refiere que la innovación social son nuevas ideas que funcionan a objetivos sociales. La Comisión Europea (2013) menciona que la innovación social se puede definir como el desarrollo y la implementación de nuevos productos, servicios o modelos que atiendan necesidades sociales y crean nuevas relaciones y colaboraciones. La innovación social es el vehículo que crea un cambio social que mejora la calidad de vida y que desarrolla soluciones y enfoques para varios problemas (Michellini, 2012). La innovación social más que un término se puede describir como la manera diferente de cómo los individuos solucionan un problema social de forma sustentable y responsable con el ambiente.

La Importancia del Modelo de Negocio en la Innovación Social

Si el término de modelo de negocio en la literatura académica es joven, en un contexto social es aun más novedoso por lo que en la innovación social está en una primera etapa. Sin embargo existen investigaciones que expresan la importancia trabajar en el modelo de negocio de las organizaciones sociales ya que tiene motivadores diferentes a los de las empresas tradicionales (Arend, 2013).

Nilson, W. y Paddock, T (2014), indican que las organizaciones sociales cuando trabajan en la innovación es un desafío mayor ya que no solo se encuentran con el reto de llevar un producto o servicio al usuario sino que tiene que transformar al individuo, comunidad e instituciones. Por lo tanto en el contexto social el modelo de negocio para las empresas sociales representa una estrategia para su sustentabilidad, en si terminan siendo una parte primaria para la innovación social (Murray, Caulier-Grice, Mulgan, 2010).

Los investigadores mencionan que cuando se pretende utilizar los marcos de trabajo de los modelos de negocio tradicionales no funcionan, por lo que se requieren ajustar a las necesidades específicas que tiene las organizaciones híbridas (Michelini, 2012). La misma autora propone un marco de trabajo para analizar el modelo de negocio para las organizaciones en el contexto social.



Marco de Trabajo Para Modelo de Negocios Social

Fuente: Michelini 2012.

En el marco de trabajo desarrollado por Michelini, se hace énfasis al valor económico que generan las empresas pero sobre todo al impacto social que es ahí como se mide el valor real de este tipo de organizaciones.

Cuando el emprendedor social define su modelo de negocio este debe de identificar el verdadero valor que requieren los humanos y no solo el mercado, girando entorno a las oportunidades de la vida a través del intercambio de conocimientos, un cambio en todo los sentidos (Arend, 2013).

La innovación social se puede dar mediante la innovación de los modelos de negocio de las organizaciones con fines sociales, ya que pueden crear nuevas formas de generar valor para problemas que demandan la sociedad, en los sectores de salud, educación, empleo, seguridad, vivienda. Pudiéndose integrar a la cualquiera de las definiciones de innovación social. Este enfoque se debe de entender como una visión holística a la solución.

Conclusión

La innovación social es diferente a la innovación de negocios que conocemos tradicionalmente ya que esta emana de las necesidades mismas de la sociedad en busca de una solución en cualquier parte del mundo, no identifica solo organizaciones sino aliados, redes de colaboración que tengan un fin en común: mejorar la calidad de vida de los seres humanos y del ambiente.

Las empresas e instituciones con enfoque social deben de plantear un modelo de negocio que les permita ser rentables en el ambiente económico para lograr llevar valor a la sociedad y cumplir con el propósito que por el cual fueron creadas.

Se ha explorado el término de innovación social y modelos de negocio por separado, sin embargo se han realizado algunas investigaciones donde se interceptan estos. Es necesario innovar en modelos de negocio social y no solo en los tradicionales o aquellos donde son

azotados por un cambio tecnológico, ya que la mayoría de los marcos de trabajo del estudio de modelos de negocio son en el ámbito empresarial

La comunidad académica debe de seguir explorando e investigando este tema que se encuentra en sus primeras etapas de estudio con la finalidad de retroalimentar a la comunidad emprendedora y organizacional para llevar este noble fin.

Investigaciones futuras

Se debe de investigar modelos de negocio exitosos en regiones donde se estén llevando soluciones que se identifiquen bajo el concepto de innovación social, para incrementar la literatura y con ello el conocimiento.

Identificar nuevas formas que crear valor sustentable bajo un modelo negocio social, donde este sea factor diferenciador y de origen a la innovación social.

Bibliografía

Amit, R. y Zott, C. (2015). Business model, the. Retrieved from <http://www.palgraveconnect.com/esm/doi/10.1057/9781137294678.0061>

Amit, R. y Zott, C. (2013). The business model: A theoretically anchored robust construct for strategic analysis. *Strategic Organization* 2013 11: 403

Arend, R.J. (2013) “The Business Model: Present and Future – beyond a skeumorph.” *Strategic Organization!* 11(4): 390-402.

Comisión Europea (2013). *Guía Para la Innovación Social*. 2013.

IBM, (2006). *Expanding the innovation horizon: the global CEO study 2006*. IBM Global Business Services. IBM Institute for Business Value.

Michellini, L. (2012). *Social Innovation and New Business Models Creating Shared Value in Low-Income Markets*. Springer 2012.

Mulgan, G. (2007). *Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated*. The Young Foundation. London 2007.

Murray, R., Caulier-Grice, J. y Mulgan, G. (2010). *The Open Book of Social Innovation*. The Young Foundation. 2010

Nilson, W. y Paddock, T (2014). *Social Innovation From the Inside Out*. Stanford Social Innovation Review- Winter 2014

OECD (2010), “Social Entrepreneurship and Social Innovation”, in *SMEs, Entrepreneurship and Innovation*, OECD Publishing.

Osterwalder, A. (2010). *Business Model Generation*. Wiley and Sons. New Jersey Us. 2010.

Teece, D. (2010). *Business Models, Business Strategy and Innovation*. Long Range Planning 43