



La innovación social desde un prisma transversal: casos en la economía andaluza

Autores y e-mails:

Víctor García Flores victorgarciaflores93@gmail.com

Luis Palma Martos lpalma@us.es

Departamento: Economía e Historia económica

Universidad: Universidad de Sevilla

Área Temática: Capital humano, creatividad e innovación social en las ciudades españolas.

Resumen:

En torno a la innovación social existe una amplia, reciente y divergente literatura. Numerosos autores han escrito sobre el fenómeno de la innovación social desde distintos prismas, poniendo en valor diferentes partes del proceso de desarrollo de éste, así como de sus principales implicaciones y resultados.

Este trabajo tiene como objetivo principal aclarar qué se entiende por innovación social, ya que existe una tendencia creciente a etiquetar procesos que no son socialmente innovadores como innovaciones sociales. Para ello resulta fundamental realizar una revisión sistemática de las diferentes definiciones existentes, analizar el proceso por el que se forman, qué agentes pueden llevarlas a cabo, cuál es el contexto ideal para el desarrollo de éstas, así como cuáles son los principales problemas que están siendo resueltos. Con esta motivación se exponen una serie de casos de innovaciones sociales en Andalucía que muestran, de forma clara, un conjunto de conclusiones útiles al objetivo perseguido.

Entre las principales contribuciones de este trabajo está aclarar qué son las innovaciones sociales, cuáles son sus principales potencialidades y cuáles son las principales variables que influyen en la aparición y la irrupción de las innovaciones sociales. Para ello se hace una revisión de la literatura existente y se aplica una metodología cualitativa a partir de entrevistas semiestructuradas. Esto nos ha permitido crear lo que puede ser una base teórica muy útil para el desarrollo de un índice que posibilite monitorear las regiones socialmente más innovadoras y conocer qué particularidades del entorno están haciendo que estas innovaciones se vean favorecidas.

Palabras Clave: innovación social; tercer sector; sector público; análisis cualitativo; entrevistas;

Clasificación JEL: A13, O30, P35, P36

1. Introducción

En la actualidad, en numerosas ocasiones, el término innovación se asocia directamente con la creación de nuevas tecnologías dejando de lado otros tipos de innovación, de igual o mayor relevancia, como puede ser la innovación social. Centrarse en los sistemas y las políticas de innovación únicamente en conseguir mejoras tecnológicas, aunque útil, no es del todo productivo debido a la exclusión de retos más complejos presentes en la sociedad. De hecho, son muchos los bienes y servicios de los que disfrutamos hoy en día que en su momento fueron radicales innovaciones sociales. Por ejemplo, la idea originariamente alemana de la Ley del Seguro de Enfermedad. Ésta fue aprobada en 1883 y supuso el embrión de lo que hoy se conoce como Seguridad Social. Se materializó desde aquel momento un proceso de revolución en el ámbito de la protección social que aumentó el bienestar general de la población. Por lo tanto, seguir fomentando la innovación en el ámbito social debe ser una piedra angular para consolidar el bienestar individual y colectivo.

No obstante, a pesar de la relevancia del fenómeno y del impacto positivo que las innovaciones sociales generan en la sociedad, hay que señalar que el análisis y el estudio de dicho proceso aún no han recibido la suficiente atención. Muestra de ello es que, si se comparan los estudios que han sido dedicados a la innovación como se ha entendido tradicionalmente, y los que se están centrando en el estudio de la innovación social, se observa que hay muchos más que abordan el primero.

El asunto gana aún más relevancia si se fija el interés en la dedicación de recursos en los programas marcos de la Unión Europea, en los presupuestos del Estado y las inversiones de las empresas. Ciertamente, se invierte netamente mucho más en innovaciones tecnológicas, comerciales y organizacionales que en innovación social. Esto nos lleva a señalar lo que en este trabajo se va a denominar la paradoja de lo social, y es que una sociedad en la que existen problemas sociales de muchos tipos: mendicidad, enfermedades, pobreza, cambio climático, racismo, violencia doméstica...etc., se presta más atención a otros tipos de innovación que a la puramente social.

Por lo tanto, con este trabajo se va a abordar dicho desafío y a establecer unas bases sólidas que aclaren y empoderen el concepto de innovación social para que tanto la

utilización de éste, cómo las políticas a desarrollar para promover los factores determinantes del proceso, puedan ser llevadas a cabo sobre una sólida base racional y empírica.

2. La contextualización de la innovación social

La comprensión de las actividades de innovación y de su impacto socioeconómico ha sido objeto de estudio de numerosas investigaciones a lo largo de las últimas décadas. De hecho, existe una creciente literatura que aborda la cuestión, y que, sin embargo, no ha logrado hacerlo de forma totalmente eficiente e integradora.

Las deficiencias a la hora de abordar el concepto de innovación se derivan principalmente de la existencia de muy diversos tipos de ésta. Por ejemplo, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, de ahora en adelante) elaboró por primera vez en 1992 el Manual de Oslo, donde sólo se recogían como actividades de innovación la denominada innovación tecnológica y de procesos, en la segunda publicación de dicho Manual en 1992, se incluyó la innovación en el sector servicios y ya en la tercera edición se realiza una redefinición de conceptos y se consideran la innovación en mercadotecnia y la innovación organizativa (Echeverría, 2008). Aunque mucho más completa, esta última edición sigue careciendo de plena inclusión por abordar la innovación desde un punto de vista muy empresarial a pesar de que, en el propio documento, la OCDE (2005, 23), reconoce que “la innovación es también importante para el sector público, aunque se sabe menos sobre estos procesos en los sectores no orientados al mercado”. Esto evidencia que la propia OCDE conoce la existencia de más tipos de innovación, pero que hay un “gap” de conocimiento sobre las funcionalidades y los efectos positivos que pueden ser conseguidos por otros tipos de innovaciones como son las sociales.

No obstante, hay que señalar que las innovaciones sociales se han ido desarrollado a lo largo de la historia, aunque hayan pasado en muchas ocasiones desapercibidas, ya que los enfoques más clásicos sobre innovación han dejado olvidados sistemáticamente los aspectos sociales de la misma (López y González, 2013). Pero muestra de la existencia de este proceso histórico es la aparición en el siglo XIX de los microcréditos, de los sindicatos obreros o los nuevos modelos de producción y distribución basados en el cooperativismo. También durante las primeras décadas del siglo XX destacan la

creación de sistemas de ayudas sociales, de atención infantil o los subsidios a granjeros. Estas innovaciones de marcado carácter social han sido llevadas a cabo por diversos actores: políticos, burócratas, intelectuales, empresarios, activistas, etc. (Mulgan, 2006).

Por lo tanto, que la innovación social es un fenómeno histórico y multidisciplinar está fuera de cualquier tipo de discusión. Sin embargo, este proceso no ha comenzado a ganar relevancia institucional hasta finales de la década de los 80 del siglo pasado. En este sentido, destacan como los primeros centros e institutos con objeto de promover la innovación social, el Centre de recherche sur les innovations sociales (CRISES) que fue creado en Canadá en 1986 y el Vienna-based Zentrum für soziale Innovation (SZI) inaugurado en Austria en 1990 (Paz, 2015).

Es a partir de la creación de estos centros cuando el paradigma schumpeteriano de innovación, que entendía la sociedad como el ámbito donde se difundían las innovaciones, pero no contemplaba que ésta pudiera tener el papel de agente innovador, se comienza a superar. Ciertamente, la superación del mencionado paradigma empieza a consolidarse a finales del siglo XX, cuando se produce, según apuntan Echeverría y Merino (2011), un “giro social en los estudios de innovación” y en países como Australia, Nueva Zelanda, Canadá y Gran Bretaña, comienza a defenderse la innovación social como un paradigma alternativo a la innovación tecnológica. El paradigma tradicional, va modificándose hacia un nuevo enfoque donde el conocimiento y la información son la base de la transformación, posicionando a la sociedad como un agente innovador.

En este proceso de institucionalización, la OCDE en el año 2000 creó un Foro de Innovación Social, dentro del Programa Local Economic and Employment Development (LEED), en el cual participaban 11 organizaciones miembros de 6 países con el objetivo principal de facilitar la difusión internacional y la transferencia de las mejores políticas y prácticas en innovación social. El foro se centró en el estudio de las opciones y posibilidades para reducir la pobreza, las desigualdades y la economía informal a través de la búsqueda de fórmulas para relacionar de forma más clara el progreso tecnológico con los objetivos sociales con el fin de que los resultados de las inversiones en I+D fueran más inclusivos.

En esta línea, en Canadá a finales del siglo XX, concretamente en 1997, en la región de Quebec, se encargó la realización de un estudio sobre la posible contribución de las ciencias sociales y las humanidades a una política planificada de innovación (Paz, 2015). Esto supuso un importante punto de inflexión para el desarrollo de la innovación social, ya que, derivado de ello, se crea el Groupe de Travail sur l'innovation Sociale (GTIS, de ahora en adelante) que elaboraba informes acerca de las posibles implicaciones y utilidades de la innovación social. De los estudios publicados, destaca el denominado “Informe Goldenberg”, que fue publicado en el año 2004.

Otro momento importante llega con la publicación del estudio de Mulgan (2006), donde se distingue claramente entre innovación social y empresarial. En este sentido, apuntan Echeverría y Merino (2011,1034), que este estudio elaborado para la Young Foundation “fue un apoyo teórico importante para la estrategia política del primer ministro Tony Blair cuando creó la Cabinet Office of the Third Sector”, y que además jugó un papel trascendental para promover el Social Enterprise Action Plan en 2006 –un referente en materia de innovación social-. También ha jugado un papel activo en la publicación de informes en Reino Unido acerca de la innovación social el National Endowment for Science Technology and Arts (de ahora en adelante, NESTA).

Ya en 2009 se creó la Office of Social Innovation por parte de la administración de los Estados Unidos, cuyo objetivo principal era centrarse en el desarrollo de políticas y programas para acelerar la recuperación económica y fortalecer las comunidades. Para ello buscan el aprovechamiento del capital humano y la facilitación de capital financiero.

Todos estos hitos fueron embrionarios para que la Comisión Europea, en 2010, cuando da luz a la “Innovation Union Initiative” incluya la innovación social como un objetivo a desarrollar, consolidando y dándole aun mayor relevancia con la publicación en 2013 del “Social Innovation Package” y la “Guide to Social Innovation”. Dichas acciones han facilitado la familiarización, desarrollo y aceptación del concepto de innovación social y han promocionado sus potencialidades para la consecución de los objetivos marcados en la Estrategia Europa 2020.

De hecho, todo este proceso ha hecho que actualmente la innovación social sea un objetivo central para muchos gobernantes y se encuentren centros de fomento de la

innovación social en países como Canadá, Reino Unido, Austria, Estados Unidos, Alemania, Sudafrica, Colombia, Chile, España etc.

3. Diferentes concepciones de la innovación social

A pesar del incremento de estudios, recursos y de la institucionalización del concepto de innovación social, actualmente irrumpe la problemática que deriva de la existencia de una literatura en la que hay diferentes y muy distintas concepciones etimológicas acerca de su significado. Esto, en ocasiones, está creando dificultades para definir de forma clara, ajustada y real el concepto, lo que impide encuadrar la innovación social en una definición concreta (Mulgan, 2006; Nicholls, 2015; Mosselaer, 2016).

Tal es la magnitud del poco consenso y la incertidumbre existente acerca de cómo definir la innovación social, que Djellal y Gallouj (2012), llegaron a titular el primer epígrafe de su artículo *Social Innovation and Service Innovation*, como: “Social Innovation: the desperate quest for a definition”. Esto ilustra de manera muy significativa los obstáculos para aclarar y profundizar acerca de un concepto lleno de matices e interpretaciones.

A continuación, en la tabla 1, y siguiendo la línea de autores como Pol y Ville (2009), que afirman que se debe distinguir de forma muy precisa qué son innovaciones sociales y qué no, se ha recogido con el objetivo de hacer una revisión sistemática del concepto y aclarar finalmente qué se puede considerar como una innovación social, algunas de las definiciones que muestran la disparidad de criterios para definirla, exponiéndose tanto definiciones de organismos internacionales y nacionales como de autores relevantes en materia de innovación social.

Tabla 1: Distintas definiciones del concepto innovación social

Autor	Definición de innovación social
Mulgan (2006:146)	Son actividades y servicios innovadores que están motivados por el objetivo de satisfacer una necesidad social que son predominantemente difundidas a través de organizaciones cuyo objetivo principal es social.
Pot y Vaas (2008: 468)	Es un concepto más amplio que la innovación organizacional. Éste incluye cosas tales como la gestión dinámica, la organización flexible, el trabajo más inteligente, el desarrollo de habilidades y competencias y la creación de redes entre organizaciones. Es un complemento de la innovación tecnológica.
Phills <i>et al</i> (2008:39)	Una solución novedosa a un problema social que es más efectiva, eficiente, sostenible, o simplemente, aquellas soluciones cuyo valor repercute más sobre la sociedad como un todo que sobre los individuos. Una innovación social puede ser un producto, proceso de producción o tecnología (muy similar a la innovación en general), pero también puede ser un principio, una idea, una legislación, un movimiento social, una intervención o una combinación de ellos.
Echeverría (2008:610)	Hace referencia 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.
Sanchis y Campos (2008:187)	Tiene por objeto la introducción de cambios relacionados con nuevas formas organizativas y de gestión dentro de la organización. Entre sus principales objetivos figuran la inserción sociolaboral de personas, principalmente con mayor riesgo de exclusión, y la protección y el respeto al medioambiente mediante el crecimiento sostenible.
Harris y Albury (2009:16)	Es una innovación que es beneficiosa tanto para el bien social como para el interés público, siendo una innovación inspirada en el deseo de satisfacer las necesidades sociales que pueden estar descuidadas por las formas tradicionales de provisión del mercado y que a menudo han sido mal atendidas o no resueltas por los servicios organizados por el sector público.
Howaldt, y Schwarz (2010:16)	Es una nueva combinación y/o nueva configuración de prácticas sociales en ciertas áreas de acción o contextos sociales impulsadas por ciertos actores o conjunto de ellos de una manera intencionalmente dirigida, con el objetivo de satisfacer o satisfacer mejor las necesidades y problemas sociales.
Hubert (2010:33)	Son aquellas nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que simultáneamente satisfacen necesidades sociales (de forma más efectiva que las alternativas), creando nuevas relaciones o colaboraciones.
OECD (2011:13)	Son nuevos mecanismos y normas que consolidan y mejoran el bienestar de las personas, las comunidades y los territorios en términos de inclusión social, creación de empleo y calidad de vida.
Caulier-Grice <i>et al</i> (2012:42) ¹	Son las nuevas soluciones (productos, servicios, modelos, mercados, procesos, etc.) que satisfacen simultáneamente una necesidad social (de

¹ La definición es realizada en uno de sus informes del proyecto europe TEPSI, en el que participa como socio la Young Foundation

	manera más efectiva que las soluciones existentes) y conducen hacia nuevas o mejoradas relaciones y capacidades, así como a un mejor uso de los activos y recursos.
Oosterlynck <i>et al</i> (2013:2)	Aquellas prácticas que suceden en ámbitos locales que ayudan a los excluidos sociales y a las personas y grupos sociales empobrecidos a satisfacer necesidades sociales básicas para las cuales no encuentran soluciones adecuadas ni en el mercado privado ni en las macro-políticas de bienestar.
Comisión Europea (2013)	Es el desarrollo e implementación de nuevas ideas (productos, servicios y modelos) para satisfacer las necesidades sociales, crear nuevas relaciones sociales y ofrecer mejores resultados. Sirve de respuesta a las demandas sociales que afectan al proceso de interacción social, dirigiéndose a mejorar el bienestar humano.
Cajaiba-Santana (2014:43)	Es la creación de nuevas ideas manifestadas en acciones sociales que permiten guiar un cambio social y proponer nuevas alternativas y nuevas prácticas para distintos grupos sociales.
Paz (2015:54)	Es el resultado de un proceso de aprendizaje colectivo que nos proporciona soluciones novedosas para satisfacer demandas y necesidades sociales.
World Economic Forum (2016:5)	Es la aplicación de un enfoque innovador, práctico y sostenible basado en el mercado para beneficiar a la sociedad en general, y a las poblaciones de bajos ingresos o desatendidas en especial.

Fuente: Elaboración propia

Este conjunto de definiciones existente, a la vez que reflejan diferentes perspectivas para definir la innovación social, nos muestra como indican Djellal y Gallouj (2012) que la expresión *innovación social* ha resultado problemática desde sus orígenes, ya que tanto *innovación* como *social*, son términos que utilizados en la misma frase crean un concepto nuevo muy amplio.

En general, se puede señalar que la innovación social destaca por un marcado componente social, por su eficacia e intangibilidad (aunque ésta dé origen a un producto), así como por estar destinada a la satisfacción de las necesidades humanas básicas (Moulaert y Ailenei, 2005; Hubert, 2010; Neumeier, 2017).

Hay que señalar que la existencia de múltiples y diferentes definiciones, no debe permitir que se imponga la percepción fácil e incorrecta de que cualquier idea que logre ser exitosa y difundirse en una sociedad es una innovación social. Sin embargo, parece evidente que una de las bases y características esenciales es su riqueza conceptual es su flexibilidad. El concepto de innovación social está abierto al cambio y a mejoras inclusivas que logren dar a éste un mayor empoderamiento y fuerza para su uso. En este

sentido, Moulaert *et al* (2013) afirman que la innovación social es un concepto que está todavía en desarrollo.

Además, hay que destacar que en este fenómeno tienen mucho peso el poder de las ideas y sus capacidades de convicción, a este respecto, Mulgan (2006) señala que la innovación social llega a ser exitosa cuando “la semilla de la idea planteada consigue llegar a muchas cabezas”. Esto refuerza una hipótesis esencial de este fenómeno; las ideas tienen mucho más poder que las personas y las instituciones, y éstas, al igual que la innovación social, están en un proceso continuo de mejora y cambio.

A este respecto, tras las definiciones que han sido expuestas en la tabla 1, y tal y cómo hace Rüede y Lurtz (2012), es interesante analizar los diferentes significados que según distintos autores tiene la innovación social agrupando aquellas definiciones con características más similares.

- Innovación social desde el punto de vista empresarial: Se entiende desde una perspectiva en la que la empresa privada es un elemento central del concepto. Hay una alta referencia a la introducción de novedades en los procesos de gestión y organización (Pot y Vaas, 2008; Sanchis y Campos 2008; World Economic Forum, 2016)
- Innovación social desde el punto de vista subsidiario: Esta perspectiva hace referencia a la innovación social como elemento subsidiario, es decir, como aquellas actuaciones innovadoras que atienden necesidades y problemas que el sector público y las empresas privadas no son capaces de afrontar (Harris y Albury, 2009; Oosterlynck *et al*, 2013; Moulaert *et al*, 2013). Lo cierto es que esto es solo una parte de las innovaciones sociales, porque si bien, éstas pueden ocupar este campo, también pueden ser desarrolladas y/o fomentadas en muchos casos por el propio sector público.
- Innovación social desde el punto de vista integrador: Esta corriente defiende la utilidad de la innovación desde una perspectiva transversal. La innovación social se entiende como un concepto amplio, caracterizado por resolver todo tipo de problemas y necesidades sociales, ofreciendo mejores resultados para toda la sociedad que los existentes hasta el momento. Estos pueden ser

desarrollados por el sector público, sector privado o la sociedad civil (Comisión Europea, 2013; Caulier-Grice *et al*, 2012; Phills *et al*, 2008; Hubert, 2010)

- Innovación social desde el punto de vista meramente social: Hace referencia a aquellos autores que entienden que la innovación social se origina mayoritariamente a través de empresas sociales² o de entidades u organizaciones sin ánimo de lucro (Mulgan, 2006).

Nosotros por la evolución del proceso de innovación social, y tras la revisión de las definiciones realizadas, se descarta tal y como hace Pol y Ville (2009), encasillar a la innovación social como una rama de la innovación empresarial y se va a pasar a definir la innovación como: “Aquellas ideas, productos, servicios o modelos, que permiten satisfacer problemas, necesidades sociales o simplemente mejorar una situación preexistente, a través de métodos socialmente inclusivos que pueden ser desarrollados de forma conjunta o individual por parte del sector público, el sector privado o la sociedad civil con el objetivo de generar mayores niveles de bienestar”.

Con esta definición se pretende recoger lo que se entiende es una innovación social, teniendo muy en cuenta las características y propiedades que los autores y organizaciones más relevantes han ido señalando a lo largo de estos últimos años en los que se viene estudiando este fenómeno.

4. Incidencia de la innovación social en la sociedad

La innovación social es un fenómeno que crea valores económicos y sociales, siendo altamente determinantes para la solución de problemas y la satisfacción de demandas sociales. De hecho, son muchos autores los que han indicado las ventajas y las principales mejoras que introducen las prácticas socialmente innovadoras. A continuación se pasa a enumerar los más destacados: inclusión social y reducción de la pobreza (Mulgan, 2006; Echeverría, 2013; Moulaert *et al*, 2013; Howaldt *et al*, 2016); calidad de vida (Echeverría, 2013; Moulaert *et al*, 2013); participación

² Las empresas sociales son aquellas que buscan solucionar los problemas sociales básicos de los seres humanos de una manera autosuficiente y rentable, y donde atributos como “sin ánimo de lucro”, “público”, o “privado” pasan a un segundo lugar para definirlos y clasificarlos. Es una nueva categoría organizativa que permite simultáneamente la creación de valor económico y social (Barrera, 2007: 4).

ciudadana (Echeverría, 2013); la atención sanitaria (Mulgan, 2006; Echeverría, 2013; Howaldt *et al*, 2016); la educación (Echeverría, 2013; Howaldt *et al*, 2016); la calidad medioambiental (Echeverría, 2013; Alonso-Martínez *et al*, 2015; Howaldt *et al*, 2016), eficiencia de los servicios públicos (Echeverría, 2013); desempleo (Alonso-Martínez *et al*, 2015; Howaldt *et al*, 2016); racismo (Mulgan, 2006); la violencia doméstica (Mulgan, 2006); transporte y movilidad (Howaldt *et al*, 2016); y desarrollo sostenible (Howaldt *et al*, 2016).

A este respecto, se puede afirmar que son muchas las potencialidades de la innovación social, y es que sin duda las actuaciones de muy diferentes y distintos tipos de actores, su forma de proceder, así como las interacciones que se producen entre ellos, crean nuevas aplicaciones que permiten aplicar procesos e ideas socialmente innovadoras para resolver problemas de diferentes ámbitos cómo se ha podido comprobar. Por todo ello, estos problemas sociales están comenzando a ser percibidos como oportunidades para la innovación (Comisión Europea, 2013).

4.1 Casos de innovación social en Andalucía

A continuación se van a analizar algunos casos de innovación social que se han producido en Andalucía, mostrando qué nuevas ideas se proponen, qué problema o demanda social satisfacen y cuál es la mejora que introducen. Así se puede analizar la coherencia de lo comentado hasta ahora con los siguientes casos reales.

Caso 1: Banco del Tiempo "Es tiempo de dar ... es tiempo de recibir".

Es un proyecto Área de Familia, Asuntos Sociales y Zonas de Especial Actuación del Ayuntamiento de Sevilla. ¿Qué nueva idea/actividad/servicio se propone? Se crea un sistema de ayuda mutua, a través del intercambio de tiempo, de habilidades y de conocimientos de forma gratuita entre personas que viven en la misma comunidad. ¿Qué problema o demanda social se satisface? Paliar la escasez de recursos monetarios, lo que permite reducir la exclusión social. ¿Cuál es la mejora que se introduce? Esta nueva forma de relación entre agentes hace posible disfrutar de servicios sin recursos monetarios.

Caso 2: Actividad de Mejora de la Regulación Económica dentro del Plan de actuación

2018/2020

Es una actividad de la Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía que es una innovación social tal y como se señala en (Palma *et al*, 2017). ¿Qué nueva idea/actividad/servicio se propone? Mesa para la Mejora de la Regulación y colaboración con los agentes económicos y sociales. ¿Qué problema o demanda social se satisface? Eliminar la falta de comunicación existente entre los agentes económicos y sociales ya que son realmente los que mejor conocen la situación local. Por lo tanto, son quienes mejor pueden contribuir a diseñar una regulación que sea lo más efectiva posible. ¿Cuál es la mejora que se introduce? Se crea una Mesa para la Mejora de la Regulación en Andalucía en la se incluyen a representantes de los agentes económicos y sociales, la Confederación de Empresarios de Andalucía, la Unión General de los Trabajadores andaluces (UGT-A, de ahora en adelante) y la Confederación Sindical de Comisión Obreras (CCOO, de ahora en adelante) posibilitando que las diferentes perspectivas sean expuestas para llegar a un amplio consenso.

Caso 3: Iniciativa “London in Málaga”

Es una iniciativa de La Noria³. ¿Qué nueva idea/actividad/servicio se propone? La realización de cursos de inmersión lingüística intensivos con metodologías innovadoras para la juventud de los municipios de la provincia de Málaga. ¿Qué problema o demanda social se satisface? Reducir la brecha que hay entre los jóvenes con más recursos que suelen desarrollar unas mejores capacidades lingüísticas y aquellos jóvenes con escasos recursos y de municipios menores para los que el conocimiento del inglés suele ser una barrera a su empleabilidad. ¿Cuál es la mejora que se introduce? La posibilidad de dotar a estos jóvenes de un nivel de inglés válido como competencia fundamental para adquirir un empleo en la provincia de Málaga o para la obtención del nivel B1 del Marco Común Europeo a través de la colaboración e implicación de voluntariado, empresas, asociaciones y emprendedores sociales que aportan su experiencia y visión del mundo laboral a la juventud.

Caso 4: Compartiendo Ideas. Emprendimiento y soporte al comercio local.

³ La Noria es un centro de innovación social creado en 2013 por la Diputación de Málaga con el objetivo de dar una respuesta transformadora a los problemas de la sociedad actual.

Es un proyecto desarrollado por Granada Acoge en colaboración con la Asociación de Comerciantes Zaidin-Vergeles. ¿Qué nueva idea/actividad/servicio se propone? Apoyo al comercio de un barrio concreto a través de la inserción laboral. ¿Qué problema o demanda social se satisface? Reduce las problemática de la inserción laboral y el desempleo en colectivos especialmente vulnerables. ¿Cuál es la mejora que se introduce? Une la intervención comunitaria de apoyo al comercio local que venía desarrollándose por parte de la Asociación de Comerciantes Zaidin-Vergeles junto con la inserción laboral que pretende promover el grupo Granada Acoge. La idea reside en formar a población inmigrante con importantes problemas para acceder al mercado laboral, adaptando esta formación a las necesidades de los comerciantes, para que posteriormente éstos puedan contratar a esas personas que previamente han adquirido unos conocimientos específicos para poder trabajar en sus comercios.

Todos estos casos son ejemplos de innovaciones sociales que consiguen aumentar el bienestar social de la población. Se observa a partir de los 4 casos, que tal y como se viene comentando, la innovación irrumpe en diferentes áreas y campos, ofreciendo resultados positivos en todos ellos. Concretamente, se consiguen mejores resultados en el ámbito de la mejora de la regulación, en la inserción laboral, en la reducción de la exclusión social y la desigualdad, en formación y empleo, en disminución de la pobreza y en la mejora del desarrollo.

5. Identificación de variables que coadyuvan a la creación de innovaciones sociales

Al igual que sucede para cualquier proceso de innovación tradicional, un proceso de innovación social no puede ser diseñado, se puede planear un enfoque top-down pero esto solo hace posible aumentar la probabilidad de que la innovación tenga lugar (Chesbrough, 2003; Vrontis *et al.*, 2012). Esta probabilidad será mayor en aquellas sociedades donde haya una mayor inclinación hacia la innovación (Krause, 2004).

Por lo tanto, de forma mimética a como ocurre para la innovación tradicional, si ésta no puede ser diseñada, es fundamental implementar un ecosistema⁴ que permita

⁴ Ferraris y Greco (2015) señalan que el concepto general de ecosistema de innovación se refiere al “conjunto de personas, instituciones, políticas y recursos que promueven el traspaso de nuevas ideas en productos y procesos”.

aumentar las probabilidades de irrupción. Para ello, la identificación de un contexto propicio para que se desarrolle la innovación social, así como señalar qué variables y factores influyen en la aparición de éstas, resulta muy relevante para dar una herramienta útil a aquellos que deseen fomentar y promover la innovación social en sus regiones para lograr un modelo económico más sostenible (Caulier-Grice, 2012; BEPA, 2014; Neumeier, 2017). La identificación de las variables que permiten crear un entorno favorable, es un paso previo para la creación de un índice que permita la medición y comparación del desarrollo de la innovación social entre las regiones.

Actualmente, tal y como indican Boelman y Lauritzen (2014), no existe ningún índice generalmente aceptado ni ninguna otra forma de medir la innovación social de forma oficial. No obstante, existen algunos trabajos en los que se proponen índices para la medición de la innovación social:

- The Economist Intelligence Unit (2016) midió la capacidad de innovación social a nivel nacional, lo que le permitió realizar una comparación entre aquellos países con unas mayores capacidades para desarrollar innovaciones sociales. Para la elaboración del índice fueron tenidos en cuenta 4 pilares fundamentales: el marco político e institucional, las facilidades de financiación existente, el nivel de emprendimiento y los comportamientos y pautas sociales.
- Unceta *et al* (2016) elaboraron el denominado Resindex, que es un proyecto pionero en la medición de la innovación social. Mide la innovación social a nivel regional, vinculando ésta al conocimiento y poniendo su foco de atención en organizaciones sin fines de lucro, empresas, universidades y centros tecnológicos. Para el estudio se realizaron 282 encuestas para poder conseguir datos para las variables que formaban el índice.
- Krlev *et al* (2014) realiza una aproximación para medir la innovación social a nivel nacional teniendo en cuenta como principales factores la actividad empresarial, los resultados en materias sociales como educación y el marco social y político existente.

De estos índices, el más relevante y el que más aceptación social y académica ha tenido es el elaborado por The Economist Intelligence Unit (2016), que junto al

elaborado por Krlev *et al* (2014) miden la innovación social a nivel nacional. Ninguno de estos dos índices puede actualmente ser replicado a nivel regional por la inexistencia de datos a nivel regional. Tampoco el índice regional elaborado por Unceta *et al* (2016) puede ser tomado como referencia ante la imposibilidad de realizar encuestas para todas las regiones de la Unión Europea. No obstante, el análisis de las variables elegidas por estos autores, nos es de gran utilidad para identificar algunos de los principales factores que hacen que se generen innovaciones sociales.

5.1 Identificación de variables a través del análisis de la literatura existente.

Es ampliamente creído que las innovaciones sociales suelen producirse en mayor medida en aquellas comunidades más desfavorecidas, sin embargo, según Blanco *et al* (2016) esto no es necesariamente así, sino que para la creación de más innovaciones sociales se requiere que estén presentes una serie de factores y variables. Por ello, tal y como se ha dicho anteriormente, crear un entorno favorable para el desarrollo de la innovación social es algo esencial para la consecución de un modelo económico más sostenible. Ciertamente, entre las características principales de una innovación social se encuentra que es un proceso participativo en el que gran parte de su éxito reside en la interacción y la retroalimentación entre distintos actores (Hubert, 2010; Caulier-Grice *et al*, 2012; Benneworth *et al*, 2014; BEPA, 2014; Neumeier, 2017). Por ello, alguna de las variables básicas necesarias para el desarrollo de innovaciones sociales, están íntimamente relacionadas con aquellas que permiten y fomentan procesos participativos y empoderan a los ciudadanos.

Neumeier (2017) identifica la existencia de tres factores angulares para el desarrollo de la innovación social:

1. Determinantes y variables que son importantes para el éxito de cualquier tipo de innovación. La irrupción y proliferación de innovaciones (tecnológicas, organizacionales...) necesita también de un marco que permita el desarrollo de éstas. Por ello, el autor referido, indica que existen una serie de factores que son necesarios y comunes para cualquier tipo de innovación. Por lo tanto, en aquellos lugares donde existan más innovaciones de cualquier tipo, se tendrá una propensión marginal a la generación de innovaciones sociales mayor, ya que este contexto nos estaría indicando la presencia de unas condiciones

básicas adecuadas el desarrollo de otros tipos de innovación.

2. Determinantes que posibilitan o dificultan las actuaciones de los agentes socialmente innovadores. Por ejemplo factores como la facilidad de financiación o de obtener fondos han sido señalados como esenciales para crear un ecosistema favorable para la innovación social, además de por este autor por BEPA (2014). También se consideran como determinantes las estructuras sociales, la base jurídica y legal, el marco político y la calidad de la regulación que pueden influir de manera significativa en la creación de innovaciones sociales.
3. Determinantes que influyen en el proceso participativo subyacente en la innovación social. Existen múltiples factores muy relacionados con los agentes socialmente innovadores y la relación que tienen entre ellos que hace que se facilite o se dificulte la innovación social. La creación de redes para el proceso participativo, facilitar la transferencia de conocimientos, el apoyo institucional, así como la creatividad y características de los actores, son muy relevantes en todo este proceso. En este sentido, Peter y Polleman (2010) señalan que los niveles participativos dependen por ejemplo de los niveles de educación y del puesto en la sociedad laboral que ocupe el individuo⁵.

Otros factores que se señalan en la literatura como importantes para la generación de las innovaciones sociales son: el tamaño de la región (Neumeier *et al*, 2011, 274; Abreu y Cruz, 2011; Oosterlynck *et al*, 2013), la existencia de seguridad jurídica (Howaldt *et al*, 2016; Pel y Bauler, 2014; The Economist Intelligence Unit, 2016), la concesión de subvenciones (BEPA, 2014), la capacidad de absorción de conocimiento (Unceta *et al*, 193, 2016), el uso de herramientas digitales y la tecnología (Mulgan, 2006; BEPA, 2014) o el sistema de bienestar existente (The Economist Intelligence Unit, 2016)

Especial atención, por ser uno de los índices con mayor impacto y estudios más citados con respecto a lo que a medición de innovación social se refiere, es el de Krlev

⁵ Peter y Polleman (2010) señalan que a mayores niveles de educación, mayores niveles de participación. Y también establecen una prelación entre los más participativos y los menos según sean funcionarios o empleados administrativos (los más participativos), empresarios o autónomos, o bien trabajadores dependientes o desempleados (los menos participativos).

et al (2014), que señalan variables importantes como: los recursos humanos, las infraestructuras, las necesidades sociales, el gasto en innovación tanto del sector público como privado, el contexto empresarial, la existencia de cohesión, el estado de salud de las personas etc...

Estos son algunos de los factores que se pueden identificar como claves para la creación de un ecosistema en el que se generen más innovaciones sociales. No obstante, en el siguiente subepígrafe para completar y conocer de forma directa más variables que determinan que una sociedad sea más o menos socialmente innovadora, se pasa a estudiar algunas más.

5.2 Identificación de variables a través de una metodología cualitativa

Para una mejor y más ajustada identificación del entorno deseado y de las variables que deben estar presentes para la generación de las innovaciones sociales, se ha completado el estudio aplicando una metodología cualitativa a través de entrevistas semiestructuradas a diferentes agentes relevantes relacionados con el fenómeno de la innovación social. Se ha utilizado esta técnica porque, tal y como señala McCrackent (1991), la entrevista es una de las herramientas más poderosas de la investigación y a partir de ella se puede conocer y analizar de forma detallada las distintas variables que señalan los expertos entrevistados, buscando el discurso común de todos ellos, y consiguiendo identificar las principales variables y factores que han de ocurrir para que surjan las innovaciones sociales.

Para identificar los aspectos más relevantes que han influido en la irrupción de las innovaciones sociales, 21 destacados agentes relacionados con el fenómeno mencionado fueron entrevistados.

Con el objetivo de agilizar la realización de las entrevistas han sido estructuradas en varias partes tal y como hacen Heredia-Carroza *et al* (2017): Una primera en la que se realizaban preguntas genéricas sobre innovación social; una segunda en el que se cuestionaba acerca de los aspectos más importantes de su proceso de creación y, por último, una sección dedicada a los efectos y resultados que a vista de los entrevistados que la innovación social puede generar.

Las entrevistas han sido realizadas a tres grupos previamente definidos: agentes que han desarrollado iniciativas socialmente innovadoras, como la responsable del Área Social del Grupo de Desarrollo Rural Valle del Guadalhorce; agentes de centros de fomento de la innovación social, como la directora de “La Noria”; expertos profesionales como el director de Innovación y Economía Social del Ayuntamiento de Sevilla.

Las entrevistas fueron realizadas durante los meses de junio, julio y septiembre de 2018, y su duración fue entre 50 y 90 minutos. Para la selección de los entrevistados se ha seguido criterios de relevancia, paridad de género y edad. Se han tratado de elegir en todos los casos organizaciones relevantes con una reconocida trayectoria, y entrevistar a responsables directos de los proyectos, centros o empresas.

Además, una vez realizadas las entrevistas, se les presentó a cada uno de los entrevistados un cuestionario en el que se les invitaba a responder acerca de cómo ciertas variables concretas podían ser determinantes para la generación de la innovación social.

Hecha la revisión de la literatura y de los datos disponibles, se filtraron un total de 74 variables que se entendían que podrían influir de alguna manera en la generación de innovaciones sociales en las regiones NUTS-1 y NUTS-2. Para contrastar si realmente esas variables seleccionadas son determinantes de la innovación social, se pasa una un cuestionario una vez terminadas las entrevistas realizadas a los expertos. Para que los entrevistados muestren su opinión con respecto a cómo de influyente creen que son las variables presentadas para la generación de innovaciones sociales, se utiliza una escala de Likert de 1 a 7 puntos⁶ (Terhune, 1964; Pratto *et al*, 1994, Hernando, 2014)⁷.

En base a ello, y tras cruzar lo inferido del análisis de los discursos de los entrevistados y seleccionando aquellas variables que han obtenido más de un total de 6⁸ puntos en la escala de Likert, se han podido identificar como variables

⁶ El valor 1 representaría que no existe ninguna relación, mientras el 7 representaría la existencia de una relación muy alta.

⁷ Todos ellos son autores que han escrito trabajos de referencia en su campo utilizando escalas de Likert con 7 puntos.

⁸ Se ha tomado un criterio exigente para determinar aquellas variables que inciden en la innovación social. Se han considerado 1, 2 y 3 como respuestas que mostraban la inexistencia de relación, 4 que mostraban una relación muy leve y 5, 6 y 7 como puntuaciones que indicaban la existencia de relación.

determinantes de la innovación social.

Tabla 2: Variables que según los entrevistados tienen una alta o muy alta relación con la irrupción de innovaciones sociales asociadas por grupos temáticos

Conocimiento	Condiciones de vida
Nivel de educación	Unos mayores principios de bienestar
La existencia de una clase creativa	La salud y el bienestar
Publicaciones científicas	La calidad ambiental
Trabajos intensivos en conocimientos	Los derechos individuales
Financiación	La existencia de libertad y elección
Gasto en I+D del sector público	La tolerancia y la inclusión
Gasto en I+D del sector comercial	La calidad institucional
Otros gastos de innovación que no sea en I+D	Otros tipos de innovaciones
Cultura participativa y facilidades de comunicación	La presencia de innovadores de productos o procesos
La relación científica entre instituciones públicas y privadas	La existencia de innovaciones organizacionales o de marketing
La participación en redes sociales	Innovación interna en PYMES
Tendencia a usar cualquier dispositivo móvil para acceder a Internet	PYME innovadoras que colaboran con otras
El uso de internet para comprar bienes y servicios	El total de solicitudes de patentes
El acceso a la información y la comunicación	

Fuente: Elaboración propia

A partir de la tabla 2, se observa la existencia de 25 variables que determinan la irrupción de iniciativas socialmente innovadoras. Estas variables han sido agrupadas en 5 grandes pilares: conocimiento, condiciones de vida, financiación, cultura participativa y facilidad de acceso a la información y la existencia de otros tipos de innovaciones. Estos serían los 5 grandes pilares que están en consonancia con los principales factores que han sido señalados en la revisión de la literatura, y se postulan como claves para desarrollar un ecosistema favorable para las 25 variables identificadas.

6. Conclusiones

La innovación social es un fenómeno en auge que está en continuo desarrollo. Esto hace complicado encuadrar el concepto en una definición universal. No obstante, este

Para el análisis se va a seguir un criterio exigente, y sólo vamos a considerar aquellas variables que son consideradas que tienen una alta o muy alta relación (variables con puntuación de media 6 o 7).

trabajo contribuye en este sentido, haciendo una extensa revisión de la literatura, y definiendo la innovación social de una forma amplia pero precisa. Esto resulta fundamental para establecer la base de futuros análisis que permitan a los agentes interesados estudiar, promover o iniciar actividades socialmente innovadoras.

En lo que sí existe un mayor consenso es acerca del proceso de desarrollo de las innovaciones sociales. Esto es muy trascendente para poner en marcha políticas públicas que coadyuven a superar a los proyectos socialmente innovadores las fases en las que se encuentran “los valles de la muerte” de los proyectos. Además, tras la superación de las fases críticas, se atrae la inversión privada, que tratará de participar en las iniciativas una vez se encuentren en su fase de despegue.

Por otro lado, queda claro que la innovación social está teniendo un impacto positivo en la sociedad. Ésta ofrece unos mejores resultados cubriendo “gaps” que no habían sido eficientemente abordados ni por los mecanismos tradicionales del mercado ni por el sector público. Las materias a las que la innovación social puede contribuir a mejorar son en la mayoría de los casos los principales retos globales existentes en la actualidad. Esto ha quedado evidenciado con los diferentes casos mostrados para la región de Andalucía. Son ejemplos de innovación social en esta región: la mejora en la regulación, la inserción laboral, la reducción de la exclusión social, la formación y el empleo, la disminución de la pobreza y la mejora del desarrollo.

Con respecto a la identificación de factores que permiten el desarrollo y la irrupción de las innovaciones sociales, es el asunto de mayor complejidad debido a la disparidad de criterios existentes y su relevancia para los agentes socialmente innovadores y los decisores públicos que quieran fomentarla. Tras la revisión de la literatura realizada y la metodología cualitativa aplicada, se concluye que lo que es claro es la necesidad de existencia de un ecosistema favorable para la irrupción de las innovaciones sociales.

Por último, hay que señalar que, tras los cuestionarios pasados a los expertos entrevistados, se está creando una importante base para la futura monitorización y realización de un índice compuesto, que arroje información a los decisores públicos acerca de los principales factores que deben favorecer para que se creen iniciativas socialmente innovadoras en sus regiones. No obstante, a priori se pueden señalar 5 grandes líneas a desarrollar en las regiones para el fomento de las innovaciones

sociales: conocimiento, financiación, cultura participativa y facilidades de comunicación, condiciones de vida y otros tipos de innovación.

Bibliografía:

Abreu Quintero, J. L., & Cruz Álvarez, J. G. (2011). "Modelos de Innovación Social". Revista Daena (International Journal of Good Conscience), 6(2).

Alonso-Martínez, D., González-Álvarez, N., & Nieto, M. (2015). "La innovación social como motor de creación de empresas". Universia Business Review, (47).

Barrera, E. (2007). "La empresa social y su responsabilidad social". Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales, 17(30), 59-76.

Benneworth, P. S., Amanatidou, E., Schachter, M. E., & Gulbrandsen, M. (2014). Social innovation futures: beyond policy panacea and conceptual ambiguity. In Eu-SPRI Annual Conference 2014: Science and Innovation Policy: Dynamics, Challenges, Responsibility and Practice. European Forum for Studies of Policies for Research and Innovation.

BEPA (2014): Social Innovation, a decade of changes. Publications Office of the European Union 2014, Luxembourg.

Blanco, I., Cruz, H., & Martínez, R. (2016). "El papel de la innovación social frente a la crisis". Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales, 47(188), 249-260.

Boelman, Kwan, Lauritzen, Millard, Schon (2014). Growing Social Innovation: A Guide for Policy Makers. A deliverable of the project: "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE), European Commission – 7th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research

Cajaiba-Santana, Giovany. "Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework." Technological Forecasting and Social Change 82 (2014): 42-51.

Caulier-Grice, J., Davies, A., Patrick, R., & Norman, W. (2012). Defining social

innovation. A deliverable of the project: "The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe" (TEPSIE), European Commission–7th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research.

Chesbrough, H. W. (2006). "Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology". Harvard Business Press.

Comisión Europea. (2013). Guía de la Innovación social. Regional and Urban Policy. Bruselas.

Djellal, F., & Gallouj, F. (2012). "Social innovation and service innovation. In Challenge social innovation (pp. 119-137)". Springer, Berlin, Heidelberg.

Echevarría, J. (2008). "El manual de Oslo y la innovación social". Arbor, 184(732), 609-618.

Ferraris, A., & Grieco, C. (2015). "The role of the innovation catalyst in social innovation-an Italian case study". Sinergie Italian Journal of Management, 127-144.

Harris, M., & Albury, D. (2009). "The innovation imperative". NESTA, London.

Echeverría, J., & Merino, L. (2011). "Cambio de paradigma en los estudios de innovación: el giro social de las políticas europeas de innovación". Arbor 187. 752: 1031-1043.

Heredia-Carroza, J., Palma Martos, L. A., & Aguado Quintero, L. F. (2017). "Originalidad subjetiva y copyright. El caso del flamenco en España". Anduli. Revista Andaluza de Ciencias Sociales, 16, 175-194.

Hernando, E. (2014). "El valor percibido del arte: desarrollo de una escala de medición" (Doctoral dissertation, Universidad Autónoma de Madrid).

Howaldt, J., & Schwarz, M. (2010). "Social Innovation: Concepts, research fields and international trends". Sozialforschungsstelle Dortmund.

Howaldt, J., Schröder, A., Kaletka, C., Rehfeld, D., & Terstriep, J. (2016). *Mapping the world of social innovation. Key results of a comparative analysis of, 1.*

Hubert, A. (2010). "Empowering people, driving change: Social innovation in the European Union". Bureau of European Policy Advisors (BEPA).

Krause, D. E. (2004). "Influence-based leadership as a determinant of the inclination to innovate and of innovation-related behaviors: An empirical investigation". *The leadership quarterly*, 15(1), 79-102.

Krlev, G., Bund, E., & Mildemberger, G. (2014). "Measuring what matters—Indicators of social innovativeness on the national level". *Information Systems Management*, 31(3), 200-224.

López, J. A., y Gonzalez, M. (2013). "Encrucijadas sociales de la innovación". *Isegoría* 48 : 11-24.

McCracken, G. (1991). *The long interview*. Newbury Park, Sage Publications 5ª edition.

Mosselaer, F. (2016). *Creative Industries: Social Innovation*

Moulaert, F., & Ailenei, O. (2005). "Social economy, third sector and solidarity relations: A conceptual synthesis from history to present". *Urban studies*, 42(11), 2037-2053.

Moulaert, F., MacCallum, D., & Hillier, J. (2013). "Social innovation: intuition, precept, concept". *The International Handbook on Social Innovation: collective action, social learning and transdisciplinary research*, 13.

Mulgan, G. (2006). "The process of social innovation". *Innovations: technology, governance, globalization*, 1(2), 145-162.

Neumeier, S., Pollermann, K., Jäger, R., y Johann Heinrich von Thünen-Institut. (2011). *Überprüfung der Nachhaltigkeit des Modellprojektes Einkommenssicherung durch Dorftourismus*. vTI.

Neumeier, S. (2017). "Social innovation in rural development: identifying the key factors of success". *The geographical journal*, 183(1), 34-46.

Nicholls, A., Simon, J., & Gabriel, M. (2015). Introduction: "Dimensions of Social Innovation. In A. Nicholls, J. Simon, & M. Gabriel, *New Frontiers in Social Innovation Research* (pp. 1-26)". Basingstoke, Hampshire, England: Palgrave MacMillan.

Nikula, J., Butkeviciene, E., Granberg, L., Kopoteva, I., Niska, M., & Shkerin, A. (2011). *Social innovations and social partnerships in Finland, Russia and Lithuania*.

OECD (2005): *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*, 3d.

OECD (2011): *Fostering Innovation to Address Social Challenges. Workshop proceedings. OECD Innovation Strategy*.

Oosterlynck, S., Kazepov, Y., Novy, A., Cools, P., Barberis, E., Wukovitsch, F., ... & Leubolt, B. (2013). "The butterfly and the elephant: local social innovation, the welfare state and new poverty dynamics". *ImPRovE Methodological Paper*, (13/02).

Palma, L., García-Flores, V., & Fernández, I. (2017) "La Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía como agente de innovación social en el marco de la Estrategia Europea de Especialización Inteligente". Comunicación presentada en el XIII Congreso de Economía Regional celebrado en Sevilla, los días 15 ,16 y 17 de noviembre de 2017.

Paz, E. (2015). "Un paradigma emergente: la innovación social". *3C Empresa*, 2015, vol. 4, no 1, p. 50-68.

Pel, B., & Bauler, T. (2014). "The institutionalization of social innovation: between transformation and capture". *TRANSIT working paper*, 2.

Peter, H & Pollermann, K (2010): *ILE und LEADER in Grajewski R et al. eds Halbzeitbewertung des EPLR M-V Mecklenburg-Vorpommern, Braunschweig*

Phills, J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T. (2008). "Rediscovering social innovation". *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34-43.

Pot, F., & Vaas, F. (2008). "Social innovation, the new challenge for Europe". *International Journal of Productivity and Performance Management*, 57(6), 468-473.

Pol, E., & Ville, S. (2009). "Social innovation: Buzz word or enduring term?". *The Journal of Socio-Economics*, 38(6), 878-885.

Pratto, F., Sidanius, J., Stallworth, L. M., & Malle, B. F. (1994). "Social dominance orientation: A personality variable predicting social and political attitudes". *Journal of personality and social psychology*, 67(4), 741.

Rüede, D., & Lurtz, K. (2012). *Mapping the various meanings of social innovation: Towards a differentiated understanding of an emerging concept.*

Sanchis Palacio, J. R., & Campos Climent, V. (2008). "La innovación social en la empresa. El caso de las cooperativas y de las empresas de Economía Social en España". *Economía Industrial*, (368), 187-196.

Terhune, K. W. (1964). *Nationalism among foreign and American students: An exploratory study.* *Journal of Conflict Resolution*, 8(3), 256-270.

The Economist Intelligence Unit (2016): Old problems, new solutions: Measuring the capacity for social innovation across the world. An Economist Intelligence Unit study.

Unceta, A., Castro-Spila, J., & García Fronti, J. (2016). "Social innovation indicators". *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 29(2), 192-204.

Vrontis, D., Thrassou, A., Chebbi, H., & Yahiaoui, D. (2012). "Transcending innovativeness towards strategic reflexivity". *Qualitative Market Research: An International Journal*, 15(4), 420-437.

World Economic Forum y Schwab Foundation for Social Entrepreneurship (2016): Social Innovation: A Guide to Achieving Corporate and Societal Value. Cologny/Geneva Switzerland.