

**UNIVERSIDAD MILITAR
NUEVA GRANADA**



LA INNOVACIÓN SOCIAL COMO ORIGEN DE LA INNOVACIÓN CIENTÍFICA – TÉCNICA Y DE LA INNOVACIÓN ECONÓMICA – EMPRESARIAL

Natalia Bonilla Moreno
Andrés Rojas Calderón

Ensayo presentado como opción de título para el programa de Especialización en
Alta Gerencia

Director de trabajo de grado
Profesora
Fanneth Serrano Ledesma

Especialización en Alta Gerencia

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA
BOGOTÁ
2012**

RESUMEN

La innovación social comprendida como nuevas y mejores formas de satisfacer las necesidades sociales, permite establecerla como origen de la innovación técnica – científica y de la innovación económica empresarial. En primer lugar, la innovación social le otorga las necesidades sociales que requieren de innovación técnica – científica para encontrar tales nuevas y mejores formas para satisfacerlas. En segundo lugar, la innovación social como origen de la innovación económica – empresarial, con la premisa de satisfacer necesidades sociales, las empresas, a través de I & D logran ofrecer productos, procesos o servicios con mayor calidad y producirlos con menos recursos justificando que hoy en día la innovación sea un concepto que toma mayor relevancia para entender el funcionamiento de la economía.

Palabras clave: Innovación, innovación social, innovadores, innovación técnica, innovación económica.

ABSTRACT

Social innovation understood on the basis of new and better forms to satisfy social needs, let to establish it like the origin of technic – scientific innovation and economic – business innovation. At first, social innovation grants the social needs requiring technic – scientific innovation to find out those news and better forms to satisfy them. Second, social innovation like the origin of economic and business innovations, under the premise of satisfying social needs, business, throughout R & D manage to offer products, processes or services with higher quality and to reduce costs and sources, thus, justifying today the concept innovation, taking more relevance to understand the running of the economy.

Key words: *innovation, social innovations, innovators, scientific innovation, economic innovation.*

1. INTRODUCCIÓN

El presente ensayo es el resultado de un proceso de revisión y tratamiento de la información disponible en relación con el tema de innovación e innovación social. Este documento pretende argumentar la tesis propuesta de la innovación social como origen de la innovación técnica – científica y de la innovación económica – empresarial.

El documento inicia haciendo una breve explicación del concepto de innovación, como origen de la innovación social, y su importancia en el desarrollo de las organizaciones y de la sociedad. En seguida, desde el Manual de Oslo de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), se muestran los tipos de innovación existentes, describiendo brevemente cada uno de ellos. Posteriormente se exponen las generalidades del concepto de innovación social y los alcances del fenómeno de la innovación en la sociedad. Luego se postulan las dos subcategorías de análisis: la innovación social como origen de la innovación técnica – científica y, dos, la innovación social como origen de la innovación económica – empresarial.

En la primera categoría de análisis se identifica la forma en la cual la innovación científica – técnica surge a partir de las necesidades sociales, por tanto, se convierte en innovación social al buscar nuevas formas de satisfacer dichas necesidades. En la segunda categoría, se establece cómo la innovación social, bajo el mismo concepto de innovar en las formas de satisfacer las necesidades sociales, se manifiesta en innovaciones económicas y empresariales traducidas en nuevos y mejores productos, nuevas y mejoras formas de desarrollo organizacional y social.

El documento permite concluir, primero, cómo las necesidades sociales constituyen el origen de la innovación social al enfocarse en nuevas y mejores formas de satisfacción de dichas necesidades; segundo, la forma en

la cual dicha innovación permite el desarrollo de las innovaciones técnicas e innovaciones económicas en una extensión del interés por satisfacción de necesidades de la sociedad, traducidas ellas en mejores procesos, productos/servicios, tecnologías, menores costos y mayor valor agregado para el cliente como ser integrante de la sociedad.

Finalmente, se exhorta al lector para disfrutar de la lectura y encontrar en ella los elementos que permitan rebatir y corroborar la tesis propuesta y así, desarrollar con mayor profundidad este estudio pues es apenas una primera aproximación a la relación latente entre las necesidades sociales y la innovación per se.

2. CONCEPTOS BÁSICOS

2.1. ¿QUE ES INNOVACIÓN?

Definir el término *innovación* requiere hacer una revisión de toda la literatura escrita al respecto en el desarrollo de la documentación del fenómeno organizacional y social. Sus definiciones varían respecto a la época y la postura de cada autor; sin embargo, la mayoría parece enfocarse en el aspecto socioeconómico – tecnológico de la innovación. Es así como concretar una definición implica comprender las relaciones que se han establecido entre la organización, la sociedad y sus necesidades y, el sujeto innovador.

El proceso innovador, según Mulgan (2006), inicia con una idea de una necesidad que no está satisfecha junto con una idea de cómo satisfacerla, en ocasiones las necesidades son apenas obvias como el hambre, la falta de hogar y la enfermedad, en otras, son menos obvias como el racismo o la violencia familiar. La innovación entonces propende por encontrar formas diversas, creativas y nuevas para satisfacer dichas necesidades.

En la literatura sobre innovación, J.A. Shumpeter aparece como precursor en la documentación de este fenómeno en su libro *Business Cycles* publicado en 1939. Calderón Vásquez (2008) resume bastante bien la definición del concepto “innovación” desde Shumpeter, describiéndola como una secuencia holística e integral en la cual los aspectos económicos y sociales son más importantes, si cabe, que los científico-tecnológicos. Sin embargo, se destaca en su postura que sólo si la invención o descubrimiento generado en el ámbito científico, entra efectivamente en el mundo empresarial, incorporándose a procesos productivos, métodos organizativos

y productos que posteriormente va a difundirse en el tejido social a través del mercado, solamente entonces puede hablarse de innovación.

Howaldt y Schwarz (2010) combinan estas ideas y adhieren la concepción de tiempo: la innovación contribuye a moldear partes del cambio que se volverán relevantes en el futuro así mismo cualquier innovación provee un campo base para formar una ramificación nueva, menor o más fuerte de los cambios futuros en cualquier momento con un estado particular social, económico o tecnológico.

Hasta aquí se puede concluir que las innovaciones son intervenciones deliberadas diseñadas para iniciar y establecer desarrollos futuros orientados a prácticas sociales, tecnológicas o económicas.

En el sentido económico, Hagerstrand (1952) en *“The propagation of innovation waves”*, referenciado por Calderón Vásquez (2008), aborda la innovación desde la geografía económica estudiando la difusión de la innovación en el territorio como una forma de crecimiento económico.

“En el estudio de procesos innovativos, existe una jerarquía territorial que se desprende de la existencia de centros con gran desarrollo o áreas innovadoras contrapuestas a las áreas periféricas o receptoras de dichas innovaciones.”

Más adelante, Drucker (1986) en su libro *“La innovación y el empresario innovador”* aborda la innovación como forma de desarrollo para las organizaciones desde la proximidad del mercado y la forma de su gerencia:

“La innovación cambia algo, un proceso, el comportamiento de alguien por consiguiente, la innovación debe estar siempre cerca del mercado, enfocada en el mercado y dirigida hacia el mercado [...] Innovar no es sólo hacer algo nuevo, es lograr materializarlo y comercializarlo exitosamente, lo que involucra no sólo innovación tecnológica, sino también cambios organizacionales, gerenciales y comerciales.”

En las concepciones de *Innovación* desde la perspectiva económica, La OCDE¹ en su Manual de Oslo (Echavarría 2008) ha afirmado que

“La innovación no es un fin en sí misma, sino un medio para que crezca la producción y la productividad. También contribuye a incrementar la competitividad de una empresa, a reducir los costes de producción y a estar presente en nuevos mercados.”

Si bien se muestra una concepción referida a valores económicos y empresariales, en Manuales posteriores la postura de sus autores se inclinarán más a los valores de transformación social, tema que se desarrollará en el apartado acerca de innovación social.

En la misma línea, el *Libro Verde de la Innovación* (Comisión Europea, 1995) contempla otra postura en la misma línea del valor económico:

“la innovación se considera como sinónimo de producir, asimilar y explotar con éxito una novedad, en las esferas económica y social, de forma que aporte soluciones inéditas a los problemas y permita así responder a las necesidades de las personas y de la sociedad.”

Siguiendo con la línea de la innovación desde una tendencia del mercado y la función del producto, Medina Salgado y Espinosa Espíndola (1994), referenciando a Freeman (1982), establecen que la innovación es el proceso de integración de la tecnología existente y los inventos para crear o mejorar un producto, un proceso o un sistema. Por tanto, innovación en un sentido económico consiste en la consolidación de un nuevo producto, proceso o sistema mejorado.

Así mismo se ha dicho que la innovación es el complejo proceso que lleva las ideas al mercado en forma de nuevos o mejorados productos o servicios. Este proceso está compuesto por dos partes no necesariamente secuenciales y con frecuentes caminos de ida y vuelta entre ellas. Una está especializada en el conocimiento y la otra se dedica fundamentalmente a su aplicación para convertirlo en un proceso, un producto o un servicio que

¹ Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico

incorpore nuevas ventajas para el mercado” (CONEC, 1998, citado por Castro Martínez y Fernández de Lucio, 2001).

Si bien es cierto que en una primera aproximación al término, se concibe la innovación como manifestación de la invención y de la creatividad, su desarrollo e impacto en el tejido social, tocará todas las actividades económicas y productivas evidenciando su propósito mismo, la mejora continua del producto, del mercado, de la organización, de la sociedad, del entorno.

2.2. ¿QUÉ TIPOS DE INNOVACIÓN HAY?

Clasificar la innovación en diferentes tipos depende de la comprensión de su concepto, de sus alcances y de su objetivo. Echavarría (2008), comentando acerca del Manual de Oslo, establece que

“En suma: proponemos como hipótesis conceptual que los diversos tipos de innovación pueden distinguirse en función de los diversos valores que tienden a satisfacer: económicos, empresariales, tecnológicos y científicos, pero también sociales, ecológicos, culturales, jurídicos, etc. La distinción de diversos tipos de valores (Echeverría 2003, Echeverría 2006) ofrece un marco conceptual para analizar los diversos procesos de innovación, estén orientados o no al mercado y las empresas. Sin embargo, las formas de innovación se agruparán, de acuerdo con sus características, en cultural – técnica, económica y social.”

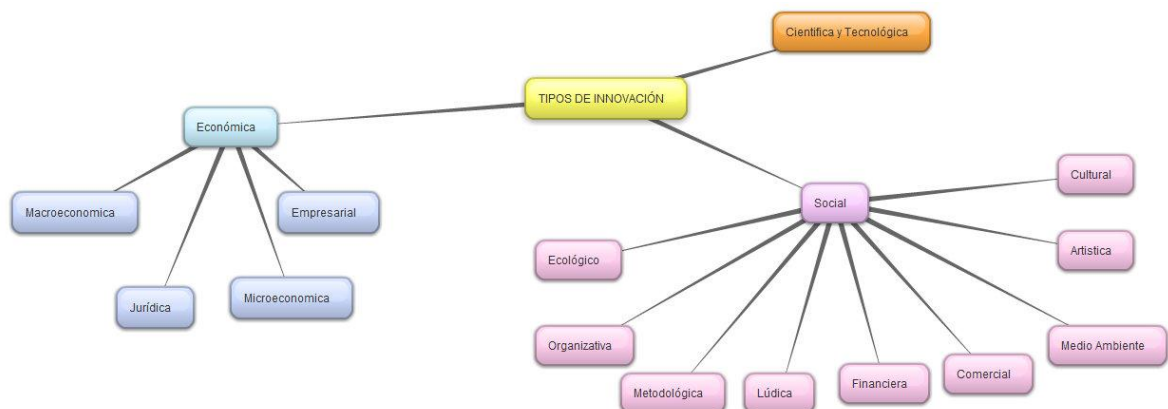


Figura 2: Tipos de innovación. Elaboración propia: Bonilla & Rojas, 2012.

A partir de esta clasificación, en la innovación económica desde el punto de vista microeconómico, según Mulet (2002), las empresas innovan porque, de esta forma, son capaces de conseguir dos efectos importantes para su negocio. En primer lugar, pueden ofrecer productos, procesos o servicios con mayor calidad y, en segundo, producirlos con menos recursos. Esto se manifestará en que si se consiguen mejores productos y servicios, lo que se ofrece es de más valor, el cliente lo valora más y estará dispuesto a pagar más por ello.

Aumentar el valor significa que se podrá vender a un mayor precio el cual puede compensar mayores costos fijos. Si, además, se consiguen utilizar menos recursos, las rentas de estos recursos serán más altas. Por tanto, éste es el motivo que justifica que hoy en día la innovación sea un concepto que toma mayor relevancia para entender el funcionamiento de la economía.

Así mismo, Mulet (2002), mencionando la revista *The Economist* en su publicación de Septiembre de 2002, acerca de la innovación desde el punto de vista macroeconómico, comenta que la innovación es el factor más importante en cualquier economía, más importante que el capital y que el trabajo, pues debido a la utilización productiva del conocimiento en el que se crea más valor o se utilizan menos recursos los países tienen la posibilidad de ser más ricos y competitivos en la medida que pueden producir más, con mayor calidad y con menores costos.

De otro lado, la innovación desde una concepción empresarial, según Drucker (1986), se transforma en el conocimiento y este a su vez en utilidades, más riqueza y satisfacciones para la empresa. En su desarrollo se implementan nuevos métodos organizacionales en el negocio (gestión del conocimiento, formación, evaluación y desarrollo de los recursos humanos, gestión de la cadena de valor, reingeniería de negocio, gestión del sistema de calidad, etc.), en la organización del trabajo y/o en las relaciones hacia el entorno.

Aunque desde lo científico y tecnológico, las concepciones sobre innovación abundan, se ha tratado de escoger la más concreta y general. Así, la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (2008), toma las impresiones del Manual de Frascati de la OCDE en la que se concibe a la innovación como un conjunto de etapas iniciadas por la investigación y desarrollo, que conllevan desarrollo científico y tecnológico que favorecen la creación e implementación de procesos y productos nuevos o mejorados.

Finalmente, desde lo social, la innovación se refiere la aplicación de productos, prácticas o servicios nuevos o mejorados que se manifiestan en valores sociales, el bienestar, la calidad de vida, la inclusión social, la solidaridad, la participación ciudadana, la calidad medioambiental, la atención sanitaria, la eficiencia de los servicios públicos o el nivel educativo de una sociedad. La innovación social, en términos generales, según Mulgan (2006), se refiere a las actividades y servicios innovadores que están determinados por el objetivo de satisfacer una necesidad social y que son en su mayoría difundidos a través de organizaciones cuyos objetivos principales son sociales.

Bajo esta percepción surgen definiciones que ubican la dimensión social de la innovación como una consecuencia de ella. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2008) define la innovación social como “[...] *nuevos procesos, prácticas, métodos o sistemas para llevar a cabo procesos tradicionales o tareas nuevas que se hacen con participación de la comunidad y los beneficiarios.*” No obstante, para otros, también incluiría aquellas iniciativas originales que mejoran la eficacia de la acción pública. Muchos identifican la innovación social con las aplicaciones sociales de la innovación tecnológica.

De igual forma, también Morales (2008) menciona la innovación social como nuevas formas de mejoramiento de las condiciones de vida social:

“Una acción endógena o intervención exógena (surgida desde las personas necesitadas o desde las que quieren ayudar) de desarrollo social (que mejora el

bienestar y/o la cohesión social) que a través de un cambio original/novedoso (se produce una situación diferente a la preexistente) en la prestación de un servicio o en la producción de un bien (admite diferentes formas de manifestación intangibles y/o tangibles) logra unos resultados (existen indicadores objetivables del cambio producido) generalmente a través de un sistema en red (adquieren mayor protagonismo las relaciones interorganizativas más que las intraorganizativas) y que tiene potencial de ser reproducible (tiende a su difusión ilimitada en lugar de su reproducción restringida o controlada).”

En este énfasis en la aplicación social de la innovación, Murray, Mulgan y Caulier (2011), referenciados por Abreu (2011), concretan que, 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.

En suma, de acuerdo con la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) la innovación social se refiere a nuevos procesos, prácticas, métodos o sistemas para llevar a cabo procesos tradicionales o tareas nuevas que se hacen con participación de la comunidad y los beneficiarios. Estos se transforman en actores de su propio desarrollo, fortaleciendo así el sentimiento de ciudadanía.

2.3. ¿CÓMO SE GENERA LA INNOVACIÓN SOCIAL?

Revisando la literatura acerca de la innovación social, surge una tendencia en la cual la sociedad se convierte en el objeto de estudio de la innovación social. El Manual de Oslo, (Echeverría, 2008) provee una situación que bien ilustra esta postura. Se comenta que para que sea real la innovación social, lo más relevante es la utilización efectiva y continuada, traducida en apropiaciones sociales a través del uso. Así, los usuarios son fuentes de innovación social pues utilizan las innovaciones introducidas, en su vida cotidiana.

La situación ilustrada por el Manual de Oslo radica en la innovación generada por las tecnologías de la información y la comunicación (Tics). A condición de afianzar esta postura, Echeverría comenta que Von Hippel (1988) encuentra como los usuarios, los distribuidores y los suministradores son fuentes innovación, no sólo los investigadores y fabricantes de productos o bienes y servicios.

Para los argumentos de cómo los suministradores de conocimiento son también fuente de innovación, comienza ubicándolos en las revistas de ciencia y tecnología, mencionando títulos como *Nature*, *Science*, *Direct*, etc. Los científicos, suministradores de conocimiento, entonces, logran generar una primera etapa de difusión de la innovación técnica que han desarrollado a partir de la investigación y desarrollo. Así mismo, los distribuidores típicos de conocimiento, el autor los agrupa en las bibliotecas, profesores universitarios, comunicadores, divulgadores científicos, siendo todos ellos divulgadores y usuarios de las innovaciones, aquí ya surge su carácter social. Se trata de una innovación social de ruptura, que está basada en conocimiento y tecnología, pero que genera indicadores de aceptación social, no sólo económicos.

También los usuarios innovan, en particular al usar las TIC para acceder al conocimiento. Linux y el movimiento pro-software libre es un caso ilustrativo, pero hay otros muchos, en la medida en que compartir socialmente el conocimiento se ha convertido en un valor relevante, independientemente del origen del mismo. En particular, un científico especializado en una determinada disciplina es usuario del conocimiento que producen científicos de otras disciplinas. La transferencia de conocimiento por vías interdisciplinarias es una fuente clásica de innovación epistémica, al transmitirse y ser usados conocimientos surgidos en diversos campos disciplinares.

Igualmente, Murray, Mulgan y Caulier (2011) establecen que 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. 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. Por tanto la investigación, proponen, debe surgir de la misma sociedad para retornar a ella con soluciones innovadoras para sus intereses. Ergo, la capacidad de innovación depende tanto de la innovación en las estructuras, como de la forma en la que estas se diseminan por el tejido social para regresar a ellas creando nuevas formas de condiciones de vida favorable en la sociedad.

Hasta aquí ambas tanto las posturas de Echeverria, Murray, Mulgan y Caulier y Von Hippel, permiten observar el enfoque que se ha dado en la sociedad misma como fuente de innovaciones sociales. Además, como lo explican Howald & Schwaz (2010), referenciando a Kesselring, Alexander/ Leitner, Michaela (2008), la innovación social se debe *"entender como el punto de interfaz entre la reflexión sociológica y la acción social que requiere reflejarse en problemas sociales y acciones intencionales"*. De esta forma, debe haber una transición de la investigación que ha sido predominantemente orientada hacia los logros técnicos, a una investigación eficiente que contribuya a suplir las necesidades básicas sociales y económicas de los ciudadanos.

Para el Centro de Investigaciones sobre Innovaciones Sociales (CRISES, 2007) la innovación social representa nuevas prácticas o enfoques, introducidos con el objetivo de: bien mejorar el rendimiento económico y social de las organizaciones públicas o privadas, bien de resolver un problema relevante para los actores sociales, bien de cubrir un déficit en la normativa existente, o incluso en la coordinación social y comunitaria para satisfacer nuevas aspiraciones o necesidades. Esto implica una investigación en el objeto de estudio: La Sociedad, para identificar los problemas que se deben solucionar.

Sin duda, la innovación social no es sino la lógica extensión al campo de las ciencias sociales de las dinámicas innovadoras a través de la investigación social estableciendo la sociedad y sus problemas como objeto de estudio, entendiendo la innovación en las formas, usos y costumbres sociales tal como Mulgan (2006), quien parte de un concepto genérico de innovación, entendida como cualquier novedad que se produce² en la sociedad, se difunde a través del tejido social y es aceptada, de forma más o menos gradual, socialmente.

3. LA INNOVACIÓN SOCIAL COMO ORIGEN DE LA INNOVACIÓN TÉCNICA – CIENTÍFICA

La frase de Godin (2012) “[...] *el concepto de innovación social existió mucho antes que la innovación técnica.*” permite identificar en primer plano la relación entre una y otra, así como una intención del autor por rectificar la concepción de una innovación social como precursora de la innovación técnica.

Precisamente Shumpeter en *Business cycle* (1939) establece que la innovación social se identifica principalmente en la innovación científica o tecnológica. Calderón Vásquez (2008) resume al respecto, que sólo si la invención o descubrimiento, generado en el ámbito científico “entra” efectivamente en el mundo empresarial, rompiendo el círculo de la ciencia pura, incorporándose a procesos productivos, métodos organizativos y productos que posteriormente van a difundirse en el tejido social, a través del mercado, solamente entonces puede hablarse de innovación social.

² El subrayado es nuestro.

En el mismo sentido, el *innovador* como la persona que realiza la innovación, desde la visión de Schumpeter, será el encargado de “ver” las necesidades sociales y llevarlas al laboratorio, para luego “socializar” las innovaciones técnicas, es decir, de llevarlas del mundo científico a la realidad social. Así, el innovador shumpeteriano será aquel que rompa las reglas en un proceso que llamó “destrucción creativa” generando con su actividad el cambio modificador del equilibrio existente.

Nuevamente Calderón Vásquez (2008) reflexiona que sin la existencia de los emprendedores que lleven desde y hacia la esfera social, las necesidades y luego las innovaciones dadas en el laboratorio como nuevas formas de satisfacer dichas necesidades, el proceso innovador estaría originado en la ciencia y no permitiría el enriquecimiento emergente desde la realimentación dada por la puesta en escena y utilización por parte de la sociedad de dichas innovaciones.

Por tanto, se puede decir que las organizaciones innovadoras pueden tomar del conocimiento científico y tecnológico en innovaciones técnicas para aplicarlas en el ejercicio de su labor empresarial y llevarlas a la sociedad a través del mercado y del ejercicio económico para luego convertirlas en innovaciones sociales. En consecuencia, se considera la tecnología y el conocimiento científico como expresiones de la realidad social.

Surge así la *Investigación y desarrollo* dentro de las organizaciones para enfocarse en llevar al contexto empresarial las innovaciones técnicas y convertirlas en innovaciones sociales para tomar las necesidades de esta y llevarlas al campo científico.



Figura 2. Proceso de traspaso de la innovación técnica a la sociedad.
Fuente: Elaboración propia.

Dicho de otro modo, las actividades innovadoras organizacionales pretenden perfeccionar sus labores adaptando a su contexto los resultados de las innovaciones técnicas logradas por la ciencia en el laboratorio para satisfacer unas necesidades sociales. El sentido de las actividades innovadoras y de *Investigación y desarrollo*, cumplirá dos funciones trascendentales, por un lado, generar ventajas competitivas para la organización, y por otro llevar la innovación a través de sus productos y servicios a la esfera social.

En efecto, Godin (2012) resume cómo durante el siglo XX la innovación social fue discutida como un ajuste de la tecnología o de la innovación tecnológica; y se aventura a afirmar que tal discusión lo único que ocasionó fue confirmar a la sociedad como factor absolutamente clave en el desarrollo de la innovación técnica y luego en la innovación social.

De otro lado, en 1939, Ogburn, referenciado por Godin (2010a), publica un estudio acerca de los efectos de la tecnología en la sociedad. En este libro, Ogburn, establece que *“la sociedad está mal adaptada a la tecnología”* toda vez que entre una y otra se genera una brecha que cada vez más se amplía

a pesar de los constantes intentos de las organizaciones y de la sociedad en sí de incorporar la innovación técnica a su forma de vida social. Para su solución, Ogburn sugiere invertir en invención social como la forma de crear innovación desde el punto de vista social y no desde el tecnológico. Godin recoge una cita de Ogburn que ilustra bastante bien esta postura:

“Social invention has to be stimulated to keep pace with mechanical invention [...] unless there is a speeding up of social invention and a slowing down of mechanical invention, grave maladjustments are certain to result”.

En su documento Godin incluye luego una definición acuñada por Ogburn acerca de la innovación social como toda invención técnica, descubierta por la ciencia natural, trabajada en el laboratorio, y llevada a la sociedad origen para mejorar la calidad de vida de los individuos.

Es importante resaltar, que el trabajo de Ogburn busca esa ruptura relacional en la cual la innovación social es dependiente de la innovación tecnológica y articula su documento en la postura de independencia pero de complementación entre una y otra.

El mismo Godin reseña a luego a Weeks (1940) quien va a tratar de evidenciar la relación dependiente entre una y otra al afirmar que esta innovación social se refiere a nuevas formas, técnicas, procedimientos, leyes y acuerdos, llevados a planes en educación, justicia, profesiones, economía, comercio y negocios internacionales que propenden por órdenes sociales más equitativos y justos. Evidentemente, en la primera parte de su pensamiento se observa la innovación social para luego mostrar la forma en la que esta modificaría las relaciones científicas y sociales al llevarla a este campo.

4. LA INNOVACIÓN SOCIAL COMO ORIGEN DE LA INNOVACIÓN ECONÓMICA – EMPRESARIAL

Como se vio arriba, la innovación económica está dada desde el nivel micro y macroeconómico, y el nivel empresarial. Al respecto, Mulet (2002), ha comentado que las empresas innovan porque, de esta forma, son capaces de conseguir dos efectos importantes para su negocio. En primer lugar, pueden ofrecer productos, procesos o servicios con mayor calidad y, en segundo, producirlos con menos recursos. Esto se manifestará en que si se consiguen mejores productos y servicios, lo que se ofrece es de más valor, el cliente lo valora más y estará dispuesto a pagar más por ello.

Aumentar el valor significa que se podrá vender a un mayor precio el cual puede compensar mayores costos fijos. Si, además, se consiguen utilizar menos recursos, las rentas de estos recursos serán más altas. Por tanto, éste es el motivo que justifica que hoy en día la innovación sea un concepto que toma mayor relevancia para entender el funcionamiento de la economía.

En cuanto a la innovación social, se ha visto que surge como nuevas formas para satisfacer las necesidades sociales y que en este proceso, las organizaciones empresariales, con o sin ánimo de lucro, son las encargadas de llevar a la esfera social todas las innovaciones.

En cercana sintonía con las ideas de Mulgan (2006), Charles Leadbeater, también asesor de políticas públicas y colaborador habitual de DEMOS y NESTA³, pone especial énfasis en el papel central que los emprendedores

³ El término think tank, que en español se ha querido traducir como “laboratorio de ideas”, tiene su origen inmediato en la Segunda Guerra Mundial. En la jerga militar estadounidense, se llamaba think tank a departamentos de los ministerios y de las agencias gubernamentales que investigaban sobre cuestiones bélicas y de políticas públicas para después de la contienda. Se trataba de equipos de expertos en diversos campos (armamento, ciencia, economía, administración pública, relaciones internacionales, etc.) que trabajaban de forma secreta y cuya labor era desconocida por el personal ordinario. Los primeros think tanks surgieron con el propósito de introducir los nuevos conocimientos de las ciencias sociales en la gestión de los asuntos públicos. Sus responsables creían que la aplicación de los métodos de análisis científico de la economía o la sociología iban a resolver de

sociales tienen en los procesos de innovación social. Leadbeater señala dos motivos por los que es necesario fomentar la innovación social. El primero es porque la innovación social puede “responder más eficazmente a una serie de problemas sociales para los que el Estado de bienestar no está preparado para hacer frente” (Leadbeater, 1997:12). En segundo lugar hay para Leadbeater un argumento económico, tal y como asegura, permite encontrar la necesidad de comenzar desde las necesidades sociales como forma de desarrollar las innovaciones empresariales:

“Todas las sociedades con sistemas de protección social desarrollados están destruyendo lentamente los derechos históricos de bienestar, en un intento por reducir sus costos (...) La innovación es la única esperanza que tenemos de mantener la calidad del bienestar y reducir sus costos. Un sistema de bienestar innovador y eficiente debe hacer más para contribuir a la salud económica de la sociedad en su conjunto” (1997: 13).

Estas aportaciones de Leadbeater son importantes para entender el enfoque económico de la innovación social, ya que hacen hincapié en el papel que se le otorga a la hora de dar respuesta a la crisis institucional del Estado. La idea básica sería que si el Estado no puede responder a las múltiples demandas socio-económicas que se generan, la propia sociedad ha de autorganizarse para resolver dichos problemas.

En el mismo sentido, en el trabajo de Godin (2012), se menciona a Emmanuel Mesthene, Director del programa de Tecnología y sociedad de la Universidad de Harvard, para quien las innovaciones sociales deben, con urgencia, enfocarse en resolver la ruptura de la sociedad y de las empresas, pues son estas últimas las cuales explotan de la sociedad sus recursos y en pocas ocasiones retornan algo a ella; sin embargo, las empresas se beneficiarán de las innovaciones en la medida que creen mejores productos y mejoras formas de crearlos que se traduzcan en mejores utilidades.

manera infalible los problemas que generaban la complejidad de la Administración pública, el desarrollo urbano, el aumento de la población o el crecimiento económico. (Institución futuro, 2010)

Combinando estas ideas y los fundamentos de Mulet (2002) acerca de las características de la innovación económica en la cual las empresas logran desarrollar nuevos y mejores productos y, nuevas formas de producción que logran reducir costos, y que además han contribuido de manera significativa a mejoras en la calidad de vida de la sociedad, Hamel (2008) resalta casos como IBM, Dupont, Whole Foods Market, Pfizer, Best Buy, HCL, Semco y Google. La visión de Dupont recoge estos elementos mencionados:

“To be the world’s most dynamic science company, creating sustainable solutions essential to a better, safer and healthier life for people everywhere” (Dupont, 2012)

En el caso de Google, el buscador universal por excelencia, la innovación se da en la evolución, el 70% de sus recursos de ingeniería van para mejorar su negocio de base, 20% para los negocios encaminados a ampliar su negocio central y el 10% restante se destina a ideas de la periferia, trabaja con grupos ágiles e independientes lo que le permite oportunidades para el siguiente descubrimiento. No obstante, se resalta como principal innovación, desde lo social, las formas en las cuales ha sido estructurada para que trabajador sea dueño de su propio tiempo, progreso y las condiciones propicias para el bienestar le otorguen mayor calidad de vida.

De la misma forma, Whole Foods market, fundamenta su innovación en la participación de los empleados en la toma de decisiones, ellos deciden que productos se compran; libertad en el trabajo proporcionando la información necesaria para la toma de decisiones con rendimiento de cuentas por resultados.

En estos dos casos, se observa como a partir de una necesidad social, la necesidad de mayor calidad de vida para sus trabajadores y sus factores motivacionales, son el origen de las innovaciones empresariales en la gestión que estas organizaciones han creado. Dichas innovaciones se han hecho latentes en mayores niveles de productividad, muy por encima de sus competidores, estructuraciones sistémicas exitosas y productos de suma calidad para sus clientes.

Para IBM, se centraron en sistemas operativos y servidores web, en consultoría, investigaciones para incursionar en productos biodegradables, conectar la tecnología con la necesidad de la transformación de la empresa. Adaptación de software de fuentes abiertas, sistemas operativos y servidores web de jerarquización en los laboratorios, entre otros. Estos productos y servicios innovadores surgieron de la necesidad de la sociedad por mayor conectividad, mayor disponibilidad de la información, mayor organización y un deseo por software más amigable, sencillo y útil.

En Pfizer, la innovación desarrollada les permitió ser pioneros en el mercado farmacéutico con nuevos medicamentos (ejemplo el Viagra), para lo cual trabajan con grupos de investigación que están siempre buscando nuevos fármacos y analizando las necesidades de la sociedad.

Para HCL, una empresa proveedora de aplicaciones y servicios de tecnologías de información, software, gestión remota de infraestructura, servicios de ingeniería e investigación y desarrollo y tercerización de procesos de negocios, la innovación se manifiesta en productos y servicios basadas en la necesidad del cliente y en trabajo en equipo a través de redes.

En todo caso, las innovaciones surgidas en las transformaciones sociales dominan la sociedad contemporánea, cambian significativamente la producción y la vida de las personas, la mayoría de innovaciones mejoran la calidad de vida, aumentan la eficiencia empresarial y se presentan como revoluciones capaces de causar mayor impacto que las experimentadas en épocas pasadas.

El cambio no solo aparece como inevitable sino también como necesario para la supervivencia, la intensidad del presente revoluciona tecnológica y administrativamente, el cambio alcanza a las personas y organizaciones de manera gradual e impredecible, por tanto la revolución empresarial es producto de una serie de innovaciones, donde innovar es introducir la novedad de forma tal que quede explícito que alguna tecnología, habilidad o práctica organizacional sea obsoleta.

En efecto, las relaciones entre la sociedad y las organizaciones han sido evidentes en los enfoques contemporáneos de la organización en las que se conciben como sistemas completos con partes conexas; una organización como un sistema es también dinámica, abierta e influenciada por su entorno, la sociedad. Así, es plenamente comprensible cómo las empresas inician sus procesos innovadores a partir de las necesidades que concibe en su entorno.

Gary Hamel (2008) en su libro el Futuro de la Administración determina el factor de innovación surgida socialmente como una herramienta necesaria y revolucionaria ha permitido la generación de nuevos procesos y prácticas administrativas en las cuales los desafíos de la innovación ponen a prueba las limitaciones de los modelos administrativos del siglo XIX y donde este proceso ofrece ventajas competitivas:

“La innovación de la gestión empresarial tiende a traducirse en una ventaja competitiva cuando se cumple con una o más de las tres condiciones: que la innovación este apoyada en un principio administrativo novedoso, el cual cuestione una ortodoxia de vieja data; que la innovación sea sistémica y que abarque una amplia gama de métodos y procesos y que la innovación forme parte de un programa constante de invención acelerada que permita la acumulación del progreso en el tiempo” (pág. 34)

Ergo, innovar desde la sociedad representa un esfuerzo adicional, se requiere de iniciativa para buscar lo nuevo, se requiere de persistencia para mantener el entusiasmo en medio de todas las incertidumbres a las que las organizaciones se tienen que enfrentar en la medida de resistir conflictos, resistencias y los riesgos que se corren en la generación de nuevas ideas, por tanto se debe determinar que la innovación es un proceso único, que busca el autodesarrollo y va al encuentro de nuevos desafíos.

En suma, de acuerdo con lo expuesto en el Manual de Oslo de 1996 y en lo referenciado por Echeverría (2008), la innovación se refiere ante todo a valores económicos y empresariales que traen consigo formas de innovación

social. Así, dicha innovación social, ha de referirse a valores sociales, por ejemplo el bienestar, la calidad de vida, la inclusión social, la solidaridad, la participación ciudadana, la calidad medioambiental, la atención sanitaria, la eficiencia de los servicios públicos o el nivel educativo de una sociedad.

El marco conceptual que vamos a proponer en este apartado amplía la “concepción Oslo”, al tener en cuenta diversos tipos de valores, no sólo los económicos. Dicho brevemente: una innovación social es relevante en la medida en que se oriente a valores sociales, no sólo a la productividad, la competitividad empresarial, los costes de producción o las tasas de mercado.

5. CONCLUSIONES

La clasificación de las formas de innovación, según el Manual de Oslo, se puede dar en función de los diversos valores que tienden a satisfacer: económicos, tecnológicos y científicos y sociales. La distinción de diversos tipos de valores (Echeverría 2003, Echeverría 2006) ofrece un marco conceptual para analizar los diversos procesos de innovación, estén orientados o no al mercado y las empresas.

La literatura sobre innovación social es extensa, su revisión requiere un abordaje desde diferentes posturas para comprender su evolución; sin embargo, el proceso innovador social desde su concepción básica, como nuevas y mejores formas de satisfacer realmente las necesidades de la sociedad, surge como origen de la innovación técnica – científica y de la innovación económica – empresarial.

La innovación social como origen de la innovación técnica – científica requiere una revisión desde 1940 cuando Shumpeter expone sus ideas acerca de la innovación como una aplicación de la ciencia. Se ha visto como, en un inicio, la innovación se refería únicamente a llevar al plano social las invenciones técnicas que surgieron a partir de necesidades inicialmente relacionados con la guerra y luego, con necesidades sociales de reconstrucción mundial. Se arguye aquí entonces que la innovación social es origen de la innovación técnica y científica al otorgar a la ciencia las necesidades sociales como objeto de estudio y de desarrollo de nuevas y mejores formas de satisfacción de dichas necesidades. El proceso continúa en el “laboratorio” con la creación de tales nuevas y mejores tecnologías y formas y, finalmente, regresa a la sociedad para satisfacer tales necesidades encontradas.

La innovación social como origen de la innovación económica y empresarial se fundamenta, igualmente, en la intención de nuevas y mejores formas de satisfacer las necesidades sociales. En este proceso, las empresas, a través de I & D logran ofrecer productos, procesos o servicios con mayor calidad y producirlos con menos recursos. Esto se manifiesta en que si se consiguen mejores productos y servicios, producidos con menores costos, lo que se ofrece es de más valor, el cliente lo valora más y estará dispuesto a pagar más por ello, y la sociedad misma consigue innovar. Por tanto, éste es el motivo que justifica que hoy en día la innovación sea un concepto que toma mayor relevancia para entender el funcionamiento de la economía.

6. REFERENCIAS

- Abreu, J (2011). Innovación social: conceptos y etapas. Daena: International Journal of Good Conscience. 6(2) 134-148. Octubre. Retrieved from Ebscohost.
- Calderón Vázquez, F. (2008). Una Perspectiva Social de la Innovación. Contribuciones a las Ciencias Sociales.
- Castro Martínez, E. y Fernández de Lucio, I. (2001). Innovación y Sistemas de Innovación. En: www.imedeia.csic.es/public/cursoid/html/textos/Tema%2001%20ECIFL%20InnovacionySist.pdf
- CEPAL. Claves de la innovación social en América Latina y el Caribe. Naciones Unidas. Santiago de Chile.
- Comisión Europea (1995). El libro verde de la innovación. En ec.europa.eu/research/.../com_2011_0048_csf_green_paper_es.pdf
- Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (2008). Conceptos básicos de ciencia, tecnología e innovación. Departamento de estudios y planificación estratégica. Santiago de Chile.
- Drucker, P. (1986). La innovación y el empresario innovador. Editorial Norma. Bogotá.
- Dupont (2012). <http://www2.dupont.com/corp/en-us/our-company/vision.html>
- Echevarría, J. (2008). El Manual de Oslo y la innovación social. En ARBOR, ciencia, pensamiento y cultura, CLXXXIV 732, Julio - Agosto.
- Godin, B . (2012). Social innovation: Utopias of innovation from c. 1830 to the present. En Project on the intellectual History of innovation. Working paper No. 11. INRS. Montreal.
- Godin, B. (2010a), Innovation Without the Word: William F. Ogburn's Contribution to the Technological Innovation Studies, Minerva, 48 (3): 277-307.
- Hamel, G; Breen, B. (2008). El Futuro de la Administración. Grupo Editorial Norma. Bogotá, Colombia.

- Howaldt, J. & Schwaz M. (2010). Social innovation: concepts, research fields and international trends. International monitoring.
- Kesselring, Alexander/ Leitner, Michaela (2008): Soziale Innovationen in Unternehmen. Study, compiled by order of the Unruhe Stiftung. Vienna. Download from: ZSI (http://www.zsi.at/attach/Soziale_Innovation_in_Unternehmen_ENDBERICHT.pdf, 27/01/2010).
- Leadbeater, Charles (1997) 'The rise of the social entrepreneur', NESTA.
- Medina Salgado, C. y Espinosa Espíndola, M. (1994). La innovación en las organizaciones modernas. En: <http://www-azc.uam.mx/publicaciones/gestión/num5/doc06.htm>
- Morales, G. (2008): "Innovación social: un proceso emergente en las dinámicas de desarrollo". Revista de Fomento Social, nº 63, pp.411-444.
- Morales, A. (2008) Claves para comprender la innovación social. En: La innovación social, motor de desarrollo de Europa. Págs. 13 - 38. Socialinnova Editores. Sevilla.
- Mulet Meliá, J. (2002). La innovación, concepto e importancia económica. Sexto congreso de Economía de Navarra. En: <http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/D696EFD2-6AAA-4EF1-B414-E3A27109EA67/79806/02juanmulet.pdf>
- Mulgan, G. (2006 (Spring)). The process of social innovation. Innovations, 145 - 162 .
- OCDE. (1996). Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. Oslo Manual. European comission.