



***UN MARCO TÉORICO PARA EL ESTUDIO DEL CONCEPTO DE INNOVACION
SOCIAL***

JAVIER MÁRQUEZ OROZCO

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE INGENIERÍA
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN
CARTAGENA DE INDIAS, D.T. Y C.**

2015



***UN MARCO TÉORICO PARA EL ESTUDIO DEL CONCEPTO DE INNOVACION
SOCIAL***

JAVIER MÁRQUEZ OROZCO

**Tesis de Maestría presentada para optar al Título de
MAGISTER EN GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN**

**Director
AUGUSTO ALEAN PICO Ph.D.**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR
FACULTAD DE INGENIERÍA
MAESTRÍA EN GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN
CARTAGENA DE INDIAS, D.T. Y C.**

2015

Nota de aceptación

Presidente

Primer Jurado

Segundo Jurado

Tercer Jurado

Cartagena de Indias D.T. y C., Febrero de 2015

AGRADECIMIENTOS

A Dios gracias por haberme regalado la oportunidad de tener una familia que me ha apoyado constantemente durante todo este tiempo en mi crecimiento como persona y como profesional.

A mis padres y a mi hermana quienes han estado ahí en todo momento para motivarme a seguir en la lucha por alcanzar todo aquello que como persona me he trazado en la vida.

A Glenis, que más que mi novia es mi amiga, la persona con la que he compartido muchos éxitos y fracasos durante este camino hacia el éxito.

A todos mis profesores y compañeros que durante estos dos años de academia compartieron conmigo narrativas y conocimientos que alimentaron mis perspectivas sobre aquel loco tema llamado innovación.

A todas estas personas mil gracias por ser parte de este maravilloso logro que acabo de alcanzar en mi vida personal y profesional.

¡Dios los bendiga hoy y siempre!

CONTENIDO

	Pág.
CAPITULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	9
1.1. Introducción	11
1.2. Objetivos	12
1.2.1. General.	12
1.2.2. Específicos.	13
1.3. Metodología	13
1.4. Paradigma de Investigación	14
1.5. Resumen de los capítulos	14
CAPITULO II: EL MANUAL DE OSLO Y LA INNOVACIÓN TRADICIONAL	17
2.1. Introducción	18
2.2. Contexto y Descripción del Problema	18
2.3. Estado del arte	22
2.4. Marco Teórico	25
2.4.1. Concepción evolutiva de la innovación	30
2.4.2. La innovación social. El nuevo paradigma entre los estudios sobre innovación	39
2.4.3. Análisis teorico-concpetual sobre este nuevo enfoque de la innovación: revisión del estado del arte.	41

CAPITULO III: ¿QUÉ ES LA INNOVACIÓN SOCIAL?: DEFINICIÓN	
DETALLADA SOBRE ESTE EMERGENTE ENFOQUE DE LA INNOVACIÓN	55
3.1. Introducción	57
3.2. Estado del Arte	58
3.3. Voces y argumentos sobre la definición de la innovación social	66
3.4. Seis aspectos claves para pensar la innovación social	73
3.5. Variables de la innovación social: cinco pasos trascendentales para su gestión	79
3.6. La comprensión de la innovación social: entre innovación y valores	86
CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES Y TRABAJOS FUTUROS	93
4.1. Conclusiones	94
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	100
Fundación Vasca de Ciencia Iker Basque. (2013). Innovació y destrucción. <i>Revista Iberoamericana de Argumentación</i> , 12.	100

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Conceptos sobre innovación	18
Tabla 2. Cinco variables para analizar la innovación social en (Murillo, 2013)	82

LISTA DE FIGURAS

Pág.

Figura 1. Características generales de la Innovación Social..... 60

Figura 2. Aspectos claves de la innovación social 76

Figura 3. Qué no es Innovación Social 78

Figura 4. Variables de la innovación social 81

CAPITULO I: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Para un filósofo, los conceptos son el principal instrumento de su investigación. Generar conceptos nuevos y fecundos aporta innovaciones epistémicas, que permiten ver el mundo desde una perspectiva diferente. En la medida en que muchos seres humanos se apropian de dichos conceptos, los usan y los incorporan al acervo común, se producen innovaciones cognitivas y sociales, que conforman concepciones del mundo.

Ander Gurrutxaga.

1.1. Introducción

De acuerdo a lo planteado en el Manual de Oslo (OCDE Y EUROSTAT, 2005) en relación al concepto de innovación, se puede demostrar que dicho concepto ha sufrido un proceso de constante evolución, en tanto que en cada una de las ediciones siempre se ha procurado por dar un significado puntual sobre lo que es la innovación. No obstante, este tipo de elucidaciones sobre el concepto de innovación aún continúa presentando una serie de deficiencias argumentativas y de significado, situación tal que genera dentro de los estudios sobre innovación inconsistencias de orden hermenéutico. Lo anterior, se puede patentar en lo planteado por Javier Echavarría, quien sostiene que: estamos ante un nuevo paradigma en ese tipo de estudios, no sólo ante una nueva ampliación de los tipos y modelos de innovación (E. J. E., 2011), es decir, la innovación como proceso o actividad (económica-empresarial) puede ser entendida desde diferentes ópticas, tanto prácticas como teórico –conceptuales, en tanto que dentro de una sociedad lo importante no sólo es generar herramientas y mecanismos para el desarrollo científico y tecnológico, sino que también debe gestionarse paralelamente estrategias para el fortalecimiento axiológico de la sociedad civil, que es en ultimas uno de los aportes que hará esta investigación.

La innovación en el orden de la globalización de las sociedades posee una bifurcación de orden conceptual, de significado y pragmático, puesto que ya no exclusivamente se puede hablar de innovación científica y empresarial, sino que es hora de comenzar a concebir las innovaciones de orden social, es decir, aquellas que apuntan a la transformación y

fortalecimiento de valores sociales. En esta línea de argumentación, cabe aludir a toda esa serie de proyectos de corte humanístico y social que proyectan escenarios para la puesta en marcha de estrategias colectivas que buscan ofrecer a las comunidades espacios donde puedan ser escuchados y en donde sus necesidades de carácter humano y social puedan ser solventados, acaso lo anterior no es un indicador que pone en evidencia el carácter innovador en sentido social que poseen las naciones.

Porque si bien es cierto, la innovación empresarial tiene sus elementos de medida de impacto social y métrico (dinero, estadísticas, finanzas entre otros) y un patrón delimitante que es el mercado, el cual determina si un procedimiento o producto es innovador o no, la innovación social se caracteriza por ser un conjunto de medios en sí mismos y para otros (beneficiarios) que incrementa al igual que la innovación empresarial la calidad de vida de sus beneficiarios y puede ser medida (cuantificada) a partir del impacto o transformaciones en la disposición para mejorar y fortalecer el marco de valores sociales que caracteriza a una comunidad (E. J. E., 2008) y también puede ser medida a partir de la comparación entre el antes y después que tiene sobre los mismos favorecidos y sobre las otras comunidades donde se implementen este tipo de medios.

1.2. Objetivos

1.2.1. General. Analizar el concepto de innovación social a partir de una revisión documental de las teorías más destacadas sobre este nuevo enfoque alrededor de la innovación y bajo la lupa de las propuestas de Javier Echeverría y Ander Gurrutxaga

elucidar los elementos esenciales que permiten concebir la innovación desde el campo de las ciencias humanas.

1.2.2. Específicos.

➤ Dilucidar los argumentos planteados en el Manual de Oslo en relación al concepto de innovación con el fin de establecer diferencias entre el concepto tradicional y esta nueva perspectiva de la innovación.

➤ Realizar un estudio detallado sobre los estados del arte en lo concerniente a la innovación social, a fin de distinguir entre lo que es y no es innovación social.

➤ Identificar cuáles son los elementos conceptuales que permiten concebir a la innovación desde el campo de lo social a razón de construir de manera integradora un marco conceptual para el estudio de innovación social.

1.3. Metodología

La metodología que precede a esta investigación y que se adelantará para desarrollar y dar solución a los objetivos antes expuesto tiene un enfoque cualitativo, en la medida en que se realizará un estudio teórico-conceptual sobre la base del análisis documental de lo planteado por el Manual de Oslo en lo concerniente al concepto de innovación, el cual a razón de lo argumentado ha sido interpretado desde diversas ópticas, esto con el fin de

hacer evidente que el concepto de innovación tradicional no solo ha de ser examinado desde una perspectiva científica, sino que también debe ser estudiado y comprendido desde una visión social. En consecuencia, el enfoque cualitativo de esta investigación se encuentra enmarcado dentro del estudio exploratorio sobre el concepto de innovación social. (IS)

1.4. Paradigma de Investigación

La investigación que se está desarrollando tiene un enfoque hermenéutico-crítico (interpretativo), en la medida en que se procura analizar y examinar las distintas dimensiones y definiciones sobre el concepto de innovación tradicional, lo anterior con la finalidad de interpretar cada una de estas dilucidaciones para descubrir de manera precisa en qué consiste específicamente la innovación de índole social, determinando en este sentido su importancia, pertinencia y cada uno de los impactos que mediante este tipo de innovación se producen en un marco social. Además, se indaga por las razones por las cuales los estudios sobre innovación social no son tan relevantes, ofreciendo en este sentido un cambio de estructura en relación al estudio del concepto de innovación.

1.5. Resumen de los capítulos

Capítulo 1: Descripción del proyecto: en este primer capítulo, se describe el objetivo inicial de este proyecto de investigación, el cual tiene como tarea construir un marco conceptual para el estudio del concepto de innovación social, soportado en el análisis

documental de las principales teorías y aportes sobre este emergente tema en los estudios sobre innovación.

Capítulo 2: *El Manual de Oslo y la innovación tradicional:* para este segundo capítulo se realiza un análisis conceptual en relación a la definición que brinda el Manual de Oslo alrededor del término innovación, en este sentido, se procederá a mostrar los argumentos más recientes ligados a la innovación social, con el fin de conocer cómo ha evolucionado este concepto y más aún como podemos pensar desde otras perspectivas la innovación.

Capítulo 3: *¿Qué es la innovación social?: Definición detallada sobre este emergente enfoque de la innovación.* En este último capítulo, es un apartado de carácter propositivo en tanto que se expondrán todos los avances y aportes que se han realizado alrededor de las teorías que tocan el tema de la innovación social y se mostrarán definiciones soportadas en algunos estudiosos del tema. Además, se evidenciarán algunos modelos sobre las características principales que debe tener un esquema para la gestión de la innovación social. Para finalmente, a la luz de dos de los estudiosos más reconocidos en investigaciones alrededor de la innovación social edificar una definición que permita soportar futuras investigaciones sobre este sobresaliente tema al interior de la innovación.

Capítulo 4: Conclusiones: en el último de estos apartados se mostrará cómo el concepto de innovación ha evolucionado y por ende merece nuevas perspectivas de estudio y definición, a razón de la gran necesidad que tiene desde lo social, cultural, económico entre otros, de responder a las transformaciones de la sociedad globalizada. En este sentido, se

busca mostrar que el concepto mismo de innovación en un concepto amplio, el cual abarca y trasciende en muchas esferas del ser humano.

Capítulo 5: Bibliografía.

CAPITULO II: EL MANUAL DE OSLO Y LA INNOVACIÓN TRADICIONAL

2.1. Introducción

El presente capítulo pretende realizar un acercamiento al lector en relación a los procesos de innovación social y a comprender el alcance de esta propuesta investigativa, teniendo en cuenta los lineamientos conceptuales relacionados con los modelos preponderantes en innovación social, los cuales han sido propuestos por diversas fundaciones y teóricos del tema, pero el aporte para la construcción del marco de estudios sobre la innovación social está fundamentado especialmente en los modelos teóricos de Javier Echeverría y Ander Gurrutxaga.

2.2. Contexto y Descripción del Problema

Para el desarrollo de este trabajo de investigación se tomaran como referentes teóricos argumentativos los siguientes trabajos investigativos y obras destacadas en relación a los recientes estudios sobre la *Innovación Social (IS)*:

Tabla 1. Conceptos sobre innovación

Año	Lugar	Autor	Concepto Clave
1935	México (Traducción al idioma Español)	Joseph A. Schumpeter	Innovación - Emprendedor
2005	Unión Europea	OCDE - EUROSTAT	Tipos de Innovación - Definiciones
2006	Londres - Inglaterra	Young Foundations	Innovación - Modelos
2008	España - País Vasco	Javier Echeverría	Incertidumbre - Filosofía
2008	España - País Vasco	Javier Echeverría	Manual de Oslo - Innovación Social - indicadores
2009	España	Fundación Bankinter	Innovación Social - Globalización - Sostenibilidad
2009	España - País Vasco	Javier Echeverría	Evolución - Innovación - Sociedad
2010	Londres - Inglaterra	Robin Murray - Geoff Mulgan	Desarrollo - Sistemas de Cambio
2011	España - País Vasco	Ander Gurrutxaga	Innovación - Paradigma - Incertidumbre
2012	Francia	Javier Spila	Indicadores
2012	España	Unión Europea	Políticas - Modelos - Indicadores
2013	Colombia - Bogotá	Colciencias	Innovación - Desarrollo - Pobreza - Comunidades
2013	Unión Europea	Unión Europea	Economía Social - Innovación

Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, dentro de la gran y extensa bibliografía sobre innovación, nos encontramos con que los aportes realizados por Joseph Schumpeter en su obra *Análisis del cambio económico*¹ (1935), obra en la cual el autor trata de puntualizar sobre algunas concepciones que permitieran generar expectativas sobre lo que significa pensar la innovación desde el enfoque de lo empresarial. En este orden de argumentos, pasados casi 60 años, los estudios sobre innovación son recopilados desde sus significados y tipos por el Manual de Oslo (1992), en dónde el fundamento de este primer intento por canonizar la innovación como proceso exclusivo de la empresa proviene de los aportes realizados por Schumpeter, en esta primera edición se concibe a la innovación como un acontecimiento que permite que las empresas redefinan sus procesos de producción, pero años más tardes (1997) este mismo manual cae en cuenta de que la innovación es algo que va más allá de la redefinición para mejora de procesos de producción y es entonces en dónde se concibe a la innovación ya no exclusivamente como un procedimiento industrial que transforma procesos y tecnologías, sino que también es vista como aquella capacidad que tienen que gestionar las industrias para transformar su modelo de prestación de servicios. Aun y todo lo establecido en esta segunda edición, el Manual de Oslo seguía obviando una gran cantidad de elementos que al interior de las compañías podían transformar los indicadores y procedimientos que podrían fortalecer los procesos del sector servicios.

Así pues, en su tercera edición (2005) este tratado sobre innovación amplía y redefine los conceptos básicos que se venían desarrollando en las ediciones anteriores y además se tienen en cuenta dos nuevas modalidades de innovación, ambas no tecnológicas: la

¹ Obra cumbre de este autor en temas sobre Teorías del Desarrollo (desarrollo) económico.

innovación en mercadotecnia y la innovación organizativa, es evidente ya desde el mismo *Órganon de la Innovación*² que el concepto y por ende la percepción sobre lo que es la innovación varia y se trasforma constantemente, en este sentido, se puede afirmar que la innovación como nuevo elemento de evolución de las sociedades globalizadas es un acontecimiento que trasgrede y configura todos los escenarios del ámbito empresarial y que también trastoca el ámbito de lo social.

Todos estos estudios y comentarios sobre el desarrollo y la evolución del concepto y percepción de la innovación en los últimos años, así como las tres ediciones del Manual de Oslo como matriz estándar para medir sus indicadores, nos confirman que detrás de los estudios y estrategias para gestionar la innovación queda mucho trabajo por hacer, en aras de entender el principio primero de este nuevo acontecimiento, de ahí que en relación a lo que es la innovación quedan muchos aspectos que la convierten en algo multidimensional y pluridisciplinar. Es aquí en donde se patentan la importancia de organizaciones como la *Young Foundation*, quienes conciben que la innovación es un proceso que toca no particularmente lo relacionado con la industria y la tecnología, sino que trasciende al campo de lo social, es por ello que en una de sus obras más celebres (*Estudios sobre Innovación Social 2010*) conciben que al igual que en la empresa, las sociedades y/o comunidades de un territorio también pueden generar estrategias y modelos novedosos que los ayuden a adaptarse y empoderarse del entorno en el que se desenvuelven. De ahí que, para autores y estudiosos de la Innovación como los profesores Javier Echavarría y Ander Gurrutxaga la innovación debe ser correctamente dilucidada conceptualmente hablando, ya que estos

² Hacemos referencia al Manual de Oslo como documento fundamental dentro de los estudios e investigaciones sobre Innovación.

teóricos postulan un marco conceptual producto de varios años de investigación, que sirva para identificar buenas prácticas de innovación, no exclusivamente de orden empresarial y tecnológico, sino de corte social (*El manual de Oslo y la innovación social*³), el cual está basado en los diferentes tipos de valores que son satisfechos por las prácticas innovadoras (concepción axiológica), la aceptación social y el uso de las propuestas innovadoras constituyen los criterios principales para construir sistemas de indicadores de innovación social. Hay que distinguir entre diferentes fuentes, tamaños y tipos de innovación. Como conclusión, proponen un nuevo programa de investigación para los estudios de innovación.

A lo anterior también se suman los estudios realizados por fundaciones como la *Bankinter* en España, para la cual, la innovación social es un proceso que debe asociar el progreso tecnológico con el desarrollo social, en la medida en que la innovación social se refiere a todas las estrategias, conceptos, ideas y organizaciones que tratan de cubrir necesidades de todo tipo, desde el desarrollo económico de una comunidad, la educación o la sanidad que reciban los miembros de una sociedad, hasta cualquier otra iniciativa de acción social o medioambiental. En definitiva, la innovación social pretende diseñar e implementar mejores maneras de cubrir necesidades sociales, sea de forma completamente nueva o realizando combinaciones de elementos existentes para obtener resultados nuevos. Se trata de generar el máximo valor para la sociedad con la menor cantidad de recursos, entendiendo *valor* como la capacidad para cubrir las carencias de la sociedad en cada momento, unas carencias que, por definición, serán cambiantes a lo largo del tiempo (Fundación de la Innovación Bankinter, 2009).

³ Artículo de la revista **ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura** CLXXXIV 732 julio-agosto (2008) 609-618 ISSN: 0210-1963.

Sobre este tipo de concepciones acaece la iniciativa de muchos países por gestionar políticas públicas que ayuden al desarrollo y empoderamiento de las comunidades en riesgo, es así como la Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema – ANSPE y Colciencias buscan generar propuestas y modelos sociales que contribuyan a propiciar elementos claves para el desarrollo de prácticas que engendren acciones para innovar socialmente en la forma en cómo impacta la intervención del Estado en las sociedades menos favorecidas de nuestro país. De este modo, el Centro de Innovación Social, a través del Plan Nacional de Prosperidad Social, conciben que la innovación social consiste en superar las barreras de acceso que se requieren para desarrollar nuevas formas de actuar, capitalizando las fortalezas de cada sector, es decir, vincular soluciones innovadoras a problemas sociales (Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema - ANSPE, 2013). Apoyados en todos estos aportes realizados alrededor de lo que es y cómo se ha desarrollado la innovación social, se llevará a cabo un proceso de síntesis que permita recopilar y presentar un significado consolidado de lo que es la innovación social.

2.3. Estado del arte

La columna vertebral y el recurso teórico más claro para entender que es la innovación desde la perspectiva empresarial, se encuentra en el Manual de Oslo (MO), este Manual trata de la recogida de datos sobre la innovación en la empresa. Aunque, no cubre los cambios importantes a nivel de un sector de actividad o en una economía tales como la

emergencia de un nuevo mercado, el desarrollo de un nuevo origen de materias primas, de productos semifacturados, o la reorganización de una industria, tiene, en algunos casos, la capacidad para agregar de manera individual los datos de la empresa, haciendo posible a través de esta recogida de datos establecer estimaciones sobre grandes cambios en una industria o una economía, como por ejemplo la aparición de un nuevo mercado o la reorganización de una industria (OCDE Y EUROSTAT, 2005).

Tal cual como se ha expresado en las líneas anteriores para el Manual de Oslo, la innovación no es un fin en sí mismo, sino un medio para que crezca la producción y la productividad. También contribuye a incrementar la competitividad de una empresa, a reducir los costes de producción y a estar presente en nuevos mercados. En cualquier caso, la “concepción Oslo” de la innovación se refiere ante todo a valores económicos y empresariales (E. J. E., 2008). En este sentido, para el MO la innovación es la concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados. Los cambios innovadores se realizan mediante la aplicación de nuevos conocimientos y tecnología que pueden ser desarrollados internamente, en colaboración externa o adquiridos mediante servicios de asesoramiento o por compra de tecnología (OCDE Y EUROSTAT, 2005), es así como para muchas empresas, la innovación es el complejo proceso que lleva las ideas al mercado en forma de nuevos o mejorados productos o servicios. Este proceso está compuesto por dos partes no necesariamente secuenciales y con frecuentes caminos de ida y vuelta entre ellas. Una está especializada en el conocimiento y la otra se dedica

fundamentalmente a su aplicación para convertirlo en un proceso, un producto o un servicio que incorpore nuevas ventajas para el mercado (Formichella, 2005).

Pero, no obstante cabe preguntarse por ¿de dónde surge la necesidad de qué las empresas innoven? Para responder este interrogante, es vital conocer el aporte realizado por Joseph Schumpeter (1935), quien especificó el concepto de innovación en un sentido general y acuñó diferentes casos de cambio, que al interior de la empresa debían ser considerados como una innovación. Estos son: la introducción en el mercado de un nuevo bien o una nueva clase de bienes; el uso de una nueva fuente de materias primas (ambas innovación en producto); la incorporación de un nuevo método de producción no experimentado en determinado sector o una nueva manera de tratar comercialmente un nuevo producto (innovación de proceso), o la llamada innovación de mercado que consiste en la apertura de un nuevo mercado en un país o la implantación de una nueva estructura de mercado (Formichella, 2005).

A todo esto, el Manual hace referencia a la obra de Schumpeter como base de las teorías de innovación, en tanto que este autor afirmaba que el desarrollo económico está movido por la innovación, por medio de un proceso dinámico en el cual nuevas tecnologías sustituyen a las antiguas. Llamó a este proceso “destrucción creativa”. Según él, las innovaciones “radicales” originan los grandes cambios del mundo mientras que las innovaciones “progresivas” alimentan de manera continua el proceso de cambio. El vínculo entre innovación y progreso económico se produce a través de la creación de nuevos productos y de métodos de funcionamiento más productivos. En definitiva las empresas y

el resto de organizaciones innovan para mejorar resultados, bien aumentando la demanda o bien reduciendo los costes. En el proceso de adopción de una innovación la difusión interna del nuevo conocimiento o nueva tecnología supone un aliciente añadido en la medida que enriquece las capacidades de las personas y de la organización y sirve de base otros avances futuros (OCDE Y EUROSTAT, 2005).

2.4. Marco Teórico

Todavía más, de acuerdo con el Manual Oslo en su tercera edición, existen diferentes tipos o formas de innovación que permiten enriquecer las prácticas, modelos y cadenas de valor de una empresa, por consiguiente, podemos hablar de:

Innovación de producto. Aporta un bien o servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características técnicas o en cuanto a su uso u otras funcionalidades, la mejora se logra con conocimiento o tecnología, con mejoras en materiales, en componentes, o con informática integrada. Para considerarlo innovador un producto debe presentar características y rendimientos diferenciados de los productos existentes en la empresa, incluyendo las mejoras en plazos o en servicio.

Innovación de proceso. Concepto aplicado tanto a los sectores de producción como a los de distribución. Se logra mediante cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o los programas informáticos empleados, que tengan por objeto la disminución de los

costes unitarios de producción o distribución, la mejorar la calidad, o la producción o distribución de productos nuevos o sensiblemente mejorados.

Las innovaciones de proceso incluyen también las nuevas o sensiblemente mejoradas técnicas, equipos y programas informáticos utilizados en las actividades auxiliares de apoyo tales como compras, contabilidad o mantenimiento. La introducción de una nueva, o sensiblemente mejorada, tecnología de la información y la comunicación (TIC) es una innovación de proceso si está destinada a mejorar la eficiencia y/o la calidad de una actividad de apoyo básico.

Innovación en Marketing. Consiste en utilizar un método de comercialización no utilizado antes en la empresa que puede consistir en cambios significativos en diseño, envasado, posicionamiento, promoción o tarificación, siempre con el objetivo de aumentar la ventas. La variación en el método tiene que suponer una ruptura fundamental con lo realizado anteriormente.

Los cambios de posicionamiento pueden consistir en la creación de nuevos canales de venta como el desarrollo de franquicias, la venta directa, las modificaciones en la forma de exhibir el producto o la venta de licencias de uso. Los cambios en promoción suponen la modificación en la comunicación utilizando nuevos soportes, sustitución del logo, los sistemas de fidelización y la personalización de la relación con el cliente. La tarificación hace referencia a sistemas de variación de precios en función de la demanda o de las opciones ofrecidas.

Innovación en organización. Cambios en las prácticas y procedimientos de la empresa, modificaciones en el lugar de trabajo, en las relaciones exteriores como aplicación de decisiones estratégicas con el propósito de mejorar los resultados mejorando la productividad o reduciendo los costes de transacción internos para los clientes y proveedores. La actualización en la gestión del conocimiento también entra en este tipo de innovación, al igual que la introducción de sistemas de gestión de las operaciones de producción, de suministro y de gestión de la calidad (OCDE Y EUROSTAT, 2005).

Igualmente, conviene señalar que de acuerdo a lo planteado por el Manual de Oslo, es menester que exista todo un entramado sistémico de elementos organizacionales que permitan generar y gestionar procesos que soporten las prácticas innovadoras que se quieran ejecutar en una empresa, es por ello que los elementos involucrados en la organización se deben articular para aumentar la capacidad de innovación en las empresas. Para conseguir innovaciones en las empresas es necesario generar muchas ideas, mucho entusiasmo y muchísima pasión por lo que se hace. Es necesario crear en la organización una cultura que haga germinar las innovaciones (Camargo, 2012). Consecuentemente, en la retórica sobre innovación expuesta por el Manual y los aportes realizados por algunos estudiosos de la innovación podemos entrever que entre los elementos que ayudan a auspiciar la innovación encontramos:

Fuentes de innovación: Las organizaciones deben identificar sus fuentes de innovación. Estas deben estar en el interior y el exterior de la organización. Drucker (1998) plantea que las fuentes internas de innovación de las empresas son: ocurrencias

inesperadas, incongruencias, necesidades en los procesos, cambios en los mercados y en la industria. Las fuentes externas, por su parte, pueden estar determinadas por cambios demográficos, cambios en la percepción y la generación de nuevos conocimientos (Camargo, 2012)

Proceso de gestión de la innovación en la empresa: Está orientado a organizar y dirigir los recursos disponibles (humanos, técnicos y económicos), con el objetivo de aumentar la creación de nuevos conocimientos, generar ideas que permitan obtener nuevos productos, procesos y servicios o mejorar los existentes, y transferir esas mismas ideas a las fases de fabricación y comercialización⁴.

Modelos de gestión de la innovación en la organización: Permiten medir de manera continua el estado de la capacidad innovadora o tratar de determinar su nivel de innovación, compararla con la de otras organizaciones y diseñar planes que faciliten la identificación de áreas de mejoras encaminadas a incrementar la capacidad de innovación de la empresa. Estos modelos son adaptados a un proceso de innovación concreto para una organización. El objetivo de los modelos de gestión de la innovación consiste en determinar los procedimientos que debería poner en marcha una empresa para incrementar el proceso innovador o para generar nuevos productos. La visión que se tiene de los procesos innovadores puede facilitarse mediante el desarrollo de modelos de gestión de la innovación que enmarquen la relación entre los diferentes tipos de actividades ligadas a la innovación.

⁴ *Ibíd.*, p 22.

Herramientas de gestión de la innovación (HGI): Se emplean técnicas y metodologías en el proceso y ejecución de un modelo de gestión. Las HGI tienen sus propias características y sus métodos de aplicación, y en función de sus características distintivas se llevan a la práctica en diferentes etapas y fases del proceso de innovación. Las herramientas permiten resultados exitosos en el proceso de innovación fundamentado en una modelo que permita, mediante la utilización de las herramientas, ser una empresa innovadora. Aquí es importante indagar en la utilización de recursos para financiar la innovación y en cómo fue el proceso para alcanzar la financiación para hacer realidad la innovación tecnológica⁵.

Es así, como la innovación desde el enfoque del Manual de Oslo por definición, puede ser considerada como una competencia y/o herramienta que traduce el dominio que posee una empresa sobre sus elementos constitutivos, eso implica el saber concebir, producir y vender el o los productos derivados de aquella en condiciones ventajosas y rentables. Por consiguiente, la innovación como una competencia se originará siempre en el uso y control minoritario o exclusivo de un determinado proceso. La innovación concebida como una competencias consiga crear en la empresa una fuente inagotable de ventajas competitivas siempre y cuando la compañía cuente con un sistema de defensa firme y tenga la posibilidad de emplear apropiadamente y de revitalizar permanente mente, sus recursos y capacidades, incluidos los conocimientos específicos claves.

⁵ *Ibíd.*, p.75.

2.4.1. Concepción evolutiva de la innovación. El concepto de innovación ya desde su estructura etimológica hace referencia a lo que cambia o se transforma para introducir novedades o mejoras en cualquier espacio o aspecto en el que sea implementado. Así, en el transcurso de miles de años los seres humanos aprenden a resolver los desafíos que plantean el medio natural y social configurando redes sociales, produciendo información y conocimiento que transfieren a otros individuos y a otros grupos enclavados en territorios más o menos lejanos, y estos cuando quieren crear respuestas a los dilemas del cambio, transforman lo aprendido en prácticas innovadoras (Gurrutxaga, Cambio, Incertidumbre y en los comienzos del siglo XXI, 2011).

De acuerdo a lo mencionado en la doctrina Schumpeteriana, la cual es el soporte del edificio de argumentos bajo los cuales se construiría el Canon conceptual de la innovación, en el Manual de Oslo en sus primeras acepciones del término “innovación”, sólo se referían a la innovación tecnológica y de procesos. Además, estaban centradas en el sector manufacturero, típicamente industrial. La primera edición del Manual de Oslo (1992) propuso un sistema de indicadores de innovación, que, conjuntamente con el Manual de Frascati sobre las actividades de I+D, se convirtió en un canon internacional y ha sido usado en las diversas encuestas europeas sobre innovación, así como por la OCDE. La segunda edición del Manual de Oslo (1997), amplió el concepto de innovación, al tomar en consideración el sector servicios. Sin embargo, cuando el nuevo sistema de indicadores fue utilizado se comprobó que dejaba de lado importantes procesos de innovación en dicho sector (E. J. E., 2008).

De lo anterior se sigue que, ya para la tercera edición del Manual de Oslo (2005), necesariamente se debían ampliar e incluir todos aquellos aspectos que se estaban dejando por fuera de lo que en primera instancia se había definido como innovación, de ahí que, para poder circunscribir esos nuevos procesos que también constituían la forma en cómo se entendía la innovación, era necesario desarrollar y redefinir los conceptos básicos que se habían instituido en las primeras ediciones y se debía pensar y tener en cuenta dos nuevas modalidades de innovación, ambas eran de corte no tecnológico: la innovación en mercadotecnia y la innovación organizativa. No obstante, cabe destacar que aún con todo el esfuerzo que se ha realizado por pluralizar el concepto de innovación siguen dejando por fuera aspectos y procesos muy pertinentes a la hora de concebir a ésta como un constructo que es propio de las sociedades globalizadas.

Tal y como lo concibe Javier Echeverría “la innovación puede estar presente en cualquier sector de la economía, incluyendo los servicios públicos tales como la salud y la educación. Las directrices de este Manual, sin embargo, se han diseñado esencialmente para tratar solamente las innovaciones en el sector empresarial. Esto incluye la actividad manufacturera, el sector primario y los servicios. La innovación es también importante para el sector público. Sin embargo, se sabe menos sobre los procesos de innovación no orientados al mercado. Hay mucho trabajo por hacer en el examen de la innovación y en el desarrollo de un marco para la recogida de datos de la innovación en el sector público. Este trabajo podría ser objeto de otro manual” (E. J. E., 2008), es decir, el Manual de Oslo solo puede servir como marco de referencia conceptual cuando se intenta indagar sobre innovación empresarial, y por ende para los nuevos enfoques en los que puede ser

entendida la innovación, se debe tratar de diseñar un concepto mucho más incluyente en relación a lo que creemos que es este nuevo fenómeno que está cristalizando los factores de cambio (economía, sociedad, cultura).

De acuerdo a lo antes mencionado, conviene llevar a cabo una reflexión a fondo sobre los cambios en el concepto de innovación y sobre las relaciones entre la sociedad y los procesos innovadores, que son mucho más complejas de lo que se ha supuesto en el modelo lineal de innovación (Castells, 1998). En primera instancia y por lo expuesto en este texto, por la literatura en general sobre innovación y apoyados en las investigaciones realizadas por los profesores de la Universidad del país Vasco A. Gurrutxaga y J. Echeverría sobre el concepto de innovación se sostiene que:

a) Existen varios tipos de innovación, que no son exclusivamente innovaciones tecnológicas o empresariales.

b) En los sistemas de I + D+ i que se han implementado en un conjunto de países, estos estudios sobre ciencia y tecnología se han ampliado con la aparición de nuevos factores, los cuales transforman los sistemas para convertirlos en estudios de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI).

c) En estos Sistemas de Innovación o modelos CTI deberían existir procesos que ayuden a comprender el papel interactivo de la cultura y la sociedad, más allá de ser concebidos como elementos o variables que se encuentran dentro de un todo como lo es el

Mercado, visto este como patrón demarcante de la innovación, es decir, debemos diseñar un sistema o modelo en donde concibamos la innovación desde una perspectiva plural.

d) Además, se debe procurar por denotar que el concepto de innovación debe ser pensado y definido a luz de un proceso evolutivo constante, puesto que, la forma en como vemos o nos apropiamos de lo que es o no innovación depende del devenir constante en el que se encuentra inmersa la realidad de las sociedades de esta era (Queraltó, 2003).

Ahora bien, las economías más avanzadas están marcadas por el imperativo de innovar. En los últimos años, dicho imperativo está expandiéndose a otros ámbitos sociales y las acepciones y variantes del término ‘innovación’ se multiplican. A la innovación tecnológica originaria, preconizada por la escuela schumpeteriana para incrementar la productividad y competitividad de las empresas, se le han añadido la innovación de servicios, de procesos, de *marketing*, organizativa, educativa, urbana, científica y, más recientemente, la innovación social, que agrupa diversas actividades innovadoras. Todo ello sin olvidar las innovaciones culturales y artísticas (creatividad), así como las innovaciones políticas, jurídicas y militares, de las que también se podría hablar. Conforme los sistemas de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) se desarrollan y evolucionan, el concepto de innovación deviene más complejo y admite varias acepciones (Echeverría, 2009).

En la medida que los procesos que sostienen el dinamismo de la complejidad social adquieren madurez, los sentidos del cambio se explican por la inclusión de más y más actividades en redes cada vez más densas donde se erigen relaciones de interdependencia e

interconexión y donde priman la discontinuidad y el azar. De esta manera, el cambio supone, crea y reproduce complejidad y esta no tiene por qué perseguir el «progreso» ni alimentar objetivos claros, fijos o determinados por la acción de la historia (Gurrutxaga, 2011). Así pues, podemos afirmar de acuerdo a lo mencionado en líneas anteriores que, el cambio que represente una innovación puede ocurrir tanto en la estructura social, como en la gestión pública, en la elaboración de un producto o en la organización de una empresa, entre otros. Así, la innovación representa un camino mediante el cual el conocimiento se traslada y se convierte en un proceso, un producto o un servicio que incorpora nuevas ventajas para el mercado o para la sociedad (Formichella, 2005).

En este orden de ideas, pensemos entonces ¿de dónde se desprende el concepto de innovación social? lo que sostiene el profesor Javier Echeverría, quien propone como hipótesis conceptual que los diversos tipos de innovación pueden distinguirse en función de los diversos valores que tienden a satisfacer: económicos, empresariales, tecnológicos y científicos, pero también sociales, ecológicos, culturales, jurídicos, etc. La distinción de diversos tipos de valores (Echeverría, 2003) ofrece un marco conceptual para analizar los diversos procesos de innovación, estén orientados o no al mercado y las empresas. Incrementar la productividad o la competitividad puede ser muy relevante para una empresa. Los procesos de innovación empresarial incrementan dichos valores. Ahora bien, el bienestar, la calidad de vida, la atención sanitaria, el nivel educativo o la eficiencia de los servicios públicos no son menos relevantes para las personas.

Sin embargo, en algunos de los estudios sobre innovación social hay un olvido de los condicionamientos estructurales que ponen barreras y dificultades como si estuviésemos ante estructuras desarticuladas, que se mueven siguiendo reglas donde los límites y las consecuencias no previstas no juegan papel alguno y solo la voluntad de los agentes y las agencias ponen orden en los diversos pronunciamientos.

Lo que ha de tenerse en cuenta, es que en la estructura material y social, donde se ubican los sujetos, pesan los condicionamientos estructurales, éstos definen las formas como transitan los sujetos de unos ámbitos a otros, cómo practican con diversos tipos de acciones y dimensiones e incluso, en su caso, por qué no pueden participar plenamente de los entornos de innovación donde se ubican. Las transformaciones sociales generan procesos donde muchos individuos no disfrutan ni del mundo de la creatividad ni del cambio que promete la praxis de la innovación. En la estructura social no solo hay trabajadores cualificados del conocimiento, analistas simbólicos, clase creativa o trabajadores auto programados, sino sectores que viven con la posibilidad de no hacer realidad las expectativas creadas porque carecen de oportunidades (Gurrutxaga, 2013).

Así pues, las innovaciones orientadas al mercado generan riqueza económica, en principio para la empresa innovadora, en algunos casos también para un país. De la misma manera, pero en relación a valores de otra índole, las innovaciones sociales incrementan la riqueza social (cultural, artística, educativa, etc.) de la ciudadanía, y en su caso del país, si dichas mejoras afectan a amplias capas de la población (Echeverría, 2006)

En este sentido, las capacidades a desarrollar para la difusión de la innovación social no solo se limita a generar empatía o mayor conexión entre los seres humanos. Podemos enseñar competencias y desarrollar capacidades adecuadas si se enfatiza en la exploración y desarrollo de inteligencias sociales y emocionales en nuestras familias, escuelas e instituciones de educación superior, así como en las organizaciones privadas y públicas (Olivé, 2000). De esta manera, en el futuro contaremos con una sociedad de mayor tradición y vocación innovadora en lo social, menor desigualdad económica y a la desaparición sostenida de algunas raíces sociales disipadoras de discrepancia y conflicto social. En últimas, desarrollar la empatía, entonces, es tan importante como inhibir su déficit para descubrir soluciones creativas a los problemas sociales que nos acogen (Umaña, 2013). En el fondo, el problema de la innovación social es cómo entender el cambio y la transformación, como si siempre que ocurren procesos donde se cita la innovación debiéramos escribir de mutaciones, de ruptura, cuando lo que ésta hace, en muchas ocasiones, es apuntalar la continuidad o mutaciones sin ruptura, si se prefiere. En el origen está la mala comprensión del cambio y el conjunto de posturas ideológicas que se adoptan alrededor de las respuestas a las preguntas sobre qué es la innovación social, dándola por supuesta y creyendo que hay que adecuarse a las circunstancias (Gurrutxaga, 2013).

De acuerdo a lo anterior, se podría concluir provisionalmente señalando qué, hay que innovar en los estudios de innovación, teniendo en cuenta otras modalidades de conocimiento, aparte del científico tecnológico. Esta “innovación de la innovación” requiere, en una primera fase, un análisis conceptual y metodológico. Es preciso desbrozar las diversas modalidades de innovación que hoy en día resultan ocultas e invisibles para el

paradigma dominante. En una segunda fase habrá que analizar a fondo casos de estudio y discernir buenas prácticas en los procesos innovadores (Echeverría, 2009).

En conclusión, gran parte de las innovaciones para poder ser exitosas, requieren de un elevado grado de asertividad y aceptación social, en este sentido, la incorporación y puesta en escena de dichas innovaciones por parte de las sociedades o de sus sectores, depende de la gestión que promueva la distribución social del conocimiento (Echeverría, 2013) es decir, el conocimiento que se distribuye socialmente es la fuente esencial para el progreso, bienestar y desarrollo de una sociedad, en suma como lo afirma el profesor Echeverría se trata de proponer un giro social en los estudios e innovación y sociedades del conocimiento. Es por ello que, en una sociedad en donde lo que se propone es que las empresas inviertan más dinero y que los individuos se conviertan en consumidores compulsivos, que piensan en que pagando un poco más por un producto están conservando el medio ambiente o ayudando a alguna comunidad pobre, lo que realmente se puede entrever es que todo lo que toca el tema de la transformación social y ambiental es más costoso y tiene un valor monetario agregado, en este sentido, solo los ricos tienen la obligación de salvar el mundo y transformar el caos y desequilibrio social en el que vivimos, es por ello que debemos como lo afirma Gunter Pauli cambiar el modelo en el que vemos el mundo y cada uno de sus acontecimientos, en donde lo bueno es barato y lo indispensable es gratis y para todos. Se apela a realizar procesos de integración de innovaciones, las cuales permitan generar múltiples beneficios, incluso en generación de empleo y capital social (Pauli, 2013).

Es más, continua afirmando Pauli, la mayoría de las tecnologías que se crean para resolver necesidades básicas de las sociedades, ya están inventadas, lo realmente necesario consiste en conectar de manera integral esas tecnologías, porque, la empresa de hoy no puede dedicarse exclusivamente a su rol de dinamizador del mercado o de su flujo de caja, las empresas deben cumplir con su promesa de valor, que es, responder eficientemente a lo que quieren sus clientes, los cuales no quieren que solamente le ofrezcamos precios bajos para un producto de mala calidad, sino que también quieren que no haya pobreza, ni desigualdad social. He aquí, el punto de interés por el que se debe prever más allá de lo que como empresa se puede hacer socialmente, debemos pasar del deseo de proteger lo que sobre, a gestionar la regeneración de lo que podríamos tener.

Por lo tanto, las capacidades a desarrollar para la difusión de la innovación social no solo se limitan a generar empatía o mayor conexión entre los seres humanos. Podemos enseñar competencias y desarrollar capacidades adecuadas si se enfatiza en la exploración y desarrollo de inteligencias sociales y emocionales en nuestras familias, escuelas e instituciones de educación superior, así como en las organizaciones privadas y públicas. De esta manera, para el posterior avance de las sociedades, debemos edificar una sociedad en donde se conserve la mayor tradición y vocación hacia la innovación social, es decir, luchar por transformar los elementos causantes de desavenencia económica y de las raíces generadoras del caos social. Así, tal cual como lo concibe la *Young Foundation*, desarrollar la empatía entonces, es tan importante como inhibir su déficit para descubrir soluciones creativas a los problemas sociales que nos acogen (Young Foundation, 2006).

A modo de síntesis, sólo un nuevo lenguaje teórico, una narrativa comprensiva y la clarificación conceptual puede evitar los peligros a los que se enfrentan los estudios sobre innovación, pero es verdad que la narrativa de la innovación transita por terrenos de moda “*pantanosos*”, donde no es extraño que pudiese extraviarse porque la retórica y la simulación pueden tener capacidad para disolver la capacidad crítica y explicativa del fenómeno o, incluso, transformarlo en un *placebo*. El discurso, la narrativa de la innovación que acude en auxilio del *individuo sin atributos* no hace sino darle una carta de navegación, no basada en un rumbo seguro sino en las recetas que pueden funcionar para ese momento, pero no para otros momentos que han de sucederle, pero que no tienen la facultad de situarle en el mundo (Gurrutxaga, 2011).

2.4.2. La innovación social. El nuevo paradigma entre los estudios sobre innovación. Las primeras acepciones del término innovación como se ha visto en líneas anteriores, sólo hacía referencia a la innovación tecnológica y de procesos, centradas en el sector manufacturero, típicamente industrial, es así como, varios autores proponen una conceptualización más ampliada de la innovación que reivindique su vertiente social, estructural y evolutiva, refutando radicalmente el reduccionismo tecno-económico de la innovación, que ha sido el tradicionalmente imperante en el enfoque y desarrollo de la innovación en las últimas décadas.

Desde una percepción amplia del concepto de innovación, nos encontramos con que este se refiere tanto a innovaciones empresariales (tecnológicas, organizacionales y en comercialización) como a innovaciones sociales, todas representando diversas formas de

generación y uso del conocimiento, actores participantes y contextos de referencia. Por "innovación", en un sentido desarrollado y pluridimensional, podemos concebirla como la capacidad y el proceso de generación, transferencia y aplicación de conocimiento científico y/o empírico, dentro y fuera del ámbito del mercado, que incremente la productividad o la efectividad de una comunidad, organización o empresa en forma sostenible, permitiéndole alcanzar sus objetivos, satisfacer sus necesidades o incrementar su bienestar. Es decir, la innovación crea valor a partir del conocimiento y se generan externalidades positivas de carácter económico y social (Colciencias: Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación., 2013).

La innovación tecnológica, ya desde un sentido más amplio, incluye cambios e innovaciones sociales, e incluso, en muchas ocasiones, la competitividad no se logra por la adquisición de nuevas máquinas o tecnología, sino por los cambios sociales y culturales que se producen en la organización y por ende en las sociedades. En consecuencia, los cambios sociales dan lugar a redes de comunicación que aúnan esfuerzos y sinergias para aumentar y dinamizar el potencial creativo e innovador en la solución de problemas en ambientes propicios y estimulantes; satisfaciendo continuamente los cambios en las necesidades de las comunidades, a tenor con lo anterior, es entonces estratégico para la gestión de la innovación social, contribuir con el desarrollo de sus entornos, pues no hacerlo tiene implicaciones negativas, en la medida en que no se estarían propiciando espacios donde los individuos resocialicen y se concienticen del valor que tiene el aprender a empoderarse de su entorno socialmente circundante. En concordancia con esta idea, la Comisión Europea plantea en su *Libro Verde* de la innovación, que ante los problemas de

una sociedad, la innovación puede ser una opción para mejorar la calidad de vida de las comunidades a cualquier nivel: salud, seguridad, transporte, comunicaciones, seguridad en el trabajo y medio ambiente, entre muchos otros beneficios que puede proveer (Maria Fatima León, 2012).

2.4.3. Análisis teorico-concpetual sobre este nuevo enfoque de la innovación: revisión del estado del arte. Es una realidad que existen procesos que gestionan la innovación, y que esta surge de muchas y variadas fuentes, las cuales desarrollan estrategias y herramientas como los denominados Sistemas de Innovación (SI), sistemas que a través de los modelos de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI) tienen como objetivo principal gestionar las prácticas más estables y sostenibles para fomentar transformaciones a nivel de las empresas. Por su parte, Eric von Hippel mostró que los usuarios, los distribuidores y los suministradores también son fuentes de innovación, no sólo los fabricantes o productores de bienes y mercancías. Conforme a la afirmación de von Hippel, en la sociedad del conocimiento no sólo innovan los productores de conocimiento (los científicos e ingenieros), también los suministradores, distribuidores y usuarios de dicho conocimiento. Por tanto, la aceptación social es condición final de casi todos los procesos de innovación, sea a través de los mercados o mediante otras vías, como en el caso de la innovación social y cultural (Hippel, 2005).

Y es precisamente a partir de las innovaciones generada no exclusivamente desde los SI para la gestión de CTI, cuando podemos pensar que hay varios tipos de conocimiento relevantes a la hora de generar innovaciones, y que no sólo es el conocimiento científico y tecnológico. La música y las diversas artes generan continuamente innovaciones, algunas

de las cuales tienen una incidencia económica muy considerable. Basta pensar, por poner un ejemplo, en J. Rowling y sus siete volúmenes sobre Harry Potter, que han constituido una auténtica innovación literaria, con los múltiples desarrollos tecnológicos (películas, videojuegos, mercadería) que la han implementado. Otro tanto cabe decir de las diversas innovaciones en otros sectores de las industrias creativas: diseño, publicidad, moda, cine, música, pintura, arquitectura, escultura, danza, etc. En todos esos ámbitos hay auténticos profesionales de la innovación, algunos de los cuales obtienen grandes éxitos en los mercados y en las sociedades. También en estos casos cabe hablar de investigación y desarrollo, pero no en el mismo sentido del modelo lineal, en el que sólo se tienen en cuenta la investigación científica y los desarrollos tecnológicos que de ella se derivan. El conocimiento sigue siendo un requisito de la innovación, aunque no se obtenga mediante la investigación científica (Echeverría, 2013).

A todo esto, se hace visible que la innovación es un término y proceso transversal, ahora bien para el desarrollo de este escrito, podemos evidenciar que la innovación social como nuevo paradigma está conformado por distintos modelos y significados que buscan mostrar ¿Qué es y cómo se gestiona este nuevo tipo de innovación?, entre ellos encontramos la definición de Phillips, Deigmeler y Miller, quienes afirman que la IS es una solución a un problema social que es más eficaz, eficiente y sostenible que las soluciones existentes cuyo valor creado se acumula en la sociedad en su conjunto y no en los particulares. Una innovación social puede ser un producto, proceso de producción o la tecnología, como la innovación en general. También puede ser un principio, una idea, una pieza de legislación, un movimiento social, una intervención o alguna combinación de ellos. Una innovación es

verdaderamente social sólo si la balanza se inclina hacia el valor social, es decir, beneficios para la sociedad (o reducción de costos para la sociedad), en lugar de ganancias para las empresas (generar algo más que valor financiero) (Phillis Jr., 2008).

De acuerdo a lo expuesto por estos autores y a partir de la complejidad por la que están tallados muchos problemas de orden social, es evidente que el gobierno y las empresas no gubernamentales poseen en cierta medida el compromiso de hacer frente a través de sus recursos y políticas de superación de la pobreza o por medio de sus estrategias para el desarrollo social a esta grave situación que viven muchas naciones. De ahí que, uno de los elementos que destaca esta definición es la de ser una solución novedosa, bajo la cual la innovación Social se entiende como una alternativa para el usuario, el contexto o su aplicación. Un segundo elemento que se destaca en la definición es el mejoramiento, con lo que se refiere a que la solución propuesta debe ser más eficiente o efectiva que aquellas soluciones ya existentes. Además, esta definición no distingue entre pequeñas o grandes innovaciones o en innovaciones incrementales o radicales, ya que los autores consideran estas categorías muy subjetivas. Por otra parte, dicha definición no excluye a aquellas innovaciones que no logran tener tanta difusión o adopción, nuevamente con el objetivo de enfatizar que los procesos de innovación son independientes de su alcance. En lo que respecta al valor, esta definición destaca que el valor creado debe beneficiar a la sociedad como un todo, más que a individuos particulares (Escuela de Administración: Pontificia Universidad Católica de Chile, 2012).

Una segunda definición muy importante dentro de los estudios sobre innovación social es la de la *Fundación Bankinter*, para quienes la IS está constituida por factores de éxito que contribuyen a la gestión de este emergente enfoque para hacer frente al caos social en el que viven muchas sociedades, algunos de estos factores están determinados por: a) la innovación planificada y aplicada a los modelos de negocio y productos; b) la habilidad de las empresas privadas para resolver de manera más eficaz que los gobiernos, los problemas sociales y medioambientales; c) la innovación colaborativa como ecosistema del futuro para poner en común las ideas de una mayor variedad de agentes en un entorno abierto a la participación; y d) la responsabilidad de la tecnología (comunicaciones, internet) para facilitar la innovación colaborativa (Fundación de la Innovación Bankinter, 2009). De igual forma, piensan el desempeño de la innovación en diferentes aspectos: la disminución de la pobreza (emprendedores sociales y negocios inclusivos), la preservación del medioambiente (tecnologías limpias, escalabilidad de la innovación ambiental y crear conciencia ambiental), la cohesión social (inserción laboral de grupos excluidos, la mujer en el mercado de trabajo, cohesión internauta) y la cooperación y los modelos de negocios innovadores que apuesten a la salud y la educación.

A todo esto, la innovación social no es atribuible únicamente al sector sin ánimo de lucro. En los últimos años, ha surgido un consenso creciente sobre la importancia del papel de otros agentes en la acción social. Entre ellos destaca la figura del emprendedor social. Una de las conclusiones más compartidas por los expertos de Future Trends Forum en relación a la innovación social, es la necesidad de una colaboración más estrecha entre los agentes sociales y, por lo general, muchos ven a los emprendedores sociales como el nexo

de unión entre los distintos sectores, comunidades e instituciones. Se suele utilizar una metáfora para ilustrar este hecho: por un lado están los «árboles» (*trees*) que son las grandes agencias públicas, empresas y organizaciones no gubernamentales con raíces, poder y dinero. Por otro lado, están las «abejas» (*bees*) que son los emprendedores sociales, grupos comunitarios o profesionales que desarrollan ideas con cierto grado de creatividad y pasión por lo que hacen. De costumbre, las abejas tienen la energía y las ideas necesarias, pero poca capacidad para ponerlas en marcha, mientras que los árboles tienen la posición financiera y de influencia, pero carecen del empuje innovador. El cambio con éxito sucede cuando los dos se unen, cuando las abejas polinizan los árboles, y las simples ideas se convierten en programas y políticas (Young Foundation, 2006).

Otro aporte fundamental, alrededor de las investigaciones en IS es el realizado por Geoff Mulgan, quien fue por muchos años el director de una de las fundaciones más prestigiosa en relación a lo que es y cómo se gestiona la IS, tanto para la *Young Foundation* como para Mulgan la IS, comienza por entender el concepto de innovación como “nuevas ideas que funcionan”, frase en la que se destacan elementos claves como la novedad y la funcionalidad”. De este modo, se podrá distinguir entre la idea de innovación y el la idea del concepto *improvement* (mejora), ya que este último solo hace alusión a generar cambios incrementales. Así mismo, distinguen innovación de los conceptos “creatividad” e “invención” ya que estos solo implican la generación de ideas promisorias sin considerar su ejecución, difusión y utilidad. A partir de esto, los autores definen Innovación Social como “nuevas ideas que logran alcanzar objetivos sociales”. Si bien esta definición contribuye a entender su visión sobre la Innovación Social, todavía es sumamente amplia y sus límites

son difusos (Mulgan, *Innovation in 360 Degrees: Promoting Social Innovation in South Australia*, 2008).

En este sentido, se pueden identificar los siguientes elementos claves. En primer lugar, se destaca nuevamente la novedad y la idea de que la innovación involucra acciones concretas, puesto que se la entiende como la generación de actividades, servicios y productos innovadores. Siguiendo en esta misma línea, el objetivo de dichas innovaciones debe ser de carácter social, con lo que se la diferencia de aquellas innovaciones tradicionales u orientadas exclusivamente a negocios que tienen como objetivo principal la maximización de los beneficios económicos. Por último, otro elemento a destacar es que Mulgan y su fundación ponen el foco en aquellas innovaciones que consisten en programas y modelos que son escalables y replicables en distintos contextos.

Al igual que la Young Foundation, existen otros entes institucionales que están involucrados con la generación de estrategias y políticas que buscan definir y gestionar la IS, en este orden de ideas nos encontramos que para la *Comisión Europa*, la innovación social, en su forma más básica, se relaciona con nuevos procesos (formas de organización y relaciones) y resultados que respondan a las demandas sociales de los grupos más vulnerables no atendidos por las instituciones públicas o el mercado. Un siguiente nivel de evolución de la innovación social, disiparía la frontera entre lo económico y lo social pues lo social se convierte en una oportunidad para generar valor. La innovación es vista como un proceso que debe enfrentar a los retos de la sociedad a través de nuevas formas de relaciones entre los actores sociales. Los principales problemas mundiales, como por

ejemplo, el cambio climático, el envejecimiento, la migración, el género y la salud, entre otros, son de naturaleza tanto económica como social (no sólo temas de política social, sino también parte integral del desarrollo económico). Otro argumento es que la innovación en el sector social genera productividad y valor económico para la sociedad en su conjunto (bienestar más allá del PIB) (Comisión Europea, 2011).

De acuerdo a lo antes expuesto por la Comisión Europea, podemos pensar que desde una concepción idealista, la innovación social en su nivel máximo de desarrollo, debería generar espacios en donde a través de reformas transformacionales de la sociedad, esta sea conducida a espacios más participativos de empoderamiento, aprendizaje y bienestar. A este nivel, la dimensión social de la innovación se refiere a los cambios en las actitudes, los valores fundamentales, las estrategias, las políticas, las estructuras organizativas y los procesos, los sistemas de entrega y servicios, los métodos y las formas de trabajo, las responsabilidades y las tareas de las instituciones y los vínculos entre ellos y los diferentes participantes, aspectos y variables. Además, la relevancia de la innovación social para la Comunidad Europea, se puede observar en la iniciativa “Unión por la Innovación” (Comisión Europea, 2011) la cual tiene como objetivo reforzar la capacidad de las empresas para enfrentar los retos sociales mediante la innovación. A propósito, ya en el contexto Latinoamericano, uno de los entes más representativos sobre temas en IS como lo es la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe) han puesto sobre el telón sus consideraciones sobre este distinto enfoque de la Innovación, señalando que la IS puede ser pensada como nuevas formas de hacer las cosas, nuevas formas de gestión con respecto al estado del arte en la región, que permitieran mejores resultados que los modelos

tradicionales, que fuesen costo eficientes y muy importante, que promovieran y fortalecieran la participación de la propia comunidad y los beneficiarios, convirtiéndolos en verdaderos actores de sus propio desarrollo y por lo tanto fortaleciendo la conciencia ciudadana y con ello la democracia de las regiones de Latinoamérica (CEPAL, 2010).

El primer desafío al que se vio enfrentado dicho proyecto fue el de generar la definición de Innovación Social antes mencionada, y que dicha definición fuese sólida conceptualmente y de fácil medición e identificación, para poder analizar los casos de estudio posteriormente. No hay que olvidar que esta definición fue creada en un contexto de análisis de experiencias de Innovación Social y que, por ende, esta es práctica y enfocada al estudio de casos. Así mismo, la CEPAL establece ocho criterios de selección utilizados en la evaluación de las iniciativas estudiadas. Entre ellos: consideración de la relación entre costos y resultados; potencial de replicabilidad; potencial de transformarse en política pública; efectos sobre los determinantes de la pobreza; potencial para disminuir la discriminación y la exclusión; y por último, potencial de sostenibilidad. Como elementos destacados de la definición y de los criterios de selección utilizados se puede mencionar que se le da gran importancia al componente de innovación en una iniciativa, entendiendo innovación no como la generación de nuevas ideas sino como la modificación de procesos o modelos ya existentes de manera exitosa en un determinado contexto local. Del mismo modo, se valora fuertemente la participación ciudadana en la generación e implementación de las iniciativas, la eficiencia en la gestión de los recursos, la posibilidad de escalamiento y replicabilidad en otros contextos, así como el potencial de transformarse en políticas públicas y tender alianzas entre otros sectores como gobiernos locales, nacionales y

empresas privadas y que se logre fortalecer la democracia (Murillo, 2013). Todavía más, otros aportes igual de fundamentales para entender los estudios sobre Innovación Social son los realizados por Frances Westley⁶, M. Harris y D. Albury; para Westley la IS, puede ser prospectada como un proceso complejo de introducción de productos, procesos o programas que cambian profundamente las rutinas básicas, los recursos y el flujo de autoridad o de creencias respecto del sistema social desde donde ellos surgen. La innovación exitosa tiene durabilidad en el tiempo y un vasto impacto (Westley F. , 2009).

El aporte realizado por los autores antes citados, es vital en tanto que la definición por ellos planteada, se sustenta en el dinamismo en el que constantemente están los sistemas sociales, es por ello que, para Westley un sistema social se caracteriza por ser un conjunto de creencias, recursos y procedimientos que se unen y son regulados por su interacción e interdependencia para lograr un conjunto de tareas específicas. La interacción de los múltiples elementos de un sistema social hace que estos sean sistemas complejos y dinámicos, que están en constante adaptación y evolución de acuerdo a las necesidades y relaciones que se dan entre los subsistemas que lo componen (Westley F. , 2008). En tal caso, la contribución de la definición anterior es que se plantea una dilucidación desde un aspecto cercano a lo que es el paradigma o ciencia de la complejidad, desde la cual se puede percibir la naturaleza de los problemas complejos que la IS está convocada a atender y que a la vez se está abriendo a la gran variedad de emanaciones inesperadas e y de los impedimentos de pueden ser generados por algunas innovaciones que generan nuevos inconvenientes, es así como lo “complejo”, en su raíz latina, da cuenta de una trama y una

⁶ Frances Westley es académica y Directora del *Social Innovation Generator* (SIG) de la *University of Waterloo*, centro creado para el estudio y la promoción de la Innovación Social en Canadá.

condición de interdependencia, que tiene que ver con la mirada sistémica presentada por la autora para abordar y comprender patrones, siendo estos más significativos que las partes (Gurrutxaga, 2011).

De ahí que, Westley se refiere a lo social no necesariamente como la carencia de unas necesidades básicas o de una problemática particular, sino que como un sistema social propiamente tal. Se da a entender que efectivamente se debe enfrentar problemas sociales como la desnutrición, la falta de vivienda, educación, etc. pero no desde los síntomas sino que desde el sistema que genera dichas carencias. En este sentido, se plantea que la Innovación Social es aquello que cambia profundamente las rutinas básicas, recursos y flujo de autoridad o de creencias del sistema social en que se produce dicha innovación. En esto último se puede distinguir dos elementos: el concepto de cambio y el concepto de contexto. La idea de cambio implica que toda Innovación Social debe generar un cambio en cómo se estructura y se relaciona un sistema social, ya sea de conductas, patrones, relaciones, entre otros. Por su parte, el concepto de contexto implica que la Innovación Social actúa y genera cambios al interior de un sistema social, es decir, surge a partir de las propias dinámicas y características del sistema social (Westley F. , 2009).

Por último, en esta revisión de las distintas definiciones de lo que es la IS tenemos la de Harris y Albury, quienes sustentan que la verdadera naturaleza de la Innovación Social es buscar respuestas nuevas a los problemas sociales, a través de la identificación y entrega de productos o servicios nuevos que mejoren la calidad de vida de los individuos y las comunidades; la identificación e implementación de nuevos procesos de integración laboral

de mercado, nuevas competencias, nuevos puestos de trabajo y nuevas formas de participación. Se trata del bienestar de los individuos, las comunidades, los consumidores y los productores. Se trata de satisfacer las necesidades no provistas por el mercado. La innovación social apuesta por el bienestar de los individuos y la comunidad a través del empleo, el consumo o la participación; en resumen, proporcionar soluciones a los problemas individuales y comunitarios. En esencia, la innovación no puede considerarse exclusivamente un mecanismo económico o un proceso técnico, pues antes es un fenómeno social a través del cual se expresan las necesidades, la creatividad, la historia, la cultura, la educación, la organización política institucional y económica de una sociedad. Más aún, si consideramos la realidad de los países en vías de desarrollo, es un hecho que existen graves problemas sociales reflejados en los flagelos de la pobreza y desigualdad. No ha sido posible para la mayoría de los gobiernos erradicar estos problemas y las empresas han asumido de alguna forma su resolución. En otras palabras, las deficiencias de su entorno en relación a aspectos como pobreza, infraestructura, salud, educación, vialidad y seguridad, entre otros, puede a la larga ver afectada su sostenibilidad y rentabilidad en el tiempo (Harris, 2009).

De cualquier modo todas y cada una de estas definiciones aportan teóricamente a la construcción constante y permanente de este nuevo paradigma en los estudios sobre innovación, así sin importar la corriente de pensamiento, el eje o propósito principal de lo que es la innovación social se puede evidenciar que todo está asociado a la satisfacción de las necesidades de nuestras comunidades. Sin embargo, es evidente que existen importantes diferencias entre una percepción y otra, encontramos en primera instancia que a partir de la

misión propia de cada innovación entienden su aporte a la satisfacción de necesidades sociales desde un ámbito particular, como por ejemplo el empoderamiento de los sectores vulnerables o bien el fortalecimiento de la participación de la comunidad. Por otra parte, tal como lo plantea Phills, también es posible considerar la Innovación Social a partir del valor creado como beneficio para la *sociedad como un todo*, perspectiva que conecta con el planteamiento de Westley en el que la Innovación Social debiese ser considerada desde una perspectiva más sistémica, es decir, considerando un nivel de interdependencia entre todos los actores (Echeverría, 2013).

En relación a la forma en cómo se gestionan o promueven los proyectos de IS, es acertado señalar que el primer componente clave que interviene en esta tarea es el grado de *novedad*, la novedad no se toma simplemente como aquella idea nueva de corte totalmente disruptivo y sobre la cual no había precedente alguno, sino que también se piensa su desarrollo concreto en un contexto determinado en donde su existencia agrega nuevo valor. Tal como establece la CEPAL, la Innovación Social se inserta en un contexto local, y la novedad de esta está dada por la modificación que se genera en tales contextos a partir de modelos a veces ya existentes. Desde Westley, es posible agregar que la innovación se puede definir también desde lo disruptivo de su intervención, a partir de la intención de cambiar un ecosistema radicalmente, de modo de generar un vasto impacto social (Murrillo, 2013).

En la medida en que se pretenda presentar una definición de IS, es menester considerar el concepto de innovación tradicional más allá del estricto hecho de prestar un servicio o

proveer un producto, debemos más bien pensarla como un proceso multisistémico, es decir, un proceso en el que participan muchos actores de diferentes escenarios y sistemas. Por ejemplo, la Innovación Social impulsada por Yunus⁷ es tanto el microcrédito en sí (el producto) como también el proceso que comenzó a desarrollarse luego de que este se difundiera, ¿Cuándo comenzó esta gran innovación social?, cuando Yunus se conectó con un grupo de empresarios que estaban teniendo dificultades para la obtención de fondos con el sector bancario tradicional, de esta conexión emerge la alternativa de los microcréditos, como estrategia para financiar a pequeñas empresarias que son a su vez personas (en su mayoría mujeres) cabezas de familia, para que trabajaran y produjeran con el capital que se les había entregado. Para este ejemplo, esta innovación social es también un proceso complejo asociado a la introducción de nuevas estrategias para solicitar o adquirir un crédito bancario, en tanto que se desarticula la estructura tradicional de cómo funcionaba la industria de los créditos en general, generando así un nuevo mercado y obligando a los distintos actores a modificar su forma de actuar en dicho sistema. Tal como establece Phillips, la Innovación Social puede concebirse tanto desde el proceso que da origen al producto como desde el impacto sistémico derivado de dicho proceso (Hernandez, 2013).

Por otra parte, otro factor clave dentro de la creación de estrategias o modelos de IS, son quienes impulsan estas estrategias o quienes diseñan dichos modelos, en este sentido, la innovación social también puede ser impulsada por una serie de otras instituciones gubernamentales o no gubernamentales, e incluso a partir de procesos tan complejos como el desarrollo de movimientos sociales. Desde esta perspectiva, también se patentiza la

⁷ Fundador del Grameen Bank y Premio Nobel de Paz 2006.

necesidad de que la innovación sea capaz de atravesar distintos sectores sociales y generar nuevos tipos de relaciones entre ellos. En la misma tendencia de los análisis realizados anteriormente, los *resultados esperados* se conciben a partir del impacto de los procesos de cambio social, del aumento en la participación de la comunidad en un contexto determinado o bien, del espacio que encuentren en el mercado los servicios que hayan sido generados, satisfaciendo alguna necesidad social. En definitiva, los resultados que se esperan dependen de cuál es el foco con el que se asuma la Innovación Social (Andrew & Klein, 2010).

En suma, los estudiosos coinciden en la mayoría de los aspectos que involucra una innovación social, quedando claro el consenso en cuanto a la atención de las necesidades sociales y ambientales no cubiertas por gobierno o el mercado y su contribución a mejorar la calidad de vida de los grupos más vulnerables. Se trata de innovaciones que solucionan problemas sociales de forma novedosa, eficaz, eficiente, sostenible, participativa e incluso, cocreativa, lo cual está en sintonía con la filosofía del deber-ser socialmente responsable. Sin embargo, también se observa en estos enfoques posturas opuestas. En un extremo, los que consideran que sólo es innovación social aquella que plantea únicamente beneficios para la sociedad y excluye el beneficio económico para la empresa. En el otro extremo, están las posturas que plantean la generación de valor económico tanto para la sociedad como para el productor. En medio, los planteamientos que ven a la innovación social como un proceso de evolución o que simplemente consideran que no hay problema social que no implique un valor económico (Cloutier, 2003).

**CAPITULO III: ¿QUÉ ES LA
INNOVACIÓN SOCIAL?:
DEFINICIÓN DETALLADA
SOBRE ESTE EMERGENTE
ENFOQUE DE LA INNOVACIÓN**

El punto de partida es: “cambiar para que nada cambie”, “cambiar para que todo siga igual”, “afirmar el futuro pero negar el futuro”, “proclamar el talento pero huir del talento”, “apostar por la inteligencia pero renegar de la pasión”, “transformar la mediocridad pero que nadie toque la mediocridad”.

Giuseppe Tomasi di Lampedusa

3.1. Introducción

Muy a menudo los intentos por definir que es o no innovación, se entorpecen cuando se confunde innovación con invención, y esta última se toma como un hecho más o menos aislado, producto de la genialidad o la inspiración de la persona o del equipo que la realizó. Pero la invención es en realidad el resultado de un proceso social que tiene lugar en el curso de una serie de oleadas de pequeños cambios y que finalmente cristaliza en un hecho específico, asociado a un reconocimiento específico. Luego nace la posibilidad de la innovación, como una aplicación localizada y singular de una invención, que puede resultar tan deslumbrante que haga pasar desapercibidos los pequeños avances y la diversidad de factores que debieron coincidir para que la nueva idea se concretara y aplicara. La innovación es el resultado de un largo proceso histórico, de un cúmulo de intentos fallidos y pequeñas mejoras que en un momento crítico cambian el signo de la tendencia, la dirección de un proceso, la calidad de un producto o la técnica de un procedimiento. Dado que aparecen de manera impetuosa y hasta transgresiva, con frecuencia se pasa por alto que cada innovación depende del cambio que se ha venido gestando en el marco de una determinada cultura tecnológica, artística, científica, filosófica u organizativa. La originalidad de la innovación radica en el proceso que permite hacer realidad un cambio específico (Adolfo Rodríguez Herrera, 2008).

3.2. Estado del Arte

Es una realidad que, en lo relacionado al discurso y a los argumentos sobre lo que es la IS, existe mucha tela que cortar, a su vez es una cuestión que requiere de mucha creatividad y de una gran talento teórico y retórico, así pues, estamos ante la construcción de un nuevo paradigma o, por el contrario de un tema o fenómeno que comienza a tomar mucha relevancia, lo cual hace conveniente para el desarrollo de este trabajo esclarecer y establecer cuál será la postura bajo la cual se ha desarrollado esta investigación. En este sentido, como lo expone Javier Echeverría y Ander Gurrutxaga en su obra celebre *La luz de la luciérnaga: Diálogos sobre innovación social*, tratar de estudiar, entender y comprender el concepto de IS, no cierra nada, más bien abre a una discusión razonada, sin presupuestos previos y sin requerimientos de partida, sabiendo que hay mucho que investigar y poco que *pontificar* (Javier Echeverría, 2012). Es por ello que, en el camino que se propone en esta investigación, trasladamos nuestras preocupaciones, las dudas que atraviesan nuestro acercamiento al problema y las ganas de encontrar lugares comunes de encuentro desde los que avanzar en la clarificación de una praxis donde la confusión es más frecuente de lo que estamos dispuestos a reconocer⁸.

En este orden de ideas, como lo sostienen los autores antes mencionados, la innovación social es un objeto de análisis, pero es, sobre todo, una praxis, es el análisis de situaciones que pueden dar lugar a novedades y mejoras en la vida de las personas. Y aparece ante nuestros ojos con cuatro características generales:

⁸ *Ibíd.*, p. 24.

a) Es un paradigma asociado a la economía, la sociedad, a los actos económicos de la empresa, las acciones sociales de las administraciones públicas, la planificación de servicios sociales, las actividades propias de la sanidad, la tercera edad, entre otras.

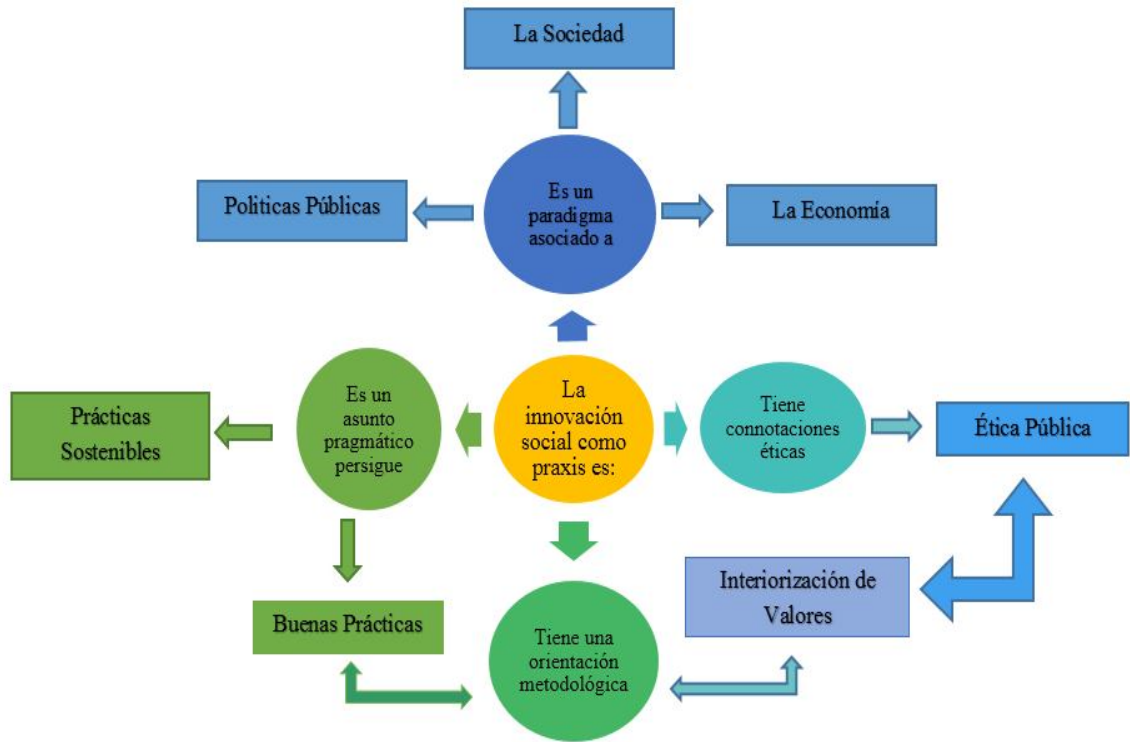
b) Es un asunto pragmático, persigue funciones específicas basadas en la idea general de lo que deben ser las buenas prácticas y las prácticas sostenibles.

c) Tiene connotaciones éticas, de tal suerte que sus postulados pretenden asentar y legitimar una manera determinada de hacer las cosas asociándose con valores como la creatividad, el respeto, la atención, la confianza o la lealtad. De hecho, se asocia a valores para que éstos puedan sostener la ética pública con orientación de valor que los nuevos diseños económicos y sociales requieren.

d) Tiene una orientación metodológica, como si el éxito de la innovación social dependiese de su capacidad para gestionar los procedimientos de las buenas prácticas y los relacionados con la interiorización de los valores, tanto de los individuos como de los grupos⁹.

⁹ *Ibíd.*, p. 92.

Figura 1. Características generales de la Innovación Social



Fuente: Elaboración propia basado en (Echeverría, 2013)

La innovación no es un proceso lineal ni garantizado; por el contrario, está atravesado por dificultades y paradojas. Una de las más notables es la elasticidad del concepto que, a veces, se asemeja a un concepto contenedor más que a un concepto explicativo. Los condicionamientos que se oponen a las acciones innovadoras están provocados por la desconexión entre las expectativas que generan y las oportunidades que conceden. Una segunda paradoja surge porque los discursos sobre la innovación social carecen de una teoría y una buena comprensión del cambio social. Suelen basarse únicamente en ejemplos tomados del análisis de praxis —más o menos exitosas— que transcurren en los territorios

de la economía y en los espacios asociados a la idea de bienestar. El tercer dilema es que la innovación suele ser entendida como un concepto apriorístico, es decir, como una de las realidades que, aparentemente al menos, no precisan explicación alguna porque ellas mismas son el principio explicativo de lo que ocurre. Abundan quienes dicen que la innovación es la solución a cualquier problema social (Gurrutxaga, 2011). De ahí que, para los fines investigativos y para apropiarnos de una definición que oriente la concepción en relación a la IS que el presente estudio defiende, de este modo, la innovación social es una manera de afrontar los problemas, es una reflexión más comprensiva, en donde se requiere que se considere, más que los proyectos o modelos, el origen y el destino de cada nueva aplicación que pueda tener dicho proyecto. Es decir, que se conciba la IS más como un proceso que como un hecho o un acontecimiento; que se considere más la praxis que genera el cambio y la capacidad de sostenerlo en el tiempo y el espacio (Adolfo Rodríguez Herrera, 2008).

La innovación recoge un mar de problemas, quiere interpretarlos desde un concepto fuerte —quizás utópico— que se basa en la capacidad de transformación creativa de los individuos, las sociedades y las instituciones, en la explotación de valores y prácticas asociadas a la creatividad, en la búsqueda de soluciones y en ofrecer salidas a la competitividad, la productividad, el bienestar, la calidad de vida, la confianza, el respeto o la atención. Dicho de otra manera, es la voz que auspicia salidas con el consiguiente enfrentamiento con el presente. Algunos de los hitos que mejor representan este discurso son las llamadas a la creatividad, la búsqueda de indicadores de éxito, el análisis de los contextos socioestructurales, el tipo adecuado de empresa para enfrentar los déficits

sociales, los modelos adecuados de organización o las prácticas de gestión (Echeverría, 2006). En todos los casos, la innovación aparece como el recurso del que se dispone para atender los dilemas y enigmas que expresan el cambio en todos los órdenes de la vida, especialmente en el ámbito económico. El éxito de la innovación depende de la creación de muchos contextos específicos.

Del análisis empírico de otras sociedades innovadoras se deducen enseñanzas interesantes. Los contextos socioestructurales están condicionados por los recursos específicos de los territorios donde se desarrollan las situaciones de innovación, por eso es frecuente encontrarse con variables como los altos niveles de cooperación entre actores a nivel local, regional y nacional —sea en instituciones públicas y privadas, instituciones educativas, centros de investigación, asociacionismo denso y en una sociedad civil rica y bien articulada—, la capacidad para crear mecanismos de consenso social por parte de grupos que promueven el cambio, la adopción de buenas prácticas buscando el equilibrio en la apertura a innovaciones en los ámbitos social, económico y cultural, buenos sistemas de gobernanza locales que creen políticas sociales efectivas con implicación y participación ciudadana, cualificación profesional de la población del entorno, alto nivel educativo de los ciudadanos, bajos niveles de exclusión social, alta concentración y tasas de empleo en el sector TIC —empresas e industrias del conocimiento—, un buen sistema de transporte con conexiones eficaces internas que unan los diversos territorios, instituciones culturales y educativas de calidad, producción de nuevos conocimientos en la investigación científica —número de patentes, artículos científicos—, concentración de centros de investigación, tasas demográficas con cohortes de edad jóvenes, buena logística e interconexión

internacionales, descentralización y autonomía local de barrios y municipios en los procesos de toma de decisiones y una buena planificación y diseño urbano en las ciudades que acogen industrias y laboratorios del conocimiento (Echeverría, 2013).

Así, como lo afirman los profesores Echeverría y Gurrutxaga, estas variables actúan interconectadas y no es necesario que todas ellas se den en todas las sociedades, pero sí que aparezcan muchas de entre ellas. Teniendo esto en cuenta, hay modelos preferentes y diferenciados según la forma en que organizan la relación entre las regulaciones y funciones que se atribuye el Estado, el papel del mercado, la regulación e inversión financiera, el sistema institucional del que se dotan, las instituciones e infraestructuras construidas para favorecer la transferencia de conocimiento y la cultura de la innovación (Javier Echeverría, 2012). Esto se traduce en algunos hechos que deben tenerse en cuenta, como: la importancia de la educación y las condiciones de vida de los trabajadores, la cultura emprendedora basada en valores de innovación y los recursos financieros invertidos en el desarrollo de los ecosistemas innovadores. Los contextos concretos tienen especificidades que hay que considerar, entre otras razones porque la estructura industrial de los países no es la misma, ni lo son las oportunidades de negocios, ni la estructura social tiene características similares, ni la tradición cultural responde a parámetros idénticos en todos los sitios. Dicho lo mismo, pero de forma negativa, sin políticas de innovación, sin un sistema universitario y educativo de calidad, sin un sistema institucional flexible y tolerante, sin la estructura social adecuada a las necesidades del entorno y sin la cultura que activa y protege la creatividad, es problemática la construcción de espacios de innovación. Si las sociedades construyen sus proyectos a partir del pozo cultural y educativo que

poseen, prosperarán en la era de la globalización aunando la calidad de vida, el crecimiento económico, la creatividad y la innovación (Echeverría, 2006).

En tal caso, detallar y tratar de dar una definición sobre lo que es la IS, dependerá exclusivamente del marco contextual y pragmático en el que se quieran utilizar todos los recursos y oportunidades que podamos gestionar para ayudar a transformar la realidad en la que muchos individuos y comunidades se encuentran inmersas, tal y como lo afirma la Fundación española Iker Basque, Innovar no significa seguir la dirección predeterminada por instituciones públicas o privadas, sino que las dinámicas adquieran rasgos diversos desde donde se divulgan. No todas las sociedades innovan bajo los mismos criterios, sino que las bases institucionales adoptan trayectos diferentes. Las dinámicas sociales son procesos con un componente sociocultural alto. La identificación, la confianza, el reconocimiento, la confidencia, la seguridad, la colaboración o incluso la competencia desempeñan un papel en los momentos innovadores. El intercambio y la interacción bajo normas de reciprocidad y asociación proporcionan la base fundamental desde la que se nutre la cultura de la innovación y, en definitiva, desde donde impulsan el desarrollo socioeconómico. Al respecto, las ciudades competitivas crean entornos abiertos a la creatividad y la diversidad. Las sinergias que resultan son claves en la prosperidad de la era del conocimiento. Éstas se dan en entornos localizados, donde personas con talento eligen trabajar y vivir —el caso, por ejemplo, de Silicón Valley es muy sugestivo—. La ventaja competitiva de las ciudades está en la capacidad para crear, atraer y retener la fuerza de trabajo que ejerce un papel significativo en la producción del conocimiento y la innovación. Sin embargo, el talento es retenido en ciudades-región, pero no en cualquier ciudad-región.

En la economía globalizada, una parte de la creación de valor en muchos sectores se basa en activos intangibles, por lo que los factores decisivos tienen que ver con atributos y características de los lugares que los hacen atractivos para la *clase creativa* depositaria de *talento*. Esta fuerza de trabajo es atraída hacia lugares que tienen masa crítica suficiente de personas y actividades creativas. Es decir, las personas son atraídas hacia comunidades y poblaciones donde se concentran otras personas creativas que, aunque hacen cosas parecidas en términos ocupacionales, tienen diversas identidades (Fundación Vasca de Ciencia Iker Basque, 2013).

Así pues, para el profesor Gurrutxaga, al interior de los procesos de IS algunos elementos ponen las bases sobre la mejor comprensión del acto de innovar, se resume en una cita, casi en un eslogan: “*haz bien lo que sabes hacer bien*”. Puesto que, para que funcionen bien las instituciones y la sociedad civil, hay que recuperar el valor y la importancia de los buenos ejemplos y las mejores prácticas, el ejercicio de la responsabilidad, el manejo de los recursos y las prácticas cotidianas. En la mayor parte de los casos, ni la creatividad de las personas ni las características que reúnen se fundan sobre la posesión de rasgos “*carismáticos*” o “*excepcionales*”, sino sobre rasgos que manejan “*buenas prácticas*”, la responsabilidad- recordemos que uno es responsable no solo de lo que hace, sino de lo que pudiendo hacer no hace-, la empatía y, sobre todo “*hacer bien aquello que debes hacer*” (Gurrutxaga, 2013).

De acuerdo a lo antes mencionado y en lo relacionado a la IS se debe tener la mirada distanciada sobre los personajes y las narrativas que se representan con frecuencia, por ejemplo, en los manuales de autoayuda, la literatura del *management* o en los textos de

ética en el trabajo, como si de lo que se tratase fuese de describir lo que hace el “*héroe popular*” y las características notables que debe poseer. A lo que debemos acercar la mirada y seguir de cerca, es a las actividades o si se prefiere, a atender lo que hace el sujeto responsable en el mundo cotidiano: el buen profesor, el buen compañero, el buen estudiante, el buen trabajador, etc. Para concluir la postura del profesor Gurrutxaga es que lo que sostiene lo extraordinario de la creatividad innovadora está en la cotidianeidad de las buenas prácticas. Los lemas de la ruptura son: los de hacer bien lo que se sabe hacer, hacer bien lo que se debe hacer y hacer bien lo que hace el bien. En todo caso, la llamada tiene que ver con cuáles y cuántas son innovaciones de ruptura. Sabemos que hay algunas, pero son las menos, -por más que la influencia, cuando se produce, es mayúscula (podemos hablar y no parar del impacto de Internet, por ejemplo)- pero, en la mayoría de los casos cuando citamos el cambio, éste implica continuidad, o dicho de otra manera, movimientos sin ruptura, movimientos tranquilos y de adaptación progresiva donde las buenas prácticas son más importantes que el genio desatado del creativo genial. De ahí que se haga menester reconocer que la innovación no busca por sí misma ni la excepcionalidad ni la ruptura sino las buenas prácticas y los objetivos pertinentes en cada ámbito o dimensión en la que se mueve (Javier Echeverría, 2012).

3.3. Voces y argumentos sobre la definición de la innovación social

Durante la revisión documental que se ha llevado a cabo con el fin de realizar una clarificación conceptual en lo concerniente al concepto de innovación social, en el acercamiento a este concepto y a su praxis se ha podido evidenciar que para poder hablar de

innovación social en un determinado contexto se deben tener plataformas sólidas tales como, una buena estructura sociocultural que permita la generación de contextos para el surgimiento de la innovación social; conocer de primera mano el cómo, el cuándo y el por qué surgen procesos innovadores que no son planificados ni organizados y que se caracterizan por sobrevenir de forma espontánea y desreglada. A propósito, el concepto de IS que se está trabajando en esta investigación, apunta y se mancomuna con las capacidades y características que deben tener tanto las sociedades y/o comunidades para crear estrategias que permitan solventar situaciones difíciles y que a su vez instaurar nuevos mecanismos o procedimientos con los que puedan enfrentar el presente en el que se encuentran inmersos y el futuro que acaecerá sobre ellos.

Asimismo, es menester señalar que estas estrategias y características necesarias para pensar en comunidades y sociedades innovadoras socialmente hablando las cuales hacen frente a las transformaciones económicas, sociales, culturales y sobre todo científicas y tecnológicas de la edad de la globalización deben fundamentar sus proyectos y mecanismos en el conocimiento, en tanto que, este nuevo factor de producción intangible permite que los individuos se empoderen del mismo y socialicen desde lo que es la inteligencia social, es decir, desde el conocimiento socialmente compartido, permitiendo que este conocimiento sea el pilar fundamental para la creación de destrezas y elementos que se acoplen a estructuras sociales, contextos y entornos desiguales. Paralelamente, a partir de la consecución y puesta en escena de estas características menesteres para la gestión de la innovación social, germinarán tejidos socioculturales e institucionales que funden ambientes de emancipación y confianza para reinventar las disposiciones y estructuras que

soportan la formación de una sociedad, inclusive redefine como legítimos o deteriorados los utensilios con los que se lleva a cabo este tipo de gestión la cual es totalmente independiente a si es un bien tangible, proceso, tecnología, producto o mercadotecnia o en su defecto un intangible tales como valores, ideas e instituciones.

Gestionar la innovación es transitar por pasajes previamente determinados, es decir, transitar, utilizar y poner en práctica estrategias y mecanismos de carácter institucional. Es por ello que, la mayoría de las sociedades que se consideran innovadoras tienen sus propios patrones de dirección en vista a la innovación, razón por la cual acentúan discreciones y simetrías propias del contexto en el que se desarrollan, sin embargo, a pasar de estas diferencias entre las distintas sociedades, es muy evidente que existen otro tipo de sociedades desarrolladas que determinan desde sus estructuras organizacionales, institucionales y sociales los aspectos más relevantes para posicionarse como una sociedad innovadora. De ahí que, las sociedades que buscan transformar su estructura sociocultural, se identifican por generar procesos de metamorfosis el cual se cimienta en la vinculación y la relación constante entre el capital humano, la infraestructura para la investigación, los sistemas educativos, la transferencia de conocimientos, el sistema institucional y financiero que apoya el riesgo al que todo proceso de innovación se encuentra expuesto, y más que nada en la sociedad civil que es la encargada de promover la socialización del sistema basado en la meritocracia y la cadena productiva que se beneficia de la cultura innovadora de una región o sociedad (Javier Echeverría, 2012), por consiguiente, la relevancia que posee la interrelación entre redes, las colaboraciones y las transferencias de conocimiento, desatan la creación de espacios interactivos de aprendizaje, en los cuales germinan

destrezas que fortalecen los lineamientos con los que comúnmente las sociedades y las regiones hacen frente a las circunstancias y acontecimientos que acompañan su desarrollo (Echavarría, 2008).

En todo caso y partiendo del hecho de que sobre el conocimiento de los contextos propicios para la gestión de la innovación ya se ha trabajado y se han realizados minuciosas investigaciones, es válido afirmar que muchos de estos procesos están cubiertos de una gran imprevisibilidad, tal y como lo afirman Gurrutxaga y Echeverría, si tomamos como base la historia de nuestras sociedades y todo lo que se ha dicho sobre ellas, conoceremos la importancia que tienen las redes de transferencia de conocimiento, así como las interacciones e interdependencias entre tiempos, generaciones y sociedades. Las relaciones y articulaciones estoan dominadas por el azar, las casualidades y la complejidad antes que por la racionalidad con arreglo a fines¹⁰, en consecuencia, se puede evidenciar que los procedimientos que buscan gestionar la innovación en muchas ocasiones son el resultado de algunas oscilaciones de la casualidad y de los devenires de las estructuras sociales. A la vez, muchos de estos devenires azarosos que buscan desde sus procesos de inicio gestionar la innovación, pierden los objetivos primeros bajos los cuales fueron creados los mecanismos para generar contextos y estrategias para la innovación, y suele suceder muy a menudo cuando se busca gestionar innovaciones de orden socioculturales. El resultado es que estos procesos para la gestión de la innovación no se pueden comprender como si fuesen la solución que van a solventar los problemas económicos, empresariales, sociales, ambientales, o culturales, sino que son mecanismos que los humanos han creado para

¹⁰ *Ibíd.*, pág. 7.

enfrentarse entre ellos mismos, partiendo del supuesto de que el conocimiento es móvil, fluido e inestable y nunca una posesión estática (Gurrutxaga, 2007).

De cualquier forma y para los propósitos de esta investigación, la innovación en su concepción más general es considerada como una experiencia cultural activa, que se caracteriza por ser más que un resultado de algunas o de infinitas prácticas prediseñadas que por medio de metodologías o de estrategias propias o adaptadas de otros modelos buscan mejorar u optimizar las cosas. Incluso es un fenómeno relacionado con la cultura compartida y el dinamismo de las redes de transferencia de conocimiento que se beneficia de las aglomeraciones, del incremento de la información, la educación, el apoyo financiero, las infraestructuras y el bienestar generalizado (E. J. E., 2008), es por ello, que la innovación se encuentra empapada de lo social, en tanto que nace de las redes humanas, las cuales son tejidos de transferencia de conocimiento e información que tienen la capacidad de crear procesos de innovación, más aun cuando el conocimiento y la información se comparten, dando como resultado la aceleración de la dinámicas que se viven en los espacios que están conectados (Tancredi, 2010).

Ahora bien, esas redes humanas que se construyen en sociedad y entre individuos, hacen parten de la caja de herramientas que se necesitan para comprender, actuar y vivir el tiempo histórico, con ella adquirimos las capacidades para transformar el presente, diseñar el futuro y superar el pasado. Uno de los elementos fundamentales que constituyen a esas redes humanas con las que las sociedades se adaptan al contexto y lo transforman es el acto de conocer, como lo definiría A. Gurrutxaga, es uno de los momentos donde se aprende a

enfrentar dilemas, paradojas y objetivos, a su vez el conocimiento es la derivación de los procesos de experimentación a través de los que aprendemos, adquirimos destrezas, transformamos preguntas, emitimos respuestas y transferimos conocimiento a individuos y grupos que los invierten en las redes en las que conviven (Gurrutxaga, 2011). Así pues, se instaure la relación entre transferencia de conocimiento, la experimentación y la innovación, esto es, la relación de los individuos con los grupos y redes que tienen por objeto crear, difundir y reproducir conocimiento a través de agencias y agentes. En este sentido, conocer es experimentar aprender, innovar y transferir, y para ello es clave el papel desempeñado por agencias, ciertos agentes y diferentes redes sociales¹¹.

Consiguientemente, es válido sostener que la innovación dialoga con el cambio, no exclusivamente por lo individuos que se apropian de nuevas o mejoradas formas de hacer las cosas, sino por las condiciones con las que cuentan las sociedades para gestionar contextos para la innovación. Pongamos por caso las ideas, éstas pueden realizarse y tal vez hasta incluso pueden llegar a convertirse en pilares que gobiernen instituciones, lo anterior sucederá siempre y cuando se produzcan contextos que posibiliten las condiciones para que puedan transferirse las ideas a lo largo de las redes que conforman, es más, como lo sostiene G. Mulgan, existen barreras e interferencias en los procesos de cambio, estas anomalías se originan cuando los individuos creen que los cambios amenazan las condiciones alcanzadas en sus sociedades respectivas y éstas resultan ineficaces para alcanzar los objetivos deseados. Por eso, lo primero es asentar las bases para que lo nuevo se implante y que mejor prueba que aceptar que puede fracasar (Mulgan, 2008).

¹¹ *Ibíd.*, Pág. 62.

Después de todo, las viejas y nuevas estructuras no conviven sin conflictos, hay que gestionarlas y aprovechar la acumulación de conocimientos incorporados a las sociedades a través de las tradiciones. En algunos casos, se compite contra fundamentos viejos de las sociedades y por supuesto, contra individuos, grupos e instituciones que sostienen la validez de las viejas estructuras. En general, las personas confían en instituciones que crean estabilidad y los riesgos del cambio se interpretan en comparación con los beneficios que aporta la continuidad. Cuanto mejor parece que funciona el sistema aportando seguridad y prosperidad, mayores las posibilidades de que ideas y normas se incorporan a esas *formas de hacer* (Echeverría, 2013). De cualquier modo, es claro que en los devenires de una sociedad los cambios transforman barreras y provocan que éstos sean posibles, es por ello, que antes o después de lo antes mencionado los sistemas suelen convertirse en procedimientos poco óptimos para conseguir los objetivos que los procesos de cambio buscan gestionar, en tanto que, a medida que se acumulan los problemas y las crisis aumentan, se interioriza que la caja de herramientas no sirve y tiene que transformarse (Olivé, 2000).

Los sectores sociales y las personas dinámicas, es decir, los agentes innovadores, crean agencias e instituciones que propagan los cambios. Los movimientos sociales afloran y generan espacios donde imponen las referencias que sedimentan ideas, instituciones novedosas y sistemas originales, en esos casos, lo habitual es que se creen alianzas entre sectores innovadores e instituciones que permiten fundar el marco de confianza que legitima el cambio (Rodríguez, 2011). Así pues, de todo lo antes mencionado hasta este

punto es apreciable que investigar en relación a lo que es la innovación social es guiarse por los derroteros que se producen a partir de lo que otros investigadores han aportado desde sus perspectivas de estudio, es así, como las circunstancias que provoca y los casos que construye para comprender cómo se gestan, clarifican, divulgan y reproducen los procesos que explican la mutación de las sociedades. Es por esta razón, que reducir la innovación social particularmente a los cambios o transformaciones tecnológicas o la dinámica empresarial, es tirar por la borda el hecho de que se gestiona desde distintos niveles, niveles que van desde lo micro hasta lo macro, además, que tiene la característica de impactar todos los ámbitos o esferas de una sociedad (culturales, económicos, políticos y sobre todo sociales), también, sería no reconocer, que se apoya en distintos procesos que varían dependiendo de los espacios y peculiaridades de los individuos, grupos o sociedades que buscan gestionarla y por último, que utiliza variados componentes, en cada uno de estos aspectos, la IS atiende situaciones que conciernen a variados y diversos contextos, contextos en las que se desentrañan, los procesos con los que se buscan innovar, las herramientas con las que se gestiona y se comunica, los agentes que la empujan y las formas o procedimientos bajo las que se institucionaliza la IS.

3.4. Seis aspectos claves para pensar la innovación social¹²

Independientemente de la forma o del cómo se defina la innovación social, es una realidad que para todos los estudiosos del tema y por ende para cada uno de sus postulados en relación a la IS, hay un punto de encuentro entre lo que afirma un autor y otro, y es a

¹² Esta idea es desarrollada por Jennifer Goodman y David Murillo en la revista: Antena para la innovación social. Instituto de innovación social: ESADE. Barcelona., Junio de 2011.

saber el consenso en cuanto al hecho de que toda innovación social se caracteriza desde su gestión por buscar solución a uno o más problemas de orden sociocultural por tener unas dimensiones que posibilitan el hecho de evidenciar verosímilmente como acontecen estos esfuerzos de gestión de la IS. Ahora bien, entre las características de la caja de herramientas para la innovación social, nos encontramos con que esta debe ser:

a. Sostenibilidad: es decir, que cuenten con financiación, que permita el funcionamiento en el largo plazo y que logre por medio de nuevas estrategias la combinación y participación de nuevos agentes (capital humano) y de diferentes fuentes de financiación. Por ende, debe facilitar las formas y modos de que las personas y/o comunidades se empoderen del conocimiento de su medio, esto a través de la capacitación en habilidades de Gestión, para que finalizada la intervención, estos individuos grupos puedan continuar por si solas con el procesos de transformación y adecuación del entorno y la realidad que les circundan.

b. Escalabilidad y Replicabilidad: se habla de aquellos elementos que dentro de los procesos de Gestión pueden ser fácilmente reproducidos y replicados en otras comunidades o por otras personas que se asemejen por tener o presentar problemáticas y contextos análogos. Entre mayor sea el alcance geográfico o poblacional que se logre, mayor será el cambio social generado y más innovadoras serán las ideas estratégicas para la búsqueda del cambio social.

c. Económica: las estrategias para la Gestión de la IS deben ser y tener unos costes reducido en relación a su cometido y financiación, esto debe ser relevante puesto que la mayoría de las IS están dirigidas en su gran mayoría específicamente a poblaciones vulnerables o con bajos ingresos. Aunque este tipo de proyectos pueden ser convenientes por sí mismo, su objetivo principal es el valor social generado, más que la maximización del beneficio económico.

d. Participativa: la innovación social parte de la sociedad para la sociedad. Como se ha mencionado en páginas anteriores, la innovación debe partir desde las creencias que cada persona de una comunidad que necesita ser intervenida tiene sobre como desde sus ideas puede aportar opiniones susceptibles a ser fuente de cambio, es decir, las personas se convierten en agentes de su propio bienestar y no solo un receptor pasivo de beneficios. Los individuos al interior de los procesos de IS son el motor primero del desarrollo para el cambio.

e. Mejoramiento continuo: a diferencia de la innovación científica o tecnológica, la IS no es un producto terminado, en este sentido, en la medida en que se transforman las necesidades y el contexto de los individuos también deben hacerlo las estrategias que desde la innovación social buscan ofrecer soluciones. Las IS redefinen sus estrategias y su caja de herramientas a la vez que el problema original va sufriendo transformaciones, en últimas la innovación social se adapta a los cambios.

f. Transformación en política pública: al interior de la caja de herramientas que soportan la IS, se desarrollan estrategias de transformación y mejora que potencialmente se pueden articular con las políticas del Estado que buscan impactar en el desarrollo continuo de las comunidades más vulnerables de una región o país. Así, logran eventualmente convertirse en políticas públicas que inciden en los cambios y en los sistemas de Gestión para la superación o solución constante de problemáticas sociales, económicos y culturales.

Figura 2. Aspectos claves de la innovación social



Fuente Elaboración propia basada en (Murrillo, 2013).

En consecuencia, existen algunos procesos que por su forma de gestión y por el impacto que busca en los contextos en los que interviene pueden llegar a ser confundidos con la IS, en este sentido no son aspectos propios de este nuevo enfoque de la innovación las siguientes perspectivas:

a) La innovación se puede aplicar a muchos contextos: al tecnológico, al económico al empresarial, entre otros. Empero, si su fin último no es generar valor social y mejorar la calidad de vida y el bienestar humano (Mulgan, 2008), no puede ser considerada como una IS.

b) Es importante evidenciar que la IS, no son aquellos modelos asistencialistas en los que quienes ejecutan un programa deciden qué es lo que la comunidad necesita, y una vez retirada la intervención la población vuelve a sus condiciones originales (Andrew & Klein, 2010).

c) Otra de las percepciones erróneas bajo las que se tiende a confundir todo lo que es la innovación social es aquella que la relaciona con proyectos experimentales, como lo afirma el profesor G. López Isaza, la innovación social no puede ser escalada a lo que son los proyectos experimentales, los cuales buscan o tienen que demostrar un plan de ejecución detallado y resultados medibles en el corto plazo (Isaza, 2012).

d) Existe también la tendencia a admitir que la IS está en función o puede ser pensada desde el enfoque organizacional de las compañías como aquellas buenas prácticas que las empresas realizan desde su quehacer social para intervenir en la comunidades que rodean el

contexto en el que se ejecutan las operaciones, si bien la mejora continua de las compañías es necesarias, el perfeccionamiento de un proceso en su eficiencia con fines rentables no es, por si misma, una innovación social (Buckland, 2013).

e) Innovación y creatividad son dos conceptos que se encuentran muy relacionados pero que deben entenderse por separado, en este sentido, la innovación social no solo son estrategias o ideas creativas, puesto que, ésta debe ser llevada a la práctica con éxito y responder a la necesidad social para la que fue creada. Esa es la diferencia con una invención, cuando se gestiona la IS es fundamental pasar de la novedad a la implementación (Bernal, 2013).

Figura 3. Qué no es Innovación Social



Fuente: Elaboración propia basada en la recopilación de los autores arriba mencionados.

Tal y como se evidencia en líneas anteriores, la innovación social es un llamado, un cambio de paradigma de la acción práctica a la acción pragmática, en tanto que, ante una situación o contexto urgido de intervención en el cual todo lo que se tenía por fijo y naturalizado es abierto y puesto en escena para hacer evidente sus debilidades, y poder reconstruir incluso lo que no se había pensado. En todos los casos, es el encuentro de la realidad con los instrumentos de acción práctica, es decir, es la utilización de la caja de herramientas con la que se busca hacer frente a las situaciones que definen un contexto o circunstancia, lo que se gestiona no es la nueva era o los procedimientos asociados, sino las paradojas e incertidumbre que promueve este nuevo y visible tipo de innovación. Por otra parte, la destrucción creadora y la tecnología estuvieron en el origen del pensamiento y las praxis contemporáneas; hoy lo envuelve todo, lo acoge casi todo en su definición, y de concepto explicativo se transforma en un concepto total, como lo afirma el profesor Gurrutxaga, el estudio o la pregunta por el concepto innovación ¿es una nueva teodicea?¹³, es un concepto contenedor (Gurrutxaga, 2013), por consiguiente, la innovación gestiona a la vez esperanza, creatividad, incertidumbre y consecuencias indeseadas.

3.5. Variables de la innovación social: cinco pasos trascendentales para su gestión

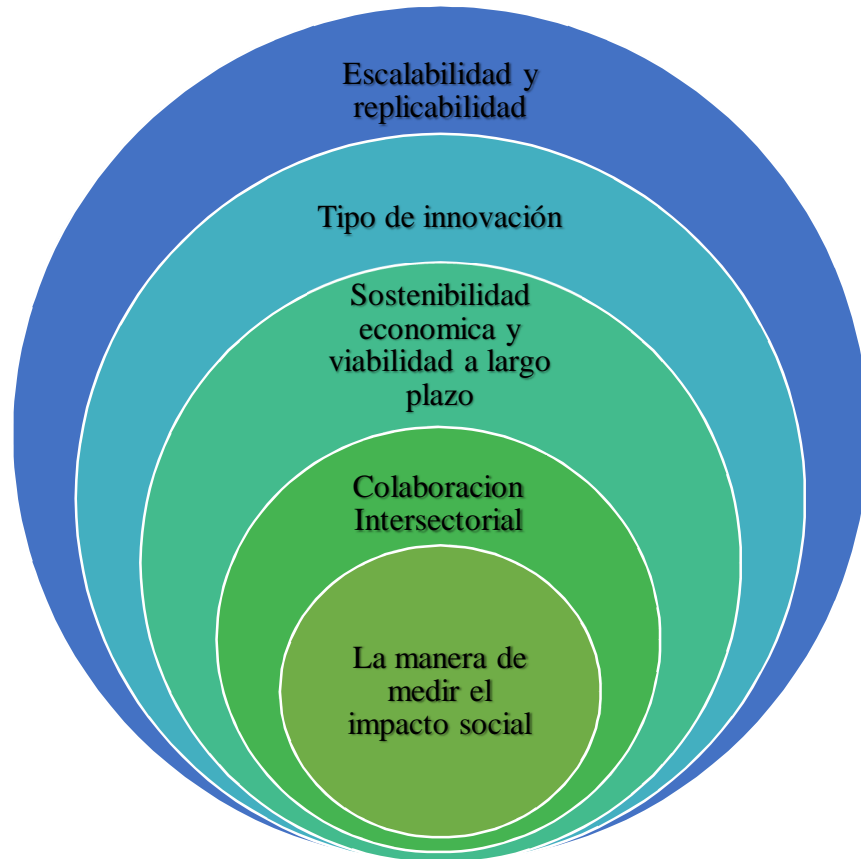
Es cierto que y como lo sostiene J. Goodman, la reflexión y el pensamiento socialmente innovador acoge múltiples formas surgidas del trabajo inspirador de determinados individuos, de grupos de investigación sobre innovación social, de empresas, instituciones

¹³Es una rama de la filosofía, también conocida como teología natural, cuyo objetivo es la demostración racional de la existencia de Dios mediante razonamientos, así como la descripción análoga de su naturaleza y atributos.

académicas, ONG, gobiernos y movimientos sociales, y de las diversas colaboraciones y alianzas que se han establecido entre estos grupos. Preexisten un gran número de proyectos y estrategias que buscan transformar un contexto o realidad, todos ellos son ejemplos inspiradores de cómo se puede responder a los muchos problemas sociales a los que nos enfrentamos a escala local, nacional e internacional.

Es así como, en esta amplia gama de enfoques innovadores ha dado lugar, a su vez, a la publicación de multitud de estudios, de ámbito tanto académico como profesional, con los que se ha querido llamar la atención sobre la eficacia, el ingenio y la diversidad de los resultados obtenidos con estas innovaciones (Goodman, 2001). Es por ello, que ha surgido la necesidad cada vez mayor de aportar planteamientos innovadores para solventar problemas ecológicos, sociales y económicos complejos está siendo cubierta por personas y organizaciones de toda condición social del planeta. Junto a esta nueva área de crecimiento ha surgido una gran cantidad de mecanismos de apoyo para los emprendedores sociales y la innovación social: distintas fuentes de financiación, plataformas de participación internacionales, incubadoras, programas de investigación y redes de todo tipo. El creciente interés por la innovación social va acompañado de una demanda también cada vez mayor de mecanismos para determinar los tipos de enfoques más efectivos y analizar su impacto y viabilidad a largo plazo (Murillo, 2013).

Figura 4. Variables de la innovación social



Fuente: Elaboración propia basado en (Murillo, 2013).

En este punto, surge entonces el interrogante de ¿por qué es necesario trabajar sobre estas variables? Para responder a ello, debemos decir que gran parte del pensamiento en torno a la innovación social pasa por determinar el impacto de una determinada innovación: ¿En qué medida alcanza sus objetivos? ¿Cuáles son los resultados? ¿Es efectiva la organización? (Buckland, 2013). Y siguiendo lo expuesto por J. Goodman y D. Murillo, se sostiene que, dado que el objetivo primordial de cualquier innovación social es lograr un determinado objetivo social, existe el consenso general de que la prioridad debe ser medir hasta qué punto se ha logrado el objetivo. Dicho de otra manera, existe un claro interés en medir el *resultado*. Sin embargo, no existe unanimidad en torno a cómo medir los *procesos*

adoptados para alcanzar los objetivos propuestos: ¿qué modelos de asociación funcionan mejor? ¿Cómo lograr la viabilidad económica? ¿Es más efectiva la innovación abierta o cerrada? ¿Qué condiciones deben darse para poder escalar una iniciativa? Estas cinco variables seleccionadas, que son válidas para un enfoque orientado tanto a resultados como a procesos, proporcionan un prisma más integral a través del cual se pueden observar diferentes innovaciones sociales y comprender mejor su potencial (Goodman, 2001).

En este sentido, las cinco variables que se enseñan a continuación se han seleccionado para participar en el debate mundial en torno a la innovación social: qué significa, dónde están sus límites, cómo se mide su impacto y cuáles son los factores clave del éxito de una iniciativa determinada:

Tabla 2. Cinco variables para analizar la innovación social en (Murillo, 2013)

Variable	Preguntas que Plantea
1. Impacto y transformación social	✓ ¿Hasta qué punto la iniciativa logra la transformación social deseada y resuelve el problema abordado?
2. Colaboración intersectorial	✓ ¿Quiénes son los primeros interesados en que la iniciativa tenga éxito y de qué mecanismos disponen?
3. Sostenibilidad económica y viabilidad a largo plazo	✓ ¿Cómo se financia la iniciativa y qué estrategias se han adoptado para garantizar su supervivencia en el futuro?
4. Tipo de innovación	✓ ¿Es una innovación cerrada o abierta? (puede ser replicada por otros) ✓ ¿Se basa en algún concepto anterior? ¿Qué rasgos innovadores presenta?
5. Escalabilidad y replicabilidad	✓ ¿En qué medida la iniciativa se puede ampliar o multiplicar? ✓ ¿En qué condiciones se puede replicar en una situación diferente?

Por lo demás, es evidente que cada una de estas variables cuenta con un proceso de definición que describe detalladamente los aspectos más esenciales de estas variables de la innovación social, en este orden de ideas y apoyado en los aportes realizados por los creadores y autores de la revista de innovación social “*Antena para la innovación social*” encontramos que:

a. Impacto y transformación social: La manera de medir el impacto social o de evaluar la transformación social es un ámbito de investigación en el que se han destinado muchos esfuerzos a las técnicas de información, la medición del rendimiento y la definición de indicadores. Poder medir hasta qué punto una iniciativa ha logrado su objetivo es ciertamente una variable que se debe tener en cuenta.¹⁴

b. Colaboración intersectorial: No es usual que una innovación social funcione de manera aislada y esto se pone especialmente de manifiesto en la era de las redes, donde los límites entre los sectores privado, público, colectivo e individual son cada vez más difusos. Las jerarquías tradicionales se están reconstruyendo a muchos niveles, y existen muchos espacios y foros donde las empresas, los gobiernos y la sociedad civil cooperan para subsanar las deficiencias en la provisión de bienes sociales y medioambientales. Los puntos de entrada para la colaboración y las motivaciones de los distintos sectores o de los distintos tipos de actores varían según el tipo de innovación social, y es interesante observar el nuevo panorama de las organizaciones híbridas¹⁵.

¹⁴ *Ibíd.*, Pág. 11.

¹⁵ *Ídem.*

c. Sostenibilidad económica y viabilidad a largo plazo: Aunque no existe una única definición de emprendimiento social, se da por sentado que este tipo de organización no es el mismo que el de una organización no lucrativa o una entidad benéfica tradicional en lo que se refiere a su estrategia financiera, con mayor énfasis en la autosuficiencia y la orientación a resultados. Las principales dimensiones a considerar son la inversión frente al periodo de amortización, la eficiencia y efectividad, y la capacidad de gestión para asegurar la viabilidad a largo plazo. La innovación en las técnicas de recaudación de fondos, las estrategias de implantación de bajo coste y los retos del crecimiento son también factores importantes a tener en cuenta¹⁶.

d. Tipo de innovación: A grandes rasgos, las innovaciones sociales son de dos tipos. En primer lugar, están las que se basan en la innovación abierta, es decir, aquellas en las que los usuarios y demás partes interesadas son libres de copiar una idea, reaprovecharla y adaptarla. Los modelos de innovación cerrada se basan en el concepto de propiedad intelectual, según el cual el conocimiento permanece en manos del autor. Aunque existe una tendencia general hacia las soluciones de código libre, el desarrollo a cargo de la comunidad no es necesariamente la solución más adecuada para lograr el impacto social deseado en todos los casos. La relación entre el tipo de innovación y la escalabilidad es una variable interesante que merece ser estudiada con más detenimiento¹⁷.

e. Escalabilidad y replicabilidad: La capacidad de poder escalar o replicar la innovación social es importante por dos razones: la primera, dado que muchos de nuestros

¹⁶ Ídem.

¹⁷ Ídem.

problemas sociales actuales son globales (como el cambio climático, la desertización, el agotamiento de las reservas de océanos y las migraciones masivas), se precisan soluciones a escala global; y la segunda, como muchos de nuestros sistemas se han globalizado (como el sector financiero y las empresas multinacionales) o actúan a gran escala (en regiones comerciales como la Unión Europea o el NAFTA), lo que funciona en una ciudad o una nación a menudo se puede hacer extensivo a otra. Lo mismo puede decirse de la innovación social¹⁸.

En cualquier caso, la innovación social va más allá y sugiere como se ha venido señalando en párrafos anteriores, la aparición de una economía social que se caracterice por la puesta en escena de la tecnología y la expansión de las redes, las infraestructuras de información y las herramientas de red, así como por un creciente énfasis en la cultura y los valores; una economía social en la que las personas y sus relaciones tienen prioridad sobre los sistemas y estructuras. Esta economía social no ofrece soluciones estandarizadas a problemas complejos, sino que intenta trasladar la responsabilidad al ámbito local para crear consumidores activos en lugar de consumidores pasivos. La innovación en los sistemas, por lo tanto, puede apuntalar y facilitar otras muchas innovaciones locales (Murray, 2010).

¹⁸ Ídem.

3.6. La comprensión de la innovación social: entre innovación y valores

La innovación social está comprendida al igual que la innovación de carácter tecnológico y científico como un proceso de avance y transformación para las sociedades en general, no obstante es válido afirmar que, el proceso de desarrollo y cambio de una ciudad o una región a través de medidas de carácter innovador y de otras no tan innovadoras se basa en la capacidad de las ciudades y/o comunidades (entorno social) para combinar las habilidades de los diferentes agentes y actores que la componen hacia la resolución de problemas que afectan el conjunto de la sociedad. El compromiso entre economía, sociedad, política y cultura involucra a diversas áreas de conocimiento y a muchos actores, estas interacciones movilizan ayuntamientos, partidos políticos, instituciones públicas, asociaciones, fundaciones, empresas, organizaciones sociales y culturales en un proceso orientado a la acción social (Boston., 2010). Estos procedimientos llegan a tener éxito si todos los actores que participan de su gestión se encaminan a perseguir el mismo objetivo, si se orientan hacia la misma dirección y si existe conjuntamente un equilibrio en los ámbitos de participación.

Tal y como lo explica Gurrutxaga, el equilibrio entre los actores y sectores del conocimiento que gestionan la innovación social, es un pilar fundamental para pensar en el cambio ideal, bien al contrario, los actores y agentes implicados en los procesos que envuelven el entorno social se enfrentan a con problemas comunes que de una forma u otra afectan al conjunto de la estructura social. La capacidad de cambio o transformación social depende de las habilidades, ideas, valores, hábitos, culturas y políticas que unos y otros son

capaces de poner en común (Gurrutxaga, 2011). La innovación social, se sostiene sobre la idea antes expuesta, en tanto que, la IS puede ser utilizada para hacer frente a la incertidumbre que genera el desconocimiento de los nuevos problemas que rodean los devenires en los que se topa constantemente las sociedades globalizadas; sin embargo, podemos pensar la innovación social mucho más allá, la podemos imaginar como la combinación y la respuesta conjunta a los mismos acontecimientos causantes de incertidumbre, lo cual permite que, a largo plazo, podamos hablar de cómo se asocian las prácticas y las acciones humanas con la mejora de entornos. Se trata en definitiva de la búsqueda de soluciones originales y de la construcción de la capacidad de pensar y descubrir objetivos nuevos. Se relaciona la innovación social con la capacidad para experimentar con nuevas ideas que funcionan a la hora de enfrentarse con metas sociales (Caroline Andrew., 2010).

Igualmente, lo característico de la innovación social tal y como se ha venido desarrollando en líneas anteriores, es el proceso de aprendizaje que se refiere a individuos aprendiendo a resolver problemas y a crear soluciones en interacción con otros que, en el proceso, aplican, intercambian, buscan y crean conocimiento; los espacios donde esto ocurre son espacios interactivos de aprendizaje (Sutz, 2003), es así, como desde la IS estos espacios pueden construirse en muchas partes: sin duda en empresas, conformadas por agrupaciones de empresas, en la interacciones entre estas y equipos de investigación, en el espacio público, en acciones dentro de los sindicatos o de éstos con grupos académicos en varias manifestaciones de la sociedad civil, se pueden identificar algunos factores útiles como: apoyo a incentivos grupales a la innovación; libertad de pensamiento y acción para

determinadas personas, incluso líderes; actitudes experimentales hacia la realidad, incluso la apertura mental en relación con las propias creencias, estimulación interdisciplinaria y experiencias múltiples; acceso a todo conocimiento y dato disponible; recursos dispersos; manejo tolerante de los fracasos y más (Rodríguez, 2011).

Es por ello, que la innovación social como proceso para el cambio y el empoderamiento, requiere que ocurran procesos de aprendizaje y que también sea necesario tener oportunidades para enfrentar problemas creativamente, por ende, el concepto de IS coloca en escena el valor que tienen los procesos en los que participan agentes, agencias y estructuras que interactúan en espacios geográficos e institucionales concretos gracias a los recursos y los mecanismos socioculturales que encuentran en el contexto de lo social, es decir, los elementos claves, en los que se soportan estos procesos se encuentran inscritos en el espacio geográfico a modo de patrón o código cultural y humano, de ahí que, estos sean posibles gracias a contextos socioculturales e institucionales que generen el clima de confianza y los objetivos compartidos (Echavarría, 2008).

Consecuentemente, se hace vital que entre la innovación y la cultura exista una correlación necesaria, en tanto que, de esta relación surge entonces la extrañada percepción del sujeto frente a la forma en cómo interactúan los sistemas de innovación y la cultura, extraña para el individuo y el mundo que cambia y se transforma, y que a su vez es impulsada por otros individuos que viven la realidad como si fuesen ajenos a las consecuencias que tienen las acciones para ellos, pero a la vez viven el proceso desde la centralidad de la perspectiva individualista, la mirada alberga un sentido histórico porque la

sociedad es aprendida mediante sus contextos, a través del carácter histórico que tienen los hechos y las acciones sociales. El individuo se enfrenta con los entramados sociales donde las paradojas están en el centro del quehacer colectivo y la mirada se extravía ante el producto de los encuentros humanos. Pero ni el individuo es un ser aislado ni la sociedad es la suma de la estructuras que dominan las creaciones sociales. El individuo y la sociedad se entrelazan mediante la red de interdependencias, donde la relación *Nosotros* articula el significado de la misma. Si el individuo construye el sentido, lo hacen en compañía de otros, y la autonomía es o implica dependencia. La lógica social moderna indica que el ser creador es a la vez creado por el otro y los otros, y esta dialéctica diseña la interdependencia como la argamasa de la relación social innovadora y moderna (Javier Echeverría, 2012).

En este orden de ideas, es menester señalar que para toda cultura como aspecto o esfera clave de una sociedad, existen un conjunto de constructos sociales, axiológicos y universales llamados *Valores*, los cuales permiten que al interior de esa sociedad o cultura se puedan definir unos comportamientos propios de cada espacio o contexto social, en este sentido, ¿es posible pensar que la innovación es un valor de las sociedades globalizadas, que define una gran cantidad de comportamientos y procedimientos que están encaminados hacia la búsqueda de prácticas sostenibles y competitivas? Ciertamente, es que al concepto de “valor” le ocurre algo similar al término “innovación”, éste último está tan de moda y se utiliza de forma tan general que corre el riesgo de no tener un significado preciso y de convertirse en una palabra comodín. Sin embargo, se puede pensar que este concepto suele ser utilizado con precisión en algunos contextos, e incluso como un concepto científico que

permite clasificar, comparar y medir, gracias a las inecuaciones y matrices de evaluación (Gurrutxaga, 2002). El termino *Valor* o los valores, resultan de la aplicación de funciones axiológicas¹⁹ a cualquier entidad, objetos, sucesos o procesos, teniendo estas funciones propiedades diferentes según se apliquen a unas u otras entidades. Hay casos en los que las funciones se pueden sumar, e incluso multiplicar, generando un espacio multidimensional de valoración. Por otra parte, las funciones axiológicas siempre se pueden componer, de forma que una se aplique primero y otra después, dando lugar a formas híbridas de valoración, así, si una actividad es innovadora o no, hay que aplicar sucesivamente varios criterios: pues bien, ésta es una de las características formales de la composición de funciones (Gurrutxaga, 2011).

De todas maneras, es válido afirmar de acuerdo con Gurrutxaga y Echeverría que en cierta medida los diversos agentes que evalúan un sistema de innovación tienen capacidad valorativa (o de juicio), es decir, están habilitados para aplicar funciones axiológica a objetos (agentes, sistemas, instrumentos, entre otros) hasta obtener un resultado final concreto, que puede ser cualitativo (bien o mal, en escala cardinal), comparativo (mejor o peor, en escala cardinal), o cuantitativo (tantos puntos de valoración, en escala métrica), así pues los valores son el resultado de la acción de valorar, entendida ésta como la aplicación de una función axiológica v a una variable x , es decir, a objetos x cualesquiera, siempre que sean valorables mediante la función v , desde esta perspectiva, afirmar que una actividad concreta es un proceso de innovación implica aplicar la función axiológica i (innovación) a

¹⁹ De acuerdo con Gurrutxaga, la axiología, deviene de una ciencia en la medida en que los valores se expresan, clasifican, compran y miden mediante métodos y conceptos científicos, es decir, matrices de evaluación, que son el resultado de aplicar los protocolos de medición de la innovación a procesos, agentes, actividades, entre otros.

una actividad determinada, sea ésta empresarial, del sector público o del tercer sector. (Javier Echeverría, 2012), de ahí que, la conclusión temporal a la que podemos llegar en relación a lo que es la innovación, es que ésta desde una perspectiva axiológica es un valor, es decir, una función axiológica que se aplica a procesos y actividades, una actividad empresarial o social podrá ser innovadora o no según los criterios de evaluación que se apliquen a la hora de dilucidar esa cuestión²⁰.

En suma, tanto el Manual de Oslo como libro articulador de la innovación científico y tecnológica, así como los libros británicos y las teorías de la innovación social (Young Foundation), conciben y se apoyan en una teoría racional de la innovación, que ordinariamente suele ser entendida o interpretada como una racionalidad recubierta de cierta instrumentalización, es decir, la innovación está sustentada en una teoría de medios y fines. Sin embargo, esta teoría de la racionalidad de la innovación resulta insuficiente, puesto que, no siempre estamos en la capacidad de deliberar para luego elegir los medios o caminos adecuados para lograr un determinado fin y, en algunas situaciones, ni siquiera los fines y objetivos están tan claros como se dice a posteriori, cuando una actividad innovadora ha tenido éxito.

En tal caso, a la innovación social, convendría colocar su mirada en los agentes innovadores y en los sectores sociales más inclinados a innovar, pero también en las dificultades y en las barreras a las que se enfrentan los individuos en los contextos que constituyen la sociedad o comunidad que los rodea. Ulterior a este proceder, se ha de medir

²⁰ *Ibíd.*, Pág. 199.

el grado de asentimiento social de las propuestas innovadoras y analizar de manera pertinente su nivel de difusión, y como se ha sostenido a lo largo de algunos capítulos de este reporte de investigación, la transferencia de conocimiento que se producen en los procesos de innovación social se manifiesta en el grado de aceptación y apropiación social de la propuesta innovadora, en tanto que, si el individuo, la comunidad o la sociedad en sentido más general se apropia de ese conocimiento, será capaz de intervenir desde su sí mismo en la adecuación para la transformación y resolución de situaciones problemas de su entorno.

CAPÍTULO IV.

CONCLUSIONES Y TRABAJOS

FUTUROS

4.1. Conclusiones

Durante este reporte de investigación, se ha realizado un análisis documental en relación al concepto de innovación social, esto con el fin de efectuar un aporte desde la clarificación teórico-conceptual de este emergente y debatido término al interior de las teorías de la innovación. A lo largo de algunos de los capítulos que constituyen este escrito, se ha podido evidenciar posturas y concepciones sobre cómo a partir del análisis trascendental del concepto mismo de innovación podemos vislumbrar nuevos enfoques y paradigmas de cómo debería entenderse la innovación a la luz de estudios más amplios sobre este tema tan influyente en las culturas y por ende en las sociedades de la era globalizada.

Ahora bien, sólo un nuevo y más amplio lenguaje teórico, una narrativa comprensiva y un análisis concienzudo sobre el concepto de innovación tradicional, podrán evitar los peligros hermenéuticos en los que ha caído este término, es un hecho que, como se ha manifestado aquí, la narrativa y los estudios sobre innovación actualmente están circulando por terrenos espinosos, esto en su efecto hace que la tarea por la conceptualización alrededor de la innovación, ahonde en terrenos ininteligibles, puesto que, no sería extraño si nos traspapelamos entre la retórica y la simulación sobre ¿Qué es? o ¿Cómo puede ser conceptualizada la innovación?²¹

Tomando el ejemplo metafórico que ofrece la obra *La luz de la luciérnaga*, el discurso y la narrativa que anteceden al concepto de innovación, es como el discurso y la narrativa que acuden en auxilio de un individuo sin atributos, los cuales le otorgan una precaria carta

²¹ Esta idea es desarrollada por Ander Gurrutxaga en su artículo: *No todo es innovación social*. Realizado en el 2013 para la Revista Iberoamericana de Argumentación.

de navegación que no posee ni está basada en un rumbo seguro, sino en las recetas que pueden funcionar para ese momento, aunque no para otros que han de sucederle, pero que no tienen la facultad de situarse en el mundo. Lo paradójico de lo antes mencionado, es que de la necesidad de poseer un entramado socio-material responsable, y más o menos estable, se traslada hacia otra caja de herramientas siempre en un estado nunca finalizado. La innovación reclama la carta de navegación cuyos hitos no están definidos del todo y donde se llama a valores, actitudes y a un estado de ánimo, como si la asociación que se crea entre la acción pragmática y la innovación fuese lo único con lo que se cuenta. Aquí, y de acuerdo a lo expuesto en esta obra sobre el estudio conceptual de la innovación social, la dificultad radica en esos casos, no en las expectativas que se puedan tener en relación a lo que es innovador o no, si no en las oportunidades de participar, apropiarse y vivir esas innovaciones. ¿Dónde están y quienes las tienen? (Javier Echeverría, 2012), es la pregunta que ha guiado esta investigación.

En definitiva, la tesis que se expone en esta investigación y que a su vez se apoya en las teorías sobre el concepto de innovación e innovación social expuesto por A. Gurrutxaga y J. Echeverría, es que la disolución de los condicionamientos socio-materiales, tal y como se han presentado en la literatura económica y organizativa sobre innovación, las actitudes flexibles o la mentalidad de consumidor no son elementos sólidos, sino placebos con mucha retórica incorporada aunque, eso sí, con apariencia de verosimilitud. La cuestión abierta, y la que está por resolver, es si las llamadas a la puesta en escena de la innovación social se corresponden con los requisitos que debe tener el placebo (concepto de innovación) para evitar enfrentarse al problema de fondo: la licuación de la solvencia social

y la imposibilidad de hacer viables las expectativas generadas en las situaciones contemporáneas con las oportunidades creadas en el tiempo histórico (Gurrutxaga, 2011).

En este sentido, estamos ante un estado de incertidumbre en relación a lo que es IS, puesto que, no sabemos si las explicaciones alrededor de este nuevo enfoque de la innovación, conseguirán abandonar la jaula de las sociedades mediáticas, la llamada a aceptar las reglas del cambio, la interiorización del valor social del riesgo, la lógica abierta de las oportunidades, los caminos de la flexibilidad o la solvencia de la mutación no parecen argumentos suficientes para encontrar el oasis que se busca, cuando en él los espejismos forman parte de los instrumentos que maneja y del equipaje con el que se lanza a la aventura (construcción y apropiación de la caja de herramientas). Si esta fuera la lógica de la innovación, innovar se convertiría no en una lógica capaz de transformar el estado de cosas, sino en el principio no activo (placebo) que permite soportar con racionalidad lo que está sucediendo (Echeverría, 2009).

En otro orden de cosas, como se ha esbozado, existen sujetos que no pertenecen o no viven en contextos de innovación ni en ciudades creativas o en territorios inteligentes, ni participan en las industrias o servicios que gestionan el conocimiento, de ahí que, para los trabajadores genéricos del conocimiento, es decir, aquellos que realizan trabajos reiterativos, poco especializados, precarios o mal pagados; el problema es cómo pertenecer y participar del club de los innovadores, cuando la innovación se envuelve en situaciones y objetivos que no pueden reproducirse en todas las situaciones sociales y cuando lo que unos llaman innovación para otros son estrategias de supervivencia (Javier Echeverría, 2012).

Valores básicos del discurso de la innovación como la creatividad, la dedicación, la pasión o la auto transformación pueden rellenar el manual de prácticas bien intencionadas los protocolos de buenas prácticas o los libros de autoayuda, pero no son valores que coticen alto en los mercados y en situaciones precarias. Una de las tantas dificultades que tiene el estudio conceptual sobre la innovación es que conlleva al poco espacio que dedican a tratar los condicionamientos que implica el cumplimiento de los valores y objetivos que persiguen y se repara menos en el modo en *cómo se transforma la pasión creativa en pasión innovadora*, cuáles son las circunstancias estructurales (objetivas y subjetivas) que hacen posible la creatividad y las que corresponden a la transformación y las innovaciones de continuidad, mejora o ruptura²².

Cuando la narrativa o el discurso sobre el concepto de innovación llegan a estas instancias, no es suficiente referirse únicamente a su importe o utilidad para apreciar su significatividad o importancia, hay que analizar muy de cerca el trance que tiene este proceso de transformar la praxis y el discurso en retórica, a lo que además debemos prestar mucha atención, es a lo que crea la innovación, con qué se gestiona, a lo que se impregna, con qué se asocia y a la forma en cómo impacta.

Crear que la innovación es algo que podemos dar por supuesto, es creer que con solo usarla o mencionarla para hacer referencia a cualquier tipo de mejora en algún aspecto en especial del mundo de los procesos, es encerrarla en un estado embrionario, puesto que, en los momentos, cuando el exhorto al conocimiento tecnológico, a la economía de la innovación, al Manual de Oslo (E. J. E., 2008) o a los indicadores de transferencia

²² *Ibíd.*, Pág. 108.

tecnológica surgen con fuerza, es cuando se retorna al origen del debate, como si tuviésemos que recordar la tesis del eterno retorno y proponer nuevamente que hay aspectos, ámbitos, dimensiones, agentes, agencias o procesos que tienen otro tipo de lógicas, desarrollos y desenvolvimiento, que el mundo del ocio, el consumo o la innovación que estremecen la sociedades de las expectativas, permite que otras versiones aparezcan en los objetivos del bienestar y la calidad de vida, o que el manejo del tiempo y la inacción sean fines que canalizan las formas, fuentes y procedimientos de la innovación y asegurando esta realidad (Echeverría, 2009), en tal caso, la innovación social tiene otra esencia, responde a otra lógica, persigue otros fines, se afirma sobre otros medios y alcanza objetivos en muchos casos no previstos por la lógica social de la ingeniería económica (Rodríguez, 2011).

En conclusión, la dinámica que propone la innovación social es la expansión de lo social, es la dinámica y la puesta en escena de los intangibles, es decir, de la emergencia de aquello que concreta, representa y revela que el juego de la economía o el monopolio de la tecnología no pueden dar razón de todo²³(Echeverria, 2013). Existen nuevas lógicas con otros objetos y otros objetivos sobre la innovación, y tienen la tarea de hacer comprender que no todo empieza o termina con la innovación tecnológica o con el recorrido por la economía, sino que la calidad de vida, el bienestar, los juegos del ocio, las relaciones generacionales, la salud y los valores ocupan un lugar bajo el árbol sobre los estudios en innovación, y que en su efecto de eso es lo que se ocupará la innovación social.

²³ Analógicamente, puede ocurrir que estemos frente al emperador desnudo, puesto que, de tanto observarse y analizarse haya perdido la cualidad de mirar al otro y a los otros; y sólo cuando reconocen su debilidad y la de aquellos que la rodean, es cuando cae en la cuenta de que existen terrenos desconocidos para él.

La historia y las múltiples experiencias exitosas de la innovación indican que ésta se asocia con la capacidad de experimentar, aprender, crear nuevo conocimiento y transferirlo a otros grupos e individuos, creando cadenas invisibles formadas por miles de hilos que atan, unen y cohesionan instituciones, organizaciones y sociedades, temas y hechos claves de la nueva era (CEPAL, 2010).

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Fundación Vasca de Ciencia Iker Basque. (2013). Innovació y destrucción. Revista Iberoamericana de Argumentación, 12.

Adolfo Rodríguez Herrera, H. A. (2008). *Claves de la innovación social en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: CEPAL.

Agencia Nacional para la Superación de la Pobreza Extrema - ANSPE. (2013). *ESTRATEGIA NACIONAL DE INNOVACIÓN SOCIAL PARA LA SUPERACIÓN DE LA POBREZA EXTREMA*. Bogotá.

Andrew, C., & Klein, J.-L. (2010). *Innovación Social: Lo que es y por qué es importante entenderlo mejor*. Toronto: CRISES: Centro de estudios sobre Innovación Social.

Bernal, M. E. (2013). Explosión de ideas por toda la region. *Huella Social*, 6.

Boston., F. d. (2010). Innobarometer (Boston IndicatorsProject) . En C. Europea, *Reporte Analítico: La innovación en la Administración Pública*. Boston: Comisión Europea.

Buckland, H. (2013). *Innovacion Social: vias para cambiar el mundo. Educacion y Sostenibilidad* , 4.

Camargo, L. C. (2012). *LA INNOVACIÓN EN CARTAGENA Y BOLIVAR: Trece casos empresariales*. Cartagena - Bolivar: Universidad Tecnológica de Bolívar.

Caroline Andrew., J.-L. K. (2010). *Innovación Social: ¿Qué es y por qué es importante entenderla mejor*. Toronto: CRISES.

Castells, M. (1998). *La Era de la Información*. Madrid: Alianza.

CEPAL. (2010). *De la innovación social a la política pública. Historias de éxito en América Latian y el Caribe*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.

Cloutier, J. (2003). *¿Qué la innovación social?* Quebec - Canada: CRISES.

Colciencias: Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación. (2013). *BASES CONCEPTUALES DE UNA POLÍTICA DE INNOVACIÓN SOCIAL*. Bogotá.

Comisión Europea. (2011). *Estado de la Unión por la Innovación*. Office of the European Union.

Comisión Europea. (2011). *LA INNOVACIÓN SOCIAL en la Europa 2020: una herramienta para construir la igualdad de género*. Bruselas: Unión Europea.

E., J. E. (2008). El Manual de Oslo y La Innovacion Social. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 609-610.

E., J. E. (2008). LA INNOVACION DESDE UNA PERSPECTIVA FILOSOFICA. *LA INNOVACION VISTA DESDE TODOS LOS SENTIDOS: EL CRUCE DE CAMINOS*, 36.

E., J. E. (2011). CAMBIO DE PARADIGMA EN LOS ESTUDIOS DE INNOVACION: EL GIRO SOCIAL DE LAS POLITICAS EUROPEAS DE INNOVACION. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 1035.

Echavarría, J. (2008). Aportaciones preliminares a los estudios de innovación social. *Textos y pretextos para repensar lo social.*, 15.

Echeverría, J. (2003). *La revolución tecnocientífica*. Madrid - España: Fondo de Cultura Económica.

Echeverría, J. (2006). Modelo pluralista de la innovación: "el ejemplo de las humanidades". En L. R. A. Ibarra, *Las ciencias sociales y las humanidades en los sistemas de innovación, Estudios de Ciencia, Tecnología e Innovación*. (págs. 135 - 155). Madrid: Cátedra Sánchez-Mazas.

Echeverría, J. (2009). Concepción evolutiva de la Innovación. *Innovación y Sociedad*, 20.

Echeverria, J. (2013). Innovación y Sociedad: una aproximacion pluralista. 18.

Echeverría, J. (2013). La retórica de la innovación. *Revista Iberoamericana de Argumentación*, 12.

Escuela de Administración: Pontificia Universidad Católica de Chile. (2012). *LA INNOVACIÓN SOCIAL EN CHILE Y EL ROL DEL ESTADO EN SU DESARROLLO*. Santiago - Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.

Formichella, M. (2005). *LA EVOLUCIÓN DEL CONCEPTO DE INNOVACIÓN Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO*. Tres Arroyos - Argentina.

Fundación de la Innovación Bankinter. (2009). *Innovación social Reinventando el desarrollo sostenible*. Madrid.

Goodman, D. M. (2001). *Las diez innovaciones sociales más destacadas e inspiradoras*. Barcelona: ESADE.

Gurrutxaga, A. (2002). *Ciencias y Valores*. Barcelona: Destino.

Gurrutxaga, A. (2007). Cambio, innovación, complejidad y orden global. *Retratos del presente.*, 38.

Gurrutxaga, A. (2011). *Cambio, Incertidumbre y en los comienzos del siglo XXI.* Bilbao.

Gurrutxaga, A. (2011). CONDICIONES Y CONDICIONAMIENTOS DE LA INNOVACIÓN SOCIAL. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 20.

Gurrutxaga, A. (2011). Dimensiones, Ámbitos y Sentidos de la Innovación Social. *Arbor.*, 53 - 73.

Gurrutxaga, A. (2013). *No todo es innovación social.* País Vasco: Universidad del País Vasco (UPV/EHU).

Harris, M. y. (2009). *The innovation imperative: Why radical innovation is needed to reinvent public services for the recession and beyond.* London: NESTA.

Hernandez, I. U. (2013). Hay que ponerse en los zapatos de otros. *Huella Social*, 12 - 15.

Hippel, E. V. (2005). *Democratizing Innovation.* Cambridge: MIT Press.

Isaza, G. A. (2012). Aportes para la gestión y la política de innovación en función de la ciudadanía. *Innovar journal*, 25.

Javier Echeverría, A. G. (2012). *LA LUZ DE LA LUCIÉRNAGA: DIÁLOGOS DE INNOVACIÓN SOCIAL*. Madrid: Plaza y Valdez.

Maria Fatima León, M. B. (2012). La innovación social en el contexto de la responsabilidad social empresarial. *FORUM EMPRESARIAL*, 32.

Mulgan, G. (2008). *Dentro y fuera de sincronía: el desafío de las crecientes innovaciones sociales*. Londres: Young Foundation & NESTA.

Mulgan, G. (2008). *Innovation in 360 Degrees: Promoting Social Innovation in South Australia*. Melbourne: Government of south Australia.

Murillo, H. B. (2013). *Antena de Innovación Social: Vías hacia el cambio sistémico Ejemplos y variables para la innovación social*. Barcelona: El Tinter.

Murray, R. C.-G. (2010). *The Open Book of Social Innovation*. Londres: The Young Foundation and NESTA.

Murrillo, D. (2013). Cinco variables de la innovación social. *Huella Social*, 16 - 20.

OCDE Y EUROSTAT. (2005). *MANUAL DE OSLO*. COMUNIDAD EUROPEA.

Olivé, L. (2000). *La ciencia y la tecnología en la sociedad del conocimiento: Ética, política y epistemología*. México: Fondo de cultura economica.

Pauli, G. (Junio de 2013). De la economía verde, a la economía azul. (M. H. Veléz, Entrevistador)

Phillis Jr., D. K. (2008). REDESCUBRIENDO LA INNOVACIÓN SOCIAL. *STANFORD SOCIAL INNOVATION REVIEW*, 34 - 43.

Queraltó, R. (2003). *Ética, tecnología y valores en la sociedad global*. Madrid: Tecnos.

Rodríguez, L. E.-C. (2011). LA INNOVACIÓN SOCIAL Y EL NUEVO DISCURSO DEL MANAGEMENT: LIMITACIONES Y ALTERNATIVAS. *Arbor, Ciencias, Pensamiento y Cultura*, 15.

Sutz, J. (2003). Transformaciones tecnológicas y sociedad. En F. Calderon., *¿Es sostenible la globalización en América Latina?* Santiago de Chile: Fondo de cultura economica.

Tancredi, N. R. (2010). *De la innovación social a la política pública Historias de éxito en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: Naciones Unidas.

Umaña, I. H. (2013). Hay que ponerse en los zapatos de otros. *Huella Social*, 84.

Westley, F. (2008). *Un Marco para la Innovación Social*. Waterloo: of Waterloo.

Westley, F. (2009). *Getting to Maybe. Social innovation: an agency based approach to managing for resilience*. Waterloo: University of Waterloo.

Young Foundation. (2006). *Social innovation: what is, why it matters, how it can be accelerated*. London: Basingstoke - Press.