

## **Innovación Social: Conceptos y Etapas**

*(Social Innovation: Concepts and Stages)*

**Abreu Quintero, José Luis \***

**Resumen.** Se presenta una revisión histórica y epistemológica del concepto de innovación social, encontrándose que el concepto data de hace 4000 años. Se determinó que 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. Finalmente, se encontró que 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.

**Palabras claves.** Innovación social, economía social, estado, mercado, macroeconomía.

**Abstract.** A review of the historical and epistemological concept of social innovation is presented, finding that the concept dates back 4000 years. It was determined that innovation is the result of a long historical process, an accumulation of small improvements and failed attempts at a critical time to change the sign of the trend, the direction of a process, the quality of a product or technique of a procedure. Since appearing in a fierce and even transgressive, it is often overlooked that every innovation depends on the change that has been brewing in the framework of a particular technological culture, artistic, scientific, philosophical or organizational. The originality of the innovation is the process that allows to realize a specific change. Finally, we found that no process can be dispensed of subjects that promote it and sustain it, indeed, of subjects organized in companies, institutions, communities or any other type of organism.

**Keywords.** Social innovation, social economy, state, market, macroeconomics.

### **Introducción**

Al hacer una reflexión histórica sobre el concepto encontramos que el término innovación social fue discutido en las publicaciones de reconocidos autores tales como Peter Drucker y Michael Young (fundador de la Open University, y decenas de otras organizaciones) en la década de los años correspondientes a 1960 (Gavron, 1995). También se destacó el mencionado término en las obras de escritores franceses en la década de 1970, entre los cuales están Pierre Rosanvallon, Jacques Fournier, y Jacques Attali (Chambon, 1982). Sin embargo, los temas y conceptos en la innovación social existen desde mucho antes. Benjamin Franklin, por ejemplo,

habló de pequeñas modificaciones en la organización social de las comunidades que podría ayudar a resolver los problemas cotidianos (Mumford, 2002).

Lo más sorprendente es que Zaratustra, hace 4000 años, hiciera una combinación entre dos términos: “la sociedad ideal” y la “mentalidad progresiva”, para dar proponer lo que en la actualidad conocemos como innovación social (Abreu y Jafarey, 2010).

A continuación se presentan una serie de reflexiones epistemológicas sobre el significado del término innovación social. En adición, se muestran, discuten y analizan una selección de las etapas más importantes de innovación social que se han identificado y descrito actualmente.

### **Conceptos de Innovación Social**

Murray, Mulgan y Caulier (2011) afirman que tanto en el mercado como en el Estado, el aumento de las redes de distribución ha coincidido con un giro marcado hacia lo humano, lo personal y lo individual. Esto ha provocado un mayor interés en la calidad de las relaciones (lo que Jim Maxmin y Shoshanna Zuboff llaman el soporte de la economía), se ha llevado a la innovación alrededor de personalización (desde nuevos tipos de mentor hasta cuentas personales), un mundo nuevo y rico en información y retroalimentación (por ejemplo, AMEE, que hace seguimiento de las salidas de carbono en 150 países diferentes), y el creciente interés en las vías (por ejemplo, desde la primera infancia hasta la edad adulta) y los viajes de servicio (ya sea de un paciente a través de un sistema de salud o de un pasajero en un aeropuerto). Con este énfasis en el individuo ha llegado un interés en la experiencia, así como en resultados formales, en opinión subjetiva, así como en los indicadores cuantitativos del Estado y la economía a finales del siglo 20 (de ahí el surgimiento de innovaciones como el paciente experto, o la opinión del paciente). La política pública también se ha vuelto hacia lo domestico, a través de innovaciones como las asociaciones familiares de enfermeras y los conserjes verdes.

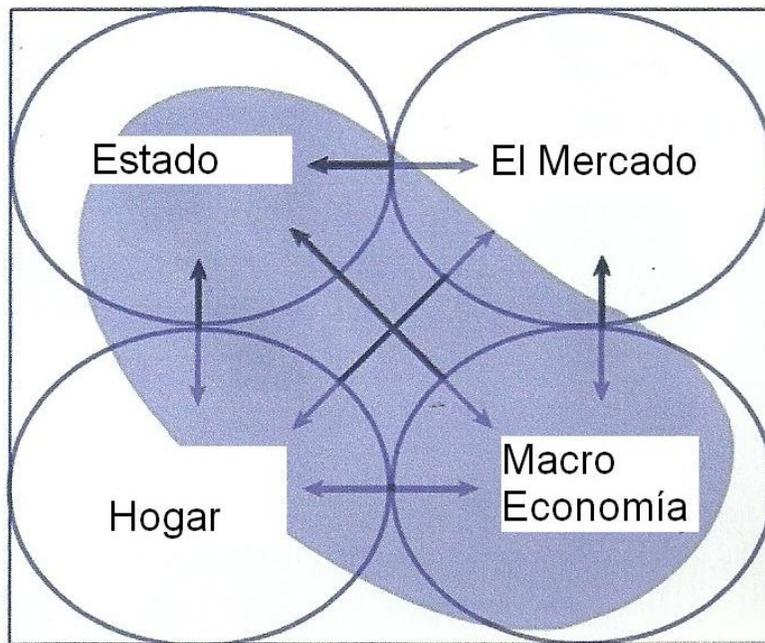
De acuerdo a Murray, Mulgan y Caulier (2011), algo de lo que está sucediendo en el mercado implica la adopción de las ideas del sector social - La colaboración, la cooperación, las redes basadas en la confianza, la participación del usuario en el diseño de servicios, por ejemplo, son todos conceptos habituales en el campo social y ahora se ven como en la vanguardia de los negocios. Sin embargo, algunos de los nuevos métodos son tan desafiantes a instituciones de beneficencia existentes, las organizaciones no gubernamentales y las cooperativas, así como lo son para las empresas principales y los organismos públicos. De hecho, uno de los temas comunes de la innovación social es que a menudo reta relaciones de poder, creando

sitios de competencia y conflicto. Esto es evidente en relación con las redes de distribución que tienen el potencial de transferir y difundir el poder, pero también un gran potencial para concentrar el poder (piénsese, por ejemplo, en Google). Tensiones similares se pueden ver en el campo del emprendimiento social (que se extiende a los modelos descentralizados arraigados en un grupo nuevo y poderoso de empresarios arraigados en la organización comunitaria educados en escuelas de negocios occidentales, ligados a las consultorías globales, y respaldados por fundaciones arraigadas en las grandes empresas), y en relación con la política pública, que a menudo se trata de cooptar a los innovadores de base para servir a los intereses del gran gobierno.

En el contexto de Murray, Mulgan y Caulier (2011) la innovación social no se refiere a un sector determinado de la economía, sino a la innovación en la creación de productos y resultados sociales, independientemente de dónde nacen. Esto se ilustra por el área sombreada en la figura 1. Ninguna de las cuatro economías está totalmente preocupada por la economía social, o sea la producción orientada a las necesidades y aspiraciones sociales. La propia economía de mercado, aunque en gran parte privada, sin embargo, se dedica a la economía social en la forma, por ejemplo, de responsabilidad social corporativa o movimientos como el comercio justo. El hogar, como el mercado, es en parte puramente privado, pero forma una parte fundamental de la economía social, tanto a través del trabajo en el hogar, como a través de la contribución a la sustancia y la dirección de la producción social de las redes informales, asociaciones y movimientos sociales. La macro economía, por el contrario, es por su naturaleza en gran parte relacionada con la prestación de servicios como un contrapunto al mercado privado, como es el gasto estatal. La zona sombreada representa por lo tanto las partes de cada uno de los cuatro sub-economías que en conjunto constituyen la economía social.

Murray, Mulgan y Caulier (2011) concluyeron que cuando se busca considerar la innovación social, por lo tanto, la investigación no puede de ninguna manera limitarse a un sector - como el llamado tercer sector. Tienen que cubrirse todos estos sectores, y la dinámica de las relaciones entre ellos. Su capacidad de innovación depende tanto de la innovación en las estructuras, los objetivos y las relaciones trans-fronterizas de cada una de las cuatro esferas económica, así como en cualquier papel específico que cada uno de los sectores ha desempeñado tradicionalmente.

**Figura 1. La Economía Social**



**Fuente: Murray, Mulgan y Caulier (2011).**

## **Etapas de la Innovación Social**

### **1. Las Etapas de Murray, Caulier y Mulgan**

Murray, Caulier y Mulgan (2010) identificaron seis etapas que llevan a las ideas desde el inicio hasta el impacto. Estas etapas no siempre son secuenciales (algunas innovaciones saltan directamente a la "práctica"), y hay ciclos de retroalimentación entre ellos. Ellos también pueden considerarse como superposiciones de espacios, con distintas culturas y habilidades. Ellas proporcionan un marco útil para pensar acerca de los diferentes tipos de apoyo que los innovadores y las innovaciones necesitan para crecer:

(1) Prontitud, inspiraciones y diagnósticos. En esta etapa se incluyen todos los factores que ponen de relieve la necesidad de la innovación - como la crisis, recortes

en el gasto público, los malos resultados, estrategias -, así como las inspiraciones que la motivan, desde la imaginación creativa hasta las nuevas pruebas. Esta etapa consiste en diagnosticar el problema y la elaborar la pregunta de tal forma que las causas fundamentales del problema, no sólo sus síntomas, sean abordados. Enmarcando la pregunta correcta es la mitad del camino a la búsqueda de la solución correcta. Esto significa ir más allá de los síntomas para identificar las causas de un problema particular.

(2) Propuestas e ideas. Esta es la etapa de generación de ideas. Esto puede involucrar a los métodos formales - como los métodos de diseño y creatividad para ampliar el menú de opciones disponibles. Muchos de los métodos de ayuda para atraer conocimientos y experiencias a partir de una amplia gama de fuentes.

(3) Creación de prototipos y pilotos. Aquí es donde las ideas se prueban en la práctica. Esto se puede hacer a través de simplemente probar cosas, o por medio de los pilotos más formales, prototipos y ensayos controlados aleatorios. El proceso de perfeccionamiento y evaluación de ideas es particularmente importante en la economía social porque es a través de la iteración, y ensayo y error, que las coaliciones generan fuerza (por ejemplo, vincular a los usuarios a los profesionales) y se resuelven los conflictos (incluyendo las batallas con los intereses creados). Es también a través de estos procesos que las medidas de éxito de llegar a ser acordados.

(4) Sostenibilidad. Esto es cuando la idea se convierte en la práctica diaria. Consiste en afilar las ideas (y muchas veces la racionalización), y la identificación de fuentes de ingresos para asegurar la sostenibilidad financiera a largo plazo de la firma, empresa social o de la caridad, que llevará adelante la innovación. En el sector público esto significa la identificación de los presupuestos, equipos y otros recursos tales como la legislación.

(5) La ampliación y difusión. En esta etapa hay una serie de estrategias para el crecimiento y la difusión de una innovación - desde el crecimiento de la organización, a través de licencias y franquicias a las federaciones y más flexible de difusión. La emulación y la inspiración también juegan un papel fundamental en la difusión de una idea o práctica. La demanda es tan importante como la oferta: ¿cómo la demanda del mercado, o la demanda de los comisionados y los políticos se movilizaron para difundir un nuevo modelo de éxito. Este proceso se refiere a menudo como "escala", y en algunos casos la palabra es adecuada, ya que la innovación es generalizada dentro de una organización o la organización se expande. Pero la escala es un concepto de la edad de la producción en masa, y las innovaciones se tienen en la economía social de muchas otras maneras, ya sea a

través de la inspiración y emulación, o mediante la prestación de apoyo y know-how de uno a otro de una manera más orgánica y de un adaptativo tipo de crecimiento.

(6) El cambio sistémico. Este es el objetivo último de la innovación social. El cambio sistémico por lo general involucra la interacción de muchos elementos: movimientos sociales, los modelos de negocio, las leyes y reglamentos, datos e infraestructuras, y una forma completamente nueva de pensar y hacer. El cambio sistémico generalmente implica nuevos marcos o arquitecturas formados por muchas de las innovaciones más pequeñas. Las innovaciones sociales comúnmente enfrentan las barreras y la hostilidad de un viejo orden. Los pioneros puede dejar de lado estas barreras, pero en la medida en que pueden crecer, a menudo dependen de la creación de nuevas condiciones para que las innovaciones sean económicamente viables. Estas condiciones incluyen las nuevas tecnologías, las cadenas de suministros, formas institucionales, las habilidades y los marcos regulatorios y fiscales. La innovación sistémica comúnmente involucra cambios en el sector público, sector privado, sectores de la macroeconomía y del hogar, por lo general durante largos períodos de tiempo.

## **2. Las Etapas de Mulgan et al.**

Mulgan et al. (2011) describen cuatro etapas por las que las innovaciones tienen y establecen una comparación con la forma en que las abejas encuentran aliados poderosos para unirse:

(1) Generación de ideas mediante la comprensión de las necesidades y la identificación de posibles soluciones

El punto de partida para la innovación es la toma de conciencia de una necesidad que no se está cumpliendo y una idea de la forma en que se pudo cumplir. A veces, las necesidades son notoriamente evidentes - como el hambre, la falta de vivienda o la enfermedad. Pero a veces las necesidades son menos evidentes, o no se reconocen - Como la necesidad de protección contra la violencia doméstica, o el racismo, y se necesita de campañas y movimientos para nombrar y definir estos.

Algunos de los mejores innovadores identifican las necesidades que no son adecuadamente satisfechas por el mercado o el Estado. A menudo son buenos para hablar y escuchar, hacen excavación debajo de la superficie para entender las necesidades de los pueblos y sus dislocaciones, insatisfacciones y "bloques". Michael Young consiguió que muchas de sus mejores ideas se generaran de conversaciones al azar en las calles, autobuses y incluso en los cementerios. La empatía es el punto de partida y la etnografía es por lo general una herramienta

formal más relevante que el análisis estadístico. Las motivaciones personales también juegan un papel fundamental: la gente lo desea, puede resolver sus propios problemas y puede estar motivada por el sufrimiento de sus amigos o familiares.

## (2) Desarrollo, creación de prototipos e ideas piloto

La segunda fase de todo proceso de innovación consiste en tomar una idea prometedora y probarla en la práctica. Pocos planes sobreviven totalmente intactos a su primer encuentro con la realidad. Pero es a través de la acción que evolucionan y mejoran. Las innovaciones sociales pueden ser ayudadas por la investigación del mercado formal o por el análisis de escritorio, pero el progreso se logra a menudo con mayor rapidez convirtiendo a la idea en un prototipo o piloto y luego galvanizando el entusiasmo. Las innovaciones sociales a menudo se implementan temprano.

Debido a que los participantes suelen estar muy motivados y son demasiado impaciente para esperar que los gobiernos o profesionales actúen. La experiencia de tratar que sus ideas funcionen acelera su evolución, y el poder del ejemplo entonces resulta ser tan persuasivo como los argumentos por escrito o de defensa. Una virtud clave del prototipado rápido es que las innovaciones suelen requerir varios intentos antes que funcionen. Los primeros pasos son siempre defectuosos. El Servicio Nacional de Salud tomó 40 años para pasar del sueño imposible a la realidad, la radio tardó una década para encontrar su forma - sus primeros pioneros erróneamente pensaron que los miembros del público comprarían tiempo de emisión para enviar mensajes a sus amigos y familiares, al igual que el teléfono.

Otro ejemplo, Wikipedia, fue un fracaso en su primera salida. En la actualidad existe una gama mucho más rica métodos disponibles para la creación de prototipos, pruebas piloto y pruebas de nuevas ideas, ya sea en entornos reales o en áreas de condiciones protegidas, a medio camino entre el mundo real y el laboratorio. El dinero relativamente gratis de fundaciones y filántropos puede ser decisivo en ayudar a las ideas a través de esta fase. Los gobiernos también se han hecho más sofisticados en el uso de pruebas y conocimientos, con una proliferación de pilotos, pioneros y experimentos. Las incubadoras, que se han generalizado durante mucho tiempo en las empresas, han comenzado a despegar en el sector público y entre las ONGs, aunque la práctica y la comprensión siguen siendo muy desiguales. En los negocios, nuevos dispositivos tales como impresoras 3D han hecho que sea más fácil convertir las ideas en prototipos rápidamente. En el ámbito social se están desarrollando en paralelo métodos para cristalizar ideas prometedoras que son rápidamente sometidas a prueba.

### (3) La evaluación de la ampliación y la difusión de las buenas ideas

La tercera etapa del proceso de innovación social se produce cuando una idea está saliendo bien en la práctica y entonces se pueden cultivar, potencialmente a través de crecimiento orgánicos, reproducción, adaptación o franquicias. Por lo general, las innovaciones se difunden en forma de "curva S", con un fase inicial de crecimiento lento entre un pequeño grupo de incondicionales, a continuación, una fase de rápido despegue, y luego una desaceleración cuando la saturación y madurez se han logrado. Para entender los procesos de crecimiento es importante distinguir lo que se está ampliando y cómo se amplía. El "qué" puede variar mucho en la naturaleza, a lo largo de un continuo que va desde las ideas muy genéricas que se difunden por la atracción hacia el crecimiento estrictamente controlado por un equipo único de gestión.

En la tabla 1 puede observarse que cada tipo de crecimiento trae consigo diferentes oportunidades y desafíos. El tipo 4 el crecimiento es a menudo más atractivos para los innovadores sociales, ya que ofrece la promesa de crecimiento y el impacto, sin demasiado grado de responsabilidad de gestión. Pero por lo general es el más difícil en la práctica debido a las ambigüedades del control y las obligaciones financieras que conlleva.

En los negocios, la experiencia de empresas como Microsoft, Procter & Gamble y Amazon sugiere que los pioneros que crean mercados a través de innovaciones radicales, casi nunca son las empresas que las difunden y dominan. Las habilidades y modos de pensar necesarios para la creación de un mercado totalmente nuevo no sólo difieren, sino que activamente entran en conflicto con aquellos necesarios para crecer y consolidarse.

Las grandes empresas están con frecuencia en mejores condiciones de llevar las nuevas ideas de los nichos de mercados hacia los mercados de masas, y muchas empresas han concluido que deben subcontratar la creación de nuevos productos radicales a las nuevas empresas. Esto les permite a las grandes empresas concentrar sus esfuerzos en la consolidación de los mercados, comprando empresas o licencias que ven como prometedoras.

### (4) Aprendizaje y evolución

Las innovaciones continúan cambiando a través de una cuarto etapa: el aprendizaje y la adaptación convierte a las ideas en formas que pueden ser muy diferentes de las expectativas de los pioneros. La experiencia puede mostrar las consecuencias imprevistas, o aplicaciones inesperadas. En las profesiones, en los mercados

competitivos y en el sector público, hay una comprensión cada vez más profunda de cómo se aprende.

**Tabla 1. Patrones de crecimiento y de replicación**

|  |   |
|--|---|
| Tipo 1<br>Ideas Generales y Principios           | Difusión mediante actividades de promoción, la persuasión y el sentido de un movimiento; por ejemplo la idea de la cooperativa de consumo.  |
| Tipo 2<br>1 + Características del Diseño         | Difusión a través de redes profesionales y otros, ayudados por alguna evaluación: por ejemplo, el programa de 12 pasos de Alcohólicos Anónimos.   |
| Tipo 3<br>1 + 2 + Programas Específicos          | Difusión a través de redes profesionales y otros, a veces con pago, propiedad intelectual, asistencia técnica y de consultoría. Algunos programas de tratamiento con metadona para los adictos a la heroína sería un ejemplo, o el Alto Alcance / modelo de Perry para los primeros años. |
| Tipo 4<br>1 + 2 + 3 + Franquicias                | Difusión por una organización, con garantía de calidad, formación común y otros apoyos. Un tercio de las escuelas públicas independientes en Suecia, son parte de una red única, sería un ejemplo, o el crecimiento de Grameen en Bangladesh y en todo el mundo.                          |
| Tipo 5<br>1 + 2 + 3 + 4 + Cierta Control Directo | El crecimiento orgánico de una sola organización, incluyendo a veces adquisiciones, con un gobierno común, aunque a menudo con una estructura confederada. Por ejemplo Amnistía Internacional o Greenpeace.   |

**Fuente: Mulgan et al. (2011)**

Nuevos modelos, como las colaboraciones en salud (usado por el NHS para mejorar la innovación y práctica en campos como el cáncer y la atención primaria) y grupos cerrados de investigación (usado por una serie de importantes ciudades para analizar sus estrategias de transporte) ayudaron a integrar la innovación y la mejora en profesiones bastante conservadoras. Éstos destacan el grado en que todos los procesos de innovación se pueden entender como tipos de aprendizaje, en lugar de momentos 'eureka' de genios solitarios.

Las ideas comienzan como posibilidades que son entendidas sólo por sus inventores. Ellas evolucionan haciéndose cada vez más explícitas y más formalizadas, a medida que las mejores prácticas se aplican y las organizaciones comienzan a desarrollar experiencias sobre cómo hacer que funcionen. Esta fase consiste en la consolidación en torno a un núcleo de algunos principios que pueden ser fácilmente comunicados. Luego, cuando la idea se lleva a cabo en los nuevos contextos, se desarrolla aún más, y en las nuevas combinaciones, con el aprendizaje cada vez más tácito, sostenido dentro de las organizaciones, hasta que otros conjuntos de síntesis simples emergen.

### **3. Las Etapas de Wheatley & Frieze**

Wheatley & Frieze (2011) plantean tres etapas con una perspectiva diferente a las etapas descritas aquí anteriormente. Estas dos autoras utilizan lo que llamaron el enfoque de la “utilización de la emergencia para impulsar la innovación social”.

Etapa 1: Redes. Vivimos en una época en que las coaliciones, alianzas y redes se están formando como un medio para crear el cambio social. Cada vez hay más redes y ahora, las redes de redes. Estas redes son esenciales para que las personas encuentren a otros con ideas afines, la primera etapa del ciclo de vida de la emergencia. Es importante tener en cuenta que las redes son sólo el comienzo. Se basan en que la gente con interés propio suele estar en red juntos para su propio beneficio y para desarrollar su propio trabajo. Las redes tienden a tener una membresía fluida, las personas entran y salen de ellas sobre la base de lo mucho que personalmente se benefician de la participación.

Etapa 2: Las comunidades de práctica. Las redes hacen posible que las personas encuentren otros involucrados en un trabajo similar. La segunda etapa de la emergencia es el desarrollo de las comunidades de práctica (CdP). Muchas de esas pequeñas comunidades individualizadas pueden surgir de una red robusta. Los DdP son también autoorganizadas. La gente comparte un trabajo en común y se dan cuenta que hay un gran beneficio estar en esa relación. Ellos utilizan esta comunidad para compartir lo que saben, para apoyarse mutuamente y crear

intencionalmente nuevo conocimiento para su campo de práctica. Estas comunidades difieren de las redes en forma significativa. Ellas son las comunidades, lo que significa que las personas se comprometan a ser uno para el otro, participan no sólo para sus propias necesidades, sino para servir a las necesidades de otros. En una comunidad de práctica, el enfoque va más allá de las necesidades del grupo. Hay un compromiso intencional para avanzar en el campo de los descubrimientos con un público más amplio. Ellos hacen sus recursos y conocimientos disponibles para cualquier persona, especialmente los que realizaban trabajos relacionados. La velocidad con que las personas aprenden y crecen en una comunidad de práctica es notable. Las buenas ideas se mueven rápidamente entre los miembros. Nuevos conocimientos y prácticas se implementan rápidamente. La velocidad a la que el desarrollo del conocimiento y el intercambio ocurren es crucial, ya que ahora las regiones locales y el mundo necesitan este conocimiento y sabiduría.

Etapa 3: Sistemas de Influencia. La tercera etapa de la emergencia no se puede predecir. Es la aparición espontánea de un sistema que tiene un poder real e influencia. Esfuerzos pioneros que se cernía en la periferia de repente se convierten en la norma. Las prácticas desarrolladas por las valientes comunidades se convierten en el estándar aceptado. La gente ya no duda sobre la adopción de estos enfoques y métodos, y aprendan con facilidad. Los debates sobre políticas y la financiación incluyen ahora las perspectivas y experiencias de estos pioneros. Se convierten en líderes en el campo y son reconocidos como los guardianes de la sabiduría de su tema particular. Y los críticos que dijeron que nunca podría hacerse, de repente se convierten en los principales partidarios (a menudo dicen que lo saben todo el tiempo). La emergencia es la explicación científica fundamental de cómo los cambios locales pueden materializarse en los sistemas globales de influencia. Como una teoría del cambio, ofrece métodos y prácticas para lograr los cambios en los sistemas de cambio que son tan necesarios en este momento. Como líderes y comunidades de personas preocupadas, tenemos que trabajar intencionalmente con la emergencia para que los esfuerzos den resultado en un futuro realmente esperanzador. No importa que otras estrategias de cambio se hayan aprendido o favorecido, la emergencia es la única manera de cambiar realmente ocurre en este planeta. Y eso es una muy buena noticia.

#### **4. Las Etapas de Rodríguez y Alvarado**

Rodríguez y Alvarado (2008) explican que en el proceso de innovación en el campo social se pueden identificar cuatro grandes fases, en cada una de las cuales se hace frente a factores de propuesta aplicable. El éxito de los procesos de innovación depende, en alto grado de:

1. En una primera etapa, de una definición precisa del problema y del acceso a las ideas que puedan ser útiles para resolverlo.
2. En la segunda etapa, de implementación, el éxito depende de las condiciones para aplicar la innovación, entre las que se cuenta el financiamiento para experimentar con proyectos piloto o demostrativos. La misión de la CEPAL, en este sentido, es seleccionar las innovaciones probadas, sostenibles y replicables, es decir las que han superado la etapa experimental.
3. En una tercera fase, de aprendizaje y desarrollo, el éxito depende del conjunto de elementos que favorecen el aprendizaje, como las oportunidades para el desarrollo de nuevas capacidades, o para sistematizar la propia experiencia.
4. Finalmente, en la cuarta fase, lo clave es la diseminación de las innovaciones y su transformación en política pública a escala local, nacional o internacional (The Young Foundation, 2007 en Rodríguez y Alvarado, 2008).

Una vez que una innovación ha sido probada y reconocida como tal, se impone difundirla, multiplicarla y promover su réplica. Con este fin, es estratégico seleccionar la ruta más adecuada para facilitar su diseminación y el proceso a través del cual pueda ser efectivamente replicada. Se requiere además que la organización contemple procesos que hagan del aprendizaje una actividad que la revitalice, como si el aprendizaje se contagiara, para desembocar en un proceso de grupo donde todos aprenden del otro. Esto se puede hacer mejor gradualmente, por áreas o grupos, mediante la experimentación, y creación de espacios de aprendizaje informales, como recomienda la literatura reciente. Swieringa y Wierdsman definieron la organización que asimila nuevos conocimientos como “una en la que la gente aprende a través del trabajo conjunto y trabaja en conjunto a través del aprendizaje, y es así capaz de sostener su desarrollo colectivo” (Mayo y Lank, 2003 en Rodríguez y Alvarado, 2008). Mayo y Lank llegan a concebir que “una organización es una red de curvas de aprendizaje” (Mayo y Lank, 2003 en Rodríguez y Alvarado, 2008). Esta sería una organización que contempla, en su dinámica, ciclos consecuentes de acción, información, interpretación, experiencia, reflexión, sistematización, diálogo de conocimientos, aprendizaje, innovación y comunicación (Rodríguez y Alvarado, 2008).

Así, la innovación se puede concebir como la otra cara del aprendizaje. Innovan las organizaciones que aprenden y aprenden las organizaciones que cambian, esto es, las organizaciones que adaptan novedades y por ende innovan. En ese sentido, la innovación se puede considerar esquemáticamente como la interrelación de diversos procesos que incluyen el intercambio de información con el exterior. Esto es así porque la técnica, que es el conocimiento aplicado, debe ser, como todo saber humano, continuamente reaprendida, puesto que “la pericia tecnológica no se

hereda automáticamente, toda nueva generación debe adquirirla” (Sachs, 2005 en Rodríguez y Alvarado, 2008).

## **Conclusiones**

Las principales conclusiones de este estudio coinciden con los resultados presentados por Howaldt y Schwarz (2010) en los que se considera que “La innovación contribuye a moldear piezas de cambio que serán relevantes en el futuro. Cualquier innovación ofrece un fundamento básico para formar nuevas ramas para los pequeños o fuertes cambios futuros, en cualquier momento con estatus sociales, económicos o tecnológicos muy particulares. Las innovaciones son intervenciones deliberadas diseñadas para iniciar y establecer futuros desarrollos de la tecnología, la economía y las prácticas sociales”.

Una de las reflexiones conclusivas más importantes conduce a la necesidad de diversificación de las ciencias sociales en la investigación y la facilitación de las innovaciones sociales. El ajuste adecuado de la propia organización en las ciencias sociales es pertinente para activar relaciones deliberadas con los usuarios de los conocimientos generados por las ciencias sociales (investigación transdisciplinaria). A pesar de que existen diferentes enfoques, conceptos y métodos, tales intenciones se asemejan a las características habituales de la investigación avanzada en ciencias naturales y la economía en materia de innovación de los negocios y de la tecnología.

El debate actual sobre la innovación social requiere de un concepto más amplio de la innovación genérica, con el fin de hacer posible la identificación de las similitudes y diferencias entre la variedad existente y el desplazamiento de las innovaciones que tienen lugar en toda la sociedad. Las innovaciones sociales son distintas de las innovaciones tecnológicas en la medida del propósito y en sus objetivos, a pesar de que los resultados se puedan solapar. Una notable afinidad con la importancia de la teoría y la práctica por igual es el hecho de que toda innovación tiene una fecha de caducidad. Tan pronto como una nueva tecnología o práctica social efectiva se integra en la vida cotidiana de la mayoría de las personas, grupos o instituciones interesadas, su carácter específico de la novedad y la innovación se detiene.

A manera de conclusión se puede decir que los fenómenos de cambio social son siempre considerados en relación con la innovación tecnológica en la tecnosociología y en la investigación técnica del paradigma dominante de un sistema socio-técnico, pero no desde la perspectiva de un tipo independiente de innovación que se puede delimitar a partir de las innovaciones técnicas. Desde la perspectiva de

la tecno-sociología y su campo central, esto no sólo es posible sino necesario. La fusión de la innovación como un término se convierte en un problema cuando los conceptos de innovación desarrollados en tecno-sociología y en la investigación técnica se universalizan en una teoría integral de la innovación. Esto es inadecuado a la luz de la disminución de la funcionalidad del paradigma orientado a la tecnología moldeada por la sociedad industrial.

## Referencias

- Abreu, José Luis; y Jafarey, Ali. 2010. *Gathas: Los Cantos Divinos de Zaratustra*. Createspace. ISBN-13: 978-1450522496
- Chambon, J. L, David, A. and Devevey, J.-M (1982), *Les Innovations Sociales*, Presses Universitaires de France, Paris
- Gavron, Dencheds. *Young at 80*, Carcanet Press, London, 1995
- Howaldt, Jürgen y Schwarz, Michael. 2010. *Social Innovation: Concepts, research fields and international trends*. Sozialforschungsstelle Dortmund ZWE der TU-Dortmund. research and development program Working – Learning – Developing Skills. Potential for Innovation in a Modern Working Environment for the affiliated project “International Monitoring“(IMO). The program is funded by the Federal Ministry of Education and Research (BMBF) and the European Social Funds (ESF).
- Mayo, Andrew y Elizabeth Lank (2003), *Las organizaciones que aprenden (The Power of Learning)*, Barcelona, Gestión 2000.
- Mulgan, Geoff; Tucker, Simon; Rushanara; Ali y Sanders, Ben. 2011. *Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated*. Skoll centre for social entrepreneurship. Saïd Business School. University of Oxford.
- Mumford, M.D. 2002. *Social Innovation: Ten Cases from Benjamin Franklin*, *Creativity Research Journal*, 14(2), 253-266
- Murray, Robin; Mulgan, Geoff y Caulier Grice, Julie. 2011. *How to Innovate: The tools for social innovation*. The Young Foundation and Nesta.
- Murray, Robin; Caulier-Grice, Julie y Mulgan, Geoff. 2010. *Social innovator series: ways to design, develop and grow social innovation*. The open book of social innovation. [www.socialinnovator.info](http://www.socialinnovator.info)
- Rodríguez Herrera, Adolfo y Alvarado Ugarte, Hernán. 2008. *Claves de la innovación social en América Latina y el Caribe*. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). Publicación de las Naciones Unidas. ISBN: 978-92-1-323224-8
- Sachs, Jeffrey (2005), *El fin de la pobreza. Cómo conseguirlo en nuestro tiempo*, Barcelona, Debate.
- Wheatley, Margaret y Frieze, Deborah. 2011. *Using Emergence to Take Social Innovation to Scale*. The Berkana Institute. [www.berkana.org](http://www.berkana.org)
- Young Foundation. 2006. *Social innovation: what it is, why it matters, how it can be accelerated*. Basingstoke, London, UK.
-

**\* Acerca del autor**

El Dr. José Luis Abreu Quintero es profesor investigador de la Universidad Autónoma de Nuevo León en la Facultad de Contaduría Pública y Administración. [spentamexico@gmail.com](mailto:spentamexico@gmail.com)