

Capítulo 6

Innovación social en la Región Caribe: una aproximación teórica-práctica como medio para la transformación de las comunidades

Rita De La Hoz Del Villar¹
Diego Cardona Arbelaez²

Introducción

Este Capítulo es una revisión de literatura que tratará el tema de Innovación Social, se busca proporcionar una mirada global del tema desde los diferentes enfoques y corrientes, para llegar a comprender el sentido práctico de la Innovación en los diferentes ámbitos.

La Innovación Social es una concepción de uso muy reciente en los ámbitos académicos, pero su práctica se desarrolla desde toda la historia de la humanidad. Esto es, porque el hombre siempre ha necesitado mejorar sus condiciones de vida para adaptarse mejor a las condiciones de la naturaleza. Gracias a la Innovación, los seres humanos hemos podido combatir numerosas enfermedades, hemos mejorado en diferentes materiales y formas para construir viviendas mucho más seguras, hemos podido mejorar en las diferentes formas de transporte y comunicación con el mundo, entre muchas cosas más.

Todas estas prácticas nos muestran que hombre siempre ha estado sometido a cambiar, y esta tendencia de cambio persigue unos propósitos que lo llevan a innovar. Por tanto, el cambio es el núcleo de la Innovación,

1 Ingeniera de sistemas. Especialista en gerencia de sistemas de sistemas de información. Doctorante en administración de empresas de la Universidad del Norte. Docente Investigadora de la fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco. Email: rdelahoz@tecnologicocomfenalco.edu.co

2 Administrador de Empresas. Especialista en Mercadeo. Magister en Desarrollo Empresarial. PhD© Administración Universidad del Norte. Líder de grupo de investigación GISEMA adscrito a la Universidad Libre Sede Cartagena (Colombia). Email: diegoa.cardonaa@unilibre.edu.co. ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-9123-0156>

es parte de su naturaleza y esto se destaca en las diversas definiciones que se han desarrollado de Innovación. Asimismo, también se destaca que el cambio se hace evidente porque rompe con las formas o estructuras tradicionales existentes, mejorando efectivamente lo anterior o cambiando radicalmente porque lo nuevo demuestra ofrecer mejores prestaciones.

Los propósitos de la Innovación pueden ser diversos; hasta el momento la mayor parte la información académica dirige estos propósitos hacia el desarrollo económico, pero no sólo el desarrollo debe verse en esta vía; el desarrollo también es social, político, ambiental, etc. Entonces, con la Innovación podemos cambiar muchas cosas, para que funcionen mejor en cada uno de estos ámbitos.

La Innovación es parte del concepto de Innovación Social y, como se ha mencionado, esta concepción se ha desarrollado de manera más amplia en la literatura. Particularmente, en los ámbitos industriales y manufactureros, lo que ha llevado a pensar que la Innovación es sólo una jerga de uso y práctica común en la industria. En realidad, la Innovación se hace más evidente en este sector porque son quienes más la han aplicado y con una dinámica muy activa, debido a que las empresas la han utilizado como estrategia competitiva para su crecimiento y posicionamiento, influyendo en el desarrollo económico de las naciones.

Indudablemente, desde este ámbito, la Innovación está incorporada desde los niveles micro a través de su práctica individual en cada una de las empresas hasta los niveles macro, cuando cada una de estas Innovaciones cuentan globalmente. La Innovación ha sido una justificante mayormente utilizada en el desarrollo económico; es por esta razón, que los gobiernos también le han dado un lugar importante dentro de sus agendas, abriendo líneas para su promoción y desarrollo en las apuestas económicas y sociales de su región.

Para el caso de este trabajo, se pretende mostrar, de manera amplia, lo que se ha desarrollado de Innovación con un propósito social, y por esa razón tratamos el concepto como Innovación Social. Hay varios enfoques que han abordado esta temática con diversos propósitos que caben dentro de lo social, porque reducen las brechas de desigualdad y atienden muchas problemáticas que por siglos han aquejado a la humanidad, como: salud, educación, reducción de pobreza y acceso a servicios de calidad.

Este tipo de Innovaciones son mucho más difícil de reconocer, porque no se trata de productos tangibles; sus resultados directos tampoco son económicos, aunque indirectamente sí, muchas de las Innovaciones Sociales son productos o servicios para el disfrute que en muchos casos están dirigidos a poblaciones vulnerables, porque el propósito es mejorar la calidad de vida de estas personas.

¿Qué se entiende por Innovación Social?

Abordar el concepto de Innovación Social implica primero entender qué es Innovación en su forma más básica; muchos autores han dado sus propias definiciones de Innovación a lo largo del tiempo. Se puede decir que se ha logrado consenso en lo que podemos entender de la Innovación; incluso, se ha creado un referente que constantemente se actualiza gracias a un comité de expertos de muchas naciones desarrolladas del mundo y que se conoce como el manual de Oslo. Este nos ofrece una concepción global.

...Una Innovación es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), 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, 2006, p. 56).

De acuerdo con esta definición de la OCDE (2006), se busca dar a entender de manera amplia las posibles formas de Innovación; de igual forma, también nos aclara que, para que haya Innovación, el producto debe ser nuevo, significativamente mejorado para la Empresa, Y, por último, este debe ser introducido, esto es, que sea lanzado al mercado y haya sido utilizado efectivamente.

Cuando la definición nos hace la salvedad de que el producto debe ser nuevo o significativamente mejorado, nos está indicando que la Innovación, de acuerdo con su grado de novedad, puede ser de dos tipos: radical o incremental.

La Innovación Incremental se refleja en pequeños cambios dirigidos a incrementar la funcionalidad y las prestaciones de la empresa que, si bien aisladamente son poco significativas, cuando se suceden continuamente de

forma acumulativa pueden constituir una base permanente de progreso. Y la Innovación Radical rompe con lo ya establecido (Torres, 2019).

De igual forma, cuando la definición nos hace la distinción entre proceso, producto, comercialización y método organizativo, también nos está presentando una tipología de acuerdo con la naturaleza de la Innovación. De acuerdo con la OCDE (2006, p.58) se definen cada una:

...Una Innovación de producto se corresponde con la introducción de un bien o de un servicio nuevo, o significativamente mejorado, en cuanto a sus características o en cuanto al uso al que se destina. Esta definición incluye la mejora significativa de las características técnicas, de los componentes y los materiales, de la informática integrada, de la facilidad de uso u otras características funcionales...

...Una Innovación de Proceso es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado, proceso de producción o de distribución. Ello implica cambios significativos en las técnicas, los materiales y/o los Programas informáticos...

...Una Innovación de Mercadotecnia es la aplicación de un nuevo método de comercialización que implique cambios significativos del diseño o el envasado de un producto, su posicionamiento, su promoción o su tarificación...

...Una Innovación de Organización es la introducción de un nuevo método organizativo en las prácticas, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores de la Empresa...

Cabe destacar que diversos autores han hablado de Innovación Tecnológica, la cual está muy asociada a la Innovación de Productos y de Procesos, porque, para la introducción de los cambios, se requiere de la tecnología, entendida esta como conocimiento sistemático organizado o científico.

La Innovación Social por su parte es un concepto relativamente nuevo, no existe aún una definición de consenso, pero se está usando de manera global y es de tendencia actual; con la Innovación Social se pretende dar solución a muchos problemas sociales en todos los ámbitos de actuación económicos, ambientales, culturales, sociales, etc. Por esa razón, es común

que se hable de Innovación Social desde diferentes contextos, lo que lleva a pensar que, en general, toda Innovación en su esencia tiene impactos y repercusiones en cualquier ámbito. Es decir, en últimas toda Innovación es social, porque su resultado produce beneficios sobre la sociedad.

La definición de Innovación Social que se tome puede estar ubicada desde una línea de pensamiento porque el hecho de conocer que hay diferentes enfoques y que ha sido aplicado en diferentes ámbitos, de alguna manera obliga a ubicarse en una postura y esto permite ofrecer, de manera global, lo que en general se entiende por este concepto. Aun así, es importante tener claro que, en la diversidad de literatura existente, hay autores que se orientan hacia una corriente de usar de manera amplia esta concepción, y hay otras corrientes que consideran que la concepción de Innovación debe ser mucho más específica.

Majumdar, Guha y Marakkath (2015) han sistematizado desde siete perspectivas disciplinares el concepto de Innovación Social. En la siguiente Tabla se muestra tal variedad de definiciones. Se advierte que pueden existir otras más y esto ayuda a comprender que no hay definiciones exactas.

Tabla 6
Definiciones de Innovación Social

Perspectiva Disciplinar	Autores	Concepción
Perspectiva Sociológica	Zapf (1991)	Nuevas formas de hacer las cosas, se logran cambios sociales mejor que viejas prácticas. Ejemplo, Nuevos estilos de vida.
	Gillwald (2000)	Actividades y procedimientos que difieren de patrones acostumbrados y que tienen consecuencias sociales. Ejemplo, ensamble de líneas de trabajo, movimientos ambientales.
	Heiskala (2007)	Cambios en las regulaciones, normativas y estructuras de la sociedad que habilitan recursos de poder colectivo y mejoran la economía y el desempeño social. Ejemplo, Democracia.

Perspectiva Disciplinar	Autores	Concepción
Perspectiva Sociológica	Kesselring y Leitner (2008)	Elementos de cambio social que crean nuevas facetas sociales influenciando el comportamiento individual o social. Ejemplo, nuevas reformas políticas.
	Howaldt y Schwarz (2010)	Nueva combinación o nueva configuración de prácticas sociales en ciertas áreas de acción o contextos sociales iniciado por ciertos actores o constelaciones de actores con una intención de mejorar o responder a necesidades y problemáticas que son posibles sobre las bases prácticas establecidas. Ejemplo, nuevos Modelos de Negocios, Redes sociales.
Creatividad	Mumford (2002)	En este ámbito el término es usado para referirse a la generación e implementación de nuevas ideas de cómo las personas deberían organizar sus actividades interpersonales o interacciones sociales para encontrar uno o más objetivos comunes. Ejemplo, Suscripción a una librería, fuerza política, etc.
	Mumford y Moertl (2003)	Generación e implementación de nuevas ideas sobre las personas y sus interacciones con un sistema social. Ejemplo, gestión científica, estandarización de test de admisión para acceso a Educación profesional.
Emprendimiento	Swedberg (2009)	Nuevas combinaciones que producen cambios sociales. Ejemplo, combinación de microfinanzas y presión de grupos sociales.
	Ziegler (2010)	Realización de nuevas combinaciones o capacidades. Ejemplo, Gram Vikas
Seguridad Económica	Pol y Ville (2009)	En este sentido es mirado si la Innovación o la nueva idea tiene el potencial de mejorar la calidad o la cantidad de vida. Estas iniciativas no están orientadas hacia mecanismos del mercado. Ejemplo, iniciativas para limpiar el mundo.

Perspectiva Disciplinar	Autores	Concepción
Prácticas de Campo	Mulgan (2007)	Actividades innovadoras y servicios que son motivados por encuentro de objetivos y necesidades sociales que son desarrolladas predominantemente y difundidas a través de organizaciones con propósito sociales. Ejemplo, alimentos orgánicos, software de códigos abiertos, etc.
	Phills et al. (2008)	Soluciones novedosas más efectivos, eficientes y sostenibles que las soluciones existentes a problemas sociales, los cuales crean valor a la sociedad entera que a individuos privados. Ejemplo, microfinanza, inversiones socialmente responsables, etc.
	Murray <i>et al.</i> (2010)	Nuevas ideas, productos, servicios y modelos que se encuentran simultáneamente en una necesidad social y crean nuevas relaciones y colaboraciones. Ejemplo, Escuelas de granjas orgánicas, modelos de Innovación educativa.
	Caulier-Grice <i>et al.</i> (2012)	Nuevas soluciones (productos, servicios, modelos, mercados, procesos, etc.) que se encuentran simultáneamente en una necesidad social.
Comunidad Sicológica	Fairweather (1967)	Innovación Social experimental, crear nuevos subsistemas sociales como alternativa para resolver diversos problemas de la sociedad. Por ejemplo, La creación de un Programa contra la pobreza, Programas de rehabilitación a largo plazo para residentes con problemas mentales.
Desarrollo Territorial	Moulaert <i>et al.</i> (2005)	Esta perspectiva depende del contexto. La comunidad desarrolla Programas que van en contra de la exclusión social.

Fuente: Traducido y adaptado de Majumdar *et al.* (2015)

En conclusión, se puede deducir a partir de todas estas definiciones que la Innovación Social va más allá de explorar nuevos mercados o introducir nuevos productos, porque su finalidad busca impactar o crear

valor al ser humano y a la sociedad rompiendo con las rutinas, paradigmas y esquemas, ofreciendo nuevas formas de interacción y de hacer las cosas.

¿Cuáles son sus características?

La Innovación Social puede tener varias miradas, ya que hablar de las características de la Innovación Social implica reconocer que hay varias líneas de enfoque, aunque es común encontrar, en la literatura que se ha venido desarrollando este concepto, dos formas. Una línea está concentrada en nuevos procesos sociales y el otro enfoque en nuevas salidas o resultados sociales (Adam & Westlund, 2013; Domanski, 2015; Moulaert, MacCallum, Mehmood, & Hamdouch, 2013).

Los autores que comparten el primer enfoque se focalizan en buscar nuevas formas de organización e interacción, para reducir las brechas de desigualdad y la pobreza de las disparidades económicas, mientras que los seguidores del otro enfoque se concentran más en el impacto social que generan los nuevos productos o resultados provenientes del proceso de Innovación.

Lo que separa estas dos concepciones son los propósitos inmediatos que se persiguen con la Innovación. En la primera, el propósito es social y esto, de alguna manera, termina favoreciendo lo económico; en la segunda, el propósito inmediato es económico, aunque al final termine impactando en la sociedad.

En estas Innovaciones, así como ocurre en otros ámbitos, también se ven reflejadas sus tipologías, aunque en el contexto social sufre unas variantes. En este aspecto Nicholls y Murdock (2012) citado por Nicholls *et al.* (2015) han identificado 3 niveles de Innovación Social:

- Nivel de Innovación Incremental: El objetivo de este nivel se concentra en identificar mercados más efectivamente para los productos.
- Nivel de Innovación Institucional: En este nivel se persigue reconfigurar los mercados existentes, estructuras y patrones.
- Nivel de Innovación Disruptiva: Este nivel se orienta a cambiar los marcos de referencia cognitivos, para alterar los sistemas y estructuras sociales.

Siguiendo esta lógica, estos mismos autores advierten que la Innovación Social también puede estar definida en términos de su impacto o acción, desde el individuo hasta los niveles micro, meso y macro como se puede apreciar en la siguiente Tabla.

Tabla 7
Dimensiones de la Innovación Social

Dimensión	Proceso Social	Resultado
Individual	Coproducción	Cuidados de Salud de Bajo Costo
Organizacional	Wikipedia	Integración Social
Redes o Movimientos	Tecnologías de Código Abierto	Entrenamiento y Educación no Tradicional
Sistemas	Microfinanzas	Banca Móvil

Fuente: *Nicholls et al. (2015).*

No obstante, de acuerdo con diversos estudios, hay que considerar que muchas Innovaciones Sociales, así como pueden agregar valor para unos, también puede destruirlos para otros (Nicholls *et al.*, 2015). En todo caso, la Innovación Social debe impactar a todos los niveles sociales y no solamente focalizarse en poblaciones vulnerables o con sentidos altruistas, porque todos forman parte de la sociedad.

Fronteras de la Innovación Social

La mayor tendencia en la concepción de la Innovación Social gira en torno a nuevas prácticas sociales que resuelven, de mejor manera, los retos sociales y tienen amplia aceptación.

La Innovación ha impactado ampliamente en la dimensión económica, pero, desde estas otras contribuciones, entra como una nueva dimensión de la Innovación en las condiciones del marco de creación de valor, al impactar en los aspectos sociales, aunque, esta forma de Innovación también puede conducir al desarrollo económico.

Diversos autores han argumentado que la intersección de los diferentes dominios de la sociedad con las empresas conduce a Innovaciones Sociales efectivas.

¿Cómo se presenta?

Una estrategia empresarial socialmente innovadora debe cambiar las comerciales existentes por configuraciones que aporten y resuelvan intencionalmente, de mejor forma, ciertos problemas o necesidades.

El valor social es la fuerza de la Innovación Social, pero ¿qué cuenta como Innovación Social y qué como valor social? Estos aspectos difícilmente se reconocen, porque existen barreras para hacer una adecuada difusión de las Innovaciones; sin embargo, las empresas, por ejemplo, con una estrategia socialmente innovadora la difusión estará mediada a través de los mercados para demostrar su rentabilidad.

Porter y Kramer (2011) en Schmitt (2014) en el contexto empresarial han aportado una formulación de la noción de integración de las necesidades sociales con las actividades del negocio, lo cual lo hizo muy entendible a los directivos de las empresas, en el marco de las actividades de responsabilidad social empresarial, pero Schmitt (2014) argumenta sobre la teoría de Freeman, sobre el valor de las partes interesadas, que las decisiones gerenciales pueden reconsiderar la contribución de la actividad económica al desarrollo sostenible, ampliando el alcance de la creación de valor. Esta proposición puede verse en el siguiente modelo conceptual.



Figura 4. Valor Compartido

Fuente: Schmitt (2014).

El valor social lo otorga la sociedad y los diferentes grupos de interés. En nuestros tiempos, la fuerza hacia nuevos modelos de desarrollo ha

llevado a que muchas empresas pierdan rápidamente legitimidad por la falta de un aporte de valor compartido. Este valor va más allá de la prevalencia económica; la sociedad está exigiendo que el aporte de valor compartido sea equilibrado, respete los derechos, la familia, garantice la sustentabilidad y protección del medio ambiente y ayude a reducir las brechas de desigualdad en todos los aspectos.

Drivers de la Innovación Social

La Innovación es un proceso social que permite hacer realidad un cambio específico y que, aunque se presentan como de manera impetuosa, no pueden pasar por alto que son resultado de lo que ya se viene gestando. En este sentido, se requiere comprender no solo el hecho o el acontecimiento de la Innovación sino de reconocer o considerar la praxis que genera el cambio, y es capaz de sostenerlo en el tiempo y en el espacio (Rodríguez & Alvarado, 2008).

En el ámbito social las Innovaciones surgen como un hito y son correspondientes a lo que “...Edgar Morin llama de “*autoecoorganización*”; *este se refiere a un camino reorganizador, tanto de un grupo de personas como de una serie de ideas y conocimientos aplicables a un problema delimitado, que surge en un entorno particular y cuya solución concreta debe ser adecuada a cada situación específica. La definición del problema es, en la mayoría de los casos, el asunto primordial. La reorganización tiene un componente endógeno y uno exógeno*¹...” (Rodríguez & Alvarado, 2008, p. 24).

1 Por una parte, la innovación es un proceso endógeno de autoorganización, es decir, de articulación de los recursos propios —materiales, técnicos, informativos, de conocimiento—, cuyos logros deben atribuirse a causas internas, a una manera propia y especial de encarar las dificultades y los retos, a unas propiedades grupales propiciadoras y a cualidades personales que favorecen el cambio, tales como deseo de aprender y resiliencia emocional, entre otras.

Por otra parte, la innovación también es un proceso exógeno, ecoorganizado, que supone factores externos que condicionan el ritmo de la innovación, siempre en relación con un entorno cambiante y con una zona de influencia próxima, es decir, con un conjunto de aliados y oponentes. Las condiciones socioculturales de la innovación pueden ser positivas al prescribir “lo que hay que pensar y conocer”, o pueden ser negativas al excluir normativamente lo que no se puede concebir ni hacer. De modo “... que no solo hay condiciones históricas-sociales- culturales prescriptivas para la idea y para el conocimiento; hay también condiciones permisivas, y estas condiciones permisivas dejan lugar para las autonomías individuales, la idea nueva, el pensamiento creador” (Morin, 2001, pág. 79

En esencia puede afirmarse que los principales factores de la Innovación Social se asocian a las problemáticas sociales del contexto. Las distintas necesidades de la sociedad, y que a lo largo de las historias no han sido resueltas son en la base los impulsores, para abrir paso a procesos de Innovación Social; particularmente algunos autores consideran que gracias a la Innovación Social la sociedad ha podido progresar. Sin embargo, "...ningún proceso puede prescindir de sujetos que lo impulsen y sostengan; más aún, de sujetos organizados en empresas, en instituciones, en comunidades o en algún otro tipo de organismo" (Abreu, 2011).

De acuerdo con Abreu (2011) en estos tiempos tanto los mercados como el Estado han volteado la mirada hacia lo humano, lo personal y lo individual, necesitan nutrirse de lo social y es, de esta forma, como se ve el surgimiento de la Innovación Social. Pero, esta no aparece como de la nada, antes de ser Innovaciones se deben pasar unas etapas. Este autor, en un estudio, trata de identificar estas etapas a partir de autores que han tratado de describir las etapas de la Innovación Social. Se aclara que también otros autores se han dado a la tarea de entender cómo se desarrolla una Innovación Social (Michelini, 2012). En la siguiente Tabla se recoge un resumen de estos

Tabla 8
Etapas de la Innovación Social desde Diferentes Autores

Etapas	Las Etapas de Murray, Caulier y Mulgan Murray	Etapas de Mulgan <i>et al.</i>, 2011	Las Etapas de Wheatley & Frieze	Las etapas de Rodríguez y Alvarado
Fase 1	Prontitud, inspiraciones y diagnósticos. (necesidad de la Innovación)	Generación de ideas mediante la comprensión de las necesidades y la identificación de posibles soluciones.	Redes (personas encuentran a otras personas con ideas afines)	Definición precisa del problema
Fase 2	Propuestas e ideas.	Desarrollo, creación de prototipos e ideas pilotos	Comunidades de práctica (Encuentro con otras comunidades que tienen intereses similares y encuentran beneficios por pertenecer a la comunidad)	Implementación

citado por (Rodríguez Herrera, Adolfo; Alvarado Ugarte, 2008).

Etapas	Las Etapas de Murray, Caulier y Mulgan Murray	Etapas de Mulgan <i>et al.</i> , 2011	Las Etapas de Wheatley & Frieze	Las etapas de Rodríguez y Alvarado
Fase 3	Creación de prototipos y pilotos	La Evaluación de la ampliación y las buenas ideas.	Sistema de influencia (Aparición casi espontánea de un sistema de poder)	Aprendizaje y desarrollo
Fase 4	Sostenibilidad. (Afilar las ideas)	Aprendizaje y evolución.		Diseminación y transformación en política pública a escalas local, nacional o internacional.
Fase 5	La ampliación y difusión.			
Fase 6	El cambio sistémico.			

Fuente: *Adaptado de Abreu (2011).*

De acuerdo con las posturas de las etapas de la Innovación Social de cada uno de estos autores, se puede observar que describen momentos similares, los cuales son la identificación del problema y sus posibles soluciones; son la etapa inicial que se afianza en las etapas subsiguientes, a través de la creación de prototipos, implementación y luego evaluar su sostenibilidad, recoger las lecciones aprendidas para evolucionar. La etapa de difusión siempre es fundamental en estos momentos, porque permiten la ampliación a otros contextos y rompen las barreras para garantizar el cambio sistémico.

En un sentido inverso, también se puede decir que, para que exista desarrollo económico, la Innovación Social debe ser también considerada uno de sus *drivers*, así como también lo es la Innovación Tecnológica. Sin embargo, esta última es la que más relevancia ha tomado pareciendo ser únicamente este el principal *driver* para el desarrollo.

Estrategias para la Innovación Social

Hay estudios que se han focalizado en identificar las estrategias que se han utilizado para poder llevar a cabo una Innovación Social. Los hallazgos de estos estudios han coincidido en que un Innovador Social es un agente que introduce cambios (Cels, de Jong, & Nauta, 2012) en la sociedad y, por

ende, es un funcionario público. Los Innovadores Sociales estratégicamente combinan sus habilidades para generar legitimidad del entorno, capacidad operacional, proposiciones de valor público y pensar en la acción.

Legitimidad del Entorno: De acuerdo con Cels et al. (2012), los Innovadores Sociales necesitan recibir autorización de sus interesados (autorizadores) para poder llevar a cambio los cambios, por lo general estos grupos de interés están conformados por agentes políticos, la comunidad, proveedores, etc., quienes también tienen sus propios intereses y ejercen presión de apoyo para que se logren finalmente los cambios o no.

Capacidad Operacional: Los Innovadores también requieren contar con la capacidad operacional necesaria para poder ejecutar los planes para el cambio; siempre requieren recursos, conocimientos, dinero, etc., y, por lo general, muchos de estos se pueden obtener de los autorizadores y con ellos ir mucho más allá del círculo de influencia próximo (Cels et al., 2012).

Proposiciones de Valor Público: Los Innovadores Sociales deben crear propuestas bien organizadas y justificadas ante los interesados para poder demostrar los beneficios sociales ante el público y que los recursos aportados serán bien invertidos. Los Innovadores, para esto, deben articular la propuesta de valor público ante los autorizadores; no es posible hacer un cambio si no se ha comunicado públicamente la proposición de valor (Cels et al., 2012).

Pensar en la Acción: Ver el alcance de lo pensado en una cosa y otra ejecutarlo; para moverse de un punto A a un punto B se necesita más que un plan, se necesita conocer el entorno donde se va a seguir una ruta de movimiento para llegar a B y eso significa pasar pilones, huecos, valles, etc. Se necesita ser cuidadoso y tomar decisiones puntuales (tácticas), para poder avanzar y llegar a la meta (Cels et al., 2012).

Cabe aclarar que la estrategia son las ideas que orquestan la acción mientras que las tácticas son las decisiones puntuales que se toman justo en la situación o el momento.

Casos de Innovación Social

Existe una diversidad de casos en todo el mundo que se han estudiado y que son un buen referente como ejemplos de Innovación

Social. Históricamente hay tres mecanismos del desarrollo humano, que son lo político, lo económico y lo social, y, últimamente, lo ambiental. Y, sobre estas fuerzas, los gobiernos han invertido sus esfuerzos incorporando Innovaciones Tecnológicas, nuevos modelos de desarrollo y diversidad de estrategias para lograr seguridad social. Sin embargo, en muchos países estas fuerzas han estado perdiendo sus funciones y han generado reacciones en la fuerza social, que cada día pide a gritos cambios trascendentales, es decir exigen Innovación.

Diversos agentes han tomado el liderazgo de diversas iniciativas de cambio y han logrado legitimidad con alcances globales; dentro de estos muchos ejemplos pueden nombrarse, por ejemplo:

Change.org: Es una plataforma web global de peticiones; “estos espacios tienen gran afluencia de internautas que expresan con un clic peticiones a favor o en contra de alguna medida, política o personaje” (El Tiempo, 2019).

La tecnología ha sido un gran aliado, como plataformas no solo de difusión, sino también como herramientas, donde operan muchas de las Innovaciones Sociales (Moon, 2014; Parselis, 2014).

Internacional

El caso *bank green*, fue un referente de Innovación Social, hasta el creador de la idea recibió importantes reconocimientos internacionales por su aporte al desarrollo económico y social; inicialmente fue muy aceptado por los diferentes grupos de interés, recibiendo la autorización de los mismos. Sin embargo, la iniciativa fue una bomba de tiempo y, por los resultados al largo plazo, ha sido fuertemente cuestionado, porque los que aparentemente debían ser los más beneficiados resultaron ser los más afectados.

En el ámbito de la salud también hay muchos casos exitosos como las misiones médicas en las que se combinan muchos recursos físicos, tecnológicos, equipos médicos, talento humano altamente capacitado, etc., donde se favorecen muchos pacientes con ciertas enfermedades cuyos tratamientos son altamente costosos (Fuglsang, 2008).

Latinoamérica y Colombia

La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)¹, inició un proyecto de sistematización de experiencias innovadoras de carácter social entre el 2004 y 2007, con el apoyo de la Fundación W. K. Kellogg (Rodríguez & Alvarado, 2008). El proyecto tuvo la intención de poner en evidencias tales experiencias para que sirvan de inspiración a los responsables del diseño y gestión de las políticas públicas. Como resultado del proyecto, a través de la publicación del texto² donde se extrajo esta información que brevemente se presenta, se pueden observar diversos ejemplos representativos de muchas ideas innovadoras de países que hacen parte de América Latina y el Caribe.

Los autores, a través de la recolección de experiencias, detectaron que en común muchas Innovaciones del campo social que presentan surgieron en condiciones adversas, en los que el mercado y el sector público mantienen excluidos a una gran parte de la población, porque no les ofrecen alternativas ni respuestas a las necesidades que siguen siendo Básicas para muchos. La ejecución de muchas de la ideas también encuentran muchos obstáculos y barreras a la hora de llevarse a cabo, porque, principalmente, no encuentran el apoyo de quienes formulan e implementan las políticas públicas porque no se involucran y que este tipo de iniciativas requieren para poder trascender los ámbitos locales y así poder impactar y beneficiar a una mayor parte de la población (Rodríguez & Alvarado, 2008).

Con esta experiencia se recogieron muchas lecciones a aprender; dentro de estas se tienen el poder reconocer factores claves de éxito de una Innovación Social, cómo se puede facilitar la difusión de Innovaciones Sociales para replicarlas en otros escenarios, qué desafíos para el desarrollo de la región y el bienestar de sus habitantes plantean estas experiencias a los hacedores de políticas públicas (Rodríguez & Alvarado, 2008).

De las experiencias que hay en el ámbito social y que se presentan como referentes, transforman las prácticas del campo social en áreas tales

1 La CEPAL está comprometida con el avance social de América Latina, dentro sus propósitos buscan dar voz a pequeños líderes sociales a las comunidades, población civil, empresas y entes de gobierno que sean generadores de cambio social.

2 Claves de la innovación social en América Latina y el Caribe de la CEPAL (Rodríguez & Alvarado, 2008)

como la salud, la educación, la generación de ingresos y la atención de la juventud en riesgo o las mujeres agredidas. Se trata de experiencias que poseen el valor agregado de los efectos demostrativos, y que se organizan como programas y proyectos articulados con organizaciones sociales de la sociedad civil, del Estado o de la propia comunidad (Rodríguez & Alvarado, 2008).

Cabe destacar que muchas Innovaciones Sociales son invisibles o poco se sabe de ellas porque no se difunden, por tanto, iniciativas como las ferias de Innovación Social son una gran oportunidad, porque visibilizan y permiten difundir las novedades en los campos sociales.

La mayoría de los proyectos de Innovación que se presentan en el libro de la CEPAL *...no son portadores de ideas completamente originales, aunque su Innovación sea endógena, sino que aplican y adaptan diversos conocimientos, de manera creativa, a un problema particular bien identificado. Un ejemplo fehaciente de esto se encuentra en el proyecto Hospedaje estudiantil en familia, de Bolivia, que revive y adapta un modelo ancestral para mejorar las condiciones de niños y niñas de comunidades alejadas...* (Rodríguez & Alvarado, 2008, p. 22).

A continuación se presenta una lista de proyectos de Innovación Social que pueden ser replicables y se encuentran con más detalles en el texto del proyecto de la CEPAL (Rodríguez & Alvarado, 2008).

Proyectos de generación de ingresos

- Leche en abundancia, Haití
- Programa integrado de cultivos andinos, C.A.U.Que.Va., Argentina
- Producción sostenible de truchas en el sistema extensivo e intensivo en lagunas y jaulas, Programa Noreste de ProNaturaleza: Experiencia comunitaria para el desarrollo sostenible y la conservación del medio ambiente en la Reserva Nacional Pacaya-Samiria, Perú
- Programa nacional de cadenas productivas en el sector artesanal, Colombia

- Mejoramiento de pasturas y lucha contra el kellu-kellu, Planta tóxica del altiPlano boliviano, Bolivia
- Rescate de semillas tradicionales para darles valor agregado y elevar el nivel de vida de la comunidad indígena de Río Blanco, municipio de Sotará, Departamento del Cauca, Colombia Tejidos punto a mano en alpaca de prendas de vestir desde los Andes Peruanos, Perú Manejo y tratamiento de aguas residuales con lenteja acuática, lechuguín y totora, Ecuador Associação dos pequenos agrossilvicultores do projeto RECA (Reflorestamento Econômico Consorciado e Adensado), Brasil

Proyectos de juventud en riesgo

- Prevención del fenómeno droga y mara en áreas marginales urbanas y rurales, Guatemala
- Sistema de sostén para adolescentes tutelados, Argentina
- Programa Fénix: Desarrollo integral y oportunidades para jóvenes en situación de riesgo social y conflicto, Colombia
- Prevención del abandono del hogar. Una experiencia de desarrollo humano y social, Colombia
- Programa Ángel de la Guarda, Brasil
- Programa Miguel Magone y Laura Vicuña: alternativa a la violencia de las pandillas juveniles, oportunidad de inserción laboral y respuesta al alto índice de emigración salvadoreña, El Salvador

Proyectos de afirmación de derechos

- Acciones de Salud comunitaria en la Floresta Nacional de Tapajós, Brasil
- Defensorías comunitarias: Una respuesta comunitaria a la violencia familiar, Perú
- Programa comunitario de Salud: Salud responsabilidad de todos, Paraguay
- Pintando o sete, Brasil

- Programa Promover, Uruguay
- Extensión y profundización de la Red de Comunicación Indígena, Argentina
- Red joven de ciudadanía, Brasil
- “Trébol de cuatro hojas”: Estrategia de reducción de la morbimortalidad materna, perinatal e infantil, Brasil
- Hospedaje estudiantil en familia, Bolivia
- Programa de prevención de violencia a través de proyectos de resolución de conflictos y mediación de pares en Escuelas con niños y jóvenes en riesgo y en grupos de Educación no formal, Argentina
- Programa de erradicación del trabajo infantil y protección de los adolescentes en el trabajo doméstico en Belo Horizonte, Brasil
- Alfabetização solidária (AlfaSol), Brasil
- Mejoramiento de la calidad de vida de niños y niñas que conviven con VIH/Sida, y niños y niñas desprotegidos, a través del acceso a Educación preescolar terapéutica, Colombia
- Yo trabajo por mi derecho a la Educación, México
- Acompañamiento telefónico a mayores (ATM), Argentina
- Educación inclusiva: Una Educación para todos, Perú

Caribe colombiano

Un proyecto visible de Innovación Social en el Caribe colombiano es el proyecto de creación del museo comunitario de San Jacinto, Bolívar, y que hoy es una realidad. Este museo fue construido por y para la comunidad, y hoy es un destino turístico para visitantes locales, nacionales y extranjeros; este proyecto que ha ganado gran reconocimiento realmente ha traído impactos muy positivos sobre la propia comunidad.

Referencias

- Abreu Quintero, J. L. (2011). Innovación social: conceptos y etapas. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 6(2), 134-138. <http://eprints.uanl.mx/8019/>
- Adam, F., & Westlund, H. (2013). *Innovation in socio-cultural context. Innovation in Socio-Cultural Context*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203085547>
- Caulier-Grice, J., Davies, A., Patrick, R., & Norman, W. (2012). *Social innovation overview: a deliverable of the project: "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE)*, European Commission—7th framework programme. European Commission, DG Research, Brussels.
- Cels, S., de Jong, J., & Nauta, F. (2012). *Agents of Change: Strategy and Tactics for Social Innovation*. Brookings institution press.
- Domanski, D. (2015). ¿Qué es la innovación social?. *Trans-pasando Fronteras*, 7, 180-183. <https://doi.org/10.18046/retf.i7.2169>
- El Tiempo. (2019, 19 de Junio). ¿Para qué sirve reunir firmas en plataformas como Change.org? *Internet*. <https://www.eltiempo.com/mundo/mas-regiones/para-que-sirve-la-plataforma-change-org-377088>
- Fairweather, G.W. (1967). *Methods for experimental social innovation*. Wiley.
- Fuglsang, L. (Ed.). (2008). *Innovation and the creative process: Towards innovation with care*. Edward Elgar Publishing.
- Gillwald, K. (2000). *Konzepte sozialer Innovation* (P 00-519; WZB Discussion Paper). <http://hdl.handle.net/10419/50299>
- Heiskala, R. (2007) Social innovations: structural and power perspectives. En T. J. Hämäläinen, R. Heiskala (eds.), *Social innovations, institutional change and economic performance.*, (pp. 52–79). Edward Elgar.
- Howaldt, J., & Schwarz, M. (2010). *Social innovation: concepts, research fields and international trends*. Study. Sozialforschungsstelle. http://www.asprea.org/imagenes/IMO%20Trendstudie_Howaldt_englisch_Final%20ds.pdf
- Kesselring, A., & Leitner, M. (2008) *Soziale innovation in Unternehmen*. Study. Zentrum für Soziale Innovation. <https://www.zsi.at/object/>

publication/1444/attach/3Soziale_Innovation_in_Unternehmen_ENDBERICHT.pdf

- Majumdar, S., Guha, S., & Marakkath, N. (2015). *Technology and innovation for social change: An introduction. Technology and Innovation for Social Change*. New Delhi: Springer. https://doi.org/10.1007/978-81-322-2071-8_1
- Michellini, L. (2012). *Social innovation and new business models: Creating shared value in low-income markets*. Springer Science & Business Media.
- Moon, F. C. (2014). *Social networks in the history of innovation and invention*. Springer Netherlands. <https://doi.org/10.1007/978-94-007-7528-2>
- Moulaert, F., MacCallum, D., Mehmood, A., & Hamdouch, A. (2013). *The International Handbook on Social Innovation. Collective Action, Social Learning and Transdisciplinary Research*. Edward Elgar. <https://doi.org/10.4337/9781849809993>
- Moulaert, F., Martinelli, F., Swyngedouw, E., & Gonzalez, S. (2005). Towards alternative model (s) of local innovation. *Urban studies*, 42(11), 1969-1990. <https://doi.org/10.1080/00420980500279893>
- Mulgan, G. (2007). *Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated* (Working paper), Skoll Centre for Social Entrepreneurship. https://eureka.sbs.ox.ac.uk/761/1/Social_Innovation.pdf
- Mumford, M. D. (2002). Social innovation: ten cases from Benjamin Franklin. *Creativity research journal*, 14(2), 253-266. https://doi.org/10.1207/S15326934CRJ1402_11
- Mumford, M. D., & Moertl, P. (2003). Cases of social innovation: Lessons from two innovations in the 20th century. *Creativity Research Journal*, 15(2-3), 261-266. <https://doi.org/10.1080/10400419.2003.9651418>
- Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (2010). *The open book of social innovation*. Nesta. http://temp.uefiscdi.ro/edigiregion_v2/the_open_book_of_social_innovationNESTA.pdf
- Nicholls, A. & Murdock, A. (eds.) (2012). *Social Innovation: Blurring Boundaries to Reconfigure Markets*. Palgrave Macmillan.

- Nicholls, A., Simon, J., & Gabriel, M. (2015). *New Frontiers in social Innovation research*. United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE]. (2006). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre Innovación* (Tercera Ed), OCDE.
- Parselis, M. (2014). Función e innovación social: el caso Twitter. *CTS: Revista iberoamericana de ciencia, tecnología y sociedad*, 9(25), 53-71. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5124701>
- Phills, J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T. (2008). Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34-43. https://ssir.org/articles/entry/rediscovering_social_innovation
- Pol, E., & Ville, S. (2009). Social innovation: Buzz word or enduring term?. *The Journal of socio-economics*, 38(6), 878-885. <https://doi.org/10.1016/j.socec.2009.02.011>
- Rodríguez Herrera, A., & Alvarado Ugarte, H. (2008). *Claves de la Innovación Social en América Latina y el Caribe*. ONU & CEPAL. Santiago de Chile. http://www.cicad.oas.org/fortalecimiento_institucional/savia/PDF/otrosdocumentos/Claves_de_innovacion_social.pdf
- Schmitt, J. (2014). *Social Innovation For Business Success. Shared Value in the apparel Industry*. Springer Gabler.
- Swedberg, R. (2009) Schumpeter's full model of entrepreneurship: economic, non-economic and social entrepreneurship. En: R. Ziegler (ed.), *An introduction to social entrepreneurship: voices, preconditions, contexts* (pp 77–106). Edward Elgar.
- Zapf, W. (1991). The role of innovations in modernization theory. *International Review of Sociology*, 2(3), 83-94. <https://doi.org/10.1080/03906701.1991.9971098>
- Ziegler, R. (2010). Innovations in doing and being: capability innovations at the intersection of Schumpeterian political economy and human development. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1(2), 255-272. <https://doi.org/10.1080/19420676.2010.511818>