

Otro Mundo es Posible: innovación social de la utopía a la práctica

Javier Andrés Loaiza Monsalve

*Instituto Tecnológico Metropolitano, jaloaizam@gmail.com
Tecnológico Metropolitano, dirección electrónica*

Gabriel Cataño

*Instituto Tecnológico Metropolitano, gabrielcatano@itma.edu.co
Tecnológico Metropolitano, dirección electrónica*

Resumen

En la actualidad la innovación social se presenta como una alternativa para solucionar o al menos contribuir a la superación de grandes problemas sociales que afectan gran parte de la población mundial, tales como el desempleo, la carencia de servicios de salud pública, el analfabetismo, la desnutrición infantil, la pobreza, la desigualdad, etc. Mientras la innovación empresarial o de negocios ha logrado grandes avances de mercado y suscrito acuerdos respecto al diseño de estrategias de desarrollo y de gestión, entre empresarios, comunidad científica, y tomadores de decisiones; la innovación social es apenas un concepto de reciente relativo interés en la literatura científica y su estudio se limita a análisis de casos y a fijar posturas diversas sobre su definición y dimensiones. Para evitar que la innovación social se quede en mera utopía, incapaz de llevar equidad y desarrollo a las comunidades locales que son su causa final y eficiente, se requiere trabajar en elaborar una teoría comprehensiva, lo mismo que diseñar indicadores, que permitan conocer y evaluar su avance real en los territorios y en las organizaciones de los países en desarrollo, lo que se deberá traducir en políticas y sistemas de gestión apropiados. A partir de la revisión de cierta literatura que se aparta de la corriente principal de la innovación y de la referencia a un caso específico de medición, este artículo explora una vía por dónde conducir la innovación social de la utopía a la práctica, sugiriendo algunos pasos que parece necesario dar para recorrerla.

Palabras clave

Innovación social, estado del arte, cambio social, indicadores, medición, gestión.

1 Introducción

“Es cierto que la ciencia ha generado mucho desarrollo tecnológico e importantes innovaciones. Sin embargo, ni toda la tecnología proviene de la ciencia ni tampoco todas las innovaciones. Otras modalidades de conocimiento también son fuentes de innovación, por ejemplo las artes (Picasso, almodóvar), las humanidades (j. Rowling y su Harry Potter), la música (los Beatles) y, last but not the least, los conocimientos generados por los pueblos indígenas. América latina no es la vanguardia en la innovación tecnológica basada en conocimiento científico, pero aventaja a otras muchas regiones del mundo en la innovación oculta de la que habla el NESTA británico. Dicha institución contrapone la innovación basada en conocimiento científico a la hidden innovation (innovación oculta) que no suele ser contabilizada por el manual de Oslo ni por el de Bogotá, pero que sin embargo existe, y sigue creciendo.”

Javier Echeverría, Innovación sin ciencia

La innovación es quizás uno de los conceptos más difundidos y aceptados por las organizaciones actuales, pero para llegar a este acuerdo se necesitaron varios años de trabajo y de investigación, así como voluntades políticas para construirlo. Hoy esfuerzos semejantes son necesarios para acordar que significa la innovación social. Primero Weber con sus “invenciones sociales” (Moulaert, et al., 2005) y luego Schumpeter con su caracterización del emprendedor y la transformación de ideas creativas en productos para el mercado, fueron los pioneros en reconocer el carácter social de la innovación. El último, si bien daba prelación a la innovación tecnológica, mantenía la importancia central de la innovación social (Schumpeter, 1942). Aun así, es solo hasta años recientes que el término innovación social despierta interés en la comunidad científica y ha llegado a convertirse en un referente de transformaciones micro y macro sociales, pensada como la creación o el mejoramiento de bienes y servicios enfocados a solucionar los problemas más críticos de la sociedad.

A partir de estos antecedentes, dentro de las ciencias sociales la innovación social es un concepto que ha tomado mucha fuerza en la última década, lo cual no significa que apenas haya surgido en este periodo de tiempo. Como fenómeno la innovación ha estado presente en toda la historia humana: el fuego, el lenguaje, la ganadería, la agricultura, la democracia, entre muchas otras, son solo ejemplos de nuevos productos, servicios o formas de organización social que se han traducido en cambio social que ha mejorado la vida de las personas. Como bien lo afirma Simms (2006): “Las civilizaciones son el resultado de las innovaciones humanas”.

No obstante, quizás debido a la reciente aparición del concepto, aún no hay un acuerdo sobre lo que representa la innovación social, por lo que nos enfrentamos a diversas posiciones y campos de estudio de la misma, lo que conduce a que prevalezcan múltiples enfoques “fragmentados, desconectados y dispersos entre los campos” (Cajaiba-Santana, 2014). A continuación se presentan diversas posturas teóricas que compiten respecto a la innovación social, para luego más adelante mostrar brevemente la evolución que ha conducido a una concepción multidimensional que intenta dar cierta unidad a dicha multiplicidad.

2 ENFOQUES DE LA INNOVACIÓN SOCIAL

Entre los autores, al intentar diferenciar la innovación social de la innovación enfocada a los negocios, se encuentran diferentes comparaciones como innovación social Vs. innovación tecnológica (Gardner, Acharya, & Yach, 2007), innovación social Vs. innovación tecn-económica (Hiscala, 2007) citado por (Pol & Ville, 2009); igualmente en el Manual de Oslo (2005) se delimita la innovación restringiendo su alcance al sector empresarial excluyendo los demás sectores, dando lugar a una división de los enfoques desde el punto de vista exclusivo de los sectores económicos¹. Debido a que la innovación social requiere en gran medida de aplicaciones tecnológicas y que en el presente artículo se reconoce a la empresa como un agente generador de innovaciones sociales más que como un sector, se establecerá una diferencia entre innovación social e innovación empresarial o de negocios, ya que de esta forma se denota la existencia de “muchas nuevas ideas que no son creadas con el propósito de hacer dinero” (Pol & Ville, 2009).

La innovación social tiene, como lo analizan (Moulaert et al., 2005) diferentes dimensiones, o como lo hacen (Pol & Ville, 2009) diversos conjuntos y subconjuntos en las que se enmarcan diversas actividades de innovación. Esta última postura es muy útil ya que trazar una línea divisoria perentoria entre las actividades de innovación social e innovación empresarial o de negocios es sumamente difícil, dado que ambas implican actividades humanas, y la posibilidad de generar negocios sociales por medio del emprendimiento social impide separarlos.

2.1 La innovación social sin ánimo de lucro

Dentro de este enfoque se recogen todos aquellos esfuerzos tanto de organizaciones de la sociedad civil como del gobierno para dar solución a necesidades sociales insatisfechas no percibidas como importantes por el mercado, enfocados en promover el desarrollo local y la mejora de las condiciones de vida en la mayoría de los casos de la población más excluida de las políticas sociales y de espacios institucionales. Este enfoque distingue las necesidades que aún no han sido percibidas como importantes de las que no lo serán en absoluto, ambas objeto de la innovación social (Moulaert et al., 2005). Dentro de este tipo de innovaciones los autores destacan las que se originan en las artes y las ciencias de la creatividad y las que enmarcan dentro del modelo “Otro mundo es posible”², en el cual se priorizan la economía alternativa y el desarrollo sostenible, sin querer decir que este tipo de modelo no aplicaría a innovaciones empresariales o de negocios, ya que como se mencionó anteriormente, el objetivo de este artículo no es trazar una línea divisoria perentoria sino establecer las principales características

¹ Este sesgo es suficientemente analizado en Echeverría (2008) y Anlló (2003).

² De este modelo se hablará con más detalle en un apartado posterior.

de cada tipo de innovación, teniendo claro que estas pueden solaparse y generar negocios sociales. Adicionalmente, los autores reconocen los movimientos sociales como un factor de poder de la innovación social ya sea para generar cambios, conservarlos o revertirlos ante la insatisfacción de los mismos.

Este tipo de innovación surge para solucionar necesidades y no busca acumular riqueza, “hacer dinero” (al menos inicialmente). Son nuevas ideas que mejoran cuantitativa o cualitativamente la vida y no tienen lucro potencial y que el libre mercado por sí solo no soluciona (Pol & Ville, 2009).

La rentabilidad de las inversiones sociales puede ser muy difícil de medir y sus resultados tienden a ser a muy largo plazo. Invertir en educación puede tardar años en dar frutos mientras las primeras promociones terminan el ciclo de escolaridad, igualmente pasa con el mejoramiento de los sistemas de salud, un ejemplo es el tiempo que hay esperar para notar cómo la inversión en el sector salud impacta en el mejoramiento de la esperanza de vida en un país. El ánimo de lucro puede limitar la acción de la innovación social y dejar de solucionar necesidades existentes. Por esto, la innovación sin ánimo de lucro constituye la piedra angular de la innovación social y requiere de grandes esfuerzos de cooperación para superar la pobreza y de voluntad de las naciones para pasar de políticas de gobierno a políticas de Estado, con una visión estratégica de soluciones reales con resultados a corto, mediano y largo plazo.

2.2 La innovación social como emprendimiento de nuevos negocios

Las ciencias organizacionales y de la gestión, se han enfocado en mejorar la coherencia de las organizaciones con sus objetivos financieros, éticos y ecológicos, para integrar intereses sociales dentro de las agendas de negocio del mercado. (Moulaert et al., 2005).

En el caso de la innovación social en servicios de salud (Gardner et al., 2007), por ejemplo, se plantea la necesidad de alianzas público privadas para dar solución a los problemas de salud, que permitan fortalecer la investigación y la transformación de ideas en productos de bajo costo, que aumenten la equidad en los sistemas de salud. Desde este enfoque (Gardner et al., 2007) plantean que se pueden originar negocios gana-gana, teniendo muy claro que se deben diferenciar las prioridades en políticas de innovación en salud de la búsqueda de lucro de los actores privados participantes.

Las innovaciones empresariales o de negocio buscan beneficios financieros y estos no son necesariamente sociales, por ejemplo, una mejora significativa dentro de una línea de producción de un producto puede repercutir en menores costos y mayores beneficios financieros para el empresario, mas no repercutir de ninguna manera en el usuario final del

producto. Pero aquellas innovaciones que buscan no solo beneficios financieros sino también dar respuestas a necesidades sociales, constituyen lo que se denominan “Innovaciones de doble enfoque” (Pol & Ville, 2009), y es la intersección entre el conjunto de innovaciones sociales y el conjunto de innovaciones de negocio. Estas, ofrecen una posibilidad de sostenibilidad de las soluciones sociales, que si bien no en todos los casos son posibles, pueden aportar al desarrollo económico y social de las comunidades.

2.3 Enfoque de la innovación social según su magnitud

Así como dentro de la innovación empresarial o de negocios se han distinguido dos tipos de innovación según su magnitud, incremental y radical (OECD, 2005), dentro de la innovación social también se hacen distinciones según su magnitud, lo cual no es de extrañar debido a la correlación existente entre ambos conceptos que parten de la base de implementar nuevas ideas.

Dentro de la innovación social (Moulaert et al., 2005) diferencian entre innovaciones micro y macro, entendiendo las primeras como “creación de nuevos procedimientos para estructurar u organizar las formas de trabajo, mejorar modelos de cooperación, introducción de nuevas prácticas en grupos sociales o desarrollo de nuevas prácticas o métodos comerciales”, mientras las innovaciones macro, si bien no las definen las ejemplifica como aquellas “inspiradas por Marthin Luther King, Henry Ford o Karl Marx”, que se puede interpretar como cambios en las instituciones, la cultura o la estructura social. Cabe también resaltar, que las innovaciones macro traspasan el nivel local para ser aceptadas por un gran número de personas, una masa crítica.

Por otro lado, también se plantea que las salidas de la innovación social toman la forma de nuevas instituciones, movimientos sociales, prácticas sociales o diferentes estructuras de trabajo colaborativo, que se traducen en una mejora cuantitativa o cualitativa de la calidad de vida (Cajaiba-Santana, 2014).

De estas definiciones se puede entender en primera instancia, que la innovación social no es tan solo un producto o servicio destinado a resolver necesidades sociales, así como no la innovación empresarial o de negocios no es una mera invención. La innovación social es la aceptación del público objetivo por medio de la transformación de las instituciones que repercute positivamente en la cantidad o calidad de vida, y que dependiendo de la cantidad de personas impactadas por el cambio se pueden enmarcar dentro de micro o macro innovaciones.

A pesar de esto, esta última proposición no se contrapone a que puedan existir innovaciones sociales incrementales o radicales circunscritas dentro de las innovaciones micro o macro, ya que las ideas que produzcan la transformación social pueden tener una magnitud social (cantidad de personas impactadas) muy alta o muy baja (micro o macro), así como también tener ciertas características de novedad: desde una mejora en las condiciones de vida hasta unas nuevas condiciones de vida.

2.4 Enfoque de la innovación social según su gobernanza

Para (Moulaert et al., 2005), la sociedad debe considerarse como un factor catalizador de la innovación social, que debe ser tenido en cuenta como agente innovador por su poder democrático y de acción directa, capaz, por medio de movimientos y organizaciones sociales, de generar, conservar o revertir cambios sociales y, por lo tanto, es un elemento fundamental en la gobernanza de la innovación social, comprendida como las formas de articulación o relación de los agentes de la innovación.

Dentro de los agentes de la innovación se incluyen aquellos pertenecientes a la innovación tecnológica, ya que los impactos sociales de esta pueden ser también innovación social, por lo tanto se reconocen como agentes los vértices del Triángulo de Sábato: la estructura productiva (empresas), la infraestructura científico-tecnológica (universidades, centros de investigación) y el gobierno (Sábato & Botana, 1968); pero también otros actores que no se encuentran dentro de los actores de la literatura de innovaciones de negocio, tales como las organizaciones de la sociedad civil (Movimientos sociales, organizaciones sin ánimo de lucro).

El papel del gobierno en la innovación social es fundamental, ya que una parte de la innovación social no tiene lucro potencial y, requiere de este como ente facilitador y de soporte. Como se ha dicho en el caso de América Latina, por ejemplo,

“los esfuerzos se originan principalmente en organizaciones de la sociedad civil o de la propia comunidad. La mayoría de los proyectos se inician sin una clara participación del gobierno. Pero con el paso del tiempo, en la medida en que demuestran excelencia y resultados relevantes, las autoridades gubernamentales se vinculan y en muchas ocasiones los apoyan, convirtiéndose en su promotor.” (Rey de Marulanda & Tancredi, 2010)

2.5 Una visión unificadora: la innovación social con fines y sin fines de lucro

Pol & Ville (2009) hacen un análisis de diferentes conceptos de innovación social y proponen una visión de esta desde la teoría de conjuntos. En ella, realizan una categorización de la innovación distinguiendo innovación social de innovación de negocios, cada una como un

conjunto diferente con una intersección de los conjuntos, que denomina Innovación de doble enfoque (Ver **¡Error! No se encuentra el origen de la referencia.**):

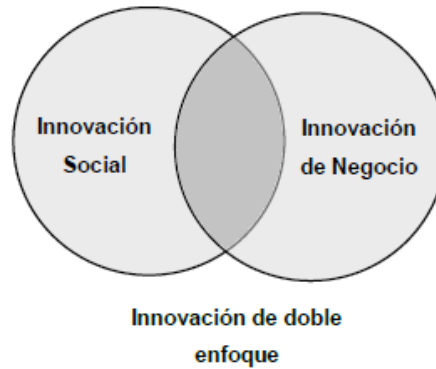


Figura 1. Relación entre innovación social y de negocio. Tomado de (Pol & Ville, 2009)

Este concepto es muy apropiado para entender la innovación social, ya que enmarca las innovaciones sociales como aquellas que mejoran cuantitativa o cualitativamente la vida, y las innovaciones de negocio como aquellas que buscan beneficios financieros, pero comprendiendo que no hay una línea divisoria perentoria entre ambas, sino que ambos tipos se traslapan generando innovaciones con un doble enfoque social y financiero, que pueden ser concebidas como emprendimiento social.

3 “OTRO MUNDO ES POSIBLE”: ENFOQUE MULTIDIMENSIONAL DE LA INNOVACIÓN SOCIAL

Como se dijo al comienzo, la proliferación de enfoques de la innovación social hace de este concepto un galimatías porque produce confusión en su comprensión y dificultad su medición, lo que en la práctica hace difícil el diseño de políticas que la impulsen y la fomenten, pues como se suele decir “la confusión en las cosas comienza por la confusión en las palabras”. De allí porque se decía que en la actualidad se asiste a una convergencia de los múltiples enfoques conocidos de la innovación social bajo un modelo multidimensional denominado “Otro mundo es posible” (Moulaert et al., 2005).

Los antecedentes inmediatos de esta transformación se remontan a finales de los años 90, cuando la comisión europea dentro del V Programa Marco, da lugar al proyecto de investigación SINGOCOM (construcción de innovación social, gobierno y comunidad, por sus siglas en inglés)³, un proyecto que busca promover y recoger las experiencias en torno a la innovación social para la inclusión de los sectores de la población europea carentes de políticas sociales y espacios institucionales (Moulaert et al., 2005). Estos autores narran como poco después se derivó el proyecto ALMOLIN (modelos alternativos de innovación social, por sus siglas en inglés)⁴, como un enfoque multidimensional de la innovación social, tras un amplio rastreo de diversas líneas teóricas. Este modelo se presenta como alternativo a los enfoques precedentes, cuya novedad es que se centra en la construcción de comunidades urbanas desde la gobernanza local; enfoque bottom-up opuesto al enfoque top-down de la innovación predominante. Resumiendo, en este proyecto se reconocen las siguientes dimensiones de la innovación social:

- Relacional, que comprenden los procesos organizacionales de innovación social como lo son el emprendimiento ético, los procesos de promoción de la creatividad, las dinámicas de gobernanza y la innovación social llevada al mercado.
- Histórica, porque la innovación social responde a lógicas de liderazgo personal, que debido al carácter determinante de la historia, se convierte en un acelerador de la innovación social dentro del devenir dialéctico de la historia.

³ Información completa sobre este proyecto se encuentra en <http://siresearch.eu/social-innovation/project/singocom>. Consultado en agosto 1 de 2014.

⁴ Comisión Europea (2005), Social innovation, governance and community building. En: <http://cordis.europa.eu/documents/documentlibrary/100123951EN6.pdf>. Consultado en agosto 2 de 2014.

- Territorial, que reconoce el desarrollo regional, local y vecinal, por medio de la sociedad como catalizadora de la misma.
- Integradora, que recoge las ideas creativas y las convierte en acciones innovadoras, por medio de la iniciativa individual o colectiva. En esta dimensión se lleva el tema de soluciones sociales y ambientales al campo de los negocios.
- Societal, una dimensión de movimiento social en torno a políticas públicas. Aquí se plantea que ante la crisis de políticas impertinentes o la ausencia de políticas, la sociedad genera nuevos productos o formas de organización que solucionan problemas que no han podido ser afrontados por el Estado, de forma alternativa al mismo, a pesar de que en algún momento resulten siendo institucionalizadas. Así, los movimientos sociales con iniciativas como la economía solidaria construyen la utopía bajo el nombre “otro mundo es posible” (Moulaert, et al., 2005).

De estas dimensiones de la innovación social los autores destacan especialmente tres que interactúan entre sí: la *satisfacción de las necesidades humanas* que no son satisfechas, o por lo menos no suficientemente, por el mercado y el Estado; los *cambios en las relaciones sociales* “en especial en lo que respecta a la gobernanza, que permite dicha satisfacción de las necesidades, pero también un incremento en el nivel de participación de todos, pero en especial de los grupos desfavorecidos de la sociedad (dimensión de proceso)”; y el *aumento de la capacidad socio-política y el acceso a los recursos* “necesarios para mejorar los derechos a la satisfacción de las necesidades y la participación humanos (dimensión de empoderamiento)”.

Moulaert, et al., (2005), concluyen:

Si estuviéramos comprometidos en el debate de la corriente principal de la innovación, podríamos argumentar que un proceso de innovación es eficaz si contribuye a una mayor productividad y a una mayor competitividad de una empresa, una organización, una comunidad. Pero, por supuesto, el concepto de innovación social es más amplio, más dependiente del contexto y la comunidad, y no tan fácilmente evaluable como en el enfoque de la corriente principal de la innovación. Por lo tanto, tenemos que usar un enfoque de evaluación más indirecto.

Y agregan que “la innovación social en el contexto SINGOCOM significa cambios de las instituciones y de los organismos que tienen el propósito de contribuir a la “inclusión social””.

4 MEDICIÓN DE LA INNOVACION SOCIAL: EL CASO RESINDEX

El análisis precedente conduce al problema de la evaluación (medición) de la innovación social. Como se indicó en la nota 1, ninguno de los manuales existentes para medir la innovación es suficiente para medir la innovación social. Si bien, como lo plantea Echeverría (2008), la construcción de indicadores todavía es un objetivo a largo plazo, ya en la literatura se encuentran diversos estudios de caso y análisis cualitativos (Cajaiba-Santana, 2014), por lo cual, es necesario comenzar a desarrollar esos indicadores para contribuir a una elaboración más estratégica de políticas públicas de innovación social, necesarias para promoverla y no dejarla simplemente a actividades fugases e inconexas, sin una dirección clara. Pero para esto: “El análisis conceptual, la identificación de buenas prácticas y su investigación con métodos cualitativos son pasos previos al diseño de indicadores de innovación social, cultural y artística, objetivo este a lograr en el largo plazo” (Echeverría, 2008).

Para construir índices de innovación a todos los niveles es necesaria la construcción de índices a nivel local, regional y global. Esfuerzos similares ya fueron llevados a cabo exitosamente para medir la innovación empresarial o de negocios, que se construyen a partir de datos de encuestas diseñadas siguiendo los manuales de la OCDE, tales como el Manual de Frascati para la medición de actividades de I+D (OECD, 2002) y el Manual de Oslo como guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación empresarial (OECD, 2005). Adicionalmente, en Latinoamérica se creó el Manual de Bogotá (Jaramillo, Lugones, Salazar, & Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia, 2000), basado en el manual de Oslo con el fin de normalizar las encuestas de innovación en la región, que permitan la realización de estudios comparables pero resaltando que hay:

Ciertas especificidades que caracterizan la conducta tecnológica de las empresas de América Latina justifican, sin embargo, la intención de contar con un conjunto de indicadores regionales (tendientes a captar esas especificidades) que se agregarían a los indicadores con base en Oslo y Frascati destinados a asegurar la comparabilidad internacional. (Jaramillo et al., 2000)

El problema de estos indicadores es que no capturan adecuadamente el mejoramiento de la vida de las personas, ya que solo incluye factores de entrada como las instituciones, el capital humano (entendido como nivel de formación), la infraestructura y sofisticación del mercado; y como variables de salida nuevos bienes de servicio o conocimiento.

Todos los manuales e indicadores anteriormente mencionados se presentan como una hoja de ruta a seguir dentro del proceso de medición de la innovación social, pues se plantea la necesidad de crear indicadores normalizados que midan la innovación a nivel local y que permitan la comparación entre las diferentes regiones. A pesar de eso, cada región tiene ciertas

particularidades, por lo que se deben crear también, indicadores específicos de cada región adicional a aquellos que se encuentren normalizados.

Con base en los enfoques analizados en la sección 2, se resaltan aquí algunas características que se deben tener en cuenta al realizar mediciones de innovación social: primero, se debe incluir la innovación social en todo su conjunto, tanto la que tiene fines de lucro como la que no; segundo, se deben recoger los diferentes tipos de innovación social según su magnitud micro o macro; tercero, se deben medir los diferentes agentes de la innovación: universidades, centros de investigación, empresa, gobierno y organizaciones de la sociedad civil sin ánimo de lucro; quinto, se debe tener en cuenta que la innovación social no es solo el producto sino la aceptación del mismo, es decir, el cambio social generado tras su implementación; y por último, se debe considerar que el público objetivo en la innovación social debe tener participación en el proceso de generación de la innovación y no simplemente ser visto como un consumidor de la misma, tal y como se expuso al tratar la gobernanza.

Dentro de los esfuerzos por medir la innovación social, cabe destacar uno que guarda gran relevancia por su magnitud y por haber llevado a cabo una aplicación práctica de la medición, recogiendo diferentes teorías de innovación social, se trata del índice RESINDEX, que representa una herramienta central para evaluar la innovación social en el País Vasco.⁵

La medición se realizó a partir de la medición de capacidades de absorción de conocimiento, entendida como “*un concepto relacional que define la habilidad de las organizaciones para identificar, asimilar, transformar y explotar conocimiento externo sobre la base de conocimiento interno acumulado*” (Cohen y Levinthal, 1990) citado por (Sinnergiak & Innobasque, 2013), y se diferencia la capacidad potencial de la capacidad realizada. Así, se realiza una medición de la capacidad potencial de realizar innovación tecnológica y la capacidad realizada por medio de la valoración del índice de orientación a lo social de la organización que se mide, y del índice de realización de la capacidad potencial de innovación en proyectos sociales (ver Figura 2).

⁵ Iniciativa liderada por Innobasque (Agencia Vasca de Innovación) y dirigida por SINNERGIAK Social Innovation, centro que entre 2012-2013, estableció el Índice Regional de Innovación Social, que intenta medir la innovación social en el País Vasco, a partir de la aplicación de tres tipos de encuesta, uno por cada tipo de agente innovador (empresas, organizaciones sin fines de lucro, universidades y centros tecnológicos, excepto al gobierno, pero que lo incluyen en el modelo como un agente externo que aporta ideas, es socio de cooperación y fuente de financiación).

Capacidad Potencial	Índice de Capacidad Potencial de Innovación	Capacidad de Conocimiento
		Capacidad de Aprendizaje
		Capacidad de Socialización
		Capacidad de Desarrollo
		Capacidad de Vinculación
Capacidad Realizada	Índice de Orientación a lo Social	Adquisición de Conocimiento
		Desarrollo de Proyectos Sociales
	Índice de Innovación Social	Impacto de Proyectos Sociales
		Gobernanza

Figura 2 - Modelo RESINDEX: Capacidad de absorción e innovación social. Tomado de: (Sinnergiak & Innobasque, 2013)

Este enfoque recoge varios de los elementos enunciados anteriormente, ya que permite medir por medio del enfoque a lo social las innovaciones con lucro y sin lucro y reconoce diversos agentes involucrados en la innovación social, privados, públicos y comunitarios, aunque asume al gobierno como un agente externo. No obstante, en las conclusiones del trabajo se plantea que el gobierno debe incluirse dentro del modelo para futuras mediciones como un agente más. Una de las debilidades del índice, es que dos de los elementos comunes a los diversos enfoques de la innovación social no se inscriben suficientemente en este modelo: la magnitud de la innovación y el impacto del cambio generado tras su implementación.

Respecto a la magnitud, el modelo solo tiene en cuenta la diversidad de audiencias y de sectores (salud, educación, medio ambiente, servicios sociales), así como el aprendizaje interno de la organización. No tiene en cuenta, en cambio, el número de personas beneficiadas con la innovación, que como ya se ha mencionado es fundamental para determinar la magnitud de la innovación.

El cambio social generado tras la implementación de nuevas ideas, si bien es el fin último de la innovación social, es de difícil medición en una organización en particular, ya que para medirla se requiere de variables macro como el nivel de desnutrición, analfabetismo, esperanza de vida, etc. Para ello, es necesario un índice más global que permita hacer un análisis de estas variables. El enfoque local adoptado por el RESINDEX se ve limitado en este aspecto, si bien en términos de capacidades de innovación social, presenta una idea muy clara del estado de las organizaciones, entregando lo que se sintetiza en tres productos fundamentales (Sinnergiak & Innobasque, 2013):

- *Un modelo y sistema de indicadores de innovación social validado*
- *Un informe de Índice Regional de Innovación Social*
- *Una visión general del papel de la Administración Pública*

5 Conclusiones

La innovación social concebida como la aceptación del público objetivo de nuevos o mejorados productos, servicios, formas de organización social o prácticas sociales, por medio de la transformación de las instituciones que repercute positivamente en la calidad de vida, es una alternativa para la solución de los problemas sociales más críticos que padece hoy el mundo: cobertura en salud, analfabetismo, desnutrición infantil, entre otros. Innovaciones sociales en estos y en otros campos se pueden observar en muchos lugares del mundo, cuya gestión sistemática se realiza desde organizaciones con amplias capacidades, y gobiernos que poseen el conocimiento necesario para generar políticas conducentes a fortalecer las debilidades actuales en diversos campos.

El modelo RESINDEX marca un punto de partida para que en otras regiones del mundo se comiencen a adoptar estas mediciones y se establezcan redes para normalizarlas⁶, las que fundamentalmente deben medir los siguientes aspectos:

- Enfoque social: Sin distinción de proyectos con lucro o sin lucro
- Agentes de innovación social: Universidad, centros de investigación, empresas, gobiernos y organizaciones de la sociedad civil sin ánimo de lucro.
- Gobernanza: Participación del público objetivo en el desarrollo de los proyectos de innovación social
- Magnitud de la innovación: alcance cuantitativo de la población beneficiada por la innovación social
- Cambio social: Nivel de mejora cuantitativo o cualitativo de la vida de las personas beneficiadas por la innovación social. Este es quizás el factor más difícil de medir ya que puede ser difícil aislar los resultados de una sola organización en una comunidad, por lo que este indicador debe tener un enfoque más global que los anteriores.

⁶ En la actualidad se viene realizando en Medellín un proyecto con este propósito, en el que participan los autores de este artículo: “Validación conceptual y empírica del índice Regional de Innovación Social-RESINDEX en el Departamento de Antioquia. Primera parte”.

Referencias

- Anlló, Guillermo (2003). “La medición de la Innovación en América Latina: ¿Por qué el Manual de Oslo no es suficiente?”. Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Quilmes, Instituto de Estudios Sociales de la Ciencia y la Tecnología, Maestría en Ciencia, Tecnología y Sociedad. Disponible en línea:
http://www.virtual.unq.edu.ar/sites/default/files/com_data/tesis_MCTS/02-Tesis-Anllo.pdf
- Cajaiba-Santana, G. (2014). Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. *Powder Technology*, 254, 42-51. doi:10.1016/j.techfore.2013.05.008
- Cornell University, INSEAD, & WIPO. (2013): *The Global Innovation Index 2013: The Local Dynamics of Innovation*.
- Echeverría, J. (2008). The Oslo manual and the social innovation. *Arbor*, (732), 609-618.
- Gardner, C. A., Acharya, T., & Yach, D. (2007). Technological and social innovation: A unifying new paradigm for global health. *Health Affairs*, 26(4), 1052-1061. doi:10.1377/hlthaff.26.4.1052
- Jaramillo, H., Lugones, G., Salazar, M., & Red Iberoamericana de Indicadores de Ciencia. (2000). *Manual de Bogotá: normalización de indicadores de innovación tecnológica en América Latina y el Caribe*.
- Moulaert, F., Martinelli, F., Swyngedouw, E., & González, S. (2005). Towards alternative model(s) of local innovation. *Urban Studies*, 42(11), 1969-1990. Doi: 10.1080/00420980500279893
- OECD. (2002). *Frascati Manual 2002: Proposed Standard Practice for Surveys on Research and Experimental Development*. OECD.
- OECD. (2005). *Oslo Manual: The measurement of scientific and technological activities. Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*. European Commission and Eurostat. Recuperado a partir de <http://www.oecd-ilibrary.org/languagechanger?redirect=%2Fcontent%2Fserial%2F19900414&site=jp>
- Pol, E., & Ville, S. (2009). Social innovation: Buzz word or enduring term? *Journal of Socio-Economics*, 38(6), 878-885. doi:10.1016/j.socec.2009.02.011
- Rey de Marulanda, N., & Tancredi, F. (2010). *De la innovación social a la política pública*. CEPAL.
- Sábato, J., & Botana, N. (1968). La ciencia y la tecnología en el desarrollo futuro de América Latina. *Revista de la Integración*, 1(3), 15-36.
- Sinnergiak, & Innobasque. (2013). *RESINDEX: Un índice regional para medir la innovación social*.