



**Innovación social.**  
**Factores, características y áreas de  
impacto.**

**Doctorando:**

**Víctor García-Flores**

**Dirección:**

**Prof. Dr. Luis Palma Martos**

**Sevilla, 2021**

**Departamento de Economía e Historia Económica**

**Programa de doctorado en Ciencias Económicas Empresariales y Sociales**

**A mis padres Maribel y Antonio**

Por ayudarme incondicionalmente en cada una de las etapas de mi vida y enseñarme que con amor, trabajo y esfuerzo todo es posible.

## **Agradecimientos**

Son muchas las personas sin las que la presente tesis doctoral no hubiera sido posible, mi reconocimiento más sincero a todas ellas.

Mi enorme agradecimiento a mi director, Dr. Luis Palma Martos, por enseñarme el mundo de la investigación y la ciencia, por dedicar su tiempo a ayudarme a mejorar académica y personalmente y por ser fuente de inspiración con sus consejos, charlas y cercanía.

A mi familia, especialmente a mis padres y a mi hermano Adrián, que siempre han estado disponibles para todo aquello que he necesitado.

A Carlota, por haberme acompañado en las largas mañanas y tardes de estudio, por estar siempre cerca y alegrarte por cada uno de mis avances, por haberme comprendido y darme la paz y tranquilidad que necesitaba en cada momento.

A mis compañeros de doctorado, muy especialmente a Ignacio Fernández y Christian Chase, quienes siempre han estado disponibles para aportar y con quienes he compartido consejos, vivencias y anécdotas.

A la Universidad Alexandru Ioan Cuza, por su acogida durante mi estancia de investigación en Iasi.

Por último, me gustaría agradecer a todas aquellas personas que se prestaron a realizar las entrevistas necesarias para la investigación en esta tesis doctoral.



## **Resumen**

La presente tesis doctoral nace de la observancia del desacuerdo y la evidente falta de consenso existente en la literatura que aborda las principales cuestiones sobre la innovación social. Con el objetivo de generar un conocimiento útil en torno a qué es la innovación social y definir algunos de sus aspectos fundamentales, y desde el convencimiento de que para lograrlo es necesario tener en cuenta la visión de aquellos individuos y grupos que mejor la conocen, se ha diseñado una metodología cualitativa. Esta metodología ha consistido en realizar una revisión sistemática de la literatura y la realización de 24 entrevistas semiestructuradas a agentes conectados con la innovación social. El análisis e interpretación de las entrevistas ha permitido avanzar en el estado del arte: definiendo la innovación social, identificando y explicando cuáles son los principales factores determinantes para su nacimiento, conociendo qué características son propias de una iniciativa socialmente innovadora, estudiando el papel de las entidades del tercer sector en el desarrollo de las mismas y señalando aquellas áreas que son más propicias para que ésta irrumpa. Por lo tanto, esta tesis doctoral genera un nuevo marco de conocimiento en torno a la innovación social que puede servir de referencia para la toma de decisiones de los distintos agentes económicos y sociales, así como para el avance en el estudio científico en este campo.

**Palabras claves:** economía social; tercer sector; análisis cualitativo; análisis de casos; innovación; Objetivos de Desarrollo Sostenible

**Clasificación JEL:** A13, 030, P35, P36

## **Abstract**

This doctoral thesis arises from the disagreement and the evident lack of consensus observed in the literature addressing the main questions on social innovation. In order to generate useful knowledge about what social innovation is and define some of its fundamental aspects, and from the conviction that in order to achieve it, it is necessary to take into account the vision of those individuals and groups who know it best, a qualitative methodology has been designed. This methodology consists of conducting a systematic review of the literature and 24 semi-structured interviews with agents connected with social innovation. The analysis and interpretation of the interviews has made it possible to advance the state of the art by defining social innovation, identifying and explaining which are the main determining factors for its birth, knowing what characteristics are typical of a socially innovative initiative, studying the role of third sector entities in its development and pointing out those areas that are most conducive to its development. Therefore, this doctoral thesis generates a new framework of knowledge around social innovation that can serve as a reference for decision-making by the different economic and social agents, as well as for the advancement of scientific study in this field.

**Key words:** social economy; third sector; qualitative analysis; case analysis; innovation; Sustainable Development Goals

**JEL classification:** A13, O30, P35, P36



## Índice

Introducción.....	11
Capítulo 1. La emergencia de la innovación social. Contextualización.....	19
1.1 La innovación social ¿un fenómeno novedoso? .....	20
1.2 La institucionalización de un fenómeno histórico .....	25
1.3 Los diferentes enfoques sobre la innovación social.....	29
1.4 El territorio como el ámbito natural para el desarrollo de la innovación social .....	35
1.5 El arte y la cultura como actividades para canalizar la innovación social.....	38
1.6 Implicaciones de la innovación social en los Objetivos de Desarrollo Sostenible .....	41
1.6.1 Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) .....	41
1.6.2 Innovación social, el desarrollo sostenible y los ODS .....	43
Capítulo 2: Revisión de la literatura sobre los principales aspectos de la innovación social .....	46
2.1 Factores determinantes para generar un ecosistema favorable para la innovación social .....	47
2.2 Características propias de la innovación social .....	50
2.3 El impacto de las iniciativas socialmente innovadoras.....	55
2.4 Agentes socialmente innovadores. Las entidades del tercer sector como sujeto ideal para el desarrollo de las innovaciones sociales.....	59
2.4.1 Agentes socialmente innovadores. Una cuestión de enfoques.....	59
2.4.2 Las entidades del tercer sector .....	60
2.4.3 Entidades del tercer sector como agentes socialmente innovadores .....	63
Capítulo 3. Notas metodológicas.....	65
3.1 Diseño de la metodología .....	65
3.2 Tratamiento de los datos de las entrevistas.....	68
3.3 Análisis del caso .....	72
Anexo 1: Personas que han sido entrevistadas para la realización de esta tesis doctoral .	75
Anexo 2: Guión utilizado para la realización de las entrevistas semiestructuradas a los diferentes agentes económicos y sociales.....	77
Capítulo 4. Factores determinantes, características propias, áreas de impacto y el papel de las entidades del tercer sector. ....	79
4.1 Identificación de los factores y análisis de sus relaciones .....	80
4.1.1 Elementos sociales y culturales de la población .....	83
4.1.2 Apoyo político e institucional .....	84
4.1.3 Conocimientos y mecanismos facilitadores .....	86



4.1.4 Componentes espaciales.....	87
4.1.5 Entidades y mecanismos que determinan la estructura productiva empresarial y social .....	89
4.2 Identificación de las características definitorias de la innovación social .....	90
4.2.1 Características de las relaciones de los agentes participantes en el proyecto .....	93
4.2.2 Características propias de proyecto.....	94
4.2.3 Efectos característicos de la innovación social. ....	96
4.3 Áreas de desarrollo de la innovación social identificadas. ....	97
4.3.1 Esfera económica y política .....	99
4.3.2 Esfera global.....	102
4.3.3 Esfera social .....	105
4.3.4 Las potencialidades de la innovación social para contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible .....	107
4.4 Las entidades del tercer sector y la innovación social. Análisis del caso: Noria-Guadalhorce. Innovación Social en Áreas Rurales.....	108
4.4.1 Caso: Noria-Guadalhorce. Innovación Social en Áreas Rurales .....	109
4.4.2 El encaje de las características de la innovación social y la iniciativa Noria-Guadalhorce: Innovación Social en Áreas Rurales .....	116
5. Conclusions and future lines of research .....	120
5.1 Conclusions .....	120
5.2 Future lines of research.....	123
Bibliografía.....	125
Méritos que soportan la defensa de la tesis doctoral .....	145
Artículos publicados por el doctorando.....	151

## Índice de tablas:

Tabla 1: Distintas definiciones del concepto innovación social.....	30
Tabla 2: Características de la innovación social.....	51
Tabla 3: Áreas de impacto de la innovación social .....	56
Tabla 4: Retos identificados como campos naturales para la actuación de iniciativas socialmente innovadoras según la Comisión Europea (2013).....	58
Tabla 5: Número de códigos identificados por familia .....	70
Tabla 6: Número total de veces que se repitieron todos los códigos identificados en una familia.....	71
Tabla 7: Factores ponderados que determinan la aparición de la innovación social en los territorios. ....	80
Tabla 8: Factores ordenados del 1 al 10 por orden de importancia relativa.....	82
Tabla 9: Identificación de las características de la innovación social por bloques .....	91
Tabla 10: Características de la innovación social ordenadas del 1 a 5 por orden de importancia relativa .....	92
Tabla 11: Áreas propicias para el desarrollo de la innovación social ponderadas .....	98
Tabla 12: Áreas ordenadas del 1 al 5 por orden de importancia relativa donde es más propicio que una iniciativa socialmente innovadora tenga impacto.....	99
Tabla 13: Relación entre los ODS y las área de impacto de la innovación social.....	107
Tabla 14: Paro registrado en la comarca del Valle del Guadalhorce de 2006 a 2019 .....	112
Tabla 15: Encaje de las características de la innovación social con la iniciativa Noria-Guadalhorce: Innovación Social en Áreas Rurales .....	117

## Introducción

La innovación es un proceso que ha atraído la atención de empresas, decisores públicos y de la propia sociedad civil históricamente. Siguiendo a Drucker (2004: 3), se puede definir la actividad de innovación como una función específica del emprendimiento que conlleva “el esfuerzo de crear un cambio intencional y enfocado en el potencial económico o social de una empresa”. Sin embargo, la definición de la innovación y el análisis de sus procesos de creación no han estado exentos de debate. Por esta razón, la comprensión de las actividades de innovación y sus características ha sido objeto de estudio de numerosas investigaciones a lo largo de las últimas décadas.

En este sentido, Moulaert y McCullam (2019: 12) afirman que “en contraste con el significado predominante de innovación en el mundo contemporáneo -muy relacionado con la tecnología-, históricamente era una idea altamente relacionada con el cambio social derivado de la acción colectiva y el conflicto socio político”. Estos autores llegan a señalar que “la innovación era más o menos un sinónimo de una forma radical de innovación social, predominantemente conectada con la transformación social a través de la revolución o la desatención al orden natural del poder político”.

Sin embargo, existe la percepción de que la innovación social es algo reciente y novedoso, esto se explica por la posición predominante de la innovación tecnológica en los principales modelos económicos desde que Schumpeter (1983: 120)<sup>1</sup> hiciera referencia a ésta como “el proceso de mutación industrial que revoluciona incesantemente la estructura económica desde dentro, destruyendo ininterrumpidamente lo antiguo y creando continuamente elementos nuevos”. Con ello irrumpió un novedoso paradigma en el que los aspectos sociales de la innovación han sido sistemáticamente olvidados. Schumpeter (1983: 121) entendía que “el impulso fundamental que pone y mantiene en movimiento la máquina capitalista procede de los nuevos bienes de consumo, de los nuevos métodos de producción y

---

<sup>1</sup> La obra original de Schumpeter fue publicada en 1942, pero en este texto se recoge la traducción publicada en castellano por la editorial Orbis en 1983.

transporte, de los nuevos mercados y de las nuevas formas de organización industrial que crea la empresa capitalista”. En esta idea, prevalece la relevancia de la figura del empresario innovador como el sujeto clave en el proceso de destrucción creadora, lo que ha provocado que, durante muchos años, haya predominado la idea de que la sociedad era sólo el ámbito donde se desarrollaban las innovaciones, relegándola a un papel contextual y no contemplando la posibilidad de que ésta se erigiera como un agente innovador.

Este modelo lineal de innovación ha sido defendido y se ha visto reforzado durante las décadas de los años cincuenta, sesenta y setenta con numerosos trabajos que asocian el incremento del bienestar social al desarrollo tecnológico (Godin, 2012). En este sentido, Mazzucato (2019: 263) plantea que la innovación se ha postulado como la fuerza de cambio en el contexto del capitalismo moderno. La difusión de conceptos en la sociedad como “nueva economía”, “economía de la innovación”, “sociedad de la innovación” o “crecimiento inteligente”, hacen referencia a la consecución de los principales objetivos económicos a partir del desarrollo tecnológico como motor de activación del proceso de destrucción creativa.

En este contexto, debe tenerse en cuenta, tal y como señalan Boni *et al.* (2018), que la innovación tecnológica ha sido frecuentemente desarrollada por el sector privado capitalista, recibiendo el apoyo financiero de la administración pública y utilizando los hallazgos y los resultados fruto de la investigación en ciencia básica de las universidades y centros de investigación. Esto ha motivado que la innovación tecnológica haya sido a menudo utilizada como medio de diferenciación para lograr una mayor competitividad empresarial. Este proceso ha reportado indudablemente resultados positivos para la sociedad, pero, sin embargo, no se ha evitado que en las últimas décadas emerjan grandes retos y desafíos sociales en los territorios: pobreza, exclusión social, desigualdad, deterioro de las condiciones medioambientales y desempleo, entre otros. Todos ellos son problemas globales pero que repercuten de forma también local, siendo éste el entorno donde la innovación social gana más peso como fenómeno con potencial transformador.

Por ello, centrar los sistemas de innovación<sup>2</sup> únicamente en conseguir mejoras tecnológicas, aunque productivo y eficaz económicamente, no es del todo eficiente debido a la falta de respuesta ante los retos y problemas sociales de carácter complejo y multidimensional. Es precisamente ese carácter de los retos económicos y sociales que deben ser afrontados, lo que conlleva reconocer, tal y como hacen Martínez *et al.* (2019: 2), “que más allá del modelo económico, lo que hoy está en cuestión es nuestra forma de participar en la vida pública, las formas de relación entre las instituciones políticas y la ciudadanía e, incluso, los valores éticos y morales que están en la base de nuestros comportamientos sociales” Así, la innovación social se presenta como una solución participativa y cooperativa, siendo un fenómeno que puede coadyuvar a resolver esos retos actuales que amenazan el bienestar y la misma estabilidad de la sociedad.

Ciertamente, la innovación social ha ido teniendo cada vez más peso en las estrategias y planes de los principales organismos públicos a partir del año 2000. Este momento coincide, tal y como señala Martínez-Celorrio (2017), con el incremento del empoderamiento ciudadano que permitió el desarrollo de Internet y sus nuevas posibilidades de comunicación, difusión e interconexión. Comenzó entonces a crearse una corriente que demandaba que las iniciativas ciudadanas no podían seguir el esquema lineal predominante de arriba hacia abajo. Se reivindicaba la descentralización de las relaciones de poder y se posicionó a la ciudadanía como un agente transformador capaz de generar innovaciones. De forma paralela a ello, la institucionalización de la innovación social gracias a la publicación de importantes trabajos sobre la materia y la creación de centros e institutos que pretendían su estudio y su fomento, comenzaba a ser una realidad llevada a cabo tanto por iniciativas públicas como privadas.

Este hecho fue el comienzo de la mutación del mencionado paradigma, 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,

---

<sup>2</sup> Sistemas de innovación es un término introducido por Lundvall (1988) y Nelson y Rosenberg (1993) que se ha convertido en piedra angular de la mayoría de las líneas de actuación de las administraciones públicas a nivel regional, nacional y supranacional.

comienza a defenderse la innovación social como alternativa y complemento a la innovación tecnológica. Por lo tanto, el paradigma tradicional comenzó a modificarse hacia un nuevo enfoque, donde el conocimiento y la información son la base de la transformación, posicionando a la sociedad como un agente innovador.

Se debe destacar que, desde el inicio del proceso de desarrollo de la innovación social, este fenómeno ha ido ganando mayor atención, principalmente por parte de las entidades del tercer sector, de los movimientos sociales, del sector académico y de los organismos públicos. Estos han sido los cuatro grupos que más han contribuido a que el concepto de innovación social esté presente en la actualidad en los principales debates y foros económicos y sociales.

En todo este proceso que ha auspiciado a la innovación social también ha jugado un papel muy relevante la Comisión Europea. En el año 2010, este organismo reconoció las potencialidades de la innovación social a partir de las iniciativas emblemáticas *Unión por la Innovación* y *Plataforma Europea contra la Pobreza y la Exclusión Social* y la publicación de la *Guía de Innovación Social* (Paz, 2015). Desde ese momento, se han diseñado y puesto en marcha planes y estrategias a diferentes niveles institucionales en la mayor parte de los estados miembros con un objetivo común: favorecer la innovación social.

Sin embargo, este creciente número de programas dedicados a apoyar técnica y financieramente a la innovación social no han estado exentos de problemas. La mayor parte de ellos derivados de la complicada situación económica que se vivió tras la crisis de 2008, que provocó la escasez de recursos en muchas entidades. Este hecho, junto al creciente número de programas dedicados a financiar la innovación social, originó que cada vez más entidades trataran de autodenominarse como socialmente innovadoras para poder optar a esas nuevas vías de financiación.

Esta situación causó que al no existir una definición canónica sobre qué es la innovación social y qué características debe tener una iniciativa para ser considerada como tal, comenzara a encuadrarse bajo la etiqueta de “*socialmente innovadora*” a muchas iniciativas que por sus propiedades y lógicas de actuación no lo eran. Este

problema ha sido tratado por la literatura existente, pero la evidente falta de consenso aún en la actualidad es la tónica predominante. Por lo tanto, uno de los retos fundamentales que hay que abordar es conocer qué es la innovación social y qué características tiene una iniciativa socialmente innovadora.

Esta indefinición conceptual ha ocasionado que, a pesar de que muchos se hayan afanado en la búsqueda de una definición de consenso, aquellos organismos o entidades interesados en crear programas para generar ecosistemas facilitadores de la innovación social hayan tenido serias dificultades para hacerlo. A este respecto, hay que ser conscientes que la confusión acerca de qué es la innovación social, puede originar que cuando los decisores diseñen estrategias para incentivar un ecosistema favorable, se centren en fomentar ciertos factores que no conllevan necesariamente la aparición de auténticas iniciativas socialmente innovadoras. En este sentido, aunque son muchos los que han ido señalando algunas de las claves que deben estar presentes para que la innovación social nazca, otro de los grandes retos existentes es enunciar un conjunto de factores que permita facilitar la irrupción de la innovación social.

Asimismo, existe también un debate recurrente sobre qué tipo de entidades son las más propicias para iniciar y liderar las iniciativas socialmente innovadoras. El debate gira en torno a que son muchos los diferentes tipos de entidades que realizan iniciativas socialmente innovadoras: cooperativas, movimientos sociales, asociaciones, empresas sociales e incluso organismos públicos. No obstante, es importante conocer qué entidades por sus características, organización y razón de ser tienen una mayor capacidad para canalizar y realizar iniciativas socialmente innovadoras. Así se contribuiría a que aquellos que tengan una idea socialmente innovadora conozcan qué forma jurídica podría facilitar el desarrollo de la misma.

Por otro lado, además de conocer los factores que determinan el nacimiento de innovaciones sociales, el tipo de entidades que por su naturaleza podrían llevarlas a cabo y las características de ésta, es de crucial importancia conocer en qué áreas es más propicio que éstas tengan impacto. Actualmente, en la literatura hay un vasto consenso acerca de las potencialidades y efectos positivos que tiene la innovación social sobre el bienestar general. Sin embargo, el acuerdo entre académicos es mucho

menor cuando se trata de señalar las áreas concretas donde las iniciativas socialmente innovadoras son más frecuentes que irrumpen y sean exitosas.

La innovación social es un campo abierto, dinámico y eminentemente práctico, lo que hace que su análisis y sus diferentes formas de estudio sean complejas y difíciles de realizar. La constante evolución del fenómeno, junto con el dominio de la práctica sobre el campo teórico, han provocado ciertos vacíos en la literatura existente. A este respecto, Janson y Harrison (2013) plantean que la innovación social es estudiada desde prismas muy diferentes, mientras que Phills *et al.* (2008) añaden que, además, ésta es muy dependiente del momento y del contexto específico. Esto tiene como resultado que en los estudios sobre innovación social se observe que el desacuerdo es la norma, y el consenso la excepción.

Así esta tesis doctoral trata de abarcar aquellos vacíos e indefiniciones que han sido identificados en torno a la innovación social. Este fenómeno atrae nuestra atención ya que lo consideramos clave para una transformación social que permita afrontar mejor los retos económicos y sociales a los que nos vamos a enfrentar en las próximas décadas. Por esta razón, y aunque existe un amplio número de trabajos que abordan la innovación social y sus diferentes aspectos, entendemos que mientras sigan existiendo los problemas anteriormente mencionados debemos seguir trabajando para solucionarlos. En este contexto, esta tesis doctoral tiene como **objetivos principales**: definir la innovación social, identificar los principales factores que son determinantes para su nacimiento, conocer qué características son propias de una iniciativa socialmente innovadora, estudiar el papel de las entidades del tercer sector en el desarrollo de las mismas y señalar aquellas áreas que son más propicias para que tenga éxito.

Por todo lo comentado anteriormente, se plantea el estudio siendo conscientes y reconociendo la dificultad que provoca la consecución de los objetivos propuestos en un campo reconocidamente práctico. En consecuencia, se parte del convencimiento de que la forma más idónea de estudiar la innovación social es acercándose de la teoría a la práctica. Para ello se ha creído que, tras la revisión de la literatura, lo más conveniente era conocer de primera mano las impresiones y conocimientos de



aquellos que están en contacto permanente con la realidad. Con este fin se ha diseñado una **metodología** basada en la realización de un total de 24 entrevistas semiestructuradas a expertos. A partir de estas entrevistas, se ha podido analizar con el software Atlas.ti toda la información, pudiendo avanzar en el estado del arte sobre alguna de las cuestiones no resueltas en materia de innovación social.

Entre las principales **contribuciones** de esta tesis se destacan:

- Identificar 29 factores determinantes agrupados por afinidad en 5 pilares para el desarrollo de la innovación social.
- Lograr una definición de consenso a partir del análisis del discurso de los entrevistados y de la revisión de la literatura.
- Reconocer hasta 18 características que debe tener una práctica o iniciativa para ser reconocida como socialmente innovadora.
- Señalar 17 áreas donde es más propicio que la innovación social se desarrolle y relacionar éstas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.
- Mostrar cómo encajan las características propias de la innovación social con una reconocida iniciativa llevada a cabo por una entidad del tercer sector.

A continuación, se pasa a explicar la **estructura** seguida para la realización de esta tesis doctoral. En primer lugar, se presenta esta introducción con la que se pretende mostrar la problemática existente en los asuntos relacionados con la innovación social, así como exponer los principales objetivos, la metodología utilizada para alcanzarlos y la estructura en la que la presente tesis doctoral se desarrolla. Tras esta introducción, se ha dividido el contenido en cuatro capítulos, que, a su vez, quedan divididos en epígrafes.

En el primer capítulo se realiza una contextualización sobre innovación social y se hace una primera revisión de la literatura acerca del concepto. En éste se explica el

recorrido histórico de la innovación social, el proceso de institucionalización que ha sufrido, los diferentes enfoques desde los que la innovación social es abordada, el rol del territorio en el desarrollo de este fenómeno, el papel de la creatividad y de las actividades artísticas y culturales en las iniciativas socialmente innovadoras y las implicaciones que tienen las innovaciones sociales para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible planteados en la Agenda 2030 de Naciones Unidas (2015).

En el segundo capítulo se realiza una revisión de la literatura sobre los aspectos más importantes de la innovación social. Concretamente, se hace una revisión sobre los factores determinantes que son facilitadores de la innovación social, se muestran aquellas características señaladas como propias e identificadoras de las prácticas socialmente innovadoras, se explican los efectos positivos de las innovaciones sociales y sus principales áreas de influencia, y, por último, se exponen diferentes ideas acerca de los agentes más idóneos para liderar iniciativas socialmente innovadoras.

En el tercer capítulo se describe la metodología utilizada y se explica cómo se ha elaborado la estrategia para la realización de las entrevistas y la selección de los entrevistados. Además, se detalla cómo se han codificado los datos una vez fueron transcritas las entrevistas y cómo se ha llevado a cabo el análisis del caso para el estudio de por qué las entidades del tercer sector contribuyen al desarrollo de la innovación social.

En el cuarto capítulo se muestran y analizan los resultados obtenidos sobre: qué factores deben de estar presentes para crear un ecosistema favorable para la innovación social, qué características debe tener una iniciativa socialmente innovadora para ser considerada como tal, en qué áreas es más probable que irruman estas prácticas y cómo encajan las características de la innovación social con las actividades llevadas a cabo por algunas entidades del tercer sector.

Por último, se finaliza esta tesis doctoral señalando las conclusiones obtenidas, las líneas de investigación futuras y la bibliografía utilizada.

## **Capítulo 1. La emergencia de la innovación social. Contextualización.**

En este primer capítulo se realiza una contextualización sobre los aspectos más relevantes que han provocado que la innovación social haya tomado fuerza en la esfera política y social. Se trata de explicar por qué este fenómeno ha ganado relevancia en las últimas décadas y aclarar qué es la innovación social y cuáles son los aspectos más relevantes que giran en torno a ella.

Con este objetivo, se ha dividido este capítulo en seis epígrafes. En el primero de ellos se abordan los orígenes históricos de la innovación social. Para ello se ha estudiado cuando comienza a usarse el término y en qué momento atrae la atención de investigadores y académicos. Una vez explicado cómo se utilizó el término en las primeras ocasiones, se señala la evolución que ha tenido el fenómeno desde la década de los sesenta del siglo XX hasta la actualidad. En este recorrido se muestran los hitos más relevantes que han ido ocurriendo a nivel político, académico y social en torno a la innovación social.

En el siguiente epígrafe en el que se divide este capítulo se recoge la importancia de la institucionalización del concepto de innovación social. De esta forma, se esboza cómo la creación de centros e institutos dedicados a fomentar iniciativas y actividades socialmente innovadoras, ha sido clave para la consolidación y auge de este fenómeno. Asimismo, veremos cómo este proceso de institucionalización llegó a su momento cumbre con la aprobación, por parte de la Comisión Europea, de la Estrategia Europa 2020. De ésta emanan las iniciativas emblemáticas como *Unión por la Innovación*, que pone en órbita en el plano institucional europeo la importancia de la innovación social para afrontar los nuevos retos complejos y multidimensionales a los que nos enfrentamos.

En el tercer epígrafe se explica la existencia de muy diferentes formas de entender la innovación social, y se aclara que, según las principales definiciones, pueden diferenciarse tres enfoques desde los que se puede comprender la innovación social. No obstante, y tras reconocer la existencia de estos tres enfoques, se explica por qué

entendemos que sólo uno de ellos representa los principios y la lógica de actuación de las iniciativas socialmente innovadoras.

En el cuarto epígrafe nos adentramos en la revisión de uno de los aspectos más relevantes para el desarrollo de la innovación social, el territorio. Es interesante prestar atención al componente territorial ya que las innovaciones sociales se producen en él y están condicionadas por éste. De hecho, en la literatura se extiende la idea de que la innovación social, especialmente en sus orígenes, tiene un fuerte componente local lo que facilita favorecer una mayor cohesión territorial.

Ya en el quinto epígrafe se centra la atención en el papel de la creatividad en la innovación social. Hay que tener en cuenta, que, en el grueso de la mayoría de las innovaciones sociales, la creatividad juega un rol fundamental. Por ello, nos parece muy interesante estudiar cómo a través de las actividades culturales y artísticas, donde la creatividad es una piedra angular, puede fomentarse la irrupción y el desarrollo de nuevas innovaciones sociales.

Finalmente, para cerrar este capítulo se reflexiona acerca de aquellos objetivos que son representativos y engloban gran parte de los retos económicos y sociales a los que nos enfrentamos en la actualidad, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) fijados por la Asamblea General de las Naciones Unidas. Los ODS exigen nuevas formas y lógicas de actuación para poder alcanzarlos, y es ahí donde la innovación social tiene muchas potencialidades para contribuir a ello.

### **1.1 La innovación social ¿un fenómeno novedoso?**

La innovación social es un fenómeno histórico, con largo recorrido y que ha estado presente en la sociedad desde siglos atrás. Muestra de la existencia de este proceso es la creación en el siglo XIX de los microcréditos, de los sindicatos obreros o de los nuevos modelos de producción y distribución basados en el cooperativismo. También durante las primeras décadas del siglo XX destacan la aparición de sistemas de ayudas sociales o de atención infantil.

No obstante, hay que tener en cuenta que el término ha ido modificando su significado con el paso del tiempo. De hecho, aquellos fenómenos que hoy se consideran como innovaciones sociales del siglo XVIII, XIX o XX, no eran llamadas como tal en aquella época. A este respecto, señala Godin (2012: 10) que el término innovación social emergió entre finales del siglo XVIII y principios del XIX, pero que poco o nada tiene que ver su significado de entonces con el que se le vincula actualmente.

En este sentido, Moulaert y McCallum (2019:13) subrayan que “el término llegó incluso a tener un significado peyorativo. Prueba de ello es que en el libro de William Sargant de 1858, *Social Innovators and their Schemes*, se hace referencia a los innovadores sociales como aquellos infectados con doctrinas socialistas”. Por ello, y en contraste al positivismo asociado actualmente al término innovación social, en sus primeros usos tuvo un significado ciertamente negativo, con connotaciones ideológicas y relacionadas incluso con herejías religiosas.

Lo expuesto en el párrafo anterior evidencia de forma clara que el concepto de innovación social no siempre ha sido utilizado como hoy lo hacemos. De hecho, no ha sido un fenómeno que haya recibido atención por parte de los académicos hasta la década de los sesenta del siglo pasado. Fue entonces tal y como afirma Abreu (2011: 134) cuando “el término innovación social comenzó a ser discutido en las publicaciones de reconocidos autores tales como Peter Drucker y Michael Young”.

Dicha década y la siguiente suponen un punto de inflexión debido al auge de los movimientos contra el capitalismo y por la búsqueda de una mayor democracia económica. El pensamiento socialmente innovador se vio favorecido por los movimientos que participaron en el debate social y político sobre la transformación social, teniendo especial relevancia las revueltas de estudiantes, de intelectuales y de trabajadores (Moulaert y McCallum, 2019: 19).

En la década de los 80, la innovación social comienza a ganar más relevancia, destacando el trabajo *Les innovations sociales*, realizado por Chambon *et al.* (1982), y, que, tal y como señalan Andrew *et al.* (2010), introduce la concepción de que la innovación social está relacionada con el deseo de hacer las cosas de otro modo, con

una lógica propicia para la transformación de las prácticas institucionales y sociales. Concretamente, Chambon *et al.* (1982) exponen en su trabajo las implicaciones que las iniciativas colectivas tienen para la satisfacción de necesidades específicas.

Moulaert y McCallum (2019: 19) subrayan que la obra de Chambon *et al.* (1982) sigue siendo relevante y actual casi cuarenta años más tarde. De hecho, son muchas las premisas introducidas que permanecen hoy día como parte de la teoría elemental sobre innovación social. Así, afirmaban sobre el papel del Estado en la innovación social que podía ser facilitador o un auténtico obstáculo para su desarrollo, entendiendo que el agente socialmente innovador era la sociedad civil.

A pesar de este avance en los estudios sobre innovación social, la mayoría de los organismos internacionales no han reconocido la importancia de ésta hasta mucho más tarde. Muestra de ello es que la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, de ahora en adelante) elaboró por primera vez, en 1992, su manual de referencia en el ámbito de la innovación, el Manual de Oslo, y en él sólo se recogían como actividades de innovación las denominadas innovaciones tecnológicas y de procesos. En la segunda publicación de dicho Manual, en 1995, se incluyó la innovación en el sector servicios y, en la tercera de 2005, se realizó una redefinición de concepto, pero, de nuevo, se obvió un fenómeno que comenzaba a desarrollarse y captar la atención de algunos académicos<sup>3</sup> (Echeverría, 2008).

Aunque el reconocimiento explícito de la innovación social en este documento de referencia internacional como es el Manual de Oslo fue tardío<sup>4</sup>, existen importantes

---

<sup>3</sup> Aunque mucho más completa, esta última sigue sin abordar la innovación de forma integral, haciéndolo desde un punto de vista muy empresarial, a pesar de que, 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”. Se evidencia así que la OCDE conocía la existencia de más tipos de innovación, pero que existía un vacío de conocimiento consolidado sobre las funcionalidades y los efectos positivos que pueden ser conseguidos con otros tipos de innovaciones, como son las sociales.

<sup>4</sup> No es hasta la última edición del Manual de Oslo, cuando la OCDE (2018: 63) incluye por primera vez el término innovación social entre los tipos de innovación.

trabajos que durante este tiempo han ido contribuyendo a su teorización. De esta forma, señalan Alonso y Echeverría (2016) que la primera vez que apareció el concepto innovación social en un estudio con implicaciones para el diseño de políticas de innovación fue en 1999 con la publicación de dos estudios en Canadá: *Recherche en sciences humaines et sociales et innovations sociales: Contribution à une politique de l'immatériel* e *Innovation sociale et innovation technologique: L'apport de la recherche en sciences sociales et humaines*. Estos estudios son resultado, tal y como afirman Echeverría y Merino (2011), de las líneas de actuación del Gobierno de Quebec que, en 1997, encargó al *Conseil de la science et de la technologie (CST)* que estudiara la posible contribución de las ciencias sociales y las humanidades en las políticas de innovación. Fruto del estudio se creó el *Groupe de Travail sur l'Innovation Sociale (GTIS)*, quien realizó ambos informes.

El siguiente hito que se considera más relevante en el avance de la teorización del concepto de innovación social fue la publicación del estudio, en 2003, de Julie Cloutier cuyo título es *Qu'est-ce que la innovation sociale*. En este trabajo se realiza, tal y como señalan Echeverría y Merino (2011: 1034), “un estudio muy detallado de lo que podríamos denominar la prehistoria de los estudios de innovación social, remitiéndonos al artículo de James B. Taylor, *Introducing the social innovation* (1970)”.

Posteriormente, en 2004, se publicó el Informe Goldenberg, que centró su atención en destacar los procesos de innovación originados, diseñados y ejecutados por la sociedad civil. Este informe situaba como actor principal para liderar las iniciativas socialmente innovadoras a las entidades del tercer sector.

Otro momento importante acaeció con la publicación del estudio de Mulgan (2006), ya que se distingue claramente entre innovación social y empresarial. En este sentido, apuntan Echeverría y Merino (2011: 1034), que este trabajo 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*, así como para promover el *Social Enterprise Action Plan* en 2006 que es un referente en materia de innovación social.

A partir de 2009, afirma Martínez-Celorrío (2017), se publicaron los primeros documentos y estudios de la Unión Europea para incluir la innovación social como eje transversal de actuación de los programas comunitarios de empleo y cohesión social. Hay que destacar entre todos ellos, el primer informe de Hubert (2010), *Empowering people, driving change: Social innovation in the European Union*, que fue realizado para el *Bureau of European Policy Advisors (BEPA)*. Moulaert y McCallum (2019: 25) plantean que la innovación social, a pesar del reconocimiento que había tenido hasta entonces, sólo había jugado un papel marginal en la política de la Unión Europea. Estos autores señalan que la Comisión Europea, antes de 2010, sólo había tenido en cuenta la innovación social en algunos ámbitos relacionados con la exclusión social, destacándose los programas *Urban I*, *Leader* o *Poverty III*.

El informe de Hubert (2010) precedió a otros importantes documentos publicados por la Comisión Europea en materia de innovación social que deben ser mencionados: *Reinvent Europe through innovation: from a knowledge society to an innovation society*, que fue publicado en el 2011; *Guide to Social Innovation*, publicado en 2013; *Social Innovation: a Decade of Changes*, *Publications Office of the European Union*, publicado en 2014 y; *Growing a digital social innovation ecosystem for Europe*, publicado en el 2015.

Sin embargo, Moulaert y McCallum (2019: 25) apuntan que los agentes más ligados a la innovación social esperaban que las políticas llevadas a cabo por parte de la Comisión Europea en este ámbito contribuyeran a acelerar una mejor y más democrática gobernanza pública. En cambio, éstas han estado más ligadas al apoyo del bienestar social. Este hecho ha derivado en la tendencia a priorizar la empresa social frente a los movimientos sociales como agentes idóneos para llevar a cabo procesos socialmente innovadores.

No obstante, el concepto y la definición que realiza la propia Comisión Europea (2013) es una definición amplia que respalda que la innovación social pueda ser desarrollada por diferentes agentes económicos y sociales y, que, además de mejorar el bienestar, puedan ser iniciativas que tengan un impacto directo sobre la gobernanza. Este enfoque no es compartido por muchos académicos, que, aunque en su mayoría,



como se ve a lo largo de esta tesis doctoral, reconocen el auge que la innovación social ganó a partir de los trabajos y políticas de la Comisión Europea, han abordado la innovación social desde diferentes puntos de vistas y enfoques.

En resumen, se puede afirmar que desde el año 2000 existe una tendencia creciente a fomentar la innovación social a través de los planes políticos estratégicos, tanto nacionales como internacionales, para luchar contra la pobreza y la exclusión social y para favorecer el empoderamiento de las minorías (Moulaert y McCallum, 2019: 24). Este auge ha sido auspiciado por la acción pública y privada; mediante la elaboración de exhaustivos y rigurosos trabajos y por la creación de centros e institutos para su fomento.

## **1.2 La institucionalización de un fenómeno histórico**

La institucionalización del concepto de innovación social es un proceso clave en la consolidación y auge de este fenómeno.

Hay que señalar que el primer centro que es reconocido como instituto dedicado al desarrollo de la innovación social, y que merece especial mención, es el *Institute for Community Studies* (Alonso y Echeverría, 2016; Martínez-Celorrio, 2017). Este instituto fue creado en 1954 por Michael Young y tenía como fin principal combatir las necesidades insatisfechas de la población utilizando la investigación y la innovación social para lograrlo<sup>5</sup>. A partir de este instituto, Michael Young construyó e incentivó la creación de organizaciones, iniciativas y movimientos como el: *NHS Direct*, *Open University*, *The School for Social Entrepreneurs*, y *Which? Consumers' Association*.

En 2004 este instituto, tras fusionarse con el *Mutual Aid Centre*, se renombró como *The Young Foundation*, llegándose a convertir en uno de los centros de referencia en materia de innovación social por estudios como: *Social Innovation: what it is, why it matters, how it can be accelerated*.

---

<sup>5</sup> La historia de este instituto puede consultarse en <https://youngfoundation.org/about-us/history/>

Con posterioridad a este centro, fueron creados el *Institute for Social Inventions* en Reino Unido en 1985, el *Centre de recherche sur les innovations sociales* en Canadá en 1986 y el *Vienna-based Zentrum fur soziale Innovation (SZI)*<sup>6</sup> en 1990<sup>7</sup>.

Estos institutos comenzaron a ser clave para la aparición de los primeros estudios sobre innovación social, pero también para que, desde las administraciones públicas, las universidades, las empresas y las entidades del tercer sector, comenzasen a interesarse por este concepto.

Desde entonces da inicio un proceso largo en el que las instituciones empiezan a fomentar iniciativas y actividades socialmente innovadoras. No obstante, este proceso no tiene su auge hasta después del año 2000, coincidiendo, como se ha expuesto en el epígrafe anterior, con el cambio hacia un paradigma en el que el peso de lo social comienza a ser cada vez mayor.

La institucionalización del concepto viene además auspiciada por la creciente necesidad de abordar retos complejos y multidimensionales. A este respecto, en el año 2000, Naciones Unidas con la Declaración del Milenio donde se proponían los Objetivos de Desarrollo del Milenio a conseguir antes de 2015, puso en órbita una serie de problemas muy complejos que requerían nueva metodologías y formas de abordarlos. Esto hizo que las administraciones públicas buscaran nuevas fórmulas y lógicas de actuación para adaptar sus políticas a la consecución de dichos objetivos.

Por su parte, la OCDE, también en el año 2000, creó un Foro de Innovación Social dentro del *Programa Local Economic and Employment Development (LEED)*, en el que participaron 11 organizaciones de 6 países miembros 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

---

<sup>6</sup> Fue el primer instituto de innovación social que puede identificarse como promocionado desde la administración pública.

<sup>7</sup> La web del instituto es [https://www.zsi.at/en/about\\_zsi/profile](https://www.zsi.at/en/about_zsi/profile)

búsqueda de fórmulas para relacionar de forma más clara el progreso tecnológico y los objetivos sociales.

Estos eventos se tradujeron en que, desde precisamente el año 2000, fueran bastantes los organismos que crearon sus propias agencias y centros de innovación social. Entre los que se destacan:

- El *Center for Social Innovation-Universidad de Stanford*. Este centro fue creado en el año 2000 y pertenece a la Escuela de Negocios de la Universidad de Stanford. Está muy relacionado con el entorno empresarial, la responsabilidad social corporativa y las acciones de apoyo al emprendimiento.
- El *Netherlands Center for Social Innovation*<sup>8</sup>. Fue creado en el año 2006, fruto de la iniciativa pública y privada. Su ámbito de actuación es Holanda, donde promueve la innovación social regional a partir de la generación de redes entre los ciudadanos.
- El *Social Innovation Generation de l'innovation sociale*<sup>9</sup>. Es una plataforma creada de manera colaborativa por *McConnell Family Foundation, the University of Waterloo, the MaRS Discovery District, y the PLAN Institute* en 2007. Tiene como objetivo apoyar el cambio de todo el sistema mediante la transformación económica, cultural y política.
- El *SIX-Social Innovation Exchange*. Es una organización sin ánimo de lucro que se creó en 2008 y fue incubada en el seno de la Young Foundation hasta 2013. En la actualidad es una entidad independiente cuyo objetivo es fomentar la innovación para generar impacto social.
- El *New Zealand Social Innovation and Entrepreneurship Research Centre (SIERC)*<sup>10</sup>. Se creó en el marco de la *Massey University School* en 2010. Este

---

<sup>8</sup>Ver: <https://www.gsb.uct.ac.za/berthacentre>

<sup>9</sup> Ver: <http://www.sigeneration.ca/>

<sup>10</sup> Ver: <http://sierc.massey.ac.nz/research/>

centro es un instituto de investigación que fomenta los proyectos colaborativos de investigación en innovación y emprendimiento sociales.

- La *Office of Social Innovation and Civil Participation*. Los Estados Unidos creó en el 2009 la Oficina de Innovación Social adscrita directamente a la Casa Blanca con financiación pública y privada cuyo objetivo principal es el desarrollo de políticas y programas para acelerar la recuperación económica y fortalecer las comunidades.
- El *Bertha Centre for Social Innovation and Entrepreneurship*. Fue creado en 2011 y su misión es llevar a cabo prácticas pioneras socialmente innovadoras en África. Sus acciones implican a socios, profesionales y estudiantes con el fin de avanzar en el discurso y el impacto sistémico de la innovación social.
- El *Basque Social Innovation*. Es la agencia de innovación social del País Vasco, creada a partir de la colaboración público-privada en 2012 para conseguir el posicionamiento de su región como nodo de innovación social.
- El *Social Innovation Centre Latvia*<sup>11</sup>. Es un centro de innovación social gestionado por una organización sin ánimo de lucro y que fue creado en 2012. Tiene como objetivo la dinamización socioeconómica de los territorios desde una perspectiva socialmente innovadora.

Todos estos hitos fueron embrionarios para que, la Comisión Europea, con la aprobación de la Estrategia Europa 2020 tratase de ir un paso más allá, y dedicase un mayor número de programas y recursos financieros a lograr que, además de impulsar el desarrollo de la sociedad del conocimiento y la ciencia básica, se hiciera efectiva una mayor transferencia de conocimientos al mercado, de manera que pudieran satisfacerse unas crecientes necesidades sociales. Con este objetivo, la Comisión da luz a la iniciativa emblemática *Unión por la Innovación*, incluyendo la innovación social como un objetivo a tener en cuenta para abordar todo un conjunto de problemas

---

<sup>11</sup> Ver: <http://socialinnovation.lv/en/>

y retos socioeconómicos que estaban desafiando la vida en los territorios. Esta posición de fuerza se ve consolidada con la publicación en 2013 del *Social Innovation Package* y la *Guide to Social Innovation*. Dichas acciones han facilitado la transformación de la visión de la innovación en las regiones de Europa y han contribuido a la familiarización, desarrollo y aceptación de la innovación social para la consecución de los objetivos marcados en la Estrategia Europa 2020.

El énfasis que se ha ido poniendo durante todos estos años por comprender, analizar e institucionalizar la innovación social, viene provocado, como se ha señalado, por la existencia de retos sociales complejos y multidimensionales que afectan a muchos territorios. Por lo tanto, se requiere un sistema de innovación de nuevo cuño, que, por un lado, sea capaz de canalizar y utilizar las innovaciones tecnológicas para lograr resolver problemas sociales técnicos-económicos y que, por otro lado, logre a través de la apertura y la creatividad, generar innovaciones sociales que aporten soluciones alternativas, eficientes, eficaces y coordinadas.

De hecho, todo este proceso ha provocado 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, Sudáfrica, Colombia, Chile y España, entre otros.

### **1.3 Los diferentes enfoques sobre la innovación social**

La innovación social es un fenómeno difícil de comprender y de analizar sistemáticamente dentro de un marco claramente definido. Esto se debe a que, a pesar de la profusión de los estudios acerca de qué es la innovación social, actualmente hay una evidente falta de consenso en la literatura acerca de su significado. Esto impide encuadrar el término en una definición concreta y generalmente aceptada (Mulgan, 2006; Zubero, 2015; Arjo *et al.*, 2016; Hernández-Ascanio *et al.*, 2016; Palma *et al.*, 2017; Salom-Carrasco *et al.*, 2017; García-Flores y Palma, 2019). Tal es la falta de coincidencia existente acerca de cómo definirla, 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*”. Esta falta de

consenso también se hace evidente en el trabajo de Edwards-Schachter y Wallace (2017) que, tras analizar 2339 documentos, identificaron hasta 252 definiciones diferentes.

Por esta razón, la consecución de una definición generalmente reconocida se ha convertido en la gran cuestión a abordar. Son muchos los autores que han definido la innovación social con análisis ciertamente solventes y de gran valor para el avance científico en la materia. No obstante, y dada la heterogeneidad de definiciones presentes en la literatura, nos parece fundamental contribuir con esta tesis doctoral a la búsqueda de nuevos elementos que permitan avanzar en discernir qué es la innovación social. Por ello, creemos necesario, tal y como se hace a partir de la tabla 1, hacer una revisión del estado de la cuestión. En ésta se recogen algunas de las definiciones más trascendentes de organismos nacionales e internacionales, así como de autores de referencia en la materia.

**Tabla 1: Distintas definiciones del concepto innovación social**

<b>Autor</b>	<b>Definición de innovación social</b>
Mulgan (2006: 146)	Son actividades y servicios innovadores que son llevados a cabo fundamentalmente por organizaciones cuyo objetivo principal es social, y que tienen como fin satisfacer una necesidad o reto social.
NESTA (2008)	La innovación social consiste en desarrollar nuevas ideas para abordar problemas o necesidades sociales. Puede ser un nuevo producto, servicio, iniciativa, modelo organizativo o un nuevo enfoque para la prestación de servicios públicos.
Pot y Vaas (2008: 468)	Es un concepto más amplio que la innovación organizacional. 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 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. Hace referencia a la innovación social como herramienta para solucionar problemas

	colectivos, no individuales.
Sanchís 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 socio-laboral 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 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, de una manera intencionalmente dirigida, con el objetivo de satisfacer mejor las necesidades y problemas sociales.
Hubert (2010: 35)	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. Estas innovaciones no solo son buenas para la sociedad, sino que también mejoran la capacidad de ésta para actuar.
OCDE (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) <sup>12</sup>	Son las nuevas soluciones (productos, servicios, modelos, mercados y procesos, entre otros) que satisfacen simultáneamente una necesidad social (de 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 personas en exclusión social y a 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.

<sup>12</sup> La definición es realizada en uno de sus informes del proyecto europeo “*Theoretical, empirical and policy foundations for boulding social innovation in Europe*” (TEPSI), en el que participa como socio la Young Foundation.

Tremblay y Pilati (2013: 67)	Es un fenómeno que mejora las relaciones sociales, aborda problemas de índole social y satisface necesidades sociales.
Moulaert <i>et al.</i> (2013: 17)	La innovación social trata sobre la inclusión social y acerca de contrarrestar y superar las fuerzas conservadoras que están dispuestas a fortalecer o preservar situaciones de exclusión social.
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.
Van Dyck y Van den Broeck (2013: 137)	Hace referencia al proceso que transforma las relaciones sociales de la que los individuos son parte para incrementar su poder en esas relaciones y en el impacto y trayectoria de éstas.
Paz (2015: 54)	Es el resultado de un transcurso de aprendizaje colectivo que nos proporciona soluciones novedosas para satisfacer demandas y necesidades sociales. Entienden la innovación social como un proceso de transformación radical porque ésta busca la transformación de la forma en la que los bienes y servicios son producidos y distribuidos.
Marques <i>et al.</i> (2018)	Entienden la innovación social como un proceso de transformación radical ya que ésta busca la transformación de la forma en la que los bienes y servicios son producidos y distribuidos.
Wyman (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**

La tabla 1, a la vez que refleja diferentes perspectivas para definir la innovación social, 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 nuevo concepto de gran vastedad. Por ese motivo, es interesante realizar un ejercicio de síntesis, y analizar, tal y como hacen Rüede y Lurtz (2012), los diferentes prismas desde los que puede ser entendida. Se permite así identificar tres enfoques principales: la *innovación social*



*empresarial, la innovación social transformadora y la innovación social integradora.*

- **Innovación social empresarial.** Es la visión más economicista del concepto. Se entiende desde una perspectiva en la que las empresas del sector privado capitalista son el motor para el desarrollo de la innovación social. En este enfoque, hay una alta referencia a la introducción de novedades en los procesos de gestión, a las mejoras en la organización y a la solución de problemas sociales individuales o colectivos desde la empresa (Pot y Vaas, 2008; Sanchís y Campos, 2008; Wyman, 2016). Entran dentro de este enfoque prácticas tan variadas como el emprendimiento social, la mejora de condiciones sociales dentro de las empresas, la responsabilidad social o la creación de una producción más sostenible y con menor impacto ambiental. En general, este enfoque promueve como señalan Jessop *et al.* (2013: 111) un liberalismo “solidario”, en el que la empresa es el agente clave de cambio social, y la sociedad civil es relegada a un segundo plano, lo que está en concordancia con la visión schumpeteriana de la innovación.
- **Innovación social transformadora.** Esta perspectiva hace referencia a la innovación social como elemento de transformación social. Se encuadraría dentro de ella aquellas actuaciones innovadoras que, ante la ineficiente respuesta del sector público y el mercado, son llevadas a cabo desde la acción colectiva, atendiendo a necesidades y problemas de marcado carácter local (Harris y Albury, 2009; Oosterlynck *et al.*, 2013; Moulaert *et al.*, 2013; Van Dyck y Van den Broeck, 2013; Tremblay y Pilati, 2013). También, se resalta la lucha de las comunidades y los movimientos sociales para crear alternativas sociales y mejorar el bienestar social. Esta corriente de pensamiento entiende que los sujetos que llevan a cabo las prácticas socialmente innovadoras son: las empresas sociales<sup>13</sup>, las entidades y organizaciones sin ánimo de lucro, las asociaciones de la sociedad civil y las cooperativas (Mulgan, 2006). La

---

<sup>13</sup> 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 definir las y clasificarlas. Es una nueva categoría organizativa que permite simultáneamente la creación de valor económico y social (Barrera, 2007: 4).

innovación social transformadora se postula alineada con los valores fundamentales de la economía social, donde el peso de la inclusión social y el bienestar general ocupan un lugar preponderante.

- **Innovación social integradora.** Este enfoque permite encuadrar ambos casos de iniciativas socialmente innovadoras anteriormente expuestos. Es una solución amplia que surge fruto de la convivencia paralela de las dos perspectivas previamente mencionadas. La innovación social es entendida como un concepto vasto, caracterizado por resolver todo tipo de problemas y necesidades sociales, ofreciendo mejores resultados para toda la sociedad que los existentes hasta el momento. Desde esta perspectiva, se reconoce la existencia de diferentes tipos y grados de innovación social, y se entiende que las iniciativas pueden estar desarrolladas por el sector público, el sector privado o la sociedad civil (NESTA, 2008; Phills *et al.*, 2008; Hubert, 2010; Caulier-Grice *et al.*, 2012; Comisión Europea, 2013).

Por lo tanto, el fenómeno puede ser abordado desde diferentes perspectivas. Nuestra concepción de la innovación social es que ésta insta a un cambio en el modelo económico actual, y no necesariamente a una revolución. La innovación social puede desarrollarse en el modelo económico actual, pero el fenómeno tiene fuertes aspiraciones de mejorarlo y corregir los fallos de mercado que provocan problemas como la desigualdad y la exclusión social. En la búsqueda de una solución, las iniciativas socialmente innovadoras focalizan sus esfuerzos en las formas para llegar a los objetivos, y se prioriza el empoderamiento de los individuos con el fin de que logren transformar las relaciones sociales predominantes para aumentar la democratización de la economía y su poder social.

Por ello, si se analizan las tres perspectivas señaladas, nosotros entendemos, que la primera está altamente influenciada por la visión más neoliberal, siendo clave la figura del emprendedor social como generador de todo el valor, por lo que tiene más relación con el emprendimiento *stricto sensu* y con el trabajo por cuenta propia, que con las iniciativas socialmente innovadoras y las comunidades. Por otro lado, el tercer

enfoque, en su intento de englobar ambas perspectivas, desvirtúa la innovación social y contribuye a la confusión sobre qué son prácticas socialmente innovadoras. Esto provoca que surjan cada vez más iniciativas que se autodefinen como tal, y que, en cambio, no están en sintonía con lo que entendemos son las características propias del concepto, corriéndose el riesgo de exponerlo a convertirse en un concepto desfigurado y vacío de contenido propio. Así, consideramos que, por sus propiedades y particularidades, la innovación social se aproxima mejor a la concepción de aquellos autores que la entienden desde el punto de vista transformador.

#### **1.4 El territorio como el ámbito natural para el desarrollo de la innovación social**

La innovación social no puede ser entendida si no nos centramos en su campo de acción natural, el territorio. Es necesario introducir el componente espacial en el análisis porque la mayoría de las innovaciones sociales se producen y están condicionadas por él (Fontan *et al.*, 2005; MacCallum, 2009; Van Dyck y Van Den Broeck, 2013). Además, existe una amplia evidencia empírica sobre la efectividad de este tipo de innovaciones para lograr un desarrollo territorial más inclusivo y sostenible de las sociedades que residen en ellos (Hillier *et al.*, 2004, Moulaert *et al.*, 2005; Calzada, 2013; Subirats, 2015). Así, Subirats (2015) afirma que la innovación social ha supuesto una transformación sobre cómo afrontar y superar los problemas y retos sociales en las ciudades y sus barrios. En esta línea, Van Dyck y Van den Broeck (2013) van un paso más allá, y hacen hincapié en que la innovación social es el mejor camino para lograr la cohesión social en los territorios.

Lo primero que debe entenderse cuando se habla de innovación social en el territorio es qué es “el territorio”. Méndez (2002) señala que éste no es una simple proyección espacial, sino una construcción social, reflejo de acciones y comportamientos múltiples, acumulados en el tiempo, con capacidad de influir también de forma significativa sobre la estructura y funcionamiento de la sociedad. En consecuencia, nuestros territorios están directamente determinados por el modelo neoliberal predominante; el mercado asigna bienes y servicios de la forma más eficiente posible y el sector público corrige los fallos que éste genera.

Como resultado de ello, las dinámicas de desarrollo de los territorios y las sociedades que viven en ellos se sitúan en este contexto, y es evidente observando la realidad, que este sistema no es totalmente inclusivo ya que hay personas que son marginadas (Moulaert *et al.*, 2007; Blanco, 2018). Por ese motivo, Hillier *et al.* (2004) defienden que se hace cada vez más necesario utilizar mecanismos y herramientas socialmente innovadoras que coadyuven a integrar a aquellos que han quedado excluidos por el funcionamiento propio del sistema hegemónico. A este respecto, Van Dyck y Van den Broeck (2013) plantean que las iniciativas socialmente innovadoras introducen nuevas oportunidades para democratizar la gobernanza de los territorios gracias a que éstas permiten relacionar la gobernanza local y regional con una gobernanza multiescalar.

La innovación social es especialmente interesante de analizar en las ciudades y barrios, ya que son los espacios donde la mayoría de la sociedad vive y donde se reflejan de forma más evidente los problemas urbanos (pobreza, desempleo, dificultad de acceso a la vivienda, gentrificación, contaminación, entre otros). Estas características los convierten en los lugares idóneos para desarrollar procesos de transformación social (Subirats, 2015; Blanco, 2018).

Con referencia a esto último, afirman Moulaert *et al.* (2004a) que establecer estrategias de desarrollo urbano basándose en la innovación social es de gran utilidad para lograr cambios de gobernanza en las comunidades locales. A pesar de ello, nos recuerda Subirats (2015: 96) que, aun cuando se consigan esas ansiadas transformaciones en la gobernanza, hay que tener en cuenta que los gobiernos locales ocupan “una posición periférica en un entramado de gobierno multinivel” y tienen unos recursos que en ocasiones resultan insuficientes para afrontar problemas de gran magnitud.

Lo cierto es que, aunque la efectividad final de la innovación social para lograr un cambio radical puede ser limitada, su inclusión en la gobernanza local se postula como una solución para reducir el impacto de poderosos grupos de interés en las estrategias territoriales que marcan el devenir de los espacios urbanos. La aprobación de políticas urbanas es fundamental que represente el interés de la mayoría social, y no el particular de un grupo o colectivo (Caravaca, 2018). Por esa razón, una de las

principales motivaciones de las comunidades socialmente innovadoras debe ser ejercer, a través de sus iniciativas, un mayor control en la toma de decisiones que afectan a las sociedades donde habitan (Moulaert *et al.*, 2004a).

No obstante, las mencionadas comunidades deben estar vertebradas mediante redes que les permitan estar interconectadas para que puedan desarrollar un auténtico cambio territorial a través de nuevas fórmulas (Moulaert *et al.*, 2004a). A este respecto, según Belda-Miquel (2018) urge acabar con la hegemonía de la innovación de arriba hacia abajo y promover innovaciones desde las comunidades con enfoques de abajo hacia arriba. Este enfoque de base es idóneo para generar prácticas con principios alternativos a los dominantes. En este sentido, Moulaert *et al.* (2005) señalan que la innovación social está intrínsecamente relacionada con la inclusión social y con el posicionamiento ético de la justicia social. Por ello, incentivar el desarrollo de las iniciativas socialmente innovadoras debería resultar prioritario ya que, como señala Navarro (2015), el logro de una mayor inclusión social es fundamental para la consecución de un desarrollo local más sostenible.

Por su parte, Caravaca (2018) plantea que actualmente existen alternativas para la revitalización de los espacios urbanos en los territorios que se basan en los recursos de proximidad y en la existencia de redes de colaboración, siendo el objetivo principal romper con las estructuras que predominan en el sistema. Concibe esta autora que las prácticas dinamizadoras de los espacios urbanos van desde la producción de bienes o servicios, hasta la financiación, el consumo o el intercambio.

Por último, hay que subrayar que la introducción del elemento territorial en el análisis es primordial para comprender qué factores son determinantes para el desarrollo de la innovación social. Ésta tiene un fuerte componente local por su potencial para crear procesos y nuevas lógicas de actuación que permiten generar efectos positivos en las ciudades y barrios, reduciendo la polarización social. Por lo tanto, su estudio en el territorio tiene mucha más relación con el enfoque que la entiende desde el punto de vista transformador, que con los otros anteriormente expuestos.

## **1.5 El arte y la cultura como actividades para canalizar la innovación social.**

Una vez conocidos los diferentes enfoques desde los que se puede abordar la innovación social, así como su ámbito natural de desarrollo, es importante conocer que existen evidencias acerca de que las iniciativas socialmente innovadoras pueden ser canalizadas más fácilmente a través de ciertas actividades. En este sentido, la relación entre creatividad, actividades culturales e innovación social ha comenzado a despertar el interés de diferentes investigadores y grupos de investigación en la última década. Tremblay y Pilati (2013: 67) señalan que “en el contexto de una economía basada en el conocimiento, los investigadores están cada vez más interesados en las sociedades creativas y en el rol esencial de la creatividad como recurso principal para actividades recreativas y profesionales, así como para las conductas socialmente innovadoras que permiten el desarrollo socioeconómico”.

El rol de la creatividad como factor esencial para el desarrollo de las innovaciones tradicionales (Amabile, 1988; Martins y Terblanche, 2003; Fernández *et al.*, 2012) y también para las innovaciones sociales (André *et al.*, 2009; Bresciani, 2010; Arjo, *et al.*, 2016) es ampliamente asumido por la mayoría de los investigadores.

No obstante, la mayoría de los estudios que versan sobre creatividad destacan sus impactos en la dimensión económica. Sin embargo, Sacco *et al.* (2007) señalan que los efectos van mucho más allá de esa dimensión, teniendo una clara repercusión e impacto en el ámbito social. En este sentido, Tremblay y Pilati (2013) plantean que la creatividad juega un rol fundamental, tanto en la innovación social, como en el desarrollo económico y social, ya que permite a las organizaciones crear una ventaja competitiva para el desarrollo de nuevas formas de organización sociales.

Moulaert *et al.* (2004b) subrayan la existencia de una relación directa entre cohesión social, sectores artísticos y culturales e innovación social. En la misma línea, André *et al.* (2009) señalan que, además del rol de la creatividad, debe ser reconocido un papel activo de las artes en la promoción de la innovación social y en la construcción de entornos socialmente creativos. De hecho, estos autores aseveran que los recursos culturales deben ser considerados como conductores vehiculares de la innovación

social.

En esta línea, Tricarico *et al.* (2020) señalan que la cultura ayuda a fomentar la innovación social y la calidad de vida por ser un aspecto clave de la gobernanza pública. Concretamente, afirman que la cultura, la creatividad y las artes pueden jugar un papel importante gracias a que contribuyen a la apertura y participación de las comunidades locales. A este respecto, se asocia que el desarrollo de la sociedad del conocimiento tiene una fuerte conexión con la presencia de individuos e industrias creativas, lo que puede ser fomentado a través de diversas actividades culturales y artísticas (Vecchi, 2010; Tremblay y Pilaty, 2013).

Hay que tener en cuenta, que tal y como plantean Sánchez *et al.* (2006), las actividades culturales constituyen una fuente de capital creativo para todas las actividades económicas. Tremblay y Pilaty (2013: 76), en su capítulo *Social innovation through arts and creativity* publicado en *The international handbook on social innovation*, muestran cómo se desarrolla la innovación social a través del arte y los sectores culturales creativos. Para ello, estos autores exponen el caso de Tohu, en Montreal, con el que enseñan el papel del territorio y la ciudad creativa en la innovación social. Estos autores concluyen que “la contribución del arte y la cultura al desarrollo económico y sociocultural de un espacio está basado en los comportamientos de cooperación y organización que existan entre los actores del territorio”. Estas relaciones tienen un papel fundamental en la inclusión social, en el desarrollo social y en la creación del capital humano.

En esta línea, Winner *et al.* (2014: 5) en su trabajo para la OCDE, ¿El arte por el arte?, señalan que la educación en arte puede “considerarse cada vez más como un medio para fomentar las habilidades y actitudes que la innovación requiere”. Además, en este mismo informe, este organismo expone “la relevancia de fomentar las habilidades individuales que permitan a los países competir en una sociedad basada cada vez más en el conocimiento, donde la innovación es crítica para el crecimiento y el bienestar futuros”.

De hecho, en KEA (2009) se subraya que las actividades culturales pueden tener

efectos positivos en el desarrollo de la innovación social y en el incremento del bienestar social. Estos efectos positivos estarían causados debido a que la participación en actividades culturales enfatiza un sentimiento de pertenencia en la sociedad, lo que facilita el nacimiento de iniciativas y organizaciones sociales.

La UNCTAD (2010) apunta hacia la gestación de un nuevo paradigma, fruto de los vínculos entre la economía y la cultura, caracterizado por abarcar los aspectos económicos, culturales, tecnológicos y sociales del desarrollo, tanto a niveles macro como micro.

Dentro de este nuevo paradigma, Raussell *et al.* (2012) plantean que merece especial atención la evolución histórica de la producción de innovaciones. Así, señalan la existencia de una progresiva ampliación y democratización de las fuentes de innovación, pasando de un modelo de producción individual y aislada (caracterizado por la figura del emprendedor schumpeteriano) a otro de producción social, territorial y serializada donde el capital social, el conocimiento, la creatividad y la cultura juegan un papel trascendental.

Por su parte, Cancellieri *et al.* (2018: 79) enfatizan en que las actividades culturales y artísticas, por su propia naturaleza, permiten establecer fácilmente relaciones y diferentes formas de diálogo entre los diferentes actores sociales. Además, señalan que “los notables cambios experimentados por el sector durante la última década han allanado el camino para generar prácticas socialmente innovadoras, lo que se debe a la renovación de los roles de los actores clave involucrados. Así, las nuevas prácticas incluyen la implementación de novedosas formas de gobernanza corporativa (por ejemplo, fundaciones participativas), el intercambio del poder de decisión sobre la producción y la financiación a través de plataformas en línea (por ejemplo, crowdfunding y crowdsourcing) y nuevas formas de gobierno participativo y mecanismos de autogobierno por movimientos socioculturales”.

Por todo ello, las actividades artísticas y culturales son consideradas como un motor para el desarrollo de una mayor creatividad, y, por ende, un facilitador de la innovación social. Estas actividades conllevan principios y formas de actuación que



están plenamente alineadas con las características propias de las iniciativas socialmente innovadoras. Es por esto, que la relación cultura-creatividad-innovación social, puede resultar positiva tanto para conseguir mejores resultados en términos de cohesión e inclusión social como para la regeneración económica y urbana de los territorios.

## **1.6 Implicaciones de la innovación social en los Objetivos de Desarrollo Sostenible**

### **1.6.1 Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**

La Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó en 2015 una Agenda para el Desarrollo Sostenible. Los objetivos que se marcan deben ser conseguidos para el año 2030. Este plan es una agenda universal que tiene 17 objetivos principales y 169 metas. Los ODS han sido firmados por un total de 193 países, incluyendo a los de economías emergentes como India o Brasil (Millard, 2018). Los objetivos de la nueva Agenda son de carácter integrado e indivisible, de alcance mundial y de aplicación universal.

Los ODS son los sucesores de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Los ODM fueron la culminación de un elenco de eventos que dieron inicio en 1972 y de varios informes entre los que destaca el informe Brutland. Este informe definía qué se entendía por desarrollo sostenible y proponía acciones orientadas a lograrlo (Chavarro *et al.*, 2017).

Los ODM se aprobaron en el año 2000, en la 55ª Asamblea General de las Naciones Unidas, y tenían como plazo máximo para su consecución 2015. No obstante, señala Gil (2018) que, a pesar de marcar objetivos ambiciosos como acabar con el hambre, reducir la pobreza, alcanzar la educación básica universal o conseguir el 0,7% de ayuda al desarrollo para los países más pobres, los ODM no llegaron a alcanzarse. Uno de los motivos por los que Chavarro *et al.* (2017) subrayan que no se cumplieron es porque fue una agenda impuesta por los países con mayor poder económico sin tener en cuenta a los países en vías de desarrollo. Por lo tanto, esto evidencia la

necesidad no sólo de definir bien los objetivos, sino también de consensuar y diseñar correctamente sus procedimientos.

Señala Millard (2018) que para Naciones Unidas el desarrollo sostenible hace referencia a la satisfacción de las necesidades en el presente sin que esto comprometa las posibilidades de que las siguientes generaciones puedan desarrollar las suyas propias. Esta definición fue recogida por primera vez en el mencionado informe Brutland en 1987. Naciones Unidas en su Resolución aprobada por la Asamblea General el 25 de septiembre de 2015, subrayó que, para lograr ese desarrollo sostenible, se debía avanzar de forma equilibrada y conjunta en el plano económico, social y ambiental. Por ello, afirma Millard (2018) que la no consecución de un desarrollo sostenible viene determinada por no tener en consideración cualquiera de las tres dimensiones. Las mencionadas perspectivas están presentes cuando se trata de abordar todos los ODS que abarcan áreas muy diferentes.

Asimismo, se debe señalar que en la literatura se plantea como necesaria para la consecución del desarrollo sostenible, además de las dimensiones económica, social y ambiental, la dimensión cultural. De hecho, la UNESCO (2005), en la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales, subrayó la necesidad de incorporar la cultura como elemento estratégico a las políticas de desarrollo nacionales e internacionales. En esta línea, sostiene que la protección, la promoción y el mantenimiento de la diversidad cultural son una condición esencial para un desarrollo sostenible en beneficio de las generaciones actuales y futuras. Por su parte, la Comisión Europea (2018), en su *Nueva Agenda Europea para la cultura*, apunta el papel de la dimensión cultural en el desarrollo sostenible, así como el rol de la cultura en la consecución de los ODS.

Lo cierto es que los ODS encuadran un conjunto de retos y objetivos necesarios para asegurar el desarrollo sostenible a medio y largo plazo. Actualmente suponen la agenda global más ambiciosa acordada por la comunidad internacional para movilizar la acción colectiva en torno a objetivos comunes para todos los países (Gil, 2018). No obstante, hay que tener en cuenta que, aunque estos ODS suponen un marco común, cada gobierno tiene que fijar sus propias metas nacionales y decidir la forma en la que

va a incorporar esas aspiraciones en la planificación, estrategias y líneas de actuación (Naciones Unidas, 2015). En este sentido, la innovación social se postula como uno de los fenómenos ideales que puede ser fomentado por parte de los decisores públicos para contribuir a la consecución de los objetivos (Moore, 2015; Millard, 2018; Eichler y Schwarz, 2019).

### **1.6.2 Innovación social, el desarrollo sostenible y los ODS**

La necesidad de profundizar en la relación entre innovación social y el desarrollo sostenible se hace evidente en trabajos como el realizado por Millard (2018), que señala, que, aunque de forma no reconocida, la innovación social ha sido la base para el desarrollo sostenible desde largo tiempo atrás. Sin embargo, no ha sido hasta recientemente cuando ha comenzado a ser entendido que los enfoques de innovación social son necesarios como herramientas principales para lograr el desarrollo sostenible.

En este sentido, señalan Angelidou y Psaltoglou (2017;113) “que, junto al interés institucional en la innovación social, los investigadores líderes en sostenibilidad han subrayado su importancia en las sociedades contemporáneas debido a las nuevas y extraordinarias posibilidades que ésta abre”. Boni *et al.* (2018), afirman que la sostenibilidad es un valor central para la innovación social, ya que este es el valor que da sentido a las relaciones de los agentes con el medio.

La creciente importancia de la relación innovación social y desarrollo sostenible se explica por el incremento global de problemas y desafíos sociales que han provocado un aumento de la presión en diferentes organizaciones para interiorizar y desarrollar procesos socialmente innovadores (OCDE, 2011; Eichler y Schwarz, 2019; Kruse *et al.*, 2019). Esto es resultado de que, tal y como señalan Angelidou y Psaltoglou (2017), ha comenzado a ser ampliamente aceptado por la sociedad civil, el sector privado y el sector público que el sistema productivo actual no puede ser soportado durante un largo tiempo. Por ello, la búsqueda del ansiado desarrollo sostenible, que requiere cambios significativos, ha causado que lo social tengan un mayor protagonismo como paradigma alternativo.

Asimismo, la satisfacción de las necesidades humanas y el bienestar social -sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras-, ha hecho que los procesos socialmente innovadores adquieran una mayor relevancia tanto en organismos públicos como privados (Mora y Martínez, 2018). Por este motivo, señala Manzini (2007) que la innovación social se postula como un fenómeno fundamental ya que pone en tela de juicio la sostenibilidad del modelo actual y pretende lograr la transformación hacia otro modelo que sí la garantice.

Si se pone ahora la atención en qué problemas sociales pueden ser resueltos a través de iniciativas socialmente innovadoras, se puede apuntar que son muchos y muy distintos, teniendo una gran parte de ellos una importante relación con el desarrollo sostenible. Angelidou y Psaltoglou (2017) afirman que la innovación social y el desarrollo sostenible tienen el potencial de ser herramientas útiles para teorizar y diseñar soluciones prácticas a la compleja crisis que la mayoría de las sociedades enfrentan en la actualidad, no obstante, reconocen que aún carecen de fundamentos teóricos sólidos para desatar este potencial.

A este respecto, Repo y Matschoss (2020) apuntan que la innovación social está relacionada con la movilización social y el impacto, ganando cada vez mayor peso para afrontar los desafíos de sostenibilidad. Este enfoque de las iniciativas socialmente innovadoras en los desafíos de sostenibilidad engloba áreas como la prevención del cambio climático, la reorganización de las ciudades, la mejora de los sistemas de transporte o la accesibilidad a una vivienda. Asimismo, tal y como señala Millard (2018), la innovación social también implica un cambio en los principios y en la forma de abordar los problemas. La innovación social es una herramienta idónea para coadyuvar a conseguir el desarrollo sostenible porque entre sus lógicas de actuación se incluye el empoderamiento en la toma de decisiones de los implicados, la inclusión social y la perspectiva de género, elementos que son fundamentales para lograr los ODS en 2030.

Por su parte, Eichler y Schwarz (2019) plantean que innovación social y los ODS están perfectamente alineados. Estos autores realizaron un estudio de casos de 128 iniciativas socialmente innovadoras para analizar si éstas abarcaban algún ODS. El

resultado fue que un total de 115 iniciativas contribuían a alcanzar soluciones para alguno de los ODS, lo que representa algo más de un 89% del total. En la misma línea, Millard (2018) afirma que los ODS para 2030 de Naciones Unidas han contribuido a que la relación innovación social y desarrollo sostenible sea reconocida y comience a atraer una mayor atención.

Por lo tanto, dada la estrecha relación existente entre el desarrollo sostenible y la innovación social y considerando que los ODS engloban los principales retos a abordar relacionados con el desarrollo sostenible, en el epígrafe 4.3.4 se profundiza en el análisis de la correspondencia existente entre la innovación social y los ODS.

## **Capítulo 2: Revisión de la literatura sobre los principales aspectos de la innovación social**

Como se ha visto en el capítulo 1, la innovación social es un fenómeno con potencialidades significativas para contribuir a solucionar problemas complejos y multidimensionales. Por ello, y aunque existe un amplio acuerdo acerca de los efectos positivos que genera la innovación social en los territorios, debe reconocerse un desacuerdo latente en aspectos como qué factores son determinantes para su nacimiento, qué conjunto de características debe tener una iniciativa para ser considerada socialmente innovadora, en qué áreas es más propicio que tenga impacto la innovación social o qué entidades son las más adecuadas para llevar a cabo acciones socialmente innovadoras.

El estudio de todos estos aspectos ha sido realizado por diferentes autores, y, aunque, en la literatura existen trabajos muy exhaustivos y rigurosos que contribuyen al conocimiento de ellos, lo cierto es que la propia revisión también evidencia que son campos abiertos al avance de la investigación.

Para abordar todas estas cuestiones se ha dedicado un epígrafe a cada uno de ellos, quedando este segundo capítulo dividido en cuatro epígrafes.

En el primer epígrafe, se hace una revisión de la literatura acerca de aquellos factores que son determinantes para el desarrollo de la innovación social. Para ello se aclara que cuando se pretende que irrumpen nuevas iniciativas socialmente innovadoras es necesario que existan una serie de factores determinados. Asimismo, se presenta un conjunto de factores y condiciones que han sido mencionados en la literatura como favorecedoras de la innovación social.

En el segundo epígrafe, se pasa a analizar las características que han sido señaladas en diferentes trabajos como definitorias de las prácticas socialmente innovadoras. De esta manera, se muestran las características identificadas por distintos autores a lo largo del tiempo, haciendo evidente la necesidad de acotar el concepto y conocer qué características son propias de una práctica socialmente innovadora.

En el tercer epígrafe, se presentan aquellas áreas que son subrayadas en la literatura como las más propicias para que la innovación social tenga éxito. De esta forma, se explica que las áreas en las que puede irrumpir la innovación social son muy diversas dada la transversalidad del fenómeno. Además, se exponen las principales áreas en las que la propia Comisión Europea indica que la innovación social puede tener un impacto significativo.

En el cuarto epígrafe se centra la atención en qué agentes son más idóneos para el desarrollo de la innovación social. En este epígrafe se pone de manifiesto que los autores de referencia distinguen diferentes agentes innovadores según el enfoque o la visión que tienen de la innovación social. No obstante, se plantea que la innovación social ha sido tradicionalmente un fenómeno asociado a las entidades del tercer sector. Es por ello por lo que es necesario hacer un breve repaso sobre las características más importantes asociadas a este tipo de entidades. Se termina el epígrafe mostrando que hay una extensa literatura que postula a las entidades del tercer sector como las idóneas para liderar iniciativas socialmente innovadoras.

Por todo ello, se entiende que la revisión del estado del arte de cada una de las cuestiones aquí planteadas es un requisito esencial para poder seguir estudiando en profundidad el fenómeno de la innovación social. Esta revisión contribuye a mostrar los numerosos estudios que han abordado estos aspectos y las diferentes perspectivas que han sido utilizadas para ello.

## **2.1 Factores determinantes para generar un ecosistema favorable para la innovación social**

La innovación social es un fenómeno que se desarrolla de forma más arraigada en unos territorios que en otros. La proliferación de iniciativas socialmente innovadoras se da con mayor facilidad en aquellos territorios donde coexisten una serie de factores determinados que necesitan ser identificados. No obstante, y al igual que sucede para cualquier proceso de innovación tecnológica, el desarrollo de la innovación social no puede ser diseñado en su integridad.

Por ello, y aunque es evidente la dificultad de diseñar procesos que favorezcan el desarrollo de cualquier tipo de innovación desde una perspectiva de arriba a abajo, sí se pueden planificar estrategias que permitan aumentar la probabilidad de que ésta tenga lugar (Chesbrough, 2006; Vrontis *et al.*, 2012). Así pues, esto mismo ocurre para la innovación social; no puede programarse, pero es primordial implementar un ecosistema que permita aumentar sus posibilidades de aparición. A este respecto, Pulford (2011) plantea la urgente necesidad de crear un ecosistema tanto local como global que permita su desarrollo. De esta forma, se entiende que la creación de un ecosistema favorable posibilita crear nuevas oportunidades para compartir y construir comunidades socialmente innovadoras.

Un ecosistema hace referencia, según Terstriep *et al.* (2020), a entornos caracterizados por diferentes actores, elementos, relaciones, interacciones y condiciones, que permiten o impiden la innovación. Con respecto a la creación de un ecosistema favorecedor de la innovación social, estos mismos autores subrayan que existe un conocimiento bastante ambiguo y vago sobre cómo crearlo.

Este desconocimiento tiene su origen en la falta de consenso existente para definir la innovación social. Como se ha mostrado en el capítulo 1, existen diferentes formas y enfoques desde los que abordar la innovación social, lo que supone una barrera que dificulta en gran medida la identificación de aquellos factores que son necesarios de incentivar.

Por lo tanto, el reconocimiento de un contexto propicio para que emerjan iniciativas socialmente innovadoras resulta muy relevante para proporcionar conocimiento a aquellos que deseen fomentar y promover un modelo socioeconómico más sostenible basado en este tipo de prácticas (Caulier-Grice *et al.*, 2012; Bureau of European Policy Advisers, 2014; Neumeier, 2017).

A pesar de la dificultad señalada, hay que recalcar que los propios Terstriep *et al.* (2020) ya plantean en su trabajo, que, aunque el conocimiento no está aún consolidado, existe una serie de factores que de manera indiciaria se postulan como favorecedores de la innovación social. A este respecto, Neumeier (2017) en una visión



amplia y general, enuncia un conjunto de elementos que considera claves para el desarrollo de la innovación social en un territorio:

1. Determinantes y variables que son relevantes para el éxito de cualquier tipo de innovación. La irrupción y proliferación de innovaciones (tecnológicas, organizacionales, públicas, abiertas...) necesita también de un marco que permita su desarrollo. Por lo tanto, existen una serie de factores que son necesarios y comunes para cualquier tipo 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, las estructuras sociales, la base jurídica y legal y la calidad de la regulación, entre otros.
3. Determinantes que influyen en el proceso participativo subyacente en la innovación social. La creación de redes, el apoyo institucional, la educación o la facilidad de acceso a nuevos conocimientos, son factores muy valiosos para fomentar la participación.

Como puede ser observado, los determinantes que son señalados por Neumeier (2017) no implican un conjunto de factores concretos, sino que crea un marco de gran amplitud. En esta línea, se debe añadir que, aunque no se puede identificar la existencia de un ecosistema claro y efectivo, en la literatura existente se han señalado ciertos factores como favorecedores de la innovación social: el tamaño de la región (Abreu y Cruz, 2011; Oosterlynck *et al.*, 2013), el contexto cultural donde se desarrollan (Echeverría y Gurrutxaga, 2012; Hernández-Ascanio *et al.*, 2016), la existencia de seguridad jurídica (Howaldt *et al.*, 2016), el apoyo financiero que reciben las iniciativas por parte tanto del sector público como privado (Bureau of European Policy Advisers, 2014; Krlev *et al.*, 2014) , la existencia de cohesión social (Krlev *et al.*, 2014), la capacidad social para la absorción de nuevos conocimientos (Unceta *et al.*, 2016: 193; Bernardino y Santos, 2017: 162), la existencia de recursos para la acción colectiva (Blanco *et al.*, 2016; Salom-Carrasco *et al.*, 2017), el uso de herramientas digitales y la tecnología por parte de la sociedad (Mulgan, 2006; Bureau

of European Policy Advisers, 2014), la situación socioeconómica (Blanco *et al.*, 2016; Salom-Carrasco *et al.*, 2017) y la presencia de un fuerte tejido social (Salom-Carrasco *et al.*, 2017), entre otros.

El reconocimiento de la existencia de múltiples factores necesarios para que la innovación social se desarrolle, implica aceptar que la proliferación de prácticas socialmente innovadoras va más allá de la existencia de un elevado grado de pobreza o de una gran cantidad de necesidades insatisfechas en un territorio -argumento popularmente repetido-. En este sentido, Blanco *et al.* (2016) y Martínez *et al.* (2019) plantean que, paradójicamente, no es en las regiones donde existen más necesidades y problemas sociales donde la generación de iniciativas socialmente innovadoras es mayor, sino en aquellas donde concurren una serie de condiciones favorables para ello.

Por consiguiente, sin dejar de reconocer el valor que pueden tener factores como la presencia de necesidades insatisfechas para el nacimiento de innovaciones sociales, hay que considerar que hace falta que coexistan un conjunto de factores para que se propicie la irrupción de iniciativas socialmente innovadoras. Por ello, en el epígrafe 4.1, se identifican, se exponen y se explican cuáles son esos factores que deben estar presentes para generar un ecosistema facilitador de la innovación social.

## **2.2 Características propias de la innovación social**

La indefinición de la innovación social, o más concretamente, la amalgama de definiciones reconocidas y que tratan el fenómeno desde diferentes perspectivas, ha desencadenado que a menudo se reconozcan y financien prácticas que no cumplen con los principales principios y propiedades de la innovación social. Son muchas las entidades que a partir de la inclusión de prácticas de responsabilidad social o de emprendimiento social han pretendido encuadrarse bajo el marco de la innovación social. En este sentido, Gurrutxaga (2013: 1) propone que “la tesis principal es que el concepto de innovación social está afectado por muchas indefiniciones. Está de moda y corre peligro de que se transforme en el recurso para todo, como si fuese el antídoto al que se recurre ante cualquier situación”.

Ciertamente han sido muchos los autores que han realizado investigaciones sobre innovación social desde diferentes prismas y enfoques (Mulgan, 2006; Djellal y Gallouj, 2012; Zubero, 2015; Arjo *et al.*, 2016; Hernández-Ascanio *et al.*, 2016; Palma *et al.*, 2017; Salom-Carrasco *et al.*, 2017). A pesar de ello, la inexistencia de un conjunto de propiedades canónicas, estándares y únicas que una iniciativa socialmente innovadora deba tener para ser reconocida como tal, es una carencia teórica importante, que deriva en el uso inapropiado que, de forma en muchos casos partidista, se ha hecho del concepto.

En la actualidad, crear un nuevo marco teórico de referencia que permita reconocer qué características principales debe tener una iniciativa para ser denominada como tal, es una cuestión primordial. Sólo así se paliaría una de las mayores limitaciones señaladas en la literatura como es la falta de un marco claro que permita desarrollar su estudio (Hernandez-Escanio y Rich, 2020; García-Flores y Palma, 2020). Para ello, es muy relevante, tal y como se realiza en la tabla 2, hacer una revisión de la literatura sobre las características que se le han atribuido a la innovación social por parte de organismos nacionales e internacionales, así como por autores de referencia en la materia.

**Tabla 2: Características de la innovación social**

<b>Característica principal</b>	<b>¿Qué significa?</b>	<b>Autores</b>
<b>Procesos de creación colectiva</b>	Los miembros inventan y diseñan nuevas reglas para la organización social a partir de la colaboración y del conflicto. Así, adquieren nuevas y necesarias habilidades cognitivas, racionales y de organización. Esto permite obtener soluciones más creativas y que repercuten de forma positiva en el bienestar social.	Phills <i>et al.</i> (2008)

<b>Invierten las relaciones de poder</b>	Se pone el énfasis en que las iniciativas permitan la construcción de nuevos sistemas de actores que, a partir del aprendizaje colectivo, alcancen cambios que logren el empoderamiento de la sociedad civil para influir en la toma de decisiones sobre las necesidades que le afectan.	Lawson y Lorenz (1999); Mulgan (2006); Hubert (2010) Moulaert <i>et al.</i> (2013)
<b>Procesos que incrementan la eficiencia</b>	Hace referencia al mejor uso de los activos y recursos que realizan las iniciativas socialmente innovadoras, así como a las soluciones más eficientes y eficaces que alcanzan. Esto se logra a partir de la proposición de nuevas alternativas y prácticas que satisfacen las necesidades sociales básicas.	Caulier-Grice <i>et al.</i> (2012) <sup>14</sup> ; Oosterlynck <i>et al.</i> (2013); Cajaiba-Santana (2014)
<b>Tienen un impacto favorable en el medioambiente</b>	Se pone de relieve la importancia de las iniciativas socialmente innovadoras en su contribución a la mejora del medio ambiente. De hecho, se postulan éstas como los mejores medios para incluir prácticas que permitan la sostenibilidad económica y ambiental.	Avelino y Wittmayer (2016); Wyman (2016); Angelidou y Psaltoglou (2017)
<b>Generadora de equidad</b>	Se pone énfasis en su relevancia para distribuir las ganancias entre todos los miembros que participan en la creación de los medios de producción y en la producción misma, o bien como la forma de satisfacer realmente las necesidades de los miembros que integran la sociedad.	Godin (2012)
<b>Solidaridad</b>	Se refiere a la solidaridad de las acciones socialmente innovadoras como respuesta a los efectos perniciosos generados por el sistema económico predominante y la regulación ineficiente.	Moulaert <i>et al.</i> (2004b)
<b>Fenómeno urbano y local</b>	La innovación social tiene mucha transcendencia en el ámbito urbano y local ya que la mayoría de la población vive en áreas urbanas y los problemas territoriales que afectan a la población son muchos y variados.	Subirats (2015) Rodríguez-García y Mateos (2015)

<sup>14</sup> La definición es realizada en el proyecto europeo TEPSI (*The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe*), en el que participa como socio la Young Foundation.

<b>Generador de inclusión social</b>	Se les da importancia a los procesos de innovación social para la reintroducción de la inclusión social como un elemento clave de la agenda local en atención a las vulnerabilidades surgidas como consecuencia de la crisis.	Oosterlynck <i>et al.</i> (2013); Chaves <i>et al.</i> (2013) Navarro (2015); Blanco <i>et al.</i> (2016)
<b>Configura espacios socialmente autónomos</b>	Se pone de relevancia la capacidad de las iniciativas ciudadanas para configurar un espacio socialmente autónomo, articulado al margen de los poderes públicos y de los mercados. Uno de los grandes argumentos en pro de la innovación social es justamente la creciente relevancia de las prácticas cooperativas entre la ciudadanía como respuesta al retroceso del sector público y a la intensificación de las dinámicas excluyentes del mercado laboral, energético, residencial, alimentario, entre otras, en el contexto de la crisis.	Martínez <i>et al.</i> (2019: 5)
<b>Potenciador de alianzas</b>	Se hace referencia a la importancia de la conformación de alianzas y colaboraciones entre los diferentes agentes económicos y sociales en los procesos de innovación social.	Hubert (2010)
<b>Escalables<sup>15</sup> y replicables<sup>16</sup></b>	Las iniciativas socialmente innovadoras tienden por su esencia a su difusión y expansión, por lo tanto, deben ser transferibles entre regiones para que su impacto en el bienestar sea el mayor posible.	Buckland y Murillo (2014); Subirats (2015)
<b>Son sostenibles en el tiempo</b>	Tiene capacidad de mantenerse en el tiempo, evitando su disolución una vez se debilita o desaparece el empuje de un núcleo impulsor.	Martínez <i>et al.</i> (2019: 5)

<sup>15</sup> La escalabilidad se refiere al hecho de que una iniciativa desarrollada en un entorno local pueda pasar a llevarse a cabo en ámbitos territoriales de mayor tamaño (Subirats, 2015).

<sup>16</sup> La replicabilidad hace referencia a la posibilidad de mimetizar una iniciativa en un territorio o ámbito similar (Buckland y Murillo, 2014).

<b>Sustituto de servicios públicos</b>	Se hace referencia a las alternativas ofrecidas por las iniciativas socialmente innovadoras que ofrecen servicios que, en ocasiones, deberían ser garantizados por los burócratas y decisores públicos encargados de mantener el estado de bienestar.	BEPA (2014)
<b>Implica al sector público, al sector privado y a la sociedad civil</b>	Se pone en el eje central de la innovación social la interrelación entre el estado, el mercado y la sociedad civil.	Subirats (2015)
<b>Es un fenómeno de abajo hacia arriba</b>	Si se contempla que la innovación social debe serlo tanto en su proceso como en sus resultados, la sociedad civil debe pasar de ser un mero beneficiario a ser partícipe o promotor de la innovación.	Chaves <i>et al.</i> (2013); Boni <i>et al.</i> (2018)

**Fuente: Elaboración propia**

La tabla 2 muestra la variedad de características que se le asocian a la innovación social. La coexistencia de distintos enfoques, que ponen el acento en diferentes atributos, puede hacer pensar que la innovación social es un concepto paraguas, lo que significa, tal y como sugieren Hirsch y Levin (1999: 34), que es “un constructo amplio utilizado para abarcar y explicar una diversidad de fenómenos”. Desde nuestro punto de vista, aunque entendemos que la innovación social es un concepto de gran vastedad que trata de encuadrar fenómenos sociales dispares e innovadores, no debe ser aceptado que sea un concepto polimorfo.

En este sentido, señala Zubero (2015) que el polimorfismo o la indefinición de la innovación social tiene mucho que ver con el hecho de que se haya constituido como un campo liderado por individuos y grupos fundamentalmente preocupados por la práctica (*practice-led field*) y mucho menos por la reflexión académica (Caulier-Grice *et al.*, 2012).

Por lo tanto, entendemos que para definir un conjunto de características y propiedades que sean definitorias de la innovación social, es necesario hacer una reflexión teórica, teniendo en cuenta la visión de los individuos y grupos que han estado realizando iniciativas socialmente innovadoras. Únicamente de este modo es posible conocer la realidad con pragmatismo. Con este objetivo, en el epígrafe 4.2, a partir del análisis empírico cualitativo realizado, se exponen un conjunto de características que son propias y definitorias de las iniciativas socialmente innovadoras, lo que permite enunciar un nuevo marco teórico de referencia para el análisis de la innovación social.

### **2.3 El impacto de las iniciativas socialmente innovadoras**

En línea con la revisión de la literatura realizada hasta ahora, hay que advertir que, aunque como se ha mostrado existen trabajos muy dispares que definen la innovación social de formas muy heterogéneas, hay un punto de coincidencia común en la mayoría de ellos; la innovación social resuelve problemas o necesidades sociales y mejora el bienestar social (García-Flores y Palma, 2019).

Las iniciativas socialmente innovadoras suelen representar por lo general prácticas horizontales y de cooperación ciudadana que tratan de satisfacer necesidades sociales diversas, pretendiendo ofrecer alternativas a las formas dominantes de satisfacción de necesidades en el mercado y el sector público (Martínez *et al*: 2019).

Boni *et al.* (2018) señalan que la innovación social hace referencia a una forma de entender una amplia gama de actividades y prácticas orientadas a tener un impacto sobre los problemas sociales y las necesidades humanas. No obstante, estos mismos autores concluyen que esa visión amplia no debe dejar en un segundo plano que los efectos de la innovación social van más allá de la satisfacción de las necesidades inmediatas, y deben de implicar una mejora en las relaciones y estructuras sociales.

Por su parte, Murray *et al.* (2010) apuntan que el impacto final deseado de toda innovación social es provocar un cambio sistémico. Sin embargo, son pocas las iniciativas que alcanzan la escalabilidad necesaria para ello, siendo muchas las que, a pesar de que no logran la mencionada escalabilidad, si consiguen impactar de forma

significativa en su área y ámbito local.

Lo cierto es que, como se ha subrayado al inicio de este epígrafe, existe un acuerdo evidente acerca de las potencialidades y los efectos positivos que la innovación social tiene en el bienestar general. Pero, en cambio, no existe tal consenso acerca de cuáles son sus principales áreas de impacto (Hernández-Ascanio *et al.*, 2016). Asimismo, hay que tener en cuenta, tal y como apuntan Moulaert *et al.* (2017), que el impacto de las iniciativas socialmente innovadoras, dada la transversalidad y multidisciplinariedad del fenómeno, no suele reducirse a un área concreta.

Por todo ello, resulta interesante conocer qué áreas han sido señaladas en la literatura como las más propicias para que las innovaciones sociales se desarrollen y tengan impacto. A continuación, en la tabla 3, se muestran las áreas que han aparecido en la literatura con mayor frecuencia.

**Tabla 3: Áreas de impacto de la innovación social**

Áreas	Autores que la señalan
Inclusión social y reducción de la pobreza	Mulgan (2006); Sanchís y Campos (2008); Echeverría, (2013); Moulaert <i>et al.</i> (2013); González <i>et al.</i> (2014); Howaldt <i>et al.</i> (2016); Martínez-Celorrio (2017)
Aumento de la calidad de vida	Echeverría (2013); Moulaert <i>et al.</i> (2013); Villa y Melo (2015)
Incremento de la participación ciudadana	Echeverría, 2013
Mejor atención sanitaria	Mulgan (2006); Echeverría (2013); Howaldt <i>et al.</i> (2016)
Incremento en la calidad de la educación	Echeverría (2013); Howaldt <i>et al.</i> (2016)
Aumento de la calidad medioambiental	Echeverría (2013); Howaldt <i>et al.</i> (2016); Martínez-Celorrio (2017)
Mejora la eficiencia de los servicios públicos	Echeverría (2013)



Contribuye a reducir el desempleo	Sanchís y Campos (2008); Grimm <i>et al.</i> (2013); Howaldt <i>et al.</i> (2016: 187)
Coadyuva a disminuir la violencia doméstica	Mulgan (2006)
Favorece un mejor transporte y movilidad	Howaldt <i>et al.</i> (2016)
Facilita el desarrollo sostenible	Buckland y Murillo (2014); Howaldt <i>et al.</i> (2016)
Mejora las condiciones del medio rural	Soto <i>et al.</i> (2015); Villa y Melo (2015); Valeroa y López (2019)
Facilita el acceso a la financiación	Pérez (2013)
Mejora el desarrollo local	Fontan <i>et al.</i> (2005); MacCallum (2009); Van Dyck y Van Den Broeck (2013); Navarro (2015); Subirats (2015)
Incrementa la capacidad del tercer sector	Hernández-Ascanio y Rich-Ruiz (2020); García-Flores y Palma (2020)
Facilita el acceso a la vivienda	Villa y Melo (2015)
Favorece la seguridad alimentaria	Estany (2014); Villa y Melo (2015); Afanador y Patiño (2015)
Genera un turismo sostenible	Villa y Melo (2015)
Empoderan el papel de la mujer en la sociedad	Mulgan (2007)
Mejoran la gobernanza	Irizar (2008); Hernández y Sánchez (2014); Navarro (2015); Paz (2015)

**Fuente: Elaboración propia**

Tal y como se observa en la tabla 3, son muchos los autores de referencia que han señalado áreas de impacto de la innovación social. Asimismo, se evidencia de la tabla 3 que las áreas en las que la innovación social puede tener efecto son muy diversas y variadas. En esta línea, la propia Comisión Europea (2013) reconoce las potencialidades de la innovación social para tener impacto en diferentes áreas, e incluso, subraya en su documento de referencia, *Guide to Social Innovation*, la existencia de seis áreas principales donde los efectos de la innovación social pueden ser especialmente significativos. A continuación, en la tabla 4 se presentan las áreas

que han sido señaladas por la Comisión Europea.

**Tabla 4: Retos identificados como campos naturales para la actuación de iniciativas socialmente innovadoras según la Comisión Europea (2013)**

Área	Definición del reto
Demográfica	Las migraciones y el envejecimiento de la UE es un reto que escapa del sector público y privado, por lo que la Comisión cree en la innovación social como una fuente de solución.
Medioambiental	El cambio climático, las sequías y la pobreza energética son problemas muy graves, por ello, la Comisión espera que a través de las empresas sociales y nuevas formas de organización se ayude a conseguir los objetivos propuestos.
Tendencias de la comunidad	Se está creando una sociedad digital que posibilita la interacción, participación y colaboración continua entre los agentes económicos.
Pobreza	Supone uno de los mayores lastres. A menudo, ante la incapacidad del primer y segundo sector <sup>17</sup> de dar soluciones, se espera que la aparición en la vida económica del tercer y cuarto sector <sup>18</sup> ayude a mejorar la situación.
Salud y bienestar	La actual sociedad demanda cada vez mayor nivel de vida. Conseguir la universalidad de ello conlleva un esfuerzo por parte de los agentes económicos. No obstante, la evidencia muestra que en ocasiones los mecanismos tradicionales del mercado no son suficientes para conseguir el objetivo. Por ello se justifica la aparición del tercer y el cuarto sector.
Bienes y servicios éticos	Hace referencia a la búsqueda del comercio justo y el desarrollo de la producción y el comercio local. La búsqueda de un comercio integrador pasa por la consecución de un comercio justo. Además, se debe resaltar que gran parte de

<sup>17</sup> El primer sector lo integran las empresas tradicionales que tienen como objetivo primario la maximización del beneficio económico. Por su parte, el segundo sector hace referencia al sector público.

<sup>18</sup> Con tercer sector se hace referencia a las entidades sin ánimo de lucro. Por cuarto sector se entienden aquellas organizaciones híbridas que buscan la armonía y el equilibrio entre la maximización del beneficio económico y la contribución social y medioambiental.

	la innovación social tiene un carácter muy local ya que “se trata de hacer frente con ideas e iniciativas locales a problemas muy locales” (Abreu y Cruz, 2011).
--	--

**Fuente: Elaboración propia**

Por lo tanto, tal y como se ha mostrado en las tablas 3 y 4, debe ser reconocido que la innovación social puede tener impacto en áreas muy diversas. Sin embargo, y a pesar de que es evidente su transversalidad y su utilidad para abordar necesidades y problemas muy diferentes, es importante conocer de forma más exacta aquellos ámbitos en los que existe una propensión más alta para que las iniciativas socialmente innovadoras tengan una mayor presencia e impacto. Con este fin, en el epígrafe 4.3 se va a analizar, teniendo en consideración el análisis de las entrevistas realizadas, cuáles son según los expertos, esas áreas principales en las que las prácticas socialmente innovadoras tienen mayor impacto.

## **2.4 Agentes socialmente innovadores. Las entidades del tercer sector como sujeto ideal para el desarrollo de las innovaciones sociales.**

### **2.4.1 Agentes socialmente innovadores. Una cuestión de enfoques.**

Existen diferentes enfoques que involucran en el desarrollo de las iniciativas socialmente innovadoras a agentes económicos y sociales muy diferentes. Angelidou y Psaltoglou (2017) plantean que la sociedad civil (entidades del tercer sector, movimientos sociales o individuos), el sector público (gobierno) y el sector privado (empresas y empresarios) pueden ser agentes socialmente innovadores. Hernández-Ascanio *et al.* (2016) señalan, además, que a veces éstas incluso pueden ser llevadas a cabo por organizaciones híbridas o múltiples. Murray *et al.* (2010) y Borzaga y Bodini (2014) afirman que los sujetos que pueden llevar a cabo iniciativas socialmente innovadoras son bastante diversos, pudiendo éstas ser desarrolladas desde la propia acción pública o incluso desde el propio sector capitalista privado. Por lo tanto, debe ser reconocido que existen muchos agentes económicos y sociales que participan e incluso lideran proyectos socialmente innovadores.

En contraposición a los argumentos de estos autores, existe una extensa literatura que, aunque no niega que la innovación social pueda ser desarrollada por diferentes tipos de entidades o empresas, defiende la hipótesis de que las entidades del tercer sector son las mejor posicionadas para desarrollar las innovaciones sociales (Buckland y Murillo, 2014; Díaz-Foncea y Marcuello, 2014; Anheier, 2014; García-Flores y Palma, 2020). A este respecto, Klein (2014) va más allá y subraya que las innovaciones sociales sólo pueden ser llevadas a cabo por dos tipos de actores: la ciudadanía y las organizaciones sociales.

Esta disparidad de criterios viene motivada según Moulaert *et al.* (2017) porque dependiendo del enfoque desde el que se comprenda la innovación social, el papel protagonista del agente que desarrolla la innovación social puede cambiar. En este sentido, Hernández-Ascanio *et al.* (2016) asocian que existe una correspondencia directa entre aquellos que definen la innovación social desde un punto de vista transformador y los que entienden que el actor principal del proceso es la sociedad civil organizada.

Por consiguiente, teniendo en cuenta nuestra predilección por el enfoque transformador -de los tres previamente señalados- desde el que entendemos la innovación social, comprendemos que el agente mejor situado para iniciar procesos socialmente innovadores es la sociedad civil organizada. En este sentido, existen estudios, como el realizado por Anheier (2014) que señalan que las entidades del tercer sector, como las asociaciones y las fundaciones, son las mejor posicionadas para coadyuvar a la irrupción de innovaciones sociales.

#### **2.4.2 Las entidades del tercer sector**

El término *tercer sector* fue acuñado originalmente a principios del siglo XX en Estado Unidos. Surge en un contexto donde se comenzaban a consolidar políticas conservadoras acerca de la potestad del sector público en materias sociales (Salamon y Anheier, 1996; Roitter, 2004). No obstante, el concepto no tomó verdadera importancia hasta los años ochenta, coincidiendo con el gobierno de Ronald Reagan.

Su consolidación llegaría en los años noventa, cuando fue exportado a Europa Occidental.

Las entidades del tercer sector, según el informe *Radiografía del Tercer Sector Social en España: retos y oportunidades en un entorno cambiante*, elaborado por PwC (2018: 8), pueden ser definidas como “entidades privadas, formalmente organizadas, de carácter voluntario y sin ánimo de lucro cuyo propósito principal es impulsar el reconocimiento y ejercicio efectivo de los derechos sociales para avanzar hacia una sociedad más cohesionada e inclusiva, incluyendo dentro de las mismas a las entidades de cooperación internacional y de medio ambiente”. Este tipo de entidades se han caracterizado históricamente por prestar, de forma complementaria o alternativa, servicios sociales. De hecho, en el informe de PwC (2018) se plantea su papel subsidiario en la prestación de servicios allí donde ni la acción del sector público ni el mercado lo hacen.

Sin embargo, apunta Roitter (2004) que las entidades del tercer sector no son ajenas al mercado, ya que existe una fuerte relación entre éstas, el sector público y el sector privado capitalista. En este sentido, y dentro de la lógica de la economía de mercado, el entonces Comisario de Mercado Interior, Michel Barnier, durante la conferencia “Social Economy and Social Business” celebrada en Bruselas en noviembre de 2011, afirmó que “las entidades del tercer sector representan justo el modelo de crecimiento sostenible, integrador e inteligente, basado en la innovación, que tanta relevancia tiene para la economía europea”. Para Michel Barnier este tipo de entidades son una vía para conseguir, dentro del sistema económico actual, unos resultados más sociales e inclusivos.

En esta línea, Salamon y Anheier (1994) aseveraron que precisamente las entidades del tercer sector destacaban por ayudar a conseguir un mayor desarrollo económico. Por su parte, Torres (2010) señala que a partir del fomento de nuevas formas de acción y participación de la sociedad civil se posibilitaba una mayor contribución al bienestar social. Así, las entidades del tercer sector pueden coadyuvar a reactivar el tejido social y mejorar la canalización de las necesidades sociales y organizativas de la sociedad civil.

Por otro lado, la estructura financiera de las entidades del sector se caracteriza por estar compuesta por recursos económicos de las donaciones de particulares y empresas, de las subvenciones y ayudas procedentes del sector público, de los beneficios obtenidos de las actividades mercantiles que realizan y de las cuotas de sus asociados (Torres, 2010; Rincón, 2013). No obstante, la principal fuente de financiación ha sido tradicionalmente el sector público (Roitter, 2004; Torres, 2010). A este respecto, afirma Sajardo-Moreno (2016) que este hecho ha ocasionado muchos problemas en la estructura financiera de las entidades, especialmente en las de aquellas que tenían menor tamaño. La mencionada dependencia financiera se vio aún más agravada con el inicio de la última crisis económica provocada por la reducción tanto de financiación pública como privada. Esto ocasionó serias dificultades en las entidades para poder seguir llevando a cabo sus acciones (Fresno y Rauchberger, 2015; PwC, 2018).

Es importante también apuntar que las entidades del tercer sector pertenecerían según Rincón (2013:148) “al subsector de no mercado, conformado en su mayoría por asociaciones y fundaciones que ofrecen servicios, que pueden comercializar en los mercados, pero siempre a precios económicamente no significativos”. En este sentido, este tipo de entidades tienen su razón de ser por iniciativa y voluntad propia para llevar a cabo actividades y prestar servicios de beneficio social a favor de determinados colectivos que demandan dichos servicios (Rincón, 2013; López-Cózar *et al.*, 2015). El propio Rincón (2013: 152) enuncia que entre las principales iniciativas se encuentra la realización de actividades caracterizadas “por la cooperación, la ayuda mutua, la solidaridad, la autogestión de los beneficios de sus asociados, de su familia, de las personas relacionadas con estos y de la comunidad en general”.

Todas estas características y valores que son propios de las entidades del tercer sector han provocado que numerosos autores hayan puesto su atención en las potencialidades de éstas para desarrollar la innovación social.

### **2.4.3 Entidades del tercer sector como agentes socialmente innovadores**

Señalan Moulaert y McCallum (2019: 13) que históricamente el término innovación social ha sido usado para las acciones de movimientos sociales como los surgidos en el siglo XIX que defendían los derechos laborales o el sufragio universal. Aun en la actualidad, organizaciones muy relevantes en el ámbito de la innovación social, como la *Young Foundation*, argumentan que las prácticas socialmente innovadoras surgen de manera embrionaria desde la sociedad civil.

Como se ha mencionado anteriormente existe una extensa literatura que postula a las entidades del tercer sector como las idóneas para liderar iniciativas socialmente innovadoras (Buckland y Murillo, 2014; Díaz-Fonca y Marcuello, 2014; Anheier, 2014; Fantova, 2015; García-Flores y Palma, 2020). Estos autores afirman que las características de este tipo de entidades, su forma de organización y sus objetivos, las hacen idóneas para contribuir al desarrollo y la consolidación de este tipo de iniciativas.

No obstante, se debe ser cautelosos cuando se analizan las acciones e iniciativas de las entidades del tercer sector, ya que, además de acciones socialmente innovadoras estas entidades realizan otro tipo de iniciativas con lógicas más tradicionales. Fazzi (2014) plantea que, aunque las entidades del tercer sector pueden postularse como los agentes principales para el nacimiento y la consolidación de iniciativas socialmente innovadoras, no todas las prácticas o acciones que sean desarrolladas por éstas deben ser considerada como tal *per se*.

Sin embargo, y aunque es completamente cierto que no todas las iniciativas que realizan las entidades del tercer sector son innovaciones sociales, son cada vez más las que ponen en marcha proyectos socialmente innovadores. El motivo principal de ello, aparte de la posibilidad de poder obtener nuevas vías de financiación como ya se ha comentado anteriormente, es que el desarrollo de la innovación social por parte de las entidades del tercer sector supone una ventaja competitiva para ellas en cuanto al posicionamiento que deben tomar en la nueva sociedad del conocimiento y la información (Fantova, 2015). La innovación social supone incorporar al

funcionamiento de las entidades del tercer sector novedosas herramientas y metodologías vinculadas a la innovación social como el fomento de la cultura colaborativa, el *desing thinking*<sup>19</sup> o el *speed meeting*<sup>20</sup>.

En cualquier caso, independientemente de la necesidad de aumentar la eficiencia de sus procesos, la Social Platform (2013) apunta que las entidades del tercer sector están alineadas con las innovaciones sociales en tanto en cuanto éstas ocupan un lugar privilegiado para identificar las necesidades sociales, nuevas o insatisfechas, debido a su permanente contacto con la sociedad civil. Esto, como plantean García-Flores y Palma (2019), es un factor determinante para el nacimiento y desarrollo de la innovación social.

En este sentido, Bason (2010) recalca que la colaboración de las entidades del tercer sector que llevan a cabo innovaciones sociales con el sector público genera incentivos mayores que cuando el sector público colabora con las empresas. Esto sucede porque las entidades del tercer sector anteponen los valores y la misión social que da motivación a su razón de ser, a la maximización de beneficios. Además, tal y como señalan Ariño y Atxutegi (2017), este tipo de entidades destacan por otras características particulares, así como por su capacidad de definir e implementar estrategias colectivas.

Por todo ello, entendemos que las entidades del tercer sector son las mejor posicionadas para el desarrollo de las innovaciones sociales, sin perjuicio de que puedan existir otro tipo de entidades que también las lleven a cabo. Con el objetivo de mostrar que este tipo de entidades encajan con las características propias de la innovación social, en el epígrafe 4.4, se pasa a analizar cómo una iniciativa liderada por una entidad del tercer sector y reconocida como socialmente innovadora se alinea con los principios y características definitorios de la innovación social.

---

<sup>19</sup> El *desing thinking* es una herramienta enfocada en fomentar la innovación en las organizaciones a partir de una metodología participativa, en la que el diseño y el proceso tienen mayor peso que el producto final.

<sup>20</sup> El *speed meeting* hace referencia a eventos de networking, que, bajo un formato lúdico, ayudan a crear contactos profesionales.



### **Capítulo 3. Notas metodológicas**

Una vez realizada la revisión de la literatura sobre la innovación social y sus principales aspectos, en este tercer capítulo se procede a describir la metodología utilizada para la realización de esta tesis doctoral. Con este objetivo se ha dividido el capítulo en tres epígrafes.

En el primer epígrafe, se detalla el diseño de la metodología de la presente tesis doctoral. Concretamente se explican las fases en las que ha sido llevada a cabo, por qué se ha escogido una metodología cualitativa, cómo se han seleccionado a las personas entrevistadas y qué estructura se ha seguido para la realización de las entrevistas.

En el segundo, se explica el tratamiento de los datos obtenidos una vez realizadas las entrevistas. En este epígrafe se aclara por qué se ha elegido Atlas.ti como la herramienta para el análisis del contenido, qué permite descubrir ese análisis, qué se ha tenido en cuenta para la exploración e interpretación de los textos, cómo se ha codificado la información, de qué forma se han agrupado los códigos y por qué es importante conocer sus frecuencias absolutas y relativas de aparición.

Finalmente, en el tercer epígrafe, se explica la metodología seguida para la realización del análisis del caso. Así, se detalla por qué es fundamental la realización del análisis del caso para completar el estudio, qué criterios se han seguido para la selección del caso, qué interrogantes se quieren responder y qué fuentes se han utilizado para la realización del mismo.

#### **3.1 Diseño de la metodología**

En la presente tesis doctoral se han utilizado una serie de técnicas de análisis cualitativas. Concretamente para la búsqueda de una definición de consenso de innovación social, de los elementos determinantes para su aparición, de las características propias que la definen y de las áreas donde es más propicio que tengan impacto, se ha diseñado una metodología basada principalmente en la revisión del

estado del arte y la realización de entrevistas semiestructuradas. Asimismo, para analizar el papel de las entidades del tercer sector como sujetos para llevar a cabo iniciativas socialmente innovadoras, se ha utilizado, junto con las mencionadas técnicas, el análisis de un caso.

Con respecto a la revisión de la literatura, que ha sido realizada en los capítulos 1 y 2, son dos las fases que pueden ser distinguidas.

- En la primera fase se realiza una contextualización del concepto y un análisis del estado de la cuestión. Además, se centra la atención en las diferentes corrientes de pensamiento, en la significatividad del componente espacial, en la importancia del arte y la cultura como vehículos para el desarrollo de la innovación social y en la posible contribución de ésta en la consecución de los ODS.
- En la segunda fase se lleva a cabo un análisis y revisión de la literatura acerca de los principales aspectos en torno a la innovación social: factores determinantes para generar un ecosistema favorable, características propias y definitorias, principales áreas de impacto y las entidades del tercer sector como sujetos para su desarrollo.

Teniendo en cuenta la revisión del estado del arte de las principales cuestiones, y siendo conocedores de la problemática, se han realizado entrevistas semiestructuradas. La técnica ha sido elegida por entender que, aunque existe una amplia y valiosa literatura, la innovación social es un fenómeno vivo y en constante evolución. Por ello, se parte del convencimiento de que, para conocer la realidad de un fenómeno eminentemente práctico, debemos acercarnos a aquellos que mejor conocen la innovación social con el objetivo de confrontar las ideas evidenciadas tras la revisión de la literatura.

A partir de la información procedente de las entrevistas se aportan de forma empírica y fidedigna nuevos elementos para identificar y ponderar los factores, características y áreas de impacto más relevantes de la innovación social, y, además, éstas han

permitido estudiar el papel de las entidades del tercer sector como sujetos idóneos para llevar a cabo prácticas socialmente innovadoras.

Las entrevistas han sido realizadas teniendo en cuenta la visión de tres grupos previamente definidos<sup>21</sup>: agentes que han desarrollado iniciativas socialmente innovadoras como Ana Hevilla, que es la responsable del Área Social del Grupo de Desarrollo Rural Valle del Guadalhorce; agentes de centros de fomento de la innovación social como David Pino, que es director de Innovación y Economía Social del Ayuntamiento de Sevilla; científicos y académicos como Pilar Tirado, que ha publicado trabajos de impacto en materia de innovación social. Estos tres perfiles, que son diferentes pero complementarios, nos permiten tener una visión completa y transversal acerca del fenómeno.

Con respecto a la selección de los entrevistados, hay que mencionar que se ha primado fundamentalmente la relevancia de la experiencia y del proyecto, la trayectoria académica y profesional, así como los reconocimientos y premios que organismos de prestigio han otorgado en materia de innovación social a los individuos, o a los colectivos que representan, por su buen hacer<sup>22</sup>.

Teniendo siempre en cuenta los mencionados criterios se ha tratado de contactar con un total de 87 personas, siendo 24 las que finalmente accedieron a realizar las entrevistas. En la selección de los sujetos también existió un cierto grado de oportunidad que el propio avance de la investigación propició, ya que los mismos entrevistados nos facilitaron en ocasiones la posibilidad de contactar con expertos y perfiles interesantes que cumplían con los criterios establecidos. Las entrevistas fueron realizadas entre los meses de junio y noviembre de 2018 y tuvieron una duración de entre 50 y 75 minutos.

La estructura seguida para la realización de las entrevistas consta de tres partes

---

<sup>21</sup> En el anexo 1 pueden ser consultada la lista de todas las personas entrevistadas para esta tesis doctoral.

<sup>22</sup> En todos los casos se han seleccionado responsables de organizaciones con una amplia trayectoria, responsables directos de los proyectos, centros o empresas, así como académicos y científicos con publicaciones de alto impacto sobre la materia.

diseñadas para conseguir los objetivos de la investigación; la primera, en la que se planteaban preguntas genéricas sobre innovación social; la segunda, en la que se cuestionaba acerca de los aspectos más significativos de su proceso de generación y, por último, una sección dedicada a los efectos y resultados a los que, en opinión de los entrevistados, la innovación social puede dar lugar<sup>23</sup>.

Estas preguntas han permitido conocer de forma muy amplia la perspectiva de los distintos expertos acerca de los principales asuntos de interés a nivel tanto académico como práctico para el estudio y desarrollo de la innovación social.

### **3.2 Tratamiento de los datos de las entrevistas.**

Con el objetivo de analizar el contenido de las 24 entrevistas realizadas se ha utilizado el programa informático Atlas.ti. Siguiendo a Prados (2007: 62) “Atlas.ti es una herramienta informática la cual es capaz de analizar datos cualitativos complejos de forma estructurada (...) que se articula alrededor de la *Grounded Theory*, y que trata de generar teoría a la vez que investiga en la materia; ambas como parte de un mismo proceso”. Esta herramienta nos ha asistido en el análisis del contenido<sup>24</sup> de las transcripciones, facilitando el posterior trabajo interpretativo.

El análisis de contenido permite descubrir componentes básicos de un fenómeno concreto teniendo en consideración las ideas expresadas por los entrevistados a partir de palabras y frases (Noguero, 2002). A este respecto, afirma Escalante (2009), que dichas expresiones y la trascendencia de los conceptos presentes en un texto son de elevada significatividad, ya que a partir de ellos se pueden identificar su importancia y relación.

Para la exploración e interpretación de los textos se han analizado los contextos lingüísticos y semánticos de aquellas palabras o frases que eran susceptibles de

---

<sup>23</sup> En el anexo 2 puede ser consultado el guión seguido para realizar las entrevistas semiestructuradas.

<sup>24</sup> Siguiendo a Berelson (1952) el análisis de contenido es una técnica de investigación que busca reducir la subjetividad del investigador y ser más sistemática y cuantitativa.

expresar un concepto. En total se ha realizado un análisis de 24 archivos primarios, que representan cada una de las transcripciones de las entrevistas realizadas.

Lo primero que se ha llevado a cabo tras la transcripción de las entrevistas es su codificación. Este proceso supone una forma de reducción de datos, ya que, partiendo de un gran volumen de información, logramos segmentar ciertos fragmentos de la información (citas) y etiquetarlas a partir de códigos (Pérez-López *et al.*, 2015). Estos son los elementos principales de análisis y son considerados como un sistema de categorías. Se ha realizado un análisis buscando citas que hicieran referencia a tres asuntos principales:

- A la existencia de factores que condicionaran la irrupción de la innovación social.
- A las características propias de la innovación social.
- A las áreas propicias para su desarrollo.

Cada vez que se ha identificado una cita que hacía referencia a cualquiera de los asuntos señalados se ha etiquetado un código -referido a un determinado asunto relacionado con el contenido de la cita<sup>25</sup>-. Por consiguiente, la codificación ha contribuido a realizar conexiones entre las diferentes partes de la información que disponemos.

Una vez realizada la codificación, cuando ya se tenían todos los códigos, se han organizado en familias<sup>26</sup>. Concretamente, en sintonía con los fines principales del análisis, en tres familias: una, en la que se recogen los códigos relativos a los *factores determinantes*, otra relacionada con aquellos que hacen referencia a las *características*

---

<sup>25</sup> En una cita pueden identificarse uno o más factores, lo que hace que se puede etiquetar dicha cita con uno o más códigos. Cuando en una cita se etiquetan más de un código, estos coocurren, lo que es signo evidente de que puede existir una relación entre los factores a los que representan.

<sup>26</sup> Así como los códigos “agrupan” citas, es posible crear agrupaciones de los códigos mediante *familias*.

*propias* de la innovación social y otra que encuadran códigos relacionados con las *áreas más propicias para el impacto de la innovación social*.

Una vez establecidas las familias, y conocidos los códigos que se engloban en cada una de ellas, se pasa a mostrar en la tabla 5 el número de códigos asignados a cada una de las familias.

**Tabla 5: Número de códigos identificados por familia**

<b>Familia</b>	<b>Número de códigos</b>
Factores determinantes	29
Características propias de la innovación social	18
Áreas más propicias para el impacto de la innovación social.	17
<b>Total de códigos</b>	<b>64</b>

**Fuente: Elaboración propia.**

Una vez mostrado el número total de códigos que corresponden a cada una de las familias, se han realizado los análisis para cada una ellas de forma independiente. En primer lugar, se analizan los códigos recogidos en la familia *factores determinantes*, en segundo lugar, se observan aquellos encuadrados en la familia de *características propias de la innovación social*, y, en tercer lugar, se estudian los relacionados con las *áreas más propicias para el impacto de la innovación social*.

En esta labor de análisis, es importante destacar que el programa Atlas.ti cuenta con la herramienta *WordCruncher* para contar la frecuencia absoluta de los códigos que se han etiquetado. Esta frecuencia hace referencia al número total de veces que un código ha sido etiquetado. En este sentido, señala Noguero (2002) que dichas frecuencias de aparición de los códigos son esenciales para realizar un análisis estadístico del contenido.

Una vez conocidas las frecuencias absolutas de los códigos resultaba de gran interés conocer el peso de cada uno de los códigos por familia. Con el fin de obtener más

información acerca de la importancia de cada uno de ellos era necesario calcular una frecuencia relativa por familia. A continuación, en la tabla 6, se pasa a mostrar cómo se ha hecho la relativización de los códigos.

**Tabla 6: Número total de veces que se repitieron todos los códigos identificados en una familia**

<b>Familia</b>	<b>Número total de veces que se repitieron los códigos englobados en la familia</b>	<b>Cálculo de la frecuencia relativa</b>
<b>Factores determinantes</b>	577	$\frac{n}{577}$
<b>Características propias de la innovación social</b>	257	$\frac{n}{257}$
<b>Áreas más propicias para su desarrollo</b>	198	$\frac{n}{198}$

**Fuente: Elaboración propia**

Por lo tanto, la frecuencia relativa de los códigos hace referencia al número de veces que se repite un código (n) con respecto número total de veces que se repitieron todos los códigos englobados en esa familia. Por ejemplo, para la familia *factores relevantes para su aparición* la frecuencia relativa de un código cualquiera sería=  $\frac{n}{577}$ .

Utilizando las fórmulas mostradas en la tercera columna de la tabla 6, se calcula la frecuencia relativa de cada uno de los códigos por familias, lo que contribuye a ordenar y conocer la influencia del peso de cada uno de ellos. En este sentido, Fraile *et al.* (2018), señalan que este estadístico descriptivo, ayuda a entender la fuerza con la que subyace un factor en el fenómeno investigado.

Una vez identificados los códigos y sus frecuencias, se generaron redes de coocurrencia<sup>27</sup>, que permitieron analizar, por familias, las diferentes interacciones entre cada uno de los códigos señalados. Así se ha utilizado la coocurrencia para facilitar la agrupación de los códigos en pilares, bloques y esferas según la familia correspondiente.

### **3.3 Análisis del caso**

Una vez identificados y ponderados los principales factores, características y áreas de desarrollo de innovación social, es importante completar el estudio observando qué tipo de agentes económicos y sociales suelen liderar y diseñar este tipo de iniciativas. En este sentido, como ya se ha mencionado en el epígrafe 2.4, existe una amplia literatura que señala que las entidades del tercer sector son las mejor posicionadas para coadyuvar a la irrupción de innovaciones sociales (Buckland y Murillo, 2014; Díaz-Foncea y Marcuello, 2014; Anheier, 2014; Fantova, 2015).

Asimismo, los entrevistados plantearon que las entidades del tercer sector son sujetos ideales, por sus características y capacidades, para el desarrollo de la innovación social, destacando especialmente las asociaciones. Las entidades del tercer sector fueron mencionadas como las mejor posicionadas para el desarrollo de la innovación social hasta en veintisiete ocasiones, siendo las asociaciones mencionadas en un total de dieciséis. Por ello, nos parece fundamental para completar los análisis realizados, observar a partir del análisis de un caso, por qué las entidades del tercer sector contribuyen al desarrollo de la innovación social.

Para la selección del caso se han establecido los siguientes criterios:

- Que fuera una asociación.

---

<sup>27</sup> La coocurrencia hace referencia a aquellos códigos que tienen una relación en el sentido de que *coocurren* en alguna cita.



- Que hubiera llevado a cabo iniciativas reconocidas por centros o institutos encargados de promover la innovación social como indicio de éxito o potencial innovador.
- Que nos permitiera conocer en profundidad las prácticas que llevaban a cabo a partir de la realización de entrevistas y el suministro de documentos primarios.

Teniendo en cuenta estos criterios se ha elegido como sujeto para el caso al *Grupo de Desarrollo Rural Valle del Guadalhorce*<sup>28</sup> que es una asociación sin ánimo de lucro integrada por habitantes de la localidad. Esta asociación además de gestionar y ejecutar programas de ayuda al desarrollo rural, tiene como objetivo la dinamización económica, social y cultural, el crecimiento económico sostenible e integrador del territorio, la transparencia informativa y la cooperación. Para ello, esta entidad diseñó la Estrategia de Desarrollo Local del Valle del Guadalhorce 2016-2020, donde se proponía, siguiendo una lógica socialmente innovadora, un conjunto de medidas y acciones que permitiera alcanzar los objetivos anteriormente mencionados

En 2018 esta asociación fue reconocida como Nodo de Innovación Social en la provincia de Málaga. Este reconocimiento es otorgado por el Centro de Innovación Social La Noria<sup>29</sup> y la obra social La Caixa, a través del Programa de apoyo a la implementación de proyectos de Innovación Social. Se recoge así el fruto de las actuaciones que se han realizado desde la asociación en la última década y en las que ha tenido especial relevancia la mencionada Estrategia.

El análisis de caso se realiza teniendo en consideración la definición de innovación social más aceptada y reconocida por los entrevistados, la de la Comisión Europea (2013: 6):

---

<sup>28</sup> Puede ser consultado a través del siguiente enlace:

<https://www.valledelguadalhorce.com/ficheros/descargas/edl%20gdr%20valle%20del%20guadalhorce.pdf>

<sup>29</sup> Ver el dossier elaborado por La Noria: *Nuevos retos, nuevas soluciones de innovación social 2018*. <http://www.malaga.es/lanoria/7481/proyectos-2018>

*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.*

Partiendo de esta definición, son tres los interrogantes a los que hay que responder:

- ¿Qué nuevo producto/servicio/modelo se propone?
- ¿Qué problema o necesidad social se satisface?
- ¿Cuál es la mejora que se introduce?

En el estudio del caso se han utilizado fuentes primarias de información como entrevistas en profundidad realizadas a los responsables de las iniciativas socialmente innovadoras en diferentes fases temporales, así como los datos provenientes de fuentes de información secundarias y los documentos facilitados por los propios encargados de la iniciativa.

**Anexo 1: Personas que han sido entrevistadas para la realización de esta tesis doctoral**

<b>Responsables de centros o empresas</b>	<b>Posición</b>	<b>Webs</b>
Reyes García García	Agente de innovación local de la red Guadalinfo.	<a href="http://www.blog.guadalinfo.es/etiqueta/innovacion-social/">www.blog.guadalinfo.es/etiqueta/innovacion-social/</a>
Ana María Romero Chamorro	Directora del Centro de Innovación Social de la provincia de Málaga.	<a href="http://www.malaga.es/lanoria/">www.malaga.es/lanoria/</a>
Javier González Abad	Director del laboratorio de innovación social y digital "Citilab Cornellà"	<a href="http://www.citilab.eu">www.citilab.eu</a>
Carlos Lora Calvo	Cofundador y presidente del laboratorio de innovación social "Espacio_Res"	<a href="http://www.espacios.org/es">www.espacios.org/es</a>
David Pino Merlo	Director de Innovación y Economía Social en el Ayuntamiento de Sevilla	<a href="http://www.sevilla.org/servicios/empleo/innovacion-social/">www.sevilla.org/servicios/empleo/innovacion-social</a>
Gotzon Bernaola Ariño	Director de Programas de Innovación Social en Innobasque (Agencia Vasca de Innovación)	<a href="http://www.innobasque.eus/">www.innobasque.eus/</a>
Casilda Heraso Torres	Directora de Selección de Emprendedores en Ashoka	<a href="http://www.ashoka.org/es">www.ashoka.org/es</a>
Ona Argemí Guitart	Es miembro del equipo de la consultora UpSocial con sede operativa en Barcelona.	<a href="http://www.upsocial.org/es">www.upsocial.org/es</a>
Resurrección Hernández Gómez	Directora del Área de Servicios a la Ciudadanía de la Diputación Provincial de Málaga	<a href="http://www.malaga.es/">www.malaga.es/</a>
<b>Académicos</b>	<b>Posición</b>	<b>Webs</b>
Jenny Melo Velasco	Investigadora y coautora del trabajo “Panorama actual de la Innovación Social en Colombia”.	<a href="http://www.innove.com.co/">www.innove.com.co/</a>
Ismael Blanco Filolla	Profesor asociado del Departamento de Ciencia Política e investigador del Instituto de Gobierno y Políticas Públicas de la Universidad Autónoma de Barcelona.	<a href="http://www.uab.academia.edu/">www.uab.academia.edu/</a>
Ana Luisa López Vélez	Investigadora en el Departamento de Didáctica y Organización Escolar en la Universidad Deusto.	<a href="http://www.deusto.es/cs/">www.deusto.es/cs/</a>
Laura Villa López	Investigadora y coautora del trabajo “Panorama actual de la Innovación Social en Colombia”.	<a href="http://www.innove.com.co/">www.innove.com.co/</a>
Carlos María Fernández Jardón	Investigador en el Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Vigo.	<a href="http://www.uvigo.gal">www.uvigo.gal</a>

Pilar Tirado Valencia	Investigadora en el departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad Loyola Andalucía.	<a href="http://www.loyola.academia.edu">www.loyola.academia.edu</a>
<b>Directores y encargados</b>	<b>Posición</b>	<b>Webs</b>
Ana Hevilla Ordóñez	Responsable del Área de Desarrollo Rural del Grupo del Valle del Guadalhorce.	<a href="http://www.valledelguadalhorce.com/">www.valledelguadalhorce.com/</a>
Luis Miguel Jurado Mancilla	Presidente de la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo (FAECTA)	<a href="http://www.faecta.coop/index.php?id=inicio">www.faecta.coop/index.php?id=inicio</a>
Jose Manuel Salado Fernández	Persona encargada de la iniciativa de Innovación Social “Crafteando”.	<a href="http://www.asociacionarrabal.org/portfolio/crafteando-mi-pueblo">www.asociacionarrabal.org/portfolio/crafteando-mi-pueblo</a>
Javier Montaner Gutiérrez	Director de Mouse4all.	<a href="http://www.mouse4all.com/es/">www.mouse4all.com/es/</a>
Juan Antonio Vallecillo Lobato	Asistente de proyectos en Asprodisis.	<a href="http://www.asprodisis.org">www.asprodisis.org</a>
Elena Domínguez Iten	Directora en España de la iniciativa Perros y Letras.	<a href="http://www.perrosyletras.com">www.perrosyletras.com</a>
Rubén Martínez Moreno	Coordinador del área de investigación de la Hidra Cooperativa.	<a href="http://www.lahidra.net/">www.lahidra.net/</a>
Oriol Vilalta i Caellas	Director general de la Fundación “Pau Costa”.	<a href="http://www.paucostafoundation.org">www.paucostafoundation.org</a>
Maria Vela Campoy	Coordinadora del área de Agroecología y Permacultura en Ecoherencia.	<a href="http://www.ecoherencia.es">www.ecoherencia.es</a>

## **Anexo 2: Guión utilizado para la realización de las entrevistas semiestructuradas a los diferentes agentes económicos y sociales.**

### **PARTE I: Preguntas genéricas sobre innovación social**

1. Desde su punto de vista, ¿qué es para usted la innovación social?
2. ¿Cuáles cree que son las principales características y/o propiedades que debe tener una iniciativa o actividad para considerarla como una innovación social?
3. ¿Cree que se está sobre utilizando el concepto de innovación social? ¿Teme que pierda su valor?
4. ¿Qué motivos cree que llevan a los agentes a realizar prácticas socialmente innovadoras? En su caso o el de su asociación/empresa/sector representado, ¿cuál fue su motivación principal?
5. ¿Qué papel cree que juegan en la innovación social los centros de apoyo a la innovación social? ¿Y los académicos? ¿Señalaría algún otro agente que fuera relevante para el fomento y desarrollo de las innovaciones sociales? ¿Qué tipo de apoyo ha recibido su asociación /empresa?
6. ¿Cuál cree que es el perfil de los agentes socialmente innovadores? ¿Qué tipo de organizaciones, empresas (centros tecnológicos, empresariales, cooperativas...), organismos públicos cree que pueden llevar a cabo actividades socialmente innovadoras?
7. ¿Qué etapas cree que suele pasar una iniciativa socialmente innovadora desde que nace hasta que se consolida? ¿Cuál es la fase más crítica?

### **PARTE II: Identificación de variables**

8. ¿En qué tipo de regiones cree que se desarrollan las innovaciones sociales?
9. ¿Cree que en aquellas regiones donde existen más problemas, surgen más innovaciones sociales?
10. ¿Qué factores facilitaron el lanzamiento de su iniciativa socialmente innovadora?
11. ¿Qué factores supusieron una barrera o dificultaron dicho proceso?
12. Si tuviese que elegir tres grandes pilares que son esenciales para el desarrollo y fomento de las innovaciones sociales, ¿cuáles serían?
13. ¿Cómo cree que pueden ser medidos dichos factores?
14. ¿Quién cree que puede promover que esos factores que usted menciona puedan ser incentivados?
15. ¿Qué papel considera que tiene la creatividad sobre la innovación social? ¿Y el arte y la cultura?

### **PARTE III: Las potencialidades de la innovación social**

16. ¿Cuáles cree que son los principales beneficios de llevar a cabo actividades socialmente innovadoras para la sociedad?
17. ¿En qué campos cree que puede ser especialmente útil o relevante el desarrollo de innovaciones sociales? ¿Qué tipo de problemas cree que puede coadyuvar a resolver?
18. ¿Cree que puede ser afirmado que aquellas regiones donde existen menos problemas es porque hay iniciativas socialmente innovadoras? ¿O cree que la poca incidencia de determinados problemas en una región precisamente desincentiva la innovación social?
19. ¿Qué papel cree que tiene la innovación social en la mejora y la modernización del sector público?
20. ¿Qué implicaciones positivas cree que su iniciativa genera en la sociedad?
21. ¿Cuál es el objetivo de su iniciativa/centro/grupo de investigación a medio plazo?

#### **Capítulo 4. Factores determinantes, características propias, áreas de impacto y el papel de las entidades del tercer sector.**

En este último capítulo, tras la contextualización, la revisión de la literatura realizada y la explicación de la metodología, se pasa a mostrar los resultados obtenidos a partir del análisis de las entrevistas y el análisis del caso. Este cuarto capítulo se ha dividido en cuatro epígrafes. El contenido de cada uno del epígrafe supone un avance con respecto al estado del arte de cada uno de los aspectos de la innovación social que han sido abordados.

En el primer epígrafe, se aporta conocimiento útil para mejorar la elaboración de políticas de innovación social a partir del desarrollo de estrategias que permitan priorizar los elementos a fomentar, y tengan en cuenta, no solo qué factores influyen en su irrupción, sino cómo de relevantes son cada uno de ellos. En resumen, se expone un conocimiento clave para generar un ecosistema favorable para la innovación social.

En el segundo epígrafe, se posibilita la mejora de la valoración de las iniciativas, así como la delimitación de lo que es y no innovación social. Esto puede coadyuvar a gestionar de forma más eficiente la asignación de los recursos. Con la ponderación de los criterios, aquellos que tienen que tomar decisiones para otorgar ayudas, subvenciones o establecer estrategias, tienen una guía sobre las propiedades fundamentales sobre las que deben enfocar su atención.

En el tercer epígrafe, se identifica un conjunto de áreas donde los expertos inciden en que son propicias para el impacto de la innovación social. Asimismo, las áreas identificadas nos permiten analizar a qué Objetivos de Desarrollo Sostenible marcados por Naciones Unidas pueden contribuir en mayor medida las prácticas socialmente innovadoras.

Finalmente, en el cuarto epígrafe se analiza el encaje de las características identificadas como propias de la innovación social con la lógica de actuación de las entidades del tercer sector a partir del análisis del caso.

A continuación, se presenta de forma detallada y pormenorizada los resultados obtenidos para cada uno de los aspectos de la innovación social que han sido estudiados. La estructura que se ha seguido para diseñar cada uno de los epígrafes es, en primer lugar, mostrar los resultados y, en segundo lugar, analizarlos y explicarlos.

#### 4.1 Identificación de los factores y análisis de sus relaciones

El análisis del contenido de las entrevistas ha posibilitado la identificación de un total de 29 factores que facilitan que se origine la innovación social. Estos factores se han agrupado, tras el análisis de su coocurrencia, en cinco pilares: elementos sociales y culturales; apoyo político e institucional; conocimiento y mecanismos facilitadores; componentes espaciales; entidades y mecanismos que determinan la estructura productiva empresarial y social. En la tabla 7 se muestran los pilares y los factores que se les asocian.

**Tabla 7: Factores ponderados que determinan la aparición de la innovación social en los territorios.**

**Tabla 7.A: Pilar 1. Elementos sociales y culturales de la población**

<b>Elementos sociales y culturales de la población</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Existencia de preocupación social	33	0,05719
Propensión cultural al cambio	33	0,05719
Propensión a la participación	23	0,03986
Propensión a la colaboración	22	0,03812
Existencia de una clase creativa	21	0,03638
Capacidad y disponibilidad para trabajar con diferentes agentes económicos y generar acción colectiva	17	0,0294
Existencia de una cultura asociativa de los individuos	12	0,02079
<b>Totales</b>	<b>161</b>	<b>0,27902</b>



**Tabla 7.B: Pilar 2. Elementos sociales y culturales de la población**

<b>Apoyo político e institucional</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Existencia de programas de apoyo a la innovación social	51	0,08838
Existencia de laboratorios o centros de innovación social	34	0,05892
Existencia de financiación pública	34	0,05892
Existencia de una regulación eficiente y ausencia de trabas	17	0,02946
Políticas de educación para fomentar la innovación	12	0,02079
<b>Totales</b>	<b>148</b>	<b>0,25649</b>

**Tabla 7.C: Pilar 3. Conocimientos y mecanismos facilitadores**

<b>Conocimientos y mecanismos facilitadores</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Conocimiento de la realidad local	32	0,05545
Conocimiento de las oportunidades y potencialidades de nuevos medios e instrumentos	26	0,04506
Facilidades y medios para establecer nuevas comunicaciones y redes	22	0,03812
Espacios para el desarrollo de las iniciativas	17	0,02946
Presencia de otros tipos de innovación	10	0,01733
Mecanismos de cooperación entre universidad-ciencia-sociedad	9	0,01559
<b>Totales</b>	<b>116</b>	<b>0,20103</b>

**Tabla 7.D: Pilar 4. Componentes espaciales**

<b>Componentes espaciales</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Nivel socioeconómico de la población	55	0,09532
Densidad de la población	9	0,01559
Orografía	6	0,01039
Posición geográfica	6	0,01039
Existencia de recursos naturales próximos	3	0,00519
Existencia de otras experiencias socialmente innovadoras	3	0,00519
<b>Totales</b>	<b>82</b>	<b>0,14211</b>

**Tabla 7.E: Pilar 5. Elementos sociales y culturales de la población**

<b>Entidades y mecanismos que determinan la estructura productiva empresarial y social</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Nexos que favorecen las relaciones público-privadas	25	0,04332
Existencia de cooperativas	23	0,03986
Existencia de entidades sociales	11	0,01905
Actividad empresarial activa. Emprendimiento	6	0,01039
Reconocimiento y existencia de premios (favorece la visibilización)	5	0,00866
<b>Totales</b>	<b>70</b>	<b>0,12131</b>

**Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por las entrevistas realizadas y procesadas a través del software Atlas.ti**

En la tabla 7, además de los factores que son determinantes de la innovación social y los pilares en los que por temática se agrupan, se han mostrado las frecuencias absolutas y relativas de cada uno de ellos. Dichas frecuencias son utilizadas como *proxy* para ponderar la importancia de los factores y pilares señalados. Esto permite conocer cuáles son más necesarios y tienen mayor peso en la facilitación de la aparición de las innovaciones sociales. En la tabla 8, se han resumido los 10 factores con mayor importancia relativa.

**Tabla 8: Factores ordenados del 1 al 10 por orden de importancia relativa**

<b>Factores</b>
1. Nivel socioeconómico de la población
2. Existencia de estrategias y líneas de actuación para desarrollar la innovación social
3. Existencia de laboratorios o centros de innovación social
4. Existencia de financiación pública
5. Existencia de preocupación social
6. Propensión cultural al cambio
7. Conocimiento de la realidad local
8. Conocimiento de las oportunidades y potencialidades de nuevos medios e instrumentos
9. Nexos que favorecen las relaciones público-privadas
10. Existencia de cooperativas

**Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por las entrevistas realizadas y procesadas a través del software Atlas.ti**

A continuación, se pasa a explicar, por pilares, cada uno de sus componentes por orden de significatividad relativa.

#### **4.1.1 Elementos sociales y culturales de la población**

El primer pilar es *elementos sociales y culturales de la población* y se agrupan un total de siete factores.

Entre esos elementos, la *existencia de preocupación social* y la *propensión cultural al cambio* se presentan, con la misma frecuencia relativa, como los factores más relevantes en este pilar.

La *existencia de preocupación social* ante ciertos problemas hace germinar acciones que buscan resolver total o parcialmente dichos retos. Pese a ello, ese motor se ve en ocasiones limitado si no existe una tolerancia y propensión a los cambios por parte de la población. Por ese motivo, la *propensión cultural al cambio* aparece como la primera barrera o limitación que existe en cualquier sociedad. Si se piensa que las cosas no se pueden cambiar, que vienen ya predeterminadas, o que de manera individual se tiene una escasa capacidad de transformación, las posibilidades de que surjan iniciativas que logren penetrar en la sociedad son muy bajas. En consecuencia, la resistencia a actuar de forma distinta y la aversión al riesgo son situaciones que deber ser combatidas fomentando una metamorfosis cultural de la población.

El tercer y cuarto factor hacen referencia a *participar y colaborar* en aquellos asuntos que dan origen tanto a preocupaciones sociales como personales. A través de la participación, los sujetos conocen a otras personas, entendiendo que hay muchas de éstas que tienen sus mismas motivaciones e inquietudes, lo cual fortalece su espíritu y reduce su animadversión a enfrentarse a nuevas situaciones. Los individuos entienden que, a través de la colaboración, se puede lograr la consecución de metas que de forma individual parecían inalcanzables.

Todo ello se ve favorecido por el quinto factor en este pilar; *la existencia de una clase creativa*. Los retos globales y complejos requieren de personas creativas que diseñen

soluciones alternativas. La creatividad es una característica necesaria para el diseño de dichas soluciones, que serán más efectivas, cuando en su elaboración colaboren tanto grupos de interés cercanos como otros agentes económicos y sociales. Por consiguiente, el sexto factor relevante es la *capacidad y disponibilidad para trabajar con todos los agentes económicos y generar acción colectiva*.

Estos entornos creativos donde individuos muy diferentes se unen para buscar soluciones a sus problemas, se originan con mayor facilidad en aquellos territorios donde existe una *cultura asociativa* fuerte. A pesar de que este factor es el que tiene un menor peso en el pilar, hay que tenerlo en cuenta ya que el sentimiento de unión hace que las asociaciones actúen en muchos casos como nodos para la innovación social, facilitando la acción colectiva y de la comunidad.

#### **4.1.2 Apoyo político e institucional**

El segundo pilar es el *apoyo político e institucional*. Se encuadran en éste un total de cinco factores y se evidencia mediante él la necesidad de elaborar líneas de actuación concretas desde aquellas administraciones públicas que deseen fomentar las experiencias socialmente innovadoras.

En este sentido, aunque la innovación social suele germinar desde procesos de abajo hacia arriba, su nacimiento y desarrollo se encuentran muy condicionados a que desde la esfera pública se apliquen las políticas y medidas adecuadas. Este apoyo se canaliza, en muchas ocasiones, en la elaboración de un programa en el que se detallen una batería de acciones y líneas de actuación que contribuyan a la aparición de iniciativas socialmente innovadoras -teniendo en cuenta las carencias que hay en los territorios-. Por ello, el factor más significativo en este pilar es la *existencia de programas de apoyo a la innovación social*.

Sin embargo, la innovación social no debe ser institucionalizada si lo que se pretende es lograr los efectos positivos que se derivan del fenómeno. Cuando desde las instituciones se intenta diseñarla, se corre el riesgo de perder aquellas características que aportan su auténtico valor añadido. Los planes y programas deben cubrir aquellas

necesidades que las comunidades y las iniciativas socialmente innovadoras de cada territorio presenten, así pues, es primordial que se realicen de forma conjunta con los encargados y responsables de dichas iniciativas.

Entre las medidas que desde la administración se suelen llevar a cabo destaca la *creación de centros o laboratorios de innovación social*. Este factor es el segundo más relevante en este pilar. La utilidad de dichos centros o laboratorios reside en su capacidad para asesorar, aportar medios y aumentar el impacto y la probabilidad de éxito de las iniciativas socialmente innovadoras. Además, son un punto de encuentro ideal para colaborar y lograr sinergias con otras iniciativas y comunidades, así como para estar en contacto permanente con los decisores públicos.

Por otro lado, el tercer factor (que tiene la misma frecuencia relativa que el anterior mencionado) hace referencia a que desde los organismos públicos se facilite la posibilidad de acceder a *financiación pública*. Hay que considerar que los proyectos socialmente innovadores suelen tener muchas dificultades para conseguir financiación en el mercado. Esto puede provocar que, pese que las iniciativas deban aspirar a autofinanciarse, en las primeras etapas de su nacimiento sea necesario apoyarlas económicamente hasta su consolidación.

El cuarto factor es que desde la esfera pública se logre crear *una regulación eficiente y con cierto grado de flexibilidad* en la que no exista burocracia innecesaria. El papel que la legislación tiene es esencial en la creación de un ecosistema beneficioso para la innovación social. Las iniciativas sufren en ocasiones dificultades para emerger por su multidisciplinariedad y transversalidad, lo que no está en consonancia con las regulaciones tradicionales diseñadas, en su mayoría, de forma sectorial. Así pues, adaptar la regulación es trascendental para que no se convierta en un problema sistémico. Además, la reducción de trabas, garantizar la unidad de mercado y plantear ciertas ventajas fiscales, son otras medidas que tendrían un impacto muy positivo.

El último factor es la idoneidad de que existan *acciones y políticas públicas que fomenten una cultura de la innovación* desde la infancia. De esta manera, crear un tejido o un entorno que favorezca la innovación social es mucho más plausible, ya

que, desde una edad muy temprana, se habría motivado y enseñado que la innovación es una herramienta útil para conseguir transformar situaciones estructurales.

#### **4.1.3 Conocimientos y mecanismos facilitadores**

El tercer pilar es *conocimientos y mecanismos facilitadores* y se agrupan un total de seis factores que promueven la creación de un entorno favorable a la innovación social.

El factor con mayor peso dentro de este pilar es *el conocimiento de la realidad local*. Hace referencia al conocimiento del entorno, de sus problemas y de su casuística. La mejor manera de diseñar una metodología para resolver un problema social es saber en profundidad acerca de éste y conocer los medios con los que se cuentan para poder solucionarlo.

A este respecto, el segundo factor es *el conocimiento de las oportunidades y potencialidades de nuevos medios e instrumentos* como el co-diseño o micromecenazgo, nuevos espacios de trabajo cooperativos o nuevos modelos que rompen estructuralmente con la hegemonía del sistema capitalista como las co-viviendas. La familiarización con modelos y nuevas fórmulas de gestión existentes, junto al conocimiento de la realidad local, es un binomio que genera soluciones socialmente innovadoras.

Otro factor valioso es *la existencia de facilidades y medios para establecer nuevas comunicaciones y redes* que posibiliten la puesta en común de ideas y la retroalimentación. Los medios pueden ser foros, congresos o reuniones multilaterales que facilitan el aprendizaje de nuevas técnicas y aplicaciones para mejorar la eficiencia de las respuestas.

El cuarto factor más determinante en este pilar es *la posibilidad de disponer de un espacio*. El tener un espacio, ya sea físico o no, para el desarrollo de la actividad es una forma de estabilización y consolidación para las iniciativas. También es un elemento que guarda una alta relación con el factor anteriormente mencionado ya que

los espacios concretos facilitan y fomentan las relaciones sociales, funcionando como polos de atracción y publicidad de las iniciativas.

El quinto factor es la *presencia de otros tipos de innovación en el territorio*. Esto beneficia al dinamismo social y repercute en las facilidades para crear iniciativas socialmente innovadoras por un doble motivo: en primer lugar, porque éstas pueden nutrirse de otras innovaciones, y, en segundo lugar, porque allí donde hay innovaciones de cualquier tipo significa que existe una serie de factores que pueden ser comunes y necesarios para otras.

Finalmente, cabe especificar que, aunque todos los factores tienen una elevada importancia, todos ellos se verían reforzados –y los proyectos ganarían más fuerza– con metodologías y estudios científicos que los analizasen y apoyasen. Por ello, que *existan mecanismos que permitan la transferencia de conocimiento desde la universidad y centros de investigación a la sociedad*, es un elemento que coadyuvaría a fortalecer el deseable ecosistema. Éste se postula como el último factor dentro de este pilar.

#### **4.1.4 Componentes espaciales**

El cuarto pilar hace referencia a un conjunto de seis factores que se encuadran bajo la denominación de *componentes espaciales*. En este pilar se agrupan aquellos que determinan al territorio *stricto sensu*, pero, debe aclararse, que como ha sido expuesto en anteriores epígrafes, el territorio afecta y condiciona de forma transversal a todos ellos.

A este respecto, el factor más determinante tanto de este pilar como de todos los señalados en la tabla 7 es el *nivel socioeconómico de la población*. Es el factor con mayor peso (0.09532) debido a que hace alusión a variables tan significativas para la caracterización del espacio como el empleo, los ingresos o el nivel de educación. Son todos ellos condicionantes de las capacidades sociales y económicas de los territorios, lo que afecta a las potencialidades y necesidades de los individuos para desarrollar acciones que aumenten su bienestar social.

En este sentido, una sociedad con nivel socioeconómico medio será mucho más propensa a generar innovaciones sociales que una sociedad con un nivel socioeconómico alto o bajo. Muestra de ello es que, en los barrios con nivel socioeconómico más alto, donde las personas pueden cubrir sus necesidades acudiendo al mercado, no existen –salvo excepciones– muchas iniciativas socialmente innovadoras. En el polo opuesto, en los barrios con nivel socioeconómico más bajo, ocurre que hay necesidad de innovación social ya que, ni el mercado ni la administración pública satisfacen las carencias sociales existentes, pero, en cambio, la capacidad de estas personas para lograr poner en marcha este tipo de soluciones de abajo hacia arriba es limitada. Por consiguiente, la innovación social necesita de una población con un nivel socioeconómico medio, que tengan necesidades insatisfechas y tengan capacidad para generar iniciativas a partir de la acción colectiva (Blanco *et al.*, 2016).

El segundo elemento en este pilar es la *densidad de población*. La innovación social tiende a irrumpir más en áreas urbanas muy pobladas, donde los problemas más acuciantes suelen estar relacionados con empleo, vivienda, transporte y contaminación, entre otros. La existencia de situaciones complejas, relacionadas con estas materias debido a la alta densidad poblacional, acarrea la necesidad de buscar soluciones alternativas y creativas.

Sin embargo, la innovación social puede verse también impulsada por las condiciones propias de las zonas rurales que suelen tener bajos niveles de densidad de población. Esto sucede en estas áreas por los retos existentes como la despoblación, el envejecimiento o las pocas oportunidades laborales. Este contexto hace que surjan iniciativas socialmente innovadoras que tratan de cambiar la realidad de su entorno. Aun así, no siempre es sencillo porque muchas zonas rurales se ven muy limitadas por su situación geográfica. La *posición del territorio* y su *orografía* son el tercer y cuarto factor en este pilar –ambos con una misma frecuencia relativa– ya que estos pueden suponer una oportunidad o una limitación para el desarrollo de innovaciones sociales. No obstante, por lo general, aquellas zonas que se encuentran cercanas a núcleos



económicos activos y que no están aisladas o difícilmente accesibles por la orografía, suelen ser un mejor caldo de cultivo para que las innovaciones sociales emerjan.

El quinto factor de este pilar es la *existencia de recursos naturales de proximidad*. En aquellos territorios con recursos suelen surgir iniciativas para potenciar su uso y consumo. Son muchas las iniciativas que han aprovechado los recursos y oportunidades que su enclave geográfico les brindaba para contribuir a la inclusión y a la integración social. Por último, hay que destacar, que las iniciativas se ven muy beneficiadas cuando coexisten en el territorio con *otras experiencias de innovación social* tanto por las sinergias y las nuevas oportunidades que se pueden generar, como por el efecto llamada que para otras personas y colectivos pueden tener. Por lo tanto, la presencia de otras iniciativas se considera el último factor a tener en cuenta en este pilar.

#### **4.1.5 Entidades y mecanismos que determinan la estructura productiva empresarial y social**

El pilar quinto está compuesto por cinco factores y ha sido denominado *entidades y mecanismos que determinan la estructura productiva empresarial y social*. Este pilar engloba al tipo de agentes económicos y sociales y a los mecanismos que favorecen la irrupción de la innovación social.

El factor con mayor peso en este pilar es la existencia de *nexos que facilitan las relaciones entre la sociedad civil, la administración pública y el sector privado*. Este elemento permite enriquecer ideas y proyectos, generando actuaciones y líneas muy potentes derivadas del consenso de todas las partes. Un ejemplo son las mesas para la mejora de la regulación que permiten que, tanto la sociedad civil como el sector industrial, estén representados y puedan coadyuvar a lograr que el marco que define la estructura empresarial y social refleje sus necesidades.

El segundo factor hace referencia a la tipología de empresas que tienen un impacto positivo en el desarrollo de las iniciativas socialmente innovadoras; la *existencia de cooperativas*. Éstas son catalizadoras de la innovación social ya que poseen

características que fomentan la democratización de los procesos, la toma de decisiones y el valor social.

Algo similar a lo que ocurre con las cooperativas sucede con las *entidades sociales*. La existencia de este tipo de empresas es el tercer factor con más peso en este pilar. Estas entidades tienen una motivación social y les urge buscar soluciones novedosas a problemas sociales persistentes. Por ello, se encuentran en constante búsqueda de nuevos modelos o prácticas que les permitan mejorar sus actuaciones y aumentar el bienestar del colectivo al que se dirigen.

El cuarto factor, por orden de significatividad, es la *existencia de actividad empresarial y emprendimiento en el territorio*. Es un indicador claro de las inquietudes y dinamismo de los individuos, pero es también principalmente útil porque cuando el emprendimiento es elevado, a menudo se pueden crear iniciativas conjuntas que promuevan la transformación social. Por ello, es valiosa la presencia de emprendedores sociales que, aunque no hayan creado comunidades para la búsqueda de soluciones, tienen como objetivo diseñarlas para conseguir resolver un reto o mejorar el bienestar de un colectivo a partir de su propia capacidad. El emprendedor social es un aliado natural de las comunidades socialmente innovadoras.

Finalmente, hay que indicar que el último factor –por su importancia relativa– que se engloba en este pilar es la *existencia de premios y reconocimientos a las innovaciones sociales*. Estos pueden ser otorgados por la administración o por entidades privadas, y, su existencia colabora a crear un ecosistema favorable al reconocer el trabajo de ciertas comunidades, aportándoles publicidad, respaldo y financiación.

#### **4.2 Identificación de las características definitorias de la innovación social**

Durante las entrevistas se han identificado hasta dieciocho códigos referidos a características propias de la innovación social. Estas características han sido agrupadas en tres grandes bloques: *características de las relaciones de los agentes participantes en el proyecto*, *características propias del proyecto* y *efectos característicos de la innovación social*.

**Tabla 9: Identificación de las características de la innovación social por bloques**

**Tabla 9.A: Bloque 1. Características de las relaciones de los agentes relacionados con el proyecto**

<b>Características de las relaciones de los agentes relacionados con el proyecto</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Interconexión entre distintos agentes	30	0,11718
Acción social colectiva	22	0,08593
Colaboración	20	0,07812
Participación de los interesados	18	0,07031
Proximidad	9	0,03515
Elaboración de redes	8	0,03125
<i>Totales</i>	107	0,41794

**Tabla 9.B: Bloque 2. Características del proyecto**

<b>Características del proyecto</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Elemento territorial	23	0,08984
Replicabilidad y escalabilidad	16	0,0625
Presencia de creatividad	14	0,05468
Metodologías inclusivas	10	0,03906
Proceso de aprendizaje	8	0,03125
Cooperación	7	0,02734
Proceso de abajo hacia arriba	7	0,02734
<i>Totales</i>	85	0,33201

**Tabla 9.C: Bloque 3. Efectos característicos**

<b>Efectos característicos</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Repercute en la sociedad civil	19	0,07421
Aumenta la calidad de vida	14	0,05468
Transformación política	14	0,05468
Fenómeno transversal	11	0,04296
Respuestas más eficientes y eficaces	6	0,02343
<b>Totales</b>	64	0,24996

**Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por las entrevistas realizadas y procesadas a través del software Atlas.ti**

En la tabla 9 se muestran las características que definen a una iniciativa socialmente

innovadora y los bloques en los que se agrupan. Además, en la segunda y tercera columna, se muestran las frecuencias absolutas y relativas de las características de la innovación social y los bloques en los que por temática se agrupan. Dichas frecuencias, al igual que se hizo para los factores, son utilizadas como *proxy* para ponderar la importancia de cada una de las características y los bloques señalados. Esto permite conocer en qué atributos de una iniciativa debe centrarse más la atención, si lo que se pretende es determinar si es socialmente innovadora o no. En la tabla 10 han sido resumidas las 5 características con mayor importancia relativa.

**Tabla 10: Características de la innovación social ordenadas del 1 a 5 por orden de importancia relativa**

<b>Características</b>
1. Existencia de interconexión entre distintos agentes económicos y sociales
2. El marcado carácter territorial
3. La canalización de la acción social colectiva
4. La existencia de colaboración
5. La acción repercute en la sociedad civil

**Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por las entrevistas realizadas y procesadas a través del software Atlas.ti**

A continuación, se pasa a explicar, por bloques, cada uno de sus componentes por orden de significatividad relativa.

Las cinco características más importantes para determinar si una iniciativa es socialmente innovadora son: la existencia de interconexión entre distintos agentes económicos y sociales (0.1171), el marcado carácter territorial (0.0898), la canalización de la acción social colectiva (0.085), la existencia de colaboración (0.078) y que la acción repercute en la sociedad civil (0.074).

Por lo tanto, en la tabla 10, se aporta un conocimiento de utilidad para aquellas entidades, tanto públicas como privadas, interesadas en analizar prácticas e iniciativas socialmente innovadoras. La valoración de las iniciativas y la delimitación de lo que es y no innovación social es un asunto relevante que permite mejorar la eficiencia con la que se asignan los recursos. Con la ponderación de los criterios, aquellos que tienen

que tomar decisiones para otorgar ayudas, subvenciones o establecer estrategias, tienen una guía sobre las propiedades fundamentales sobre las que deben enfocar su atención. A continuación, se pasa a explicar, por bloques y por orden de significatividad relativa, cada uno de sus componentes y sus posibles interrelaciones.

#### **4.2.1 Características de las relaciones de los agentes participantes en el proyecto**

Estas características se refieren a aquellas que están más relacionadas con el proceso de creación del proyecto y los agentes que diseñan la iniciativa. Este bloque engloba un total de seis atributos.

La característica más destacada en este bloque es la existencia de *interconexiones entre los diferentes agentes económicos y sociales*. A este respecto, hay que señalar que los entrevistados aseveran que para el diseño y la ejecución de las iniciativas se generan relaciones muy diversas tanto en vertical como en horizontal. Por un lado, es frecuente ver iniciativas en las que diferentes agentes, que representan distintos intereses y partes de la sociedad civil, se unen para desarrollar alianzas y realizar acciones que aumentan el bienestar general y satisfacen necesidades sociales. Por otro lado, existen iniciativas cuyo valor añadido reside en la actuación conjunta de la sociedad civil, el sector privado y/o las administraciones públicas.

Es precisamente ese contacto horizontal entre diferentes grupos de la sociedad civil, que canalizan su preocupación a partir de movimientos sociales o asociaciones, lo que genera que la segunda característica más importante en este bloque sea la *acción social colectiva*. Esta característica ha sido señalada como fundamental para el desarrollo de la innovación social por Harris y Albury (2009), Oosterlynck *et al.* (2013) y Moulaert *et al.* (2013). A partir de la acción social colectiva señalan los entrevistados que se representan los intereses comunes de la sociedad y se produce una respuesta conjunta que permite la consecución de los objetivos por los que se inicia la acción. Así, la *colaboración* se erige como la tercera característica fundamental en el proceso de creación de los proyectos de innovación social. La colaboración es el atributo que une a los diferentes agentes económicos y sociales a ayudarse y beneficiarse de las capacidades de las partes.

De igual forma que la colaboración es importante, también lo es la *participación de los interesados*. Esta se postula como la cuarta característica más significativa dentro de este bloque. Hace referencia a que las iniciativas sean abiertas, y establezcan mecanismos para que aquellos que deseen participar puedan hacerlo. No obstante, aunque la participación es importante, esta gana aún más relevancia cuando se da conjuntamente con una participación de proximidad. Es necesario que en los proyectos se refleje el conocimiento de aquellos que más conocen la problemática. Esta idea surge de la premisa que apuntan hasta doce de los entrevistados de que “quien más conoce un problema suelen ser aquellas personas que están en contacto permanente con él”. La innovación social debe dar cabida a que estas personas puedan participar y codiseñar los proyectos, permitiendo así que sean parte de la solución de sus propias necesidades. Por ello, en los procesos socialmente innovadores a menudo se crean marcos para poder abordar los problemas con una perspectiva de *proximidad* (Rodríguez-García y Mateos, 2015).

Finalmente, dentro de este bloque, debe destacarse que en muchos de estos proyectos en los que coincide la existencia de gran parte de las características mencionadas, puede originarse que se formen redes que establecen y definen su propia estructura para facilitar su funcionamiento. La *formación de redes* es de gran relevancia ya que supone la consolidación de las relaciones que, mediante la acción social colectiva, la interconexión entre agentes o la colaboración, se han logrado. Esto va a permitir mantener el contacto permanente para realizar nuevas actuaciones y resolver retos futuros.

#### **4.2.2 Características propias de proyecto.**

Cuando se señalan las características del proyecto se está haciendo referencia a centrar la atención en la iniciativa que se presenta, sin tener en cuenta los efectos que genera ni los procesos que han generado aquellos que participan en ella. En este bloque han sido agrupados un total de siete atributos.

Entre todos los atributos el que más destaca es el marcado *carácter territorial de las iniciativas*. En este sentido, hay que señalar que las innovaciones sociales se

encuadran bajo el marco del contexto territorial, ya que éstas dependen de sus necesidades y recursos disponibles (Hillier *et al.*, 2004; Moulaert *et al.*, 2005; Fontan *et al.*, 2005; MacCallum, 2009; Van Dyck y Van Den Broeck, 2013). La territorialidad es característica de la innovación social, ya que, al menos en la fase inicial, las iniciativas socialmente innovadoras suelen desarrollarse en un espacio limitado. Sin perjuicio de lo anterior, se puede destacar que, aunque las iniciativas suelen desarrollarse en primera instancia en un espacio limitado, es importante que las iniciativas tengan potencial para su *replicabilidad y la escalabilidad*, esta es la segunda característica con mayor peso dentro de este bloque.

En tercer lugar, el atributo con mayor relevancia sería que el proyecto plantee nuevas *metodologías inclusivas* para su desarrollo. En estos proyectos de innovación social no se deben presentar únicamente resultados más eficaces, sino que también es muy significativo cómo se obtienen dichas mejoras (Caulier-Grice *et al.*, 2012). Las iniciativas socialmente innovadoras deben caracterizarse por la inclusión de nuevas metodologías y formas de organización social que permitan mejorar tanto el proceso por el que se consiguen los objetivos, como estos mismos. No es posible lograr soluciones socialmente innovadoras a los retos y problemas existentes si se siguen realizando las mismas actuaciones ordinarias. Por ello, es de suma importancia que, para el diseño y puesta en marcha de estos modelos alternativos novedosos, esté muy presente la *creatividad*. Esta característica, la cuarta con mayor peso en este bloque, apuntan Arjo *et al.* (2016), es propia de este tipo de proyectos socialmente innovadores ya que permite generar soluciones diferentes.

Esto provoca que los proyectos de las iniciativas socialmente innovadoras suelen caracterizarse por *presentar un proceso de aprendizaje* continuado. Los modelos alternativos implican un mayor riesgo, que suele ser paliado a medida que aumentan la experiencia y el propio aprendizaje (que es el quinto atributo con mayor peso dentro de este bloque). El aprendizaje permite que los proyectos vayan mejorando a medida que pasa el tiempo.

Otra característica propia de los proyectos de innovación social es que suelen ser procesos de abajo hacia arriba, que destacan por permitir que las ideas de las

comunidades emerjan, dejando atrás los procesos de arriba abajo, que no consideraban la posibilidad de integrar ideas y son mucho más jerárquicos.

Por último, dentro de este bloque cabe señalar que los proyectos deben ser cooperativos. Las iniciativas suelen contemplar procesos en los que se premia la cooperación. Por lo tanto, lo colectivo prima por encima del espíritu individualista (Phills *et al.*, 2008).

#### **4.2.3 Efectos característicos de la innovación social.**

Estas características hacen referencia a los efectos generales que los proyectos de innovación social suelen tener. Este bloque engloba un total de cinco atributos.

La característica con mayor peso dentro de este bloque es que los proyectos repercutan en la sociedad civil. Los entrevistados afirman que las iniciativas socialmente innovadoras, independientemente del tipo de agentes económicos y sociales que las lleven a cabo, y al contrario de lo que ocurre con otro tipo de iniciativas, se caracterizan porque la sociedad civil es la beneficiaria directa de sus resultados (Moulaert *et al.*, 2004). La búsqueda de la transformación social es una característica común y deseable que cualquier iniciativa socialmente innovadora debería tener. Dicha transformación suele conllevar el aumento de calidad de vida de las personas ya que los procesos de innovación social suelen repercutir en diferentes ámbitos como la inserción laboral, la reducción de la desigualdad o la mayor inclusión social. El *aumento de la calidad de vida* es la segunda característica más relevante en este bloque y es uno de los elementos definitorios más reconocidos de las prácticas socialmente innovadoras (OCDE, 2011).

La tercera característica más significativa es los *efectos en la transformación política* que este tipo de iniciativas suele tener. Una vez los proyectos son ejecutados, en ocasiones originan cambios en las relaciones de poder (Lawson y Lorenz, 1999; Mulgan, 2006; Hubert, 2010; Moulaert *et al.*, 2013). Aseveran los entrevistados que muchas innovaciones sociales provocan transformaciones en la gobernanza, otorgándole a la sociedad civil un papel activo en la toma de decisiones pública. En



esta línea, subrayan Boni *et al.* (2018: 69) que a menudo las innovaciones sociales provocan cambios en las relaciones de poder gracias a la adopción de “nuevas prácticas sociales, arreglos institucionales y novedosas formas de participación”.

Por otro lado, no hay que olvidar que otra de las características de este fenómeno es su *transversalidad*. La innovación social está presente en los grandes retos que la sociedad aún no ha resuelto, a pesar de los avances tanto tecnológicos como económicos. El fenómeno de la migración, el despoblamiento, las pensiones, el envejecimiento activo y productivo, la igualdad de género, la violencia, el cambio climático y la respuesta integral a los problemas de la población joven, entre otros (García-Flores y Palma, 2019). Las iniciativas socialmente innovadoras permiten según su diseño y objetivos dar respuestas a retos sociales muy heterogéneos. Por lo tanto, el fomento de este tipo de proyectos puede desarrollarse desde diferentes ámbitos.

Por último, dentro de este bloque debe señalarse que otra importante característica de las innovaciones sociales es que aumentan la *eficiencia y la eficacia de la respuesta*. Por definición los procesos socialmente innovadores implican un aumento en la eficiencia de los procesos. Las iniciativas deben ser eficaces en la consecución de los objetivos, así como más eficientes que las ofrecidas por las administraciones públicas y las iniciativas privadas (Caulier-Grice *et al.*, 2012; Oosterlynck *et al.*, 2013; Cajaiba-Santana, 2014). Esa mayor eficiencia reside en tener en cuenta para dar respuesta a los retos y necesidades sociales existentes, la necesidad de que los nuevos modelos que se presentan en los proyectos tengan en cuenta valores como la sostenibilidad o la inclusión social.

#### **4.3 Áreas de desarrollo de la innovación social identificadas.**

Tras el análisis del contenido de las entrevistas, se han agrupado bajo la familia *áreas más propicias para el impacto de la innovación social*, un total de 17 códigos. Cada uno de los códigos se corresponde con un área o ámbito en los que la innovación social podría tener impacto. Además, estas áreas han sido agrupadas, según su coocurrencia observada en el análisis de contenido, en tres grandes esferas: la

económica y política, la global y la social. A continuación, en la tabla 11 se muestran cada una de ellas.

**Tabla 11: Áreas propicias para el desarrollo de la innovación social ponderadas**

**Tabla 11.A: Esfera económica y política**

<b>Esfera económica y política</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Gobernanza	17	0,0858
Empleo	16	0,0808
Empoderamiento ciudadano y desarrollo de las comunidades	16	0,0808
Desarrollo rural	15	0,07575
Desarrollo local	10	0,0505
Modelos alternativos de consumo	6	0,0303
<i>Total</i>	<i>80</i>	<i>0,40395</i>

**Tabla 11.B: Esfera global**

<b>Esfera global</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Medioambiente	19	0,0959
Educación	12	0,0606
Vivienda	11	0,05555
Agricultura	10	0,0505
Salud	10	0,0505
Energía	5	0,025252
<i>Total</i>	<i>67</i>	<i>0,338302</i>

**Tabla 11.C: Esfera social**

<b>Esfera social</b>	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
Exclusión social	18	0,0909
Derechos sociales y justicia social	14	0,0707
Empoderamiento de la mujer	8	0,0404
Personas con discapacidad	6	0,0303
Envejecimiento activo	5	0,025252
<i>Total</i>	<i>51</i>	<i>0,257552</i>

**Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por las entrevistas realizadas y procesadas a través del software Atlas.ti**

En la tabla 11 se muestran las principales áreas en las que las iniciativas socialmente

innovadoras pueden tener un mayor impacto. Así, en la segunda y tercera columna, se muestran las frecuencias absolutas y relativas de dichas áreas. Las frecuencias, tal y como se ha hecho para los factores y las características, son utilizadas como *proxy* para ponderar en qué campos es más propicio que la innovación social tenga un mayor impacto. Una mayor ponderación significa que los entrevistados han señalado un mayor número de veces esa área como potencial para el desarrollo e impacto de la innovación social. En la tabla 12, se han resumido las 5 áreas más importantes donde es más propicio que una iniciativa socialmente innovadora tenga impacto.

**Tabla 12: Áreas ordenadas del 1 al 5 por orden de importancia relativa donde es más propicio que una iniciativa socialmente innovadora tenga impacto**

Áreas
1. Medioambiente
2. Exclusión social
3. Gobernanza
4. Empleo
5. Empoderamiento de los ciudadanos

**Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por las entrevistas realizadas y procesadas a través del software Atlas.ti**

La identificación y la ponderación de las áreas ayuda a aquellos que deben fomentar, incentivar y/o desarrollar ciertas actuaciones en áreas concretas, a conocer si los expertos ven posibilidades de hacerlo a partir de una iniciativa socialmente innovadora. El conocimiento acerca de que pueden existir lógicas de actuaciones socialmente innovadoras, diferentes a las tradicionales, es un asunto de gran relevancia que puede guiar a quien desee iniciar un proyecto para tener un impacto en un ámbito concreto. Además, al englobar todas las áreas en tres grandes esferas, se observa que la innovación social afronta principalmente tres grandes tipos de retos: económicos y políticos, globales y sociales. A continuación, se pasa a explicar, por esferas y por orden de significatividad relativa, cada una de las áreas identificadas.

#### **4.3.1 Esfera económica y política**

En esta esfera se encuadran las principales áreas de impacto de la innovación social

relacionadas con el ámbito económico y político. En total se engloban cinco áreas.

La primera área de impacto comprendida en esta esfera económica y política es la *gobernanza*. La gobernanza hace referencia al área donde se toman las decisiones que afectan al desarrollo económico y social. Esta área ha sido dominada tradicionalmente por las decisiones de decisores públicos. En este sentido, hay que señalar que en la actualidad han comenzado a aparecer iniciativas socialmente innovadoras que promueven nuevos modelos y formas de proceder y que están produciendo un cambio en la gobernanza tradicional. Concretamente, están provocando que se pase de la verticalidad y el predominio del sector público a un modelo con mayor democracia territorial y participativa, generando una gobernanza socialmente más inclusiva.

Asimismo, otra importante área de impacto de la innovación social es el *empleo*. En la actualidad, la reducción del desempleo es el objetivo económico y político más relevante en gran parte de las sociedades modernas. Por ello, los entrevistados señalan que existen un gran número de iniciativas socialmente innovadoras que centran sus esfuerzos en esta área para contribuir de forma activa a reducir el desempleo, a mejorar las condiciones laborales y a incrementar la inserción laboral. Además, para mostrar la importancia de la innovación social en el empleo, los entrevistados destacaron como ejemplo paradigmático la existencia de planes directores de Innovación Social para el Empleo, como el realizado por el Ayuntamiento de Sevilla.

La tercera área de impacto identificada es el *empoderamiento ciudadano y el desarrollo de las comunidades*. Esta área guarda una estrecha relación con las dos anteriormente mencionadas. El empoderamiento ciudadano y el desarrollo de las comunidades ha sido objetivo de las iniciativas socialmente innovadoras por la necesidad de generar un sentimiento de capacidad y relevancia en los individuos. Por ello, muchas de las iniciativas con impacto en esta área, promueven la generación de redes que permitan a los individuos actuar de forma colectiva para conseguir logros que de forma individual no serían alcanzables. Igualmente, los entrevistados señalan que es habitual que aquellas iniciativas socialmente innovadoras que tienen impacto en el empoderamiento ciudadano y de las comunidades, acaben contribuyendo de forma embrionaria a las áreas de la gobernanza y el empleo. Esto se debe a que la

organización y el empoderamiento son características que permiten a los individuos poder articular decisiones a mayor escala y desarrollar una acción social más planificada y efectiva.

La cuarta área de impacto de la innovación social es el *desarrollo rural*. El desarrollo rural centra la atención de las iniciativas socialmente innovadoras ya que mientras la población se concentra en las ciudades, el entorno rural está sufriendo acuciantes problemas como la despoblación, el desempleo o la falta de dinamismo económico (Soto *et al.*, 2015). Esto ha auspiciado que las iniciativas socialmente innovadoras estén tratando de virar hacia un modelo de desarrollo rural más sostenible que sirva de baluarte para el desarrollo económico y el bienestar social. Así, los entrevistados señalaron que en esta área es habitual encontrar iniciativas socialmente innovadoras que basan su actividad en la generación de productos ecológicos propios de las comarcas o en el desarrollo del turismo sostenible, experiencial y cultural.

La quinta área que encontramos en este bloque es el *desarrollo local*. Si la existencia de problemas en el ámbito rural es habitual en las sociedades modernas, también lo son los desafíos existentes en el desarrollo local. Muchas regiones sufren graves problemas por su alta dependencia económica, por ello, las iniciativas socialmente innovadoras proponen alternativas para potenciar el desarrollo local de las comunidades. En esta línea, siguiendo a Toselli (2019), el desarrollo local haría referencia a la identificación, al uso y al aprovechamiento de aquellos recursos endógenos, tangibles o intangibles, de los que dispone un territorio por parte de los actores locales para la toma de las decisiones (con un enfoque de abajo hacia arriba). Por consiguiente, el desarrollo económico local tiene una estrecha relación con el proceso de empoderamiento ciudadano y con una gobernanza más democrática. Asimismo, los entrevistados señalan que muchas de las prácticas socialmente innovadoras que se llevan a cabo con el fin de generar impacto en el desarrollo rural, coinciden con las que son puestas en marcha para el desarrollo local: explotación de productos locales, fomento de la cultura propia y la incentivación del turismo cultural, entre otras.

Finalmente, la última área de impacto comprendida en la esfera económica y política es la que hace mención a los *modelos alternativos de consumo*. Los modelos de consumo tradicionales han originado serios problemas para el desarrollo sostenible. En este sentido, Zubero (2015: 100) asevera que las prácticas socialmente innovadoras identifican y generan nuevas esferas de trabajo y nuevas formas de participación tanto para la producción como para el consumo. Esas nuevas formas de consumo, en las que las iniciativas socialmente innovadoras pueden tener impacto, permiten superar los problemas del modelo tradicional. A este respecto, señalan los entrevistados que son muchas las iniciativas que proponen modelos alternativos de consumo: autoconsumo, consumo de productos ecológicos y cercanos, consumo colaborativo o actividades de comercio justo. Estas prácticas conllevan, además de la consecución de crear un nuevo modelo de consumo, tener impacto en áreas como el desarrollo rural y local, el empleo o el empoderamiento ciudadano.

#### **4.3.2 Esfera global**

Al hacer referencia a la esfera global se centra la atención en áreas que trascienden más allá de un único ámbito. Concretamente, en esta área se han encuadrado grandes desafíos muy transversales que tienen impacto a nivel político, económico y social.

Entre todas las áreas identificadas, la que más destaca es la *medioambiental*. El medioambiente es el área donde los entrevistados señalaron que la innovación social está teniendo un mayor impacto. Hay que tener en cuenta que en el área del medioambiente existen problemas muy importantes que condicionan el bienestar tanto de las generaciones presentes como futuras. Asimismo, los entrevistados afirmaron que actualmente existen numerosas iniciativas socialmente innovadoras que están teniendo una alta incidencia en la solución de problemas como el cambio climático, la contaminación, la escasez de agua o la pérdida de biodiversidad. De igual forma, debe destacarse que en la literatura ya se señalan las potencialidades de la innovación social para afrontar problemas en esta área (Baker y Mehmood, 2015; Howaldt *et al.*, 2016; Martínez-Celorrío, 2017).

La segunda área más importante en este bloque es la *educación*. Esta área aparece

señalada por los entrevistados como un ámbito donde la innovación social es imprescindible para lograr que los centros educativos (escuelas, institutos y centros de enseñanza superior) pasen de ser centros de enseñanza a espacios idóneos para el desarrollo de la creatividad y el conocimiento. De igual modo, se subraya la existencia de iniciativas socialmente innovadoras que están contribuyendo a mejorar la conexión entre los diferentes agentes del sistema educativo, así como iniciativas que están enfocadas a fomentar y desarrollar las habilidades técnicas y sociales de los individuos para facilitar su posterior incorporación al mercado laboral.

La tercera área que fue señalada como más relevante por los entrevistados es la *vivienda*. Hay que tener en cuenta que el derecho a una vivienda es uno de los derechos fundamentales que mayores problemas plantea en la sociedad actual (García-Calvente, 2015). Por esta razón, los entrevistados señalan la importancia de la innovación social para crear nuevas fórmulas creativas que permitan aliviar el referido problema. En la actualidad existen numerosas iniciativas que tienen como objetivo principal facilitar el acceso a la vivienda. Entre las prácticas típicas de innovación social que tienen impacto en el área de vivienda pueden ser destacadas: la construcción de viviendas prefabricadas para personas sin hogar, nuevos modelos de vivienda comunitaria basadas en el concepto de consumo colaborativo (cohousing) o la construcción de casas flotantes en zonas de inundación.

La cuarta área de impacto más significativa en este bloque es la *agricultura*. Son muchas las iniciativas existentes en torno a la agricultura consideradas como socialmente innovadoras. Los entrevistados señalan que la agricultura es otra de las grandes áreas donde hay una creciente tendencia a desarrollar iniciativas socialmente innovadoras que van más allá de la producción de alimentos. Entre las prácticas más comunes llevadas a cabo por los agentes socialmente innovadores resaltan el desarrollo de la agricultura en granjas urbanas, el diseño de sistemas agrarios que garantizan la soberanía alimentaria<sup>30</sup> o la apuesta por la agricultura social<sup>31</sup>. Estas

---

<sup>30</sup> Giunta (2018: 110) apunta que “el enfoque de la soberanía alimentaria favorece explícitamente la producción agroecológica, en pequeña y mediana escala, a través de una agricultura diversificada y saludable, enraizada en los territorios, que ofrezca comida de calidad y culturalmente apropiada a los sistemas alimentarios locales, a expensas de las cadenas largas”.

prácticas tienen impacto en muchas otras áreas, en este sentido, González *et al.* (2014) afirman, por ejemplo, que la agricultura social contribuye activamente a reducir el desempleo y la exclusión social.

La quinta área que se encuadra en este bloque es la *salud*. La salud hace referencia a una de las áreas que más preocupa en la sociedad civil. Esta área es considerada como idónea para el impacto de las iniciativas socialmente innovadora por autores de referencia como Mulgan (2007). En esta línea, los entrevistados señalan que la innovación social tiene altas potencialidades para contribuir a paliar parte de los problemas y demandas existentes en torno al sector de la salud. Concretamente, subrayan la importancia de las iniciativas socialmente innovadoras para conseguir una mayor coordinación e implicación público-privada para implementar soluciones más efectivas y eficaces. Asimismo, también destacan la creación de iniciativas que canalizan la capacidad de la sociedad civil para ejercer la acción colectiva y buscar soluciones, que, de forma novedosa y autónoma, dan respuesta a sus propias demandas sanitarias insatisfechas.

La última área identificada en esta esfera ha sido la *energía*. La energía es un servicio clave para el bienestar individual y social, siendo una necesidad básica para todos los individuos. Sin embargo, en muchas ocasiones, el acceso a estos servicios está limitado para aquellos que tienen unos recursos económicos más bajos. Lo cierto es que el modelo energético de producción centralizado excluye a parte de la población, por ello, los entrevistados señalan que en esta área también existe espacio para el desarrollo de la innovación social. En este sentido, existen iniciativas socialmente innovadoras que proponen un modelo de energía más distribuido donde el autoconsumo y las energías alternativas a las tradicionales son la piedra angular del modelo.

---

<sup>31</sup> González (2014: 69) señala al respecto: “La agricultura social es la utilización de la agricultura como estrategia para la integración de determinados colectivos en riesgo de exclusión social. A través del trabajo en una explotación agraria se ayuda a empoderar a personas vulnerables y contribuir al desarrollo de sus capacidades, ofreciéndoles la oportunidad de encontrar una ocupación (o el acceso a un proceso terapéutico y de integración social) que les permita llevar a cabo una vida de manera autónoma y, que, a la vez, les aporte mejoras en la salud física y mental”.



### 4.3.3 Esfera social

La esfera social engloba las principales áreas de impacto de las iniciativas socialmente innovadoras que tienen relación con los desafíos principalmente sociales. Son cinco las áreas que han sido identificadas y todas ellas hacen referencia a necesidades y derechos sociales que son fundamentales para el bienestar social.

La primera área de impacto en esta esfera es la *exclusión social*. La exclusión social es, según Subirats *et al.* (2004: 18), el resultado de un conjunto de sucesos impulsados por las desigualdades y la estructura del propio sistema económico y social. Este autor señala que “el concepto hace referencia a un proceso de creciente vulnerabilidad que afecta a sectores cada vez más amplios del cuerpo social, y que se materializa en una precariedad creciente a nivel laboral, residencial, económico”. Hay que resaltar que los efectos positivos que las innovaciones sociales pueden tener en la reducción de la exclusión social han sido señalados de forma reiterada por autores como Mulgan, (2006), Sanchís y Campos (2008), Moulaert *et al.* (2013), González *et al.* (2014); Howaldt *et al.* (2016) o Martínez-Celorio (2017). Por consiguiente, los entrevistados defienden la idea previamente señalada en la literatura de que las iniciativas socialmente innovadoras, dada la lógica propia y característica de las innovaciones sociales, coadyuvan a reducir la exclusión social. En este sentido hay que destacar la existencia de muchas iniciativas socialmente innovadoras, que, a través de la creación de capital social y simbólico<sup>32</sup>, tratan de garantizar los derechos y libertades básicos de las personas.

La segunda área señalada por los entrevistados como más relevante dentro de esta esfera es *derechos sociales y justicia social*. Esta área está intrínsecamente relacionada con la exclusión social. Los entrevistados señalan que la consecución de una mayor justicia y derechos sociales tiene una relación directa y positiva con la reducción de la exclusión social. En este sentido, se destaca que muchas de las iniciativas socialmente innovadoras diseñadas para tener efectos en éste área, también

---

<sup>32</sup> Según la European Anti Poverty Network (2014: 27) “el capital simbólico, cultural o narrativo está formado por el conjunto de relatos de sentido –explicaciones, narraciones, valores, creencias, un modo de sentir, sabiduría popular, signos, iconos, modelos de futuro, etc.- que permiten al sujeto tomar conciencia y reactivar y orientar proyectos de vida resilientes de las personas y sus comunidades”

repercuten en el área de la exclusión social.

La siguiente área que se identifica en esta esfera es el *empoderamiento de la mujer*. La desigualdad de género es uno de los retos sociales más relevantes que afronta la sociedad en la actualidad. Por ello, el empoderamiento de la mujer se presenta como una necesidad para superar algunas de las barreras estructurales existentes en la sociedad. Hay que tener en cuenta que la consecución de la igualdad de género es uno de los temas transversales que está en la agenda social tanto a nivel nacional como internacional. Por todo ello, son muchas las iniciativas socialmente innovadoras que han enfocado sus actividades en incentivar el empoderamiento de la mujer (Maguirre *et al*, 2016). De hecho, hasta seis de los entrevistados nos señalaron que la innovación social conlleva de forma implícita la igualdad de género, aunque también se reconoce que existen iniciativas cuyo objetivo original, primario y único es el empoderamiento de la mujer.

La cuarta área de impacto más significativa dentro de esta esfera es *personas con discapacidad*. La búsqueda de la identidad personal de las personas con discapacidad es una premisa fundamental para lograr la independencia de éstas en todos los ámbitos de su vida (Etxeberria, 2008). A este respecto, los entrevistados plantean que las iniciativas socialmente innovadoras se encuentran alineadas con este fin, teniendo como objetivo general eliminar la discriminación y la exclusión. En la actualidad, son muchas las iniciativas socialmente innovadoras que trabajan para facilitar la vida de las personas con discapacidad (Mulgan, 2007). Entre las más destacadas se encuentran aquellas que tienen como fin contribuir a que desarrollen sus capacidades tanto personales como profesionales para que puedan desarrollar una vida independiente.

Finalmente, la última área señalada como propicia para el impacto de la innovación social en esta esfera es el *envejecimiento activo*. El envejecimiento de la población es uno de los retos a los que se enfrentan las sociedades modernas en la actualidad. Heinze y Naegele (2012) afirman que existen prácticas de innovación social que responden a los problemas de las sociedades envejecidas. En este sentido, los entrevistados indican que existen bastantes iniciativas socialmente innovadoras diseñadas para realizar diferentes actuaciones para favorecer el envejecimiento activo.

Entre ellas predominan aquellas que realizan actividades para mejorar su salud física y mental, las que generan espacios intergeneracionales para provocar el encuentro e interacción entre personas de distintas generaciones, las que proponen medidas puente para la transición hacia la jubilación o aquellas que crean talleres creativos para que desarrollen sus conocimientos y los aporten a la sociedad.

#### **4.3.4 Las potencialidades de la innovación social para contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible**

Una vez identificadas las áreas en las que las iniciativas socialmente innovadoras pueden tener más impacto, se pasa a analizar si esas áreas tienen relación con las áreas que abarcan los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) propuestos por Naciones Unidas. Con este fin se presenta la tabla 13, que ha sido diseñada para mostrar en la primera columna los ODS y en la segunda en qué áreas podrían encajarse.

**Tabla 13: Relación entre los ODS y las áreas de impacto de la innovación social**

<b>Objetivos de Desarrollo Sostenible</b>	<b>Áreas de impacto de la innovación social</b>
Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo	Exclusión social Empleo
Objetivo 2: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible	Agricultura Desarrollo Rural
Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos a todas las edades	Salud Envejecimiento activo
Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos	Educación Exclusión social
Objetivo 5: Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas	Empoderamiento de la mujer
Objetivo 6: Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todos	Medioambiente Salud
Objetivo 7: Garantizar el acceso a una energía asequible, fiable, sostenible y moderna para todos	Energía Medioambiente Desarrollo Rural
Objetivo 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos	Empleo Exclusión social
Objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación	Desarrollo local
Objetivo 10: Reducir la desigualdad en los países y entre ellos	Derechos sociales y justicia social

	Exclusión social
Objetivo 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	Desarrollo local Modelos alternativos de consumo
Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	Modelos alternativos de consumo
Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	Medioambiente
Objetivo 14: Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible	Medioambiente
Objetivo 15: Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad	Desarrollo Rural Medioambiente
Objetivo 16: Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas	Derechos sociales y justicia social Exclusión social
Objetivo 17: Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible	Gobernanza

**Fuente: Elaboración propia**

Puede ser observado a partir de la tabla 13 que todos los ODS tienen correspondencia con alguna de las áreas identificadas como potenciales para el impacto de la innovación social. Sin duda la innovación social se postula como un fenómeno ideal para lograr la solución a esos problemas complejos y multidimensionales que tiene como objetivo afrontar Naciones Unidas.

Por consiguiente, y teniendo en consideración que alcanzar los ODS está presente en las principales agendas y estrategias políticas tanto a nivel nacional como europeo, la apuesta por abordar estos desafíos a partir de iniciativas con lógicas socialmente innovadoras se presenta como una solución eficiente y claramente alineada con los objetivos a conseguir.

**4.4 Las entidades del tercer sector y la innovación social. Análisis del caso: Noria-Guadalhorce. Innovación Social en Áreas Rurales**

Una vez han sido identificados y ponderados los factores, las características y las principales áreas de impacto de la innovación social, es importante completar el estudio observando qué tipo de agentes económicos y sociales suelen liderar y diseñar las

iniciativas. En este sentido, tal y como se ha señalado en la revisión de la literatura realizada en el epígrafe 2.4, existe evidencia empírica que muestra que las entidades del tercer sector, como las asociaciones y las fundaciones, son las mejor posicionadas para coadyuvar a la irrupción de innovaciones sociales. Además, a partir del análisis del contenido de las entrevistas, como ya se señaló en el epígrafe 3.3, se ha identificado que los entrevistados plantearon que las entidades del tercer sector son sujetos con facilidades, por sus características y capacidades, para el desarrollo de la innovación social. Debe ser destacado que entre las entidades del tercer sector resaltó por encima del resto *las asociaciones*<sup>33</sup>.

#### **4.4.1 Caso: Noria-Guadalhorce. Innovación Social en Áreas Rurales**

##### **4.4.1.1 Contextualización del caso<sup>34</sup>**

Como ya se ha comentado el epígrafe 3.3, siguiendo los criterios establecidos para la selección, el caso seleccionado para el estudio es el del Grupo de Desarrollo Rural Valle del Guadalhorce.

Esta asociación realiza sus acciones e iniciativas en la comarca del Valle del Guadalhorce, formada por un total de siete municipios: Alhaurín el Grande, Almogía, Álora, Cártama, Coín, Pizarra y el Valle de Abdalajís. Tiene una superficie total de 805,56 km<sup>2</sup> en la que hay 139.915 habitantes, obteniendo una densidad de 173,69 habitantes/Km<sup>2</sup>, lo que supone un valor por encima de la media española, la cual es de 92 habitantes/Km<sup>2</sup>.

Atendiendo a la distribución por edades, hay que destacar que predominan las personas de edad comprendida entre 30 y 54 años, un total 55.563 habitantes. Sin embargo, si se fija la atención en el grupo de personas que tienen entre 15 y 24 años,

---

<sup>33</sup> Las entidades del tercer sector fueron mencionadas como los agentes idóneos para liderar la innovación social hasta en veintisiete ocasiones, siendo las asociaciones mencionadas en un total de dieciséis.

<sup>34</sup> Todos los datos presentados en este apartado pertenecen al año 2018 y han sido recogidos por el Observatorio Socioeconómico de la provincia de Málaga. Pueden consultarse en el siguiente enlace: <http://www.prisma.global/Observatorio/Navegador>

se observa que hay 15.159 habitantes. La tasa de envejecimiento<sup>35</sup> para este territorio es del 14,05%<sup>36</sup>.

Por último, centrándonos en la distribución de la superficie de las explotaciones, puede señalarse que, de las 77.260 hectáreas del total de las superficies de explotación en el Valle del Guadalhorce, la mayor proporción se dedica a cultivos leñosos, 29.300 hectáreas.

#### **4.4.1.2 ¿Qué nuevo producto/servicio/modelo se propone?**

Esta asociación ha provocado un cambio social estructural a partir de la vertebración de un nuevo modelo productivo. Para este fin se han utilizado novedosas metodologías participativas, que han implicado a los agentes económicos y sociales de la comarca, permitiendo el diseño de una estrategia que recoge un conjunto de medidas y acciones a desarrollar. Este conjunto de acciones ha logrado generar valor y reducir la dependencia económica del Valle del Guadalhorce de otros territorios a partir de la utilización de los recursos propios de la comarca. El proceso seguido para la elaboración de la Estrategia de Desarrollo Local del Valle del Guadalhorce 2016-2020 consta de tres fases<sup>37</sup>:

- En primer lugar, se realizó un diagnóstico DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) de la situación comarcal en el que se detectaron las necesidades y demandas de la población, así como las oportunidades y propuestas de actuación. Para ello, se crearon tanto mesas territoriales en cada uno de los municipios de la comarca, como mesas temáticas de los sectores claves, ofreciendo a los habitantes y agentes económicos y sociales la oportunidad de participar. Además, para la realización de la Estrategia, se llevaron a cabo diferentes grupos focales y entrevistas personales, facilitándose

---

<sup>35</sup> El envejecimiento es, tal y como señalan Argüeso y de Jesús (2019: 195), “un fenómeno global y de gran preocupación para la sociedad europea”.

<sup>36</sup> Cociente entre personas de 65 años y más con respecto a la población total, multiplicado por 100. Los datos pertenecen al año 2018.

<sup>37</sup> El proceso puede ser consultado en la Estrategia en las páginas de la 18 a la 114.

otras formas de participación a través de cuestionarios, redes sociales, web y blog.

- La segunda fase consistió en la priorización y la validación de las necesidades y los objetivos a abordar en la Estrategia con los diferentes agentes económicos y sociales claves del territorio.
- En la tercera y última fase de este proceso, se llevó a cabo el diseño y la validación del Plan de Acción propuesto por la Junta Directiva del Grupo de Desarrollo Rural Valle del Guadalhorce y aprobado por la Asamblea General.

Destaca de todo este proceso, por su relevancia y particularidad, que la metodología participativa para llevar a cabo el proceso es la I.A.O (Investigación Acción Participativa) que está basada en la combinación de dos procesos: el conocimiento de la realidad y la implicación de la población cuya realidad se aborda. El uso de esta metodología ha permitido que la *participación* y la *participación de proximidad*, que recordamos son características propias y definitorias de la innovación social, estén presentes en esta iniciativa de forma muy significativa. Además, esta metodología, que combina la teoría y la praxis, posibilita el aprendizaje, la toma de conciencia crítica de la población sobre su realidad, su empoderamiento, el refuerzo y ampliación de sus redes sociales, su movilización colectiva y su acción transformadora. Así se ha permitido a los propios beneficiarios trabajar y colaborar para buscar respuestas a las necesidades prioritarias de la comarca: potenciando un desarrollo sostenible, igualitario y resiliente.

#### **4.4.1.3 ¿Qué problema o necesidad social se satisface?**

La cercanía del Valle del Guadalhorce con la Costa del Sol y ciudades como Marbella o Fuengirola, donde desde finales de la década de los 90 la construcción vivió un gran auge, hizo que muchas de las personas de la comarca emigraran del territorio para buscar trabajo a otras áreas cercanas. Esto provocó que la sociedad de la comarca del Valle del Guadalhorce fuera muy dependiente económicamente de otros territorios de la provincia. Sin embargo, con el fin de la burbuja de la construcción en 2008,

aquellos que habían encontrado trabajo en este sector, vuelven a su comarca natal y es entonces cuando el alto desempleo se erige en un problema.

A este problema se le suma la falta de cualificación y de estudios de la población desempleada, ya que la mayoría de ellos eran jóvenes que abandonaron sus estudios por la posibilidad de obtener empleos bien remunerados a una temprana edad. Por lo tanto, el alto desempleo, la despoblación rural y la alta dependencia económica de otros territorios, eran los principales problemas a los que tenía que hacer frente esta comarca.

Con respecto al desempleo, tal y como se muestra en la tabla 14, el paro registrado en el Valle del Guadalhorce pasó a dispararse a partir del inicio de la crisis económica en 2008, tendencia que se sigue dando hasta el año 2014, cuando se produce el primer descenso del paro registrado. No obstante, el mayor descenso de éste tiene lugar del año 2016 al año 2017, coincidiendo con la puesta en marcha de la Estrategia. Esta tendencia ha continuado hasta el año 2019.

**Tabla 14: Paro registrado en la comarca del Valle del Guadalhorce de 2006 a 2019**

<b>Año</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Parados registrados	5.798	6.293	8.983	13.320	15.159	16.514	18.588
<b>Año</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Parados registrados	19.077	18.127	16.929	15.707	13.936	13.257	12.798

**Fuente:** Elaboración propia a partir de los datos de [www.prisma.global/Observatorio/SistemaInteligente](http://www.prisma.global/Observatorio/SistemaInteligente) (Fundación Madeca).

#### **4.4.1.4 ¿Cuál es la mejora que se introduce?**

Desde que el mencionado problema se hace acuciante, el Grupo de Desarrollo Rural del Valle del Guadalhorce comienza a funcionar con una lógica socialmente innovadora, plasmándose muchas de las iniciativas que habían sido desarrolladas en la



última década en la mencionada Estrategia. En ésta se recoge un conjunto de iniciativas que a continuación se detallan, y que tienen como característica común que han sido diseñadas teniendo en consideración los recursos disponibles y las características rurales del entorno para desarrollar un modelo productivo en el que los recursos endógenos juegan un rol fundamental. En definitiva, a partir de las acciones que se recogen en esta Estrategia, se trata de crear un modelo productivo que genere oportunidades de empleo y evite la alta dependencia económica que tradicionalmente ha tenido la comarca. Todo ello ha posibilitado proponer un nuevo modelo económico basado en:

- **La agricultura y ganadería.** Desde la asociación se pretende que el sector agrario y sobre todo el ecológico sea el sector que cree más puestos de trabajo, desarrollando un sistema productivo fuerte y novedoso que permita una mayor soberanía y poder de decisión. Para ello se establecen las siguientes propuestas:
  - Apoyar la creación de empresas de transformación agrícola.
  - Potenciar la utilización de energías renovables.
  - Apoyar los proyectos turísticos.
  - Potenciar, diversificar y difundir los productos agrarios.
  - Facilitar la información y formación de los agricultores.
  - Potenciar el asociacionismo en el gremio, con el objeto de incentivar la creación de comunidades de regantes y facilitar la creación de una marca comarcal común.
  - Trabajar con productos como el chivo y los cítricos al igual que otros nuevos como los caracoles.

Esto se ve favorecido por la buena situación geográfica de la comarca, así como por su conexión con puntos estratégicos a través de la red existente de carreteras. Además, el clima de la zona provoca que se puedan producir una gran diversidad de productos de calidad y singulares, destacando algunos como el tomate de huevo de toro, los cítricos y la aceituna.

- **La industria agroalimentaria.** Se busca contribuir a la consolidación de la industria agroalimentaria dado que en la sociedad hay una creciente tendencia al consumo de productos de proximidad y existen canales cortos de comercialización atractivos para los mercados locales. Las propuestas que han sido formuladas para ello son:
  - Promoción de productos del territorio.
  - Especialización de las empresas agroalimentarias para que sean más competitivas.
  - Mejorar genéticamente al ganado.
  - Marca territorial asociada a Sabor a Málaga<sup>38</sup>, pero con diferenciación de la comarca del Valle del Guadalhorce.
  - Incentivar el comercio y la transformación de productos locales.
  - Apostar por la buena comunicación (Redes, difusión).
  - Apoyar el trabajo cooperativo o/y cooperativas.
  - Sectores cítricos: formación de jóvenes para la comercialización (manipulación y comercio).
  - Programas de mentorización de jóvenes en empresas agroindustriales.
  - Reforzar la repostería local.
  - Ofrecer productos aprovechando el turismo de proximidad del Caminito del Rey.
  - Promover la comercialización en canales cortos.

Hay que destacar el fuerte potencial de la industria agroalimentaria de la comarca ya que se cuenta con unas materias primas de gran calidad y diversidad (pan, carne, leche, huevos, frutas, hortalizas...).

- **El turismo sostenible.** Se pretende fomentar el turismo activo y el turismo en la naturaleza, dado el potencial natural y paisajístico del Valle del

---

<sup>38</sup> Sabor a Málaga es un proyecto que nace en 2011. Fue lanzado por la Diputación de Málaga junto con más de 400 empresas de la industria agropecuaria de la provincia. Sabor a Málaga se ha convertido en una marca cuyo objetivo es el de unificar bajo una imagen global los productos de mayor calidad de la provincia de Málaga.

Guadalhorce. Se busca contribuir a crear una alternativa al turismo masivo de sol y playa. Para ello las propuestas son las siguientes:

- Iniciativas empresariales conjuntas. Creación de clubes de productos para oferta conjunta.
- Unión comarcal a nivel turístico.
- Fomentar la difusión a nivel internacional con otros formatos (*fam trips*<sup>39</sup>, *press trips*<sup>40</sup>).
- Formación para guías e informadores turísticos.
- Mejora de las infraestructuras (carreteras, frecuencias de trenes y autobuses).
- Apoyo y asesoramiento al emprendimiento.
- Inventario de recursos y experiencias.
- Promoción de experiencias vinculadas al destino.
- Desarrollo de un plan de comercialización y marketing del destino.
- Implantación de un plan de calidad y turismo sostenible (conservación).
- Potenciación y comercialización de productos locales (con sellos y/o distintivos de calidad).
- Promoción de actividades fuera de las temporadas altas de turismo.
- Interconexión entre los distintos municipios (con rutas de senderismo, rutas gastronómicas).

El crecimiento del turismo en la comarca es posible dada la localización privilegiada de la zona en que se sitúa el Valle del Guadalhorce, entre Málaga, el Aeropuerto y la Costa del Sol. Esta buena localización, junto con el patrimonio cultural (castillos, iglesias, ermitas, restos arqueológicos) y la gastronomía que predomina, hacen de esta área un lugar potencial para atraer turistas.

---

<sup>39</sup> Los *fam trips* son viajes que se ofrecen a operadores turísticos y agencias de viajes para que conozcan mejor un destino turístico con el fin de que puedan mejorar la comercialización de ese destino.

<sup>40</sup> Los *press trips* se tratan de viajes organizados a profesionales del turismo: Periodistas de guías, revistas turísticas y medios de comunicación.

Muchas de estas líneas han tenido resultados muy positivos, muestra de ello es que se han creado asociaciones de agricultores para prestarse asistencia técnica mutua y se ha potenciado el cultivo de alimentos ecológicos. Así, es también una realidad la creación de una marca propia del Valle del Guadalhorce que permite identificar todos los productos y servicios de la comarca, unificando bajo un mismo sello productos turísticos, deportivos y agroalimentarios. En cuanto al turismo destaca la difusión a nivel internacional de formatos de viajes alternativos (los *fam trips* y *press trips*, ya citados) y el crecimiento que se ha producido del número de establecimientos turísticos rurales de 2014 a 2018 que pasaron de 71 a 176<sup>41</sup>.

Por lo tanto, se observa como desde esta asociación se ha diseñado de forma novedosa, teniendo en cuenta la visión de los diferentes agentes económicos y sociales del territorio, un nuevo modelo productivo que aprovecha las características propias de la comarca, así como los recursos endógenos existentes, para generar nuevas oportunidades de negocio y reducir la alta dependencia económica que existía de otros territorios. Todo ello se ha realizado de una forma participativa, inclusiva y sostenible.

#### **4.4.2 El encaje de las características de la innovación social y la iniciativa Noria-Guadalhorce: Innovación Social en Áreas Rurales**

Por último, antes de terminar el estudio del caso, va a analizarse si están presente en el proyecto cada una de las características identificadas en el epígrafe 4.2 como propias de la innovación social. Esto nos va a permitir dirimir si la iniciativa es realmente socialmente innovadora. Para realizar este análisis se muestra en la tabla 15 cada una de las características, observándose si podían ser reconocidas y cómo se manifestaban en el proyecto que se acaba de presentar.

---

<sup>41</sup> Datos obtenidos de <http://www.prisma.global/Observatorio/SistemaInteligente> (Fundación Madeca).

**Tabla 15: Encaje de las características de la innovación social con la iniciativa Noria-Guadalhorce: Innovación Social en Áreas Rurales**

<b>Característica</b>	<b>Idea del proyecto</b>
Interconexión entre distintos agentes	El proyecto está liderado por una entidad del tercer sector, pero se cuenta con la sociedad civil, la financiación de una entidad privada como La Caixa, el apoyo de la Administración Pública a través de La Noria y la participación del sector privado capitalista.
Acción social colectiva	La unión de la sociedad para cambiar la realidad se ve reflejada en la formación de la asociación, así como en la ejecución de sus acciones.
Colaboración	Las relaciones entre los comerciantes de la zona, los productores agrícolas, la sociedad civil y la propia asociación es fundamental para el éxito del modelo.
Participación de los interesados	La solución de virar hacia un nuevo modelo económico se realizó gracias a las aportaciones y la participación activa de los propios beneficiarios.
Proximidad	La iniciativa cumple con el principio de proximidad. Quienes mejor conocían el problema son quienes han propuesto la solución. Además, se ha realizado el proceso teniendo en cuenta las características de la zona y utilizando los recursos de cercanía: tierra muy dividida, fértil y de calidad. Esto ha permitido el cultivo de productos únicos y de alto valor añadido.
Elaboración de redes	En este caso, fruto de la tipología de negocios que se ha desarrollado y con el fin de aprovechar sinergias, se han establecido redes para la venta de los productos con diferentes comerciantes de la zona, así como con distintos mercados locales.
Elemento territorial	Esta innovación social viene determinada por el territorio. Su carácter local y su entorno le suponen una ventaja competitiva para tener éxito.
Replicabilidad y escalabilidad	Es un modelo cuya estructura es replicable y escalable. Éste ha sido diseñado a partir del estudio de las necesidades de la población y estableciendo un plan para el aprovechamiento de los recursos existentes en el enclave geográfico que se encontraba.
Presencia de creatividad	La creatividad ha sido fundamental en todo el proceso ya que se ha logrado de una forma alternativa, imaginativa y novedosa, generar un nuevo modelo económico sostenible. Se ha avanzado desde un modelo obsoleto que provocaba desempleo y despoblación al diseño de otro mucho más eficiente.
Proceso de aprendizaje	Se diseñó un modelo con gran potencial pero que demandaba un alto proceso de aprendizaje, ya que en muchos casos conllevaba reconvertir a profesionales de la construcción en profesionales agrarios. Por lo tanto, había que educar y formar a

	aquellos potenciales trabajadores que en muchos casos no tenían nociones sobre el mundo agrario.
Metodologías más inclusivas	En la elaboración de este proyecto se han tenido en consideración las experiencias y opiniones de los propios beneficiarios. En todo momento, los arquitectos sociales han tenido en cuenta los conocimientos de aquellos que mejor conocen el problema, los afectados.
Cooperación	No se idealiza la figura del emprendedor social como individuo generador de valor, sino que se entiende que un conjunto de personas trabajando en el mundo agrario pueden lograr una diversidad de productos de calidad y un modelo sostenible que incrementa el bienestar general.
Proceso de abajo hacia arriba	Es una solución co-diseñada y co-creada. Desde la base de la sociedad civil se analiza la realidad y se propone una nueva práctica que conlleva un nuevo modelo de negocio.
Repercute en la sociedad civil	Los principales beneficiarios de los resultados de este proyecto son los habitantes del Valle del Guadalhorce, que se han visto favorecidos por un sistema económico más eficiente que genera empleo para la población local.
Aumenta la calidad de vida	Gracias al proyecto que está siendo llevado a cabo, muchas personas lograron volver a la comarca del Valle del Guadalhorce y encontrar un empleo. Además, se ha dinamizado la economía local y se han aprovechado tierras que estaban en desuso. En general, se ha logrado construir un modelo económico integrador que aumenta el bienestar social.
Transformación política	El diseño del nuevo modelo económico ha sido desarrollado por la sociedad civil y canalizado por el Grupo de Desarrollo Rural Valle del Guadalhorce. Se ha originado un cambio de modelo en el que el diseño de la estructura económica no ha sido dirigido desde ninguna administración, sino desde la propia sociedad civil.
Fenómeno transversal	La iniciativa socialmente innovadora ha tenido impacto en diferentes ámbitos: ha reducido el fenómeno del despoblamiento, ha frenado el envejecimiento poblacional, ha generado un mayor consumo de productos locales y ha reducido el desempleo juvenil.
Respuestas más eficientes y eficaces	La iniciativa ha logrado dar una respuesta a diversos problemas sociales de una forma más eficaz y eficiente de la que la administración pública y el sector privado capitalista había dado hasta ahora.

**Fuente: Elaboración propia**

A partir de la tabla 15, puede observarse que en el proyecto llevado a cabo por el Grupo de Desarrollo Rural del Valle del Guadalupe están presentes todas las características previamente identificadas como definatorias de la innovación social. Esto evidencia que el proyecto desarrollado por la asociación es socialmente innovador. El encaje de las características propias de la innovación social con las del proyecto realizado no debe resultar casual, sino que guarda una estrecha relación con la propia naturaleza, la forma de organización y los objetivos de este tipo de entidades. Las entidades del tercer sector, al contrario de lo que ocurre con la mayoría de las empresas del sector privado capitalista, tienen presente como elemento central de sus actuaciones la dimensión social. Esto provoca que los principios que rigen el funcionamiento de este tipo de entidades les faciliten alinearse de manera natural con la construcción de iniciativas socialmente innovadoras.

## 5. Conclusions and future lines of research

### 5.1 Conclusions

This doctoral thesis has shown that social innovation is not an empty concept with multiple meanings, but rather a narrow concept that refers to a type of practice with a very concrete philosophy of action while covering a very large number of fields. Social innovation must be transformative, seeking a significant change in the prevailing socioeconomic system.

Likewise, it can be pointed out that social innovation has gained importance due to the existence of strong tensions generated in areas such as the environment, demography, social exclusion or governance. These tensions have caused great social challenges that need to be addressed with alternative formulas and practices.

Social innovation must be defined as: *Practices or initiatives carried out by the community that, based on the products, services or models that they generate, or through the process designed to achieve their objectives, reach solutions that provide a better response, in an alternative and creative way, to social problems or needs.* This definition reflects our way of understanding social innovation after the in-depth review of the literature carried out and the knowledge provided by the interviewees. Therefore, the key postulates of our definition are:

- Social innovation has, as its main social and political subject, the community. The collective element is prioritized over the individual.
- The objective is the search for answers, not necessarily novel or innovative, but alternative. From these answers, solutions to social problems that affect the territory must be reached.
- The existence of a disruptive element with respect to the hegemony of the traditional market.

On the other hand, the study carried out has contributed to the conclusion that social innovation requires the presence of certain conditions in the territories for its development. In this way, it is recognized that the existence of social needs is not the only condition for social innovation to emerge.

#### ***Determinants of social innovation***

This thesis has identified 29 determining factors of social innovation. It also quantifies



each factor's individual contribution to overall social innovation. We have grouped them for presentation into 5 main pillars (see table 7): *social and cultural elements; political and institutional support; knowledge and facilitating mechanisms; spatial components; and entities and mechanisms that determine the business and social productive structure.*

Among the factors we have identified, not all can be promoted through policies that favor social innovation. This is due to the fact that some of them that are structural and need to be present prior to any policy seeking to develop social innovation. Among them, the five with the highest relative frequency are: the population has a medium socioeconomic level (0.09532); there is social concern (0.05719); there is a cultural propensity to change (0.05719); there is a propensity for collaboration (0.03812); and, lastly, there is a creative class (0.03812). Therefore, the correct implementation of any action that aims to develop plans and strategies to promote social innovation requires a first phase in which these types of factors must be analyzed to assess to what extent they will condition the plan's effectiveness.

After the first phase of the analysis, a necessary second phase is to establish the actions regarding the factors identified as contributors of social innovation. From all five pillars, the 10 most significant factors which could serve as the foundation to a strategy by public administrations or private institutions looking to promote social innovation in their territories, are: the existence of programs to support social innovation (0.08838), the existence of laboratories or social innovation centers (0.05892), the existence of public funding (0.05892), knowledge of the local reality (0.05545), knowledge of the opportunities and potential of new media and instruments (0.04506), the links that favor public-private relations (0.04332), the existence of cooperatives (0.03986), the facilities and means to establish new communications and networks (0.03812), the spaces for the development of initiatives (0.02946) and the existence of efficient regulation and the absence of obstacles (0.02946). The weights of each factor can be useful for prioritizing the actions in those strategies that focus on promoting social innovation.

### ***Socially innovative agents***

In addition to the conclusions indicated on the determinants of social innovation, we also conclude that third sector entities, due to the principles they embody, are the ideal actors to transform the current socioeconomic model and develop socially innovative initiatives.

Therefore, and taking into account our review of the literature and our case study, we point out that although there may be other types of organizations that develop socially

innovative practices, third sector entities, and more specifically, associations, can carry out socially innovative projects with greater ease than other institutions. This finding shows individuals or societies interested in developing socially innovative practices that third sector entities, due to their own characteristics and operation, have high potential to do so successfully.

### ***Defining characteristics of social innovation***

In this doctoral thesis we conclude that it is extremely important to create a new framework that allows individualized assessment of each initiative. For this reason, we propose a framework composed of 18 characteristics that have been grouped into 3 blocks (see table 9): *characteristics of the relationships of the agents participating in the project, characteristics of the project and characteristic effects of social innovation.*

The identification of three large blocks of characteristics implies that a socially innovative initiative should be analyzed in three parts. A first one in which attention is focused on the interactions between the economic and social agents that will determine the design of the project. A second in which the design of the project that has been carried out by the subjects is analyzed. And, lastly, a third where the potential impacts that the execution of the project are analyzed. Considering this classification, it can be seen that the sum of the blocks that refer to the pre-design phase and the design phase itself, that is, the first and second blocks, add up to 0.75, while the third block, which would represent the importance of the results, would have a weight of 0.25. Therefore, it can be stated that our hypothesis is confirmed that, for socially innovative initiatives, the process is equal to or even more important than the final result.

### ***Areas of impact of social innovation and Sustainable Development Goals***

Another fundamental aspect of our analysis regards the identification of those areas where social innovation may have greater impact. In this regard, a total of 17 areas have been identified and weighted; we group them into 3 major challenges (see table 11): *political and economic challenges, global challenges and social challenges.* The identification and weighting of these areas has made it possible to conclude that socially innovative initiatives have an impact in very different areas, but the environmental (0.0959), the social exclusion (0.0909) and the governance (0.0858) areas stand out above the rest. They are areas which traditionally have presented great challenges and where the ineffectiveness of traditional policies is well known. For this reason, the channeling of solutions based on socially innovative initiatives allows a more efficient response to those problems in these areas.

The identification of the areas has also allowed us to conclude that there is a correspondence between the *Sustainable Development Goals* and the areas of social innovation impact. Therefore, the promotion of social innovation in its contribution to the Sustainable Development Goals should be a line to be explored by those organizations and entities which propose and design their plans and strategies to meet the challenges that the United Nations has set for 2030.

### ***A new knowledge framework around social innovation***

Consequently, this doctoral thesis generates a new framework of knowledge around social innovation. This new framework is at the service of:

- Those interested in the design and execution of programs that aim to support social innovation.
- Those who have to establish actions and criteria for the design of prioritization strategies, necessary in contexts in which there are restrictions of a political, organizational or budgetary nature.
- Those who seek to develop objective criteria to determine whether an initiative is socially innovative or not.
- Those who intend to carry out an action with an initiative with socially innovative logic.
- Those who want to take action and have an impact in a certain area.

Finally, it should be emphasized that the recognition of the factors, characteristics and areas of impact, together with the weighting exercise we have carried out, represents a considerable novelty with regarding to the existing literature. This doctoral thesis has made it possible to verify the suitability of some of the factors, characteristics and areas that had previously been indicated in other studies. Likewise, it has made it possible to identify new factors, explain existing relationships between them and state how important and what role each one plays in generating a favorable ecosystem for social innovation.

### **5.2 Future lines of research**

The work developed in this Thesis, along with its results, can give rise to a wide range of future research. Some of them are highlighted below:

- Deepen the relationship between the development of cultural activities and social innovation. The literature review and the interviews have revealed the possible connections between concepts such as local development, culture, sustainable development, social innovation or the knowledge society. In fact, the existence of studies that already indicate the possible implications of cultural activities in the contribution of non-technological or industrial innovation models, together with the new theoretical framework of social innovation enunciated in this doctoral thesis, represent an opportunity to address this relationship.
- Observe the possible implications that the initiatives recognized as socially innovative have in the contribution of the Sustainable Development Goals. The identification of the defining characteristics of social innovation will allow stakeholders recognizing socially innovative initiatives and study whether they contribute towards the Sustainable Development Goals and to what extent they do so.
- Study the suitability of other types of agents as socially innovative, especially cooperatives. The interviews carried out showed that, together with third sector entities, cooperatives are also entities with great potential to develop socially innovative initiatives.
- Analyze whether the definitions of social innovation and plans used for its promotion and development in the territories by public decision-makers are in line with the definition of transformative social innovation. From the statements made by our interviewees, there may be a certain dissonance between what public decision-makers consider social innovation, what really is social innovation and what they should encourage.
- Carry out analysis of territories where there are a high number of socially innovative initiatives to find out if the factors indicated as determining factors for social innovation are present and whether most of the initiatives are in the areas that have been identified in this doctoral thesis.

## **Bibliografía**

Abreu, J. L. (2011). Innovación social: conceptos y etapas. *Daena: International journal of good conscience*, 6(2), 134-138.

Abreu, J. L., y Cruz, J. G. (2011). Modelos de Innovación Social. *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 6(2), 205-217.

Afanador, P. M., y Patiño, D. R. (2015). Turismo y Desarrollo Comunitario: La innovación social y seguridad alimentaria como base de desarrollo del producto gastronómico. *Revista Cultural Unilibre*, (1), 133-138.

Alonso, P. A., y Echeverría, J. E. (2016). ¿Qué es la innovación social? El cambio de paradigma y su relación con el Trabajo Social. *Cuadernos de trabajo social*, 29(2), 163. DOI: /10.5209/CUTS.51752

Amabile, T. M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. *Research in organizational behavior*, 10(1), 123-167.

André, I., Enriques, B., & Malheiros, J. (2009). Inclusive places, arts and socially creative milieux. En MacCallum, D. (Ed.), *Social innovation and territorial development* (49-166). Farham/Burlington: Ashgate Publishing, Lt

Andrew, C., Klein, J. L., y Mohamoud, H. (2010). *Social Innovation: What is it and why is it important to understand it better*. Québec: CRISES.

Angelidou, M., y Psaltoglou, A. (2017). An empirical investigation of social innovation initiatives for sustainable urban development. *Sustainable cities and society*, 33, 113-125. DOI: 10.1016/j.scs.2017.05.016

Anheier, H.K. (2014). *Nonprofit Organizations: An Introduction: Theory. Management, Policy*. London: Routledge

Ariño, G. B., y Atxutegi, G. (2017). La innovación social en el País Vasco. De la teoría a la práctica. *Revista española del tercer sector*, 36, 183-188.

Arjo, K., Mosselaer, F., Gribling, C., Selim, B., de Bresser, M., Schreuder, P. y Verhoeven, J., (2016) *Creative Industries: Social Innovation*. Tilburg: Fontys Academy for Creative Industries.

Argüeso, M. S., y De Jesús, N. E. (2019). Prácticas empresariales de innovación social en la gestión de la edad y su aplicación en el ámbito del cooperativismo. *REVESCO: Revista de estudios cooperativos*, (130), 176-197.

Avelino, F. y Wittmayer, J. M. (2016). Shifting power relations in sustainability transitions: a multi-actor perspective. *Journal of Environmental Policy y Planning*, (18) 5, 628-649.

Baker, S., y Mehmood, A. (2015). Social innovation and the governance of sustainable places. *Local Environment*, 20 (3), 321-334.

Baron, N., y Romero, J. (2015). (Eds.). *Cultura territorial e innovación social: ¿hacia un nuevo modelo metropolitano en Europa del Sur?* Valencia: Universitat de València.

Barrera, E. (2007). La empresa social y su responsabilidad social. *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales*, 17(30), 59-76. DOI: 10.15446/innovar.v26n59.54366

Bason, C. (2010). *Leading Public Sector Innovation. Co creating for a better society*. Bristol: Policy Press.

Belda-Miquel, S., Boni Aristizabal, A. y Pellicer-Sifres, V. (2018). Políticas públicas locales e innovación social colectiva: repensando la acción pública para acompañar la construcción de nuevos modelos sociales desde abajo. En Baron, N., y Romero, J.

(Eds.), *Cultura territorial e innovación social: ¿hacia un nuevo modelo metropolitano en Europa del Sur?* (47-58). Valencia: Universitat de València.

Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Researches*. Glencoe III, Free Press. DOI: 10.1177/000271625228300135

Bernardino, S. y Santos, J.F. (2017). Local development through social and territorial innovation: An exploratory case study, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 90, 159-187. DOI: 10.7203/CIRIEC-E.90.9155

Blanco, I. (2018). ¿Frente a la desigualdad social, innovación social? Lecciones teóricas, políticas metodológicas de una investigación en Catalunya. En Baron, N., y Romero, J. (Eds.), *Cultura territorial e innovación social: ¿hacia un nuevo modelo metropolitano en Europa del Sur?* (21-34). Valencia: Universitat de València.

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

Boni, A., Belda-Miquel, S., y Pellicer-Sifres, V. (2018). Innovación transformadora. Propuestas desde la innovación social colectiva para el desarrollo humano. *Recerca, Revista de Pensament i Anàlisi*, (23), 67-94. DOI:10.6035/Recerca.2018.3.4

Borzaga, C., y Bordini, R. (2014). What to make of social innovation? Towards a framework for policy development. *Social Policy and Society*, 13(3), 411-421. DOI: 10.1017/S1474746414000116

Bresciani, S. (2010). Innovation within firms: a survey in the Piedmont area. *International Journal of Quality and Innovation*, 1(2), 138-152.

Buckland, H. y Murillo, D. (2014). *La innovación social en América Latina. Marco conceptual y agentes*. Barcelona: Instituto de Innovación Social de ESADE y Fondo Multilateral de Inversiones.

Bureau of European Policy Advisors (BEPA) (2014). *Social Innovation: A Decade of Changes*, Luxemburg: Publications Office of the European Union.

Cajaiba-Santana, G. (2014). Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. *Technological Forecasting and Social Change* (82), pp. 42-51. DOI: 10.1016/j.techfore.2013.05.008

Calvente, Y. G. (2014). Innovaciones sociales en materia de vivienda y Economía Social: reflexiones desde el Derecho Financiero y Tributario. *Gizarte Ekonomiaren Euskal Aldizkaria-Revista Vasca de Economía Social*, (11), 25-57.

Calzada, I. (2013). Critical social innovation in the smart city era for a city-regional european horizon 2020. *P3T Journal of Public Policies y Territories, Social Innovation and Territory*, (6), 1-20.

Cancellieri, G., Turrini, A., Pérez, M. J. S., Noelia, S. A., Jeanet, K., y Cognat, A. S. (2018). *Social innovation in arts and culture: place regeneration initiatives driven by arts and culture to achieve social cohesion*, Routledge, Taylor and Francis Group. DOI:10.4324/9781315158020-4

Caravaca, I. (2018). Crisis, transformaciones urbanas e innovación social en Sevilla: Contrastes y complejidades. En Baron, N., y Romero, J. (Eds.), *Cultura territorial e innovación social: ¿hacia un nuevo modelo metropolitano en Europa del Sur?* (35-46). Valencia: Universitat de València.

Caulier-Grice, J., Davies, A., Patrick, R., y 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.

Chavarro, D., Vélez, M. I., Tovar, G., Montenegro, I., Hernández, A. y Olaya, A. (2017). Los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Colombia y el aporte de la ciencia,



la tecnología y la innovación. *Documento de trabajo nº 1. Colciencias, Unidad de Diseño y Evaluación de Políticas.*

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

Comisión Europea. (2018). *Nueva Agenda Europea para la cultura*, Bruselas.

Chambon, J. L., David, A., y Devevey, J. M. (1982). *Les innovations sociales*, Paris: Presses universitaires de France.

Chaves, R. A., Fernández, M. T. F., y Pineda, Ó. M. (2013). Más allá de la RSC. Hacia un nuevo paradigma de desarrollo a través de la innovación social. *Prisma social*, (10), 0-30.

Chesbrough, H. W. (2006). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*, Harvard Business Press. DOI: 10.5172/impp.2004.6.3.474

Díaz-Foncea, M. y Marcuello, C. (2014). Las empresas sociales en España: concepto y características. *Gizarte Ekonomiaren Euskal Aldizkaria-Revista Vasca de Economía Social*, (8), 143-164.

Djellal, F., y Gallouj, F. (2012). Social innovation and service innovation. En Franz, H. W., Hochgerner, J., & Howaldt, J. (Eds.), *Challenge social innovation: potentials for business, social entrepreneurship, welfare and civil society* (119-137). Berlin: Springer Heidelberg. DOI: 10.1007/978-3-642-32879-4\_8

Drucker, P. (2004). La disciplina de la innovación. *Harvard business review*, 82(8), 3-7.

Echeverría, J. y Gurrutxaga, A. (2012). *La luz de la Luciérnaga*, Madrid: Plaza y Valdés.

Echeverría, J. y 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. DOI: 10.3989/arbor.2011.752n6002

Echeverría, J. (2008). El manual de Oslo y la innovación social. *Arbor*, 184, (732), 609-618. DOI:10.3989/arbor.2008.i732.210

Edwards-Schachter, M., y Wallace, M. L. (2017). ‘Shaken, but not stirred’: Sixty years of defining social innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 119, 64-79.

Eichler, G. M., y Schwarz, E. J. (2019). What sustainable development goals do social innovations address? A systematic review and content analysis of social innovation literature. *Sustainability*, 11(2), 522.

Escalante, E. (2009). Métodos de análisis de las verbalizaciones: una contribución del análisis textual y conceptual mediante el uso de software. *Encuentro*, (83), 32-48. DOI: 10.5377/encuentro.v0i83.3598

Estany, M. L. (2014). La innovación social en la seguridad alimentaria en Quebec. Algunas lecciones para el contexto español. *Documentación social*, (174), 71-94.

Etxeberria, X. (2008). *La condición de ciudadanía de las personas con discapacidad intelectual*, Bilbao: Universidad de Deusto.

European Anti Poverty Network (2014). *Estrategias innovadoras para la inclusión social*, Madrid: EAPN.

Fantova, F. (2015). Innovación social y tercer sector de acción social. En Cabrero, G. *Análisis prospectivo sobre los retos actuales y futuros del Tercer Sector de Acción Social* (pp. 155-178). Madrid: Plataforma de Organizaciones No Gubernamentales de Acción Social.

Fazzi, L. (2014). *Imprenditori sociali innovatori. Casi di studio nel terzo settore*. Milano: Franco Angeli.

Fernández, I. F., Sagardía, A. E., Loroño, M. A., de Gauna Bahillo, P. R., y Ramos, A. E. (2012). Creatividad e innovación: claves para intervenir en contextos de aprendizaje. *REICE: Revista Iberoamericana sobre Calidad, Eficacia y Cambio en Educación*, 10(2), 23-40.

Fontan, J. M., Klein, J. L., y Lévesque, B. (2005). The fight for jobs and economic governance: the Montreal model. En Jouve, B., y Booth, P. (Eds.), *Metropolitan democracies: transformations of the state and urban policy in Canada, France and Great Britain* (pp. 133-146). London: Routledge.

Fraile, A., Aparicio, J. L., Asún, S. y Romero, R. (2018). La evaluación formativa de las competencias genéricas en la formación del profesorado de educación física. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 44(2), 39-53. DOI: 10.4067/s0718-07052018000200039

Franz, H. W., Hochgerner, J., & Howaldt, J. (2012). (Eds.), *Challenge social innovation: potentials for business, social entrepreneurship, welfare and civil society*. Berlin: Springer Heidelberg

Fresno, J. M. y Rauchberger, C. (2015). *Estudio tercer sector y provisión de servicios: prácticas europeas y lecciones para España*. Madrid: Plena Inclusión.

García-Calvente, Y. (2015). Economía del bien común: análisis y propuestas sobre la constitucionalidad de su incentivación fiscal. *CIRIEC-España, revista jurídica de economía social y cooperativa*, (26), 261-301.

García-Flores, V. y Palma, L. (2019) Innovación social: Factores claves para su desarrollo en los territorios. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, (97), 245-278. DOI: 10.7203/CIRIEC-E.97.1414

García-Flores, V. y Palma, L. (2020) Entidades del tercer sector e innovación social. Elementos caracterizadores y factores de éxito. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (136), 191-212. DOI: 10.5209/reve.71861

Gil, G. (2018). Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): una revisión crítica. *Papeles de relaciones ecosociales y cambio global*, (140), 107-118.

Giunta, I. (2018). Soberanía alimentaria entre derechos del buen vivir y políticas agrarias en Ecuador. *Theomai*, 2, (38), 109-122.

Godin, B. (2012). *Social Innovation: Utopias of Innovation from c. 1830 to the Present*. Project on the Intellectual History of Innovation. Working Paper, Quebec.

González, C. G., Perpinyà, A. B., i Pujol, A. F. T., Martín, A. V., y Belmonte, N. V. (2014). La agricultura social en Catalunya: innovación social y dinamización agroecológica para la ocupación de personas en riesgo de exclusión. *Ager. Revista de Estudios sobre Despoblación y Desarrollo Rural*, (17), 65-97. DOI: 10.4422/ager.2014.04

Grimm, R., Fox, C., Baines, S., y Albertson, K. (2013). Social innovation, an answer to contemporary societal challenges? Locating the concept in theory and practice. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 26(4), 436-455. DOI: 10.1080/13511610.2013.848163

Gurrutxaga, A. (2013). No todo es innovación social. *Revista Iberoamericana de Argumentación*, (7), 1-14.

Harris, M., y Albury, D. (2009). *The innovation imperative*, London: NESTA. DOI: 10.13007/121

Heinze, R. G. y Naegele, G. (2012). Social innovations in ageing societies. En Franz, H. W., Hochgerner, J., & Howaldt, J. (Eds.), *Challenge social innovation: potentials*

*for business, social entrepreneurship, welfare and civil society* (pp. 153-167). Berlin: Springer Heidelberg

Henning, K. y Hees, F (2010). (Eds.), *Studies for Innovation in a Modern Working Environment - International Monitoring*, 5, Aachen: IMA/ZLW (2)

Hernández, I. D., y Sánchez, O. (2014). Innovación social abierta en el diseño de una política y estrategia de formalización sostenible: un caso colombiano de gobierno colaborativo. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 22(2), 47-61. DOI: 10.18359/rfce.625

Hernández-Ascanio, J., y Rich-Ruiz, M. (2020). Caracterización de organizaciones del Tercer Sector desde el enfoque de la innovación social. Discusión a partir de un caso etnográfico. *Innovar*, 30(75), 71-86. DOI: 10.15446/innovar.v30n75.83258

Hernández-Ascanio, J., Tirado-Valencia, P., & Ariza-Montes, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, 88, 164-199. DOI: 10.7203/CIRIEC-E.88.8849.

Hillier, J., Moulaert, F., & Nussbaumer, J. (2004). Trois essais sur le rôle de l'innovation sociale dans le développement territorial. *Géographie, économie, société*, 6(2), 129-152. DOI: 10.3166/ges.6.129-152

Hirsch, P. M. y Levin, D. Z. (1999). Umbrella advocates versus validity police: A life-cycle model. *Organization Science*, 2, (10), 199-212.

Howaldt, J., Kaletka, C., Schröder, A., & Zirngiebl, M (2018). (Eds.), *Atlas of social innovation—New practices for a better future*. Dortmund: University, Dortmund.

Howaldt, J. y Schwartz, M. (2010), *Social Innovation: Concepts, Research Fields and International Trends*. En Henning, K. y Hees, F (Eds.), *Studies for Innovation in a Modern Working Environment - International Monitoring*, 5, Aachen: IMA/ZLW (2)

Howaldt, J., Schröder, A., Kaletka, C., Rehfeld, D., & Terstriep, J. (2016). *Mapping the world of social innovation*. A deliverable key result of a comparative analysis of the project SI-DRIVE. European Commission–8th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research.

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

Irizar, M. Z. (2008). Gobernanza e innovación social. El caso de las políticas públicas en materia de ciencia y tecnología en Euskadi. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, 2, (60), 73-93.

Janson, J., y Harrisson, D. (2013). *Social innovation research in the European Union: approaches, findings and future directions: policy review*, Brussels: Directorate-General for Research & Innovation.

Jessop, B., Moulaert, F., Hulgård, L., y Hamdouch, A. (2013). Social innovation research: a new stage in innovation analysis. En Moulaert, F. (Ed.), *The international handbook on social innovation: collective action, social learning and transdisciplinary research* (pp. 110-130). Cheltenham/Northampton: Edward Elgar Publishing.

Jouve, B., y Booth, P. (Eds.), *Metropolitan democracies: transformations of the state and urban policy in Canada, France and Great Britain*. London: Routledge.

KEA (2009) *The Impact of Culture on Creativity*. Brussels: KEA European Affairs.

Martins, E.C., y Terblanche, F. (2003). Building organisational culture that stimulates creativity and innovation. *European Journal of Innovation Management*, 6(1), 64-74.

Klein, J. L. (2014). *L'innovation sociale au coeur de l'analyse de la transformation sociale. La programmation scientifique du crises 2014- 2020*, Quebec: Les Cahiers du crises. Collection Études théoriques et méthodologiques.

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. DOI: 10.1080/10580530.2014.923265

Kruse, D. J., Goeldner, M., Eling, K., & Herstatt, C. (2019). Looking for a Needle in a Haystack: How to Search for Bottom-up Social Innovations that Solve Complex Humanitarian Problems. *Journal of Product Innovation Management*, 36(6), 671-694. DOI: 10.1111/jpim.12507

Lawson, C. y Lorenz, E. (1999). Collective Learning, Tacit Knowledge and Regional Innovative Capacity, *Regional Studies*, 33, (4), 305-317. DOI:10.1080/713693555

López-Cózar, C., Priede, T. y Del Arco J. J. (2015). La empresa social. Experiencias innovadoras a través del deporte. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, (119), pp. 107-131. DOI: 10.5209/rev\_REVE.2015.n119.49069

Lundvall, B. A. (1988). *Innovation as an interactive process: from user-producer interaction to national systems of innovation*. The Learning Economy and the Economics of Hope. London/New York: Anthen Press.

Maccallum, D. (2009). *Social innovation and territorial development*, Burlington: Ashgate Publishing, Ltd. DOI: 10.4324/9781315609478

Maguirre, M. V., Ruelas, G. C., y Torre, C. G. (2016). Women empowerment through social innovation in indigenous social enterprises. *RAM. Revista de Administração Mackenzie*, 17(6), 164-190. DOI: 10.1590/1678-69712016/administracao.v17n6p164-190

Manzini, E. (2007). Design research for sustainable social innovation. En Michel, R. (Ed.), *Design research now* (pp. 233-245). Basel: Birkhäuser Basel. DOI: 10.1007/978-3-7643-8472-2

Marques, P., Morgan, K., y Richardson, R. (2018). Social innovation in question: The theoretical and practical implications of a contested concept. *Environment and Planning C: Politics and Space*, 36(3), 496-512. DOI: 10.1177/2399654417717986.

Martínez, R. M., Gallach, H. C., Blanco, I., y Salazar, Y. (2019). La innovación social, ¿ prácticas para producir autonomía, empoderamiento y nueva institucionalidad?. *Revista Internacional de Sociología*, 77(2), 126. DOI: 10.3989/ris.2019.77.2.17.02

Martínez-Celorio, X. (2017). La innovación social: orígenes, tendencias y ambivalencias. *Sistema. Revista de Ciencias Sociales*, (247), 61-88.

Mazzucato, M. (2019). *El valor de las cosas: quién produce y quién gana en la economía global*. Madrid: Taurus.

Méndez, R. (2002). Innovación y desarrollo territorial: algunos debates teóricos recientes. *Eure (Santiago)*, 28(84), 63-83. DOI: 10.4067/s0250-71612002008400004

Millard, J. (2018). How social innovation underpins sustainable development. En Howaldt, J., Kaletka, C., Schröder, A., & Zirngiebl, M (Eds.), *Atlas of social innovation—New practices for a better future* (41-43). Dortmund: University, Dortmund.

Moore, H. L. (2015). Global prosperity and sustainable development goals. *Journal of International Development*, 27(6), 801-815. DOI: 10.1002/jid.3114

Mora, M. J., y Martínez, F. R. M. (2018). Desarrollo local sostenible, responsabilidad social corporativa y emprendimiento social. *Equidad y desarrollo*, (31), 27-46. DOI: 10.19052/ed.4375

Moulaert, F. (2013). (Ed.), *The international handbook on social innovation: collective action, social learning and transdisciplinary research*. Cheltenham/Northampton: Edward Elgar Publishing.



Moulaert, F. y MacCallum, D. (2019) *Advanced introduction to social innovation*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

Moulaert, F., Martinelli, F., y Swyngedouw, E. (2004a). *Social innovation and governance in local communities*. SINGOCOM Final report to the EC (FP6). Lille: IFRESI.

Moulaert, F., Demuyneck, H., y Nussbaumer, J. (2004b). Urban renaissance: from physical beautification to social empowerment: Lessons from Bruges—Cultural Capital of Europe 2002. *City*, 8(2), 229-235. DOI: 10.1080/1360481042000242175

Moulaert, F., MacCallum, D., y Hillier, J. (2013). *Social innovation: intuition, precept, concept*. En Moulaert, F. (Ed.), *The international handbook on social innovation: collective action, social learning and transdisciplinary research* (pp. 13-24). Cheltenham/Northampton: Edward Elgar Publishing.

Moulaert, F., Martinelli, F., González, S., & Swyngedouw, E. (2007). Introduction: social innovation and governance in European cities urban development between path dependency and radical innovation. *European Urban and Regional Studies* 14(3), 195–209. DOI: 10.1177/0969776407077737

Moulaert, F., Martinelli, F., Swyngedouw, E., & Gonzalez, S. (2005). “Towards alternative model (s) of local innovation”. *Urban studies*, 42(11), 1969-199. DOI: 10.1080/00420980500279893

Moulaert, F., Mehmood, A., MacCallum, D., & Leubolt, B. (2017). *Social innovation as a trigger for transformations - the role of research* . Luxembourg : Publications Office of the European Union.

Mulgan, G. (2006). “The process of social innovation”. *Innovations: technology, governance, globalization*, 1(2), 145-162. DOI: 10.1162/itgg.2006.1.2.145

Mulgan, G (2007). *Social innovation. What it is, why it matters and how it can be accelerated*, London: Young Foundation.

Murray, R., Caulier-Grice, J., y Mulgan, G. (2010). *The open book of social innovation*. London: National endowment for science, technology and the art (NESTA)

Naciones Unidas. (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*, New York.

Navarro, C. (2015). Innovación social y gobernanza urbana. En Subirats, J. y García Bernardos, A. (Eds.), *Innovación social y políticas urbanas en España: experiencias significativas en las grandes ciudades* (43-58). Barcelona: ICARIA.

Nelson, R. y Rosenberg, N. (1993). Technical innovation and national systems. National innovation systems: a comparative analysis. *Oxford University Press*, (7), 1-18.

NESTA (2008). *Social innovation: New approaches to transforming public services*. Making Innovation Flourish: London.

Neumeier, S. (2017). Social innovation in rural development: identifying the key factors of success. *The geographical journal*, 183(1), 34-46. DOI: 10.1111/geoj.12180

Noguero, F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación*, 4, 167-179. DOI: 10.23878/empr.v12i45.129

OCDE (2005). *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3d*, París: Committee for Scientific and Technological Policy. DOI: 10.1787/9785760201737-ru

OCDE (2011). *Fostering Innovation to Address Social Challenges*. Workshop proceedings. OCDE Innovation Strategy. DOI: 10.1016/j.techfore.2015.08.011

OCDE (2018). Oslo Manual. Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation, 4th Edition. Paris/Luxembourg: OCDE Publishing. DOI: 10.1787/9789264304604-en

Oosterlynck, S., Kazepov, Y., Novy, A., Cools, P., Barberis, E., Wukovitsch, F., y Leubolt, B. (2013). *The butterfly and the elephant: local social innovation, the welfare state and new poverty dynamics*. ImPRovE Discussion Paper No. 13/03. Antwerp: Herman Deleeck Centre for Social Policy – University of Antwerp.

Palma, L., García-Flores, V y 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 XVIII 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. Investigación Y Pensamiento Crítico*, 4(1), 50-68.

Pérez-López, R., Morales-Sánchez, M., Anguera, T. y Hernández-Mendo, A. (2015). Evaluación de la calidad total en servicios municipales deportivos orientados a la población infantil: Aportaciones desde el análisis cualitativo con Atlas.ti. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 15(1), 143-150. DOI: 10.4321/s1578-84232015000100014

Pérez, M. D. P. P. (2013). Microcrédito en México: una mirada desde la innovación social. *International Review of Business Research Papers*, 9(2), 32-42.

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

Pot, F. y Vaas, F. (2008). Social innovation, the new challenge for Europe. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 57(6), 468-473. DOI: 10.1108/17410400810893400

Prados, J. A. (2007). Críticas y apoyos hacia la responsabilidad social de la empresa: una aproximación etnográfica desde la vivencia del trabajador y una propuesta metodológica cualitativa. *Universitas psychologica*, 6(1), 59-68.

Pulford, L. (2011). The Global Ecosystem For Social Innovation. Singapore: *Social Space*.

PwC (2018) *Radiografía del Tercer Sector Social en España: retos y oportunidades en un entorno cambiante*. Madrid.

Repo, P., y Matschoss, K. (2020). Social Innovation for Sustainability Challenges. *Sustainability*, 12(1), 319. DOI: 10.3390/su12010319

Raussell, P., Abeledo, R., y Boix, R. (2012). *Culture as a Factor for Economic and Social Innovation. Report Tome 01*. Valencia: Sostenuto Project.

Rincón, C. A. G. (2013). La economía social desde tres perspectivas: tercer sector, organizaciones no gubernamentales y entidades sin ánimo de lucro. *Revista Tendencias & Retos*, 18(1), 143-158.

Rodríguez-García, M. y Mateos, C. (2015). Decrecimiento, comunidades locales y recuperación de solidaridades vecinales. El caso de la moneda social “puma”. En Subirats, J. y García Bernardos, A. (Eds.), *Innovación social y políticas urbanas en España: experiencias significativas en las grandes ciudades* (142-152). Barcelona: ICARIA.

Roitter, M. (2004). El tercer sector como representación topográfica de sociedad civil. *Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización*. Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela.

Rüede, D., y Lurtz, K. (2012). Mapping the various meanings of social innovation: Towards a differentiated understanding of an emerging concept. *EBS business school research paper*, 12 (3), 1-52. DOI: 10.2139/ssrn.2091039

Sacco, P. L., Ferilli, G., y Lavanga, M. (2007). *The cultural district organizational model: A theoretical and policy design approach (Working paper)*. Venezia: DADI, Università IUAV.

Sajardo-Moreno, A. (2016). Nuevos instrumentos de financiación para el sector no lucrativo: el reto del crowdfunding social. *Cooperativismo y Desarrollo*, 24, (108), 39-53. DOI: 10.16925/co.v24i108.1259.

Salamon, L. M., y Anheier, H. K. (1994). *Caring Sector or Caring Society? Discovering the Nonprofit Sector Cross-Nationally*. Baltimore: The Johns Hopkins Institute for Policy Studies, 1994.

Salamon, L. M., y Anheier, H. K. (1996). *Defining the nonprofit sector: the United States*. Baltimore: Johns Hopkins University Institute for Policy Studies.

Salom-Carrasco, J., Pitarch-Garrido, M. D., y Sales-Ten, A. (2017). Innovación social: estrategias urbanas en un contexto de cambio. El caso de la ciudad de Valencia, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 91, 31-58. DOI: 10.7203/CIRIEC-E.91.10451

Sánchez, M., Cabrera, S., & Sánchez A. M., (2006). Economía de la cultura y desarrollo local. *XIII Encuentro de Economía Pública*. Almería.

Sanchís, J. R. y Campos, 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.

Schumpeter, J.A. (1983). *Capitalismo, socialismo y democracia*. Barcelona: Ediciones Orbis. (Adaptación al castellano de la versión original de: Schumpeter, J.A. (1942). *Capitalism, socialism and democracy*. New York/London: Harper & Brothers).

Social Platform (2013). *Social Platform's position on social innovation*. Adopted by the Steering Group on December 3, 2013.

Soto, C. A., Pineda, M. S., y Vargas, S. M. Z. (2015). Procesos de innovación social (IS) como fuente de transformación social de comunidades rurales. *Academia y Virtualidad*, 8(2), 85-99.

Subirats, J. (2015). Políticas urbanas e innovación social. Entre la coproducción y la nueva institucionalidad. Criterios de significatividad. En Subirats, J. y García Bernardos, A. (Eds.), *Innovación social y políticas urbanas en España: experiencias significativas en las grandes ciudades* (95-111). Barcelona: ICARIA.

Subirats, J. y García Bernardos, A. (2015). (Eds.), *Innovación social y políticas urbanas en España: experiencias significativas en las grandes ciudades*. Barcelona: ICARIA.

Subirats, J., Riba, C., Giménez, L., Obradors, A., Giménez, M., Queralt, D., y Rapoport, A. (2004). *Pobreza y exclusión social. Un análisis de la realidad española y europea*. Barcelona: Fundación La Caixa.

Taylor, J. B. (1970). Introducing social innovation. *The journal of applied behavioral science*, 6(1), 69-77. DOI: 10.1177/002188637000600104

Torres, I. (2010). Identidad institucional de las organizaciones del Tercer Sector. *Revista Internacional de Organizaciones*, (5), 7-29. DOI:10.17345/rio5.7-29

Toselli, C. (2019). Turismo, patrimonio cultural y desarrollo local. Evaluación del potencial turístico de aldeas rurales en la provincia de Entre Ríos, Argentina. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(2), 343-361. DOI: 0.25145/j.pasos.2019.17.024

Tremblay, D. G., y Pilati, T. (2013). Social innovation through arts and creativity. En Moulaert, F. (Ed.), *The international handbook on social innovation: collective action, social learning and transdisciplinary research* (pp. 67-79). Cheltenham/Northampton: Edward Elgar Publishing.

Tricarico, L., Jones, Z. M., y Daldanise, G. (2020). Platform Spaces: When culture and the arts intersect territorial development and social innovation, a view from the Italian context. *Journal of Urban Affairs*, 1-22. DOI: 10.1080/07352166.2020.1808007

Terstriep, J., Rehfeld, D., & Kleverbeck, M. (2020). Favourable social innovation ecosystem (s)? – An explorative approach. *European Planning Studies*, 28, (5), 1-25. DOI: 10.1080/09654313.2019.1708868

Unceta, A., Castro-Spila, J., y Garcia Fronti, J. (2016). Social innovation indicators. *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 29(2), 192-204. DOI: 10.1080/13511610.2015.1127137

UNCTAD. (2010). *Creative Economy Report: A Feasible Development Option*.

UNESCO. (2005). *Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*, Paris.

Valeroa, D. E., y López Marco, L. (2019). Interdisciplinariedad en la innovación social frente a la despoblación rural. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 19(1380-2019-2989), 17-36

Van Dyck, B. y Van Den Broeck, P. (2013). Social innovation: a territorial process. En Moulaert, F. (Ed.), *The international handbook on social innovation: collective action, social learning and transdisciplinary research* (pp. 131-141). Cheltenham/Northampton: Edward Elgar Publishing.

Vecchi, V. (2010). *Art and creativity in Reggio Emilia: Exploring the role and potential of ateliers in early childhood education*. New York: Routledge.

Villa, L., y Melo, J. (2015). *Panorama actual de la innovación social en Colombia*. Colombia: Banco Internacional de Desarrollo (BID).

Vrontis, D., Thrassou, A., Chebbi, H. y Yahiaoui, D. (2012). Transcending innovativeness towards strategic reflexivity. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 15(4), 420-437. DOI: 10.1108/13522751211257097

Winner, E., T. Goldstein y S. Vincent-Lancrin (2014), ¿El arte por el arte? Resumen, OECD Publishing.

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

Zubero, I. (2015). *Innovación social: una propuesta para pensar las prácticas sociales en clave de transformación*. En Subirats, J. y García Bernardos, A. (Eds.), *Innovación social y políticas urbanas en España: experiencias significativas en las grandes ciudades* (13-42). Barcelona: ICARIA.



## Méritos que soportan la defensa de la tesis doctoral de Víctor García-Flores

### CONGRESOS Y CURSOS

- CURSO 2020-2021
  - Curso online “El ordenamiento jurídico de la UE y su relación con el derecho interno (12ª ed)”, organizado por el Centro de Documentación Europea de la Universidad de Sevilla y celebrado entre los días 6 y 27 de noviembre de 2020. (20 horas - 0,8 crédito ECTS)
  - Curso “Horizonte Europa, el nuevo programa marco (2021-2027) y otras oportunidades europeas e internacionales 1ª edición (15 horas)”. Celebrado del 13 al 15 de octubre de 2020.
  - Curso "Gestión de la Propiedad Industrial e Intelectual y de la Transferencia del Conocimiento” Celebrado del 11 al 13 de noviembre de 2020. (18 horas).
  - Congreso Internacional Online “El derecho ante la pandemia del COVID-19: una visión multidisciplinar y comparada” celebrado el 12 de junio de 2020.
- CURSO 2019 -2020
  - Curso de Especialización en Política de Competencia y Mejora de la Regulación Económica. Celebrado del 1 al 30 de septiembre de 2019 (60 horas)
  - II Curso de Formación en Economía Social y Solidaria celebrado entre los días 4 y 13 de mayo de 2020 (12 horas)
- CURSO 2018 – 2019
  - Congreso: XLIV Reunión de Estudios Regionales, Hacia un modelo económico más social y sostenible. Celebrado en Valencia del 21 al 23 noviembre del 2018.
  - Curso Horizon Europe: The new Research and Innovation Framework Programme: challenges and opportunities. Celebrado en Santander del 10 al 12 de septiembre de 2018
- CURSO 2017-2018
  - XXXII Congreso Internacional de Economía Aplicada Asepelt 2018: Economía del transporte y Logística Portuaria. Celebrado del 4 al 7 de julio 2018. Asociación Internacional de Economía Aplicada
  - XLIII Reunión de Estudios Regionales /International Conference on Regional Science: International trade and employment in a regional

perspective. Celebrado del 15 al 17 de noviembre de 2017. Asociación Española de Ciencia Regional.

## **SEMINARIOS**

- **CURSO 2020-2021**
  - Seminario: Competencias más demandadas. Celebrado el 19 de noviembre de 2020 (3 horas)
  - Seminario: Curso sobre liderazgo. Celebrado el 6 de octubre de 2020. (3 horas).
- **CURSO 2019-2020**
  - Seminario Impartido Investigaciones Recientes en Política de Competencia y Mejora de la Regulación Económica. Celebrado el 27 de noviembre de 2019.
  - Seminario sobre personal branding capital humano celebrado en la modalidad online, a través de la plataforma zoom. Celebrado el 9 de junio de 2020. (3 horas).
  - Seminario: Cuatro miradas económicas a la pandemia desde la primera línea celebrado en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Sevilla. Celebrado el 28 de mayo de 2020 (2 horas).
  - Seminario: Tablas Dinámicas en Excel Organizado por el Instituto Andaluz de la Juventud & Tüv Rheinland. Celebrado el 13 de mayo de 2020 (2 horas).
- **CURSO 2018 – 2019**
  - Seminario Becas de Investigación Europeas Individual Fellowship. Celebrado el 6 de junio de 2019
  - Ética en la investigación. Celebrado en el Instituto de Microelectrónica de Sevilla. Celebrado el 21 de mayo de 2019.
  - Seminario Horizonte 2020: Instrumento PYME. Celebrado el 24 de abril de 2019
  - Seminario Un nuevo escenario de la política de competencia de la Unión Europea. Celebrado el 23 de abril de 2019.
  - Seminario Informativo de la Convocatoria europea Programa Life. Celebrado el 23 de abril de 2019.
  - Seminario Jornada Informativa-Horizonte 2020 “Future and Emerging Technologies (FET)”. Celebrado el 9 de abril de 2019.

- Diálogos sobre la política de competencia y mejora de la regulación económica. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Sevilla. Celebrado del 13 al 27 de marzo de 2019
- Seminario 20 años del euro: Retos y Logros. Celebrado los días 7 y 8 de marzo de 2019.
- Taller de Preparación de propuestas Marie Sklodowska-Curie y ERC (sesión específica para STG-COG). Celebrado el 5 de noviembre de 2018.
- Seminario Salidas profesionales de los Doctores en Economía. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Sevilla. Celebrado el 23 de octubre de 2018
- CURSO 2017-2018
  - Jornada Informativa-Horizonte 2020: “Acciones Marie Sklodowska (MSCA) – Individual Fellowship (IF). Organizado por la Agencia Andaluza del Conocimiento y celebrado el 30 de mayo de 2018.
  - Seminario. El papel del capital humano en la España preindustrial, c. 1750 Departamento de Economía e Historia Económica. Celebrado el 20 de marzo de 2018.
  - VIII Workshop en Economía y Gestión de la Cultura. Departamento de Economía e Historia Económica. Celebrado el 15 y 16 de marzo de 2018.
  - Seminario. Ofertas y Demandas de Populismo. Secretariado del Programa de Doctorado en Ciencias Económicas Empresariales y Sociales. Celebrado el 1 de diciembre de 2017.
  - Seminario. El por qué la Unión Europea no necesita una Política Fiscal Común. Departamento de Economía e Historia Económica y grupo de Análisis Económico y Economía Política. Celebrado el 8 de mayo de 2018.
  - Seminario. La promoción de la competencia y la mejora de la regulación en Andalucía: análisis de casos. Departamento de Economía e Historia Económica y grupo de Análisis Económico y Economía Política. Celebrado el 13 y 14 de abril de 2018.

## **PRESENTACIÓN DE COMUNICACIONES EN CONGRESOS**

- CURSO 2018-2019
  - La innovación social desde un prisma transversal: casos en la economía andaluza. Presentada en el Congreso: XLIV Reunión de Estudios Regionales, Hacia un modelo económico más social y sostenible. Celebrado en Valencia del 21 al 23 noviembre del 2018.

- La cultura y el arte como herramientas creativas para la generación de innovaciones sociales a nivel regional. Presentada en el Congreso: XLIV Reunión de Estudios Regionales, Hacia un modelo económico más social y sostenible. Celebrado en Valencia del 21 al 23 noviembre del 2018.
- Evolución del impacto de los impuestos sobre el precio y el consumo de carburantes en Andalucía. Presentada en el Congreso: XLIV Reunión de Estudios Regionales, Hacia un modelo económico más social y sostenible. Celebrado en Valencia del 21 al 23 de noviembre de 2018.
- "La innovación social: un concepto polimorfo". Congreso REJIES jóvenes investigadores de economía social. Celebrado en Sevilla el 4 de abril de 2019.
- CURSO 2017-2018
  - Análisis de la oferta minorista de carburantes en Andalucía XXXII Congreso Internacional de Economía Aplicada 2018: Economía del transporte y logística portuaria Asociación Internacional de Economía Aplicada Presentada como ponente. Celebrada del 4 al 7 de julio de 2018.
  - “El comercio minorista de los carburantes en Andalucía” Seminario la promoción de la competencia y la mejora de la regulación en Andalucía: análisis de casos Departamento de Economía e Historia Económica y grupo de Análisis Económico y Economía Política Presentada como ponente
  - La Agencia de Defensa de la Competencia de Andalucía como agente de innovación social en el marco de la Estrategia Europea de Especialización Inteligente. International Conference on Regional Science. Asociación Española de Ciencia Regional Presentada como ponente. Celebrado del 15 al 17 de noviembre de 2017.

## **PUBLICACIÓN DE ARTÍCULOS CON FACTOR DE IMPACTO**

- García-Flores, V.; Palma Martos, L (2019): “Innovación social: Factores claves para su desarrollo en los territorios”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 97, 245-278. DOI: 10.7203/CIRIEC-E.97.14148.
- García-Flores, V.; Palma Martos, L. (2020) “Entidades del tercer sector e innovación social. Elementos caracterizadores y factores de éxito”. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, vol. 136, e71861. <https://dx.doi.org/10.5209/reve.71861>.

## **ASISTENCIA A CURSOS DE FORMACIÓN EN COMPETENCIAS DE INFORMACIÓN Y BÚSQUEDA DE RECURSOS BIBLIOGRÁFICOS Y DE INVESTIGACIÓN**

- CURSO 2020-2021
  - Seminario: Actividad formativa EndNote online para doctorandos, celebrada el 27 de noviembre del 2020 con una duración de 1.30 h horas presenciales impartido durante el curso 2020/2021.
- CURSO 2019-2020
  - Webinar: Mendeley, gestor de referencias y bibliografía para Doctorandos, celebrada el 26 de mayo de 2020, con una duración de 90 minutos impartido durante el curso 2019/2020.
  - Curso Your elevator pitch in oral presentation. Organizado por CharlesWorth Author Services. Celebrado el 22 de abril de 2020.
  - Curso Present yourself well and make good impression. Organizado por CharlesWorth Author Services. Celebrado el 21 de abril de 2020.
  - Curso Conozca su impacto real: citas, índice H y métricas alternativas para doctorandos, celebrada el 24 de junio de 2020, con una duración de 90 minutos impartido durante el curso 2019/2020.
- CURSO 2018-2019
  - Curso Descubre el Emerging Source Citation Index. FECYT. Celebrado el 5 de junio de 2019
  - Curso Descubrir la Web of Science y cómo descubrir información. FECYT. Celebrado el 4 de junio de 2019.
  - Curso Big Data from Social Networks and Regional Science (organizado por la Asociación Española de Ciencia Regional). Celebrado en Valencia del 21 al 23 de noviembre de 2018.
  - Curso Profundización sobre la base de datos scopus con ejercicios y casos prácticos (organizado por la Estación Biológica de Doñana). Celebrado el 14 de mayo de 2019.
  - Curso Formación sobre Scopus Nivel Básico. Celebrado el 8 de abril de 2019.

## **PRESENTACIONES EN EL WORKSHOP EN CIENCIAS ECONÓMICAS, EMPRESARIALES Y SOCIALES**

- CURSO 2019-2020
  - IV Workshop en Ciencias Económicas, Empresariales y Sociales. Presentación del trabajo: Áreas de impacto de la innovación social y su

relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Celebrado el 25 de noviembre 2020

- CURSO 2018-2019
  - III Workshop de la Facultad de Ciencia Económicas y Empresariales. Es el coeficiente de caja del 100% suficiente para evitar el ciclo económico de la teoría Austriaca. Celebrado el 13 de junio de 2019.
  - III Workshop de la Facultad de Ciencia Económicas y Empresariales. Innovación social: Un fenómeno con diferentes perspectivas. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales y CEES. Celebrado el 13 de junio de 2019.
- CURSO 2017-2018
  - II Workshop de la Facultad de Ciencia Económicas y Empresariales. Ahorro y fondos prestables. El papel de la preferencia por la liquidez en la macroeconomía basada en el capital. Celebrado el 5 de marzo de 2018.
  - II Workshop de la Facultad de Ciencia Económicas y Empresariales. Las potencialidades de la innovación social en el sector público. II Workshop en ciencias económicas, empresariales y sociales.

#### **ESTANCIA EN CENTROS DE INVESTIGACIÓN INTERNACIONAL**

- Estancia internacional durante 3 meses en la *Universidad Alexandru Ioan Cuza de Iasi* (Rumania). Fecha de inicio 01/07/2019; Fecha de finalización: 30/09/2019

**Artículos publicados por el doctorando**



**CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, nº 97, Noviembre 2019, pp. 245-278**

# **Innovación social: Factores claves para su desarrollo en los territorios**

**Víctor García-Flores**  
**Luis Palma Martos**  
Universidad de Sevilla

**Cómo citar este artículo:** GARCÍA-FLORES, V. & PALMA, L. (2019): "Innovación social: Factores claves para su desarrollo en los territorios", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 97, 245-278. DOI: 10.7203/CIRIEC-E.97.14148.

**How to cite this article:** GARCÍA-FLORES, V. & PALMA, L. (2019): "Social innovation: Key factors for its development in the territories", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 97, 245-278. DOI: 10.7203/CIRIEC-E.97.14148.

*CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*  
ISSN edición impresa: 0213-8093. ISSN edición online: 1989-6816.

© 2019 CIRIEC-España

[www.ciriec.es](http://www.ciriec.es)    [www.ciriec-revistaeconomia.es](http://www.ciriec-revistaeconomia.es)



# Innovación social: Factores claves para su desarrollo en los territorios

**Víctor García-Flores**  
**Luis Palma Martos**

**RESUMEN:** Existe un amplio consenso sobre que la innovación social es un fenómeno necesario para contribuir a resolver los nuevos retos sociales de carácter complejo y multidimensional que han proliferado en las últimas décadas. Sin embargo, y aunque la innovación social ha ido ganando peso, no hay acuerdo general sobre qué es, ni se conocen en profundidad todos los factores que determinan su aparición en un territorio.

En el contexto descrito, este trabajo tiene como objetivos principales hacer una revisión del estado del arte, proponer una definición de innovación social e identificar y analizar la importancia de aquellos factores que favorecen su nacimiento y desarrollo en el territorio. Con este fin, se ha utilizado una metodología cualitativa a través de la revisión sistemática de la literatura y la realización de 24 entrevistas semiestructuradas a agentes inmersos en procesos de innovación social. Las entrevistas, una vez transcritas, fueron analizadas con el programa Atlas.ti, lo que ha permitido proponer una definición de innovación social y plantear cinco grandes pilares (elementos sociales y culturales; apoyo político e institucional; conocimiento y mecanismos facilitadores; componentes espaciales y entidades; y mecanismos que determinan la estructura productiva empresarial y social), que agrupan 29 factores identificados y ponderados en función del número de veces que fueron señalados por los entrevistados. Finalmente, se ha realizado un análisis interpretativo de los resultados en el que se explica la relevancia de cada uno de los factores y la relación existente entre ellos.

**PALABRAS CLAVE:** Innovación social, tercer sector, sector público, análisis cualitativo, economía social, territorio.

**CLAVES ECONLIT:** A13, 030, P35, P36.

**Cómo citar este artículo / How to cite this article:** GARCÍA-FLORES, V. & PALMA, L. (2019): "Innovación social: Factores claves para su desarrollo en los territorios", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 97, 245-278. DOI: 10.7203/CIRIEC-E.97.14148.

**Correspondencia:** Víctor García-Flores, e-mail: [vgarcia10@us.es](mailto:vgarcia10@us.es) (contacto), y Luis Palma Martos, [lpalma@us.es](mailto:lpalma@us.es), Universidad de Sevilla.

## EXPANDED ABSTRACT

### **Social innovation: Key factors for its development in the territories**

Currently, the term innovation is often associated with the generation of new technologies, excluding other forms of innovation, with equal or greater value, such as social innovation.

Technological innovation has been repeatedly used as a means differentiation in order to achieve a higher enterprise competitiveness. This has led to achievement of great scientific and technical progress. Nevertheless, in the last few decades, this has not prevented some territories from social issues such as poverty, exclusion, inequality, deterioration of environmental conditions and unemployment, among others. All these problems have a high local impact, being here where social innovation importance as a force for potential change is growing.

Despite the broad consensus regarding the potential and the positive effects that social innovation has in those territories, there is still considerable debate surrounding how this concept should be defined and what factors contribute to its appearance. There are many variables that have been mentioned in the literature; however, a review of previous works shows that it is an open field for the identification of new ones.

As described above, this paper has three main aims: to analyze the state of the art up to now, to give a definition of social innovation and to identify, analyze and weigh those key factors for its emergence in the territories.

To this end we have designed a methodology based on a series of qualitative analysis techniques. Firstly, a review of the state of the art has been carried out to obtain a first approximation to the concept of social innovation and determine which elements are decisive in its appearance. Secondly, based on the existing literature and knowing what the problem is, we complete the methodology by designing and conducting semi-structured interviews. We chose this technique because we understand that social innovation is a living and constantly evolving phenomenon. This makes it very useful and allows us to confront the ideas and evidence from our literature review in a pragmatic way. The information gathered from the interviews allow us to identify, in a reliable and empirical way, new key elements to define social innovation. Additionally, the interviews help us to recognize and weigh the existence of new essential factors for the development of social innovation.

These interviews have been conducted with a total of 24 agents involved in social innovation processes: managers and directors of centers responsible for promoting social innovation; agents that developed socially innovative initiatives; and scientists and academics who published work in this field.

To analyze the content of the 24 interviews, we used the Atlas.ti computer program. This tool helped us analyze the transcripts. In order to explore and interpret the texts we analyzed 24 primary archives, which represent one transcript for each interview carried out. Afterwards, we encoded them. This process is a form of data reduction, since, based on a large volume of information, we managed to segment certain pieces of information (quotes) and label them based on codes. These are the main elements of analysis and they are considered as a system of categories. In our case, each time we have identified a quote, which made reference to the existence of a factor that conditioned the irruption of social innovation or that enunciated characteristics that defined it, we labeled a code -referred to a certain factor related to the content of the quotes-.

Once the individual coding and data editing was completed, we organized the codes into families. Specifically, in line with the main purposes of our analysis, in two families: one to collect the codes related to the definition of social innovation and a second to gather those related to its determinant factors.

To provide our study with greater depth, it was essential to carry out a statistical analysis of the content that would allow us to know the frequency of appearance of the codes. First, we calculated the absolute frequency of the codes, referred to the number of times a quote was identified with the same code. Nevertheless, to obtain more information about the importance of each one of the codes, we relativized them considering that they had previously been divided into families. Thus, we have obtained the relative frequency by families, which is, the number of times any code is repeated within a family according to the total number of times codes included in that family appear. This contributes directly to know which factors have more strength in the emergence of social innovation, among the ones pointed out by the interviewees.

After the performance of the aforementioned analysis, we suggest the following definition of social innovation: Practices or initiatives carried out by the community that, based on the products, services or models they generate, or through the process designed to achieve their objectives, they reach solutions that give a better response, in an alternative and creative way, to social problems or needs. In addition, we point out five key points for the development of social innovation: social and cultural elements; political and institutional support; knowledge and facilitating mechanisms; spatial components and entities; and mechanisms that determine the corporate and social productive structure. These gather 29 factors identified and weighted according to the number of times they were indicated by the interviewees.

Therefore, this work, not only points out the key factors of social innovation and the foundations on which they are grouped by theme, but also shows the importance of each underlying determinant according to its absolute and relative frequencies. These frequencies are used as a proxy to weigh the importance of these factors and foundations. This allows to know which ones are more needed and have more weight in the emergence of social innovations.

The ten factors with more impact are: the socioeconomic level of the population (0.09532), the existence of strategies and lines of action to develop social innovation (0.08838), the existence of laboratories or centers of social innovation (0.05892), the existence of public funding (0.05892), the existence of social concern (0.05719), the cultural propensity to change (0.05719), knowledge of the local reality (0.05545), knowledge of the opportunities and potential of new means and instruments (0.04506), links encouraging public-private relations (0.04332) and the existence of cooperatives (0.03986).

In summary, it should be noted that the recognition of these factors, together with the weighing of their relative importance, represents a considerable innovation with respect to the existing texts. This work has allowed us to verify the suitability of some determining factors that had previously been pointed out in other studies, state new ones that emerged after the investigation, explain the correlation between them and present how important and what role each of them plays to have a beneficial ecosystem for social innovation. This knowledge can be very useful when establishing lines and criteria for the design of prioritization strategies, useful where there are restrictions of a political, organizational or budgetary nature.

**KEYWORDS:** Social innovation, third sector, public sector, qualitative analysis, social economy, territory.

## 1. Introducción

En la actualidad, en numerosas ocasiones, el término innovación se asocia directamente con la generación de nuevas tecnologías, dejando de lado otros tipos de innovación, de igual o mayor envergadura, como puede ser la innovación social.

La innovación tecnológica ha sido utilizada recurrentemente como medio de diferenciación para lograr una mayor competitividad empresarial, lo que ha conllevado la consecución de grandes avances científico-técnicos. Sin embargo, esto no ha evitado que en las últimas décadas emerjan grandes retos sociales en los territorios: pobreza, exclusión, desigualdad, deterioro de las condiciones medioambientales y desempleo, entre otros. Todos ellos son problemas que tienen una alta repercusión en el ámbito local, siendo éste el contexto donde la innovación social gana más peso como fenómeno con potencial transformador.

Por ello, entendemos que centrar los sistemas de innovación<sup>1</sup> únicamente en conseguir mejoras tecnológicas, aunque productivo y eficaz económicamente, no es del todo eficiente, debido a la falta de respuesta existente ante los retos y problemas sociales de carácter complejo y multidimensional. Esto justifica por qué la innovación social, que se presenta como una solución participativa y cooperativa, es un fenómeno que debe ser fomentado para coadyuvar a resolver los retos actuales que amenazan el bienestar y la misma estabilidad de la sociedad.

Existe un amplio consenso acerca de las potencialidades y los efectos positivos que genera la innovación social en los territorios. En cambio, la falta de acuerdo es latente cuando se trata de definirla y conocer qué factores contribuyen a que aparezca. Son muchas las variables que han sido mencionadas en diferentes trabajos, pero, en cambio, la revisión de la literatura evidencia que es un campo abierto a la identificación de otras nuevas.

Este trabajo nace desde el convencimiento de la necesidad de averiguar los factores más significativos que son necesarios para crear un ecosistema que facilite la aparición de innovaciones sociales. Por esta razón, nosotros vamos más allá de enunciar lo que sería una definición de síntesis y de limitarnos a reproducir factores que previamente ya han sido señalados. En este contexto, son tres los objetivos principales: realizar un análisis del estado del arte hasta la actualidad, proponer una definición de innovación social e identificar y analizar, según su importancia, factores claves para la irrupción de la innovación social en los territorios.

*1.- Sistemas de innovación es un término, introducido por Lundvall (1988) y Nelson y Rosenberg (1993), que se ha convertido en piedra angular de la mayoría de las líneas de actuación de las administraciones públicas, tanto a niveles regionales, nacionales como supranacionales.*

Con este fin hemos diseñado una metodología con entrevistas semiestructuradas realizadas a un total de 24 agentes involucrados en procesos de innovación social: responsables y directores de centros encargados en promover la innovación social; agentes que han desarrollado iniciativas socialmente innovadoras; y científicos y académicos que han publicado trabajos de impacto sobre la materia. Desde nuestro punto de vista, consideramos que tener en cuenta la visión de aquellos que están en primera línea, trabajando día a día con la innovación social, es la forma más adecuada para conocer la realidad de la manera más próxima y fidedigna.

Entre las principales contribuciones de este trabajo se encuentran: i) proponer una nueva definición de innovación social, enunciando tres postulados esenciales que debe tener cualquier práctica socialmente innovadora, ii) comprobar la idoneidad de ciertos factores que ya habían sido señalados en la literatura como determinantes de la innovación social, iii) detectar nuevos factores que no habían sido identificados hasta ahora, iv) ponderar todos ellos para conocer la relevancia de cada uno en la aparición de la innovación social y v) explicar por qué facilitan el desarrollo de las mencionadas prácticas socialmente innovadoras.

Finalmente, nos gustaría aclarar la estructura que hemos planteado para la realización de este trabajo: un segundo epígrafe, posterior a esta introducción, en el que se realiza una aproximación contextual; un tercer epígrafe, en el que se hace una revisión del estado de la cuestión, prestando especial atención a los diferentes puntos de vista desde los que la innovación social puede ser entendida, al elemento territorial y a los principales factores señalados como determinantes de ésta; un cuarto epígrafe en el que se presenta la metodología usada para la elaboración del presente artículo; un quinto epígrafe en el que se muestran y discuten los resultados obtenidos; y, por último, se exponen las principales conclusiones y la bibliografía utilizada.

## **2. La emergencia de la Innovación Social. Una aproximación contextual**

La comprensión de las actividades de innovación y de su impacto socioeconómico ha sido objeto de estudio en numerosas investigaciones a lo largo de las últimas décadas. De hecho, existe una creciente literatura que trata la cuestión, y que, con todo, no lo ha logrado hacer de una 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 las denominadas innovaciones tecno-

lógicas y de procesos. En la segunda publicación de dicho Manual, en 1995, se incluyó la innovación en el sector servicios, y ya en la tercera edición de 2005 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 sigue sin abordar la innovación de forma integral, haciéndolo 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”*. Se evidencia así que la OCDE conoce la existencia de más tipos de innovación, pero que hay un vacío de conocimiento sobre las funcionalidades y los efectos positivos que pueden ser conseguidos con otros tipos de innovaciones, como son las sociales.

No obstante, aun cuando los aspectos sociales de la innovación hayan pasado en muchas ocasiones desapercibidos, debido a que los enfoques más clásicos los han dejado sistemáticamente olvidados, las innovaciones sociales se han ido desarrollando a lo largo de la historia cuando se han pretendido resolver retos sociales (López y González, 2013). De hecho, Zubero (2015:14) subraya que *“la innovación social es tan característica de las sociedades humanas vivas que sería un error reducirla a una práctica exclusiva de las denominadas sociedades modernas”*.

Muestra de la existencia de este proceso histórico es la creación en el siglo XIX de los microcréditos, de los sindicatos obreros o de los nuevos modelos de producción y distribución basados en el cooperativismo. También durante las primeras décadas del siglo XX destacan la aparición de sistemas de ayudas sociales o de atención infantil. Sin embargo, este fenómeno no ha comenzado a atraer la atención institucional hasta finales de la década de los 80 del siglo pasado. Este hecho es primordial para el desarrollo y fomento de las innovaciones, ya que como señalan Yépez (2017:45) *“la influencia del aspecto institucional debe ser tenida en cuenta cuando se reflexiona acerca de la capacidad innovadora de los países y las regiones en el marco teórico de los sistemas de innovación”*.

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 puesto en marcha en Canadá en 1986, y el *Vienna-based Zentrum fur soziale Innovation* (SZI) inaugurado en Austria en 1990 (Paz, 2015). A partir de entonces el paradigma schumpeteriano de innovación predominante, que entendía la sociedad como el ámbito donde se difundían las innovaciones, pero no contemplaba que pudiera tener el papel de agente innovador, se comienza a superar. Ciertamente, la mutación 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 alternativa y complemento a la innovación tecnológica.

En este proceso, en el que las instituciones comienzan a prestar atención a la innovación social, 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 de 6 países miem-

bros, con el objetivo principal de facilitar la difusión internacional y la transferencia de las mejores políticas y prácticas en innovación social.

En esta línea, en la región de Quebec (Canadá) en 1997, el gobierno encargó la realización de un estudio sobre las posibles contribuciones de las ciencias sociales y las humanidades a una política planificada de innovación (Paz, 2015). A este respecto, las potencialidades de la innovación social para lograr un mayor dinamismo y desarrollo territorial han sido indicadas desde principios del siglo XXI por Méndez (2002), Hillier *et al* (2004) y Moulaert *et al* (2005).

Otro momento significativo es la publicación del estudio de Mulgan (2006), ya que se distingue claramente entre innovación social y empresarial. Apuntan Echeverría y Merino (2011: 1034) que este trabajo 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*.

En 2009 se puso a funcionar la *Office of Social Innovation* por parte de la administración de los Estados Unidos, cuyo fin principal era centrarse en el desarrollo de políticas y programas para acelerar la recuperación económica y fortalecer las comunidades.

Estos hitos fueron embrionarios para que, en 2010, la Comisión Europea, cuando da luz a la *Innovation Union Initiative*, incluya la innovación social como un objetivo a tener en consideración para abordar todo un conjunto de problemas y retos socioeconómicos que estaban desafiando la vida en los territorios. La emergencia de este fenómeno se consolida con la publicación en 2013 del *Social Innovation Package* y la *Guide to Social Innovation*. Dichas acciones han facilitado la transformación de la visión de la innovación en las regiones de Europa y han contribuido a la familiarización, desarrollo y aceptación de la innovación social para el logro de las metas marcadas en la Estrategia Europa 2020.

Todos estos hechos han provocado que, actualmente, la innovación social sea una prioridad para muchos gobernantes, y se encuentren centros para fomentarla en países como Canadá, Reino Unido, Austria, Estados Unidos, Alemania, Sudáfrica, Colombia, Chile y España, entre otros.



## 3. Revisión de la literatura

### 3.1. Innovación social

A pesar de la profusión de los estudios acerca de qué es la innovación social, actualmente, hay una evidente falta de consenso en la literatura acerca de su significado. Esto impide encuadrar el término en una definición concreta y generalmente aceptada (Mulgan, 2006; Zubero, 2015; Mosselaer, 2016; Hernández-Ascanio *et al.*, 2016; Palma *et al.*, 2017; Salom-Carrasco *et al.*, 2017). Tal es la falta de coincidencia existente acerca de cómo definirla, 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*”.

Por esta razón, la consecución de una definición generalmente reconocida se ha convertido en la gran cuestión a abordar. Son muchos los autores que han definido la innovación social con análisis ciertamente solventes y de gran valor para el avance científico en la materia. No obstante, y dada la heterogeneidad de definiciones presentes en la literatura, nos parece fundamental contribuir desde nuestro trabajo a la búsqueda de nuevos elementos que permitan avanzar en discernir qué es la innovación social. Por ello, creemos necesario, tal y como se hace a partir de la tabla 1, hacer una revisión del estado de la cuestión. En ésta se recogen algunas de las definiciones más trascendentes de organismos nacionales e internacionales, así como de autores de referencia en la materia.

**Tabla 1. Distintas definiciones del concepto innovación social**

Autor	Definición de innovación social
Mulgan (2006:146)	Son actividades y servicios innovadores que son llevados a cabo fundamentalmente por organizaciones cuyo objetivo principal es social, y que tienen como fin satisfacer una necesidad o reto social.
NESTA (2008)	La innovación social consiste en desarrollar nuevas ideas para abordar problemas o necesidades sociales. Puede ser un nuevo producto, servicio, iniciativa, modelo organizativo o un nuevo enfoque para la prestación de servicios públicos.
Pot y Vaas (2008: 468)	Es un concepto más amplio que la innovación organizacional. 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 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. Hace referencia a la innovación social como herramienta para solucionar problemas colectivos, no individuales.

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 socio-laboral 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 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 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.
OCDE (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) <sup>2</sup>	Son las nuevas soluciones (productos, servicios, modelos, mercados y procesos, entre otros) que satisfacen simultáneamente una necesidad social (de 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 personas en exclusión social y a 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.
Moulaert <i>et al</i> (2013:17)	La innovación social trata sobre la inclusión social y acerca de contrarrestar y superar las fuerzas conservadoras que están dispuestas a fortalecer o preservar situaciones de exclusión social.
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.
Paz (2015:54)	Es el resultado de un transcurso 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 a partir de los trabajos citados.

La tabla 1, a la vez que refleja diferentes perspectivas para definir la innovación social, 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 nuevo concepto de gran vastedad. Por ese motivo, es interesante realizar un ejercicio de síntesis, y analizar, tal y como hacen Rüede y Lurtz (2012), los diferentes prismas desde los que puede ser entendida. Se permite así identificar tres enfoques principales:

2.- La definición es realizada en uno de sus informes del proyecto europeo "Theoretical, empirical and policy foundations for boulding social innovation in Europe" (TEPSI), en el que participa como socio la Young Foundation.

- Innovación social 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, a las mejoras en la organización y a la solución de problemas sociales individuales o colectivos desde la empresa (Pot y Vaas, 2008; Sanchís y Campos 2008; World Economic Forum, 2016). Ésta es la encargada de realizar las innovaciones sociales. Entran dentro de este enfoque prácticas tan variadas como el emprendimiento social, la mejora de condiciones sociales dentro de las empresas, la responsabilidad social o la creación de una producción más sostenible y con menor impacto ambiental.
- Innovación social transformadora. Esta perspectiva hace referencia a la innovación social como elemento de transformación social. Se encuadrarían dentro de ella aquellas actuaciones innovadoras que, ante la ineficiente respuesta del sector público y el mercado, son llevadas a cabo desde la acción colectiva, atendiendo a necesidades y problemas de marcado carácter local (Harris y Albury, 2009; Oosterlynck *et al*, 2013; Moulaert *et al*, 2013). También, se resalta la lucha de las comunidades y los movimientos sociales para crear alternativas sociales y mejorar el bienestar social. Esta corriente de pensamiento entiende que los sujetos que llevan a cabo las prácticas socialmente innovadoras son: las empresas sociales<sup>3</sup>, las entidades y organizaciones sin ánimo de lucro, las asociaciones de la sociedad civil y las cooperativas (Mulgan, 2006).
- Innovación social integradora. Este enfoque permite encuadrar ambos casos de iniciativas socialmente innovadoras anteriormente expuestos. Es una solución amplia que surge fruto de la convivencia paralela de las dos perspectivas previamente mencionadas. La innovación social es entendida como un concepto vasto, caracterizado por resolver todo tipo de problemas y necesidades sociales, ofreciendo mejores resultados para toda la sociedad que los existentes hasta el momento. Desde esta perspectiva, se reconoce la existencia de diferentes tipos y grados de innovación social, y se entiende que las iniciativas pueden estar desarrolladas por el sector público, el sector privado o la sociedad civil (NESTA, 2008; Phills *et al*, 2008; Hubert, 2010; Caulier-Grice *et al*, 2012; Comisión Europea, 2013).

Por lo tanto, el fenómeno puede ser abordado desde diferentes perspectivas. Nosotros entendemos que la primera está altamente influenciada por la visión más neoliberal, siendo clave la figura del emprendedor social como generador de todo el valor, por lo que tiene más relación con el emprendimiento *stricto sensu* y con el trabajo por cuenta propia, que con las iniciativas socialmente innovadoras y las comunidades. Por otro lado, el tercer enfoque, en su intento de englobar ambas perspectivas, desvirtúa la innovación social y contribuye a la confusión sobre qué son prácticas socialmente innovadoras. Esto provoca que surjan cada vez más iniciativas que se autodefinen como tal, y que, en cambio, no están en sintonía con lo que entendemos son las características propias del concepto, corriéndose el riesgo de exponerlo a convertirse en un concepto desfigurado y vacío de con-

3.- Las empresas sociales son aquellas que buscan solucionar los problemas sociales básicos de los seres humanos de una manera auto-suficiente y rentable, y donde atributos como "sin ánimo de lucro", "público", o "privado" pasan a un segundo lugar para definir las y clasificarlas. Es una nueva categoría organizativa que permite simultáneamente la creación de valor económico y social (Barrera, 2007: 4).

tenido propio. Así, consideramos que, por sus propiedades y particularidades, la innovación social se aproxima mejor a la concepción de aquellos autores que la entienden desde el punto de vista transformador.

### 3.2. El territorio como el ámbito natural para el desarrollo de la innovación social

En este segundo subepígrafe vamos a analizar el campo de acción natural de la innovación social, el territorio. Es necesario introducir el componente espacial en el análisis porque la mayoría de las innovaciones sociales se producen y están condicionadas por él (Fontan *et al*, 2005; MacCallum, 2009; Van Dyck y Van Den Broeck, 2013). Además, existe una amplia evidencia empírica sobre la efectividad de este tipo de innovaciones para lograr un desarrollo territorial más inclusivo y sostenible de las sociedades que residen en ellos (Hillier *et al*, 2004, Moulaert *et al*, 2005; Calzada, 2013; Subirats y García-Bernardos, 2015). En este sentido, Subirats (2015) afirma que la innovación social ha supuesto una transformación sobre cómo afrontar y superar los problemas y retos sociales en las ciudades y sus barrios.

Lo primero que debemos entender cuando hablamos de innovación social en el territorio es qué es “el territorio”. Méndez (2002) señala que éste no es una simple proyección espacial, sino una construcción social, reflejo de acciones y comportamientos múltiples, acumulados en el tiempo, con capacidad de influir también de forma significativa sobre la estructura y funcionamiento de la sociedad. En consecuencia, nuestros territorios están directamente determinados por el modelo neoliberal predominante; el mercado asigna bienes y servicios de la forma más eficiente posible y el sector público corrige los fallos que éste genera.

Como resultado de ello, las dinámicas de desarrollo de los territorios y las sociedades que viven en ellas se sitúan en este contexto, y es evidente observando la realidad, que este sistema no es totalmente inclusivo ya que hay personas que son marginadas (Moulaert *et al*, 2007; Blanco, 2018). Por ese motivo, Hillier *et al* (2004) defienden que se hace cada vez más necesario utilizar mecanismos y herramientas socialmente innovadoras que coadyuven a integrar a aquellos que han quedado excluidos por el funcionamiento propio del sistema hegemónico.

La innovación social es especialmente interesante de analizar en las ciudades y barrios, ya que son los espacios donde la mayoría de la sociedad vive y donde se reflejan de forma más evidente los problemas urbanos (pobreza, desempleo, dificultad de acceso a la vivienda, gentrificación, contaminación, entre otros). Estas características los convierten en los lugares idóneos para desarrollar procesos de transformación social (Subirats, 2015 y Blanco, 2018).

Con referencia a esto último, afirman Moulaert *et al* (2004) que establecer estrategias de desarrollo urbano basándose en la innovación social es de gran utilidad para lograr cambios de gobernanza en las comunidades locales. A pesar de ello, nos recuerda Subirats (2015: 96) que, aun cuando se

consigan esas ansiadas transformaciones en la gobernanza, hay que tener en cuenta que los gobiernos locales ocupan “una posición periférica en un entramado de gobierno multinivel” y tienen unos recursos que en ocasiones resultan insuficientes para afrontar problemas de gran magnitud.

Lo cierto es que, aunque la efectividad final de la innovación social para lograr un cambio radical puede ser limitada, su inclusión en la gobernanza local se postula como una solución para reducir el impacto de poderosos grupos de interés en las estrategias territoriales que marcan el devenir de los espacios urbanos. La aprobación de políticas urbanas es fundamental que represente el interés de la mayoría social, y no el particular de un grupo o colectivo (Caravaca, 2018). Por esa razón, una de las principales motivaciones de las comunidades socialmente innovadoras debe ser ejercer, a través de sus iniciativas, un mayor control en la toma de decisiones que afectan a las sociedades donde habitan (Moulaert *et al*, 2004).

No obstante, las mencionadas comunidades deben estar vertebradas mediante redes que les permitan estar interconectadas para que puedan desarrollar un auténtico cambio territorial a través de nuevas fórmulas (Moulaert *et al*, 2004). A este respecto, según Belda-Miquel (2018) urge acabar con la hegemonía de la innovación *top-down* y promover innovaciones desde las comunidades con enfoques *bottom-up*. Esto, sugiere Navarro (2015), es fundamental para reintroducir la inclusión social como eje para un desarrollo local más sostenible.

Por su parte, Caravaca (2018) plantea que actualmente existen alternativas para la revitalización de los espacios urbanos en los territorios que se basan en los recursos de proximidad y en la existencia de redes de colaboración, siendo el objetivo principal romper con las estructuras que predominan en el sistema. Concibe esta autora que las prácticas dinamizadoras de los espacios urbanos van desde la producción de bienes o servicios, hasta la financiación, el consumo o el intercambio.

Por último, hay que subrayar que la introducción del elemento territorial en el análisis es primordial para comprender qué factores son determinantes para el desarrollo de la innovación social. Ésta tiene un fuerte componente local por su potencial para crear procesos y nuevas lógicas de actuación que permiten generar efectos positivos en las ciudades y barrios, reduciendo la polarización social. Por lo tanto, su estudio en el territorio tiene mucha más relación con el enfoque que la entiende desde el punto de vista transformador, que con los otros anteriormente expuestos.

### 3.3. Factores determinantes para la irrupción de la innovación social

Al igual que sucede para cualquier proceso de innovación tecnológica, el desarrollo de la innovación social no puede ser diseñado en su integridad. Sin embargo, se pueden planificar estrategias que permitan aumentar la probabilidad de que la innovación tenga lugar (Chesbrough, 2006; Vrontis *et al.*, 2012). Así pues, de forma mimética a como ocurre para la innovación tecnológica, si la innovación social no puede programarse, es primordial implementar un ecosistema<sup>4</sup> que permita aumentar sus

posibilidades de aparición. De esta forma, la identificación de un contexto propicio para que emerjan iniciativas socialmente innovadoras resulta muy relevante para proporcionar conocimiento a aquellos que deseen fomentar y promover un modelo socioeconómico más sostenible basado en este tipo de prácticas (Caulier-Grice *et al*, 2012; Bureau of European Policy Advisers, 2014; Neumeier, 2017).

En una visión amplia y general sobre los factores que son claves para el desarrollo de la innovación social en un territorio, Neumeier (2017) señala tres:

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 su desarrollo. Por ello, el autor referido, indica que hay una serie de factores que son necesarios y comunes para cualquier tipo 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, las estructuras sociales, la base jurídica y legal y la calidad de la regulación, entre otros.
3. Determinantes que influyen en el proceso participativo subyacente en la innovación social. La creación de redes, el apoyo institucional o la educación son muy valiosos para fomentar la participación.

Otros factores que son sugeridos en la bibliografía como trascendentes para la generación de las innovaciones sociales son: el tamaño de la región (Abreu y Cruz, 2011; Oosterlynck *et al*, 2013), el contexto cultural (Echeverría y Gurrutxaga, 2012; Hernández-Ascanio *et al*, 2016), la existencia de seguridad jurídica (Howaldt *et al*, 2016), la concesión de subvenciones (Bureau of European Policy Advisers, 2014), la existencia de cohesión (Křev *et al*, 2014), la capacidad de absorción de conocimiento (Unceta *et al*, 2016: 193; Bernardino y Santos, 2017: 162) o el uso de herramientas digitales y la tecnología (Mulgan, 2006; Bureau of European Policy Advisers, 2014).

Con ello se evidencia que el análisis de por qué irrumpe en unos territorios la innovación social más que en otros, no viene únicamente condicionado por el grado de pobreza o las necesidades insatisfechas, sino que depende de todo un conjunto de factores determinados por la trayectoria socioeconómica del territorio.

A este respecto, Blanco *et al* (2016) afirman que, paradójicamente, no es en las regiones donde existen más necesidades y problemas sociales donde la generación de iniciativas socialmente innovadoras es mayor, sino en aquellas donde concurren una serie de condiciones favorables para ello.

4.- Ferraris y Greco (2015) afirman 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".

Por consiguiente, sin dejar de reconocer el valor que pueden tener factores como la presencia de necesidades insatisfechas para el nacimiento de innovaciones sociales, hay que considerar como requisito indispensable lograr que existan en el territorio una serie de elementos que permitan fomentar su desarrollo.

## 4. Notas metodológicas

En este trabajo se han utilizado una serie de técnicas de análisis cualitativas. El estudio de la innovación social como concepto y de los elementos determinantes para su aparición ha sido llevado a cabo a partir de la revisión del estado del arte y la realización de entrevistas semiestructuradas.

Con respecto a la revisión de la literatura, que ha sido realizada en el anterior apartado, son dos las fases que pueden ser distinguidas.

- La primera fase, en la que se realiza el análisis del estado de la cuestión, centrando nuestra atención en las diferentes corrientes de pensamiento y en la significatividad del componente espacial.
- La segunda fase, en la que se lleva a cabo un análisis de los factores que influyen en la creación de un entorno favorable para el nacimiento de prácticas socialmente innovadoras.

Teniendo en cuenta la revisión del estado del arte, y siendo conocedores de la problemática, hemos diseñado una metodología a partir de entrevistas semiestructuradas. La hemos elegido por entender que, aunque existe una amplia y valiosa literatura, la innovación social es un fenómeno vivo y en constante evolución. Esto hace que sea de gran utilidad confrontar las ideas evidenciadas tras la revisión de una manera pragmática. La información procedente de las entrevistas nos permite aportar, de forma empírica y fidedigna, nuevos elementos claves tanto para definir la innovación social, como para reconocer y ponderar la existencia de nuevos factores esenciales para su aparición.

### 4.1 Entrevistas

La identificación de los elementos más considerables que han influido en la aparición de las innovaciones sociales desde una perspectiva territorial ha sido realizada teniendo en cuenta la visión de tres grupos previamente definidos<sup>5</sup>: agentes que han desarrollado iniciativas socialmente innovado-

*5.- En el anexo 1 pueden ser consultada la lista de todas las personas entrevistadas durante este estudio.*

ras como Ana Hevilla, que es la responsable del Área Social del Grupo de Desarrollo Rural Valle del Guadalhorce; agentes de centros de fomento de la innovación social como David Pino, que es director de Innovación y Economía Social del Ayuntamiento de Sevilla; científicos y académicos como Pilar Tirado, que ha publicado trabajos de impacto en materia de innovación social. Estos tres perfiles, que son diferentes pero complementarios, nos permiten tener una visión completa y transversal acerca del fenómeno.

Con respecto a la selección de los entrevistados, hay que mencionar que se ha primado fundamentalmente la relevancia de la experiencia y del proyecto, la trayectoria académica y profesional, así como los reconocimientos y premios que organismos de prestigio han otorgado en materia de innovación social a los individuos, o a los colectivos que representan, por su buen hacer<sup>6</sup>.

Teniendo siempre en cuenta los mencionados criterios hemos tratado de contactar con un total de 87 personas, siendo 24 las que finalmente accedieron a realizar las entrevistas. En la selección de los sujetos también existió un cierto grado de oportunidad que el propio avance de la investigación propició, ya que los mismos entrevistados nos facilitaron en ocasiones la posibilidad de contactar con expertos y perfiles interesantes que cumplían con los criterios establecidos. Las entrevistas fueron realizadas entre los meses de junio y noviembre de 2018 y tuvieron una duración de entre 50 y 75 minutos.

La estructura seguida para la realización de las entrevistas consta de tres partes diseñadas para conseguir los objetivos de la investigación; la primera, en la que se planteaban preguntas genéricas sobre innovación social; la segunda, en la que se cuestionaba acerca de los aspectos más significativos de su proceso de generación y, por último, una sección dedicada a los efectos y resultados a los que, en opinión de los entrevistados, la innovación social puede dar lugar<sup>7</sup>.

## 4.2. Tratamiento de los datos

Con el objetivo de analizar el contenido de las 24 entrevistas realizadas se ha utilizado el programa informático Atlas.ti. Siguiendo a Prados (2007:62) "Atlas.ti es una herramienta informática la cual es capaz de analizar datos cualitativos complejos de forma estructurada (...) que se articula alrededor de la *Grounded Theory*, y que trata de generar teoría a la vez que investiga en la materia; ambas como parte de un mismo proceso". Esta herramienta nos ha asistido en el análisis del contenido<sup>8</sup> de las transcripciones, facilitando nuestro posterior trabajo interpretativo.

6.- En todos los casos se han seleccionado responsables de organizaciones con una amplia trayectoria, responsables directos de los proyectos, centros o empresas, así como académicos y científicos con publicaciones de alto impacto sobre la materia.

7.- En el anexo 2 puede ser consultado el guion seguido para realizar las entrevistas semiestructuradas.

8.- Siguiendo a Berelson (1952) el análisis de contenido es una técnica de investigación que busca reducir la subjetividad del investigador y ser más sistemática y cuantitativa.



El análisis de contenido permite descubrir componentes básicos de un fenómeno concreto teniendo en consideración las ideas expresadas por los entrevistados a partir de palabras y frases (Noguero, 2002). A este respecto, afirma Escalante (2009), que dichas expresiones y la trascendencia de los conceptos presentes en un texto son de elevada significatividad, ya que a partir de ellos podemos identificar su importancia y relación.

Nosotros, para la exploración e interpretación de los textos hemos analizado los contextos lingüísticos y semánticos de aquellas palabras o frases que eran susceptibles de expresar un concepto. En total hemos realizado un análisis de 24 archivos primarios, que representan cada una de las transcripciones de las entrevistas realizadas.

Lo primero que hemos llevado a cabo tras la transcripción de las entrevistas es su codificación. Este proceso supone una forma de reducción de datos, ya que, partiendo de un gran volumen de información, logramos segmentar ciertos fragmentos de la información (citas) y etiquetarlas a partir de códigos (Pérez-López *et al*, 2015). Estos son los elementos principales de análisis y son considerados como un sistema de categorías. En nuestro caso, cada vez que hemos identificado una cita, que hacía referencia a la existencia de un factor que condicionaba la irrupción de la innovación social o que enunciaba características que la definían, hemos etiquetado un código -referido a un determinado factor relacionado con el contenido de la cita<sup>9</sup>-. Por consiguiente, la codificación ha contribuido a realizar conexiones entre las diferentes partes de la información que disponemos.

Una vez realizada la codificación, cuando ya teníamos todos los códigos, los hemos organizados en familias<sup>10</sup>. Concretamente, en sintonía con los fines principales de nuestro análisis, en dos familias: una, en la que se recogen los códigos relativos a la *definición de innovación social*, y otra, relacionada con *los factores determinantes*. Además, hay que destacar que el programa Atlas.ti cuenta con la herramienta *WordCruncher* para contar la frecuencia absoluta de los códigos etiquetados<sup>11</sup>. Señala Noguero (2002) que dichas frecuencias de aparición de los códigos son esenciales para realizar un análisis estadístico del contenido.

Una vez conocidas las frecuencias absolutas de los códigos, para obtener más información acerca de la importancia de cada uno de ellos, era necesario relativizarlos. Para dicho fin hemos considerado que los códigos previamente habían sido divididos por familias: por un lado, se han sumado todos los códigos que definían la innovación social<sup>12</sup> y, por otro lado, de los que determinan los factores relevantes para su aparición<sup>13</sup>.

9.- En una cita pueden identificarse uno o más factores, lo que hace que se puede etiquetar dicha cita con uno o más códigos. Cuando en una cita se etiquetan más de un código, estos coocurren, lo que es signo evidente de que puede existir una relación entre los factores a los que representan.

10.- Así como los códigos "agrupan" citas, es posible crear agrupaciones de los códigos mediante familias.

11.- Las frecuencias absolutas de los códigos hacen referencia al número de veces que una cita ha sido identificada con un mismo código. Por lo tanto, la frecuencia absoluta nos da información acerca del número de veces que en el contenido del texto transcrito se ha hecho referencia a un factor determinado.

12.- En total se han etiquetado 212 veces códigos englobados en la familia definición de la innovación social.

13.- En total se han etiquetado 647 veces códigos englobados en la familia factores relevantes para su aparición.

Teniendo en cuenta dichos sumatorios, hemos podido calcular la frecuencia relativa<sup>14</sup> de cada uno de los códigos por familias, lo que contribuye a conocer qué factores, de los que los entrevistados han señalado, tienen más fuerza en la aparición de la innovación social<sup>15</sup>.

Una vez identificados los códigos y sus frecuencias, se generaron redes de coocurrencia<sup>16</sup>, que permitieron analizar las diferentes interacciones entre cada uno de los códigos señalados. Así se ha facilitado la agrupación de los factores por temáticas, creando cinco grandes pilares que engloban a cada uno de ellos.

## 5. Discusión de los resultados

Tras la revisión del estado del arte, y teniendo en consideración la frecuencia relativa de los códigos que representaban características de la innovación social, encuadrados en la familia *definición de la innovación social*, planteamos una propuesta de definición: *Prácticas o iniciativas llevadas a cabo por la comunidad que, a partir de los productos, servicios o modelos que generan, o bien a través del proceso diseñado para conseguir sus objetivos, alcanzan soluciones que dan una mejor respuesta, de forma alternativa y creativa, a problemas o necesidades sociales.*

Esta definición recoge nuestra forma de entender la innovación social tras la profunda revisión de la literatura realizada y los conocimientos que los expertos entrevistados nos han aportado. Son para nosotros postulados esenciales:

- Que la innovación social tenga, como sujeto social y político principal, a la comunidad. Primamos el elemento colectivo por encima del individual.
- Que el objetivo sea la búsqueda de respuestas, no necesariamente novedosas o innovadoras, sino alternativas. A partir de ellas, se deben alcanzar soluciones a problemas sociales que afectan al territorio.
- La existencia de un elemento rupturista con respecto a la hegemonía de funcionamiento del mercado tradicional.

Una vez realizada la definición, en la tabla 2, se presentan los cinco pilares que facilitan que se origine: elementos sociales y culturales; apoyo político e institucional; conocimiento y mecanismos facilitadores; componentes espaciales; entidades y mecanismos que determinan la estructura productiva empresarial y social. Los pilares están formados en total por 29 factores.

14.- La frecuencia relativa de los códigos hace referencia al número de veces que se repite un código (n) en una familia con respecto al número total de veces que aparecen códigos englobados en esa familia. Por ejemplo, para la familia factores relevantes para su aparición la frecuencia relativa de un código cualquiera sería=  $577$ . Puede comprobarse dicho cálculo a partir de la tabla 2.

15.- López et al (2015) y Fraile et al (2018), señalan que este estadístico descriptivo, ayuda a entender la fuerza con la que subyace un factor en el fenómeno investigado.

16.- La coocurrencia hace referencia a aquellos códigos que tienen una relación en el sentido de que coocurren en alguna cita. Ver n. 9.

**Tabla 2. Factores ponderados que determinan la aparición de la innovación social en los territorios**

Elementos sociales y culturales de la población	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Componentes espaciales	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Existencia de preocupación social	33	0,05719	Nivel socioeconómico de la población	55	0,09532
Propensión cultural al cambio	33	0,05719	Densidad de la población	9	0,01559
Propensión a la participación	23	0,03986	Orografía	6	0,01039
Propensión a la colaboración	22	0,03812	Posición geográfica	6	0,01039
Existencia de una clase creativa	21	0,03638	Existencia de recursos naturales próximos	3	0,00519
Capacidad y disponibilidad para trabajar con diferentes agentes económicos y generar acción colectiva	17	0,02946	Existencia de otras experiencias socialmente innovadoras	3	0,00519
Existencia de una cultura asociativa de los individuos	12	0,02079			
<b>Totales</b>	<b>161</b>	<b>0,27902</b>	<b>Totales</b>	<b>82</b>	<b>0,14211</b>
Apoyo político e institucional	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	Entidades y mecanismos que determinan la estructura productiva empresarial y social	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Existencia de programas de apoyo a la innovación social	51	0,08838	Nexos que favorecen las relaciones público-privadas	25	0,04332
Existencia de laboratorios o centros de innovación social	34	0,05892	Existencia de cooperativas	23	0,03986
Existencia de financiación pública	34	0,05892	Existencia de entidades sociales	11	0,01905
Existencia de una regulación eficiente y ausencia de trabas	17	0,02946	Actividad empresarial activa. Emprendimiento	6	0,01039
Políticas de educación para fomentar la innovación	12	0,02079	Reconocimiento y existencia de premios (favorece la visibilización)	5	0,00866
<b>Totales</b>	<b>148</b>	<b>0,25649</b>	<b>Totales</b>	<b>70</b>	<b>0,12131</b>
Conocimientos y mecanismos facilitadores	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa			
Conocimiento de la realidad local	32	0,05545			
Conocimiento de las oportunidades y potencialidades de nuevos medios e instrumentos	26	0,04506			
Facilidades y medios para establecer nuevas comunicaciones y redes	22	0,03812			
Espacios para el desarrollo de las iniciativas	17	0,02946			
Presencia de otros tipos de innovación	10	0,01733			
Mecanismos de cooperación entre universidad-ciencia-sociedad	9	0,01559			
<b>Totales</b>	<b>116</b>	<b>0,20103</b>			

FUENTE: Elaboración propia a partir del análisis de las entrevistas con Atlas.ti.

## 5.1. Análisis de los factores y sus relaciones

En la tabla 2, además de los factores que son determinantes de la innovación social y los pilares en los que por temática se agrupan, se han mostrado las frecuencias absolutas y relativas de cada uno de ellos. Dichas frecuencias son utilizadas en este trabajo como *proxy* para ponderar la importancia de los factores y pilares señalados. Esto permite conocer cuáles son más necesarios y tienen mayor peso en la facilitación de la aparición de las innovaciones sociales.

Los diez factores con mayor impacto son: el nivel socioeconómico de la población (0.09532), la existencia de estrategias y líneas de actuación para desarrollar la innovación social (0.08838), la existencia de laboratorios o centros de innovación social (0.05892), la existencia de financiación pública (0.05892), la existencia de preocupación social (0.05719), la propensión cultural al cambio (0.05719), el conocimiento de la realidad local (0.05545), el conocimiento de las oportunidades y potencialidades de nuevos medios e instrumentos (0.04506), los nexos que favorecen las relaciones público-privadas (0.04332) y la existencia de cooperativas (0.03986).

Por lo tanto, a partir de la tabla 2, se aporta conocimiento que puede ser útil para mejorar la elaboración de políticas de innovación social a partir del desarrollo de estrategias que permitan priorizar los elementos a fomentar, y tengan en cuenta, no sólo qué factores influyen en su irrupción, sino cómo de relevantes son cada uno de ellos. A continuación, pasamos a explicar, por pilares, cada uno de sus componentes por orden de significatividad relativa.

### 5.1.1 Elementos sociales y culturales de la población

El primer pilar es *elementos sociales y culturales de la población* y hemos agrupado un total de siete factores.

Entre esos elementos, la *existencia de preocupación social* y la *propensión cultural al cambio* se presentan, con la misma frecuencia relativa, como los factores más relevantes en este pilar.

La *existencia de preocupación social* ante ciertos problemas hace germinar acciones que buscan resolver total o parcialmente dichos retos. Pese a ello, ese motor se ve en ocasiones limitado si no existe una tolerancia y propensión a los cambios por parte de la población. Por ese motivo, la *propensión cultural al cambio* aparece como la primera barrera o limitación que existe en cualquier sociedad. Si pensamos que las cosas no se pueden cambiar, que vienen ya predeterminadas, o que de manera individual se tiene una escasa capacidad de transformación, las posibilidades de que surjan iniciativas que logren penetrar en la sociedad son muy bajas. En consecuencia, la resistencia a actuar de forma distinta y la aversión al riesgo son situaciones que deber ser combatidas fomentando una metamorfosis cultural de la población.

El tercer y cuarto factor hacen referencia a *participar* y *colaborar* en aquellos asuntos que dan origen tanto a preocupaciones sociales como personales. A través de la participación, los sujetos conocen a otras personas, entendiendo que hay muchas de éstas que tienen sus mismas motivaciones e inquietudes, lo cual fortalece su espíritu y reduce su animadversión a enfrentarse a nuevas situaciones. Los individuos entienden que, a través de la colaboración, se puede lograr la consecución de metas que de forma individual parecían inalcanzables.

Todo ello se ve favorecido por el que es el quinto factor en este pilar; *la existencia de una clase creativa*. Los retos globales y complejos requieren de personas creativas que diseñen soluciones alternativas. La creatividad es una característica necesaria para el diseño de dichas soluciones, que serán más efectivas, cuando en su elaboración colaboren tanto grupos de interés cercanos como con otros agentes económicos y sociales. Por consiguiente, el sexto factor relevante es *la capacidad y disponibilidad para trabajar con todos los agentes económicos y generar acción colectiva*.

Estos entornos creativos donde individuos muy diferentes se unen para buscar soluciones a sus problemas, se originan con mayor facilidad en aquellos territorios donde existe una *cultura asociativa* fuerte. A pesar de que este factor es el que tiene un menor peso en el pilar, hay que tenerlo en cuenta ya que el sentimiento de unión hace que las asociaciones actúen en muchos casos como nodos para la innovación social, facilitando la acción colectiva y de la comunidad.

### 5.1.2 Apoyo político e institucional

El segundo pilar clave es el *apoyo político e institucional*. Se encuadran en éste un total de cinco factores y se evidencia mediante él la necesidad de elaborar líneas de actuación concretas desde aquellas administraciones públicas que deseen fomentar las experiencias socialmente innovadoras.

En este sentido, aunque la innovación social suele germinar desde procesos *bottom-up*, su nacimiento y desarrollo se encuentran muy condicionados a que desde la esfera pública se apliquen las políticas y medidas adecuadas. Este apoyo se canaliza, en muchas ocasiones, en la elaboración de un programa en el que se detallen una batería de acciones y líneas de actuación que contribuyan a la aparición de iniciativas socialmente innovadoras –teniendo en cuenta las carencias que hay en los territorios–. Por ello, el factor más significativo en este pilar es *la existencia de programas de apoyo a la innovación social*.

Sin embargo, la innovación social no debe ser institucionalizada si lo que se pretende es lograr los efectos positivos que se derivan del fenómeno. Cuando desde las instituciones se intenta diseñarla, se corre el riesgo de perder aquellas características que aportan su auténtico valor añadido. Los planes y programas deben cubrir aquellas necesidades que las comunidades y las iniciativas socialmente innovadoras de cada territorio presenten, así pues, es primordial que se realicen de forma conjunta con los encargados y responsables de dichas iniciativas.

Entre las medidas que desde la administración se suelen llevar a cabo destaca la *creación de centros o laboratorios de innovación social*. Este factor es el segundo más relevante en este pilar. La utilidad de dichos centros o laboratorios reside en su capacidad para asesorar, aportar medios y aumentar el impacto y la probabilidad de éxito de las iniciativas socialmente innovadoras. Además, son un punto de encuentro ideal para colaborar y lograr sinergias con otras iniciativas y comunidades, así como para estar en contacto permanente con los decisores públicos.

Por otro lado, el tercer factor (que tiene la misma frecuencia relativa que el anterior mencionado) hace referencia a que desde los organismos públicos se facilite la posibilidad de acceder a *financiación pública*. Hay que considerar que los proyectos socialmente innovadores suelen tener muchas dificultades para conseguir financiación en el mercado. Esto puede provocar que, pese que las iniciativas deban aspirar a autofinanciarse, en las primeras etapas de su nacimiento sea necesario apoyarlas económicamente hasta su consolidación.

El cuarto factor es que desde la esfera pública se logre crear *una regulación eficiente y con cierto grado de flexibilidad* en la que no exista burocracia innecesaria. El papel que la legislación tiene es esencial en la creación de un ecosistema beneficioso para la innovación social. Las iniciativas sufren en ocasiones dificultades para emerger por su multidisciplinariedad y transversalidad, lo que no está en consonancia con las regulaciones tradicionales diseñadas, en su mayoría, de forma sectorial. Así pues, adaptar la regulación es trascendental para que no se convierta en un problema sistémico. Además, la reducción de trabas, garantizar la unidad de mercado y plantear ciertas ventajas fiscales son otras medidas que tendrían un impacto muy positivo.

El último factor es la idoneidad de que existan *acciones y políticas públicas que fomenten una cultura de la innovación* desde la infancia. De esta manera, crear un tejido o un entorno que favorezca la innovación social es mucho más plausible, ya que, desde una edad muy temprana, se habría motivado y enseñado que la innovación es una herramienta útil para conseguir transformar situaciones estructurales.

### 5.1.3 Conocimientos y mecanismos facilitadores

El tercer pilar es *conocimientos y mecanismos facilitadores* y hemos agrupado un total de seis factores que facilitan crear un entorno favorable a la innovación social. El factor con mayor peso dentro de este pilar es *el conocimiento de la realidad local*. Hace referencia al conocimiento del entorno, de sus problemas y de su casuística. La mejor manera de diseñar una metodología para resolver un problema social es saber en profundidad acerca de éste y conocer los medios con los que se cuentan para poder solucionarlo.

A este respecto, el segundo factor es el *conocimiento de las oportunidades y potencialidades de nuevos medios e instrumentos* como el *co-dising* o el *crowdfunding*, nuevos espacios de trabajo como los *coworking* o nuevos modelos que rompen estructuralmente con la hegemonía del sistema capi-

talista como el *co-housing*. La familiarización con modelos y nuevas fórmulas de gestión existentes, junto al conocimiento de la realidad local, es un binomio que genera soluciones socialmente innovadoras.

Otro factor valioso es la *existencia de facilidades y medios para establecer nuevas comunicaciones y redes* que posibiliten la puesta en común de ideas y la retroalimentación. Los medios pueden ser foros, congresos o reuniones multilaterales que facilitan el aprendizaje de nuevas técnicas y aplicaciones para mejorar la eficiencia de las respuestas.

El cuarto factor más determinante en este pilar es la *posibilidad de disponer de un espacio*. El tener un espacio, ya sea físico o no, para el desarrollo de la actividad es una forma de estabilización y consolidación para las iniciativas. También es un elemento que guarda una alta relación con el factor anteriormente mencionado ya que los espacios concretos facilitan y fomentan las relaciones sociales, funcionando como polos de atracción y publicidad de las iniciativas.

Por otro lado, el quinto factor es la *presencia de otros tipos de innovación en el territorio*. Esto beneficia al dinamismo social y repercute en las facilidades para crear iniciativas socialmente innovadoras por un doble motivo: en primer lugar, porque éstas pueden nutrirse de otras innovaciones, y, en segundo lugar, porque allí donde hay innovaciones de cualquier tipo significa que existen una serie de factores que pueden ser comunes y necesarios para otras.

Finalmente, cabe especificar que, aunque todos los factores tienen una elevada importancia, todos ellos se verían reforzados –y los proyectos ganarían más fuerza– con metodologías y estudios científicos que las analizasen y apoyasen. Por ello, que *existan mecanismos que permitan la transferencia de conocimiento desde la universidad y centros de investigación a la sociedad*, es un elemento que coadyuvaría a fortalecer el deseable ecosistema. Éste se postula como el último factor dentro de este pilar.

#### 5.1.4 Componentes espaciales

El cuarto pilar hace referencia a un conjunto de seis factores que se encuadran bajo la denominación de *componentes espaciales*. En este pilar se agrupan aquellos que determinan al territorio *stricto sensu*, pero, debe aclararse, que como hemos expuesto en anteriores epígrafes, el territorio afecta y condiciona de forma transversal a todos ellos.

A este respecto, el factor más determinante tanto de este pilar como de todos los señalados en la tabla 2 es el *nivel socioeconómico de la población*. Es el factor con mayor peso (0.09532) debido a que hace alusión a variables tan significativas para la caracterización del espacio como el empleo, los ingresos o el nivel de educación. Son todos ellos condicionantes de las capacidades sociales y económicas de los territorios, lo que afecta a las potencialidades y necesidades de los individuos para desarrollar acciones que aumenten su bienestar social.

En este sentido, una sociedad con nivel socioeconómico medio será mucho más propensa a generar innovaciones sociales que una sociedad con un nivel socio económico alto o bajo. Muestra de ello es que, en los barrios con nivel socioeconómico más alto, donde las personas pueden cubrir sus necesidades acudiendo al mercado, no existen –salvo excepciones– muchas iniciativas socialmente innovadoras. En el polo opuesto, en los barrios con nivel socioeconómico más bajo, ocurre que hay necesidad de innovación social ya que, ni el mercado ni la administración pública satisfacen las carencias sociales existentes, pero, en cambio, la capacidad de estas personas para lograr poner en marcha este tipo de soluciones *bottom-up* es limitada. Por consiguiente, la innovación social necesita de una población con un nivel socioeconómico medio, que tengan necesidades insatisfechas y tengan capacidad para generar iniciativas a partir de la acción colectiva (Blanco *et al*, 2016).

El segundo elemento en este pilar es la *densidad de población*. La innovación social tiende a irrum- pir más en áreas urbanas muy pobladas, donde los problemas más acuciantes suelen estar relaciona- dos con empleo, vivienda, transporte y contaminación, entre otros. La existencia de situaciones complejas, relacionadas con estas materias debido a la alta densidad poblacional, acarrea la necesi- dad de buscar soluciones alternativas y creativas.

Sin embargo, la innovación social puede verse también impulsada por las condiciones propias de las zonas rurales que suelen tener bajos niveles de densidad de población. Esto sucede en estas áreas por los retos existentes como la despoblación, el envejecimiento o las pocas oportunidades labo- rales. Este contexto hace que surjan iniciativas socialmente innovadoras que tratan de cambiar la rea- lidad de su entorno. Aun así, no siempre es sencillo porque muchas zonas rurales se ven muy limitadas por su situación geográfica. La *posición del territorio* y su *orografía* son el tercer y cuarto factor en este pilar –ambos con una misma frecuencia relativa– ya que estos pueden suponer una oportunidad o una limitación para el desarrollo de innovaciones sociales. No obstante, por lo general, aquellas zonas que se encuentran cercanas a núcleos económicos activos y que no están aisladas o difícilmente accesi- bles por la orografía, suelen ser un mejor caldo de cultivo para que las innovaciones sociales emerjan.

El quinto factor de este pilar es la *existencia de recursos naturales de proximidad*. En aquellos territorios con recursos suelen surgir iniciativas para potenciar su uso y consumo. Son muchas las ini- ciativas que han aprovechado los recursos y oportunidades que su enclave geográfico les brindaba para contribuir a la inclusión y a la integración social. Por último, hay que destacar, que las iniciati- vas se ven muy beneficiadas cuando coexisten en el territorio con *otras experiencias de innovación social* tanto por las sinergias y las nuevas oportunidades que se pueden generar, como por el efecto llamada que para otras personas y colectivos pueden tener. Por lo tanto, la presencia de otras inicia- tivas se considera el último factor a tener en cuenta en este pilar.



### 5.1.5 Entidades y mecanismos que determinan la estructura productiva empresarial y social

El pilar quinto está compuesto por cinco factores y ha sido denominado *entidades y mecanismos que determinan la estructura productiva empresarial y social*. Este pilar engloba al tipo de agentes económicos y sociales y a los mecanismos que favorecen la irrupción de la innovación social.

El factor con mayor peso en este pilar es la existencia de *nexos que facilitan las relaciones entre la sociedad civil, la administración pública y el sector privado*. Este elemento permite enriquecer ideas y proyectos, generando actuaciones y líneas muy potentes derivadas del consenso de todas las partes. Un ejemplo son las mesas para la mejora de la regulación que permiten que, tanto la sociedad civil como el sector industrial, estén representados y puedan coadyuvar a lograr que el marco que define la estructura empresarial y social refleje sus necesidades.

Por otro lado, el segundo factor hace referencia a la tipología de empresas que tienen un impacto positivo en el desarrollo de las iniciativas socialmente innovadoras; la *existencia de cooperativas*. Éstas son catalizadoras de la innovación social ya que poseen características que fomentan la democratización de los procesos, la toma de decisiones y el valor social.

Algo similar a lo que ocurre con las cooperativas sucede con las *entidades sociales*. La existencia de este tipo de empresas es el tercer factor con más peso en este pilar. Estas entidades tienen una motivación social y les urge buscar soluciones novedosas a problemas sociales persistentes. Por ello, se encuentran en constante búsqueda de nuevos modelos o prácticas que les permitan mejorar sus actuaciones y aumentar el bienestar del colectivo al que se dirigen.

El cuarto factor, por orden de significatividad, es la *existencia de actividad empresarial y emprendimiento en el territorio*. Es un indicador claro de las inquietudes y dinamismo de los individuos, pero es también principalmente útil porque cuando el emprendimiento es elevado, a menudo se pueden crear iniciativas conjuntas que promuevan la transformación social. Por ello, es valiosa la presencia de emprendedores sociales que, aunque no hayan creado comunidades para la búsqueda de soluciones, tienen como objetivo diseñarlas para conseguir resolver un reto o mejorar el bienestar de un colectivo a partir de su propia capacidad. El emprendedor social es un aliado natural de las comunidades socialmente innovadoras.

Finalmente, hay que indicar que el último factor –por su importancia relativa– que se engloba en este pilar es la *existencia de premios y reconocimientos a las innovaciones sociales*. Estos pueden ser otorgados por la administración o por entidades privadas, y, su existencia colabora a crear un ecosistema favorable al reconocer el trabajo de ciertas comunidades, aportándoles publicidad, respaldo y financiación.

## 6. Conclusiones

El énfasis que se ha ido poniendo durante todos estos años en comprender y analizar la innovación social viene provocado por la existencia de retos sociales complejos y multidimensionales que afectan a muchos territorios. Por este motivo, se requiere un sistema de innovación de nuevo cuño que, por un lado, sea capaz de canalizar y utilizar las innovaciones tecnológicas para lograr resolver problemas sociales técnico-económicos y que, por otro lado, logre a través de la apertura y la creatividad, generar innovaciones sociales que aporten soluciones alternativas, eficientes y eficaces.

Tras el análisis realizado, entendemos que la innovación social no es un concepto utópico ni de moda, sino un fenómeno transformador que ha ido ganando fuerza hasta consolidarse. Ésta ha logrado poner de relieve una nueva forma de abordar problemas y necesidades a nivel territorial, realizando el esfuerzo de la comunidad y otorgando a la sociedad el peso que merece en la democratización económica, política y social.

Además, hemos podido comprobar que el fenómeno de la innovación social puede ser abordado desde diferentes perspectivas. Una razón de la pretendida apropiación del concepto puede vincularse al interés partidista de aquellos que desean que a sus iniciativas y prácticas se les asocien las características positivas de la innovación social transformadora. Ciertamente, ésta puede ser un complemento al sistema neoliberal, pero también una alternativa donde el colectivismo y la cooperación entre los sujetos ganan significatividad frente al individualismo y la competencia.

Nosotros la definimos como: *Prácticas o iniciativas llevadas a cabo por la comunidad que, a partir de los productos, servicios o modelos que generan, o bien a través del proceso diseñado para conseguir sus objetivos, alcanzan soluciones que dan una mejor respuesta, de forma alternativa y creativa, a problemas o necesidades sociales*

También es valioso destacar que la innovación social puede considerarse en distintos niveles territoriales, pero es especialmente interesante centrar el análisis en ciudades y barrios porque son los lugares donde se evidencian con mayor intensidad los problemas urbanos (pobreza, desempleo, dificultad de acceso a la vivienda, gentrificación, contaminación, entre otros) y donde la mayoría de las personas desarrollan lo fundamental de su existencia.

Así, hay que tener en cuenta que la innovación social requiere de la presencia de unas determinadas condiciones en los territorios para su desarrollo. Se reconoce de este modo, que la existencia de necesidades sociales no es el único elemento que debe acontecer para que surjan. Con nuestro trabajo hemos averiguado un conjunto de factores que contribuyen a la potenciación y al nacimiento

de la innovación social y hemos ponderado la importancia de cada uno de ellos en función de sus frecuencias relativas de aparición. Este conocimiento está al servicio de aquellos interesados en el diseño y ejecución de políticas de innovación social y con ello se pretende facilitar la consecución de una sociedad en la que, a través de las comunidades y las iniciativas socialmente innovadoras, se logre aportar soluciones a las necesidades y retos sociales existentes.

En total hemos identificado 29 factores que se han agrupado para su presentación en cinco grandes pilares (ver tabla 2): *elementos sociales y culturales; apoyo político e institucional; conocimiento y mecanismos facilitadores; componentes espaciales; y entidades y mecanismos que determinan la estructura productiva empresarial y social.*

Entre los factores reconocidos, no todos pueden ser fácilmente fomentados a partir de políticas favorecedoras de la innovación social. Esto se debe a que, de todos los factores detectados, existen algunos de ellos que son estructurales, y que, en diferente grado, son necesarios que estén presentes ex-ante de cualquier política que pretenda el desarrollo de la innovación social. Entre ellos, los cinco con mayor frecuencia relativa son: que la población tenga un nivel socioeconómico medio (0.09532), que haya preocupación social (0.05719), que exista propensión cultural al cambio (0.05719), que haya propensión a la colaboración (0.03812) y que exista una clase creativa (0.03812). Por lo tanto, la puesta en marcha de cualquier acción que tenga como fin la elaboración de planes y estrategias con el fin de potenciar la innovación social, requiere de una primera fase en la que dicho tipo de factores deben ser analizados en profundidad para conocer en qué medida van a condicionar la efectividad de los planes, e incluso si pueden convertirlos en infructíferos.

Una vez realizada la primera fase del análisis, es necesaria una segunda fase basada en establecer líneas sobre aquellos factores identificados como potenciales contribuidores de la innovación social. A continuación, se señala una batería de los 10 elementos más significativos, procedentes de diferentes pilares, sobre los que sería posible diseñar una estrategia por parte de las administraciones públicas que deseen fomentar la innovación social en sus territorios: la existencia de programas de apoyo a la innovación social (0.08838), la existencia de laboratorios o centros de innovación social (0.05892), la existencia de financiación pública (0.05892), el conocimiento de la realidad local (0.05545), el conocimiento de las oportunidades y potencialidades de nuevos medios e instrumentos (0.04506), los nexos que favorecen las relaciones público-privadas (0.04332), la existencia de cooperativas (0.03986), las facilidades y medios para establecer nuevas comunicaciones y redes (0.03812), los espacios para el desarrollo de las iniciativas (0.02946) y la existencia de una regulación eficiente y ausencia de trabas (0.02946). Las ponderaciones de los factores pueden ser de utilidad para la priorización de las líneas en aquellas estrategias que se enfoquen en promover la innovación social.

Por último, hay que subrayar que el reconocimiento de dichos factores, junto con la ponderación realizada, supone una novedad considerable con respecto a la literatura existente. Este trabajo ha permitido comprobar la idoneidad de algunos factores determinantes que previamente ya habían sido señalados en otros estudios, enunciar otros nuevos que han emergido tras la investigación, explicar

las relaciones entre ellos y exponer cómo de importante y qué papel juega cada uno en la generación de un ecosistema favorable para la innovación social. Este conocimiento puede resultar muy útil a la hora de establecer líneas y criterios para el diseño de estrategias de priorización, necesarias en contextos en los que existen restricciones de naturaleza política, organizacional o presupuestaria.

## Bibliografía

- ABREU, J.L. & CRUZ, J.G. (2011): "Modelos de Innovación Social", *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 6(2), 205-217.
- BARRERA, E. (2007): "La empresa social y su responsabilidad social", *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales*, 17(30), 59-76, DOI: 10.15446/innovar.v26n59.54366
- BARÓN, N. & ROMERO, J. (2018): *Cultura territorial e innovación social ¿Hacia un nuevo modelo metropolitano en Europa del Sur?*, Valencia.
- BELDA-MIQUEL, S., BONI ARISTIZABAL, A. & PELLICER-SIFRES, V. (2018): "Políticas públicas locales e innovación social colectiva: repensando la acción pública para acompañar la construcción de nuevos modelos sociales desde abajo". En: Barón, N. & Romero, J., *Cultura territorial e innovación social ¿Hacia un nuevo modelo metropolitano en Europa del Sur?*, 47-58.
- BERELSON, B. (1952): "Content Analysis in Communication Researches", *Glencoe III, Free Press*, DOI: 10.1177/000271625228300135
- BERNARDINO, S. & SANTOS, J.F. (2017): "Local development through social and territorial innovation: An exploratory case study", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 90, 159-187, DOI: 10.7203/CIRIEC-E.90.9155.
- BLANCO, I., CRUZ, H. & MARTINEZ, R. (2016): "El papel de la innovación social frente a la crisis", *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales*, 47(188), 249-260.
- BLANCO, I. (2018): "¿Frente a la desigualdad social, innovación social? Lecciones teoricas, políticas metodológicas de una investigación en Catalunya". En: Barón, N. & Romero, J., *Cultura territorial e innovación social ¿Hacia un nuevo modelo metropolitano en Europa del Sur?*, 21-34.
- BUREAU OF EUROPEAN POLICY ADVISERS (2014): *Social Innovation, a decade of changes*, Publications Office of the European Union 2014, Luxembourg.
- CALZADA, I. (2013): "Critical social innovation in the smart city era for a city-regional european horizon 2020", *P3T Journal of Public Policies & Territories, Social Innovation and Territory*, 6, 1-20.

- CARAVACA, I. (2018): "Crisis, transformaciones urbanas e innovación social en Sevilla: Contrastes y complejidades". En: En Barón, N. & Romero, J., *Cultura territorial e innovación social ¿Hacia un nuevo modelo metropolitano en Europa del Sur?*, 35-46.
- 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*, DOI: 10.5172/impp.2004.6.3.474.
- 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". En: Franz, H.W., Hochgerner, J. & Howaldt, J. (Eds), *Challenge social innovation: potentials for business, social entrepreneurship, welfare and civil society*, Springer Science & Business Media, 119-137, DOI: 10.1007/978-3-642-32879-4\_8.
- ECHEVERRÍA, J. (2008): "El manual de Oslo y la innovación social", *Arbor*, 184(732), 609-618, DOI:10.3989/arbor.2008.i732.210.
- 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, DOI: 10.3989/arbor.2011.752n6002.
- ECHEVERRÍA, J. & GURRUTXAGA, A. (2012): *La luz de la Luciérnaga*, Plaza y Valdés, Madrid.
- ESCALANTE, E. (2009): "Métodos de análisis de las verbalizaciones: una contribución del análisis textual y conceptual mediante el uso de software", *Encuentro*, 83, 32-48, DOI: 10.5377/encuentro.v0i83.3598.
- FERRARIS, A. & GRIECO, C. (2015): "The role of the innovation catalyst in social innovation-an Italian case study", *Sinergie Italian Journal of Management*, 97, 127-144.
- FONTAN, J.M., KLEIN, J.L. & LÉVESQUE, B. (2005): "The fight for jobs and economic governance: the Montreal model", *Metropolitan Democracies: Transformations of the State and Urban Policy in Canada, France and Great Britain*, Aldershot: Burlington, DOI: 10.4324/9781351153089-9.
- FRAILE ARANDA, A., APARICIO HERGUEDAS, J.L., ASÚN DIESTE, S. & ROMERO MARTÍND, R. (2018): "La evaluación formativa de las competencias genéricas en la formación del profesorado de educación física", *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 44(2), 39-53, DOI: 10.4067/s0718-07052018000200039.
- HARRIS, M. & ALBURY, D. (2009): *The innovation imperative*. NESTA, London, DOI: 10.13007/121.

- HERNÁNDEZ-ASCANIO, J., TIRADO-VALENCIA, P. & ARIZA-MONTES, A. (2016): "El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos", *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*, 88, 164-199, DOI: 10.7203/CIRIEC-E.88.8849.
- HILLIER, J., MOULAERT, F. & NUSSBAUMER, J. (2004): "Trois essais sur le rôle de l'innovation sociale dans le développement territorial", *Géographie, économie, société*, 6(2), 129-152. DOI: 10.3166/ges.6.129-152.
- 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*, A deliverable key result of a comparative analysis of the project SI-DRIVE. European Commission-8th Framework Programme, Brussels: European Commission, DG Research.
- HUBERT, A. (2010): *Empowering people, driving change: Social innovation in the European Union*, Bureau of European Policy Advisors.
- KRLEV, G., BUND, E. & MILDENBERGER, G. (2014): "Measuring what matters-Indicators of social innovativeness on the national level". *Information Systems Management*, 31(3), 200-224, DOI: 10.1080/10580530.2014.923265.
- LÓPEZ, J.A. & GONZALEZ, M. (2013): "Encrucijadas sociales de la innovación", *Isegoría*, 48, 11-24, DOI: 10.3989/isegoria.2013.048.01.
- LUNDVALL, B.A. (1988): "Innovation as an interactive process: from user-producer interaction to national systems of innovation", *Technical change and economic theory*.
- MACCALLUM, D. (Ed.) (2009): *Social innovation and territorial development*. Ashgate Publishing, Ltd., DOI: 10.4324/9781315609478.
- MÉNDEZ, R. (2002): *Innovación y desarrollo territorial: algunos debates teóricos recientes*. Eure (Santiago), 28(84), 63-83, DOI: 10.4067/s0250-71612002008400004.
- MOSELAER, F. (2016): *Creative Industries: Social Innovation*. Academy for creative industries, DOI:10.4337/9780857930705.00014.
- MOULAERT, F., MARTINELLI, F. & SWYNGEDOUW (2004): *Social innovation and governance in local communities*, SINGOCOM Final report to the EC (FP6), Lille: IFRESI.
- MOULAERT, F., MARTINELLI, F., SWYNGEDOUW, E. & GONZALEZ, S. (2005): "Towards alternative model (s) of local innovation", *Urban studies*, 42(11), 1969-199, DOI: 10.1080/00420980500279893.
- MOULAERT, F., MARTINELLI, F., GONZÁLEZ, S. & SWYNGEDOUW, E. (2007): "Introduction: social innovation and governance in European cities urban development between path dependency and radical innovation", *European Urban and Regional Studies*, 14(3), 195-209, DOI: 10.1177/0969776407077737.

- 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, DOI: 10.4337/9781849809986.00011.
- MULGAN, G. (2006): "The process of social innovation", *Innovations: technology, governance, globalization*, 1(2), 145-162, DOI: 10.1162/itgg.2006.1.2.145.
- NAVARRO, C. (2015): "Innovación social y gobernanza urbana". En: Subirats, J. & García Bernardos, A. Eds. (2015), 43-58.
- NELSON, R. & ROSENBERG, N. (1993): "Technical innovation and national systems. National innovation systems: a comparative analysis", *Oxford University Press*, 7, 1-18.
- NESTA (2008): *Social innovation: New approaches to transforming public services*. Making Innovation Flourish, London.
- NEUMEIER, S. (2017): "Social innovation in rural development: identifying the key factors of success". *The geographical journal*, 183(1), 34-46, DOI: 10.1111/geoj.12180.
- NOGUERO, F. (2002): "El análisis de contenido como método de investigación", *Revista de Educación*, 4, 167-179, DOI: 10.23878/empr.v12i45.129.
- OCDE (2005): *Oslo Manual: Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data, 3d*, Committee for Scientific and Technological Policy, OCDE, Paris, DOI: 10.1787/9785760201737-ru.
- OCDE (2011): *Fostering Innovation to Address Social Challenges*. Workshop proceedings. OECD Innovation Strategy, DOI: 10.1016/j.techfore.2015.08.011.
- 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 XVIII 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*, 4 (1), 50-68.
- PÉREZ-LÓPEZ, R., MORALES-SANCHEZ, M., ANGUERA, T. & HERNÁNDEZ-MENDO, A. (2015): "Evaluación de la calidad total en servicios municipales deportivos orientados a la población infantil: Aportaciones desde el análisis cualitativo con Atlas.ti", *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 15(1), 143-150, DOI: 10.4321/s1578-84232015000100014.
- 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, DOI: 10.1108/17410400810893400.

- PRADOS, J.A. (2007): "Críticas y apoyos hacia la responsabilidad social de la empresa: una aproximación etnográfica desde la vivencia del trabajador y una propuesta metodológica cualitativa". *Universitas psychologica*, 6(1), 59-68.
- RÜEDE, D. & LURTZ, K. (2012): "Mapping the various meanings of social innovation: Towards a differentiated understanding of an emerging concept", *EBS Business School Research Paper*, 12-03, DOI: 10.2139/ssrn.2091039.
- SALOM-CARRASCO, J., PITARCH-GARRIDO, M.D. & SALES-TEN, A. (2017): "Innovación social: estrategias urbanas en un contexto de cambio. El caso de la ciudad de Valencia", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 91, 31-58, DOI: 10.7203/CIRIEC-E.91.10451.
- SANCHÍS, J.R. & CAMPOS, 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.
- SUBIRATS, J. & GARCÍA BERNARDOS, A. (Eds.) (2015): *Innovación social y políticas urbanas en España: experiencias significativas en las grandes ciudades*, ICARIA, Barcelona.
- SUBIRATS, J. (2015): "Políticas urbanas e innovación social. Entre la coproducción y la nueva institucionalidad. Criterios de significatividad". En: Subirats, J. & García Bernardos, A., Eds., *Innovación social y políticas urbanas en España: experiencias significativas en las grandes ciudades*, 13-42.
- UNCETA, A., CASTRO-SPILA, J. & GARCÍA, J. (2016): "Social innovation indicators". *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 29(2), 192-204, DOI: 10.1080/13511610.2015.1127137.
- VAN DYCK, B. & VAN DEN BROECK, P. (2013): "Social innovation: a territorial process", *The international handbook on social innovation: collective action, social learning and transdisciplinary research*, 131-141. Edward Elgar, Cheltenham, UK. DOI: 10.4337/9781849809993.00021.
- VRONTIS, D., THRASSOU, A., CHEBBI, H. & YAHIAOUI, D. (2012): "Transcending innovativeness towards strategic reflexivity", *Qualitative Market Research: An International Journal*, 15(4), 420-437, DOI: 10.1108/13522751211257097,
- WORLD ECONOMIC FORUM & SCHWAB FOUNDATION FOR SOCIAL ENTREPRENEURSHIP (2016): *Social Innovation: A Guide to Achieving Corporate and Societal Value*, Cologny/Geneva Switzerland.
- YEPEZ, F. (2017): *La Estrategia Europea de Especialización Inteligente. Implicaciones para el Sistema Andaluz de Innovación*, Tesis Doctoral, Universidad de Sevilla.
- ZUBERO, I. (2015): "Innovación social: una propuesta para pensar las prácticas sociales en clave de transformación". En: Subirats, J. & García Bernardos, A., Eds., *Innovación social y políticas urbanas en España: experiencias significativas en las grandes ciudades*, 13-42.



## Anexo 1: Personas que han sido entrevistadas para la realización del trabajo

<b>Responsables de centros o empresas</b>	
<b>Responsables de centros o empresas</b>	<b>Posición</b>
Reyes García	Agente de innovación local de la red Guadalinfo.
Ana María Romero	Directora del Centro de Innovación Social de la provincia de Málaga.
Javier González	Director del laboratorio de innovación social y digital "Citilab Cornellà"
Carlos Lora	Cofundador y presidente del laboratorio de innovación social "Espacio_Res"
David Pino	Director de Innovación y Economía Social en el Ayuntamiento de Sevilla
Gotzon Bernaola	Director de Programas de Innovación Social en Innbasque (Agencia Vasca de Innovación)
Casilda Heraso	Directora de Selección de Emprendedores en Ashoka
Ona Argemí	Es miembro del equipo de la consultora UpSocial con sede operativa en Barcelona.
Resurrección Hernández	Directora del Área de Servicios a la Ciudadanía de la Diputación Provincial de Málaga
<b>Académicos</b>	
<b>Académicos</b>	<b>Posición</b>
Jenny Melo	Investigadora y coautora del trabajo "Panorama actual de la Innovación Social en Colombia".
Ismael Blanco	Profesor asociado del Departamento de Ciencia Política e investigador del Instituto de Gobierno y Políticas Públicas de la Universidad Autónoma de Barcelona.
Ana Luisa López	Investigadora en el Departamento de Didáctica y Organización Escolar en la Univ. de Deusto.
Laura Villa	Investigadora y coautora del trabajo "Panorama actual de la Innovación Social en Colombia".
Carlos María	Investigador en el Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Vigo.
Pilar Tirado	Investigadora en el departamento de Economía Financiera y Contabilidad. Miembro del grupo de investigación en economía e innovación social. -SOCIAL MATTERS
<b>Directores y encargados</b>	
<b>Directores y encargados</b>	<b>Posición</b>
Ana Hevilla Ordóñez	Responsable del Área de Desarrollo Rural del Grupo del Valle del Guadalhorce.
Luis Miguel Jurado	Presidente de la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo (FAECTA)
Jose Manuel Salado	Persona encargada de la iniciativa de Innovación Social "Crafteando".
Javier Montaner	Director de Mouse4all.
Juan Antonio Vallecillo	Asistente de proyectos en Asprodisis.
Elena Domínguez	Directora en España de la iniciativa Perros y Letras en España.
Rubén Martínez	Coordinador del área de investigación de la Hidra Cooperativa.
Oriol Vilalta i Caellas	Director general de la Fundación "Pau Costa".
Maria Vela	Coordinadora del área de Agroecología y Permacultura en Ecoherencia.

## Anexo 2: Guión utilizado para la realización de las entrevistas semiestructuradas a los diferentes agentes económicos y sociales

### PARTE I: Preguntas genéricas sobre innovación social

Desde su punto de vista, ¿qué es para usted la innovación social?

¿Cuáles cree que son las principales características y/o propiedades que debe tener una iniciativa o actividad para considerarla como una innovación social?

¿Cree que se está sobre utilizando el concepto de innovación social? ¿Teme que pierda su valor?

¿Qué motivos cree que llevan a los agentes a realizar prácticas socialmente innovadoras? En su caso o el de su asociación/empresa/sector representado, ¿cuál fue su motivación principal?

¿Qué papel cree que juegan en la innovación social los centros de apoyo a la innovación social? ¿Y los académicos? ¿Señalaría algún otro agente que fuera relevante para el fomento y desarrollo de las innovaciones sociales? ¿Qué tipo de apoyo ha recibido su asociación /empresa?

¿Cuál cree que es el perfil de los agentes socialmente innovadores? ¿Qué tipo de organizaciones, empresas (centros tecnológicos, empresariales, cooperativas...), organismos públicos cree que pueden llevar a cabo actividades socialmente innovadoras?

¿Qué etapas cree que suele pasar una iniciativa socialmente innovadora desde que nace hasta que se consolida? ¿Cuál es la fase más crítica?

### PARTE II: Identificación de variables

¿En qué tipo de regiones cree que se desarrollan las innovaciones sociales?

¿Cree que en aquellas regiones donde existen más problemas, surgen más innovaciones sociales?

¿Qué factores facilitaron el lanzamiento de su iniciativa socialmente innovadora?

¿Qué factores supusieron una barrera o dificultaron dicho proceso?

Si tuviese que elegir tres grandes pilares que son esenciales para el desarrollo y fomento de las innovaciones sociales, ¿cuáles serían?

¿Cómo cree que pueden ser medidos dichos factores?

¿Quién cree que puede promover que esos factores que usted menciona puedan ser incentivados?

¿Qué papel considera que tiene la creatividad sobre la innovación social? ¿Y el arte y la cultura?

### PARTE III: Las potencialidades de la innovación social

¿Cuáles cree que son los principales beneficios de llevar a cabo actividades socialmente innovadoras para la sociedad?

¿En qué campos cree que puede ser especialmente útil o relevante el desarrollo de innovaciones sociales? ¿Qué tipo de problemas cree que puede coadyuvar a resolver?

¿Cree que puede ser afirmado que aquellas regiones donde existen menos problemas es porque hay iniciativas socialmente innovadoras? ¿O cree que la poca incidencia de determinados problemas en una región precisamente desincentiva la innovación social?

¿Qué papel cree que tiene la innovación social en la mejora y la modernización del sector público?

¿Qué implicaciones positivas cree que su iniciativa genera en la sociedad?

¿Cuál es el objetivo de su iniciativa/centro/grupo de investigación a medio plazo?

## Entidades del tercer sector e innovación social. Elementos caracterizadores y factores de éxito

Víctor García-Flores<sup>1</sup>  y Luis Palma Martos<sup>2</sup> 

Recibido: 6 de febrero de 2020 / Aceptado: 18 de julio de 2020 / Publicado: 4 de diciembre de 2020

**Resumen.** La innovación social es un fenómeno que ha sido ampliamente estudiado en la última década debido al auspicio propiciado tanto desde la esfera pública como privada. Sin embargo, hay un vacío en la literatura existente acerca de qué características son definitorias y relevantes para considerar una iniciativa como socialmente innovadora, así como sobre qué papel juegan las entidades del tercer sector en el desarrollo de la innovación social.

Este trabajo tiene dos objetivos principales: en primer lugar, enunciar y ponderar las propiedades más importantes que debe tener una iniciativa para ser considerada innovación social, y, en segundo lugar, basándonos en dichas características, explicar por qué las entidades del tercer sector pueden ser, por su propia naturaleza, sujetos con facilidades para su desarrollo. Con este fin se ha diseñado una metodología cualitativa basada principalmente en la revisión de la literatura, la realización de entrevistas semiestructuradas y el análisis de un caso. Las entrevistas, una vez transcritas, fueron analizadas con el programa Atlas.ti, lo que ha posibilitado identificar y ponderar un total de 18 atributos definitorios de la innovación social que han sido agrupados en 3 grandes bloques. Posteriormente, hemos analizado un proyecto de una entidad del tercer sector y hemos podido observar que todas las características previamente identificadas como definitorias de la innovación social están presentes en éste.

Nuestro trabajo contribuye a crear una mayor evidencia empírica sobre qué aspectos principales deben ser tenidos en cuenta cuando se analiza si un proyecto es socialmente innovador o no. Asimismo, también se aporta un conocimiento relevante acerca de las potencialidades de las entidades del tercer sector como un agente con facilidades para el desarrollo de las innovaciones sociales.

**Palabras clave:** Economía social; Economía solidaria; Análisis cualitativo; Sociedad civil; Innovación; Organizaciones sociales.

**Claves Econlit:** B55; L31; 030; 035.

### [en] Third sector entities and social innovation. Main features and success-factors

**Abstract.** Social innovation is a phenomenon that has been widely studied in the last decade due to the sponsorship from the public and private sectors. However, there is a gap in the existing literature regarding which characteristics define, and are relevant, to consider an initiative as socially innovative. In addition, little work has explored the role third sector organisations play in the development of social innovation.

This work has two main objectives: first, to state and weigh the most important characteristics that an initiative must gather to be considered social innovation, and, second, based on these characteristics, to explain why third sector organisations can be, by their very nature, ideal agents for their development. To this end, a qualitative methodology has been designed based on literature review, semi-structured interviews and case analysis. The interviews, once transcribed, were analyzed with the Atlas.ti program. This has allowed us to identify and measure a total of 18 defining attributes of social innovation, which are then further grouped into 3 thematic groups. Subsequently, we analyzed a project developed by a third sector entity and observe that all the characteristics previously identified as defining social innovation are present.

Our work contributes to creating more empirical evidence on what main aspects should be taken into account when analyzing whether a project is socially innovative or not. Likewise, relevant knowledge is also provided about the potential of third sector organisations as socially innovative agents.

**Keywords:** Third sector; Social economy; Qualitative analysis; Civil society; Innovation; Social organisations.

**Sumario.** 1. Introducción. 2. Revisión de la literatura. 3. Notas metodológicas. 4. Discusión de los resultados. 5. Las entidades del tercer sector como sujeto ideal para el desarrollo de las innovaciones sociales. Análisis de un caso. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas y Anexos.

**Cómo citar.** García-Flores, V.; Palma Martos, L. (2020) Entidades del tercer sector e innovación social. Elementos caracterizadores y factores de éxito. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, vol. 136, e71861. <https://dx.doi.org/10.5209/reve.71861>.

<sup>1</sup> Universidad de Sevilla, España.  
Dirección de correo electrónico: [victorgarciaflores93@gmail.com](mailto:victorgarciaflores93@gmail.com).

<sup>2</sup> Universidad de Sevilla, España.  
Dirección de correo electrónico: [lpalma@us.es](mailto:lpalma@us.es).

## 1. Introducción

Los nuevos retos sociales y la grave situación que se produjo tras la última crisis económica han provocado que la innovación social se haya posicionado como un fenómeno en auge debido a sus grandes potencialidades para solucionar problemas y necesidades sociales (Comisión Europea, 2013). Hay que destacar, que dicha situación adversa ha afectado de forma significativa a las entidades del tercer sector, que, con unos recursos escasos, han tenido que hacer frente a unas necesidades crecientes (Fundación Luis Vives, 2012; Fantova, 2015; Sajardo-Moreno y Pérez Sempere, 2019). Esto ha ocasionado que las prácticas socialmente innovadoras, en la medida que permitan mejorar la eficiencia del uso de los recursos disponibles, hayan ido ganando un gran peso en las actividades realizadas por este tipo de entidades (Sajardo-Moreno, 2016).

Sin embargo, debe ser señalado que, aunque la innovación social es un fenómeno histórico, éste no ha comenzado a recibir apoyo institucional hasta estos últimos años (Moulaert y McCallum, 2019). De hecho, este auge del concepto viene originado por la institucionalización realizada por organismos como la Comisión Europea, que, en 2010, reconocía sus potencialidades a partir de iniciativas como *Unión por la Innovación* y *Plataforma Europea contra la Pobreza y la Exclusión Social*. Posteriormente, con la publicación en 2013 del *Social Innovation Package* y la *Guide to Social Innovation*, la consolidación del concepto se convirtió en una realidad. Desde ese momento, se han diseñado y puesto en marcha multitud de planes y estrategias a diferentes niveles institucionales con un objetivo común: favorecer la innovación social.

Este creciente número de programas dedicados a apoyar técnica y financieramente a la innovación social, junto a la mencionada escasez de recursos existente, ha provocado que haya un número cada vez mayor de entidades que tratan de autodenominarse como socialmente innovadoras para poder optar a esas nuevas vías de financiación. Esto ha causado que exista un interés gradual en conocer qué es una iniciativa socialmente innovadora y qué características tiene ésta.

Actualmente, hay una amplia amalgama de definiciones reconocidas y que tratan el fenómeno desde diferentes perspectivas, lo que dificulta encuadrar el término en unas características definitorias propias (Hernández-Ascanio *et al.*, 2016; Palma *et al.*, 2017; Salom-Carrasco *et al.*, 2017; García-Flores y Palma, 2019). Este hecho ha desencadenado en que, a menudo, se reconozcan y financien prácticas que no cumplen con los principales principios y propiedades de la innovación social. Son muchas las entidades que a partir de la inclusión de prácticas de responsabilidad social o de emprendimiento social han pretendido encuadrarse bajo el marco de la innovación social.

Por lo tanto, nosotros partimos de la hipótesis de que, si queremos mejorar la toma de decisiones y los criterios de selección para el apoyo de las iniciativas, es primordial conocer qué características deben tener para ser consideradas como socialmente innovadoras. Por esta razón, y desde el convencimiento de que las entidades del tercer sector están en perfecta consonancia con los principales atributos de las iniciativas socialmente innovadoras, este trabajo tiene dos fines principales: el primero es explicar qué características tiene una innovación social y, el segundo, mostrar cómo las entidades del tercer sector pueden ser una de las organizaciones con facilidades para desarrollarlas con éxito.

Para alcanzar estas metas se ha planteado una metodología cualitativa a partir de la realización de una revisión sistemática de la literatura, una serie de entrevistas semiestructuradas a un total de 24 agentes conectados con la innovación social y el análisis de un caso. La revisión de la literatura ha permitido conocer la complejidad y problemática del mencionado fenómeno, estableciendo así los primeros nexos e implicaciones entre los conceptos de innovación social y las entidades del tercer sector. Posteriormente, con el análisis de las entrevistas hemos logrado exponer un conjunto de atributos que son propios de la innovación social. Así, finalizamos con el análisis del caso de una práctica reconocida como socialmente innovadora que muestra el encaje existente entre el proyecto de una entidad del tercer sector y los atributos previamente identificados con el análisis de las entrevistas.

Entre las principales contribuciones de este trabajo se encuentran: i) enunciar y explicar las características, algunas ya señaladas en la literatura previamente y otras nuevas, que debe tener cualquier iniciativa para que sea considerada como socialmente innovadora, ii) ponderar estos atributos para conocer la relevancia de cada uno cuando haya que valorar las iniciativas y iii) mostrar qué, efectivamente, en el tercer sector existen entidades que han desarrollado iniciativas cuyas características están en total afinidad con los principios de la innovación social.

Este trabajo se estructura de la siguiente forma. Un segundo epígrafe, posterior a esta introducción, en el que, mediante una revisión de la literatura se precisan los conceptos de entidad del tercer sector e innovación social, y se relacionan ambos; un tercer epígrafe en el que se presenta la metodología usada para la elaboración del presente artículo; un cuarto epígrafe en el que se discuten los resultados obtenidos tras el análisis de las entrevistas; un quinto epígrafe en el que se realiza el análisis de caso y, por último, se finaliza exponiendo las principales conclusiones y la bibliografía utilizada para la realización de este trabajo.

## 2. Revisión de la literatura

### 2.1. Las entidades del tercer sector

El término *tercer sector* fue acuñado originalmente a principios del siglo XX en Estado Unidos. Surge en un contexto donde se comenzaban a consolidar políticas conservadoras acerca de la potestad del sector público en materias sociales (Salamon y Anheier, 1996; Roitter, 2004). No obstante, el concepto no tomó verdadera importancia hasta los años ochenta, coincidiendo con el gobierno de Ronald Reagan. Su consolidación llegaría en los años noventa, cuando fue exportado a Europa Occidental.

Las entidades del tercer sector, según el informe *Radiografía del Tercer Sector Social en España: retos y oportunidades en un entorno cambiante*, elaborado por PwC (2018: 8), pueden ser definidas como “*entidades privadas, formalmente organizadas, de carácter voluntario y sin ánimo de lucro cuyo propósito principal es impulsar el reconocimiento y ejercicio efectivo de los derechos sociales para avanzar hacia una sociedad más cohesionada e inclusiva, incluyendo dentro de las mismas a las entidades de cooperación internacional y de medio ambiente*”. Este tipo de entidades se han caracterizado históricamente por prestar, de forma complementaria o alternativa, servicios sociales. De hecho, en el informe de PwC (2018) se plantea su papel subsidiario en la prestación de servicios allí donde ni la acción del sector público ni el mercado lo hacen.

Sin embargo, apunta Roitter (2004) que las entidades del tercer sector no son ajenas al mercado, ya que existe una fuerte relación entre éstas, el sector público y el sector privado capitalista. En este sentido, y dentro de la lógica de la economía de mercado, el entonces Comisario de Mercado Interior, Michel Barnier, durante la conferencia “*Social Economy and Social Business*” celebrada en Bruselas en noviembre de 2011, afirmó que “*las entidades del tercer sector representan justo el modelo de crecimiento sostenible, integrador e inteligente, basado en la innovación, que tanta relevancia tiene para la economía europea*”. Para Michel Barnier este tipo de entidades son un salvoconducto para conseguir, dentro del sistema económico actual, unos resultados más sociales e inclusivos.

En esta línea, Salamon y Anheier (1994) aseveraron que precisamente las entidades del tercer sector destacaban por ayudar a conseguir un mayor desarrollo económico. Por su parte, Torres (2010) señala que a partir del fomento de nuevas formas de acción y participación de la sociedad civil se posibilitaba una mayor contribución al bienestar social. Así, las entidades del tercer sector pueden coadyuvar a reactivar el tejido social y mejorar la canalización de las necesidades sociales y organizativas de la sociedad civil.

Por otro lado, la estructura financiera de las entidades del sector se caracteriza por estar compuesta por recursos económicos de las donaciones de particulares y empresas, de las subvenciones y ayudas procedentes del sector público, de los beneficios obtenidos de las actividades mercantiles que realizan y de las cuotas de sus asociados (Torres, 2010; Rincón, 2013). No obstante, la principal fuente de financiación ha sido tradicionalmente el sector público (Roitter, 2004; Torres, 2010). A este respecto, afirma Sajardo-Moreno (2016) que este hecho ha ocasionado muchos problemas en la estructura financiera de las entidades, especialmente en las de aquellas que tenían menor tamaño. La mencionada dependencia financiera se vio aún más agravada con el inicio de la última crisis económica provocada por la reducción tanto de financiación pública como privada. Esto ocasionó serias dificultades en las entidades para poder seguir llevando a cabo sus acciones (Fresno y Rauchberger, 2015; PwC, 2018).

Es importante también apuntar que las entidades del tercer sector pertenecerían según Rincón (2013:148) “*al subsector de no mercado, conformado en su mayoría por asociaciones y fundaciones que ofrecen servicios, que pueden comercializar en los mercados, pero siempre a precios económicamente no significativos*”. En este sentido, este tipo de entidades tienen su razón de ser por iniciativa y voluntad propia para llevar a cabo actividades y prestar servicios de beneficio social a favor de determinados colectivos que demandan dichos servicios (Rincón, 2013; López-Cózar *et al.*, 2015). El propio Rincón (2013) enuncia que entre las principales iniciativas se encuentra la realización de actividades caracterizadas “*por la cooperación, la ayuda mutua, la solidaridad, la autogestión de los beneficios de sus asociados, de su familia, de las personas relacionadas con estos y de la comunidad en general*”.

Todas estas características y valores propios de las entidades del tercer sector han originado que numerosos autores hayan puesto su atención en sus potencialidades para desarrollar la innovación social. Anheier (2014), Buckland y Murillo (2014) y Fantova (2015) plantean en sus respectivos trabajos las potencialidades de estas organizaciones para realizar proyectos socialmente innovadores. Por ello, creemos que es fundamental antes de pasar a analizar el estado del arte sobre la relación entre innovación social y entidades del tercer sector, conocer la problemática existente sobre las características de la innovación social.

### 2.2. Características de la innovación social

La comprensión de las actividades de innovación y sus características ha sido objeto de estudio de numerosas investigaciones a lo largo de las últimas décadas. Moulaert y McCullam (2019: 12) afirman que “*en*

*contraste con el significado predominante de innovación en el mundo contemporáneo -muy relacionado con la tecnología-, históricamente era una idea altamente relacionada con el cambio social derivado de la acción colectiva y el conflicto socio político".* Estos autores llegan a señalar que *"la innovación era más o menos un sinónimo de una forma radical de innovación social, predominantemente conectada con la transformación social a través de la revolución o la desatención al orden natural del poder político"*.

Sin embargo, desde que Schumpeter (1942:120) hizo referencia a ésta como *"el proceso de mutación industrial que revoluciona incesantemente la estructura económica desde dentro, destruyendo ininterrumpidamente lo antiguo y creando continuamente elementos nuevos"* irrumpió un novedoso paradigma en el que los aspectos sociales de la innovación han sido sistemáticamente olvidados. Schumpeter (1942:121) entendía que *"el impulso fundamental que pone y mantiene en movimiento la máquina capitalista procede de los nuevos bienes de consumo, de los nuevos métodos de producción y transporte, de los nuevos mercados y de las nuevas formas de organización industrial que crea la empresa capitalista"*. En esta idea, prevalece la relevancia de la figura del empresario innovador como el sujeto clave en el proceso de destrucción creadora, lo que ha provocado que, durante muchos años, haya predominado la idea de que la sociedad era sólo el ámbito donde se desarrollaban las innovaciones, relegándola a un papel contextual y no contemplando la posibilidad de que ésta se erigiera en un agente innovador.

Sin perjuicio de lo anterior, las innovaciones sociales se han ido desarrollando a lo largo de la historia cuando se han pretendido resolver retos sociales, independientemente del paradigma predominante en ese momento (López y González, 2013). De hecho, Zubero (2015: 14) subraya que *"la innovación social es tan característica de las sociedades humanas vivas que sería un error reducirla a una práctica exclusiva de las denominadas sociedades modernas"*.

En esta línea, apuntan Echeverría y Merino (2011) que el cambio de paradigma y el giro social en los estudios de innovación no se comienza a producir hasta finales del siglo XX. En este periodo se comienza a defender la innovación social como alternativa y complemento a la innovación tecnológica en países como Australia, Nueva Zelanda, Canadá y Gran Bretaña. El paradigma tradicional va modificándose hacia un nuevo enfoque en el que la sociedad se posiciona como un agente innovador y el conocimiento y la información son la base de la transformación.

En los últimos tiempos han sido muchos los autores que han realizado investigaciones sobre innovación social desde diferentes prismas y enfoques (Mulgan, 2006; Djellal y Gallouj, 2012; Zubero, 2015; Hernández-Ascanio *et al.*, 2016; Palma *et al.*, 2017; Salom-Carrasco *et al.*, 2017). Por ello, la consecución de una definición generalmente reconocida se ha convertido en una de las grandes cuestiones a abordar en este campo. En García-Flores y Palma (2019: 262) se considera innovación social *"aquellas prácticas o iniciativas llevadas a cabo por la comunidad que, a partir de los productos, servicios o modelos que generan, o bien a través del proceso diseñado para conseguir sus objetivos, alcanzan soluciones que dan una mejor respuesta, de forma alternativa y creativa, a problemas o necesidades sociales"*.

En este sentido, lo cierto es que la inexistencia de un conjunto de propiedades canónicas, estándares y únicas que una iniciativa socialmente innovadora debe de tener para ser reconocida como tal, es una carencia teórica importante. Esto deriva en el uso inapropiado que, de forma en muchos casos partidista, se hace del concepto. Con el objeto de mostrar esa diversidad y la falta de consenso existente sobre qué características son propias de la innovación social se ha elaborado la tabla 1.

Tabla. 1. Características de la innovación social

Característica principal	Autores
Procesos de creación colectiva	Phills <i>et al.</i> (2008)
Invierten las relaciones de poder	Lawson y Lorenz (1999); Mulgan (2006); Hubert (2010); Moulaert <i>et al.</i> (2013)
Procesos que incrementan la eficiencia y la eficacia	Caulier-Grice <i>et al.</i> (2012) <sup>3</sup> ; Oosterlynck <i>et al.</i> (2013); Cajaiba-Santana (2014)
Incrementan la sostenibilidad global	Avelino y Wittmayer (2016); World Economic Forum (2016)
Generadora de equidad	Godin (2012)
Solidaridad	Moulaert y Nussbaumer, (2005)
Fenómeno urbano y local	Subirats (2015); Rodríguez-García y Mateos (2015); García-Flores y Palma (2019)
Generador de inclusión social	Navarro (2015); Blanco <i>et al.</i> (2016)
Potenciador de alianzas	Hubert (2010)
Replicables <sup>4</sup> y escalables <sup>5</sup>	Subirats (2015)
Sustituto de servicios públicos	BEPA (2014)
Implica al sector público, al sector privado y a la sociedad civil	Subirats (2015); Rodríguez-García y Mateos (2015); García-Flores y Palma (2019)

Fuente: Elaboración propia

La tabla 1 recoge las propiedades definitorias más importantes mencionadas por organismos nacionales e internacionales, así como por autores de referencia en la materia. Como podemos observar cada autor destaca un atributo definitorio diferente de la innovación social. Esta situación viene causada, tal y como señalan García-Flores y Palma (2019), por la coexistencia de diferentes enfoques y formas de entender la innovación social. Esto puede dar origen a que se piense que la innovación social es un concepto paraguas, lo que significa, según Hirsch y Levin (1999: 34), que es “*un constructo amplio utilizado para abarcar y explicar una diversidad de fenómenos*”. Desde nuestro punto de vista, aunque entendemos que la innovación social es un concepto de gran vastedad que trata de encuadrar fenómenos sociales dispares e innovadores, no debe ser aceptado que sea un concepto paraguas.

A este respecto, Zubero (2015) afirma que el polimorfismo o la indefinición de la innovación social está muy relacionado con el hecho de que se haya constituido como un campo liderado por individuos y grupos fundamentalmente preocupados por la práctica (*practice-led field*) y mucho menos por la reflexión académica (Caulier-Grice *et al.*, 2012). Por ello, entendemos que para definir un conjunto de características y propiedades de la innovación social es necesario hacer una reflexión teórica teniendo en cuenta la visión de los individuos y los grupos que han realizado iniciativas socialmente innovadoras. Sólo de este modo es posible conocer la realidad con pragmatismo.

Por último, una vez presentadas las principales características que se plantean en la literatura como definitorias de la innovación social, vamos a pasar a mostrar algunas de las premisas más relevantes que relacionan la innovación social con las entidades del tercer sector.

### 2.3. Entidades del tercer sector e innovación social

Señalan Moulaert y McCallum (2019) que históricamente el término innovación social ha sido usado para las acciones de movimientos sociales como los surgidos en el siglo XIX que defendían los derechos laborales o el sufragio universal. Aun en la actualidad, las organizaciones más relevantes en el ámbito de la innovación social, como la *Young Foundation* o la *National Endowment for Science Technology and Arts* (NESTA), argumentan que las prácticas socialmente innovadoras surgen de manera embrionaria desde la sociedad civil.

Lo cierto es que existen muchos agentes económicos y sociales que participan e incluso lideran proyectos socialmente innovadores que no son entidades del tercer sector. En este sentido, Murray *et al.* (2010) y Borzaga y Bodini (2012) plantean que los sujetos que pueden llevar a cabo iniciativas socialmente innovadoras son bastante diversos, pudiendo éstas ser desarrolladas por la propia acción pública, por el

<sup>3</sup> La definición es realizada en el proyecto europeo TEPSI (The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe), en el que participa como socio la Young Foundation.

<sup>4</sup> La escalabilidad se refiere al hecho de que una iniciativa desarrollada en un entorno local pueda pasar a llevarse a cabo en ámbitos territoriales de mayor tamaño (Subirats, 2015).

<sup>5</sup> La replicabilidad hace referencia a la posibilidad de mimetizar una iniciativa en un territorio o ámbito similar (Buckland y Murillo, 2014).

sector privado capitalista e incluso por organizaciones híbridas. En contraposición a los argumentos de estos autores, existe una extensa literatura que, aunque no niega la existencia de que la innovación social pueda ser desarrollada por diferentes tipos de entidades o empresas, defiende la hipótesis de que las entidades del tercer sector son las mejor posicionadas para desarrollar las innovaciones sociales (Buckland y Murillo, 2014; Díaz-Foncea y Marcuello, 2014; Anheier, 2014; Fantova, 2015).

No obstante, debemos ser cautelosos cuando analizamos las acciones e iniciativas de las entidades del tercer sector, ya que, además de acciones socialmente innovadoras estas entidades realizan otro tipo de iniciativas con lógicas más tradicionales. Fazzi (2014) señala que, aunque las entidades del tercer sector pueden postularse como los agentes principales para el nacimiento y la consolidación de iniciativas socialmente innovadoras, no todas las prácticas o acciones que sean desarrolladas por éstas deben ser consideradas como tal *per se*.

Sin embargo, y aunque es completamente cierto que no todas las iniciativas que realizan las entidades del tercer sector son innovaciones sociales, son cada vez más las que ponen en marcha proyectos socialmente innovadores. El motivo principal de ello, aparte de la posibilidad de poder obtener nuevas vías de financiación como ya hemos comentado anteriormente, es que el desarrollo de la innovación social por parte de las entidades del tercer sector supone una ventaja competitiva para ellas en cuanto al posicionamiento que deben tomar en la nueva sociedad del conocimiento y la información (Fantova, 2015). La innovación social supone incorporar al funcionamiento de las entidades del tercer sector novedosas herramientas y metodologías vinculadas a la innovación social como el fomento de la cultura colaborativa, el *design thinking*<sup>6</sup> o el *speed meeting*<sup>7</sup>.

En cualquier caso, independientemente de la necesidad de aumentar la eficiencia de sus procesos, las entidades del tercer sector, por su contacto permanente con la sociedad civil, ocupan un lugar privilegiado en el desarrollo de las innovaciones sociales por su capacidad para identificar necesidades sociales nuevas o insatisfechas (Social Platform; 2013).

De esta forma, señala Bason (2010) que la colaboración de la administración pública con las entidades del tercer sector que llevan a cabo innovaciones sociales genera unos efectos positivos mayores a los de otros tipos de colaboraciones -como las realizadas por el sector público y el sector privado capitalista-. Esto sucede porque las entidades del tercer sector anteponen los valores y la misión social que dan motivación a su razón de ser, a la maximización de beneficios. Además, tal y como subrayan Ariño y Atxutegi (2017), este tipo de entidades destacan por otras características particulares, así como por su capacidad de definir e implementar estrategias colectivas.

Por todo ello, creemos que es necesario seguir avanzando en el estudio de la relación existente entre las entidades del tercer sector y la innovación social. Con el fin de profundizar en el análisis entendemos que es primordial crear un nuevo marco teórico de referencia acerca de las características principales que debe tener una iniciativa para ser reconocida como tal. Sólo así conseguiremos paliar una de las mayores limitaciones existentes en la literatura actual.

### 3. Notas metodológicas

Para el desarrollo de este trabajo se han utilizado una serie de técnicas de análisis básicamente cualitativas. Concretamente, se ha diseñado una metodología que combina: la revisión de la literatura y la realización de entrevistas semiestructuradas, con el análisis de un caso.

Con respecto a la revisión de la literatura se ha llevado a cabo un estudio exhaustivo de los trabajos académicos más citados, así como de los principales informes publicados por instituciones locales, nacionales e internacionales. Esto ha permitido conocer los diferentes prismas desde los que se puede entender la innovación social, las particularidades que pueden tener las entidades del tercer sector y las potencialidades de éstas para desarrollar prácticas socialmente innovadoras. Una vez realizada la revisión de la literatura, y siendo conocedores de la problemática y dificultades existentes, se hicieron las entrevistas semiestructuradas para, teniendo en cuenta la literatura, analizar el discurso y estudiar las particularidades y las características propias de la innovación social.

Por último, una vez conocidas las características que una práctica socialmente innovadora debe tener para que sea considerada como tal, se pasa a analizar un caso de un proyecto de una entidad del tercer sector. Con ello mostramos el encaje que existe entre un proyecto liderado y desarrollado por una asociación sin ánimo de lucro y las características propias y definitorias de la innovación social.

<sup>6</sup> El *design thinking* es una herramienta enfocada en fomentar la innovación en las organizaciones a partir de una metodología participativa, en la que el diseño y el proceso tienen mayor peso que el producto final.

<sup>7</sup> El *speed meeting* hace referencia a evento de networking, que, bajo un formato lúdico, ayudan a crear contactos profesionales.



### 3.1. Entrevistas

Con el fin de identificar los aspectos claves y comunes que debe tener cualquier iniciativa que sea considerada como socialmente innovadora, los distintos tipos de ésta, así como para conocer el estado del arte y la realidad social, se han realizado un total de 24 entrevistas semiestructuradas<sup>8</sup>.

Las entrevistas han sido organizadas en varias partes: una primera en la que se realizaban preguntas genéricas sobre innovación social; una segunda en la 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, en opinión de los entrevistados, la innovación social puede generar<sup>9</sup>.

Los agentes entrevistados se pueden agrupar en tres tipos<sup>10</sup>: responsables de iniciativas postuladas como socialmente innovadoras, agentes y dinamizadores de la innovación social y científicos que han realizado trabajos de impacto en esta área.

Los entrevistados han sido seleccionados teniendo en consideración:

- La experiencia y la relevancia del proyecto
- La trayectoria académica y profesional
- Los reconocimientos y premios que organismos de prestigio les han otorgado en materia de innovación social a ellos mismos, o a los colectivos que representan.

En total se trató de contactar con 87 personas, siendo 24 las que finalmente realizaron las entrevistas. En la selección de los sujetos también existió un cierto grado de oportunidad que el propio avance de la investigación propició. Los propios entrevistados nos facilitaron en ocasiones la posibilidad de contactar con expertos y perfiles interesantes que cumplían con los criterios establecidos. La realización de las entrevistas tuvo lugar durante los meses de junio, julio, agosto, septiembre, octubre y noviembre de 2018, de forma presencial o a distancia. Éstas tuvieron una duración media de entre 50 y 75 minutos.

#### 3.1.1. Tratamiento de los datos de las entrevistas

El programa informático Atlas.ti ha sido usado con el fin de analizar el contenido de las 24 entrevistas realizadas. Prados (2007: 62) señala que *“Atlas.ti es una herramienta informática la cual es capaz de analizar datos cualitativos complejos de forma estructurada (...) que se articula alrededor de la Grounded Theory, y que trata de generar teoría a la vez que investiga en la materia; ambas como parte de un mismo proceso”*. Esto ha facilitado el trabajo interpretativo y el análisis del contenido. Este análisis permite descubrir componentes básicos de un fenómeno concreto teniendo en consideración las ideas expresadas por los entrevistados a partir de palabras y frases (Noguero, 2002).

En este sentido, Escalante (2009) subraya que las expresiones y los conceptos presentes en un texto son de elevada significatividad, ya que, a partir de ellos, podemos identificar su importancia y relación. Así, con el objetivo de explorar e interpretar los textos hemos analizado los contextos lingüísticos y semánticos de aquellas palabras o frases que eran susceptibles de expresar un concepto.

Lo primero que hemos llevado a cabo tras la transcripción de las entrevistas es su codificación. Este proceso es una forma de reducción de datos, ya que, partiendo de un gran volumen de información, hemos logrado segmentar ciertos fragmentos de la información (citas) y etiquetarlas a partir de códigos (Pérez-López *et al.*, 2015). Estos son los elementos principales de análisis y son considerados como un sistema de categorías. En nuestro caso, cada vez que hemos identificado una cita, que hacía referencia a una característica definitoria de la innovación social, hemos etiquetado un código -referido a un determinado atributo relacionado con el contenido de la cita<sup>11</sup>-. Por consiguiente, la codificación ha contribuido a realizar conexiones entre las diferentes partes de la información que disponemos.

Hay que destacar que el programa Atlas.ti integra la herramienta *WordCruncher* para contar la frecuencia absoluta de los códigos que hemos etiquetado<sup>12</sup>. Plantea Noguero (2002) que dichas frecuencias de aparición de los códigos son esenciales para realizar un análisis estadístico del contenido.

<sup>8</sup> Se ha utilizado esta técnica porque, tal y como señala McCracken (1991), la entrevista es una de las herramientas más poderosas de la investigación y a partir de ella se pueden 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.

<sup>9</sup> En el anexo 1 puede ser consultado el guión seguido para realizar las entrevistas semiestructuradas.

<sup>10</sup> En el anexo 2 pueden ser consultado el perfil de todas las personas entrevistadas durante este estudio.

<sup>11</sup> En una cita pueden identificarse uno o más factores, lo que hace que se pueda etiquetar dicha cita con uno o más códigos. Cuando en una cita se etiquetan más de un código, estos coocurren, lo que es signo evidente de que puede existir una relación entre las características a las que representan.

<sup>12</sup> Las frecuencias absolutas de los códigos hacen referencia al número de veces que una cita ha sido identificada con un mismo código. Por lo tanto, la frecuencia absoluta nos da información acerca del número de veces que en el contenido del texto transcrito se ha hecho referencia a una característica determinada.

Posteriormente, una vez calculadas las frecuencias absolutas de los códigos, con el propósito de obtener más información acerca de la relevancia de cada uno de ellos, hemos calculado la frecuencia relativa de esos códigos que eran representativos de características propias de la innovación social<sup>13</sup>.

Una vez identificados los códigos y conocidas sus frecuencias, se generaron redes de coocurrencia<sup>14</sup> que permitieron analizar las diferentes interacciones entre cada uno de los códigos señalados. Esto ha facilitado la agrupación de las características por afinidad, creando tres grandes bloques que engloban a cada una de ellas.

### 3.2. Análisis de casos

Para este estudio se ha seleccionado un caso de una práctica socialmente innovadora. La iniciativa elegida es relevante y reconocida por diferentes programas de innovación social, como el “Programa de apoyo a la implementación de proyectos de Innovación Social” del Centro de Innovación Social “La Noria” y la obra social “La Caixa”.

El análisis de caso se lleva a cabo teniendo en cuenta la definición de innovación social más aceptada por los entrevistados, la de la Comisión Europea (2013: 6):

*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.*

Partiendo de esta definición, son tres los interrogantes a los que queremos responder para presentar el caso:

- ¿Qué nuevo producto/servicio/modelo se propone?
- ¿Qué problema o necesidad social se satisface?
- ¿Cuál es la mejora que se introduce?

Una vez explicado el caso y respondidas las cuestiones planteadas, nosotros proponemos una nueva cuestión ¿es realmente un proyecto socialmente innovador? Con el objetivo de responder a ello, observamos si las características previamente identificadas pueden ser vinculadas al proyecto desarrollado.

Por último, debemos señalar que para el estudio del caso se han utilizado diferentes fuentes de información. Concretamente, hemos utilizado documentos públicos que contenían información de interés y documentos que han sido facilitados por el Grupo de Desarrollo Rural Valle del Guadalhorce. También se han realizado dos entrevistas semiestructuradas en diferentes fases temporales a la responsable de la iniciativa. La primera para conocer en profundidad toda la iniciativa y la segunda para observar la evolución de ésta y validar si todo lo recogido en los resultados era correcto.

### 4. Discusión de los resultados

Una vez realizada la revisión de la literatura y explicada la metodología empleada, pasamos a presentar los resultados obtenidos. En la tabla 2 podemos observar cómo las características definitorias de la innovación social pueden ser agrupadas en tres grandes bloques: *características de las relaciones de los agentes participantes en el proyecto*, *características propias del proyecto* y *efectos característicos de la innovación social*. Estos tres bloques están formados por un total de 18 características.

<sup>13</sup> La frecuencia relativa hace referencia al número de veces que se repite un código determinado con respecto al número total de veces que se repiten todos los códigos.

<sup>14</sup> La coocurrencia hace referencia a aquellos códigos que tienen una relación en el sentido de que *coocurren* en alguna cita. Ver nota 9.

Tabla. 2. Identificación de las características de la innovación social por bloques

## Bloque A: Características de las relaciones de los agentes con el proyecto

	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
1. Interconexión entre distintos agentes	30	0,11718
2. Acción social colectiva	22	0,08593
3 Colaboración	20	0,07812
4. Participación de los interesados	18	0,07031
5. Proximidad	9	0,03515
6. Elaboración de redes	8	0,03125
<b>Totales</b>	107	0,41794

## Bloque B: Características propias del proyecto

	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia Relativa</b>
7. Elemento territorial	23	0,08984
8. Replicabilidad y escalabilidad	16	0,0625
9. Presencia de creatividad	14	0,05468
10. Metodologías inclusivas	10	0,03906
11. Proceso de aprendizaje	8	0,03125
12. Cooperación	7	0,02734
13. Proceso de abajo a arriba	7	0,02734
<b>Totales</b>	85	0,33201

## Bloque C: Efectos característicos

	<b>Frecuencia absoluta</b>	<b>Frecuencia relativa</b>
14. Repercute en la sociedad civil	19	0,07421
15. Aumenta la calidad de vida	14	0,05468
16. Transformación política	14	0,05468
17. Fenómeno transversal	11	0,04296
18. Respuestas más eficientes y eficaces	6	0,02343
<b>Totales</b>	64	0,24996

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por las entrevistas realizadas y procesadas a través del software Atlas.ti.

En la tabla 2 se muestran las características que definen a una iniciativa socialmente innovadora, los bloques en los que se agrupan y sus respectivas frecuencias absolutas y relativas. Dichas frecuencias son utilizadas como *proxy* para ponderar la importancia de cada una de las características y los bloques señalados. Esto permite conocer en qué atributos de una iniciativa debe centrarse más la atención cuando se pretende determinar si es socialmente innovadora o no.

Cada uno de los bloques, formados a partir de la agrupación de las características afines, representan las diferentes partes que deben ser tenidas en cuenta para analizar una iniciativa socialmente innovadora. Podemos observar que el primero de los bloques engloba aquellas características relacionadas con el tipo de relaciones que suelen tener los agentes implicados en los proyectos socialmente innovadores, el segundo hace referencia a las características que una vez desarrollado el proyecto lo caracterizan y el tercero recoge los efectos que son definitorios y propios de los procesos socialmente innovadores.

Las cinco características más importantes para determinar si una iniciativa es socialmente innovadora son: la existencia de interconexión entre distintos agentes económicos y sociales (0.1171), el marcado carácter

territorial (0.0898), la canalización de la acción social colectiva (0.085), la existencia de colaboración (0.078) y que la acción repercute en la sociedad civil (0.074). De las cinco características mencionadas, tres de ellas se concentran en el primer bloque, lo que sugiere la importancia del proceso por el que se fraguan los proyectos socialmente innovadores.

Por lo tanto, en la tabla 2, se aporta un conocimiento de utilidad para aquellas entidades, tanto públicas como privadas, interesadas en analizar prácticas e iniciativas socialmente innovadoras. La valoración de las iniciativas y la delimitación de lo que es y no innovación social es un asunto complejo y relevante que necesita de información para mejorar la toma de decisiones. Con la ponderación de los criterios, aquellos que tienen que tomar decisiones para otorgar ayudas, subvenciones o establecer estrategias, tienen una guía sobre las propiedades fundamentales sobre las que deben enfocar su atención. A continuación, pasamos a explicar, por bloques y por orden de significatividad relativa, cada uno de sus componentes y sus posibles interrelaciones.

#### 4.1. Características de las relaciones de los agentes participantes en el proyecto

Estas características se refieren a aquellas que están más relacionadas con el proceso de creación del proyecto y los agentes que diseñan la iniciativa. Este bloque engloba un total de seis atributos.

La característica más destacada es la existencia de *interconexiones entre los diferentes agentes económicos y sociales*. A este respecto, hay que señalar que los entrevistados aseveran que para el diseño y la ejecución de las iniciativas se generan relaciones muy diversas tanto en vertical como en horizontal. Por un lado, es frecuente ver iniciativas en las que diferentes agentes, que representan distintos intereses y partes de la sociedad civil, se unen para desarrollar alianzas y llevar a cabo proyectos que aumentan el bienestar general y satisfacen necesidades sociales. Por otro lado, existen iniciativas cuyo valor añadido reside en la actuación conjunta de la sociedad civil, el sector privado y/o las administraciones públicas.

Es precisamente ese contacto horizontal entre diferentes grupos de la sociedad civil, que canalizan su preocupación a partir de movimientos sociales o asociaciones, lo que genera que la segunda característica más importante en este bloque sea la *acción social colectiva*. Esta característica ha sido identificada como primordial para el desarrollo de la innovación social por Harris y Albury (2009), Oosterlynck *et al.* (2013) y Moulart *et al.* (2013). A partir de la acción social colectiva los entrevistados señalan que se representan los intereses comunes de la sociedad y se produce una respuesta conjunta que permite la consecución de los objetivos por los que se inicia la acción. Así, la *colaboración* se erige como la tercera característica fundamental en el proceso de creación de los proyectos de innovación social. La colaboración, con independencia de quién lidere la acción, es el atributo que une a los diferentes agentes económicos y sociales a ayudarse y beneficiarse de las capacidades de las partes.

De igual forma también es importante la *participación* de los interesados. Esta se postula como la cuarta característica más significativa dentro de este bloque. Hace referencia a que las iniciativas sean abiertas y establezcan mecanismos para que todo aquel que crea que puede aportar participe. No obstante, aunque la participación es importante, está gana aún más relevancia cuando se da conjuntamente con una participación de proximidad. Es necesario que en los proyectos se refleje el conocimiento de aquellos que más conocen la problemática. Esta idea surge de la premisa que apuntan hasta doce de los entrevistados de que *“quien más conoce un problema suelen ser aquellas personas que están en contacto permanente con él”*. La innovación social debe dar cabida a que estas personas puedan participar y codiseñar los proyectos, permitiendo así que sean parte de la solución de sus propias necesidades. Por ello, en los procesos socialmente innovadores a menudo se crean marcos para poder abordar los problemas con una perspectiva de *proximidad* (Rodríguez-García y Mateos, 2015).

Finalmente, dentro de este bloque, debemos destacar que, en muchos de estos proyectos en los que coinciden gran parte de las características mencionadas, puede originarse que se formen redes que establecen y definen su propia estructura para facilitar su funcionamiento. La *formación de redes* es de gran relevancia ya que supone la consolidación de las relaciones que, mediante la acción social colectiva, la interconexión entre agentes o la colaboración se ha logrado. Esto va a permitir establecer un contacto permanente y una relación mucho más sólida para realizar nuevas actuaciones y resolver retos futuros.

#### 4.2. Características propias de proyecto

Cuando señalamos las características del proyecto hacemos referencia a centrar la atención en la iniciativa que se presenta, sin tener en cuenta los efectos que produce ni los procesos que han generado aquellos que participan en ella. En este bloque hemos agrupado un total de siete atributos.

Entre todos los atributos el que más destaca es el marcado *carácter territorial de las iniciativas*. Las innovaciones sociales se encuadran bajo el marco del contexto territorial porque se producen y están condicionadas por él (Fontan *et al.*, 2005; MacCallum, 2009). La territorialidad es característica de la innovación social, ya que, al menos en la fase inicial, las iniciativas socialmente innovadoras suelen

desarrollarse en un espacio limitado. En este sentido, los barrios y las ciudades suelen ser lugares idóneos para la puesta en marcha y el nacimiento de las acciones socialmente innovadoras encaminadas a afrontar y superar los problemas y retos sociales de sus residentes. Sin perjuicio de lo anterior, podemos afirmar que, aunque las iniciativas suelen originarse y desarrollarse en primera instancia en un espacio limitado, es importante que tengan potencial para su *replicabilidad y la escalabilidad*. Esta es la segunda característica con mayor peso dentro de este bloque. Las iniciativas socialmente innovadoras más significativas son aquellas que han podido crecer y ser llevadas a cabo en otros territorios.

En tercer lugar, otro atributo relevante sería que el proyecto plantee nuevas *metodologías inclusivas* para su desarrollo. En los proyectos de innovación social no se debe presentar únicamente mejores resultados, sino que además es muy significativo cómo se obtienen dichas mejoras (Caulier-Grice *et al.*, 2012). Las iniciativas socialmente innovadoras deben caracterizarse por la inclusión de nuevas metodologías y formas de organización social que permitan mejorar tanto el proceso por el que se consiguen los objetivos, como estos mismos. No es posible lograr soluciones socialmente innovadoras a los retos y problemas existentes si se sigue realizando las mismas actuaciones ordinarias y tradicionales que venían desarrollándose hasta ahora. Por ello, es de suma importancia que, para el diseño y puesta en marcha de estos modelos alternativos novedosos, esté muy presente la *creatividad*. Ésta se encuentra muy determinada por las preocupaciones locales y globales del entorno, lo que condiciona las soluciones socialmente innovadoras. La creatividad como elemento característico de la innovación social es uno de los aspectos más ampliamente asumidos por la mayoría de los investigadores (André *et al.*, 2009; Bresciani, 2010; Bresciani *et al.*, 2013). Es la cuarta característica con mayor peso en este bloque.

La necesidad de generar procesos creativos que den lugar a iniciativas socialmente innovadoras y que incorporen nuevas metodologías inclusivas suelen caracterizarse también por *presentar un proceso de aprendizaje* continuado. Esta es el quinto atributo más significativo. Los modelos alternativos implican un mayor riesgo que suele ser paliado cuando se va incrementando la experiencia y el propio aprendizaje. Esto permite que los proyectos vayan mejorando a medida que el tiempo transcurre.

Por otro lado, la sexta característica identificada en este bloque como propia de los proyectos de innovación social es que suelen ser *procesos de abajo arriba*. Destacan por permitir que las ideas de las comunidades emerjan, dejando atrás los procesos de arriba abajo que no consideraban la posibilidad de integrar ideas y eran mucho más jerárquicos. Esta característica provoca, como subraya Navarro (2015), que se reintroduzca la inclusión social como eje prioritario para lograr un desarrollo local más sostenible.

El último atributo reconocido dentro de este bloque es el carácter *cooperativo* de los proyectos. Las iniciativas nacen desde el convencimiento de que aunar esfuerzos de forma colectiva genera mejores resultados que la búsqueda de soluciones de forma individual. Por lo tanto, la lógica socialmente innovadora deja atrás el espíritu individualista que ha predominado en las últimas décadas, postulando la cooperación como un elemento característico definitorio de la innovación social.

### 4.3. Efectos característicos de la innovación social

Estas características hacen referencia a los efectos generales que los proyectos de innovación social suelen tener. Este bloque engloba un total de cinco atributos.

La característica con mayor peso dentro de este bloque es que los proyectos *repercutan en la sociedad civil*. Los entrevistados afirman que las iniciativas socialmente innovadoras, independientemente del tipo de agentes económicos y sociales que las lleven a cabo, y al contrario de lo que ocurre con otro tipo de innovaciones, se caracterizan porque la sociedad civil es la beneficiaria directa de sus resultados (Moulaert *et al.*, 2004). La búsqueda de la transformación social es una característica común y deseable que cualquier iniciativa socialmente innovadora debería tener. Dicha transformación suele conllevar el *aumento de calidad de vida* de las personas ya que los procesos de innovación social suelen repercutir en diferentes ámbitos como la inserción laboral, la reducción de la desigualdad o la mayor inclusión social. El aumento de la calidad de vida es la segunda característica más relevante en este bloque y es uno de los elementos definitorios más reconocidos de las prácticas socialmente innovadoras (OCDE, 2011).

La tercera característica más significativa es los *efectos en la transformación política*. Una vez los proyectos son ejecutados en ocasiones originan cambios en las relaciones de poder (Lawson y Lorenz, 1999; Mulgan, 2006; Hubert, 2010; Moulaert *et al.*, 2013). Aseveran los entrevistados que la innovación social posibilita a comunidades, en muchos casos relegadas a un segundo plano, a empoderarse y llegar incluso a generar economías comunitarias. Las innovaciones sociales otorgan a la sociedad civil un papel activo en la toma de decisiones pública y provocan transformaciones en la gobernanza.

Por otro lado, no hay que olvidar que otra de las características de este fenómeno es su *transversalidad*. Esta es la cuarta más relevante en este bloque. La innovación social está presente en los grandes retos que, a pesar de los avances tanto tecnológicos como económicos, aún no han sido resueltos. Ésta puede tener implicaciones en fenómenos como la migración, el despoblamiento, el envejecimiento, la desigualdad de género, la violencia, el cambio climático y el desempleo juvenil, entre otros (García-Flores y Palma, 2019).

Por lo tanto, las iniciativas socialmente innovadoras permiten según su diseño y objetivos dar respuestas a retos sociales muy heterogéneos.

Por último, debemos destacar que las iniciativas socialmente innovadoras deben conllevar un aumento en la *eficiencia* y en la *eficacia* en la respuesta ante los retos y problemas sociales que abordan. Estas características son las últimas que se identifican dentro de este bloque. Para su análisis deben ser tenidos en cuenta los tradicionales aspectos económicos, pero también otros relacionados con la dimensión social. La mejora de la eficiencia y la eficacia en las iniciativas socialmente innovadoras ha sido señalada ampliamente en la literatura por autores como Caulier-Grice *et al.*, (2012) Oosterlynck *et al.*, (2013) o Cajaiba-Santana (2014).

## 5. Las entidades del tercer sector como sujeto para el desarrollo de las innovaciones sociales. Análisis de un caso.

Una vez identificadas y ponderadas las principales características que una iniciativa debe tener para ser reconocida como socialmente innovadora, creemos importante completar el estudio observando qué tipo de agentes económicos y sociales suelen liderarlas y diseñarlas. En este sentido, existen estudios como el realizado por Anheier (2014) que muestran que las entidades del tercer sector, como las asociaciones y las fundaciones, son las mejor posicionadas para coadyuvar a la irrupción de innovaciones sociales. Además, los entrevistados plantearon que las entidades del tercer sector son sujetos con facilidades, por sus características y capacidades, para el desarrollo de la innovación social, destacando especialmente las asociaciones. Las entidades del tercer sector fueron mencionadas como determinantes de la innovación social hasta en veintisiete ocasiones, siendo las asociaciones mencionadas en un total de dieciséis. Por ello, hemos realizado un análisis de un proyecto liderado por una entidad del tercer sector. Para la selección de nuestro caso hemos establecido los siguientes criterios:

- Que fuera una asociación.
- Que hubieran llevado a cabo iniciativas reconocidas por centro o institutos encargados de promover la innovación social como indicio de éxito o potencial innovador.
- Que nos permitiera conocer en profundidad las prácticas que llevaban a cabo a partir de la realización de entrevistas y el suministro de documentos.

Teniendo en cuenta estos criterios hemos elegido como sujeto para el caso al *Grupo de Desarrollo Rural Valle del Guadalhorce*<sup>15</sup>. En 2018 esta asociación fue reconocida como Nodo de Innovación Social en la provincia de Málaga. Este reconocimiento es otorgado por el Centro de Innovación Social La Noria<sup>16</sup> y la obra social La Caixa, a través del Programa de apoyo a la implementación de proyectos de Innovación Social. Se recoge así fruto de las actuaciones que se han realizado desde la asociación en la última década y en las que ha tenido especial relevancia la mencionada Estrategia.

A continuación, pasamos a presentar el caso para posteriormente estudiar cómo encajan sus características principales con las propiedades definitorias identificadas previamente para cualquier práctica socialmente innovadora.

### Caso: Noria-Guadalhorce. Innovación Social en Áreas Rurales

El Grupo de Desarrollo Rural Valle del Guadalhorce es una asociación sin ánimo de lucro integrada por habitantes de la localidad que, además de gestionar y ejecutar programas de ayuda al desarrollo rural, tienen como objetivo la dinamización económica, social y cultural, el crecimiento económico sostenible e integrador del territorio, la transparencia informativa y la cooperación. Para ello, esta entidad diseñó la Estrategia de Desarrollo Local del Valle del Guadalhorce 2016-2020, donde se proponía, siguiendo una lógica socialmente innovadora, un conjunto de medidas y acciones que permitiera alcanzar los objetivos anteriormente mencionados.

### ¿Qué nuevo producto/servicio/modelo se propone?

Esta asociación ha provocado un cambio social estructural a partir de la vertebración de un nuevo modelo productivo. Para este fin se han utilizado novedosas metodologías participativas, que han implicado a los agentes económicos y sociales de la comarca, permitiendo el diseño de una estrategia que recoge un conjunto

<sup>15</sup> Puede ser consultado a través del siguiente enlace:

<https://www.valledelguadalhorce.com/ficheros/descargas/edl%20gdr%20valle%20del%20guadalhorce.pdf>.

<sup>16</sup> Ver el dossier elaborado por La Noria: *Nuevos retos, nuevas soluciones de innovación social 2018*. <http://www.malaga.es/lanoria/7481/proyectos-2018>.

de medidas y acciones a desarrollar. Este conjunto de acciones ha logrado generar valor y reducir la dependencia económica del Valle del Guadalhorce de otros territorios a partir de la utilización de los recursos propios de la comarca. El proceso seguido para la elaboración de la Estrategia consta de tres fases<sup>17</sup>:

- En primer lugar, se realizó un diagnóstico DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) de la situación comarcal en la que se detectaron las necesidades y demandas de la población, así como las oportunidades y propuestas de actuación. Para ello, se crearon tanto mesas territoriales en cada uno de los municipios de la comarca, como mesas temáticas de los sectores claves, ofreciendo a los habitantes y agentes económicos y sociales la oportunidad de participar. Además, para la realización de la Estrategia, se llevaron a cabo diferentes grupos focales y entrevistas personales, facilitándose otras formas de participación a través de cuestionarios, redes sociales, web y blog.
- La segunda fase consistió en la priorización y la validación de las necesidades y los objetivos a abordar en la Estrategia con los diferentes agentes económicos y sociales claves del territorio.
- En la tercera y última fase de este proceso, se llevó a cabo el diseño y la validación del Plan de Acción propuesto por la Junta Directiva del Grupo de Desarrollo Rural Valle del Guadalhorce y aprobado por la Asamblea General.

Destaca de todo este proceso, por su relevancia y particularidad, que la metodología participativa para llevar a cabo el proceso participativo es la I.A.O (Investigación Acción Participativa) que está basada en la combinación de dos procesos: el conocimiento de la realidad y la implicación de la población cuya realidad se aborda. El uso de esta metodología ha permitido que la *participación* y la *participación de proximidad*, que recordamos son características propias y definitorias de la innovación social, estén presentes en esta iniciativa de forma muy significativa. Además, esta metodología, que combina la teoría y la praxis, posibilita el aprendizaje, la toma de conciencia crítica de la población sobre su realidad, su empoderamiento, el refuerzo y ampliación de sus redes sociales, su movilización colectiva y su acción transformadora. Así se ha permitido a los propios beneficiarios trabajar y colaborar para buscar respuestas a las necesidades prioritarias de la comarca: potenciando un desarrollo sostenible, igualitario y resiliente.

### **¿Qué problema o necesidad social se satisface?**

La cercanía del Valle del Guadalhorce con la Costa del Sol, donde desde finales de la década de los 90 la construcción vivió un gran auge, hizo que muchas de las personas de la comarca emigraran del territorio para buscar trabajo a otras áreas cercanas. Esto provocó que la sociedad de la comarca del Valle del Guadalhorce fuera muy dependiente económicamente de otros territorios de la provincia. Sin embargo, con el fin de la burbuja de la construcción en 2008, aquellos que habían encontrado trabajo en este sector, vuelven a su comarca natal y es entonces cuando el alto desempleo se erige en un problema.

A esto se le suma la falta de cualificación y de estudios de la población desempleada, ya que la mayoría de ellos eran jóvenes que abandonaron sus estudios por la posibilidad de obtener empleos bien remunerados a una temprana edad. Por lo tanto, el alto desempleo, la despoblación rural y la alta dependencia económica de otros territorios, eran los principales retos a los que tenía que hacer frente esta comarca.

### **¿Cuál es la mejora que se introduce?**

Desde que el mencionado problema se hace acuciante, el Grupo de Desarrollo Rural del Valle del Guadalhorce comienza a funcionar con una lógica socialmente innovadora, plasmándose muchas de las iniciativas que habían sido desarrolladas en la última década, en la Estrategia de Desarrollo Local del Valle del Guadalhorce 2016-2020. En ésta se recogen un conjunto de iniciativas que tienen como característica común estar diseñadas teniendo en consideración los recursos disponibles y las características rurales del entorno. Basándose en ello se propone un nuevo modelo productivo que tiene tres ejes principales: la agricultura y la ganadería, la industria agroalimentaria y el turismo sostenible.

En este sentido, desde la asociación se pretende que el sector agrario y sobre todo el ecológico sea el sector que cree más puestos de trabajo, desarrollando un sistema productivo fuerte y novedoso que permita una mayor soberanía y poder de decisión. Por otro lado, se busca contribuir a la consolidación de la industria agroalimentaria dado que en la sociedad existe una creciente tendencia al consumo de productos de cercanía y existen canales cortos de comercialización atractivos para los mercados locales. Por último, dado el potencial natural y paisajístico del Valle del Guadalhorce, se pretende fomentar el turismo activo y el turismo en la naturaleza, buscando crear una alternativa al turismo masivo de sol y playa.

<sup>17</sup> El proceso puede ser consultado en la Estrategia en las páginas de la 18 a la 114.

Muchas de estas líneas han tenido resultados muy positivos, muestra de ello es que se han creado asociaciones de agricultores para prestarse asistencia técnica mutua y se ha potenciado el cultivo de alimentos ecológicos. Así, es también una realidad la creación de una marca propia del Valle del Guadalhorce que permite identificar todos los productos y servicios de la comarca<sup>18</sup>, unificando bajo un mismo sello productos turísticos, deportivos y agroalimentarios. En cuanto al turismo destaca la difusión a nivel internacional de formatos de viajes alternativos (*fam trips*<sup>19</sup>, *press trips*<sup>20</sup>) y el crecimiento que se ha producido del número de establecimientos turísticos rurales de 2014 a 2018 que pasaron de 71 a 176<sup>21</sup>.

Por lo tanto, observamos como desde esta asociación se ha diseñado de forma novedosa, teniendo en cuenta la visión de los diferentes agentes económicos y sociales del territorio, un nuevo modelo productivo que aprovecha las características propias de la comarca, así como los recursos endógenos existentes, para generar nuevas oportunidades de negocio y reducir la alta dependencia económica que existía de otros territorios. Todo ello se ha realizado de una forma participativa, inclusiva y sostenible.

### ¿Es realmente un proyecto socialmente innovador?

Por último, antes de terminar nuestro estudio del caso, pasamos a analizar si están presente en el proyecto cada una de las características previamente identificadas. Esto nos va a permitir dirimir si la iniciativa es realmente socialmente innovadora. Para realizar este análisis hemos recogido en la tabla 3 cada una de las características y hemos observado si podía ser reconocida y cómo se manifestaba en el proyecto que acabamos de presentar.

Tabla. 3: Encaje de las características de una innovación social con la iniciativa Noria-Guadalhorce: Innovación Social en Áreas Rurales

Característica	Idea del proyecto
1. Interconexión entre distintos agentes	El proyecto está liderado por una entidad del tercer sector, pero se cuenta con la sociedad civil, la financiación de una entidad privada como La Caixa, el apoyo de la Administración Pública a través de La Noria y la participación del sector privado capitalista.
2. Acción social colectiva	La unión de la sociedad para cambiar la realidad se ve reflejada en la formación de la asociación, así como en la ejecución de sus acciones.
3. Colaboración	Las relaciones entre los comerciantes de la zona, los productores agrícolas, la sociedad civil y la propia asociación es fundamental para el éxito del modelo.
4. Participación de los interesados	La solución de virar hacia un nuevo modelo económico se realizó gracias a las aportaciones y la participación activa de los propios beneficiarios.
5. Proximidad	La iniciativa cumple con el principio de proximidad. Quienes mejor conocían el problema son quienes han propuesto la solución. Además, se ha realizado el proceso teniendo en cuenta las características de la zona y utilizando los recursos de cercanía: tierra muy dividida, fértil y de calidad. Esto ha permitido el cultivo de productos únicos y de alto valor añadido.
6. Elaboración de redes	En este caso, fruto de la tipología de negocios que se ha desarrollado y con el fin de aprovechar sinergias, se han establecido redes para la venta de los productos con diferentes comerciantes de la zona, así como con distintos mercados locales.
7. Elemento territorial	Esta innovación social viene determinada por el territorio. Su carácter local y su entorno le suponen una ventaja competitiva para tener éxito.
8. Replicabilidad y escalabilidad	Es un modelo cuya estructura es replicable y escalable. Éste ha sido diseñado a partir del estudio de las necesidades de la población y estableciendo un plan para el aprovechamiento de los recursos existentes en el enclave geográfico que se encontraba.
9. Presencia de	La creatividad ha sido fundamental en todo el proceso ya que se ha logrado de una

<sup>19</sup> Los *fam trips* son viajes que se ofrecen a operadores turísticos y agencias de viajes para que conozcan mejor un destino turístico con el fin de que puedan mejorar la comercialización de ese destino.

<sup>20</sup> Los *press trips* se tratan de viajes organizados a profesionales del turismo: Periodistas de guías, revistas turísticas y medios de comunicación.

<sup>21</sup> Datos obtenidos de <http://www.prisma.global/Observatorio/SistemaInteligente> (Fundación Madeca).



creatividad	forma alternativa, imaginativa y novedosa, generar un nuevo modelo económico sostenible. Se ha avanzado desde un modelo obsoleto que provocaba desempleo y despoblación al diseño de otro mucho más eficiente.
10. Proceso de aprendizaje	Se diseñó un modelo con gran potencial pero que demandaba un alto proceso de aprendizaje, ya que en muchos casos conllevaba reconvertir a profesionales de la construcción en profesionales agrarios. Por lo tanto, había que educar y formar a aquellos potenciales trabajadores que en muchos casos no tenían nociones sobre el mundo agrario.
11. Metodologías más inclusivas	En la elaboración de este proyecto se ha tenido en consideración las experiencias y opiniones de los propios beneficiarios. En todo momento, los arquitectos sociales han tenido en cuenta los conocimientos de aquellos que mejor conocen el problema, los afectados.
12. Cooperación	No se idealiza la figura del emprendedor social como individuo generador de valor, sino que se entiende que un conjunto de personas trabajando en el mundo agrario pueden lograr una diversidad de productos de calidad y un modelo sostenible que incrementa el bienestar general.
13. Proceso de abajo a arriba	Es una solución co-diseñada y co-creada. Desde la base de la sociedad civil se analiza la realidad y se propone una nueva práctica que conlleva un nuevo modelo de negocio.
14. Repercute en la sociedad civil	Los principales beneficiarios de los resultados de este proyecto son los habitantes del Valle del Guadalhorce, que se han visto favorecidos por un sistema económico más eficiente que genera empleo para la población local.
15. Aumenta la calidad de vida	Gracias al proyecto que está siendo llevado a cabo, muchas personas lograron volver a la comarca del Valle del Guadalhorce y encontrar un empleo. Además, se ha dinamizado la economía local y se han aprovechado tierras que estaban en desuso. En general, se ha logrado construir un modelo económico integrador que aumenta el bienestar social.
16. Transformación política	El diseño del nuevo modelo económico ha sido desarrollado por la sociedad civil y canalizado por el Grupo de Desarrollo Rural Valle del Guadalhorce. Se ha originado un cambio de modelo en el que el diseño de la estructura económica no ha sido dirigido desde ninguna administración, sino desde la propia sociedad civil.
17. Fenómeno transversal	La iniciativa socialmente innovadora ha tenido impacto en diferentes ámbitos: ha reducido el fenómeno del despoblamiento, ha frenado el envejecimiento poblacional, ha generado un mayor consumo de productos locales y ha reducido el desempleo juvenil.
18. Respuestas más eficientes y eficaces	La iniciativa ha logrado dar una respuesta a diversos problemas sociales de una forma más eficaz y eficiente de la que la administración pública y el sector privado capitalista había dado hasta ahora.

Fuente: Elaboración propia

A partir de la tabla 3, observamos que en el proyecto llevado a cabo por el Grupo de Desarrollo Rural del Valle del Guadalhorce están presentes todas las características previamente identificadas como definitorias de la innovación social. Esto evidencia que el proyecto desarrollado por la asociación es socialmente innovador. El encaje de las características propias de la innovación social con las del proyecto realizado no debe resultar casual, sino que guarda una estrecha relación con la propia naturaleza, la forma de organización y los objetivos de este tipo de entidades. Las entidades del sector, al contrario de lo que ocurre con la mayoría de las empresas del sector privado capitalista, tienen presentes como elemento central de sus actuaciones la dimensión social. Esto provoca que los principios que rigen el funcionamiento de este tipo de entidades les faciliten alinearse de manera natural con la construcción de iniciativas socialmente innovadora.

## 6. Conclusiones

El incremento de los retos globales, complejos y multidimensionales en las últimas décadas han posicionado a la innovación social como un fenómeno en auge y a las entidades del tercer sector como un sujeto con un rol cada vez más relevante. Este hecho ha causado que sean muchos los autores que han centrado sus estudios en estos campos. Nuestro trabajo ha evidenciado la coexistencia de diferentes enfoques y formas de

entender la innovación social debido a las divergencias existentes acerca de cuáles son sus principales características definitorias, lo que ha dificultado la creación de un marco de referencia claro y común. También se ha mostrado que existe una amplia literatura que señala posibles implicaciones entre la innovación social y las entidades del tercer sector.

Nosotros entendemos que las entidades del tercer sector por los principios que encarnan se postulan como un sujeto clave para transformar el actual modelo socioeconómico. Éstas caracterizan sus actuaciones por el espíritu colectivo y la capacidad de asociación de los individuos para generar valor frente al espíritu individualista hegemónico y la figura del emprendedor que prevalecen en el modelo tradicional. Por ello, las entidades del tercer sector representan el cambio de paradigma que se pretende desarrollar a través de la innovación social. No obstante, y a pesar de la relación existente entre las entidades del tercer sector y las iniciativas socialmente innovadoras, no debe darse por hecho que toda iniciativa que desarrolle una entidad del tercer sector sea una innovación social. Cada una de ellas requieren un análisis individual que permita observar si realmente están alineadas con las características de la innovación social.

Por consiguiente, la identificación y ponderación de las características definitorias de la innovación social es sumamente importante para crear un nuevo marco que permita la valoración individualizada de cada una de las iniciativas. Por esta razón, nosotros hemos propuesto un nuevo marco compuesto por 18 características que hemos agrupado en 3 bloques (ver tabla 2): *características de las relaciones de los agentes participantes en el proyecto, características propias del proyecto y efectos característicos de la innovación social*.

El reconocimiento de tres grandes bloques de características implica que una iniciativa socialmente innovadora debería ser analizada en tres partes. Una primera en la que se centra la atención en las interacciones realizadas entre los agentes económicos y sociales que van a determinar el diseño del proyecto. Una segunda en la que se analiza el diseño del proyecto que ha sido realizado por los sujetos. Y, finalmente, una tercera donde se analizan los impactos potenciales que la ejecución del proyecto puede tener. Atendiendo a esta clasificación podemos afirmar que se confirma la hipótesis de que, para las iniciativas socialmente innovadoras, el proceso es igual o incluso más importante que el resultado final. La suma de los bloques que hacen referencia a la fase previa al diseño y a la propia del diseño, es decir, al primer y segundo bloque, suman 0.75, mientras que el tercer bloque, que representaría la importancia de los resultados, tendría un peso de 0.25.

Este nuevo marco genera un conocimiento de utilidad que está al servicio de aquellos interesados en el diseño y ejecución de programas que tengan como objetivo el apoyo económico y técnico de la innovación social. Este conocimiento puede facilitar la elaboración de unos criterios objetivos que contribuyan a determinar si una iniciativa es socialmente innovadora o no, e incluso a compararlas entre ellas.

Por lo tanto, basándonos en la identificación de esas características, y teniendo en cuenta la revisión de la literatura y el análisis del caso podemos señalar que, aunque puedan existir otro tipo de organizaciones que desarrollen prácticas socialmente innovadoras, las entidades del tercer sector, y más concretamente, las asociaciones, son sujetos con facilidades para llevar a cabo proyectos socialmente innovadores. Este reconocimiento muestra a aquellos organismos o entidades que quieran desarrollar prácticas socialmente innovadoras, que las entidades del tercer sector, por sus propias características y funcionamiento, tienen potencialidades para hacerlo con éxito.

Finalmente, nos gustaría señalar que este trabajo puede dar origen a futuras líneas de investigación relacionadas con la innovación social. Creemos especialmente interesante la posibilidad de realizar nuevos análisis para ver el encaje de las características identificadas con otros tipos de organizaciones como pueden ser las cooperativas. Asimismo, también entendemos que la profundización en el estudio de las relaciones entre las diferentes características señaladas puede contribuir a comprender mejor cómo diseñar procesos socialmente innovadores.

## 7. Referencias bibliográficas

- André, I., Henriques, E. B., y Malheiros, J. (2009) Inclusive Places, Arts and Socially Creative Milieux. En: MacCallum, D., Moulaert, F., Hillier, J. y Vicari, S. *Social Innovation and Territorial Development*. Farnham, Surrey, England: Ashgate Publishing Limited, pp.149-166.
- Anheier, H.K. (2014) *Nonprofit Organizations: An Introduction: Theory, Management, Policy*. London: Routledge
- Ariño, G. B., y Atxutegi, G. (2017) La innovación social en el País Vasco. De la teoría a la práctica. *Revista española del tercer sector*, N° 36, pp. 183-188.
- Avelino, F. y Wittmayer, J. M. (2016) Shifting power relations in sustainability transitions: a multi-actor perspective. *Journal of Environmental Policy and Planning*, N° 5, Vol. 18, pp. 628-649.
- Bason, C. (2010) *Leading Public Sector Innovation. Co creating for a better society*. Bristol: Policy Press.
- Blanco, I., Cruz, H. y Martínez, R. (2016) El papel de la innovación social frente a la crisis. *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales*, N° 188. Vol. 47, pp. 249-260.

- Borzaga, C. y Bodini, R. (2012) What to make of social innovation? Towards a framework for policy development. *Euricse Working Paper*, N. 036/12
- Bresciani, S. (2010) Innovation within firms: a survey in the Piedmont area. *International Journal of Quality and Innovation*, N° 2, Vol. 1, pp. 138-152.
- Bresciani, S., y Ferraris, A. (2012) *Imprese multinazionali. Innovazione e scelte localizzative*. Romagna: Maggioli Editore.
- Bureau of European Policy Advisors (BEPA) (2014) *Social Innovation: A Decade of Changes*, Luxemburg: Publications Office of the European Union.
- Buckland, H. y Murillo, D. (2014) *La innovación social en América Latina. Marco conceptual y agentes*. Barcelona: Instituto de Innovación Social de ESADE y Fondo Multilateral de Inversiones.
- Cajaiba-Santana, G. (2014) Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework. *Technological Forecasting and Social Change*. N° 82, pp. 42-51, doi: 10.1016/j.techfore.2013.05.008.
- Caulier-Grice, J., Davies, A., Patrick, R. y Norman, W. (2012) *Defining social innovation*. Brussels: A deliverable of the project: The theoretical, empirical and policy foundations for building social innovation in Europe (TEPSIE).
- Comisión Europea (2013) *Guía de la Innovación Social*, Regional and Urban Policy, Bruselas.
- Djellal, F. y Gallouj, F. (2012) Social innovation and service innovation. Challenge social innovation. En: Franz, H. W., Hochgerner, J. y Howaldt, J. *Challenge social innovation: potentials for business, social entrepreneurship, welfare and civil society*. Dortmund: Springer Science y Business Media, pp. 119-137, DOI: 10.1007/978-3-642-32879-4\_8.
- Díaz-Foncela, M. y Marcuello, C. (2014) Las empresas sociales en España: concepto y características. *Gizarte Ekonomiarren Euskal Aldizkaria-Revista Vasca de Economía Social*, N° 8, pp. 143-164.
- Echeverría, J. y Merino, L. (2011) Cambio de paradigma en los estudios de innovación: el giro social de las políticas europeas de innovación. *Arbor* N° 752 Vol. 187: pp. 1031-1043, doi: 10.3989/arbor.2011.752n6002.
- Escalante, E. (2009) Métodos de análisis de las verbalizaciones: una contribución del análisis textual y conceptual mediante el uso de software. *Encuentro*, N° 83, pp. 32-48, DOI: 10.5377/encuentro.v0i83.3598.
- Fantova, F. (2015) Innovación social y tercer sector de acción social. En: Cabrero, G. *Análisis prospectivo sobre los retos actuales y futuros del Tercer Sector de Acción Social*. Madrid: Plataforma de Organizaciones No Gubernamentales de Acción Social, pp. 155-178.
- Fazzi, L. (2014) *Imprenditori sociali innovatori. Casi di studio nel terzo settore*. Milano: Franco Angeli.
- Fontan, J.M., Klein, J.L. y Lévesque, B. (2005) The fight for jobs and economic governance: the Montreal model. En: Booth, P. y Jouv, B. *Metropolitan Democracies: Transformations of the State and Urban Policy in Canada, France and Great Britain*, Aldershot: Burlington, pp. 133-146.
- Fresno, J. M. y Rauchberger, C. (2015) *Estudio tercer sector y provisión de servicios: prácticas europeas y lecciones para España*. Madrid: Plena Inclusión.
- Fundación Luis Vives (2012) *Anuario del tercer sector de acción social en España*. Madrid: Obra Social Caja Madrid.
- García-Flores, V. y Palma, L. (2019) Innovación social: Factores claves para su desarrollo en los territorios. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, N° 97, pp. 245-278.
- Godin, B. (2012) Social Innovation: Utopias of Innovation from c. 1830 to the Present. *Project on the Intellectual History of Innovation Working Paper*, N° 11, pp. 1-52.
- Harris, M. y Albury, D. (2009) *The innovation imperative*. NESTA.
- Hernández-Ascanio, J., Tirado-Valencia, P. y Ariza-Montes, A. (2016) El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, N° 88, pp. 164-199, DOI: 10.7203/CIRIEC-E.88.8849.
- Hirsch, P. M. y Levin, D. Z. (1999) Umbrella advocates versus validity police: A life-cycle model. *Organization Science*, N° 10, Vol. 2, pp. 199-212.
- Hubert, A. (2010) *Empowering people, driving change: Social innovation in the European Union*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Lawson, C. y Lorenz, E. (1999) Collective Learning, Tacit Knowledge and Regional Innovative Capacity, *Regional Studies*, N° 33, pp. 305-317.
- López, J. A. y González, M. (2013). Encrucijadas sociales de la innovación. *Isegoría*, N° 48, pp. 11-24, DOI: 10.3989/isegoria.2013.048.01.
- López-Cózar, C., Priede Bergamini, T. y Del Arco Juan, J. (2015) La empresa social. Experiencias innovadoras a través del deporte. *REVECO. Revista de Estudios Cooperativos, Tercer Cuatrimestre*, N° 119, pp. 107-131. DOI: 10.5209/rev\_REVE.2015.n119.49069.
- MacCallum, D. (2009) *Social innovation and territorial development*. Wey Court East: Ashgate Publishing, Ltd. DOI: [10.4324/9781315609478](https://doi.org/10.4324/9781315609478).
- McCracken, G. (1991) *The long interview*. 5<sup>th</sup> ed. Newbury Park: Sage Publications.
- Moulaert, F., Martinelli, F. y Swyngedouw. (2004) *Social innovation and governance in local communities*. Lille: SINGOCOM Final report to the EC (FP6).
- Moulaert, F. y Nussbaumer, J. (2005) Defining social economy and its governance at the neighbourhood level: A methodological reflection, *Urban Studies*, N° 11, Vol. 42, pp. 2071-2088.
- Moulaert, F., Maccallum, D., Mehmood, A. y Hamdoch, A. (2013) *The international handbook on social innovation: collective action, social learning and transdisciplinary research*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.

- Moulaert, F. y MacCallum, D. (2019) *Advanced introduction to social innovation*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Mulgan, G. (2006) The process of social innovation. *Innovations: technology, governance, globalization*, N° 2, Vol. 1, pp. 145-162, doi: 10.1162/itgg.2006.1.2.145.
- Murray, R., Caulier-Grice, J., y Mulgan, G. (2010) *The open book of social innovation*. London: National endowment for science, technology and the art (NESTA).
- Navarro, C. (2015) Innovación social y gobernanza urbana. En: Subirats, J. y García Bernardos, A. *Innovación social y políticas urbanas en España: experiencias significativas en las grandes ciudades*. Barcelona: ICARIA, pp.43-58.
- Noguero, F. (2002) El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Educación*, N° 4, pp. 167-179, DOI: 10.23878/empr.v12i45.129.
- OCDE (2011) *Fostering Innovation to Address Social Challenges*. Workshop proceedings. OCDE Innovation Strategy, DOI: 10.1016/j.techfore.2015.08.011.
- Oosterlynck, S., Kazepov, Y., Novy, A., Cools, P., Barberis, E., Wukovitsch, F. y Leubolt, B. (2013) The butterfly and the elephant: local social innovation, the welfare state and new poverty dynamics. *ImPRovE Methodological Paper*, N°2, Vol. 13, pp. 1-45.
- Palma, L., García-Flores, V. y 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 XVIII Congreso de Economía Regional celebrado en Sevilla*, los días 15 ,16 y 17 de noviembre de 2017.
- Pérez-López, R., Morales-Sanchez, M., Anguera, T. y Hernandez-Mendo, A. (2015) Evaluación de la calidad total en servicios municipales deportivos orientados a la población infantil: Aportaciones desde el análisis cualitativo con Atlas.ti. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, N° 1, Vol. 15, pp. 143-150, DOI: 10.4321/s1578-84232015000100014.
- Phills, J. A., Deiglmeier, K., y Miller, D. T. (2008) Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, N° 4, Vol. 6, pp. 34-43.
- Prados, J. A. (2007) Críticas y apoyos hacia la responsabilidad social de la empresa: una aproximación etnográfica desde la vivencia del trabajador y una propuesta metodológica cualitativa. *Universitas psychologica*, N° 1, Vol. 6, pp. 59-68.
- PwC (2018) *Radiografía del Tercer Sector Social en España: retos y oportunidades en un entorno cambiante*. Madrid.
- Rincón, C. A. (2013) La economía social desde tres perspectivas: tercer sector, organizaciones no gubernamentales y entidades sin ánimo de lucro. *Revista Tendencias y Retos*, N° 1, Vol. 18, pp. 143-158.
- Rodríguez-García, M. y Mateos, C. (2015) Decrecimiento, comunidades locales y recuperación de solidaridades vecinales. El caso de la moneda social "puma". En: Subirats, J. y García Bernardos, A. *Innovación social y políticas urbanas en España: experiencias significativas en las grandes ciudades*. Barcelona: ICARIA, pp. 145-152.
- Roitter, M. (2004) El tercer sector como representación topográfica de sociedad civil. *Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización*. Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela, pp. 17-32.
- Sajardo-Moreno, A. (2016) Nuevos instrumentos de financiación para el sector no lucrativo: el reto del crowdfunding social. *Cooperativismo y Desarrollo*, N° 24, Vol 108, pp. 39-53.
- Sajardo Moreno, A. y Pérez Sempere, S. (2019) Análisis de las plataformas de crowdfunding social en el estado español: un estudio de casos. *REVECO. Revista de Estudios Cooperativos, Primer Cuatrimestre*, N° 130, pp. 149-175. DOI: 10.5209/REVE.61938.
- Salamon, L. M., y Anheier, H. K. (1994) *Caring sector or caring society?: Discovering the nonprofit sector cross-nationally*. Maryland: The Johns Hopkins University Institute for Policy Studies.
- Salamon, L. M., y Anheier, H. K. (1996) *Defining the nonprofit sector: the United States*. Baltimore: Johns Hopkins University Institute for Policy Studies.
- Salom-Carrasco, J., Pitarch-Garrido, M. y Sales-Ten, A. (2017) Innovación social: estrategias urbanas en un contexto de cambio. El caso de la ciudad de Valencia. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, N° 91, pp. 31-58, DOI: 10.7203/CIRIEC-E.91.10451.
- Schumpeter, J. (1942) *Capitalismo, socialismo y democracia*. Orbis.
- Social Platform (2013) *Social Platform's position on social innovation*. Adopted by the Steering Group on December 3, 2013.
- Subirats, J. (2015) Políticas urbanas e innovación social. Entre la coproducción y la nueva institucionalidad. Criterios de significatividad. En: Subirats, J. y García Bernardos, A. *Innovación social y políticas urbanas en España: experiencias significativas en las grandes ciudades*. Barcelona: ICARIA, pp. 95-112.
- Torres Prados, I. (2010). Identidad institucional de las organizaciones del Tercer Sector. *Revista Internacional de Organizaciones*, N° 5, pp. 7-29.
- World Economic Forum y Schwab Foundation for Social Entrepreneurship (2016) *Social Innovation: A Guide to Achieving Corporate and Societal Value*. Switzerland: World Economic Forum.
- Zubero, I., 2015. Innovación social: una propuesta para pensar las prácticas sociales en clave de transformación En: Subirats, J. y García Bernardos, A. *Innovación social y políticas urbanas en España: experiencias significativas en las grandes ciudades*. Barcelona: ICARIA, pp.13-42.

## **Anexo 1. Guión utilizado para la realización de las entrevistas semiestructuradas a los diferentes agentes económicos y sociales.**

### **Parte I. Preguntas genéricas sobre innovación social**

1. Desde su punto de vista, ¿qué es para usted la innovación social?
2. ¿Cuáles cree que son las principales características y/o propiedades que debe tener una iniciativa o actividad para considerarla como una innovación social?
3. ¿Cree que se está sobreutilizando el concepto de innovación social? ¿Teme que pierda su valor?
4. ¿Qué motivos cree que llevan a los agentes a realizar prácticas socialmente innovadoras? En su caso o el de su asociación/empresa/sector representado, ¿cuál fue su motivación principal?
5. ¿Qué papel cree que juegan en la innovación social los centros de apoyo a la innovación social? ¿Y los académicos? ¿Señalaría algún otro agente que fuera relevante para el fomento y desarrollo de las innovaciones sociales? ¿Qué tipo de apoyo ha recibido su asociación /empresa?
6. ¿Cuál cree que es el perfil de los agentes socialmente innovadores? ¿Qué tipo de organizaciones, empresas (centros tecnológicos, empresariales, cooperativas...), organismos públicos cree que pueden llevar a cabo actividades socialmente innovadoras?
7. ¿Qué etapas cree que suele pasar una iniciativa socialmente innovadora desde que nace hasta que se consolida? ¿Cuál es la fase más crítica?

### **Parte II: Identificación de variables**

8. ¿En qué tipo de regiones cree que se desarrollan las innovaciones sociales?
9. ¿Cree que en aquellas regiones donde existen más problemas, surgen más innovaciones sociales?
10. ¿Qué factores facilitaron el lanzamiento de su iniciativa socialmente innovadora?
11. ¿Qué factores supusieron una barrera o dificultaron dicho proceso?
12. Si tuviese que elegir tres grandes pilares que son esenciales para el desarrollo y fomento de las innovaciones sociales, ¿cuáles serían?
13. ¿Cómo cree que pueden ser medidos dichos factores?
14. ¿Quién cree que puede promover que esos factores que usted menciona puedan ser incentivados?
15. ¿Qué papel considera que tiene la creatividad sobre la innovación social? ¿Y el arte y la cultura?

### **Parte III: Las potencialidades de la innovación social**

16. ¿Cuáles cree que son los principales beneficios de llevar a cabo actividades socialmente innovadoras para la sociedad?
17. ¿En qué campos cree que puede ser especialmente útil o relevante el desarrollo de innovaciones sociales? ¿Qué tipo de problemas cree que puede ayudar a resolver?
18. ¿Cree que puede ser afirmado que aquellas regiones donde existen menos problemas es porque hay iniciativas socialmente innovadoras? ¿O cree que la poca incidencia de determinados problemas en una región precisamente desincentiva la innovación social?
19. ¿Qué papel cree que tiene la innovación social en la mejora y la modernización del sector público?
20. ¿Qué implicaciones positivas cree que su iniciativa genera en la sociedad?
21. ¿Cuál es el objetivo de su iniciativa/centro/grupo de investigación a medio plazo?

## Anexo 2: Entidades a las que pertenecían las personas que han sido entrevistadas para la realización del trabajo

<b>Entidad a la que pertenecían los responsables de centros o empresas que promueven la innovación social</b>	<b>Webs</b>
Red Guadalinfo.	<a href="https://blog.guadalinfo.es/etiqueta/innovacion-social/">https://blog.guadalinfo.es/etiqueta/innovacion-social/</a>
Centro de Innovación Social de la provincia de Málaga.	<a href="http://www.malaga.es/lanoria/">http://www.malaga.es/lanoria/</a>
Laboratorio de innovación social y digital "Citilab Cornellà"	<a href="https://www.citilab.eu/">https://www.citilab.eu/</a>
"Espacio Res"	<a href="https://espacios.org/es/">https://espacios.org/es/</a>
Área de Innovación y Economía Social en el Ayuntamiento de Sevilla	<a href="https://www.sevilla.org/servicios/empleo/innovacion-social">https://www.sevilla.org/servicios/empleo/innovacion-social</a>
Innobasque (Agencia Vasca de Innovación)	<a href="https://www.innobasque.eu/">https://www.innobasque.eu/</a>
Ashoka	<a href="https://www.ashoka.org/es">https://www.ashoka.org/es</a>
UpSocial	<a href="https://upsocial.org/es">https://upsocial.org/es</a>
Área de Servicios a la Ciudadanía de la Diputación Provincial de Málaga	<a href="http://www.malaga.es/">http://www.malaga.es/</a>
<b>Entidad a la que pertenecían los académicos y personas que han publicado trabajos de impacto sobre innovación social Posición</b>	<b>Webs</b>
Innove	<a href="http://www.innove.com.co/">http://www.innove.com.co/</a>
Instituto de Gobierno y Políticas Públicas de la Universidad Autónoma de Barcelona.	<a href="http://uab.academia.edu/">http://uab.academia.edu/</a>
Departamento de Didáctica y Organización Escolar en la Universidad Deusto.	<a href="https://www.deusto.es/cs/">https://www.deusto.es/cs/</a>
Investigadora y coautora del trabajo "Panorama actual de la Innovación Social en Colombia". Cofundadora de la iniciativa "Innove" en Colombia, para promover la innovación social.	<a href="http://labuenaempresa.com/">http://labuenaempresa.com/</a>
Departamento de Economía Aplicada de la Universidad de Vigo.	<a href="https://www.uvigo.gal/">https://www.uvigo.gal/</a>
Departamento de Economía Financiera y Contabilidad en la Universidad Loyola.	<a href="https://uloyola.academia.edu/">https://uloyola.academia.edu/</a>
<b>Entidad a la que pertenecían los directores y encargados de proyectos de innovación social de impacto.</b>	<b>Webs</b>
Grupo de Desarrollo Rural del Valle del Guadalhorce	<a href="http://www.valledelguadalhorce.com/">http://www.valledelguadalhorce.com/</a>
Federación Andaluza de Empresas Cooperativas de Trabajo (FAECTA)	<a href="https://www.faecta.coop/index.php?id=inicio">https://www.faecta.coop/index.php?id=inicio</a>
Asociación Arrabal	<a href="https://asociacionarrabal.org/portfolio/crafteando-mi-pueblo">https://asociacionarrabal.org/portfolio/crafteando-mi-pueblo</a>
Mouse4all	<a href="https://mouse4all.com/es/">https://mouse4all.com/es/</a>
Asociación Asprodisis	<a href="http://www.asprodisis.org/">http://www.asprodisis.org/</a>
Asociación Perros y Letras en España -READ-	<a href="https://www.perrosyletras.com/">https://www.perrosyletras.com/</a>
La Hidra Cooperativa.	<a href="http://lahidra.net/">http://lahidra.net/</a>
Fundación "Pau Costa".	<a href="http://www.paucostafoundation.org/">http://www.paucostafoundation.org/</a>
Asociación Ecoherencia.	<a href="https://www.ecoherencia.es/">https://www.ecoherencia.es/</a>