

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE BOLÍVAR**

**AUTORES:**

**YESID LIDUEÑAS BASTIDAS**

**APOXIMACION CONCEPTUAL AL DISEÑO DE UNA BATERIA DE  
UNA PROPUESTA DE INDICADORES DE INNOVACION SOCIAL  
DESDE LA PERSPECTIVA CONCEPTUAL DE GEOFF MULGAN**

**MAESTRIA GESTION DE LA INNOVACION**

**ASESOR: LUIS CARLOS ARRAUT**

**2014**

## **Dedicatoria**

**Para mi esposa, y mi  
familia por ser mi  
inspiración.**

## **Agradecimientos**

**Para mi esposa, al padre  
Álvaro Gutiérrez por  
enseñarme la importancia  
de trabajar por la  
dignidad humana**

## Contenido

<b>INDICE DE TABLA.....</b>	<b>5</b>
<b>INDICE DE ILUSTRACIONES.....</b>	<b>6</b>
<b>Capítulo I:.....</b>	<b>7</b>
<b>INTRODUCCIÓN:.....</b>	<b>7</b>
<b>1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....</b>	<b>7</b>
1.2 OBJETIVO GENERAL.....	8
1.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	8
Capitulo 2:.....	10
INTRODUCCIÓN.....	10
2.0 CONTEXTO Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA:.....	10
2.1 MARCO TEÓRICO.....	12
2.2 ESTADO DEL ARTE:.....	19
<b>CAPITULO 3 ELEMENTOS CONCEPTUALES QUE PERMITAN CONCEBIR A LA INNOVACIÓN DESDE EL CAMPO DE LO SOCIAL.....</b>	<b>33</b>
4 MODELOS DE INNOVACIÓN SOCIAL PREPONDERATES PARA LA IDENTIFICACIÓN DE PUNTOS QUE PERMITAN IDENTIFICAR ELEMENTOS COMUNES PARA CONSTRUIR INDICADORES DE MEDICIÓN DE IMPACTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN SOCIAL.....	46
4.1 Modelo basado en el individuo para la Difusión de la Innovación.....	50
4.2 Modelo de Innovación en el Sector Público.....	50
4.3 El Modelo de Comunidades de Innovación o CDI.....	51
4.4 MODELO DE GEOFF MULGAN Y CHARLES LEADBEATER.....	52
4.5 CASO COLOMBIA MODELO DE INNOVACION SOCIAL PARQUE DE LA INNOVACION SOCIAL UNIMINUTO.....	54
Indicadores de Resultados PCIS.....	55
5 Aproximación a una propuesta de indicadores de innovación social desde el análisis al contexto nacional.....	56
5.3 PROCEDIMIENTO IDENTIFICADO PARA LA DEFINICION DE INDICADORES.....	73
Bibliografía.....	78

## INDICE DE TABLA.

TABLA 1. ANALISIS DE PARALELOS TEORICOS .....	19
TABLA 2. . <b>MODELOS DE INNOVACION SOCIAL</b> .....	46
TABLA 3. MODELO DE INNOVACION SOCIAL RED DE INCLUSION PRODUCTIVA .....	62
TABLA 4. DEFINICION DE VARIABLES .....	74
TABLA 5. ESCALA DE LEAKERT PARA MEDICION DE NK.....	75
TABLA 6. ESCALA DE NIVEL DE IMPLEMENTACION Nc Y Na .....	75

## INDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 LÍNEAS DE ACCIÓN: .....	59
ILUSTRACIÓN 2 MODELO DE RED DE INCLUSION PRODUCTIVA .....	61
ILUSTRACIÓN 3 IMPACTO DEL MODELO DE INNOVACIÓN SOCIAL RED DE INCLUSIÓN PRODUCTIVA.....	69
ILUSTRACIÓN 4 IDENTIFICACION DE VARIABLES DE CAMBIO SOCIAL.....	70
ILUSTRACIÓN 5 CONOCIMIENTO SERVICIOS DE INNOVACION SOCIAL.....	71
ILUSTRACIÓN 6 OFERTA DE VALOR IDENTIFICADA .....	72
ILUSTRACIÓN 7: Modelo de Medición de Red de Inclusión Productiva.....	74
ILUSTRACIÓN 8 NIVEL DE APROPIACION DE CONOCIMIENTO EN TERMINOS PORCENTUALES.....	76

## Capítulo I:

### INTRODUCCIÓN:

El presente capítulo pretende generar un acercamiento al lector en relación a los procesos de innovación social y comprender el alcance de esta propuesta investigativa, teniendo en cuenta los lineamientos conceptuales relacionados con los modelos preponderantes en innovación social, fundamentados en los modelos teóricos de Javier Echeverría y Ander Gurrutxaga.

#### 1.1 DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.

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 conceptual. 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. Para ello, se analizan algunos de los primeros marcos conceptuales de la innovación social* (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 últimas uno de los aportes que hará esta propuesta de investigación.

Por tal motivo la presente investigación tiene como objetivo general diseñar e implementar un modelo para la medición de indicadores de impacto de las políticas locales para la gestión de la innovación social. Dado que, 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 esto no es un indicador que pone en evidencia el carácter innovador en sentido social que poseen las naciones, ¿pero es correcto afirmar que en una sociedad como la colombiana se invierte en este tipo de proyectos sociales más que en tecnología y ciencia? Y si es así ¿Cuál es el impacto que tiene sobre nuestras comunidades?

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 respetando las teorías del desarrollo humano.

## 1.2 OBJETIVO GENERAL

- ✓ Diseñar una propuesta de indicadores de medición de la innovación social desde la perspectiva conceptual de GEOFF MULGAN

## 1.3 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Identificar los elementos conceptuales que permiten concebir a la innovación desde el campo de lo social, y los distintos modelos de medición existentes.
- ✓ Analizar los modelos de innovación social preponderates para la identificación de puntos que permitan identificar elementos comunes para construir indicadores de medición de impacto de políticas públicas para la gestión de la innovación social.
- ✓ Desarrollar una aproximación a una propuesta de indicadores de innovación social desde el análisis al contexto nacional



## **Resumen de los capítulos.**

Es una realidad que la innovación sea constituido en un proceso de vital importancia para el desarrollo y la sostenibilidad de empresas y países, en este sentido, este nuevo paradigma ha sido estudiado en primera instancia desde un enfoque enteramente empresarial<sup>1</sup> y científicista.

Ahora bien, cabe decir que, para fines investigativos y para la comprensión de este trabajo, en el primer capítulo se realizara una revisión conceptual en relación a la forma en como ha sido entendido el concepto de innovación tradicionalmente, con el fin de hacer evidente que este concepto encierra aspectos puntuales que hacen de su análisis una tarea trascendente y multidisciplinar, para continuar con lo expuesto en el primer capítulo, en el segundo capítulo trabajaremos los paralelismos conceptuales que existen entre el concepto de innovación tradicional y el de innovación social, es necesario hacer este tipo de dilucidaciones en la medida en que, a partir de esta revisión conceptual se podrán conocer cuáles son los aportes más centralizados en relación a esta nueva manera de ver y pensar en la innovación, y paralelamente poder construir un concepto y una definición propia sobre la que se soporte este material académico. .

Para continuar con el hilo investigativo, en el tercer capítulo se expondrán los modelos más representativos que existen en relación a las teorías sobre innovación social, con el propósito de elaborar a partir de su análisis un modelo propio, que recoja de manera integral cada uno de los aspectos que individualmente exponen dichos modelos; es así como para el cuarto capítulo se procederá a implementar el modelo diseñado, a razón de medir y trazar el impacto que tienen las políticas locales en la gestión de la innovación social al interior de las comunidades del distrito de Cartagena.

En el quinto capítulo, se realizará una reflexión sobre la base de la información recogida con el instrumento de medición de indicadores de impacto para políticas de gestión de la innovación social en las comunidades en riesgo de la ciudad de Cartagena, consiguientemente a lo anterior, se patentizarán las conclusiones pertinentes sobre este

---

<sup>1</sup> J. Schumpeter

marco de análisis e investigación en función a la medición de indicadores de impacto de la innovación social.

## Capitulo 2:

### INTRODUCCIÓN.

A continuación se desarrollará un análisis de la pertinencia de la propuesta investigativa, teniendo en cuenta el contexto de la desigualdad social en la Latino América apoyados en los indicadores de la CEPAL y el BID, con la finalidad de contextualizar al lector en relación a los temas que se tratarán.

### 2.0 CONTEXTO Y DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA:

El desarrollo de un país está ligado a la innovación, la cual solo es posible por medio del desarrollo de procesos estructurados que nacen de las políticas públicas y que tienen una injerencia directa en la comunidad, la cual no se ve reflejada en los sistemas de innovación; dado que en las estructuras del triángulo de Sábato expuesto por (BOTANA, 1967) y en el de la triple hélice (Etzkowitz, February 2000), solo se relaciona la universidad, la empresa y el estado y los organismos de interface, pero no la sociedad como tal, lo cual no permite evidenciar la capacidad de apropiación y absorción del conocimiento de la comunidad por parte de los desarrollos realizados por los agentes del sistema, ni tampoco se evidencia la retroalimentación que la comunidad puede realizar a las acciones de innovación de cada agente, ni mucho menos se evidencia la gestión del conocimiento que la comunidad puede aportar para realizar y gestionar estrategias de mejorar en relación a su calidad de vida, las cuales permitan de alguna manera mejorar y/o transformar situaciones y realidades sociales, tal como se expone en la (UNION EUROPEA FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL, 2012), en donde se define la Innovación social como la herramienta para desarrollar e implementar nuevas ideas, productos, servicios y modelos para crear nuevas relaciones o colaboraciones sociales en donde lo vital en ella es desarrollar dinámicas sociales y en cuyo proceso se requiere de la identificación de nuevas y adecuadas soluciones sociales, con ello se busca que con el desarrollo de nuevas estrategias y soluciones se dé respuesta a la mayor cantidad de necesidades sociales, con el fin de utilizar la evaluación de nuevas soluciones dado que el proceso de desarrollo tecnológico e innovación de las últimas décadas ha demostrado ser principalmente dirigido por la

demanda de mercados para la población de ingresos medios-altos, por mejorar eficiencia y efectividad de productos y servicios principalmente utilizados por estos sectores sociales. La atención a las necesidades de las personas de bajos ingresos no fue parte de muchos de los procesos de avances registrados, acentuando las disparidades dentro de una misma sociedad, potenciando aún más la segregación y pobreza. Esta realidad que sufren las personas de más bajos ingresos se la puede asociar al concepto de “castigo a la pobreza” dado que las familias pagan muchas veces más por menos y no tienen acceso a productos o servicios especialmente adaptados a la medida de sus necesidades y contexto cultural, social y económico, Dado que Las comunidades más pobres están marginadas del mundo empresarial y académico, al no ser vistas como un actor relevante dentro de los modelos de negocios y en especial en los sistemas de innovación (BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, 2011) o del entorno de pensamiento científico. Esto tiene tres efectos directos: (i) las familias más pobres no disponen de productos y servicios desarrollados a la medida de sus necesidades; (ii) la mayoría de las iniciativas de microemprendimiento son de bajo valor agregado y por ende no contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos (iii) empresas y universidades ven sus posibilidades de crecimiento limitadas por la exclusión de estos sectores sociales, adicionalmente, el modelo tradicional de intervención de las empresas en segmentos que experimentan el fenómeno de la pobreza, tienden a ser asistencialistas y de baja escala de beneficiarios. Por lo general, trabajan en el área geográfica dónde intervienen (en las comunidades colindantes a la empresa), destinando parte de los excedentes del negocio a hacer proyectos con foco “social”. Se tiende a mejorar las relaciones con las comunidades para no frenar el negocio y a mejorar la imagen de la empresa, pero no con el “core business” de la compañía. Dado este contexto, es necesario pensar en nuevos modelos de organización social y económica que contemplen la integración de las poblaciones más pobres y de la comunidad civil en general, aprovechando la energía creativa existente en las comunidades y acelerándola con las universidades, empresas y el estado, dado que la innovación es un proceso tradicionalmente asociado a la creación o mejora de productos o servicios. Sin embargo, también es aplicable a otros aspectos: la reinención de los procesos/modelos de negocio para adaptarse a nuevos mercados con características diferentes, desarrollo de estrategias de comunicación especializadas o cambios en el uso de los canales de distribución tradicionales.

Por ello, en marco de las necesidades sociales y el escalamiento efectivo de la innovación social, y dada la no existencia de un sistema que permita realizar una medición y un seguimiento a las políticas públicas actuales del orden nacional y distrital que permitan medir la innovación social y su impacto como lo expone la unión europea en su documento (European Commission , 2013) y con el propósito de poder retroalimentar el sistema de innovación actual o generar políticas públicas que redunden en un desarrollo social y económico para la comunidad en general, se plantea Diseñar un modelo de medición a partir de la creación de un banco de indicadores que permita evaluar el impacto de las políticas de innovación social para la generación de estrategias y planes de inversión por

parte de los agentes intervinientes en el sistema de ciencia y tecnología, a fin de contribuir al desarrollo social y económico de la base de la pirámide que en el contexto latinoamericano está compuesto por más de 4.000 millones de personas las cuales viven con menos de dos dólares por día (BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO, 2011) por ello es de vital importancia la implementación de un modelo de trazabilidad a partir de un banco de indicadores que permita desarrollar de manera efectiva la evaluación del impacto de las políticas expuestas por un gobierno y sus distintos planes de desarrollo teniendo en cuenta la intervención de cada agente en cada uno de los procesos de innovación, más cuando se evidencia la falta de una clara metodología para facilitar la innovación social por ello la presente investigación pretende responder al siguiente interrogante de investigación.

¿Es Factible diseñar un modelo de medición, a partir de la creación de un banco de indicadores encaminados a evaluar el impacto de las políticas de innovación social, para la generación de estrategias y planes de inversión en ciencia la tecnología y la sociedad?

## 2.1 MARCO TEÓRICO

### **Innovación social conceptos y alcance:**

Para comprender la conceptualización de la innovación social se tendrá en cuenta lo expuesto por los profesores Javier Echeverría y Ander Gurrutxaga, además nos apoyaremos en lo explicitado por “Social Innovation: Some Definitions” de Andrea Bassi, en donde se destaca la importancia que ha tomado la innovación social en diferentes esferas académicas y, de manera sintética, describe algunas de las definiciones que rodean al concepto desde enfoques económicos, sociológicos y desde la ciencia política. Con el objetivo de indicar qué definición ofrece mayor precisión y permite hacer más observable los procesos y actividades bajo los que se desarrollan las innovaciones sociales, Bassi decide crear tres modalidades diferentes bajo las que se describe la innovación social: la sistemática, la pragmática y la managerial (Bassi, 2011:1). Tomando esta breve clasificación que ofrece Bassi, se ampliara estas categorías a fin de ofrecer una descripción que se considerara más ajustada de cada una de los enfoques que rodean a la innovación social. Esto permitirá comprender mejor las definiciones, procesos, actores y objetivos que rodean a la innovación social, dando un marco adecuado para analizar la concepción que articula las políticas públicas que la fomentan.

### **La innovación social desde un enfoque económico**

Para desarrollar el análisis de la innovación social desde el enfoque económico se pueden identificar autores y organismos que a lo largo de los últimos 20 años han trabajado y dado significado el concepto de innovación social, concibiéndola como aquella que se articula desde un enfoque de carácter económico. Los autores que se enuncian a continuación,

parten de la concepción del modelo schumpeteriano de la innovación, pero se centrarán en prácticas e iniciativas que justificaran el carácter “social” del concepto.

La innovación fue un elemento central para el economista austríaco Joseph Alois Schumpeter a la hora de explicar su teoría de los ciclos económicos. Para Schumpeter, las crisis económicas -como la Gran Crisis de 1873 que toma como ejemplo- son parte natural del modelo capitalista, un modelo que él describe como cíclico. Cada ciclo económico, que califica de diferentes maneras dependiendo de su duración, llega a un momento de colapso cuando “la demanda, por así decirlo, está esperando una oferta concreta, de lo que se desprende que este flujo económico se encuentra cerrado” (Schumpeter, 1993). Para inaugurar un nuevo ciclo económico es necesario un elemento que, según Schumpeter, puede ser tanto una nueva mercancía, como un nuevo método de producción, la apertura de un nuevo mercado, una nueva fuente de materia prima, un nuevo modelo de organización industrial o la creación de un monopolio. Ese nuevo elemento que tiene la capacidad de constituir un nuevo ciclo económico es lo que Schumpeter describe como innovación, y el sujeto que va a introducir dicha innovación en el mercado lo denomina emprendedor.

A lo largo del siglo XX, ambos conceptos (innovación y emprendedor) han sido tratados por diversos autores de la teoría del management que, partiendo de las ideas de Schumpeter intentarán pensar la innovación como un proceso, que se puede sistematizar y por ende medir, que pierde su carácter *turbulento* y puede seguir unos protocolos rutinarios en el interior de la empresa.

De manera paralela, encontramos otros autores, que en algunos casos siguen las premisas de Schumpeter - sobre todo en referencia a la estrecha relación entre innovación (social) y emprendedor (social)- y que calificarán las prácticas y procesos de una serie de agentes individuales y organismos colectivos bajo el nombre de innovaciones sociales. Para estos autores, este conjunto de iniciativas pueden tener una estrecha relación con entidades públicas o privadas pero se caracterizarán por “reconocer necesidades que no están siendo adecuadamente satisfechas por el mercado o el Estado” (Young Foundation, 2006) teniendo como principal objetivo paliar una demanda de carácter social.

Para enmarcar mejor de qué análisis parten y cómo definen la innovación social, se puede resumir algunas de las ideas de los autores que han ido construyendo esta categoría de innovación social como Jonathan Gershuny, Geoff Mulgan o Charles Leadbeater. Uno de los primeros autores que utilizó el concepto de innovación social como parte de un análisis económico fue el sociólogo Jonathan Gershuny, en su libro “Social Innovation and The Division of Labour” de 1983. Gershuny argumenta que hay dos maneras de analizar el cambio técnico y su relación con la estructura social y económica. Por un lado, como algo “encarnado en las nuevas tecnologías, nuevas máquinas, nuevas formas de organizar el

trabajo. Esto reduce los costos de producción de determinados productos básicos, cambia los precios relativos y, por lo tanto, altera los patrones de consumo” (Gershuny, 1983:1). Sumado a este efecto, Gershuny señala otro que no tiene tanto que ver con el espacio de trabajo sino con el espacio doméstico, ya que debido a estos cambios técnicos los hogares - según el autor- tratan de evitar la compra de servicios finales cada vez más caros y los sustituyen por servicios producidos en el propio ámbito doméstico. Este fenómeno, que Gershuny describe como un cambio en el “modelo de suministro” de los hogares (1983:4) es un ejemplo de los procesos que el autor califica como innovación social. Según trata de demostrar empíricamente Gershuny a través de las estadísticas de ingresos nacionales, este cambio afecta tanto a la distribución industrial del empleo como a la división del tiempo entre trabajo remunerado y trabajo no remunerado en el ámbito doméstico (1983:3). Por tanto, uno de los principales objetivos de Gershuny es demostrar las consecuencias que los cambios en los patrones de las actividades productivas informales tienen sobre el desarrollo económico, una actividad productiva “en la que debemos pensar como “trabajo”- pero que sin embargo se mantiene fuera de lo que la economía convencional define como *lo económico*” (1983:32). Gershuny entiende los procesos de innovación social como un fenómeno que incide en lo económico de manera directa, pero que, durante las décadas anteriores, había permanecido oculto en los marcos tradicionales de análisis del desarrollo económico. De hecho, Gershuny lanza diversas predicciones respecto a cuál va a ser la organización social del trabajo y su impacto en el desarrollo económico en el futuro (en concreto, durante la década de los 80s y los 90s) siguiendo el modelo de análisis que propone donde la innovación social tiene un papel muy relevante. Uno de los divulgadores más citados que ha alimentado esta concepción de la innovación social trabajando como asesor para su implementación en programas de política pública es Geoff Mulgan de entender “las actividades y servicios innovadores que están motivados por el objetivo de satisfacer una necesidad social y que son en su mayoría difundido a través de organizaciones cuyos objetivos principales son sociales” (Mulgan, 2008). Para Mulgan, la innovación social es un fenómeno amplio que puede estar conducido por organismos gubernamentales, iniciativas privadas o motivados por la sociedad civil en determinados contextos históricos pero sobretudo conducido por los emprendedores sociales. Tal y como el autor indica en un breve repaso histórico a fenómenos que incluye en su concepción de innovación social:

### **La innovación social desde un enfoque Administrativo**

Para hablar del enfoque administrativo se debe hacer referencia a Peter Drucker, el cual hablo del papel central de la sociedad en los procesos de innovación en lo que él mismo denominó como la “Sociedad del Conocimiento” [Drucker, 1993]. Autores como Schumpeter, Drucker o el economista William Baumol (Baumol, 2002) serán claros referentes a la hora de entender la innovación social desde esta perspectiva de la administración. Al analizar este enfoque, se escogido el artículo “Rediscovering Social

Innovation”, donde sus autores repasan las principales ideas que desde el 2003 se han ido construyendo en el Stanford Social Innovation Review (SSIR) en pos de definir la innovación social, determinar sus objetivos y contextualizar el proceso en el que florece. Como se nota, las ideas que se despliegan en el SSIR son en gran parte deudoras de la teoría del management, añadiendo algunos matices y variables en este enfoque. En dicho artículo, James, A. Phillips Jr., Kriss Deiglmeier y Dale T. Miller recogen la definición de la innovación social que han ido construyendo las diferentes aportaciones en el SSIR:

"Muchas innovaciones hacen frente a los problemas sociales o buscan satisfacer necesidades sociales, pero sólo desde la innovación social se entienden la distribución de valor económico y el valor social inclinados hacia la sociedad en su conjunto. Esto nos lleva a nuestra definición completa de la innovación social: Una nueva solución a un problema social que es más eficaz, eficiente, sostenible, o justa que las soluciones existentes y cuyo valor creado se acumula principalmente en la sociedad en su conjunto en lugar de en individuos particulares" (Phillips Jr., 2008).

Estos autores subrayan la que consideran “la quintaesencia de la innovación social: las microfinanzas -la prestación de préstamos, ahorros, seguros y otros servicios financieros a los pobres que carecen de acceso al sistema financiero convencional” (2008: 36). Entienden este sistema crediticio como una forma de combatir el problema de la pobreza, motivado principalmente -según remarcan- debido a que hay “billones de personas atrapadas en un ciclo de subsistencia, ya que no puede obtener acceso a capital para invertir en actividades que podrían permitirles escapar de la pobreza” (2008:36). Esto no sólo repercute en aquellos emprendedores o inversionistas que participan directamente de esas microfinanzas, sino que “aunque hay excepciones, la mayor parte del valor económico creado por las instituciones de microfinanzas se acumula a los pobres y el público en general” (2008:36). De la misma manera que algunos autores que hemos reunido bajo el enfoque económico, el premio Nobel de la paz Muhammad Yunus, pionero de las microfinanzas, es identificado como un emprendedor social, como el sujeto que lidera y consolida este proyecto. Por tanto, los principales elementos que estos autores sitúan son similares al enfoque económico, pero destacan la importancia de la innovación social (en este caso, las microfinanzas) por encima del emprendedor social y el “valor social” derivado de esta innovación, que repercute en toda la sociedad y no sólo en el individuo que la activa. El “valor social” lo definen como “la creación de beneficios o reducciones de los costos para la sociedad-a través de esfuerzos para atender las necesidades y problemas sociales- por vías que van más allá de las ganancias privadas y de los beneficios derivados de la actividad del mercado” (2008:39).

Se distancian así del “padre de la innovación, Joseph Schumpeter, que estaba interesado en los emprendedores sólo como un medio para alcanzar la innovación. En su clásico “Capitalismo, Socialismo y Democracia” la *creación destructiva* relacionada con el

emprendizaje es principalmente un vehículo para crear crecimiento económico” (2008:37). Sumado a esto, los autores entienden que la innovación social no es sólo un proceso gestionado por emprendedores o empresas sociales, sino que puede surgir de” iniciativas sin ánimo de lucro establecidas, empresas e incluso de los gobiernos” (2008:37).

Una idea importante es la diferencia que establecen estos autores entre “empresa social”, innovación e innovación social. Una cosa sería una innovación que responde a una necesidad social a través de la lógica del mercado -siguiendo la narrativa de la “empresa social”- y otra muy diferente una innovación que genera “valor social”, superando la relación entre empresa y cliente. Para ilustrar esta idea acuden al ejemplo de empresas farmacéuticas con ánimo de lucro que lanzan *live saving drugs* al mercado. Argumentan que los productos de estas empresas “son socialmente valiosos e incluso generan beneficios para la sociedad más allá de las ganancias para inversores, inventores, y consumidores, son innovaciones que los mecanismos de mercado tradicional puede producir y distribuir de manera relativamente eficiente” (2008: 39). El problema, remarcan, es que hay grupos sociales de la población que si bien necesitan estos productos, no pueden pagarlos. Para resolver este problema social, “existen organismos sin ánimo de lucro como como el *Institute for OneWorld Health* (que) han surgido para desarrollar medicamentos para personas pobres, y empresas como Merck & Co. han construido alianzas público-privadas para donar medicamentos como el *Mectizan* a los pacientes de países en vías de desarrollo” (2008: 39). También presentan las redes de comercio justo como una innovación con valor social respecto al mercado libre, que defienden como una práctica que crea desarrollo local, empleos e incrementa la solidaridad comunitaria. Por tanto, la innovación social va a emerger como respuesta (de movimientos sociales, empresas o gobiernos) a situaciones socialmente problemáticas y es en períodos de crisis o de grandes injusticias sociales.

### **La innovación social desde una perspectiva inclusiva**

Al desarrollar el análisis de la Innovación social desde una perspectiva inclusiva se debe referir a Westley & Antadze dibujan un ciclo no-lineal que se distancia de los enfoques económico o managerial. De entrada, definen la innovación social como un proceso que no tiene por qué estar implicado en torno a un interés comercial -pese a que no deba definirse de manera opuesta a dichos intereses- cuyo objetivo último está orientado “a producir una transformación en un plano sistémico” (2010:3). Los autores diferencian los conceptos “empresa social”, “emprendedor social” e “innovación social”, donde este último es el contexto necesario para que los primeros puedan emerger. Por otro lado, diferencian las invenciones o las ideas - que reconocen pueden darse por parte de individuos o comunidades sociales de manera cotidiana como respuesta a problemas sociales locales- de las innovaciones sociales, que tiene la capacidad de cambiar las instituciones que crearon el problema que se busca paliar. El proceso de innovación social expresado por Westley & Antadze contiene multitud de variables que dificultan su aparición y su gestión. Para que la



innovación social emerja y tenga un impacto social amplio, tiene que darse un proceso complejo donde interactúan factores sociales, económicos y culturales y donde tan importante es el papel de una comunidad que demanda esa innovación, como la figura de los “emprendedores institucionales” - que puede ser un colectivo o una red de agentes- que son los encargados de producir los cambios en el entorno (político, económico, cultural) para que la innovación florezca (Westley F. , 2008). Según estos autores, “la innovación social es un proceso complejo bajo el que se introducen nuevos productos, procesos o programas que cambian profundamente las rutinas básicas, los recursos y los flujos de autoridad o las creencias del sistema social en el que la innovación se produce. Estas innovaciones sociales exitosas tienen durabilidad y gran impacto” (Westley F. , 2009). Los autores otorgan así un carácter *disruptivo* (Christensen et al., 2006)

### **Innovación social, desarrollo territorial y gobernanza desde la ciencia política**

Una mirada más completa a la hora de definir, significar y analizar los procesos que bajo el paraguas que a continuación presentaremos son considerados como innovación social. El cuerpo de trabajo que acompaña a este enfoque es mucho más rico que en los casos anteriores, ya que analiza la literatura que de manera paralela intenta describir la innovación social, traza su propia concepción de dicho concepto a través de numerosos casos de estudio y se apoya en un enfoque científico especialmente interesante para los objetivos de nuestra futura investigación. Veremos cómo bajo este enfoque, siguiendo la estela trazada por el anterior (socio-ecológico) se intenta trascender la noción de innovación como elemento directamente relacionado con el mercado y la eficiencia económica. En este caso, la innovación social será entendida como elemento indispensable para los procesos de inclusión de sectores sociales marginados donde los cambios en las instituciones (en su acepción más amplia) vendrán precedidos de cambios en las relaciones de poder a través de procesos no faltos de conflictos, tensiones y ambivalencias. Como algunos aportaciones que veremos en este apartado apuntan, los procesos de innovación social mostrarán su doble cara, ya que “mientras algunos pueden ser emancipatorios, inclusivos y democratizadores, otros señalan una tendencia mucho más preocupante hacia la erosión de la responsabilidad democrática y la consolidación de un rápido proceso de neo liberalización” (Swyngedouw, 2009:63)

Bajo este enfoque queremos contextualizar el trabajo desarrollado por el proyecto de investigación SINGOCOM (Social Innovation, governance and community building) nacido a finales de los 80s. SINGOCOM se constituyó durante un workshop centrado en la innovación social y el desarrollo territorial y comunitario organizado bajo el programa 5 del European Commission Framework. En sus primeros pasos, SINGOCOM buscaba reforzar el significado de la innovación social en el ámbito de las políticas y la acción colectiva,

confrontándola a las versiones más institucionalizadas que se estaban construyendo desde organismos como la UE y la OECD (MacCallum et al., 2009).

Tal y como argumentan:

“En la literatura de la ciencia social dominante de la década de los 90, el concepto de innovación social se limita casi exclusivamente a la ciencia de gestión y administración de empresas como una dimensión innovadora de la estrategia de negocio. Su significado en estas disciplinas, básicamente, implica un cambio en el capital humano e institucional y/o sociales que contribuyan a la mejora de la competitividad" (Mouleart et al., 2005a:80)

### **La innovación social y las políticas públicas**

Durante las últimas décadas, la concepción de la innovación en las políticas de la UE ha ido acercándose de manera paulatina hacia un modelo que no se reduce a los procesos de innovación que se dan en el ámbito empresarial, sino que toman en consideración la capacidad de innovación de la sociedad en su conjunto. Buen ejemplo son las diferentes ediciones que se han ido elaborando del Manual de Oslo, el principal protocolo de medición de innovación que ofrece directrices para la recopilación e interpretación de datos sobre innovación y que sirve como hoja de ruta a los Estados miembro europeos. Las diferentes ediciones del Manual de Oslo han sido elaboradas a través de colaboraciones entre la OCDE y el Eurostat. La primera edición (1992) estaba principalmente centrada en el sector industrial. La segunda edición (1997) actualizó las definiciones, la metodología y recogía la llamada Innovación Tecnológica en Productos y Procesos. La tercera edición hizo una revisión de todo lo relativo a la innovación no-tecnológica ampliando su definición y las tipologías de las antiguas ediciones, así como las relaciones que describen los diversos tipos de innovación propuestos.

En la definición de la innovación que nos ofrece esta tercera edición del manual, muy cercana a la concepción Schumpeteriana, este concepto se entiende como “la introducción de un producto (bien o servicio) nuevo, o significativamente mejorado, de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores” (OCDE Y EUROSTAT, 2005). Más allá de esta definición, lo que nos interesa destacar de esta última edición es que hace especial mención de aquellos procesos de innovación que escapan a los ciclos tradicionales, donde los departamentos de I+D formales pueden nutrirse de procesos sociales y culturales cuyos flujos de información y conocimiento

pueden ser la fuente para nuevos servicios, productos, formas de comunicación o modelos organizativos. El problema principal que señala la tercera edición de Oslo respecto a esta expansión del marco en el que aflora la innovación, es que no se encuentran formas fiables de medir este proceso dinámico (2005: 253), tarea continua en la que trabajan organismos como el PRO INNO Europe<sup>31</sup> y su informe anual sobre innovación, el European Innovation Scoreboard

Con esta breve revisión de las ediciones del Manual de Oslo vemos que de una idea de innovación enmarcada en un proceso industrial o de base tecnológica, pasamos a una concepción donde la innovación se entiende como un sistema más amplio donde es importante “la transferencia y la difusión de las ideas, de la experiencia, del conocimiento, de la información Esta información circula a través de canales y redes que se imbrican en un marco social, político y cultural que guía y delimita las actividades y la capacidad de innovación” (OCDE Y EUROSTAT, 2005). La trayectoria que siguen la tres ediciones, marca una integración cada vez mayor en la concepción de la innovación de factores que se describían como no-económicos (Gershuny, 1983).

## 2.2 ESTADO DEL ARTE:

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*:

TABLA 1. ANALISIS DE PARALELOS TEORICOS

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 Fundations	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 - Bogota	Colciencias	Innovación - Desarrollo - Pobreza - Comunidades
2013	Unión Europea	Unión Europea	Economía Social - Innovación

Fuente: Los Autores

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* (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 vas 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 libro sagrado de la 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 innovación en mercadotecnia y la innovación organizativa, es evidente ya desde el mismo *Órganon de la Innovación*<sup>2</sup> que el concepto y por ende la percepción sobre lo que es la innovación varía y se transforma 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 patenta 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 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*<sup>3</sup>), 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.

---

<sup>2</sup> Hacemos referencia al Manual de Oslo como documento fundamental dentro de los estudios sobre Innovación.

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

A lo anterior también se suman los estudios realizados por fundaciones como la *Bankinter* en España, en donde a través del análisis de las políticas públicas europeas para el desarrollo de la pobreza y el mejoramiento de la calidad de vida, para esta fundación española 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).

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 el Ministerio Nacional de Colombia 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 como 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, así quedará definido el enfoque bajo el cual se guiará esta investigación y por ende los parámetros bajo los cuales se construirá el modelo para la medición de indicadores de impacto de las políticas públicas para la gestión de la innovación social en Cartagena de Indias.

### **2.3 EL MANUAL DE OSLO Y LA INNOVACIÓN TRADICIONAL.**

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 semifabricados, 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).

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.<sup>4</sup>

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.

---

<sup>4</sup> Citaremos el Manual de Oslo por la traducción al castellano publicada por el Grupo Tragsa (2006) y disponible en Internet.

***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 comercialización.

***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.

***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 un 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 tecnológica”<sup>5</sup>.

En resumidas cuentas, 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 competencia 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.

---

<sup>5</sup> Síntesis realizadas en el año 2012 por el profesor Luis Carlos Arrautt, en su obra: **La innovación en Cartagena y Bolívar: Trece casos empresariales.**

## **2.4 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 capítulos anteriores, la doctrina Schumpeteriana 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 para dar soporte a lo antes mencionado podemos afirmar que en lo concerniente y hasta ahora estudiado sobre innovación se tiene que:

- ✓ Existen varios tipos de innovación, que no son exclusivamente innovaciones tecnológicas o empresariales. Por ejemplo, pensemos en lo que es la innovación abierta.
- ✓ 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).
- ✓ 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.
- ✓ 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, Concepción evolutiva de la Innovación., 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, Cambio, Incertidumbre y en los comienzos del siglo XXI, 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).

Comprendido todo lo antes expuesto, pensemos entonces ¿de dónde se desprende el concepto de innovación social? Para dar solución a este interrogante nos apoyaremos en 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 “*procesos ciegos*” 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.

La propuesta 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, No todo es innovación social, 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, Modelo pluralista de la innovación: "el ejemplo de las humanidades", 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 las raíces del conflicto. 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, No todo es innovación social, 2013).

Para este tipo de análisis se podría concluir provisionalmente diciendo 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 no basados en conocimiento científico (Echeverría, Concepción evolutiva de la Innovación., 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, La retórica de la innovación, 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, continúa 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, 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 las

raíces del conflicto. 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 (Abad, 2011).



## **CAPITULO 3 ELEMENTOS CONCEPTUALES QUE PERMITAN CONCEBIR A LA INNOVACIÓN DESDE EL CAMPO DE LO SOCIAL.**

INTRODUCCION El desarrollo del análisis de la Innovación social, requiere de una aproximación a los conceptos relacionados con esta temática a fin de diferenciar la innovación tradicional de la social al tiempo que se deslumbraran las bases conceptuales para la construcción de una fundamentación conceptual para el desarrollo de un modelo de medición. .

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 (Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación - Colciencias, 2013).

Así pues, 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 la y dinamizar el potencial creativo e innovador en la solución de problemas en ambientes propicios y estimulantes; y satisfacer 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).

### **3.1 Análisis teórico-conceptual 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 Phills, 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, 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.

Por eso, 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, 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 Europea*, 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 nuestra región” (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 Westley<sup>6</sup>, 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 la autora, es vital en tanto que su definición 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

---

<sup>6</sup> 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.

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 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, Cambio, Incertidumbre y en los comienzos del siglo XXI, 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).

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).

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 desarrollará 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*. 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 reconocer (Javier Echeverría, 2012).



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:

1. 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.
2. Es un asunto pragmático, persigue funciones específicas basadas en la idea general de lo que deben ser las buenas prácticas y las prácticas sostenibles.
3. 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.
4. 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 grupos (Javier Echeverría, 2012).

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 (Abad, 2011). De ahí que, para los fines investigativos y para apropiarnos de una definición que oriente el presente estudio, 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 (LA LUZ DE LA LUCIÉRNAGA: DIÁLOGOS DE INNOVACIÓN SOCIAL, 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 resumidas cuentas, detallar y tratar de dar una definición sobre lo que 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 adquieren rasgos diversos allá donde se expanden. 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 (Basque, 2013).

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*, ahora bien de acuerdo a lo arriba expuesto, la novedad no se toma simplemente como aquella idea novedosa totalmente disruptiva 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 Yunus<sup>7</sup> es tanto el microcrédito en sí (el producto) como también el proceso que comenzó a desarrollarse luego de que este se difundiera. Por lo mismo, esta innovación es también el proceso complejo asociado a la introducción de este producto en cuanto este desarticula el cómo funcionaba la industria de los créditos, por lo que genera un nuevo mercado y obliga 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 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).

---

<sup>7</sup> Fundador del Grameen Bank y Premio Nobel de Paz 2006.

#### 4 MODELOS DE INNOVACIÓN SOCIAL PREPONDERANTES PARA LA IDENTIFICACIÓN DE PUNTOS QUE PERMITAN IDENTIFICAR ELEMENTOS COMUNES PARA CONSTRUIR INDICADORES DE MEDICIÓN DE IMPACTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN SOCIAL.

RESUMEN *Para el desarrollo de este capítulo, se trabajó bajo los lineamientos de la Unión Europea la cual en los últimos 15 a 20 años, ha dado lugar un debate sobre la innovación regional y local. Esta innovación ha tenido un fuerte impacto en la geografía socioeconómica en otros continentes, y en especial en América del Norte por medio del desarrollo de estudios que permiten mirar la pertinencia de las acciones realizadas por los gobiernos en materia de innovación social*

Para el desarrollo de este capítulo hay que analizar la presente tabla en donde se encuentran los distintos modelos de Innovación social según la Tabla 1:

TABLA 2. MODELOS DE INNOVACION SOCIAL

	<i>Económico</i>	<i>Gerencial</i>	<i>Sistémico</i>	<i>Participativo</i>	<i>Ciencia Política</i>
<i>Definición</i>	<i>Nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que satisfacen las necesidades sociales (con mayor eficacia que las alternativas) y que a su vez crean nuevas relaciones sociales o colaboraciones.</i>	<i>Una nueva solución a un problema social es más eficaz, eficiente, sostenible, o justa que las soluciones existentes y cuyo valor creado se acumula principalmente en la sociedad en su conjunto en lugar de en individuos particulares</i>	<i>Proceso complejo donde interactúan factores sociales, económicos y culturales que cambian profundamente las rutinas básicas, los recursos y los flujos de autoridad o las creencias del sistema social</i>	<i>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 nuestra región</i>	<i>Cambios en programas, agencias e instituciones que llevan una mejor inclusión de los grupos excluidos en diversos ámbitos de la sociedad. Cambios en la dinámica de las relaciones sociales</i>
<i>Gestor de la IS</i>	<i>Emprendedor social</i>	<i>Emprendedor social y Empresa social</i>	<i>Comunidad y Emprendedor institucional</i>	<i>N/D</i>	<i>Sociedad civil Colectivos sociales y</i>

					culturales
<i>Objetivo principal</i>	<i>Satisfacer una necesidad social a través de un servicio realizado por el emprendedor o la empresa social</i>	<i>Creación de valor social</i>	<i>Cambios profundos/disruptivos en el sistema social.</i>	<i>Mejorar resultados de modelos tradicionales / Aumentar niveles de participación ciudadana y democracia</i>	<i>Inclusión social y fomento del desarrollo local. Aumento de capacidad socio-política y acceso a los recursos necesarios para satisfacer necesidades fundamentales</i>
<i>Conceptos clave</i>	<i>Emprendedor economía social</i>	<i>Responsabilidad social corporativa, tercer sector, valor social</i>	<i>Sistema social, complejidad, comunidad, cambio disruptivo</i>	<i>Desarrollo, democracia, comunidad, beneficiarios</i>	<i>Gobernanza, sociedad civil, territorio local, inclusión social</i>
<i>Organismos que lo fomentan</i>	<i>Nesta</i>	<i>Centro de Innovación Social de Stanford</i>	<i>SIG (Social Innovation Generation)</i>	<i>CEPAL</i>	<i>SINGOCOM</i>
<i>Autores</i>	<i>Geoff Mulgan Charles Leadbeater</i>	<i>Kriss Diegfmeier Dale T. Miller</i>	<i>Frances Westley Nino Antadze</i>	<i>Nohra Rey de Marulanda Francisco B. Tancredi</i>	<i>Frank Moulaerf Swyngedouw</i>

Fuente: Los Autores

Hoy en día, los Modelos de Innovación innovación social están basados en la innovación Territorial (TIM) están muy centrados en la economía y la tecnología, y su relevancia para el desarrollo socioeconómico equilibrado, buena gobernanza y la construcción de la comunidad ha sido cuestionada. Existe una creciente necesidad de enfrentar estos TIM con un "nuevo" tipo de literatura sobre desarrollo integrado (IAD) y las iniciativas de la economía social en el ámbito local.

SINGOCOM (UNION EUROPEA, 2005) se propuso formular un modelo alternativo para el desarrollo local de innovación (ALMOLIN), sobre todo haciendo hincapié en el papel de la dinámica de gobierno. Este modelo se basaría en el concepto multidimensional de la innovación social, la combinación de varios puntos de vista de esta noción. Fue para permitir un diálogo adecuado entre la economía institucional y la sociología, modelos territoriales de innovación y planificación institucionalista. El proyecto tenía como objetivo:

Completar e integrar las evaluaciones parciales de los Modelos de Innovación Territorial (TIM), en el contexto de la necesidad de un enfoque multidimensional de la innovación social.

Proporcionar una visión estructurada de la literatura sobre modelos alternativos de innovación local y combinar los puntos fuertes de cada una de las literaturas en el modelo ALMOLIN.

Estudio y evaluación de Desarrollo Integrado (IAD) y las iniciativas de la economía social para cada uno de los países y metrópolis que participan en la investigación, en especial mediante la comprobación de su contenido social innovadora. Estas encuestas no estaban disponibles para la mayoría de países de la UE.

Mostrar la importancia estratégica de la innovación social (programas de desarrollo multidimensionales, la satisfacción de las necesidades humanas de las comunidades desintegradas o excluidos, la innovación en la gestión pública mediante la participación de diversos sectores de la sociedad civil), al desarrollo local exitoso en zonas disgregadas. El objetivo era proporcionar pruebas a la Comisión Europea de la necesidad de establecer vínculos entre los distintos niveles de gobierno de formulación de políticas y la sociedad civil.

Teniendo en cuenta para ello las Características de la Innovación Social

Las cuales según el documento Bases Conceptuales de la Política de Innovación social desarrollada por ANSPE Y COLCIENCIAS en el año 2013, debe tener como características necesarias:

Novedad:

basadas en conocimiento, introducen modificaciones significativas a planteamientos o procesos conocidos, han desarrollado nuevas formas de gestión, organización, de implementación de prácticas, nuevas alternativas, tienen mejores y diferentes maneras de hacer las cosas, de crear e imaginar respuestas a nuevas o viejas demandas, aportan a



resolver problemas y mejoran las condiciones de vida y tienen un fuerte impacto en la población que benefician. La IS necesita ser útil y satisfacer demandas sociales, mejorando lo ya existente a través de cambios originales o novedosos.

La novedad tiene como referencia un contexto determinado: local, subnacional o nacional. Potencial de éxito: para innovaciones que se encuentran en la fase de prototipaje o a nivel experimental piloto, y las que han logrado resultados sólidos. Para las primeras se estima mediante un ejercicio de evaluación ex ante, que luego de su escalamiento, poseen una elevada probabilidad de éxito y sostenibilidad en su aplicación.

Las iniciativas que cuentan con resultados que han probado formas eficientes de resolver problemas, carencias o dificultades de diverso orden, por lo tanto tendrían potencial de ser replicados en otros lugares. Se tiene claro, a través de un método de estimación de su potencialidad, que se puede replicar, divulgar, socializar y compartir su aplicación en otros lugares y con diversos actores.

Sostenibilidad: Cuenta con procesos consolidados, mecanismos o instrumentos que le permiten ser sostenible a nivel económico, social y cultural a largo plazo. Tienen una trayectoria destacada y se han articulado con la sociedad civil y probablemente han establecido articulaciones positivas con el gobierno.

Es evidente la existencia de procesos de apropiación de la iniciativa por parte de la comunidad y/o población beneficiaria donde estos entienden la experiencia, la dominan e incorporan la metodología y los principios de la misma en su proyecto de vida. En este sentido la comunidad y/o población beneficiaria son capaces de continuar la práctica innovadora con sus propios esfuerzos, evaluándola y mejorándola continuamente, sin que esto signifique abandonar a los socios que los han apoyado desde un comienzo, pero sin reducir su nivel de dependencia. Además es capaz de continuar adaptando sus prácticas a los cambios en el contexto o ambiente. La comunidad y/o población beneficiaria pasan a ser los dueños de los procesos y la responsable por la continuidad y la sostenibilidad de la iniciativa.

Participación activa de la comunidad y/o población beneficiaria:

Existe una participación activa de las comunidades y/o población beneficiaria, que permite que ésta se convierta en un actor de su propio bienestar.

#### 4.1 Modelo basado en el individuo para la Difusión de la Innovación

Este modelo fue diseñado por Deffuant, Huet y Amblard (2005). En un inicio, el modelo basado en agentes de difusión de la innovación descritos por Deffuant (2001) y Deffuant et al. (2002) se orientó inicialmente a la difusión de prácticas verdes entre agricultores. Ellos lo aplicaron a diferentes tipos de prácticas verdes (por ejemplo, el mantenimiento del paisaje, la reducción de insumos) en diferentes zonas de estudio de Europa. Ellos presentan una evolución de ese modelo y consideran su aplicación a procesos más generales de la difusión de la innovación, como el teléfono móvil, Internet, la anticoncepción, los productos orgánicos, organismos genéticamente modificados y la clonación.

#### 4.2 Modelo de Innovación en el Sector Público

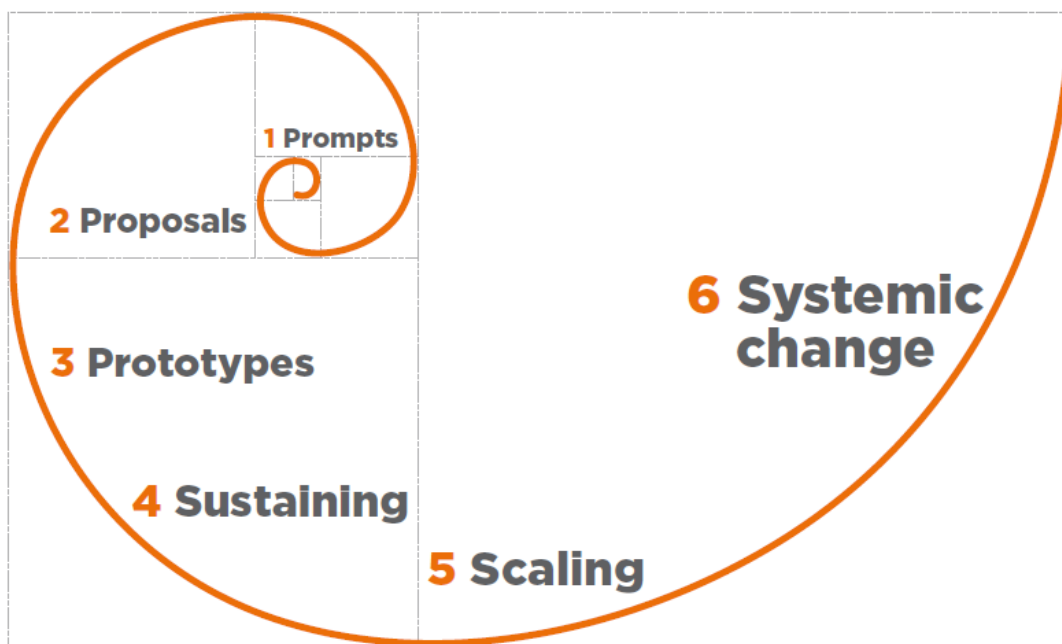
Este es un modelo presentado por Mulgan y Albury (2003) para una mejor comprensión de los procesos de innovación, el cual puede iluminar donde se puede mejorar y donde hay bloqueos. Ellos formularon un marco para ayudar a entender la manera de fomentar la innovación. A continuación se presentan los componentes del modelo:

- ◆ Generación de posibilidades ¿cómo podemos estimular y apoyar las ideas de la innovación?
- ◆ Incubación y creación de prototipos - ¿Qué mecanismos existen para el desarrollo de ideas prometedoras y para la gestión de los riesgos que los acompañan?
- ◆ Reproducción y ampliación - ¿cómo podemos promover la rápida y eficaz difusión de la innovación con éxito?
- ◆ Analizar y aprender - ¿Cómo debemos evaluar qué funciona y qué no para promover el aprendizaje y la mejora continua?

### 4.3 El Modelo de Comunidades de Innovación o CDI

West (2009) inició un debate para llenar este vacío mediante la presentación de un modelo que denominó Las Comunidades de Innovación o CDI, para la comprensión de la naturaleza comunitaria y de colaboración para la innovación. West (2009) explora ideas a partir de dos diferentes disciplinas académicas que pueden informar a nuestra comprensión de las CDI. Desde la investigación del aprendizaje social discute las teorías sobre el significado de “compartir” el aprendizaje y qué es exactamente lo que se comparte y se coconstruye entre los alumnos. Desde la creatividad de la investigación, se puede informar de un progreso constante de las perspectivas individuales de considerar la naturaleza de la creatividad del grupo (West, 2009).

#### 4.4 MODELO DE GEOFF MULGAN Y CHARLES LEADBEATER



*Fuente: The Open Book the social Innovation 2013*

El modelo de innovación social el cual se encuentra en el Libro *The Open Book the social Innovation 2013* define el modelo en 6 pasos

Las seis etapas de la innovación social

Dentro del modelo se han identificado seis etapas que tienen como propósito la creación de soluciones de alto impacto.

Estas etapas no siempre son secuenciales (algunas innovaciones saltar directamente a 'práctica' o incluso 'escala'), y hay bucles de retroalimentación entre ellos. Estas etapas También puede ser pensada como espacios que son altamente influenciadas, con las distintas culturas y habilidades de un territorio.

Etapa Prompt Avisos, inspiraciones y diagnósticos. En esta etapa se incluye toda la factores que ponen de relieve la necesidad de la innovación - como la crisis, pública recortes de gastos, bajo rendimiento, estrategia -, así como las fuentes de inspiración que la chispa que, a partir de la imaginación creativa de nuevas pruebas. esta etapa implica el diagnóstico del problema y la elaboración de la pregunta de tal manera que las causas profundas del problema, no sólo sus síntomas, voluntad ser abordado. Enmarcando la pregunta correcta es

a mitad de camino a la búsqueda de la derecha solución. Esto significa ir más allá de los síntomas para identificar las causas de un problema particular.

Etapa de propuestas e ideas. Esta es la etapa de generación de ideas. esto puede involucrar a los métodos formales - como el diseño o la creatividad métodos para ampliar el menú de opciones disponibles. Muchos de los métodos ayudan a dibujar en conocimientos y experiencias de una amplia gama de fuentes.

Etapas de Prototipos y pilotos. Aquí es donde las ideas se hagan la prueba en la práctica. Este se puede hacer a través de simplemente probar cosas, o por medio de más formal pilotos, prototipos y ensayos controlados aleatorios. El proceso de refinación y probar ideas es particularmente importante en la economía social porque es a través de la iteración, y el ensayo y error, que las coaliciones se reúnen la fuerza (por ejemplo, vincular a los usuarios a los profesionales) y los conflictos son resueltos (incluyendo batallas con los intereses creados). Es también a través estos procesos que las medidas de éxito vienen a ser acordados.

Etapa de Sostenimiento. Esto es cuando la idea se convierte en la práctica cotidiana. Es implica afilar las ideas (y, a menudo la racionalización ellos), y la identificación de flujos de ingresos para asegurar la sostenibilidad financiera a largo plazo de la empresa, la empresa social o de caridad, que llevará a la innovación hacia adelante. En el sector público, esto significa la identificación de los presupuestos, los equipos y otros recursos tales como la legislación.

Etapa de Escalamiento y difusión. En esta etapa hay una serie de estrategias para el cultivo y la difusión de una innovación - de crecimiento de la organización, a través de licencias y franquicias a las federaciones.

Emulación y la inspiración también juegan un papel fundamental en la difusión de una idea o la práctica. Cuestiones de demanda tanto como la oferta: cómo la demanda del mercado, o se moviliza la demanda de los comisarios y responsables políticos para difundir un modelo nuevo éxito. Este proceso se refiere a menudo como 'escala', y en algunos casos la palabra es apropiado, ya que la innovación se generaliza dentro de una organización o de la propia organización se expande. Pero de escala es un concepto de la edad de la producción en masa, y las innovaciones se afianzan en la economía social de muchas otras maneras, ya sea a través de la inspiración y la emulación, o mediante la prestación de apoyo y los conocimientos técnicos de un a otro en una especie más orgánico y adaptativa de crecimiento.

Etapa de cambio sistémico. Este es el objetivo último de la innovación social.

El cambio sistémico implica generalmente la interacción de muchos elementos:

movimientos sociales, modelos de negocios, leyes y reglamentos, datos e infraestructuras, y del todo nuevas formas de pensar y de hacer. Sistémico cambiar generalmente involucra nuevos marcos o arquitecturas integradas por muchas innovaciones más pequeños. Las innovaciones sociales comúnmente se enfrentan las barreras y la hostilidad de un viejo orden. Pioneros pueden eludir estas barreras, pero el grado en el que puedan crecer dependerá a menudo de la creación de nuevas condiciones para que las innovaciones económicamente viable.

Estas condiciones incluyen las nuevas tecnologías, las cadenas de suministro, institucionales formas, las habilidades y los marcos regulatorios y fiscales. Innovación sistémica comúnmente involucra cambios en el sector público, el sector privado, la concesión economía y sector del hogar, por lo general durante largos períodos de tiempo.

## 4.5 CASO COLOMBIA MODELO DE INNOVACION SOCIAL PARQUE DE LA INNOVACION SOCIAL UNIMINUTO

Para comprender dicho modelo se debe entender que es Uniminuto la cual desde su sitio web se tiene que

“La obra de El Minuto de Dios fue iniciada con el objetivo de promover el desarrollo integral de la persona humana y de las comunidades marginadas, tanto urbanas como rurales, y como expresión de un compromiso cristiano con los pobres, reconocidos como hijos de Dios y hermanos de los demás; también, como una exigencia de lucha solidaria por la justicia y un anhelo por lograr la igualdad y la paz”

En El Minuto de Dios se entiende por desarrollo integral la promoción "de todo el hombre y de todos los hombres y el paso, para cada uno y para todos, de condiciones de vida menos humanas a condiciones más humanas"

Dado que dicha organización generó procesos de desarrollo social y generó capacidades en las comunidades la Universidad toma la decisión de sistematizar su proceso y dar un paso más a partir de la implementación de un modelo de Innovación social, para ello en dicho proceso se fundamenta en el modelo de intervención de la Fundación Corona.

El Parque Científico de Innovación Social- es una iniciativa en alianza con la Secretaría de Ciencia, Tecnología e Innovación, de la Gobernación de Cundinamarca que busca atender las enormes

necesidades de los colombianos más pobres, a través de proyectos que generen valor social y especialmente a los habitantes del departamento de Cundinamarca

Dicho parque parte de un modelo el cual desde su oferta de valor pretende atender los siguientes enfoques:

- Emprendimiento Social
- Creatividad
- Economía Solidaria
- Inmersión de la Ciencia y la tecnología en el territorio
- Aprovechamiento de Conocimientos tradicionales
- Productividad
- Apropiación comunitaria de la innovación

Como se puede evidenciar, el modelo del PCIS está basado en el enfoque del modelo del Emprendedor de economía social expuesto por Geoff Mulgan Charles Leadbeater.

Sistema de medición:

En cuanto a los indicadores de impacto este modelo se basa en los indicadores expuestos por el Observatorio de la ciencia y la tecnología en donde se enfoca a la producción científica

## Indicadores de Resultados PCIS

- 25 Productos de Investigación
- 60 Organizaciones en la Red del Conocimiento
- 15 Nuevos proyectos en Innovación Social formulados
- 25 Servicios de apoyo a proyectos
- 4 Proyectos en Innovación Social desarrollados
- 200 Gestores CTI formados
- 10 Registros de resultados de investigación<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> <http://www.uniminuto.edu/indicadores-de-resultados-pcis>

## 5 Aproximación a una propuesta de indicadores de innovación social desde el análisis al contexto nacional

Para el desarrollo de los indicadores, en la investigación se fundamentó en la teoría del desarrollo de los indicadores sintéticos los cuales se basan en una idea sencilla, a partir de una batería de indicadores representativos de la evolución de una macro magnitud la cual en el caso del presente estudio está ligada al nivel de innovación social, que es representada con el NIVEL DE APROPIACION DEL CONOCIMIENTO, es posible estimar una relación, a nivel anual, entre esta y los indicadores a fin de desarrollar y hacer seguimiento a una situación específica, esta es muy útil cuando se presentan dimensiones complejas y se desea generar un seguimiento para determinar la evolución en dicha situación.

### Etapas para la construcción de indicadores sintéticos

La elaboración de índice sintéticos, está basada en una idea sencilla, a partir de una batería de indicadores representativos de la evolución de una macromagnitud, es posible estimar una relación, a nivel anual, entre esta y los indicadores.

Una vez obtenida la relación entre la macromagnitud y el conjunto de indicadores, es posible obtener un indicador sintético representativo de la actividad o hecho, de frecuencia mensual o trimestral, simplemente aplicando la formulación obtenida.

No obstante, el paso de una relación anual a su aplicación en el ámbito de una frecuencia mensual o trimestral no es inmediato, al igual que no existe una sola formulación para obtener la relación existente entre el conjunto de indicadores y la macromagnitud.

Es por ello, que la elaboración de índices compuestos, se ajusta al siguiente esquema de trabajo:

Para cada macromagnitud, se selecciona una batería de indicadores, que según la experiencia acumulada y sus respectivas en este caso el Nivel de Innovación social, el cual estará directamente relacionado con el nivel de empoderamiento o apropiación.



## Selección de indicadores

Existen múltiples experiencias en la selección de indicadores. Experiencias que se basan fundamentalmente en los trabajos desarrollados por la OCDE y por el INE que en líneas básicas pueden resumirse en:

Los indicadores seleccionados deben proporcionar un alto grado de aproximación sobre la evolución de la variable objeto de estudio.

Estos indicadores deben ser operativos, esto es, deben ser de fácil acceso.

Deben estar disponibles en tiempo real, para poder asegurar una eficaz toma de contacto con la realidad.

Según ((Francia), ESTIA UE, 2013) Los indicadores de innovación social configuran un área vacante en los estudios de innovación, en la medida en que es un área vacante no dispone de definiciones consensuadas ni de indicadores validados ni de series estadísticas, por el momento se puede construir indicadores proxy de innovación social (experimentales y menos robustos que otro tipo de indicadores) que permitan estimar condiciones, procesos y resultados de innovación.

Para entender esta definición se parte de los modos de innovación

Tecnológico:

Cuando el eje prioritario de la innovación social está basado en introducir nuevas tecnologías como vehículo de cambio.

Político Institucional:

Cuando el eje prioritario de la innovación social está basado en introducir nuevos marcos normativos (leyes, reglamentaciones, etc.) como vehículo de cambio.

Organizacional:

Cuando el eje prioritario de la innovación social está basado en introducir cambios en las organizaciones

Cultural:

Cuando el eje prioritario de la innovación social está basado en introducir cambios en las conductas, actitudes o percepciones de la población objetivo como vehículo de cambio.

Teniendo en cuenta las dimensiones anteriores la Union Europea define los indicadores en: Indicadores de Estructura, Proceso y Productos.

Definiéndose para ello un modelo compuesto de la siguiente forma:

**IS= IMPACTO TECNOLÓGICO+IMPACTO POLÍTICO INSTITUCIONAL+IMPACTO ORGANIZACIONAL + IMPACTO CULTURAL**

En ese orden de ideas la inclinación del modelo de innovación dependerá de los lineamientos de innovación de cada territorio o zona y del modelo de intervención generado, por lo cual la innovación social se inclina a los intereses socio culturales, organizacionales y/o de políticas públicas definidas por un territorio sin embargo para entender los modelos de medición lo primero es determinar si una propuesta es verdaderamente de carácter innovativo social desde el contexto donde se trabaja<sup>9</sup> y tener en cuenta que todo esquema de intervención debe presentar un nivel de **REPLICABILIDAD SOCIAL** el cual solo es posible de determinar en función a la capacidad de **APROPIACIÓN DE CONOCIMIENTO POR PARTE DE UNA COMUNIDAD**. En este orden de ideas es considerado un proceso de carácter innovativo social aquel que de alguna otra forma puede generar **REPLICABILIDAD** a partir de la **APROPIACION DE LOS DIRECTAMENTE INVOLUCRADOS**, es decir desde el modelo de intervención que se genere o este operando debe tener un alto nivel de difusión al desarrollar una validación de este planteamiento se tiene en el contexto nacional por parte de Colciencias una estrategia nacional de apropiación social de conocimiento Esta estrategia busca promover una apropiación social del conocimiento, entendiendo por ésta un proceso de comprensión e intervención de las relaciones entre tecnociencia y sociedad, construido a partir de la participación activa de los diversos grupos sociales que generan conocimiento. Este proceso tiene las siguientes características: 1. es intencionado. 2. En la red socio-técnica que lo constituye intervienen grupos sociales expertos en ciencia y tecnología, los distintos sectores que intervienen en la constitución de estos procesos generan mediaciones. 3. Es un proceso donde la sociedad civil se empodera a partir del conocimiento. 4. Apropiación no es enajenación, implica aún en las relaciones más asimétricas traducción y ensamblaje dentro de los marcos de referencia de los grupos participantes.

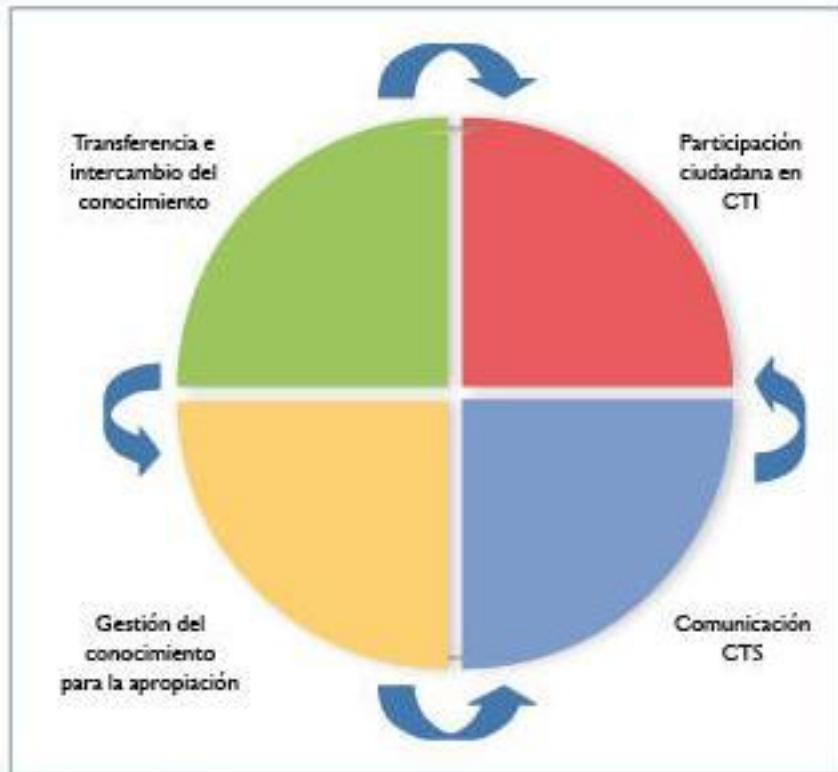
---

<sup>9</sup> En el caso del Contexto colombiano este concepto se viene definiendo desde la plataforma <http://www.politicadeinnovacionsocial.co/>

Esta comprensión amplía las dinámicas de producción de conocimiento más allá de las sinergias entre sectores académicos, productivos y estatales; incluyendo a las comunidades y grupos de interés de la sociedad civil. Esta ampliación integra apropiación e innovación en un mismo plano, bajo el principio de construcción social del conocimiento.

La apropiación social del conocimiento es el fundamento de cualquier forma de innovación porque el conocimiento es una construcción compleja que involucra la interacción de distintos grupos sociales. La producción de conocimiento no es una construcción ajena a la sociedad, se desarrolla dentro de ella, a partir de sus intereses, códigos y sistemas. Por otra parte, la innovación entendida como la efectiva incorporación social del conocimiento en la solución de problemas, o en el establecimiento de nuevas relaciones; no es más que la interacción entre grupos, artefactos, culturas sociales de expertos y no expertos. La apropiación no es una recepción pasiva, involucra siempre un ejercicio interpretativo y el desarrollo de unas prácticas reflexivas.

#### ILUSTRACIÓN 1 LÍNEAS DE ACCIÓN:



Gráfica 5. Líneas de desarrollo de la Estrategia Nacional de Apropiación Social de la CTI

Fuente: Colciencias

Al analizar este modelo, planteado por Colciencias presenta una definición clara de su lineamiento pero presenta grandes deficiencias en materia de indicadores dado que todos no se alinean con las dimensiones establecidas.

## 5.1 CASO DE LA RED DE INCLUSION PRODUCTIVA

Para entender el modelo primero se debe entender que nace de una iniciativa del PNUD (Programa de las naciones unidas para el desarrollo), como una estrategia integral para la superación de la pobreza en el contexto colombiano, en donde en esta primera fase se está trabajando de la Ciudad de Cartagena de Indias a partir de un modelo compuesto de mesas así:

ILUSTRACIÓN 2 MODELO DE RED DE INCLUSION PRODUCTIVA



Fuente: Los Autores

En dicho modelo en la actualidad, se encuentra con la participación de distintos actores, los cuales teniendo en cuenta las áreas de intervención se vinculan al proceso de innovación social de la siguiente manera:

TABLA 3. MODELO DE INNOVACION SOCIAL RED DE INCLUSION PRODUCTIVA

BASE DE DATOS ACTORES INSTITUCIONALES		
Categoría	Dimencion	Entidad
FUNDACIONES Y/O ONGs	PARTICIPATIVA 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 nuestra región	Fundación Proboquilla
		Fundación Granito de Paz
		Fundación Amanecer
		Fundación SERSOCIAL
		Fundación SURCOS
		Fundacion Mundo Mujer (SAO)
		Fundación Madre Herlinda Moises
		Fundación Juan Felipe Gómez
		Fundación Mamonal
		Fundación Surtigas
		Fundación Coosalud
		Fundación Hogar Juvenil
		Fundación SURCOS
		Aldearrollo
FINAMERICA S.A		

	Fundación Clinton
	Fundación Puerto Bahía
	Fundación Mario Santodomingo
	Fundación REI
	Fundación Afrocaribe
	Fundación Clinton
	Fundación Karibana
	Fundación Arriba Las Manos
	FUNDASEM
	Corporación Gente Estrategica
	Redafro
	Coorporación Enlace Empresarial
	Forjar CDA
	CDA Colombia
	Fundación Saldarriaga Concha
	Fundacion Huellas del Mar
	Actuar por Bolívar

		Corporación Mar Adentro
		Circulo de Obreros
		Red Unidos
		Plan International
		Sec Pastoral Social
UNIVERSIDADES	Sistémico Proceso complejo donde interactúan factores sociales, económicos y culturales que cambian profundamente las rutinas básicas, los recursos y los flujos de autoridad o las creencias del sistema social Comunidad y Emprendedor institucional	TECNAR
		IAFIC
		Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco
		Cooperación Universitaria Rafael Nuñez
		Universidad del SINU
		Universidad Tecnológica de Bolívar
		Universidad de San Buenaventura
Universidad Santo Tomás		



		Universidad de Cartagena
		Cooperación Universitaria Rafael Nuñez
		Universidad Tecnológica de Bolívar
		Universidad libre
		Comfamiliar
		Comfenalco
		Comfenalco
		Institución Tecnológica Colegio Mayor de Bolívar
		UNAD
		Universidad Autónoma del Caribe
GOBIERNO	Ciencia Política Cambios en programas, agencias e instituciones que llevan una mejor inclusión de los grupos excluidos en diversos ámbitos de la sociedad. Cambios en la dinámica de las relaciones sociales	Alcaldía

		CEMPRENDE
		DPS
		ANSPE
		Ministerio de Trabajo  SENA
ENTIDADES DE FORMACIÓN PARA EL TRABAJO	Economico (productos, servicios modelos) las sociales (con eficacia alternativas) vez relaciones colaboraciones.	Nuevas ideas y satisfacen necesidades (con mayor que las a su vez nuevas sociales o
		Escuela Naval
		Corporación Nueva Generación
		CITUCAR
		Escuela Bellas Artes
		Instemol
		Instituto Summit
		Corporación Colegio del Cuerpo
		Corporación Minuto de Dios
		Funtab
		Corporación CYGA
		Escuela Taller Cartagena de Indias
	Instituto Politecnico Bolivariano	

	Instituto de Diseño y Moda Maria Luisa Valencia	
GREMIOS Y/O EMPRESAS	ANDI	
	Acopi Bolívar	
	Camara de Comercio	
	ASOTELCA	
	CAMACOL	
	Fendipetroleo	
	Sociedad de Ingenieros y Arquitectos de Bolívar	
	FENALCO	
	Ecopetrol	
	COOMEVA	
	ENTIDAD DE COOPERACIÓN	FUPAD

	PNUD

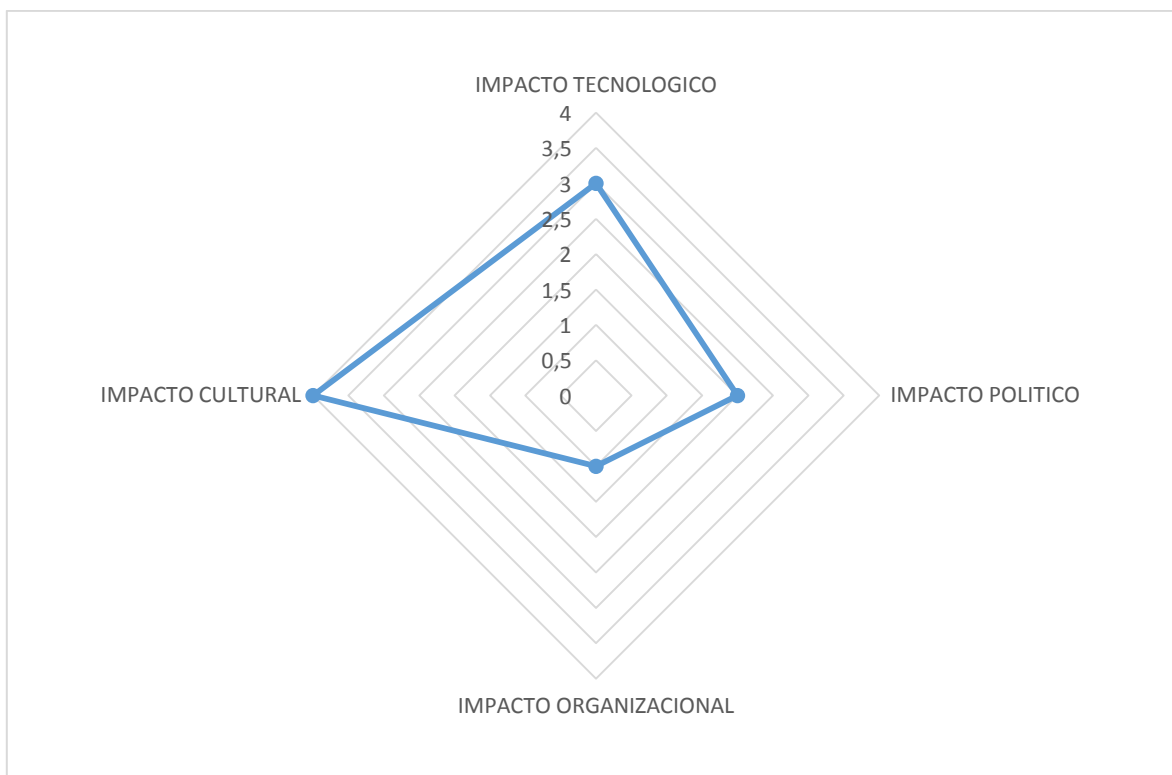
Al desarrollar el análisis de cada participante, se puede observar que cada integrante tiene la influencia y la participación en cada variable del modelo, dentro de las intervenciones realizadas en el contexto cartagenero.

Al compararlo con el modelo de GEOFF MULGAN este ha cumplido los pasos expuestos por el dicho modelo nació de un proceso participativo y en la actualidad es un modelo replicable como muestra de ello es la presencia de los CEMPRENDES en el contexto nacional.

Pero su base se fundamenta en si en el NIVEL DE APROPIACION de los participantes al analizar dicho caso se tiene que esta propuesta innovativa social presenta según el modelo de medición  $IS = IMPACTO TECNOLÓGICO + IMPACTO POLÍTICO INSTITUCIONAL + IMPACTO ORGANIZACIONAL + IMPACTO CULTURAL$

El siguiente comportamiento, al desarrollar la implementación de instrumento con los Agentes participantes en la Red ello indicaron en orden de relevancia según una escala de Leaker que la medición del impacto de las acciones realizadas se debe realizar así :

### ILUSTRACIÓN 3 IMPACTO DEL MODELO DE INNOVACIÓN SOCIAL RED DE INCLUSIÓN PRODUCTIVA

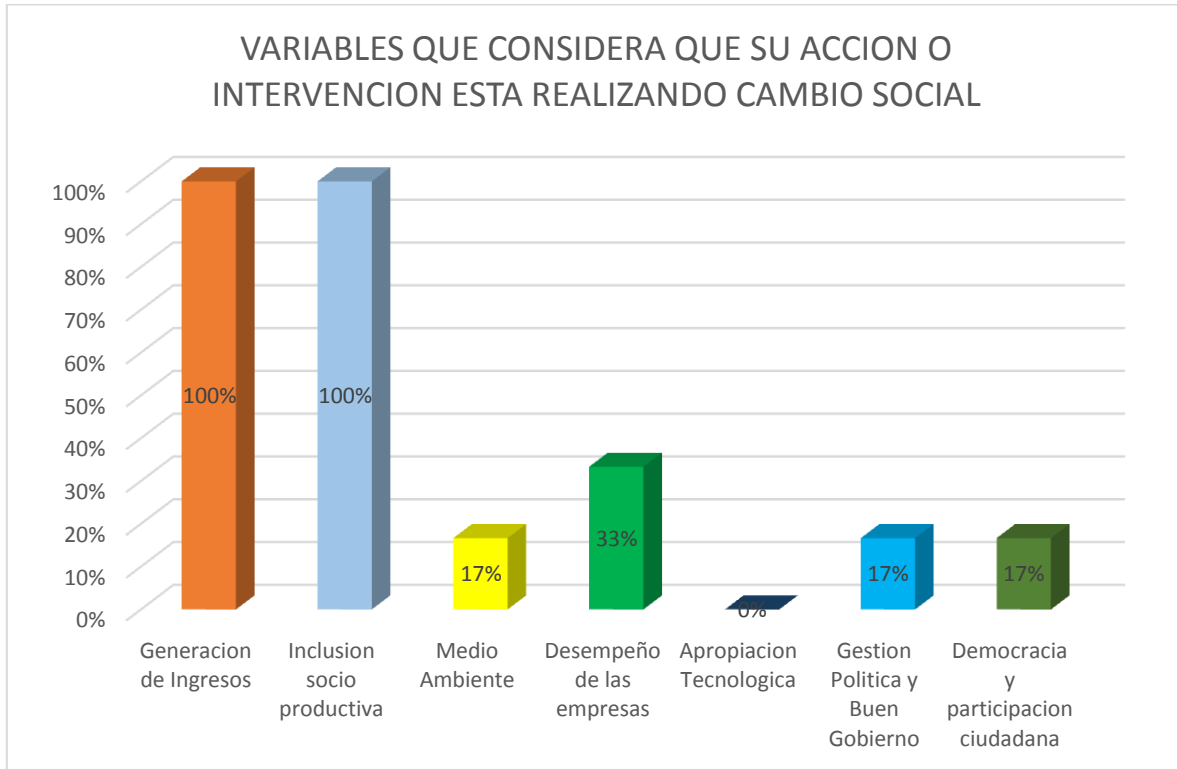


*Fuente los Autores*

Al ver el gráfico se puede evidenciar que la tendencia y el consenso de los participantes es mirar en orden de prioridad su intervención en función al componente cultural y en segunda instancia al componente tecnológico y organizacional.

Esto permite de una manera práctica comprender que las acciones innovativas sociales de dicho modelo están ligadas a el Cambio de los paradigmas en el territorio, además al realizar la profundización con el análisis del instrumento se tiene que:

#### ILUSTRACIÓN 4 IDENTIFICACION DE VARIABLES DE CAMBIO SOCIAL

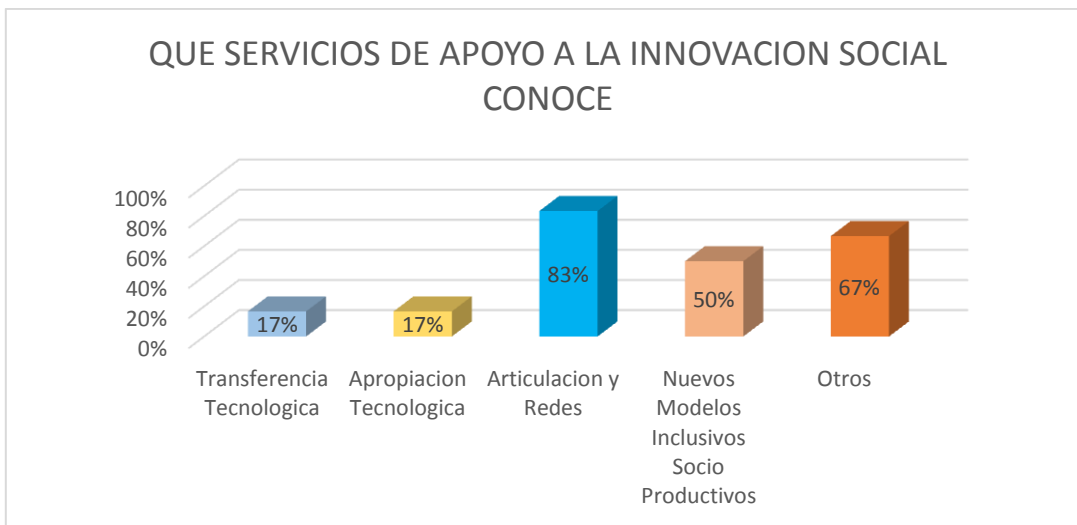


Fuente los Autores

Los cambios sociales a lo cual las organizaciones comprenden como cambios culturales, están ligados a la generación de INGRESOS y la INCLUSION SOCIO PRODUCTIVA

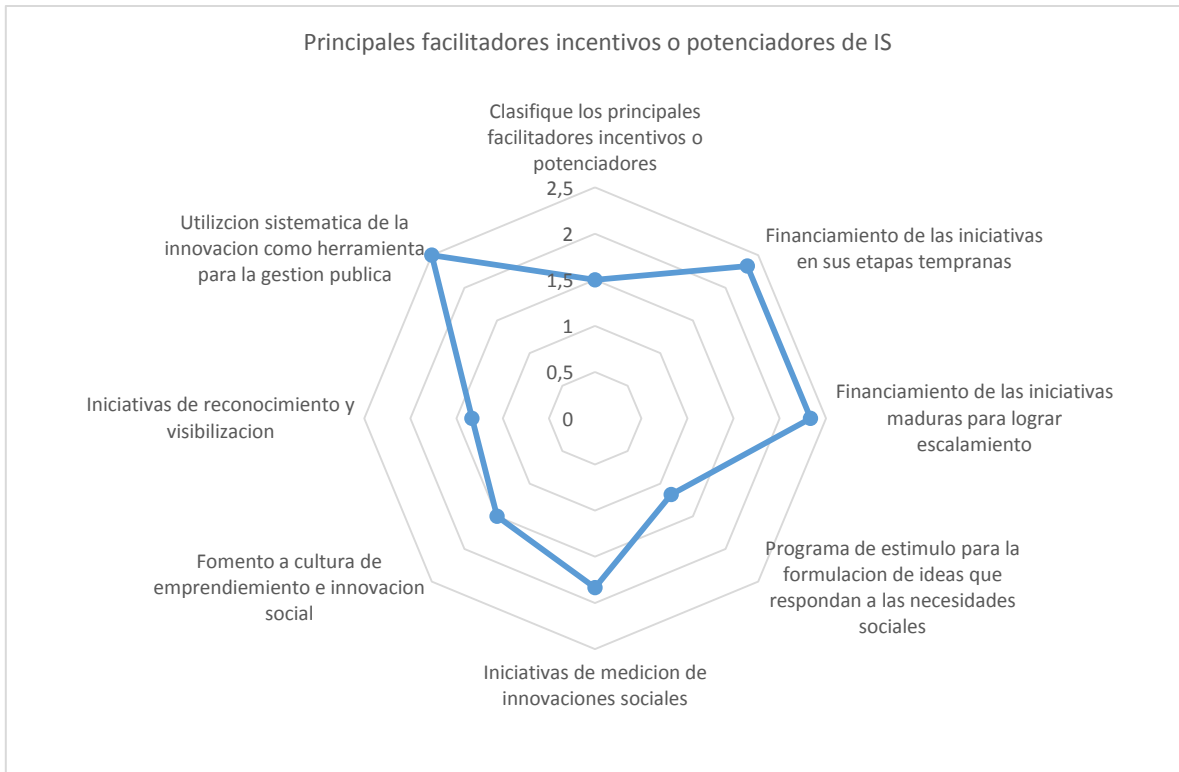
En cuanto a las acciones encaminadas a desarrollar dicho cambio cultural se tiene

## ILUSTRACIÓN 5 CONOCIMIENTO SERVICIOS DE INNOVACION SOCIAL



En este orden de ideas se tiene que para las organizaciones participantes se debe hacer un énfasis en la articulación de redes para la creación de sinergias que como facilitadores de sus procesos de innovación social es necesario realizar acciones encaminadas a fortalecer el financiamiento y el apalancamiento en la gestión pública:

## ILUSTRACIÓN 6 OFERTA DE VALOR IDENTIFICADA



Fuente: Los Autores

En este caso por ello como variables de impacto de las acciones realizadas por parte de la RED se definieron:



#### DEFINICION DE VARIABLES DE IMPACTOS

AREA DE IMPACTO PRIORITARIA	DIMENCIONES	VARIABLES
CULTURAL	ARTICULACION DE REDES	<ul style="list-style-type: none"><li>Nivel de Apropiacion de las comunidades en Innovacion en la gestion Publica</li></ul>
		<ul style="list-style-type: none"><li>Nivel de Apropiacion en entidades Financieras para desarrollo de emprendimiento social</li></ul>

#### FUENTE LOS AUTORES

En esta tabla se identificaron un área de impacto una dimensión y dos variables a las cuales se le debe medir en función al nivel de apropiación y de implementación desde el punto de vista de implementación es relativamente fácil la generación de una batería de indicadores, los cuales pueden ser en este caso número de fondos creados, número de unidades productivas fortalecidas por dicho fondo, pero en cuanto a nivel de apropiación se plantea por parte de los autores así

### 5.3 PROCEDIMIENTO IDENTIFICADO PARA LA DEFINICION DE INDICADORES

Como procedimiento podemos concluir que para la generación de una batería de indicadores se debe seguir el siguiente modelo:

Definición de la Dimensión de énfasis en Innovación Social: En esta parte se debe definir cual es el planteamiento o área de trabajo a definir el impacto según estructura IS= IMPACTO TECNOLÓGICO+IMPACTO POLÍTICO INSTITUCIONAL+IMPACTO ORGANIZACIONAL + IMPACTO CULTURAL

Definir las áreas de interés dentro de las variables de impacto

Definir los indicadores de apropiación de conocimiento e indicadores generales de medición de las variables de impacto seleccionada.

Esto nos permitiría concluir que los indicadores no son de uso general sino específicos de acuerdo a la tendencia de cada modelo

#### 5.4 PROPUESTA DE INDICADORES

Para el desarrollo de la propuesta de indicadores, se tendrá en cuenta las dimensiones definidas por parte de la Red de Inclusión productiva, y en especial la definición de Apropiación de Conocimiento en resumen se tiene que el modelo de propuesta de valor es de la siguiente manera:

ILUSTRACIÓN 7: Modelo de Medición de Red de Inclusión Productiva



Fuente: Los Autores

A fin de definir los Niveles de apropiación de conocimiento, se debe tener en cuenta que tan pertinente ha sido la intervención desarrollada por parte de la organización u organizaciones participantes, en este orden de ideas se debe tener en cuenta que la pertinencia corresponder al nivel de implementación de conocimiento adquirido quedando como modelo propuesto el siguiente:

TABLA 4. DEFINICION DE VARIABLES

Variable	Definición
Nivel de Competencia (Nc)	Se entenderá como la capacidad de la persona o grupo de personas de saber hacer o implementar el conocimiento adquirido
Nivel de Replicabilidad (Nr)	Consiste en las transferencias de conocimiento, realizadas por parte de las personas o comunidades luego de desarrollarse en ellas una intervención.
Nivel de Autogestión (Na)	Consiste en la capacidad de las personas o personas de autogestionar las soluciones
Nivel de Apropiación de Conocimientos (NK)	Se considerara como el nivel de Competencia+ el nivel de Replicabilidad+El nivel de Autogestión

Fuente: Los Autores

En ese orden se tendría como modelo:

$$NK = [Nc + Nr + Na] / [100\%] \text{ (Ecuación 1)}$$

Donde NK se definirán de manera cualitativa en función de una escala de Leakert en donde se tendrá como criterio

TABLA 5. ESCALA DE LEAKERT PARA MEDICION DE NK

Valor	Descripción
1	Deficiente
2	Por mejorar
3	Bueno

Fuente: Los Autores

En cuanto a la definición de los criterios de Nc y Na en donde estas variables tendrán una calificación de 0 a 100% de acuerdo al nivel en que se encuentre cada variable de acuerdo a la siguiente escala:

TABLA 6. ESCALA DE NIVEL DE IMPLEMENTACION Nc Y Na

Nivel de Implementación	Criterio
0 a 25%	Deficiente nivel de implementación.
25 a 75%	Nivel de implementación aceptable
75 a 100%	Nivel de implementación Bueno

Fuente: Los Autores

En cuanto al nivel de replicabilidad se tendrá en cuenta los parámetros establecidos por Colciencias en materia de Apropiación social del Conocimiento así:

$$Nr = Tc(25\%) + Pcti(25\%) + Dcti(25\%) + Gk(25\%) \text{ (Ecuación 2)}$$

Tc= Cuenta con un plan de transferencia de conocimiento

Pcti= Participación en redes de ciencia tecnología e innovación

Dcti= Difusión en ciencia tecnología e innovación

Gk= Gestión de conocimiento

En donde cada criterio tendrá un valor de 1 si se cuenta 0 si no se cuenta con el criterio.

Al implementar dicho modelo en la red de inclusión productiva para evaluar la efectividad de la implementación del indicador, se encontró que:

En las organizaciones participantes el nivel de competencia es moderado, dado que las actividades de innovación en materia de impulso a la apropiación de las políticas públicas y de las entidades financieras es moderado dado que no cuenta con un plan para desarrollar cultura en estas áreas y todo lo desarrollado se hace de manera empírica en función de las actividades misionales de las organizaciones participantes dando un nivel de  $N_c = 25\%$ , en cuanto el nivel de Autogestión de conocimiento en materia de cultura de gestión pública y financiera, se encuentra con un porcentaje alto dada la capacidad de Aprendizaje de los actores de la Red de Inclusión productiva  $N_a = 90\%$  en cuanto al Nivel de Replicabilidad se tiene que:

$$N_r = T_c(25\%) + P_{cti}(25\%) + D_{cti}(25\%) + G_k(25\%)$$

$$N_r = (0)(25\%) + (1)(25\%) + (0)(25\%) + (1)(25\%)$$

$$N_r = 50\%$$

Dándonos como resultado que el nivel de apropiación de conocimiento

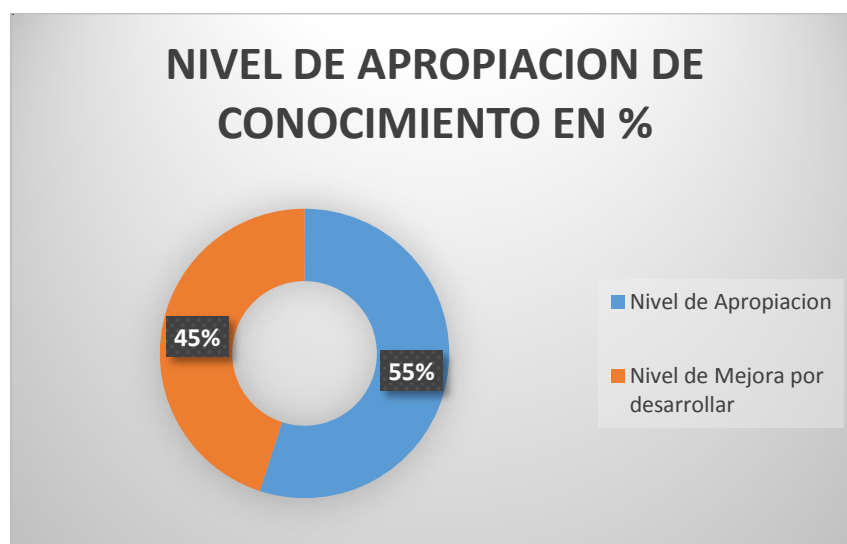
$$N_k = [N_c + N_r + N_a] \times [1]$$

$$N_k = [25\% + 50\% + 90\%] / [100\%]$$

$$N_k = 1,65$$

Indicándonos de esta forma que el nivel de apropiación de conocimiento es muy deficiente y para mejorar el impacto en los procesos de innovación social se requiere de mejorar en especial las competencias de los intervinientes, dado que fue el indicador más bajo.

#### ILUSTRACIÓN 8 NIVEL DE APROPIACION DE CONOCIMIENTO EN TERMINOS PORCENTUALES



Fuente: Los Autores

## CONCLUSIONES

- En términos teóricos al realizar la dilucidación de los conceptos y teorías se puede comprender que los indicadores se fundamentan en los planteamientos de Shumpeter y sus teorías relacionadas con el ciclo económico las cuales desde el desarrollo de la innovación a partir de la destrucción creativa permite realizar transformaciones sociales que redundan en el desarrollo económico como indicador de impacto.
- Al realizar un análisis de los modelos de innovación social, se puede identificar que el más estructurado de ellos en términos conceptuales y el de mayor aplicación práctica es el de Geoff Mulgan y Charles Leadbeater dada la construcción de definiciones y características de dicho modelo.
- En el contexto nacional y local la innovación social es definida desde el enfoque de Emprendimiento social al igual que el desarrollado por Geoff Mulgan Charles Leadbeater dado que las acciones de innovación social se basa en la dinamización de Nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que satisfagan las necesidades sociales sin embargo a la hora de analizar el respaldo institucional a dichas iniciativas.
- Al desarrollar la aproximación de indicadores desde el metodología de la definición de indicadores sintéticos se puede definir que la MACRO MAGNITUD ES EL NIVEL DE APROPIACION DE CONOCIMIENTO, dado que esta determina el nivel de innovación social teniendo en cuenta que la misma está ligada al nivel de empoderamiento de una comunidad para la autogestión de soluciones.
- En el caso de la RED DE INCLUSION productiva, se encontró que esta se encuentra con un nivel de Apropiación de 1,65 indicando que esta se encuentra en un nivel bajo por dos razones la primera que esta RED cuenta con menos de 3 años de existencia y que además requiere desarrollar estrategias y acciones de empoderamiento en las variables de interés.
- Para reducir la brecha e incrementar los indicadores de nivel de apropiación se requiere de la generación de un Plan de Transferencia de conocimiento en las variables de interés de la Red de Inclusión productiva del distrito de Cartagena.

## Bibliografía

- (Francia), ESTIA UE. (2013). *Indicadores de innovación*. Paris: UNION EUROPEA.
- Abad, A. G. (2011). CONDICIONES Y CONDICIONAMIENTOS DE LA INNOVACIÓN SOCIAL. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 20.
- 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.
- BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO. (2011). *MODELO DE INNOVACIÓN SOCIAL PARA POBLACIONES DE BAJOS INGRESOS*. Santiago de Chile: BID.
- Basque, F. V. (2013). Innovación y destrucción. *Revista Iberoamericana de Argumentación*, 12.
- BOTANA, J. S. (1967). *LA CIENCIA Y LA TECNOLOGIA EN EL DESARROLLO FUTURO DE AMERICA LATINA*. BUENOS AIRES.
- Camargo, L. C. (2012). *LA INNOVACIÓN EN CARTAGENA Y BOLIVAR: Trece casos empresariales*. Cartagena - Bolívar: Universidad Tecnológica de Bolívar.
- 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.
- 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.
- Departamento Administrativo de Ciencia, Tecnología e Innovación - Colciencias. (2013). *BASES CONCEPTUALES DE UNA POLÍTICA DE INNOVACIÓN SOCIAL*. Bogotá.
- 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.
- 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.
- Echeverría, J. (2013). Innovación y Sociedad: una aproximación pluralista. 18.
- Echeverría, J. (2013). La retórica de la innovación. *Revista Iberoamericana de Argumentación*, 12.
- Escuela de Administración. (2012). *LA INNOVACIÓN SOCIAL EN CHILE Y EL ROL DEL ESTADO EN SU DESARROLLO*. Santiago - Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Etzkowitz, H. (February 2000). The dynamics of innovation: from National Systems and "Mode 2" to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, Pages 109-330.
- European Commission . (2013). *GUIDE TO SOCIAL INNOVATION*.
- 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.
- Gershuny. (1983). *Innovation a society*. Oxford.
- Gurrutxaga, A. (2011). *Cambio, Incertidumbre y en los comienzos del siglo XXI*. Bilbao.
- 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.
- 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). *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.
- 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.
- Schumpeter, J. A. (1993). *Análisis del cambio económico*. México: Fondo de cultura economica.
- Umaña, I. H. (2013). Hay que ponerse en los zapatos de otros. *Huella Social*, 84.
- UNION EUROPEA. (2005). *Social Innovation ,Governance and Comunity Building SINGOCOM*. Lille France: Union Europea.
- UNION EUROPEA FONDO EUROPEO DE DESARROLLO REGIONAL. (2012). *LA INNOVACIÓN SOCIAL en la Europa 2020: una herramienta para construir la igualdad de género*. Madrid.
- 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 Fundation. (2006). *Social innovation: what is, why it matters, how it can be accelerated*. London: Basingstoke - Press.