

**Visibilizando la experiencia “ExpoCundinamarca” como una innovación de alto
impacto social**

Margarita María Reyes Camargo

Universidad Nacional Abierta y a Distancia. UNAD
Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades
Programa de Psicología
Noviembre de 2022

Resumen

ExpoCundinamarca fue un evento creado por la Gobernación de Cundinamarca, una vitrina turística, empresarial, gastronómica y cultural, que desde sus inicios se desarrolló bajo un concepto innovador y multipropósito, con un gran componente escenográfico, ciencia, tecnología e innovación como valor agregado; cuenta con una participación dinámica y activa por parte de empresarios y actores culturales que a su vez, son los principales beneficiarios del resultado e impacto de esta feria; así como, un ecosistema innovador que involucra redes de colaboración público – privadas.

El objetivo del presente artículo es presentar la sistematización y los hallazgos del grado de maduración que se identificó para la iniciativa de ExpoCundinamarca como experiencia de innovación social, haciendo uso de la herramienta TRL (Technology Rediness Levels) propuesta por (Jaillier et al., 2017).

En dicho sentido, luego de realizar el análisis con base en un esquema de preguntas y la recolección de datos a través de fuentes primarias y secundarias, se identificó que la experiencia cuenta con una TRL8, siendo este un nivel de madurez considerablemente alto; por tanto, la gestión de la idea y de todos los procesos implícitos para llevar a cabo el evento, amerita que se continúen realizando acciones que permitan maximizar su impacto social, teniendo en cuenta, que ExpoCundinamarca se identifica como una acción de gobierno, la cual se está replicando exitosamente en beneficio de la comunidad y que contiene elementos de valor para transformar el tejido social, económico y cultural del departamento de Cundinamarca.

Palabras clave

Innovación – ecosistema – tejido – apropiación – social

Abstract

ExpoCundinamarca was an event created by the Government of Cundinamarca, a tourist, business, gastronomic and cultural showcase, which from its beginnings was developed under an innovative and multipurpose concept, with a great scenographic component, science, technology and innovation as added value; it has a dynamic and active participation by entrepreneurs and cultural actors who, in turn, are the main beneficiaries of the result and impact of this fair; as well as an innovative ecosystem that involves public-private collaboration networks.

The objective of this article is to present the systematization and the findings of the degree of maturation that was identified for the ExpoCundinamarca initiative as an experience of social innovation, making use of the TRL (Technology Rediness Levels) tool proposed by (Jaillier et al., 2017).

In this sense, after carrying out the analysis based on a question scheme and data collection through primary and secondary sources, it was identified that the experience has a TRL8, this being a considerably high level of maturity; therefore, the management of the idea and all the implicit processes to carry out the event, deserves to continue carrying out actions that allow maximizing its social impact, taking into account, that ExpoCundinamarca is identified as a government action, which It is being successfully replicated for the benefit of the community and it has elements of value to transform the social, economic and cultural fabric of the department of Cundinamarca.

Keywords

Innovation – ecosystem – appropriation – fabric – social

Tabla de Contenido

Introducción	5
Metodología	7
Resultados	9
Gestión de las ideas y de la creatividad.....	9
Gestión del desarrollo interactivo aplicativo.....	12
Gestión del proceso	18
Referencias	22

Introducción

El Departamento de Cundinamarca, en aras de fortalecer la identidad y apropiación del territorio por parte de los cundinamarqueses y de sus habitantes en general, como contribución a la solución de una problemática identificada con respecto al sentido de pertenencia de los mismos; creó y realizó a partir de la vigencia 2017 la Feria turística, empresarial, gastronómica y cultural, conocida como “ExpoCundinamarca”. La idea del proyecto surge como una iniciativa de acción gubernamental, al ser parte de las metas del programa del Plan de Desarrollo de la Gobernación de Cundinamarca “Unidos podemos más” 2016 – 2019: “Realizar durante el cuatrienio 2 ferias Expo Cundinamarca para dar a conocer al Departamento como destino turístico y atractivo para la inversión”; en dicho sentido, tomando como referente los tipos de iniciativas de innovación identificados por Jaillier et al. (2017, p. 92); se observa que es una innovación social que surge y se realiza como un proyecto de intervención directa logrando con esto, además de la apropiación del territorio por parte de los cundinamarqueses, el bienestar social y mejora continua del tejido económico y social.

El proyecto de realización de ExpoCundinamarca, desde sus inicios involucró un ecosistema de actores bien enriquecido, a través de la participación activa de entidades territoriales del orden nacional, departamental y municipal; en ese contexto, es la Gobernación de Cundinamarca quién lidera, organiza, promueve y apropia los recursos para la realización de la feria, los 116 municipios participan en su gran mayoría, activamente; ONGS, entidades privadas sin ánimo de lucro, promueven las mejores prácticas, entre otros aliados estratégicos que también apoyan la financiación de la feria; cuerpos operativos se encargan de atender y salvaguardar la vida de los asistentes y participantes; por su parte, los empresarios del Departamento de Cundinamarca, gremios y asociaciones empresariales participan de manera

activa a través de la realización de muestras de los productos y servicios más representativos, proyectos, ruedas de negocios, entre otros.

En desarrollo de lo anterior, el objetivo de la sistematización de la feria turística, empresarial, gastronómica y cultural del Departamento de Cundinamarca como experiencia de innovación social, ha sido, en primera instancia, identificar el perfil territorial en el que se desarrolla, los elementos innovadores, políticas públicas relacionadas, caracterizar el ecosistema de actores y con ello, hacer una valoración con respecto a la gestión de la experiencia innovadora que involucra las acciones exitosas, aportes a la comunidad y aprendizajes implícitos en la planeación y puesta en marcha del proyecto, para así, identificar el grado de maduración de la innovación, elaborar con base en los resultados y en la apropiación teórica adquirida sobre innovación social, recomendaciones y proponer soluciones que serán comunicadas como aporte a la experiencia abordada.

Metodología

La presente sistematización de la feria turística, empresarial, gastronómica y cultural del Departamento de Cundinamarca como experiencia de innovación social, se llevó a cabo a través de una investigación cualitativa y prospectiva, mediante la cual, en un primer momento se realizó la caracterización de la innovación, identificando los antecedentes que motivaron la realización del proyecto, la problemática y/o necesidad a resolver, la línea de tiempo; así como, los elementos innovadores y el ecosistema de actores sociales que permitieron justificar y argumentar la selección de dicha experiencia, como una innovación social.

Como segundo momento en dicha investigación, se realiza la sistematización de la experiencia de innovación social, para ello se llevó a cabo un trabajo de campo que permite tener un acercamiento directo a través de una entrevista semiestructurada que, para el caso concreto, se realizó a uno de los actores que participó desde el rol de gestor en el periodo inicial, cuando surge la iniciativa y se materializa el proyecto por primera vez.

El paso siguiente fue identificar el grado de maduración de la innovación social elegida; lo anterior se realiza mediante la aplicación de la herramienta TRL (Technology Rediness Levels), este método contiene niveles de medición en una escala de 1 a 9 en la cual se examinan conceptualización, requerimientos y capacidades tecnológicas demostradas; el dígito 9 es el que indica un mayor nivel de madurez de la innovación (Jaillier et al., 2017, p.54).

Con base en dicha conceptualización, se identificó el nivel de maduración de la innovación objeto de estudio, investigación y sistematización; mediante el comparativo de la TRL para innovación tecnológica con la TRL en innovación social; siguiendo el flujo de preguntas por bloques de actividades de I+D+i, que propone Jaillier et al. (2017, p. 90 -97).

El primer bloque de preguntas corresponde a la *Gestión de las ideas y la creatividad* y comprende los niveles de maduración de los dígitos TRL1 a TRL 3, el segundo bloque corresponde a la *Gestión del desarrollo interactivo aplicativo* y comprende los niveles de maduración de los dígitos TRL4 y TRL 5, el tercero, aborda preguntas que identifican la *Gestión del proceso*, comprende los niveles de maduración de los dígitos TRL6 y TRL 7; finalmente, las preguntas del bloque que corresponde a la *Gestión de las oportunidades y gestión del cambio / apropiación social y capital social formado en aplicación de nuevos procesos*, comprende los niveles más altos de madures de la innovación que corresponden a una TRL8 y TRL 9.

En desarrollo de lo anterior, se utilizaron técnicas de recolección de la información tales como entrevistas a personas que han sido beneficiadas y que, además, son actores sociales que participan de manera activa en la realización del proyecto; de igual forma, se revisaron historias en fuentes secundarias; así como archivos, documentos, fotografías y publicaciones institucionales.

El trabajo de campo se abordó con entidades territoriales que han sido agentes sociales dentro del ecosistema de la innovación, tales como la Secretaría de Asuntos Internacionales de la Gobernación de Cundinamarca, Alcaldía de Tabio, por otro lado, con emprendedores y empresarios que han participado en alguna edición de la Feria ExpoCundinamarca.

Resultados

Gestión de las ideas y de la creatividad

La idea del proyecto que se planteó como experiencia de innovación social, surge como una iniciativa de acción gubernamental, al ser parte en su momento, de las metas del programa del Plan de Desarrollo de la Gobernación de Cundinamarca “Unidos podemos más” 2016 – 2019: “Realizar durante el cuatrienio 2 ferias Expo Cundinamarca articuladas con todas las instancias de la Gobernación”; más aún, en su planeación y desarrollo, se materializa como una acción colectiva, colaborativa e interactiva, dado que intervienen diferentes sectores económicos y entidades de orden nacional e internacional para dar a conocer al Departamento como destino turístico y atractivo para la inversión.

En este contexto, La feria ExpoCundinamarca en su etapa inicial de la línea de tiempo, obedece a un proceso a través del cual se busca la apropiación del cundinamarqués con respecto a su territorio, ya que fue evidenciado que los cundinamarqueses en general, no tienen el suficiente sentido de pertenencia sobre el Departamento; siendo este uno de los principales problemas sociales que entonces, se pretendía resolver; en dicho sentido, el fin que dio origen a esta experiencia innovadora y social, fue mostrar de forma representativa al Departamento de Cundinamarca para incentivar que las personas de Bogotá y de otras regiones visiten los municipios, sus provincias; de esta forma, se promueva el turismo y contribuya con el desarrollo económico; empoderando y fortaleciendo así, los planes de negocio y la industria cundinamarquesa.

Lo anterior se traduce en que la principal inspiración del proyecto fue sin duda alguna, la necesidad de posicionar en el ámbito regional, nacional e internacional las riquezas turísticas,

empresariales, gastronómicas y culturales del Departamento y lograr con ello la apropiación del territorio por parte de los cundinamarqueses; en consecuencia, el bienestar económico y social de los mismos bajo principios de sostenibilidad y equilibrio territorial.

Es así como, la Ordenanza de la Asamblea Departamental de Cundinamarca, No. 038 de 2020 “Por la cual se institucionaliza la feria turística, empresarial, gastronómica y cultural “EXPO CUNDINAMARCA EL DORADO, LA LEYENDA VIVE” y se dictan otras disposiciones” en su artículo primero, señala que la mencionada feria se institucionaliza, “con el fin de promocionar a nivel regional nacional e internacional las bondades y riquezas de los sectores turísticos, agroindustriales, ecológicos, económicos y culturales. Además de exaltar al departamento como destino turístico y atractivo para la inversión”.

Así mismo; el Artículo tercero de la ordenanza ibídem, indica que en Expo Cundinamarca participará toda la administración departamental del nivel central y descentralizado, así como las administraciones municipales, que deseen vincularse y por otro lado, señala también en su Artículo Quinto que para el desarrollo de la misma, podrá el Departamento “en asocio con los Municipios, apropiar recursos, para apoyar alianzas estratégicas con gremios, asociaciones, universidades, ONGS, agencias de cooperación internacional u otras entidades públicas o privadas de cooperativismo, asociativismo, emprendimiento o economía solidaria” que permitan además de llevar a cabo la feria, impulsar los diferentes sectores a nivel departamental y Nacional.

Es evidente entonces, que la magnitud y propósito social de la feria, requiere como se dijo anteriormente, la participación de un ecosistema muy enriquecido de actores y agentes de cambio que en su actuar hacen del proyecto una iniciativa concreta para resolver el problema que

inspiró y dio origen a la idea, en pro del bienestar social y comunitario de la comunidad cundinamarquesa.

Por consiguiente, teniendo en cuenta el flujo de preguntas por bloques de actividades de I+D+i, que propone Jaillier et al. (2017, p. 90 -97), en el libro: *Construyendo la innovación social*, es posible decir que la feria de Expo Cundinamarca como experiencia de innovación social, en lo que corresponde a la Gestión de ideas y de la creatividad supera los niveles básicos de maduración correspondientes a dígitos de la TRL1 a la TRL 3.

Tomando como referencia el gráfico representado en la página 88 del libro: *construyendo la innovación social* (Jaillier et al., 2017) con base en Astorga (2004, p.18), la experiencia cumple con elementos básicos de la innovación social tales como el ser una idea genuina, original en el contexto, consolidada, vigente, expansiva, transformadora y social; en este sentido, cuenta con principios básicos observados y reportados; adicional, hay un reconocimiento de los actores involucrados; así como, del problema que pretendía resolver e igualmente, se han venido formulando durante la vigencia del proyecto, respuestas y acciones concretas para resolver el problema.

Por otro lado, haciendo una aproximación a los conceptos y saberes de lo psicosocial en el diseño y ejecución de políticas públicas, por ende, la relación directa de la psicología comunitaria con los diversos conceptos de innovación social; a propósito de los objetivos que dieron lugar al proyecto y argumentando el mismo como experiencia de innovación, cabe retomar el concepto de empoderamiento citado por Alfaro & Martín (2015). “De modo que el *empowerment* es un proceso que dota a un individuo o colectivo de la capacidad para dirigir el cambio en su vida, con el fin de proporcionar un grado de autonomía y control sobre el mundo

que lo rodea. (Zimmerman & Rappaport,1988); en efecto, las metodologías, estrategias y mecanismos de participación de la mano con el empoderamiento son esenciales para hacer efectiva la transformación social, que determina una innovación, tal como lo expresa Jaillier et al. (2017, p. 28), los impactos solo son posibles a través de la participación activa de los sujetos y la verdadera esencia de un proyecto de innovación, son precisamente el empoderamiento y la apropiación social del conocimiento dentro de una comunidad.

Gestión del desarrollo interactivo aplicativo

Ahora bien, luego de abordar el primer flujo de preguntas para la aplicación de la TRL, a continuación, se describen los hallazgos que se asocian con la fase de actividades de I+D+ i de la Gestión del desarrollo interactivo aplicativo, en el que se realizará la validación social inicial de la innovación, con grupo piloto; así como, en entornos sociales y en contextos claves.

En primera instancia, es importante visibilizar la línea de tiempo de la innovación social; para ello se hace énfasis en que el proyecto de ExpoCundinamarca, ha tenido a la fecha cuatro ediciones especiales, estas cada vez, inspiradas en factores claves y necesidades identificadas dentro del contexto propio del momento; al igual que en el alcance y abordaje de la problemática inicial, a través de la cual se gestó la iniciativa; es por ello que cada edición se realiza bajo conceptos distintos que incluyen la elección del lugar y puesta en escena de forma experiencial.

En dicho contexto, ExpoCundinamarca en su primera edición, la cual tuvo lugar del 13 al 17 de septiembre de 2017, se llevó a cabo en el Hipódromo de los Andes, ubicado en el municipio de Chía, bajo el concepto de “Vive la Leyenda” , exaltando sus cuatro rutas turísticas: ruta del dorado, ruta del agua, ruta dulce de aventura, ruta del río y encanto natural; la segunda edición se realizó de 6 al 9 de diciembre del 2018, en esta oportunidad, el escenario fue Corferias

y se desarrolló bajo el concepto de “Vívela en Bogotá”, allí se exaltaron los productos turísticos de mayor potencial del Departamento, tales como: agroturismo, aventura, bienestar al natural, ecoturismo, la ruta de la leyenda ‘El Dorado’ y turismo religioso; esto con el fin de exponer a propios y visitantes las bondades culturales y las actividades para la familia que ofrecen los 116 municipios de Cundinamarca. (La FM, 2018).

La tercera edición de Expo Cundinamarca que tuvo lugar en Briceño 18, Sopo del 2 al 5 de diciembre se realizó bajo un contexto especial, ocasionado por la Pandemia del COVID – 19, de esta manera, bajo el trascendental e histórico concepto de “volvemos a encontrar”, se realiza en una producción escenográfica basada en el desarrollo urbanístico de un pueblo tradicional con estilo arquitectónico colonial y republicano que “evocó la añoranza y el orgullo de ser cundinamarqués; con una importante connotación que fue, adicional a la necesidad de una reactivación económica, la necesidad de inferir en la reactivación emocional de sus participantes y visitantes; (Gobernación de Cundinamarca, 2021). De acuerdo con datos proporcionados por la Gobernación de Cundinamarca, en la tercera edición se registró el ingreso de 36.530 asistentes, se contó con la participación activa de 536 expositores de los 116 municipios, quienes a su vez lograron ventas que ascendieron a los ciento cuarenta y seis millones seiscientos cuarenta y cinco mil pesos m/cte. (\$146.645.000).

Por su parte, la cuarta edición que tuvo lugar del 13 al 16 de octubre del presente y que se llevó a cabo por primera vez en otra provincia del Departamento, estuvo bajo el concepto de: “La riqueza que nos une”, la inspiración de dicho concepto se fundamentó quizás, en aprendizajes de valor que fueron obtenidos de las tres versiones anteriores y probablemente en uno de los desafíos que ha estado presente en la resolución del problema planteado al principio y es la

diversidad del Departamento; en este orden de ideas, se crea y desarrolla ExpoCundinamarca 2022 como un “proceso de identificación y socialización de los elementos identitarios que generan en los cundinamarqueses el sentimiento de orgullo, así como de los factores diferenciales que posicionan a Cundinamarca como un territorio de oportunidades para el desarrollo”. (Gobernación de Cundinamarca, 2021). Esta vez se contó con 101.778 asistentes, se exalta la participación de 25 aliados estratégicos; así como la vinculación para el montaje de 468 personas directamente y cerca de 800 personas indirectamente; se contó con la exposición de más de 4.000 productos, vinculando 431 expositores de 110 municipios, quienes a su vez realizaron ventas totales por valor de doscientos ochenta y ocho millones ochocientos cuarenta y nueve mil ochocientos pesos m/cte. (\$288.849.800); duplicando así los resultados de la edición 2021; de acuerdo con datos proporcionados por la Gobernación de Cundinamarca.

Es así como se evidencia, que el proyecto en general, beneficia a todo el territorio cundinamarqués aportando al desarrollo social, económico y cultural del mismo de forma colectiva, empoderando y apropiando sus 116 municipios, los cuales, a su vez, integran las diferentes provincias; en lo específico, beneficia a empresas, gremios, asociaciones, emprendedores de diferentes sectores económicos, principalmente el sector turístico, cultural, gastronómico, agroindustrial y comercial; en este punto se trae a colación lo expuesto por Rivera, Y; Ganga, F; Parada, J. (2017) en donde los autores exaltan como una de las cualidades de la innovación social, que contribuye a la asociación de los distintos sectores y actores de la sociedad, “cuando se da la combinación de estos, surgen quizá los mejores casos de innovación social”; en concordancia, se evidencia que puede ser este el caso de la iniciativa de la feria Expo Cundinamarca, dado que es un proyecto de acción participativa, que involucra un amplio ecosistema para su desarrollo y que se ha caracterizado en el tiempo por la buena articulación, la

interacción permanente y equilibrada entre los actores que cumplen en dicho contexto, el rol de agentes sociales.

En el proyecto participan entidades del orden nacional, departamental y territorial: la gobernación de Cundinamarca de forma transversal e interinstitucional es quién lidera, organiza, promueve y apropia los recursos para la realización de la feria turística, empresarial, gastronómica, ecológica y cultural del Departamento de Cundinamarca; las provincias y municipios también contribuyen desde su territorio en la organización, realizando mesas de trabajo para definir estrategias y proveer la caracterización de los empresarios, ofertas culturales, gastronómicas, bienes y servicios que serán parte activa de la misma; ONGS, entidades privadas sin ánimo de lucro, promueven las mejores prácticas, entre otros aliados estratégicos que también apoyan la financiación de la feria; de igual forma, participan cuerpos operativos que se encargan de atender y salvaguardar la vida de los asistentes y participantes.

Por otra parte, los Empresarios del Departamento de Cundinamarca, gremios y asociaciones empresariales, participan de manera activa en la realización de la Feria y son beneficiarios directos de la misma.

El desarrollo del proyecto de realización de la feria de ExpoCundinamarca, cuenta con funciones y roles para cada uno de los participantes que se dan conforme a su saber, conocimiento, competencia y naturaleza; no obstante, el Artículo cuarto de la Ordenanza 038/2020 sobre responsabilidad señala que: “La Administración Departamental a través de la Secretaría de Asuntos Internacionales o quien a través del Plan de Desarrollo Departamental sea delegado, en articulación con las entidades del nivel central y descentralizado de la administración pública departamental, tendrán a cargo el desarrollo del evento y la

cofinanciación de la misma, con el fin de generar para este un reconocimiento y afianzamiento a nivel local, regional, nacional e internacional”.

Por consiguiente, la planeación y organización de ExpoCundinamarca si bien cuenta con la participación de cada una de las dependencias del sector central de la administración pública departamental, quienes organizan un comité delegado para ser parte del comité de organización, la responsabilidad está en cabeza de la Secretaría de Asuntos Internacionales y de esta forma se da la organización para el desarrollo de las actividades. (Gobernación de Cundinamarca).

En lo que respecta a las actividades, estas se realizan con el arduo apoyo del comité de escenografía y con base en una estructura definida en los siguientes aspectos:

Sabores de Cundinamarca: con la participación de exponentes de la gastronomía tradicional del Departamento; de acuerdo con cifras de la Gobernación de Cundinamarca, la última edición contó con la participación de 30 prestadores de servicios gastronómicos, con ventas de más de 270 millones de pesos que se traduce en un incremento del 62% con respecto a la tercera edición.

Mercados Campesinos: en la edición 20223 vinculó 26 expositores y ventas alrededor de los 58 millones de pesos.

Artesanos: en la edición 2022 se superaron las ventas en un 69% con respecto a la anterior.

Kuna Mya: obtuvo ventas de aproximadamente, 86 millones de pesos.

De esta manera, a lo largo del desarrollo de la feria, se llevan a cabo una serie de actividades tales como las que se describen a continuación, dando una visión global del alcance y puesta en marcha de esta iniciativa:

Realización de muestras de gran valor, de las riquezas culturales, gastronómicas y artísticas de los municipios y provincias del departamento; concursos y conciertos, entre otros, que permiten destacar el talento y la creatividad; al igual que el trabajo arduo de las escuelas de formación artística y cultural.

Los empresarios y emprendedores del departamento comercializan y promocionan la creatividad e innovación de sus productos y servicios, mientras se llevan a cabo exposiciones equinas y ganaderas; talleres, actividades deportivas, lúdicas, recreativas y experienciales; así como, ruedas de negocio, cierre de ventas, conferencias, etc.

En definitiva y para beneficio de una gran magnitud de actores y participantes directos e indirectos; la última edición de la feria, de acuerdo con cifras proporcionadas por la Gobernación de Cundinamarca, ExpoCundinamarca 2022 registró un total de ventas de \$808.974.700, logrando un incremento del 49% comparado con la edición 2021, lo anterior implica un beneficio colectivo que permitirá las bases para hablar de que existe en la experiencia de innovación social, un creciente capitalismo cognitivo como el que plantea *Jaillier et al. (2017)* en el libro *construyendo la innovación social*, puesto que adicional al valor agregado de los procesos económicos, el proyecto ExpoCundinamarca en cada una de sus ediciones, conecta con las lógicas de gestión social en el marco de una sociedad de conocimiento.

Gestión del proceso

Con lo anteriormente expuesto en el marco de lo que se atribuye a la gestión del desarrollo interactivo aplicativo, se puede evidenciar el éxito que ha tenido la estructura organizativa de la feria ExpoCundinamarca ; así como, las estrategias de permanencia, sostenibilidad y continuidad que si bien aún no se encuentran completamente documentadas, el hecho de haber sido institucionalizada a través de Ordenanza departamental garantiza su permanencia en el tiempo tanto como, el valor agregado que obtienen sus miembros y en general todo el ecosistema de actores en aprendizaje y competencias que motiva la continua implementación de soluciones creativas para resolver problemas de sostenibilidad o continuidad.

Finalmente, luego de haber documentado las actividades de I+D+i propias de la iniciativa y proyecto feria ExpoCundinamarca asociadas a la gestión de ideas y creatividad, gestión del desarrollo interactivo aplicativo y gestión del proceso con base en el flujo de preguntas para aplicación de la herramienta TRL, que propone Jaillier et al. (2017, p. 90 -97), en el libro: *Construyendo la innovación social*, se ha logrado demostrar y evidenciar el potencial como innovación social con el cuál cuenta ExpoCundinamarca y como, en su desarrollo experiencial a través de su línea de tiempo ha logrado alcanzar un alto grado de maduración, que si bien, aún no es posible obtener suficiente documentación con respecto a la gestión de las oportunidades y gestión del cambio, la iniciativa, si está siendo aplicada, lo cual permite a través de un ejercicio arduo, racionalizar sobre los procesos internos, aprendizajes y gestión implementada.

De igual forma, la iniciativa opera plenamente lo que permite de acuerdo con la matriz para aplicación de TRL, “valorar los resultado y beneficios de su aplicación por parte de la comunidad; razón por la cual se considera que la realización de ExpoCundinamarca como

proyecto de reactivación económica, social, departamental, cultural que surgió con la intención de solucionar un problema de identidad y apropiación comprende un alto grado de madurez, ubicando la innovación en una TRL8.

Conclusiones y recomendaciones

De acuerdo con la sistematización y observaciones realizadas, en el ecosistema del evento denominado “ExpoCundinamarca”, se evidenciaron elementos innovadores y factores que generan un valor agregado y sostenible para el desarrollo territorial, especialmente en el campo cultural, empresarial, económico y social, puesto que adicional a ser una alternativa genuina y transformadora que está brindando soluciones al problema identificado en sus inicios, también representa una oportunidad de carácter social en beneficio de un gran grupo de personas como es el caso de aquellos que representan la diversidad de talentos, de quienes conforman los equipos interdisciplinarios de planificación, logística, montaje, realización, promoción, patrocinio y por supuesto de los expositores.

El proyecto de realización de la feria ExpoCundinamarca, que ha sido identificado como una experiencia de innovación social, permite evidenciar por su gestión de ideas, desarrollo y gestión del proceso un grado de madurez representativo que implica un alto impacto sobre su ecosistema innovador; es decir, a nivel institucional, en organizaciones, entidades, grupos, gremios, asociaciones de empresarios y por supuesto, para la sociedad civil y ciudadanía que es la comunidad cundinamarquesa en general; lo anterior implica que se están generando aportes sociales, valor agregado en los aprendizajes, sostenibilidad del proyecto y nuevas necesidades y oportunidades para el desarrollo y formulación de políticas públicas en torno al mismo.

Con las razones expuestas y teniendo en cuenta el alto grado de maduración que se identificó para la innovación social que fue de una TRL8, se recomienda desde la disciplina de la psicología comunitaria y los saberes de lo psicosocial en el diseño de políticas públicas, que se tengan en cuenta a través del rol de los psicólogos, los modelos de empoderamiento,

metodologías y estrategias participativas para cada una de las fases de planeación, puesta en marcha y evaluación de las ediciones y demás proyectos que darán continuidad a la feria así como, la transferencia de conocimiento desde la psicología comunitaria hacia las políticas públicas.

De igual forma, es recomendable tener presente el alcance de las metodologías participativas a partir de lo psicosocial específicamente, si se da lugar a la formulación y ejecución de políticas públicas en torno al proyecto del evento ExpoCundinamarca, las cuales permiten que, a través de una buena articulación, los miembros de la comunidad se fortalezcan, empoderen y desarrollen habilidades en conjunto para la resolución de diferentes problemáticas de tipo social.

Que adicional a lo anterior y con miras de lograr el grado máximo de madurez de la innovación, se sistematicen los aprendizajes y se realicen mediciones de impacto social mediante el uso de herramientas que permitan, hacerla replicable, ampliar su impacto y dar lugar al diseño e implementación de políticas públicas; teniendo en cuenta de otra parte, los conceptos y diferenciación entre las acciones, las cuáles se constituyen en una característica básica de las políticas públicas, las estrategias que se identifican como instrumentos y mecanismos para llevar a cabo dichas acciones y los programas en torno a los cuales, se articulan las políticas públicas para el logro de los objetivos.

Referencias

- Alfaro I., J., & Martín M., M. P. (2015). Proceso y oportunidades de la transferencia del conocimiento desde la psicología comunitaria a las políticas públicas. *Universitas Psychologica*, 14(4), 1347–1357.
- Asamblea Departamental de Cundinamarca (2020). Ordenanza No. 038/2020 de 14 de diciembre de 2020 “por la cual se institucionaliza la feria turística, empresarial, gastronómica y cultural “Expo Cundinamarca el dorado, la leyenda vive” y se dictan otras disposiciones”: Asamblea Departamental de Cundinamarca.
https://asambleacundinamarca.micolombiadigital.gov.co/sites/asambleacundinamarca/content/files/000311/15505_ordenanza-no0382020--expocundinamarca.pdf
- Bernal, M. (2016). La Innovación Social en América Latina y el Caribe. Capítulo II Pág. 95-110.
https://www.researchgate.net/publication/311234454_Innovacion_Social_en_Latinoamerica_2016
- Estrada, G; Montero, J. M. C; Hernández & Herrera, J. (2019). [Innovación tecnológica: Reflexiones teóricas](#). *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85).
- Gobernación de Cundinamarca. (2022, 17 de octubre). *Más de 100 mil personas se gozaron la ExpoCundinamarca 2022*. [comunicado de prensa].
<https://www.cundinamarca.gov.co/noticias/EL%20TALENTO,%20PROTAGONISTA%20EN%20EXPOCUNDINAMARCA%202022>
- Gobernación de Cundinamarca. (2017, 4 de septiembre). *Expo Cundinamarca 2017*. [comunicado de prensa]. https://viajaporcolombia.com/noticias/expo-cundinamarca-2017_7479/

Gobernación de Cundinamarca. *Plan de Desarrollo 2016 – 2020*

<https://www.cundinamarca.gov.co/wcm/connect/2a9dd7d1-d693-414a-94cd-37fe5f901e7d/PLAN+DE+DESARROLLO+VERSION+FINAL.pdf?MOD=AJPERES&CVID=IDIW39U>

Giraldo, F; Ortiz, L. (2020). Laboratorio de Innovación Social: escenario de participación, apropiación social e interdisciplinariedad. Social Innovation Lab: escenario of social par. European Public & Social Innovation Review.

Hernández, José; Tirado, P; Ariza, A. (2016). [El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos](#). Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, núm. 88, diciembre, pp. 164-199 Centre International de Recherches et d'Information sur l'Economie Publique, Sociale et Coopérative Valencia, España.

Jailler, É; González, S; Arias, C; Suárez; L (2020). Construyendo la innovación social. Guía para comprender la innovación social en Colombia. Capítulos 1 y 2.

La FM. (2018, 6 de diciembre). *ExpoCundinamarca, el lugar de la cultura este 2018*.

[comunicado de prensa]. <https://www.lafm.com.co/economia/expocundinamarca-el-lugar-de-la-cultura-este-2018>

Martínez, X. (2017). La innovación social: orígenes, tendencias y ambivalencias. Sistema. Revista de Ciencias Sociales, 247, 61-88.

https://www.researchgate.net/publication/319103913_La_innovacion_social_origenes_tendencias_y_ambivalencias

Rivera, Y; Ganga, F; Parada, J. (2017). Estado del arte de la innovación social: una mirada a la perspectiva de Europa y Latinoamérica.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6233641>

Semana. (2021, 22 de noviembre). ExpoCundinamarca, la gran estrategia de reactivación del

departamento [comunicado de prensa] [https://www.semana.com/mejor-](https://www.semana.com/mejor-colombia/articulo/expocundinamarca-la-gran-estrategia-de-reactivacion-del-departamento/202100/)

[colombia/articulo/expocundinamarca-la-gran-estrategia-de-reactivacion-del-](https://www.semana.com/mejor-colombia/articulo/expocundinamarca-la-gran-estrategia-de-reactivacion-del-departamento/202100/)

[departamento/202100/](https://www.semana.com/mejor-colombia/articulo/expocundinamarca-la-gran-estrategia-de-reactivacion-del-departamento/202100/)