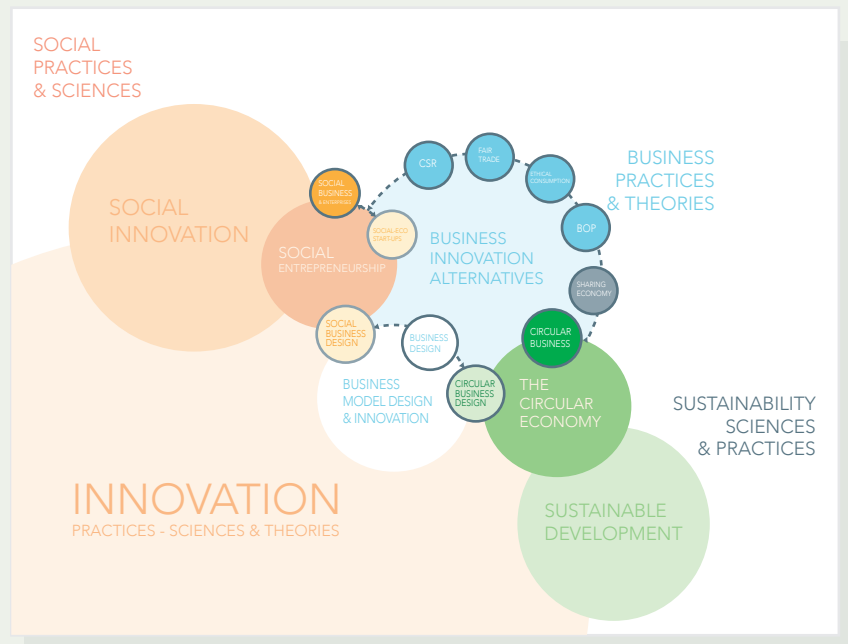


# HOW TO DESIGN AND ACCELERATE SOCIAL AND CIRCULAR BUSINESS MODELS AND INNOVATION, IN AN EMERGING ECONOMY SUCH AS COLOMBIA?

CLAUDIA MURILLO



Map for the conceptual ecosystem for social and circular business. (Researcher proposal - 2019).

Business innovation concentrates its efforts on the invention of new strategies for success, which generally depends on a variety of conditions such as market and consumer's trends. However, underlying assumptions around that success remain static and had a strong influence in the direction of those innovation strategies. The maximisation of profit to satisfy private interests and the constant demand for expansion and growth are some of those assumptions. In the meanwhile, ventures with broader and more meaningful missions are challenging those static assumptions. The present study defines principles, values, challenges and opportunities for social, environmental and circular business models, and propose recommendations and strategies to maximise opportunities for these businesses, especially in emerging economies such as Colombia.

To achieve that purpose was reviewed a series of academic papers, entrepreneur's books and institutions articles on subjects of business model innovation, ethics in business, social and environmental entrepreneurship, social business, business model design, circular economy, circular business models and responsible innovation, among others. Besides, a primary data collected through a series of semi-structured interviews with entrepreneurs and actors in the ecosystem of entrepreneurship and innovation in Colombia, along with experts in fields like sustainable development and the circular economy business, was done. The analysis of this combined data sources helped to achieve a

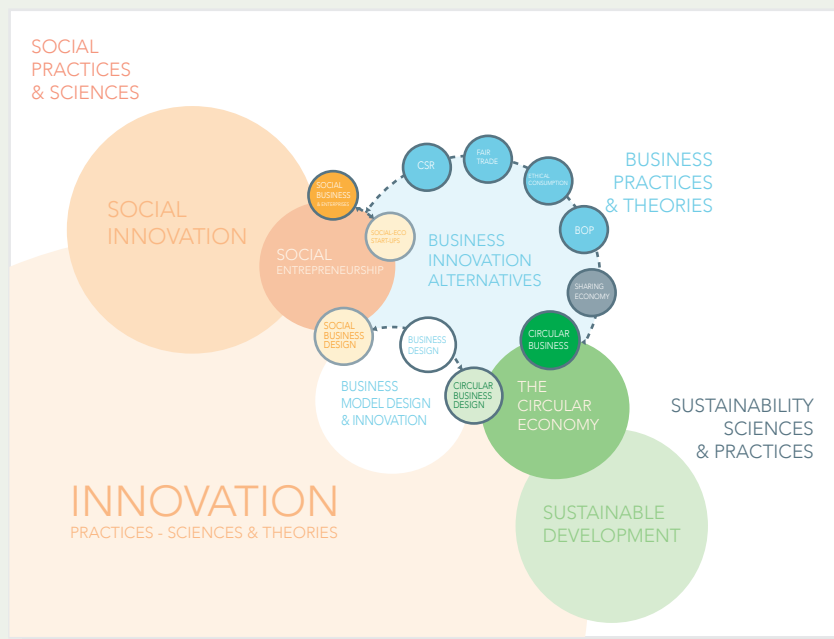
piece of research that contains elements from both, theoretical and practical approaches which in one way or another are shaping these alternative typologies of business.

Therefore, definitions, principles, values and elements of innovation on these models were reviewed and evaluated against mainstream approaches and methods for business design, seeking to build a final taxonomy and amplifying frames of decision for business designers and entrepreneurs. Likewise, with the qualitative analysis of the primary data collected was drawn a picture of conditions, challenges and opportunities for this business an emerging context such as Colombia. Thus, with the insights and information obtained the researcher concluded that despite the isolated efforts to start-up, incubate and support responsible entrepreneurship and the significant opportunities in terms of geographic conditions and cultural and natural capital, the barriers and challenges for these alternatives are still huge in the country. In that sense, factors such as corruption, cultural bias, violence and the lack of capital should be solved with systemic strategies to empower a broader number of entrepreneurs and guaranty security and access to effective routes of support. Thus, the researcher finalized the document with recommendations and propositions seeking to amplifying opportunities for social and circular business and entrepreneurs in Colombia.

*Key words: Business model innovation, alternative business, ethical business, social entrepreneurship, environmental entrepreneurship, business model design, the circular economy, circular responsible innovation, circular and regenerative business.*

# ¿CÓMO DISEÑAR Y ACCELERAR NEGOCIOS E INNOVACIÓN SOCIAL Y CIRCULAR EN UNA ECONOMÍA EMERGENTE COMO COLOMBIA?

CLAUDIA MURILLO



Map for the conceptual ecosystem for social and circular business. (Researcher proposal - 2019).

La innovación empresarial concentra sus esfuerzos en la invención de nuevas estrategias para el éxito, que generalmente depende de una variedad de condiciones, como las tendencias del mercado y el comportamiento del consumidor. Sin embargo, las suposiciones subyacentes en torno a ese éxito permanecen estáticas y tuvieron una fuerte influencia en la dirección de esas estrategias de innovación. La maximización de las ganancias para satisfacer los intereses privados y la demanda constante de expansión y crecimiento son algunos de esos supuestos. Mientras tanto, las empresas con misiones más amplias y significativas desafían esos supuestos estáticos. El presente estudio define principios, valores, desafíos y oportunidades para los modelos de negocio sociales, ambientales y circulares, y propone recomendaciones y estrategias para maximizar las oportunidades para estos negocios, especialmente en economías emergentes como Colombia.

Para lograr ese propósito, se revisó una serie de artículos académicos, libros de emprendedores e artículos de instituciones sobre temas de innovación de modelos de negocios, ética en los negocios, emprendimiento social y ambiental, negocios sociales, diseño de modelos de negocios, economía circular, modelos de negocios circulares e innovación responsable, entre otros. Además, se realizó una recopilación de datos primarios a través de una serie de entrevistas semiestructuradas con empresarios y actores del ecosistema de emprendimiento e innovación en Colombia, junto con expertos en campos como el desarrollo sostenible y el negocio de la econo-

mía circular. El análisis de estas fuentes de datos combinadas ayudó a lograr una investigación que contiene los elementos teóricos y prácticos que están dando forma a estas tipologías alternativas de negocios.

Por lo tanto, las definiciones, principios, valores y elementos de innovación en estos modelos fueron revisados y evaluados contra los enfoques y métodos convencionales para el diseño de negocios, buscando construir una taxonomía final para ampliar los marcos de decisión para los diseñadores de negocios y empresarios. Asimismo, con el análisis cualitativo de los datos primarios recolectados se dibujó una imagen de las condiciones, desafíos y oportunidades para este negocio en un contexto emergente como el de Colombia. La información obtenida por el investigador demostró que, a pesar de los esfuerzos aislados para incubar y apoyar el emprendimiento y la innovación responsable; y a pesar de las significativas oportunidades en términos de condiciones geográficas y de capital cultural y natural, las barreras y los desafíos para los emprendedores sociales, ambientales y circulares aún son enormes en el país. En ese sentido, factores como la corrupción, el sesgo cultural, la violencia y la falta de capital deben resolverse con estrategias sistémicas para empoderar a un número más amplio de empresarios y garantizar la seguridad y el acceso a rutas efectivas de apoyo. Así, este documento presenta una serie de recomendaciones y propuestas que buscan ampliar las oportunidades para las empresas y empresarios sociales y circulares en Colombia.

Palabras y conceptos clave: Innovación en modelos de negocio, negocios alternativos, negocios éticos, Emprendimiento social, emprendimiento verde, diseño de negocios, la economía circular, modelos sociales y circulares, negocios e innovación regenerativa.