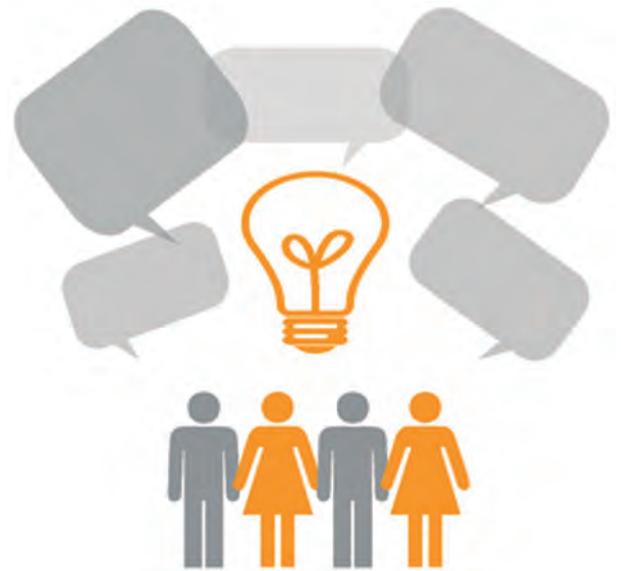




innoEXPLORA

innovando con las personas >





innoEXPLORA
innovando con las personas >

innoEXPLORA

innovando con las personas >

INFORME INNOEXPLORA. Documento de conclusiones y análisis de buenas prácticas de la innovación social.

Promueve: Ministerio de Economía y Competitividad, a través de FECYT (Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología) y el Gobierno del Principado de Asturias, en el marco de la Estrategia e-Asturias 2012.

Edita: Fundación CTIC Sociedad de la Información, (<http://www.fundacionctic.org>)

Esta publicación responde al documento de trabajo realizado por el equipo del área de Innovación Social de Fundación CTIC Sociedad de la Información.

Todos los contenidos de esta obra pertenecen a Fundación CTIC y están protegidos por los derechos de propiedad intelectual e industrial que otorga la legislación vigente. Su uso, reproducción, distribución, comunicación pública, puesta a disposición, transformación o cualquier otra actividad similar o análoga está totalmente prohibida, salvo en los casos que está explícitamente permitido por la licencia bajo la que está publicada. CTIC se reserva el derecho a ejercer las acciones judiciales que correspondan contra quienes violen o infrinjan sus derechos de propiedad intelectual y/o industrial.



Esta obra está publicada bajo una licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported. Para ver una copia de esta licencia, visite la siguiente dirección web <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es>.

En la presente publicación se ha realizado, expresamente, un uso no sexista del lenguaje con el triple objetivo de evitar la discriminación por razón de género a través del lenguaje, de visibilizar y formentar la presencia igualitaria de hombres y mujeres en este ámbito y de familiarizar a quienes lean la obra con el uso inclusivo del lenguaje. Todo ello contribuye a la promoción de una mayor igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.



| | |
|--|-----|
| Prólogo | 4 |
| Presentación | 8 |
| Proyecto INNOEXPLORA | 9 |
| La innovación social como valor para Asturias | 11 |
| Estructura del proyecto | 12 |
| Contexto | 14 |
| Concepto de Innovación Social | 14 |
| Desafíos | 29 |
| El ahora | 30 |
| El rol de la tecnología | 31 |
| El proceso de innovación social | 32 |
| Resumen del proyecto | 39 |
| Primer Encuentro | 40 |
| Segundo Encuentro | 44 |
| Tercer Encuentro | 46 |
| Experiencias de innovación social | 49 |
| Ámbitos | 50 |
| Entidades para impulsar la Innovación Social | 50 |
| Espacios para la Innovación Social | 59 |
| Emprendizaje Social | 66 |
| Educación | 73 |
| Empresa – Responsabilidad Social Corporativa | 81 |
| Intraemprendizaje | 86 |
| Calidad de Vida | 92 |
| Iniciativas y plataformas para promover la innovación social | 98 |
| Participación ciudadana | 105 |
| Otros ámbitos | 115 |
| Conclusiones | 120 |
| Agradecimientos | 123 |
| Bibliografía | 124 |

LA NECESIDAD DE REINVENTARNOS



Pablo Priesca Balbín, director general de CTIC

Los sistemas actuales de innovación, basados en el modelo conceptual preconizado por la OCDE a través del Manual de Oslo, identifican la innovación como un asunto de las empresas, como un factor que permite la diferenciación en el mercado, haciendo cosas distintas y de forma diferente. Así, se habla de innovación en los productos, procesos, tecnología, servicios, organización y marketing; pero el concepto siempre se ha acotado única y exclusivamente al ámbito empresarial. Craso error.

En lo superfluo, el mensaje político era y es claro: seremos más competitivos si nuestras empresas innovan y se desarrollan tecnológicamente. Evidente. Pero el problema es que la innovación, tecnológica y no tecnológica, no es sólo cuestión de las empresas. Para tener un tejido productivo innovador es condición previa e imprescindible que haya una sociedad innovadora. Es necesaria la innovación social como condición ineludible. El problema es que este tipo de innovación ha sido la gran olvidada en este país.

¿Qué es la innovación social? La explotación exitosa de nuevas ideas que satisfacen objetivos sociales, de forma que afecten al mayor número de personas posibles (Young Foundation). Sería un error pensar en la innovación social como un círculo cerrado donde la innovación empresarial queda fuera. Al contrario, están íntimamente ligadas. Frecuentemente, innovaciones sociales en su origen dan lugar a innovaciones empresariales de alto impacto y viceversa. No olvidemos que la propia eclosión de internet y del mundo web en sus inicios tuvo mucho más que ver con una innovación social en un proceso de co-creación, que implicó a multitud de personas, que con la innovación empresarial.

Pero volviendo al punto de origen, la cuestión es cómo lograr territorios más competitivos, con alta natalidad empresarial, con posibilidades de creación de empleo y de un uso productivo de sus recursos. La primera respuesta intuitiva, e



incluso ampliamente extendida, es con empresas innovadoras. ¿Y cómo logramos empresas más innovadoras? Esta es una de las preguntas estrella que todo diseño de política económica trata de abordar. Hasta ahora se ha canalizado el esfuerzo hacia una actividad concreta, fácil de medir, la inversión en investigación. Pero, ¿es esto suficiente? La investigación, básica y aplicada, es una gran palanca para afrontar los retos de la complejidad a la que se enfrenta la sociedad y las empresas. Pero, ¿necesitamos dar pasos más allá? ¿Toda inversión en investigación tiene el mismo impacto? ¿Se puede lograr mayor impacto social con los mismos presupuestos de I+D+i? Son preguntas razonables de difícil respuesta. Pero está claro que las métricas y los parámetros “estándar” ya no explican todas las diferencias entre territorios. Y es que, siguiendo estos parámetros, resulta difícil explicar por qué España ocupa el 9º puesto en el ranking de producción científica mundial (publicaciones científicas) y el 5º en el ranking europeo y, sin embargo, ocupa el puesto 23º en innovación en el ámbito internacional y el 18º en el ranking de la Europa comunitaria.

Todo parece indicar que existe un cortocircuito entre la producción científica y la innovación (transferencia al mercado de los resultados de la investigación). La investigación implica la producción de nuevo conocimiento y esto en sí mismo es muy importante; pero si el proceso no se completa, si ese conocimiento no “impregna” en la sociedad y, con ello, se transforma en algo útil que mejore la calidad de vida de las personas, el sistema no es sostenible. Esta es una evidencia de que el modelo teórico y las políticas basadas en el mismo, eran y son absolutamente insuficientes.

Pero ¿dónde está entonces la clave? ¿Cuáles son las fuentes de las que emanan y se crean procesos de innovación empresarial, tanto tecnológica como no tecnológica?

Existen factores sociales que aportan elementos diferenciales entre territorios, pero también entre empresas e industrias: la creatividad, la concentración de talento, la calidad de vida, la multiculturalidad, la interracialidad (aceptación de los diferentes), la cooperación, la co-creación, la apropiación que la ciudadanía ha hecho de la cultura digital, la capacidad de trabajo en red, son factores que definen el nivel de permeabilidad de la sociedad en su conjunto hacia la innovación. Sociedades altamente permeables a la innovación, con alta capacidad de innovación social, facilitan la creación de unas fuerzas (casi “mágicas”) de concentración de empresas innovadoras (que técnicamente se conocen como “economías de aglomeración”). Es decir, la permeabilidad social a la innovación, la capacidad de la sociedad para mejorar, para avanzar, para adaptarse al cambio son sumamente importantes y son condiciones previas para que existan empresas innovadoras.

Dicho en otros términos, cuando un territorio, una sociedad, es capaz de innovar en lo político, en la prestación de servicios a la ciudadanía, en la educación, en la cultura, en el arte, etc., cuando es capaz de aceptar el cambio, la integración de las diferencias en su propia cultura (preservando su identidad cultural), cuando demuestra que es capaz de absorber nuevas ideas y utilizarlas para transformar su realidad, sólo entonces estará preparada para la innovación empresarial. La innovación social está en la base de la innovación empresarial y de los territorios. Estos factores

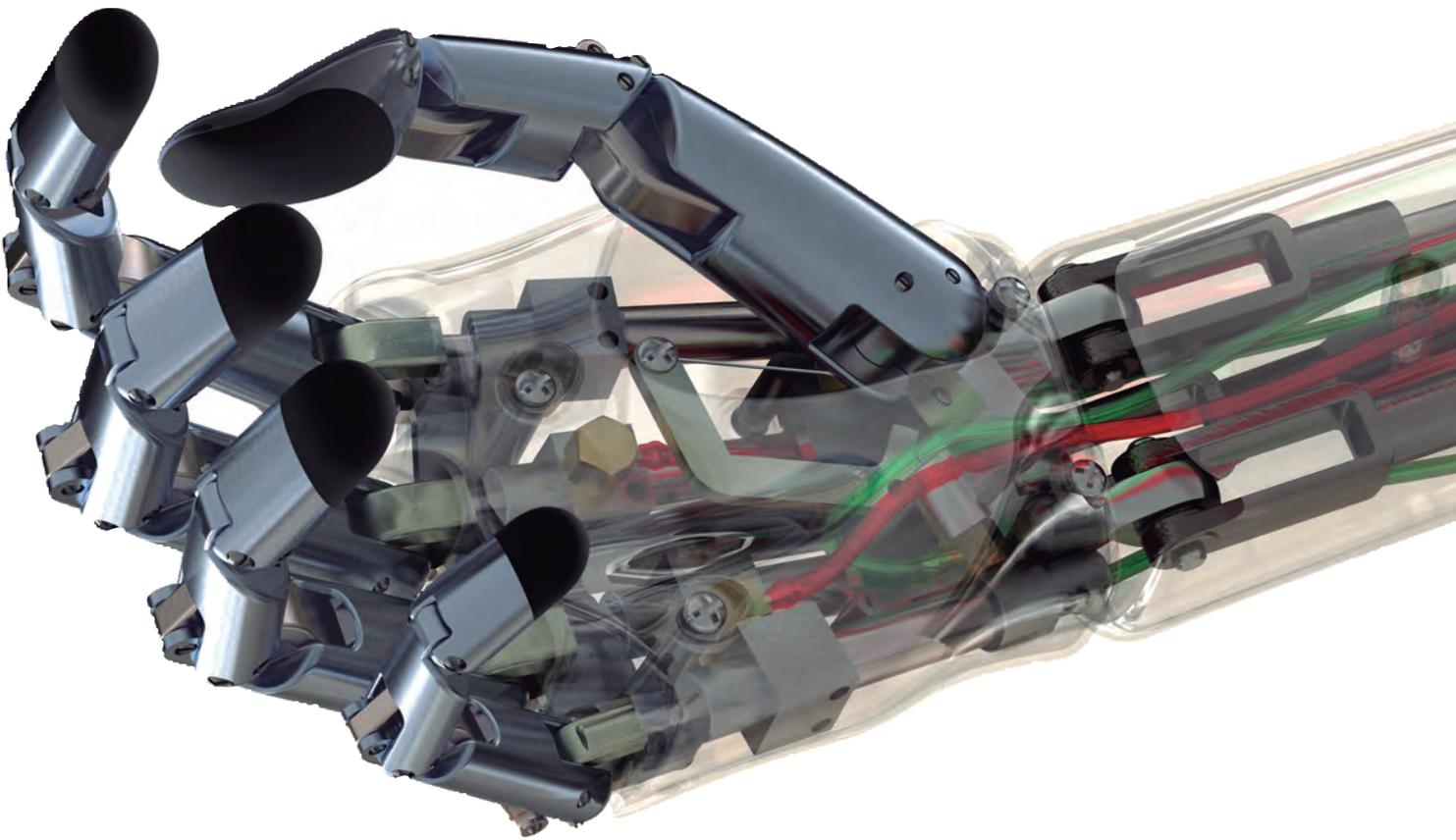


sociales explicarían en buena medida porqué existe concentración de empresas altamente innovadoras en determinados territorios (San Francisco, Copenhague, Helsinki o Londres) y porqué en sociedades con culturas muy herméticas, poco permeables a los cambios y a la diversidad cultural no aparecen concentraciones de empresas innovadoras.

Al fin y al cabo la innovación la hacen las personas (en las organizaciones, en las empresas, en los territorios, en las administraciones públicas). Las personas, individual y colectivamente, son la base de la innovación. Es necesario reconocer y estimular la capacidad creativa e innovadora de las personas. Eduquemos a personas con capacidad de crear ideas diferentes, que sepan enfrentarse a problemas y solucionarlos de forma imaginativa, que se rebelen al pesimismo de la impotencia en tiempos de crisis, que sepan colaborar, co-crear y apropiarse de la tecnología al servicio de sociedad.

Hemos generado sistemas que ahogan la creatividad (tanto en el mundo educativo como organizativo), que favorecen las resistencias al cambio y el miedo al fracaso o la colaboración con recelo, porque tendemos a priorizar los intereses personales sobre los colectivos. En definitiva, hemos creado estructuras organizativas y sistemas burocráticos que, lejos de favorecer, impiden la innovación empresarial. Todo ello porque hemos descuidado la base, los pilares, la innovación que emana de, para y con la sociedad. Y lo peor es que no hemos sido conscientes de ello.

¿Queremos sociedades dinámicas e innovadoras? Entendamos primero cuáles son las claves para lograr el objetivo: diseñar políticas de innovación globales, donde la tecnología, por su transversalidad, tiene un rol muy relevante, hacerlo desde y para el territorio; educar para innovar, reconocer la capacidad de innovación de las personas, de la sociedad en su conjunto y establecer un fuerte liderazgo compartido (político, empresarial y social). El reto está servido.



Las personas, individual y colectivamente,
son la base de la innovación.

PRESENTACIÓN DEL DOCUMENTO



Este documento de conclusiones finales del proyecto es mucho más que una mera recopilación de resultados y valoraciones sobre el proyecto **Innoexplora**, surge con la vocación de convertirse en un punto de partida para el desarrollo de posteriores acciones en materia de Innovación.

En él se recopilan referencias de máximo interés y experiencias que pueden ser consideradas para una posible transferencia a la realidad asturiana, de cara a plantear y diseñar una estrategia de dinamización de la innovación en la Comunidad Autónoma.





PROYECTO

innoEXPLORA
innovando con las personas >



El proyecto **Innoexplora**, “innovando con las personas” ha pretendido abordar los procesos de innovación desde una óptica distinta: **la innovación como un proceso que afecta a toda la sociedad**, y no sólo a las empresas, donde innovación social e innovación empresarial se conforman como dos caras de una misma moneda, que se retroalimentan y complementan.

A través de esta iniciativa, Fundación CTIC ha querido poner el foco, visibilizar y potenciar:

- La innovación en el ámbito de la micro y pequeña empresa.
- Los procesos de intraemprendizaje.
- Los procesos de innovación empresarial colectiva.
- Los procesos de innovación social.
- Los procesos de emprendizaje social.

Con el desarrollo de este proyecto se ha buscado **iniciar la generación de un entorno socioeconómico permeable a la innovación desde una perspectiva global e integradora**, para que nuestras empresas dispongan de un ecosistema propicio que incite a la innovación.

Para ello, planteamos **abordar el problema de la innovación empresarial desde una perspectiva complementaria, la de la innovación social**. Una perspectiva en la que cabe toda la Sociedad, empresas, ciudadanías, instituciones y, en general, agentes que cultivan esos ecosistemas sobre los que emergen nuevas oportunidades.

Entre **los objetivos específicos** del **proyecto Innoexplora** es importante destacar los siguientes:

- Difundir el concepto de innovación social, sus principios y valores (innovación desde, por y para la sociedad, que trasciende del ámbito de la innovación empresarial).
- Identificar y visibilizar las experiencias de innovación oculta que se están produciendo en Asturias.
- Buscar los puntos de encuentro entre la innovación empresarial y la social, especialmente los que están estrechamente vinculados con el emprendizaje social, el intraemprendedurismo (emprendedurismo e innovación social en el seno de las propias empresas), la responsabilidad social empresarial y la innovación empresarial colectiva.

10



La innovación es un proceso
que afecta a toda la sociedad

La innovación social como valor para Asturias



Fundación CTIC considera fundamental trasladar este enfoque de la innovación a la realidad asturiana para lograr un crecimiento económico inteligente, social, global y sostenible. La unión de esfuerzos de los intereses políticos, empresariales y sociales permitirá convertir Asturias en un territorio de alta capacidad de innovación a través de la conjugación de factores clave como “productividad”, “competitividad”, “TIC”, “bienestar social” o “riqueza social”.

La sociedad asturiana se enfrenta a una serie de retos tecnológicos, empresariales, sociales, educativos y culturales, donde la innovación es la clave para convertir estos retos en oportunidades para mejorar nuestro territorio. Estos retos requieren de la adopción de nuevas estrategias que permitan luchar contra los nuevos riesgos o brechas. Nuevas iniciativas innovadoras en el ámbito de lo social que, apoyadas en las TIC, permitan construir una red de nuevos procesos y soluciones innovadoras a los problemas sociales, a nivel local, regional y nacional. Una verdadera innovación social tiene que llevarnos al cambio, alterando las percepciones, comportamientos y estructuras sociales.

Para ello, en Asturias la creatividad y la innovación deben formar parte de lo cotidiano, donde la innovación social se convierta en un referente con la generación de ideas que ayuden a resolver los problemas en beneficio de las personas y del territorio, y que son puestas en marcha a través de acciones orientadas a la ciudadanía y a la pequeña y media empresa, fomentando e impulsando el arraigo de la denominada cultura de la creatividad.



Estructura del proyecto



ENCUENTROS PÚBLICOS

En su labor de difusión el proyecto ha celebrado **3 encuentros abiertos al público**:

- **“I Encuentro para la innovación Social de Asturias”**, el viernes 25 de noviembre de 2011, se celebró en la Sede de FENA de Gijón. Llevó por título “Experiencias de empresas y emprendedores desde la innovación social”.
- **“II Encuentro para la innovación Social de Asturias”**, el jueves 12 de abril de 2012, se celebró en la Sala Paraninfo de Laboral Ciudad de la Cultura, de Gijón. El título de este encuentro fue la “Visión estratégica de un territorio y de la educación a través de la Innovación Social”.
- **“III Encuentro para la innovación Social de Asturias”**, el jueves 24 de mayo de 2012, en la Sala Anfiteatro, del Palacio de Congresos del Recinto Ferial Luis Adaro de Gijón. El título fue “De la sociedad de la información a la innovación social”.

ESPACIOS DE CONVERSACIÓN

Además se han generado **Espacios para la conversación**, tanto físicos como digitales, entendidos como puntos de encuentro para el diálogo, la participación y la visibilidad de las experiencias de innovación social. Estos espacios se han dinamizado aplicando metodología “bottom-up”, en la que todas las personas y agentes aportan sus visiones, propuestas e ideas, participando en la construcción de una visión conjunta integral, basada en el conocimiento y expectativas de todas las partes intervinientes en el proceso, convirtiéndose en espacios de convergencia, abiertos al debate y la innovación. En concreto, en el marco del proyecto se establecen dos tipos de espacios:

- Los espacios físicos para el encuentro y diálogo entre agentes, celebrados en cada uno de los encuentros abiertos al público.
- Espacios virtuales a través de la generación de un grupo en LinkedIn y con perfil especializado en twitter.

PUBLICACIÓN

El proyecto se cierra con la publicación de este informe final que recoge un manual de Buenas Prácticas de innovación social. Este manual se plantea, no sólo como un documento de conclusiones finales del proyecto y un punto de partida para posteriores acciones, sino como estrategia para dinamizar la innovación social en Asturias.



CONCEPTO DE INNOVACIÓN SOCIAL



El concepto de Innovación Social está hoy en día muy presente en numerosas estrategias y ámbitos de actuación público-privados. A pesar de ello concurre una premisa muy importante: aún no existe una definición única comúnmente aceptada, ni se ha conformado un *Sistema Integrado de Innovación Social* entre la diversidad de agentes que están realizando un esfuerzo en este ámbito. Por lo tanto, estamos ante un concepto emergente, que se irá desarrollando y acotando con el paso del tiempo. Lo que es, en sí mismo, una oportunidad muy interesante para trabajar en este ámbito que, como se pone de manifiesto a lo largo de este documento, es uno de los componentes esenciales en toda “ensalada” del crecimiento económico.

En el contexto europeo, la relevancia de la Innovación Social se hace visible a través de la iniciativa “Unión por la Innovación”, lanzada en el año 2011 por la Comisión Europea con la idea fundamental de promover la Investigación y el Desarrollo desde una perspectiva eminentemente práctica que incluye la “Apuesta por la Innovación Social” como uno de sus elementos clave.

Tomando estas premisas de partida, se abordan dos definiciones muy alineadas que sirven para tener una visión global del concepto de innovación social: por un lado, la planteada por la **Comisión Europea** y, por otro lado, la visión de **Innobasque**, entidad asentada en el País Vasco que, durante años ha liderado el análisis en España en cuanto se refiere a la innovación social.

En la definición del concepto de Innovación Social promulgada desde la Comisión Europea se presta especial atención a dos preguntas claves, el “qué” y el “cómo” cuyas respuestas nos permitirán acotar el concepto.



La Innovación Social consiste en encontrar nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales que no están adecuadamente cubiertas por el mercado o el sector público, o de producir los cambios de comportamiento necesarios para resolver los grandes retos de la sociedad.



A través de la capacitación a la ciudadanía y la generación de nuevas relaciones sociales y modelos de colaboración. Al mismo tiempo que parte de la ciudadanía participa de los procesos de innovación, se convierte en agentes tractores del resto que no está participando.

Desde la perspectiva de Innobasque, las innovaciones sociales se caracterizan porque:

- son procesos colaborativos de participación de personas,
- tienen el objetivo de mejorar y/o transformar problemas sociales,
- a través de la co-creación de soluciones,
- la aportación de propuestas frecuentemente con visión de transversalidad,
- no experimentadas anteriormente y que
- obtienen una aceptación ciudadana.

Estos procesos desencadenan aprendizajes, compromisos y transformaciones que impactan fuertemente a nivel local y deben construirse sobre **3 pilares**:

1. Resulta imprescindible la **participación de los agentes locales**, guiada por el principio de subsidiariedad.
2. El **empoderamiento y el compromiso ciudadano**.
3. El uso de metodologías y procesos bottom-up (de abajo/arriba).

La sociedad se enfrenta al desafío de abordar problemas que son globales, sociales y tremendamente complejos. Problemas como el cambio climático y la sostenibilidad ambiental del crecimiento económico, el envejecimiento de la población o la pobreza.

Esta complejidad no puede ser resuelta desde un ámbito particular y concreto. La solución a los problemas globales no pueden provenir de (personas) “iluminadas”. Hay que tejer mecanismos de cooperación para que la potencia de la inteligencia colectiva pueda crear nuevas soluciones a esa complejidad.

Una de las características más importantes que nos definen en la actualidad es el grado en el que la tecnología permite conectarnos. Los problemas globales pueden abordarse también conectando el talento global, conectando a personas motivadas, formadas y capacitadas que hasta ahora son “Don nadies” pero que, incorporadas en procesos de colaboración con otras y otros miembros de la ciudadanía, empresas e instituciones de todo tipo, pueden crear un nuevo potencial en nuestra frontera de posibilidades para resolver problemas y crecer como sociedad.

Esta es, en sí misma, una nueva forma de innovar, distinta a la que vemos en los manuales de “estadística” y distinta a la que habitualmente medimos. Y, en cambio, esta innovación que fluye desde abajo, con el talento de una inteligencia “colectiva” y social es, posiblemente, la fuerza más importante para transformar los problemas en oportunidades. Es, precisamente por esta razón, por la que un proyecto como **Innoexplora** ha tratado de ser un laboratorio de experiencias para, posteriormente, ser transferidas y ayudar a diseñar mecanismos que germinen en la sociedad asturiana.

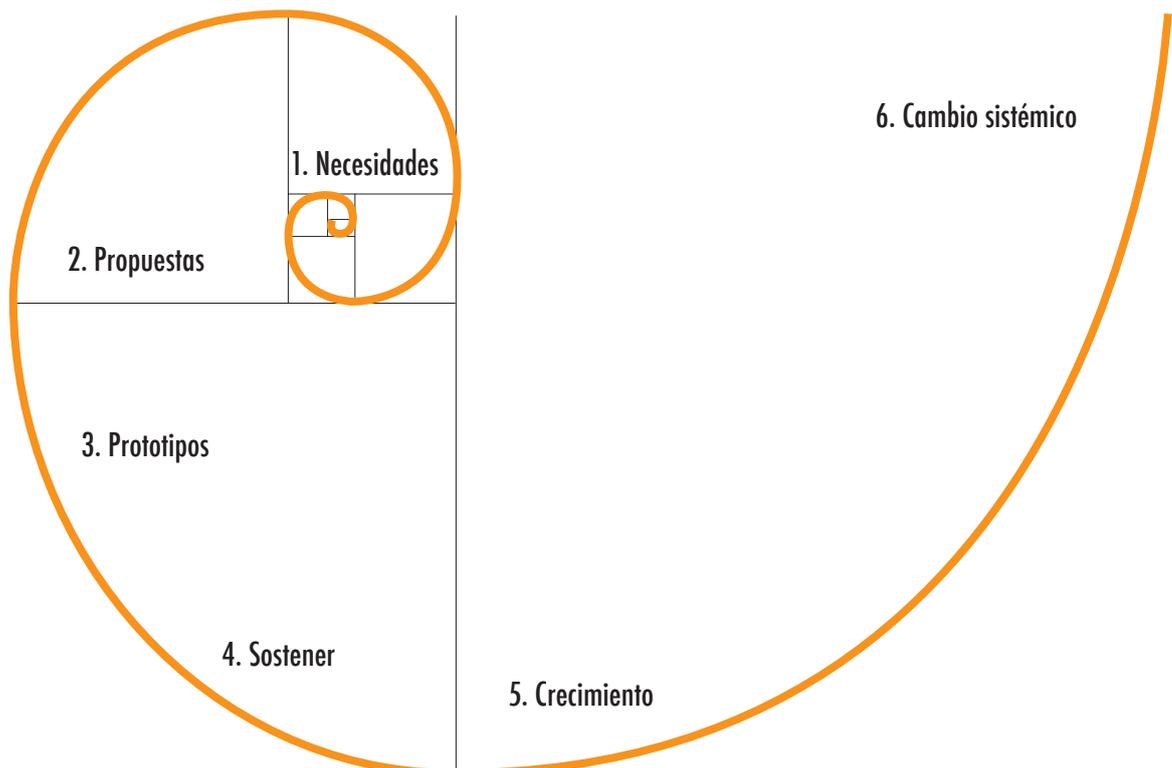


Las seis etapas de la innovación social



¿Qué se precisa para que una idea, o un problema social, se conviertan en una fuente de oportunidades y, por tanto, se creen mecanismos para resolverlos? Esta pregunta fue abordada en un trabajo impulsado desde la NESTA (Murray, Mulgan y Caulier, 2011) en el que se identifican seis etapas fundamentales. No se trata de un proceso lineal ni secuencial, está sujeto a diferentes *feedback* (retroalimentación) o interpretaciones sobre la problemática a tratar que, en realidad, son singulares dependiendo de las diferencias culturales, el entorno o las condiciones socioeconómicas de cada territorio. No obstante, este marco de análisis es un gran punto de partida para conocer lo que requieren la totalidad de agentes innovadores y la propia innovación para crecer y convertirse en una realidad.

16



Estas etapas identificadas por la NESTA son las siguientes:

- **ETAPA 1. Necesidades.** Cualquier innovación surge de una necesidad, bien sea por una crisis, un problema no resuelto o la búsqueda de soluciones alternativas. Estas necesidades motivan que personas con talento e inquietud estén dispuestas a explorar vías para resolverlas.
- **ETAPA 2. Ideas y propuestas.** Es el momento en que surge la idea ya sea utilizando métodos formales o creativos. Solo con nuevas ideas se puede empezar a trabajar en posibles soluciones a las necesidades planteadas.
- **ETAPA 3. Prototipos.** Testeo, experimentación, pruebas, etc. Cada vez es más fácil, barato y rápido testear ideas, probarlas y valorar el grado de satisfacción a la hora de resolver los problemas que trata de resolver.
- **ETAPA 4. Sostener.** Cuando el experimento se convierte en una realidad, es muy importante crear los mecanismos adecuados para que pueda crecer y sostenerse en el tiempo. Disponer de recursos financieros, legales y humanos que permitan su nacimiento en buenas condiciones.
- **ETAPA 5. Crecimiento y difusión.** Toda idea emergente requiere para consolidarse de una base crítica de demanda, de difusión y de aceleradores que la mejoren (otras personas, otras empresas, otras instituciones). La forma en la que escala (crece) la idea es clave para su “universalización”.
- **ETAPA 6. Cambio sistémico.** El éxito de convertir una idea o un problema social en una realidad que la resuelve, de abajo arriba y ampliamente extendida, es que provoca un cambio sistémico de hacer las cosas, pero también en la forma de hacerlas y, mucho más importante, de pensarlas.



Impulso de la innovación social desde Europa



El pasado 16 y 17 de Marzo de 2011 fue presentada en Bruselas la iniciativa “**Social Innovation Europe**”, financiada por la Comisión Europea y encaminada a crear un lugar de encuentro para hacer de Europa un referente mundial en Innovación Social.

El Presidente de la Comisión Europea, José Manuel Durão Barroso, al presentar esta iniciativa indicó lo siguiente: *“La crisis ha dejado claro que la mayoría de los retos que se afrontan en la actualidad han adquirido una dimensión cada vez más social: la pobreza, la exclusión social, el envejecimiento demográfico y las necesidades para una mejor gobernanza y una gestión más sostenible de los recursos”*.

Nos encontramos, por tanto, ante la necesidad de darle un giro a la manera de abordar los problemas sociales y económicos. En palabras de Durão Barroso, la iniciativa “*Social Innovation Europe*” supone una gran oportunidad, *“una manera inteligente y con potencial para desatar nuevas oleadas de creatividad e innovación y crear nuevas fuentes de crecimiento sostenible y empleo”*. Esta Iniciativa, enmarcada en el programa “Unión por la Innovación” de la estrategia “Europa 2020”, está en proceso de maduración y da lugar a nuevos retos y escenarios.

Políticas para la Innovación Social



La Unión Europea lleva más de una década colocando a la innovación en el centro de sus políticas o, al menos, dándole una prioridad central. Esta prioridad ha consistido en la inversión en conocimiento: proyectos de investigación, desarrollo e innovación, en tecnología y en equipamientos e inversiones “físicas”. La pregunta realmente necesaria es, ¿existen factores adicionales que pueden dotar de productividad a esas inversiones y generar un mayor impacto en la calidad de vida de la ciudadanía?

Existe un consenso entre personas expertas de la Comisión Europea y analistas y es que Europa necesita impulsar su capacidad de creatividad e innovación para resolver problemas sociales y económicos. El Consejo Europeo ha reconocido en repetidas ocasiones que la innovación es fundamental para la capacidad de Europa de responder efectivamente a los desafíos y oportunidades de la globalización, lo que requiere que se potencien las aptitudes creativas básicas de toda la población.

Esto es lo que ha conducido a que, en las últimas directrices, se haya adoptado una orientación de partida realmente interesante: la innovación, como algo integral y abierto, no sólo proviene de los centros de conocimiento y de las empresas, y resulta de gran interés crear una cierta competencia por las mejores ideas y sus aplicaciones. Para obtener el mayor provecho a la inteligencia colectiva en Europa, sus ciudadanas y ciudadanos tienen que tener desarrolladas capacidades creativas, incentivos a la cooperación y han de tener a su alcance instrumentos para que puedan canalizar esas ideas en proyectos o empresas de alto impacto social y económico.



Europa 2020

En el momento actual de transformación que vive Europa, se plantea la estrategia **Europa 2020**, encaminada al logro de un **crecimiento inteligente, sostenible e integrador** en el que el movimiento social y la innovación cobran especial relevancia.

Esta estrategia, que guiará el crecimiento económico y social de Europa durante la presente década, parte de la base de asumir que el continente europeo se encuentra en un momento de profunda transformación, ante nuevos retos sociales y en el que la crisis ha expuesto notables debilidades estructurales de la economía europea. Una situación de la que tan solo se podrá salir si se actúa colectivamente desde tres frentes:

- **Crecimiento inteligente:** desarrollo de una economía basada en el conocimiento, innovación, educación y sociedad digital.
- **Crecimiento sostenible:** promoción de una economía que haga una utilización más eficiente de los recursos, que sea más competitiva.
- **Crecimiento integrador:** aumento de la tasa de participación en el mercado de trabajo, la capacitación profesional, la cohesión social y territorial y la lucha contra la pobreza.

Las líneas estrategias de actuación se concretan en siete iniciativas, cuya aplicación será responsabilidad de todos los niveles competenciales, tanto la Unión Europea, los Estados miembros como las autoridades regionales y locales:

- **Unión por la Innovación:** con el fin de mejorar las condiciones generales y el acceso a la financiación para investigación e innovación y garantizar que las ideas innovadoras se puedan convertir en productos y servicios que generen crecimiento y empleo, reduciendo la brecha entre ciencia y mercado.
- **Juventud en movimiento:** para mejorar los resultados de los sistemas educativos y facilitar la entrada de la juventud en el mercado de trabajo, promocionando la calidad y el atractivo internacional del sistema educativo universitario europeo, fomentando la movilidad profesional de jóvenes y estudiantes y su entrada en el mercado de trabajo, reconociendo las cualificaciones y experiencias profesionales.

- **Una agenda digital para Europa:** con el fin de acelerar el despliegue de internet de alta velocidad y beneficiarse de un mercado único digital facilitando beneficios sostenibles económica y socialmente.
- **Una Europa que utilice eficazmente los recursos:** para ayudar a desligar crecimiento económico y utilización de recursos, apoyar el cambio hacia una economía con bajas emisiones de carbono, incrementar el uso de fuentes de energía renovables, modernizar el sector del transporte y promover la eficacia energética.
- **Una política industrial para la era de la mundialización:** para mejorar el entorno empresarial, especialmente para las PYME, y apoyar el desarrollo de una base industrial fuerte y sostenible, capaz de competir a nivel mundial.
- **Agenda de nuevas cualificaciones y empleos:** para modernizar los mercados laborales y potenciar la autonomía de las personas mediante el desarrollo de capacidades a lo largo de toda la vida con el fin de aumentar los niveles de empleo, asegurar la sostenibilidad de los modelos sociales y favorecer la movilidad profesional.
- **Plataforma europea contra la pobreza:** para garantizar la cohesión social y territorial de tal forma que los beneficios del crecimiento y del empleo sean ampliamente compartidos y las personas que sufren de pobreza y exclusión social puedan vivir dignamente y jugar un papel activo en la sociedad.

El marco de acción de *“Unión por la Innovación”* merece especial atención. Su objetivo es re-centrar la política de I+D+i en los retos a los que se enfrenta nuestra sociedad: cambio climático, energía y uso eficaz de los recursos, salud, evolución demográfica, etc., con el fin de mejorar las condiciones generales y el acceso a la financiación para investigación e innovación y garantizar que las ideas innovadoras se puedan convertir en productos y servicios que generen crecimiento y empleo.

Entre las directrices marcadas en el marco de esta iniciativa emblemática caben destacar las siguientes:

- Continuar invirtiendo en educación, I+D, innovación y TIC.
- Modernizar los sistemas educativos a todos los niveles. La excelencia debe convertirse aún más en el principio rector. Europa necesita universidades de prestigio mundial para crear talento y capacidades personales y profesionales de máximo nivel pero, también, para atraer talento exterior hacia Europa.
- Apoyar la innovación social y, dentro de ella, lograr una mejor conciencia por la innovación en el sector público, identificar las iniciativas que tengan éxito y darles visibilidad y hacer evaluaciones comparativas de los avances.

Uno de los instrumentos europeos más importantes para lograr estos objetivos es el Horizonte 2020, un ambicioso programa marco de investigación e innovación donde se establecen los diferentes retos sociales a los que se enfrenta Europa en los próximos años, y que tienen una importante vinculación con la creación de iniciativas de innovación social. Estos retos son:

- Salud, cambio demográfico y bienestar.
- Seguridad alimentaria, agricultura sostenible, investigación marina y bioeconomía.
- Energía segura, limpia y eficiente.
- Transporte inteligente, ecológico e integrado.
- Sociedades inclusivas, innovadoras y seguras.
- Cambio climático, eficiencia de los recursos y materias primas.



Declaración de Viena

En septiembre de 2011 se celebró en el *Tech Gate de Vienna* el *Challenge Social Innovation*¹, conferencia en la que se buscaba dar respuesta a diferentes cuestiones:

- *¿Qué significa hoy en día innovación social?*
- *¿Cómo desarrollar un modelo sostenible para la investigación en la Innovación Social?*
- *¿En qué pueden contribuir las Ciencias Socio-Económicas y las Humanidades a la innovación social?*

Durante la celebración de la Conferencia se solicitó a las y los asistentes que eligiesen las prioridades de la innovación social, de acuerdo a un conjunto de temas de investigación prioritarios definidos previamente. Los resultados de este estudio han dado paso a la **Declaración de Viena 2011**². De estas conclusiones se pueden destacar varias que pueden servir como guía a la hora de diseñar estrategias para la potenciación de la innovación social en un territorio.

1. <http://www.socialinnovation2011.eu/>

2. <http://www.socialinnovation2011.eu/vienna-declaration-2011>

1. La innovación social y la economía social (empresarial). La prioridad es la necesidad de una definición más amplia de la innovación social, lo que es y lo que no es, incluyendo una mejor comprensión del papel de la economía social, la sociedad civil, las empresas y el Estado.

2. La innovación social y el tejido empresarial con ánimo de lucro. La prioridad es la potenciación de empresas e innovación como procesos sociales a través de formatos de nueva colaboración y organización empresariales.

3. Sociedad 2.0 y la innovación social. Resulta de máximo interés dar respuesta a cuáles son las oportunidades y los riesgos de las redes sociales como apoyo a las demandas ciudadanas.

4. Medición de la innovación social. En este tema se entiende prioritario identificar cuál puede ser la contribución de las ciencias sociales en la conceptualización de la monitorización, evaluación y medición del impacto de los recursos tecnológicos y sociales para la innovación.

5. La innovación social y el cambio demográfico. La puesta en valor del aprendizaje permanente, el trabajo y la solidaridad intergeneracional como componentes para el desarrollo de una sociedad comprometida con el envejecimiento.

6. Enfoques intersectoriales de la innovación social. El eje principal es una reinención del Estado (que incluya una coordinación a todos los niveles administrativos y favorezca la participación ciudadana).

7. La innovación social y el desarrollo regional sostenible en las economías emergentes. La prioridad debe ser dar respuesta a cómo y cuándo la innovación social puede crear valor para estos territorios.

8. Diversidad, democracia, participación: ¿Qué lecciones podemos aprender de la investigación (en el ámbito educativo)? ¿Qué nuevos indicadores pueden ser desarrollados para medir los efectos a corto y largo plazo del sistema educativo (como calidad de vida, bienestar, capacidad de innovación)?

9. La innovación social y el desarrollo (superación de la pobreza y el empobrecimiento, microcréditos). La clave está en el fomento de la participación popular y la autogestión como elemento central para la innovación social.

10. Ciencias sociales (incluidas las ciencias económicas) y la innovación social. El foco debe centrarse en el desarrollo de nuevos enfoques y competencias de las ciencias sociales para que contribuyan activamente a la aplicación práctica de la innovación social.

11. Innovación social en el trabajo. Abordar retos sociales como el empoderamiento, el envejecimiento activo, la salud, las habilidades profesionales, la diversidad y la inclusión de los grupos desfavorecidos que están, en general, centrados en la actividad profesional, a través de la innovación social para lograr unas condiciones de trabajo mejores y más inteligentes.

Tribuna



Supporting
regional social
innovation

Apoyo a la
innovación social a
nivel regional*



Tribuna elaborada por
Louise Pulford
Directora de SIX -Social
Innovation Exchange

* Traducción realizada por el equipo de
Fundación CTIC Sociedad de la Información

From climate change and ageing, to poverty and unemployment, the world is facing increasingly acute social and environmental challenges. The case for social innovation has never been clearer - these challenges cannot be solved by doing things the old way.

Nowhere is this more apparent than in Europe. We are in the midst of profound transformation. The current crisis makes European social innovation more important than ever as a component of economic strategies to improve healthcare and environmental services as vital contributions to Europe's public services.

But, what will it take to start problem solving and innovating in the regions in Europe?

Governments, local and national, businesses, NGOs and charities, and cities are beginning to use social innovation – whether it's through new top down approaches to social services; businesses and universities running competitions to find fresh young innovators with radical new ways to use technology; or communities working out better ways to share resources and support each other.

All of these players are facing many challenges. Some are around the practical issues of actually doing social innovation - *What is the best way to incubate new ideas? How can I set up right kind of institutions to do this? How can we effectively use prizes and competitions to promote innovative practice? How can we effectively scale or replicate great ideas?*

Other questions arise on supporting social innovation – focussing on the enabling environment needed for social innovation to flourish. *How can we build up new finance flows for social innovation? What does an effective policy for social innovation look like?*

And perhaps most importantly, how can I feel more confident as an innovator? Who can I draw on with experience, and how can I convince the people with power in my area to promote and support social innovation?

Within SIX's global network, we are seeing responses to some of these challenges for social innovation.

Doing innovation

On the question of doing innovation – we believe there needs to be more investment and focus on skills, learning and training (for all actors involved).

Desde el cambio climático y el envejecimiento, a la pobreza y el desempleo, el mundo se enfrenta a retos sociales y ambientales cada vez más acusados. El caso de la innovación social nunca ha sido más claro – estos desafíos no pueden ser resueltos “a la antigua”.

En ningún otro lugar es esto más evidente que en Europa. Estamos en medio de una profunda transformación. La crisis actual da más importancia que nunca a la innovación social europea y la sitúa como un componente más de las estrategias económicas destinadas a mejorar los servicios de salud y medioambientales, como contribución vital a los servicios públicos de Europa.

Pero, ¿qué se necesita para iniciar la resolución de problemas y la innovación en las regiones en Europa? Los Gobiernos (locales y nacionales), las empresas, las ONG y otras organizaciones benéficas, así como las ciudades, están empezando a utilizar la innovación social tanto a través de la aplicación de nuevos enfoques “abajo-arriba” en los servicios sociales, como en el desarrollo de concursos por parte de empresas y universidades para encontrar jóvenes innovadores con formas nuevas y radicales de utilizar la tecnología, o en el desarrollo por parte de las comunidades de otras formas mejoradas de compartir recursos y apoyarse mutuamente.

Todos estos actores se enfrentan a muchos desafíos. Algunos en torno a los aspectos prácticos de cómo hacer innovación social de forma real: *¿Cuál es la mejor manera de incubar nuevas ideas? ¿Cómo puedo crear el tipo de institución más adecuada para llevar a cabo esto? ¿Cómo podemos utilizar eficazmente los premios y concursos para promover la práctica innovadora? ¿Cómo podemos ampliar o replicar con eficacia las grandes ideas?*

También surgen otras cuestiones en torno al apoyo a la innovación social, en cuanto a qué tipo de entorno es necesario para que la innovación social surja: *¿Cómo podemos crear nuevos flujos de financiación para la innovación social? ¿Cómo tiene que ser una política que fomente la innovación social para que ésta sea eficaz?*

Y, quizás, lo más importante, *¿cómo puedo sentir mayor confianza como innovador? ¿A quién, con experiencia, puedo recurrir? Y, ¿cómo puedo convencer a la gente con capacidad de decisión en mi área para promover y apoyar la innovación social? Dentro de la Red Global SIX (Social Innovation Exchange), encontramos las respuestas a algunos de estos retos para la innovación social.*

Innovando

En lo que se refiere a “hacer innovación” creemos que es necesario que haya más inversión y que se focalice en las habilidades, el aprendizaje y la formación (para todos los actores involucrados).

La innovación social, al igual que otras formas de innovación, es un proceso. Las buenas ideas que funcionan no son sólo una cuestión de suerte. Se pueden fomentar en la gente ciertas habilidades no solo para ayudar a que surjan nuevas ideas, sino también para ayudar a las personas, tanto si están en el gobierno como en otras partes del sector público, empresarial o el de las ONG, para desarrollar innovaciones y convertirlas en proyectos concretos más allá de la mera idea. Desde la identificación de la causa de un problema y la generación de ideas, hasta la creación de prototipos y el pilotaje de nuevos servicios, pasando por la identificación del adecuado modelo de negocio y la ruta de desarrollo correcta, con los métodos, procesos y habilidades correctas, todos tenemos la capacidad para innovar.

Muchas personas están viendo ahora también la innovación de esta manera, y la demanda de programas de aprendizaje va en aumento. Universidades de todo el mundo están ofreciendo cursos de innovación social, y muchas organizaciones en todo el mundo están desarrollando talleres y proporcionando materiales / herramientas de aprendizaje para los innovadores sociales - desde la metodología “radical redesign” del Centro Australiano para la Innovación Social que posibilita a los servicios públicos el aprendizaje de una metodología para el rediseño de los servicios; hasta las herramientas de innovación en línea de NESTA (que todavía están en desarrollo). John Kao, pensador dedicado a la innovación, también está estudiando la forma en que se pueden transferir las habilidades y metodologías utilizadas en la innovación empresarial, para facilitar las colaboraciones a gran escala que hagan frente a los problemas sociales.

Uno de los programas más integrales para la creación de capacidades y la generación de habilidades innovadoras es el programa de la Young Foundation’s Global Innovation Academy, que tiene como objetivo ofrecer a los participantes herramientas eficaces y la formación necesaria para estimular el cambio, en lugar de la innovación progresiva en el ámbito social. Sobre la base de una amplia investigación de la Young Foundation, este programa se ha puesto a prueba en el Reino Unido, Portugal, Singapur y Hong Kong.

Con el respaldo de la Fundación Rockefeller y de NESTA, la Global Innovation Academy es un nuevo modelo para la colaboración y el aprendizaje globales, cuyos objetivos son desarrollar las habilidades y capacidades necesarias para diseñar e implementar innovaciones sociales eficaces. Ayuda a filtrar, facilitar y desarrollar actividades de aprendizaje en todo el mundo y proporciona material de apoyo, en colaboración con organizaciones locales. Apoyándose en conocimientos compartidos, en un plan de estudios uniforme y en las aptitudes globales que tienen los líderes profesionales, la Global Innovation Academy tiene el potencial de facilitar, en gran medida, el desarrollo de soluciones innovadoras a los principales retos a los que enfrenta la humanidad.

Apoyando la innovación

Los innovadores sociales tienen el compromiso, la experiencia y la energía, pero necesitan apoyo. Mientras que muchos actores pueden contribuir a generar las condiciones necesarias para que la innovación social surja, las instituciones en general (instituciones intermediarias y agencias nacionales de innovación, los think tanks y los gobiernos de todos los niveles) tienen un papel claro que desempeñar. La Comisión Europea es una de las instituciones que está comenzando a desempeñar este papel.

El presidente Barroso ha mostrado un gran interés en la innovación social en los últimos años, y en 2009 la Oficina de Asesores de Política Europea (BEPA) encargó a SIX que contribuyera al informe sobre una potencial estrategia de innovación social para Europa (Empoderar a las personas, Conducir el cambio: Innovación Social en la Unión Europea, 2011), que influyó enormemente el 2010 Innovation Union Plan de la Comisión: un conjunto de objetivos y políticas encaminadas a la creación de economías inteligentes, sostenibles e inclusivas a través de la innovación. Mientras tanto, ‘This is European Social Innovation’, un concurso organizado por SIX y la Euclid Network -con el apoyo de la Comisión Europea (DG Empresa)- identificó y difundió algunos de los proyectos más interesantes de innovación social en Europa, dando visibilidad a las mejores prácticas europeas de innovación social.

Una de las primeras acciones del Innovation Union Plan fue la iniciativa europea Social Innovation Europe (SIE), que fue diseñada para ayudar al crecimiento de la innovación social en Europa, por

lo que es lo suficientemente madura como para enfrentarse a la multitud de retos a los que se enfrenta la sociedad actual y vincula explícitamente innovación social con los retos prioritarios. Dirigida por SIX, la Euclid Network y el Danish Technological Institute, la SIE ha dado vida a la Innovation Union. Durante los últimos 18 meses, a través de una serie de eventos, informes, un portal web dinámico con información constantemente actualizada, el acceso a recursos esenciales y las últimas ideas y acciones en el campo de la innovación social, la iniciativa SIE ha conectado personas y ha proporcionado servicios para que exista un mayor conocimiento y relación entre diferentes sectores y regiones, con el fin de maximizar las sinergias entre las empresas, el sector público y la sociedad civil, que han servido para crear nuevos partenariados.

La Comisión Europea sin embargo, todavía tiene un largo camino por recorrer en la creación de un entorno que sea totalmente favorable.

A medida que surgen más acciones desde diferentes organismos de la Comisión Europea, es importante que todo apoyo a la innovación social desde la Unión Europea se alinee y conecte con las iniciativas multi-stakeholder, tales como la Social Business Initiative (SBI), que puso en marcha a finales de 2011 su plan de acción para las empresas con una misión social, y la European Innovation Partnerships (EIP). Ambas actúan como catalizadores de las innovaciones en un amplio abanico de sectores.

La innovación social tiene el potencial para marcar una gran diferencia en la consecución de los objetivos de Europa 2020 en todos los sectores, pero todas las acciones, de cara al futuro, deberían centrarse en la creación de un crecimiento económico sostenible, aumentar la productividad de los servicios públicos y el éxito en el tratamiento de los principales retos sociales (empleo, I+D, cambio climático, educación, pobreza y exclusión social).

La innovación social suele implicar nuevas colaboraciones entre actores de las esferas públicas, privadas y de la sociedad civil, traspasando fronteras. Por tanto, las políticas deben tener esto en cuenta, a la hora de decidir dónde dotar con financiación o dónde prestar apoyo.

Un aprendizaje e intercambio más eficaces

Todos sabemos que vivimos en un mundo global, y que las soluciones posibles a nuestros problemas locales se pueden encontrar en el otro lado del mundo. Así, mientras que es importante el aprendizaje sobre cómo innovar y el fomento de las estructuras de apoyo más adecuadas, existe un creciente reconocimiento de que la innovación social no se desarrollará como ámbito si no se crean mejores sistemas para aprender y compartir unos con otros, y mejores redes.

Cuando se creó la Social Innovation Exchange (SIX), en 2008, no existían redes para los profesionales y pensadores de la innovación social que involucraran a diversos sectores y disciplinas. Por tanto, SIX fue diseñado, no para suplantar lo que ya existía, sino con el objetivo de conectar a redes y personas que trabajaban de manera aislada. Hoy, el SIX es la principal red global para aquellas personas involucradas en la innovación social de todo el mundo. Está formada por más de 4000 personas y organizaciones que están en la vanguardia de la práctica, por los sectores público y privado y por el tercer sector.

SIX conecta entre sí a aquellas personas que abordan retos sociales complejos, permitiendo a los innovadores sociales intercambiar ideas, recursos e inspiración, y posibilita el sentirse conectado y apoyado por el resto. Estas conexiones se facilitan en las reuniones y eventos que se celebran de manera regular y que están basados tanto en los temas como en la forma de construir el ámbito de la innovación social, tanto física como virtualmente. En los eventos de SIX, los participantes tienen conversaciones que no podrían tener en cualquier otro lugar - creamos un espacio seguro para una discusión sincera y trabajamos juntos para obtener estrategias y soluciones.

El alcance global de SIX nos permite promover el aprendizaje en los diferentes sectores, ámbitos y países, acelerando el proceso de aprendizaje e intercambio en todo el mundo, y muchas de las innovaciones sociales que forman parte de SIX (desde modelos de laboratorios e incubadoras de innovación, a proyectos individuales sobre temáticas tan amplias como el cuidados paliativo o los nuevos enfoques de la escolarización) se está replicando en diferentes partes del mundo - las soluciones se están moviendo a nivel mundial, desde Helsinki a Bangkok, desde Dinamarca a Australia.

La experiencia combinada de los miembros de nuestra red es formidable y, mediante la comunicación y la difusión de sus ideas a través de la red, SIX ayuda a que todos sus miembros a obtener beneficios. Convencer a la gente de su poder para apoyar una idea es más fácil cuando se puede demostrar su éxito en otra parte. En general, nuestra asociación representa un vasto recurso en el campo de la innovación social. En esencia, SIX conecta innovadores para aumentar su capacidad –y la capacidad del ámbito de la innovación social en general– para innovar mejor, y obtener soluciones más inteligentes, en todo el mundo.

Hacer innovación social no es fácil - por definición, los innovadores sociales están trabajando probablemente con diferentes actores y personas de diferentes sectores, que trabajan de manera diferente y que están haciendo algo que no se ha hecho antes, algo nuevo cuyo resultado final no se conoce exactamente cuál será, a pesar de que se tenga las habilidades y el apoyo político y financiero necesarios. Los innovadores necesitan de otros innovadores - necesitan saber cómo funcionan realmente otros proyectos, para poder adoptarlos y adaptarlos a sus propios contextos, pero también necesitan el apoyo de su círculo de confianza.

Para que la innovación social proporcione soluciones eficaces a los insolubles problemas sociales del mundo, necesitamos equipos de personas que entiendan el proceso de la innovación y sepan cómo desarrollarlo; necesitamos gobiernos que comprendan el ámbito de la innovación social y que sepan cómo apoyarlo, en lugar de crear barreras que dificulten la innovación; y también necesitamos redes que permitan a las personas aprender con eficacia y rapidez entre sí acerca de quién está haciendo qué, cuándo está funcionando, cuándo no y por qué. Con la capacidad, el apoyo, el acceso a las redes de personas de todo el mundo que están luchando en la misma batalla, y la determinación, todos somos capaces de encontrar soluciones innovadoras a los desafíos sociales a los que nos enfrentamos.



Desafíos



La sociedad europea actual, y la asturiana en particular, se enfrentan a desafíos sin precedentes (el envejecimiento y la diversificación de la población, el desempleo juvenil o la sostenibilidad de las ciudades) y a desafíos globales (cambio climático, degradación del medio ambiente y la pobreza). Los cambios incrementales y la innovación empresarial por sí solas no son suficientes y, por tanto la innovación social, se convierte en estratégica para romper el molde. Se requiere de una colaboración transversal para ofrecer respuestas que puedan llegar a las empresas, las políticas públicas, la investigación, la educación y la formación, los servicios públicos, las finanzas y las organizaciones no gubernamentales.

La interacción entre las personas y su talento obliga al tejido empresarial, y al territorio en general, a crear nuevas rutinas precisamente para absorber ese conocimiento. La generación de estas dinámicas, deben ser el motor que ayude a involucrar paulatinamente a toda la sociedad en una cultura innovadora que guíe a un territorio hacia un crecimiento sostenible que refuerce su competitividad.

La innovación social busca soluciones efectivas y centradas en el territorio utilizando como combustible a sus personas. Se trata de una innovación que genera nuevas oportunidades para resolver problemas que afectan a la sociedad y que, a priori, no tienen como único objetivo la obtención de una rentabilidad económica. Aunque toda innovación que resuelva un problema social se convierte en una gran herramienta económica, porque logra mejores ciudadanos y ciudadanas, con más capacidades y con más energía para canalizar su talento hacia actividades productivas y de gran impacto económico. Toda innovación surge de las personas y de la forma en la que interactúan. Por ello es necesario crear una cultura de la creatividad, del aprendizaje, tanto en el sector público como en el privado.

En este sentido, tal y como dice **Andreas Pyka**: *“Por su propia naturaleza una estrategia para la innovación nunca estará cerrada ni se puede poner en un cajón. Una estrategia de innovación necesita adaptaciones permanentes, futuras revisiones, así como un debate pluralista de sus misiones.”*



El ahora

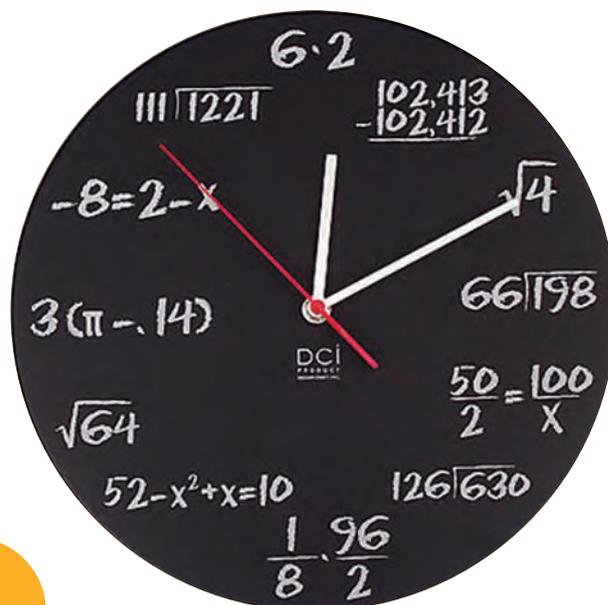


Javier Echevarría³, un profesional de referencia en el ámbito de la innovación, plantea que la innovación social es un medio para incrementar el bienestar, la calidad de vida, el nivel cultural o el buen funcionamiento de los servicios públicos. Es, en definitiva, un modelo orientado a dar respuesta a la demanda social (ciudadana) y a la generación de riqueza social en aras de obtener la cohesión social y territorial.



Nos encontramos, vivimos en una realidad que se enfrenta a nuevos retos económicos y sociales, y somos conscientes de que la reproducción de los modelos seguidos hasta ahora no nos ayudará a salir de este estado general de constricción.

Por ello, se abre la oportunidad de dar respuesta a estos nuevos retos a través de un modelo basado en la Innovación Social, desarrollado *con* las personas y *para* las personas, atentas y receptivas ante el conocimiento y las experiencias externas, pero siempre construyendo desde los recursos endógenos de un territorio.



3. Innovación Social y Manual de Oslo, (Echevarría, 2008)

El rol de la tecnología



Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son claves para el éxito de procesos de innovación social. Por una parte, puesto que el **conocimiento** es un factor clave sobre el que se debe basar la innovación y las TIC son, precisamente, herramientas que ayudan a convertir información en conocimiento, pero también a gestionarlo, explicitarlo, compartirlo y difundirlo, con una reducción de los costes que no eran posibles hasta hace unas décadas. Por otra parte, la propia incorporación de la población a la denominada Sociedad de la Información está produciendo

transformaciones sociales y culturales que van más allá de la digitalización de los procesos existentes. Se están generando procesos de cooperación, co-creación, participación e innovación social que traspasan las fronteras de las relaciones sociales que hasta ahora se producían, en escalas y con efectos hasta hace poco tiempo inimaginables.

La reducción de las brechas digitales y la apropiación de las TIC brindan a la ciudadanía una oportunidad de empoderamiento social e incremento de su permeabilidad a la cultura innovadora, para convertirse en agentes que participan y poseen capacidad para tomar parte del modelado de las esferas social y pública en la que se desenvuelven. Este proceso otorga a la ciudadanía un puesto relevante en el cambio de modelo económico y social de su territorio.



Nos hallamos ante toda una **revolución social, mediada por la tecnología, porque las TIC:**

- Han traspasado la función de “utilidad”, convirtiéndose en un elemento social, que ejerce una labor de **socialización** de gran impacto, sobre todo en el colectivo de jóvenes (las y los “nativos digitales”).
- Favorecen la **creación de redes** y la generación de un cambio relacional de la población.
- Posibilitan la evolución de una sociedad exclusivamente consumidora de conocimiento hacia una sociedad **generadora** del mismo, una sociedad prosumidora.
- Proporcionan instrumentos que amplían las posibilidades y el alcance de modelos tradicionales de socialización, posibilitando las relaciones con personas situadas en otras zonas del territorio o en otros territorios distintos. Las posibilidades de colaboración se incrementan de forma exponencial, así como las posibilidades de trabajar desde una perspectiva más global (**globalización**).

En definitiva, las TIC son un gran vehículo para acelerar la identificación y el compromiso de la ciudadanía con la responsabilidad colectiva de convertir su territorio en innovador y más competitivo.

El proceso de innovación social



El equipo de investigación de NESTA, Robin Murray, Geoff Mulgan y Julie Caulier-Grice, referencian en la publicación “*How to Innovate: The tools for social innovation (2012)*” varias fases en la transformación de ideas creativas en una posibilidades prácticas y, finalmente, en una realidad de gran escala. Proceso que nos lleva a la generación de una solución novedosa, o fuera de la norma establecida en un determinado contexto, circunscrita a un proceso de cambio y mejora del desarrollo de la ciudadanía y de su entorno territorial. Así se obtiene una iniciativa cuyos resultados son mejores que las prácticas existentes o tradicionales, y que logra, además, provocar cambios sociales durables, sustentables y replicables a mayor escala.



1

Diagnóstico, diseño y desarrollo

Las primeras etapas de la innovación social implican impulsos creativos, nuevas combinaciones de cosas existentes y amenazas para el cambio.

Disparadores e inspiraciones de la innovación social

- Aprendizaje a través de visitas a otros territorios en los que ya están en marcha iniciativas de innovación social.
- Aprendizaje a través de situaciones de crisis como la industria de la confección en Prato (Italia) o el huracán Katrina en Nuevo Orleans.
- Innovación impulsada por los nuevos conocimientos como, por ejemplo, las investigaciones de la neurociencia aplicadas al cuidado de menores.
- Innovación impulsada por la reutilización de activos desaprovechados.
- Innovación impulsada por los activos intangibles de la comunidad.
- Concepción de reuniones/conferencias como espacios abiertos con la utilización de formatos creativos.
- Movimientos emblemáticos para fomentar la cultura de la innovación.

Identificación del problema, sensibilización, evaluación y reformulación

- Identificación del problema, sensibilización, evaluación y reformulación
- Métodos para la recogida de información y experiencias de las y los usuarios, como agentes multidisciplinares, para la identificación colectiva de necesidades.
- Bancos de ideas, ya sea dentro de las organizaciones o en público, en espacios abiertos, de modo que cualquier ciudadano o ciudadana pueda proponer ideas. El Instituto Social de la invención en el Reino Unido fue pionero en este campo y creó el Banco Mundial de las Ideas Online.
- Identificación de diferencias sociales a través de estudios de mercado y demografía.
- Visibilidad de los problemas de manera tangible a través de investigaciones, videos y entrevistas.
- Compromiso a través de la acción.
- Aprendizaje a través de la colaboración en redes internacionales de acción social.
- Innovación cercana a la Universidad, incluyendo el aprendizaje de la acción dentro de las mismas.

Imaginar soluciones

- Métodos de pensamiento creativo como, por ejemplo, las desarrolladas por Edward De Bono en “Seis sombreros para pensar” o “El pensamiento lateral”.
- Métodos de diseño, tales como lluvia de ideas, visualizaciones, simulaciones y “story boards”.
- Métodos de implicación de las partes interesadas, incluyendo el diseño y planificación participativa real.
- Revisión de los extremos, tales como los servicios de salud o la producción de energía en comunidades remotas.
- Métodos de mejora continua.
- Exploración de alternativas y soluciones a través de invitación a concursos de ideas.
- Eventos de fomento y generación de ideas.
- Resolución de problemas de forma distribuida.
- Aprovechamiento del conocimiento de la comunidad.

Ensayo y error

- Métodos de prototipado rápido que arranquen con rapidez para poner a prueba una idea nueva, ya sea en un entorno real o parcial.
- Métodos lentos de creación de prototipos que permiten una evolución consistente de las ideas y sus pruebas.
- Monitorización de datos de encuestas no experimentales para identificar patrones.
- Apertura de las pruebas al conjunto de la sociedad.
- Incubadoras y bancos de pruebas para probar soluciones alternativas.
- Realización de pruebas de concepto y de pruebas beta.
- Creación de zonas experimentales.

2

Mantenimiento de la innovación

- Modelos de negocio que identifiquen la demanda, los flujos de ingresos y el valor de los activos.
- Canalización del capital riesgo para convertir las ideas en modelos de negocio sostenibles de forma sistemática.
- Construcción de redes de alianzas que aporten opinión, responsabilidad y financiación.
- Alianzas de colaboración con quienes consume y usan la solución.
- Mantenimiento y ampliación del significado del producto para que quienes lo use que se identifiquen como parte de un movimiento social.
- Gestión de la propiedad Intelectual y de los activos intangibles con el fin de generar ingresos para apoyar el desarrollo de nuevas innovaciones.
- Construcción de formas organizativas para la innovación.

3

Escalabilidad, la difusión y la conexión

- Escalabilidad a través de crecimiento de la organización o de la adquisición por parte de una organización mayor.
- Generación de Spin-off, incluyendo asociaciones y afiliaciones del personal.
- Escalabilidad a través del apoyo colaborativo.
- Creación de franquicias sociales.
- Difusión del proyecto a través de la política de compras y soporte técnico.
- Replicación del proyecto en el seno de otras organizaciones.
- Difusión para la colaboración y el aprendizaje.
- Difusión a través de la televisión y los nuevos medios de comunicación.

4

Innovación Sistémica

- Estrategias para la innovación sistémica, incluyendo la creación de agrupaciones con visión de futuro, que se adelanten a las tecnologías convencionales e inflexibles.
- Auto-organización de los movimientos sociales.
- Creación de nuevas infraestructuras, o la adaptación de las antiguas, necesarias para la expansión de la innovación.
- Incorporación de innovaciones técnicas en los puntos clave de la cadena.
- Innovaciones en los servicios de apoyo social.
- Establecimiento de prototipos funcionales.
- Creación de academias de innovación que incorporen los principios del proceso de innovación social.
- Nuevas arquitecturas legislativas y reglamentarias.



Superación de los desafíos de un territorio desde la innovación social



Tribuna elaborada por
Pablo Angulo Bárcena
Director de programas
de Innobasque -
Agencia Vasca de la
Innovación

Tribuna

Para la detección e identificación de los retos y desafíos de un territorio se nos presentan dos opciones que no son excluyentes: por medio de la escucha activa de la ciudadanía y por anticipación, a través de la prospectiva derivada de los análisis de personas y organizaciones expertas.

Siempre estamos pensando en territorios y, fundamentalmente, comunidades con masa crítica para la innovación social, dónde lo más importante es hacer descubrir a la ciudadanía que ella misma puede encontrar las soluciones a los problemas que pretende resolver. Reconocemos que casi todas las iniciativas que caen desde arriba son particularmente propensas a fallar. Se concibe con la gente, más que para la gente, contemplando nuevos talentos, nuevos métodos y herramientas, nuevos enfoques y nuevos deseos que facultan a las personas para abrir un abanico amplio de posibilidades de acción.

La evolución del panorama mundial marcado por fenómenos como la pobreza e injusticia, la discriminación y abuso de grupos vulnerables con problemas de convivencia y diferencias culturales, genera una nueva conciencia social -en torno a nuevos valores, medio ambiente, bienestar social, progreso equilibrado- a la que actualmente no se puede responder de forma separada por el Estado, el mercado y el tercer sector. Ello obliga a buscar y ensayar nuevas estrategias. En este contexto, se percibe como necesario incrementar la productividad de los recursos más deprisa de lo que se está haciendo en la actualidad, garantizando un modelo de progreso sostenible y solidario. Nótese que no hablamos de un concepto (reduccionista) de crecimiento económico ni de otro concepto (demasiado ambicioso) de desarrollo humano.

Todavía nos encontramos con demasiados agentes públicos que no tienen, a menudo, construido el método. Por ello se hace necesario proporcionar herramientas, soluciones de empoderamiento, aprender a diseñar servicios. La producción de herramientas permite pensar acerca de cómo funcionan los servicios y los productos, y cómo se puede mejorar. Estos métodos consisten principalmente en establecer el diagnóstico, es decir, poner de relieve el problema. Como Leadbeater dice, *“La innovación más importante es la cuestión que se plantea, ya que ella misma dará lugar a las respuestas que puede conllevar. De cara a una población que envejece, la pregunta correcta es cómo desean estar bien con su edad. No se trata sólo de mejorar los servicios, sino cómo la gente quiere vivir y envejecer. El reto no es la innovación por sí misma, sino que la gente se comprometa con el cambio”*.

Resolución por procesos de colaboración/cooperación muy pegados a la realidad

Dice Daniel Innerarity que *“no hay innovación sin sociedad, de entrada porque se dan en un contexto social que las favorece o no. No hay sociedad sin innovación. La innovación se ha convertido en un motivo generalizado de acción”*. La innovación social es, además, un proceso que tiene lugar en ámbitos y territorios concretos, que los transforma, generando nuevas condiciones y nuevos procesos.

El ámbito local es el mejor para la emergencia de la innovación social, a partir de acciones localizables y concretas y orientadas a la mejora de la calidad de vida. Se pueden encontrar buenos análisis -porque hay competencias suficientes- que contribuyan a orientar el trabajo y las personas/entidades (líderes) que lo acompañen. Es muy importante acercarse con suficiente imparcialidad y humildad para juzgar desde una mirada universal y no desde visiones particulares. Necesitamos, además del contraste, la panorámica global del estado de la cuestión para poder obtener los aprendizajes, compromisos, transformaciones, nuevas competencias y comportamientos, crecimiento social, nuevas oportunidades y nuevas innovaciones que den lugar al compromiso permanente.

El enfoque de la colaboración público-privada se plantea sobre un liderazgo relacional público-privado. Así, la agenda se define de común acuerdo, aunque una parte substancial de la financiación es pública. Por ello se habla de iniciativa privada con inteligente apoyo público.



Participación e implicación de agentes y sociedad

La participación es la clave para la transformación, porque crea confianza, cercanía y eficiencia. Y también porque cuanto más se entiende un sistema, mejor funciona; cuanto más participación de los usuarios, mejor es el servicio mejora y más se acerca a ellos; y cuanto más se acerca a los usuarios, más probable es que sea efectivo.

Se debe operar en pequeños equipos de reacción, más cercanos a la gente, a la participación, a las relaciones en comunidades donde sus miembros buscan el contacto físico o virtual entre ellos. Ahí surge un modelo de innovación denominado **“open and people driven”**, trabajando en espacios digitales y físicos. Y la relación con la innovación abierta, como conjunto de comunidades en las que sus miembros colaboran en la generación e implantación de ideas para la resolución de problemas o retos de otras personas u organizaciones a las que no pertenecen, aprovechando el conocimiento distribuido, o lanzan ideas para su implementación fuera de la propia comunidad.

Los gobiernos, de diferentes niveles, que demandan cada vez más a la ciudadanía sus ideas y sus orientaciones, obtienen buenas respuestas. Las personas son perspicaces y comprometidas, contrariamente a lo que se piensa habitualmente. Si se les hace participar en el proceso de elaboración de las políticas determinan los retos y proponen soluciones creativas e innovadoras que pueden ejercer una influencia directa sobre su futuro.

Por todo ello, es precisa también la acción coordinada de varias políticas y departamentos de las administraciones públicas y agentes mediante la construcción de alianzas en temas tales como: ciencia y tecnología, competitividad, sostenibilidad, educación, sociedad, cultura y valores, calidad de vida.

Incidencia de la innovación social

La trascendencia del reto requiere una actuación inmediata del conjunto de la sociedad. Es necesario desarrollar una estrategia basada en la sostenibilidad del Estado del Bienestar que sea una garantía de futuro, que aumente la productividad de los recursos y elimine los riesgos futuros, mejorando la competitividad de la economía y generando empleo.

Entendamos la innovación social como la realidad sustancial que está, y estará más, presente en cualquier proceso innovador. Es la más decisiva para configurar el “modo de pensar y actuar” y la que exigirá y facilitará la transformación deseada. Es un conjunto de actividades y servicios que responden a necesidades y donde prima más esta respuesta eficiente y ajustada que la maximización del beneficio económico derivado. Pero, lo más importante, es que la innovación social se refiere a valores como el bienestar, la calidad de vida, la inclusión, la solidaridad y la ciudadanía.

El siglo XXI tendrá necesidad, según una lista establecida por la UNESCO, de creatividad y de innovación, de reflexión crítica y de capacidad de resolver los problemas, de comunicación y de colaboración. ¿Qué escuela, por ejemplo, conseguirá que estas competencias se desarrollen entre el alumnado/la ciudadanía de hoy y mañana?

La innovación es el motor de los cambios económicos y sociales que tenemos que afrontar como sociedad en un entorno global marcado por el cambio acelerado. Y la innovación social, no sólo de tecnología y producto, es el motor de los cambios económicos y sociales que tenemos que afrontar en un entorno global marcado por el cambio acelerado. La innovación, y fundamentalmente la innovación social, debe estar presidida por el principio de subsidiariedad, y debe establecerse un liderazgo relacional público-privado.

En Innobasque entendemos las innovaciones sociales como procesos colaborativos de participación, de personas que persiguen mejorar-transformar situaciones sociales a través de la co-creación de soluciones (bottom-up + subsidiariedad), aportando propuestas no experimentadas anteriormente y que obtienen una aceptación ciudadana. En estos procesos se producen aprendizajes, compromisos y cambios que impactan fundamentalmente a nivel local y generan nuevas condiciones (oportunidades + proactividad) en el entorno.

Generación de riqueza con la filosofía del 4º sector

En este marco, y con intención de conseguir y/o poner en marcha empresas capaces de construir organizaciones sostenibles y escalables que puedan entregar bienes y servicios asequibles y críticos para aumentar el nivel de vida de las personas más desfavorecidas, nace el Cuarto Sector, como organizaciones híbridas del Sector Público, del Sector Privado y del Tercer Sector. Los retos se despliegan sobre tres grandes ejes relacionados: Competitividad, Sostenibilidad y Cohesión Social.

Desde Innobasque, por todo lo citado anteriormente, en 2011 se finalizó el trabajo realizado en colaboración con las tres Universidades vascas (UPV-EHU, Deusto y Mondragón Unibertsitatea) para definir qué es y realizar un diagnóstico de situación (estado del arte) del 4º Sector en Euskadi.

Identificamos a las entidades del Cuarto Sector como el nuevo grupo de organizaciones (tanto con ánimo de lucro como sin él), que están liderando la Innovación Social y que proliferan del cruce entre los sectores público, privado y social para cubrir las necesidades insatisfechas. Es vital aquí el rol que juegan los gobiernos, el sistema educativo, la responsabilidad social de las empresas y las personas; todo lo que se ha venido conociendo como Innovación Social Colaborativa.

Durante 2011 se estuvo trabajando en la constitución del Consorcio 4º sector para su constitución formal con motivo del Seminario Internacional celebrado a 28 de febrero de 2012. Dicho Consorcio, cuenta con la participación de representantes empresariales, científico-tecnológicos, políticos y sociales que actualmente forman parte de la plataforma de socios de Innobasque.

La creación del Consorcio nace con el objetivo de poner en marcha medidas que sean efectivas a medio y largo plazo, llegando a acuerdos y buscando apoyos entre los diferentes agentes socioeconómicos públicos (desde los gobiernos locales y regionales hasta el ámbito internacional pasando por los Estados) y privados (desde el mundo universitario y de la investigación hasta los sectores empresariales), pasando por los diferentes grupos sociales y los sindicatos.

Todo tipo de entidades tendrán la oportunidad, a través de la dinámica transformadora 4º Sector, de impulsar la crítica constructiva, asegurando que su visión se incorpore y asumiendo la cuota de corresponsabilidad en la puesta en marcha y contribución a una implantación efectiva de las medidas que definan los grupos de trabajo sobre los que se vertebra la dinámica transformadora del 4º Sector en Innobasque (la Responsabilidad Social Empresarial, el Emprendimiento Social, la internacionalización a través de los negocios inclusivos en la Base de la Pirámide y las Finanzas Sociales).



Resumen de

En este capítulo se describen los **tres Encuentros** del proyecto **Innoexplora**, entendidos como hitos de su desarrollo. Encuentros centrados en proporcionar visibilidad al concepto de Innovación Social en la región de Asturias.



Primer Encuentro



El proyecto **Innoexplora** tuvo su primer hito con la celebración del “I Encuentro para la innovación Social de Asturias”, el viernes 25 de noviembre de 2011, en la Sede de FENA Business School en torno a la temática *Experiencias de empresas y emprendedores desde la innovación social*.

Durante el mismo fueron presentados los casos de éxito de diversas empresas con una alta implicación con el intraemprendizaje, la innovación social y el emprendizaje social que expusieron su visión en estos ámbitos.

Agenda

“Innovación Social por y para el territorio”. D. Paco Prieto, Director de Fundación CTIC Sociedad de la Información.

- MESA 1. Intraemprendedurismo e innovación social desde el ámbito empresarial

“¿Cómo transformar una idea en una realidad?”. D. David San Benito, Jefe de Innovación Social y negocios inclusivos de Telefónica S.A.

“La innovación social abierta y en red”. D. David Pascual Portela, Gerente de Desarrollo Institucional de la Innovación de INDRA.

- MESA 2. Emprendizaje Social

“Innovar y emprender en el sector social”. Dña. Patricia Sáez Blasco, Directora del MBA en Social Entrepreneurship y el Posgrado de Emprendedores Sociales de la Universitat Oberta de Catalunya.

“El éxito del emprendizaje social en España: Actuable”. D. Francisco Polo. Director de Change.org – España.

Ponentes



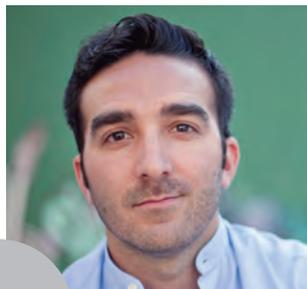
David San Benito
Jefe de Innovación Social y negocios inclusivos de Telefónica S.A



David Pascual Portela
Gerente de Desarrollo Institucional de la Innovación de INDRA



Patricia Sáez Blasco
Directora del MBA en Social Entrepreneurship de la Universitat Oberta de Catalunya



Francisco Polo
Director de Change.org España

Mesas de trabajo



Tras el encuentro se celebraron 3 mesas trabajo diferenciadas en relación con los ámbitos de trabajo abordados anteriormente con el objetivo de *crear un debate y profundizar en aquellas ideas de mayor relieve desarrolladas en la parte pública.*

En este debate, estaban presentes representantes de distintos agentes sociales y empresariales de la Comunidad Autónoma del Principado de Asturias.

EMPREDIZAJE SOCIAL

Participantes

- **Eva Pando Iglesias,**
Directora de CEEI Asturias
- **Patricia Sáez**
Directora del MBA en Social Entrepreneurship
- **Carlos Aller Urrutia**
Gerente de ONG “Una ciudad para todos”
- **Francisco Javier Barro**
Responsable de comunicación de ASATA
- **Daniel Ruíz Díaz**
Gerente de AJE Asturias
- **Francisco Polo**
Director de change.org
- **José Manuel Pérez**
“Pericles”
- **Marta Pérez Pérez**
Directora Gerente de Valnalón
- **Miguel González Lastra**
Gerente de ASATA
- **Teresa González García**
Responsable dpto. calidad de ALPEE de Gijón

Conclusiones

1. No importa la forma jurídica a la hora de convertirse en una o un emprendedor social.
2. Ser emprendedor o emprendedora social es iniciar una nueva forma de hacer negocios.
3. Es necesario saber gestionar como se haría en una empresa tradicional.
4. Son personas que asumen riesgos centrados en compromisos colectivos.
5. Un o una emprendedora social es un o una emprendedora con un fin fundamentalmente social, lo cual es matiz muy importante.
6. La aversión al riesgo en el emprendimiento social está por debajo de la media.
7. Su filosofía: “El proyecto sale de lo mío para ser lo nuestro”.
8. Todo el mundo tiene un carácter crítico, pero sólo quien emprende socialmente es capaz de transferir ese inconformismo en algo constructivo.
9. Se busca la viabilidad no la rentabilidad.
10. Es capaz de captar necesidades sociales.
11. Las empresas sociales son un mundo de oportunidades de un carácter democrático y solidario que permite una independencia que en otros emprendimientos no se posee.
12. Motivaciones para convertirse en emprendedora o emprendedor social: (1) Reconocimiento – Huella en la humanidad, (2) Inconformismo y (3) Rentabilidad
13. El emprendimiento social exige preocuparse por que el proyecto sea aceptado por la comunidad beneficiaria.



INTRAEMPENDIZAJE

Participantes

- **Jasón Martínez García**
Técnico de IDEPA
- **Tomás Savia Varela**
Director de RRHH de Crivencar
- **Pedro Fernández González**
Jefe de RRHH de Grupo ISASTUR
- **María Montes Miguel**
Responsable del área de proyectos de FADE
- **David Pascual Portela**
Gerente de innovación de INDRA
- **Marián Hurlé Díaz**
Directora de desarrollo de personas de Grupo SEM
- **María Eugenia Basauli**
Responsable de formación de CAPSA

Conclusiones

1. La o el intraempendedor es una persona desde dentro de la compañía a quien se le ocurren mejoras de proceso, de organización... que tiene iniciativa para mejorar la organización.
2. Es fundamental que el acompañamiento y ayuda a la o el intraempendedor esté estructurado, y que este proceso pase a formar parte de la cultura de la empresa.
3. Tener personas emprendedoras en el seno de la empresa sirve para potenciar la imagen de la organización.
4. El intraemprendimiento es una oportunidad de explorar mejoras, nuevas oportunidades, mayor conexión entre las personas.
5. Algunos incentivos para favorecer el intraemprendizaje en las organizaciones pueden ser: la retención de talento, la rentabilidad, la capacidad de adaptación al cambio, la mejora continua o la detección de sinergias.
6. Quien intraemprende tiene una visión global: puede aportar en la medida en que recibe.
7. Tiene ideas para crear una empresa dentro de la propia empresa.
8. Catalizan el cambio en las empresas.



RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Participantes

- **Belén Fernández López**
Directora general de Novatex
- **David San Benito Torre**
Jefe de innovación social de Telefónica
- **Antonio Blanco Prieto**
Director de Fundación Alimerka
- **Jorge Farrás Moirón**
Vicepresidente ejecutivo de Fundación Nodular S.A.
- **M^a Luisa de Miguel Corrales**
Directora de Council Consultores
- **María Martínez Suárez**
Responsable de RSC de SATEC
- **Javier García Álvarez**
Socio de Instituto CIES

Conclusiones

1. La RSC es una actitud, las empresas deben ser más flexibles y generar cambios.
2. Las políticas empresariales deben ser sostenibles en RSC. Tienen que tener, o estar basadas, en el conocimiento de la empresa y de acuerdo a un plan estratégico.
3. Se tiene que construir un tejido de relaciones con los grupos de interés, con los que la empresa genera diálogo y una relación simétrica.
4. Lo más importante en la RSC son las personas.
5. Las empresas están implantando RSC dando la espalda a aspectos tradicionales, muy vinculados a la ciudadanía, y por tanto es necesario adaptar las prácticas a esta demanda.
6. Es importante estructurar la RSC a nivel interno tener grandes ventanas hacia el "exterior" de la compañía, porque hay mucho que hacer para generar una sensación de pertenencia.
7. Las innovaciones en la RSC deben ir dirigidas hacia la fidelización de clientela y personal, la obtención de ideas y el prestigio de marca.
8. Es básico el flujo de información real con la clientela.
9. Generación de estrategias para incentivar la participación del personal de la empresa en la generación de nuevas ideas.



Segundo Encuentro



El proyecto **Innoexplora** sitúa su segundo hito en la celebración del “II Encuentro para la innovación Social de Asturias”, el jueves 12 de abril en horario de 18.30 a 21.00 horas bajo el lema *Visión estratégica de un territorio y de la educación a través de la Innovación Social*, en la Sala Paraninfo de Laboral Ciudad de la Cultura (C/ Luis Moya Blanco, 261 · 33203 Gijón). Evento que contó con la participación de personas expertas a nivel nacional e internacional quienes trasladaron una visión estratégica de la innovación social en un territorio, así como su impacto en los procesos educativos. Previamente al desarrollo del encuentro se celebraron dos mesas trabajo, en las que se compartió debate entre diferentes agentes con vinculación en los ámbitos educativo, empresarial e institucional de la región y las y los expertos que a continuación desarrollaron sus ponencias. El objetivo principal de esta sesión se centró en generar conversaciones que profundizaran sobre la innovación social y su importancia en un contexto de crecimiento de una región como Asturias.

Agenda

- MESA 1. Estrategia para el impulso de la innovación social en un territorio

“Innovación: algo más que empresa y tecnología”. D. José Luis Larrea, presidente de Ibermática y presidente de honor del Instituto Vasco de Competitividad de la Universidad de Deusto.

Presentó: Pablo Priesca Balbin, director general de Fundación CTIC

- MESA 2. Innovación social en el ámbito educativo.

“Entornos Personales de Aprendizaje: conectando talentos para la innovación social” David Álvarez, Jefe del Área de Gestión del Talento y Capital Humano en el Consorcio Fernando de los Ríos

“¿Es posible la innovación en las instituciones educativas?”, a cargo de Dña. Carmen Ovies González, responsable del Servicio de Atención a la diversidad, orientación educativa y participación de la Consejería de Educación y Universidades del Principado de Asturias.

“Educación del Siglo XXI, Innovación Social y Desarrollo Territorial” D. Alfonso H. Molina Fuenzalida, profesor de Estrategia Tecnológica de la Universidad de Edimburgo director científico de Fondazione Mondo Digitale.

Moderó: Paco Prieto, director de Fundación CTIC Sociedad de la Información

Ponentes



**José Luis Larrea
Jiménez de Vicuña**
Presidente del Grupo
Ibermática y presidente
de Honor del Instituto
Vasco de Competitividad
(Orkestra)



Alfonso Molina
Profesor de Estrategia
de Tecnología de
la Universidad de
Edimburgo (Reino
Unido) y es co-creador y
Director Científico de la
Fondazione
Mondo Digitale



David Álvarez
Jefe del área de Gestión
del Talento y Capital
Humano en el Consorcio
Fernando de los Ríos



Carmen Ovies
Jefa de servicio de
Atención a la Diversidad,
Orientación y
Participación en la
Consejería de Educación
y Universidades del
Principado de Asturias

Mesas de trabajo



INNOVACIÓN SOCIAL Y TERRITORIO

Participantes

- **Belarmino Fernández Fervienta**
Vicepresidente de la Red Asturiana de Desarrollo Rural
- **Iñaki del Río Heras**
Director general de Ibermática – I3B
- **Faustino Obeso Carrera**
Presidente del Club Asturiano de Innovación
- **María Montes**
Responsable de Área de proyectos de FADE
- **Carmen Peña González**
Project manager de European Centre for Soft Computing
- **Enrique Rodríguez Martín**
Responsable de proyectos europeos de Ayuntamiento de Gijón
- **Daniel Ruíz Díaz**
Gerente de AJE Asturias
- **Jaime Fernández Cuesta**
Subdirector de Innovación de IDEPA
- **Andrés Sampedro**
Presidente de Valle de Tuña
- **Ana Concejo Vázquez**
Primera teniente Alcalde del Ayuntamiento de Avilés
- **Miguel González**
Gerente de ASATA

EDUCACIÓN E INNOVACIÓN SOCIAL

Participantes

- **Sara Cillero Rodríguez**
Coordinadora general de Valnalón
- **Javier Cueli Llera**
Director de CIFP
- **Inmaculada Duque Fernández**
Secretaria de CIFP
- **Carlos Becedóniz Vázquez**
Coordinador Observatorio de la Infancia de Asturias
- **Marcelino Fernández-Raigoso Castaño**
Profesor de área M.I.D.E de la Universidad de Oviedo
- **Guillermo Pérez-Bustamante Ilander**
Director de área de planificación económica y empleabilidad de la Universidad de Oviedo
- **Raquel Mónica García Bravos**
Asesora docente de CPR Nalón-Caudal
- **Rosana Fernández Victorero**
Coordinadora de servicio Atención Diversidad en Consejería de Educación y Universidades
- **Carmen Ovies González**
Jefa de Servicio de Consejería de Educación y Universidades
- **Jorge Carbajales Cuevas**
Profesor Colegio Santo Domingo
- **Fernando Garoz Crespo**
Administrador Colegio Andolina
- **Belarmino Corte Ramos**
Director CPR Gijón





Tercer Encuentro



El tercer hito del proyecto **Innoexplora** se materializó en la celebración del “III Encuentro para la innovación Social de Asturias”, el jueves 24 de mayo en horario de 9:00 a 14:00 horas, en la Sala Anfiteatro, del Palacio de Congresos del Recinto Ferial Luis Adaro de Gijón. En esta ocasión, bajo el lema *De la sociedad de la información a la innovación social*.

En el mismo participaron expertas y expertos de nivel nacional e internacional que aportaron una visión estratégica de la innovación social en un territorio o entorno concreto, resaltando la importancia de los espacios físicos y virtuales para el impulso de este tipo de innovación, dando a conocer proyectos de referencia a nivel nacional.

Agenda

- Ponencia inaugural “How can social innovation flourish in Europe”

a cargo de Louise Pulford, Head of Social Innovation Exchange

- Ponencia “Superación de desafíos de un territorio desde la perspectiva de la innovación social”

Pablo Angulo, director de programas de Innovación Social de Innobasque

- EXPERIENCIAS PARA LA INNOVACIÓN SOCIAL

(Moderó: Paco Prieto, director de Fundación CTIC Sociedad de la Información)

- Ponencia “Los medialabs impulsores de la innovación y la creatividad”

Jara Rocha, de Media LAB Prado

- Ponencia “HUB. El espacio que inspira, conecta e impulsa al innovador social”

Julia López Varela, coordinadora de HUB Madrid

- Ponencia “Hacking ético”

David Cabo Calderón, patrono fundador de Fundación Ciudadana Civio

- Ponencia “Xip: el orgullo de innovar en el sector público”

Marc Garriga, cofundador de XARXA IP

- Ponencia “Financiación colectiva con ADN abierto”

Olivier Schulbaum, director de contenidos de Goteo.org

Ponentes



Louise Pulford
Directora de SIX
(Social Innovation
Exchange) y
coordina el trabajo
internacional de la
Young Foundation



Jara Rocha
Content Curator
de Medialab-Prado
y Mediator and
researcher en IED
(Instituto Europeo di
Design)



Pablo Angulo Bárcena
Director de Programas
y responsable de la
D.T. Cuarto Sector en
Innobasque (Agencia
Vasca de Innovación)



Julia López Varela
Coordinadora del
HUB Madrid



David Cabo Calderón
Impulsor de
la Fundación
Ciudadana Civio



Marc Garriga Portolà
Miembro
fundador de Xarxa
d'Innovació Pública



Olivier Schulbaum
Cofundador Platoniq
y vicepresidente de
la Fundación Fuentes
Abiertas



Reflexiones

Durante la celebración del encuentro se invitó a la totalidad de participantes a reflexionar sobre las intervenciones realizadas por las y los ponentes, de las que destacamos las siguientes a modo de conclusiones:

- La colaboración es el núcleo de los procesos de la innovación social. Es vital trabajar de una forma más abierta y reducir las barreras impuestas por la idea de la competitividad.
- La colaboración es una necesidad.
- Debemos aprender a cooperar realmente. No solo asociarse. Cooperación en todos los ámbitos de la sociedad.
- Es necesaria la capacitación de la ciudadanía y el fomento de la creatividad para hacer cosas distintas.
- La clave en innovación: destrezas y colaboración.
- Es imprescindible crear entornos para que pueda crecer la innovación.
- Debemos copiarlos y escalar (aumentar) lo que otras personas o instituciones inventan (innovan).
- La colaboración interdisciplinar y la comunicación son ámbitos imprescindibles para alcanzar el cambio social centrándonos en el cómo, para diferenciarnos.
- Para que exista innovación social es necesario tener: 1. Habilidades. 2. Ambiente que apoye 3. Comunicar y compartir lo que se sabe.
- Hay que aprovechar la transversalidad de cada agente social.
- Motivación + Habilidades + Conocimiento = Innovación Social.
- Se puede innovar en todos los sectores, lo importante es aprovechar el conocimiento colectivo.
- La importancia de un tejido empresarial comprometido para el impulso de la innovación social es vital.
- Innovación social es intersectorial, aplicable a todo tipo de empresas y sectores.
- La innovación social son procesos, no soluciones inmediatas.
- No hay innovación sin sociedad, ni sociedad sin innovación.
- La innovación social es un proceso que busca invención de soluciones al descubrimiento de problemas nuevos, hasta ahora inadvertidos.
- El aprendizaje, transmitido a la población, es lo que queda de la innovación.
- Es necesario el fomento de los valores pues son un motor para la Innovación Social.
- Para que la innovación social funcione tenemos que crear una verdadera RED de personas, empresas e instituciones.
- El objetivo final de la innovación social es la creación de transformaciones sociales favorables.
- La innovación social debe estar encuadrada en un ámbito local concreto para que sea efectiva.

de experiencias de innovación social

Experiencias de innovación social



Actualmente se están desarrollando y poniendo en marcha numerosas iniciativas que pueden ser consideradas innovación social, tanto a nivel local como nacional e internacional. Sin duda, esta proliferación a nivel mundial muestra la importancia del concepto y su alcance global.

En este capítulo se recopilan y se analizan diferentes iniciativas, proyectos, entidades, agentes y centros vinculados a la Innovación Social tanto a nivel regional, nacional e internacional, cuyas experiencias pueden ser consideradas como inspiradoras para ser transferidas o trasladadas al Principado de Asturias, como efecto acelerador de los procesos de innovación en la región.

La identificación de estas buenas prácticas o iniciativas inspiradoras, ha supuesto una intensa labor de análisis y estudio, desarrollando un proceso de vigilancia, a través de internet, durante la ejecución del **proyecto Innoexplora** (entre los meses de Octubre de 2011 a junio de 2012). Las búsquedas mediante palabras clave y estudio en detalle de las diferentes referencias web asociadas a cada proyecto, han sido claves en este proceso. A esto hay que añadir la labor de las y los agentes participantes en las diferentes sesiones de trabajo del proyecto, quienes han ayudado a completar las referencias de diferentes iniciativas, especialmente las desarrolladas en el territorio asturiano.

Desde el **proyecto Innoexplora** consideramos fundamental trasladar este enfoque a la realidad asturiana para lograr un crecimiento económico inteligente, social, global y sostenible, en el que la creatividad y la innovación formen parte del ámbito cotidiano de nuestra sociedad. Sin duda, la unión de esfuerzos de los intereses políticos, empresariales y sociales permitirá convertir a Asturias en un territorio de alta capacidad de innovación a través de la conjugación de factores clave como “productividad”, “competitividad”, “TIC”, “bienestar social” o “riqueza social”. Consideramos además que la Innovación Social cobra un papel relevante en su relación con el tejido empresarial. Una Innovación en la que los factores sociales están en la base de la cultura innovadora y aportan elementos diferenciales entre territorios: la creatividad, la concentración de talento, la calidad de vida, la multiculturalidad, la capacidad de trabajo en red, etc.

Entidades para impulsar la Innovación Social



Este proceso está íntimamente ligado con el progreso territorial, el cual depende de la capacidad de una sociedad para reinventarse, dinamizar a sus agentes clave, y de su conocimiento para descubrir su potencial endógeno y de saber cómo articularlo para crear innovación social, lograr una mejor calidad de vida y aumentar la competitividad de las empresas.

Ámbitos

El proyecto ha trabajado y planteado la visibilidad de iniciativas en los ámbitos que se relacionan a continuación:

1. Entidades de impulso de la innovación social.
2. Espacios para la Innovación Social.
3. Emprendizaje Social.
4. Educación.
5. Responsabilidad social corporativa.
6. Intraemprendizaje.
7. Calidad de Vida.
8. Plataformas e iniciativas de generación de ideas.
9. Participación ciudadana.



A nivel nacional e internacional existen numerosas entidades que incluyen, entre sus principios, el impulso de la innovación social. Estas entidades tienen diferentes modelos de constitución, como agencias públicas, fundaciones, cooperativas, organizaciones benéficas, asociaciones, etc. pero comparten el objetivo principal de adaptarse a modelos de innovación abierta y social, y una filosofía de prestación de servicio o modelo de trabajo. Se caracterizan por ser organizaciones formadas por equipos multidisciplinares que participan en la generación, desarrollo y promoción de iniciativas de innovación en un territorio.

Estas organizaciones actúan también como intermediarias para la conexión de personas, ideas y recursos, convirtiéndose en conectores sociales. Su tarea consiste en fomentar la colaboración y experimentación para, así, generar el crecimiento de la innovación gracias, en gran medida, a la utilización de la tecnología como red de interconexión.

Estas organizaciones juegan un papel crítico en las etapas de crecimiento y difusión de un proyecto de innovación social y, a menudo, están implicadas en el diseño, prueba y evaluación de los proyectos. Son organizaciones que ayudan a crear mercados para nuevos servicios y proyectos con un importante papel en la difusión de las innovaciones a través de la generación de redes que promueven y difunden, especialmente, las prácticas de aprendizaje obtenidas en los procesos de desarrollo de proyectos.

Instituciones que desempeñan un papel trascendental en la movilización de las energías y esfuerzos así como en la dirección de las iniciativas sociales que abordan los retos sociales a los que se enfrenta la sociedad actual, incluso, en algunos casos, participan en los cambios en las regulaciones y la legislación.

En este capítulo veremos algunas referencias significativas de la actividad de este tipo de organizaciones a nivel nacional, europeo e internacional, algunas más centradas en la investigación y en los avances de la innovación social, y otras en el impulso de numerosas iniciativas y experiencias, que les confiere el papel de referencias mundiales de la innovación social.



Cómo afrontar los retos de América Latina y Caribe a través de la innovación social

Tribuna elaborada por
María Elisa Bernal
Oficina de Asuntos
Sociales de la División
de Desarrollo Social de
la Comisión Económica
para América Latina y
el Caribe (CEPAL)



Tribuna

Una revisión amplia de las definiciones del concepto de innovación social nos permite afirmar que existe cierto consenso sobre su significado. En general se define como diferentes maneras de hacer las cosas, nuevas formas de organización y de gestión; eficientes, eficaces y sostenibles en el tiempo (Departamento de Investigación y Pensamiento Social, Comfama, 2012), que tengan como finalidad lograr transformaciones sociales que mejoren las condiciones de vida de los estratos menos favorecidos de la población y no el lucro individual.

La definición desarrollada por la CEPAL además de lo anterior, considera indispensable que promueva y desarrolle la participación de la comunidad y los beneficiarios, como una forma de generar conciencia y responsabilidad ciudadana, elemento central para el fortalecimiento de la democracia. Además y dado que uno de los objetivos centrales de la identificación de innovaciones sociales por parte de la Comisión ha sido promover su réplica creativa en diferentes lugares del país en el que se desarrolla así como en otros, la experiencia debe ser replicable (Rey de Marulanda & Tancredi, 2010).

La innovación social es al desarrollo social lo que la tecnología es al desarrollo productivo. Nadie ha dudado de la necesidad de innovar tecnológicamente para ser más competitivos en un mundo globalizado. Garantizar el acceso a los servicios sociales de calidad y a una vida libre de pobreza, es decir a los derechos fundamentales de toda la población, requiere indudablemente de innovaciones, porque hasta el momento desafortunadamente no ha sido posible.

A pesar de los enormes avances que se han logrado, aún hay en América Latina y el Caribe y en el mundo entero, personas analfabetas o personas que mueren por no tener una adecuada atención de salud, millones viven en la pobreza y la indigencia y no logran un empleo decente o alguna alternativa para generar un ingreso que les permita vivir dignamente. Además coexisten situaciones sociales características del más profundo subdesarrollo con aquellas de los niveles más avanzados. Es así como se encuentran enfermedades inmunoprevenibles erradicadas en muchos países y morbilidad cardiovascular; muertes infantiles por enfermedades respiratorias, diarreas o desnutrición junto a problemas de obesidad. Por lo tanto los servicios sociales de nuestra región deben estar preparados para atender patologías ya “olvidadas” junto a otras, producto de la vida moderna.

No hay duda de que América Latina y el Caribe, sus comunidades, la sociedad civil organizada y las autoridades así lo han entendido. La región es una explosión de innovaciones sociales, que buscan soluciones creativas para los problemas sociales que enfrentan. Pero desafortunadamente su impacto es muy restringido, por no decir casi nulo porque no se replican, no se asumen como modelo de política o programas públicos. Se mantienen como ejemplos de innovación y buenas prácticas reconocidos como tales, como intervenciones aisladas con impactos que se restringen a sus pocos beneficiarios directos, pero incapaces de afectar el desarrollo social y las condiciones de vida de un grupo más amplio de la población. En pocos casos, han logrado máximo mejorar una pequeña comunidad o grupos de personas.

La réplica, incluso por parte de organizaciones de la sociedad civil es muy baja. Parecería que cada uno desea desarrollar la fórmula del éxito y es muy poco lo que se aprende de lo que otros han desarrollado. Pensemos en el desarrollo de ciencias como la medicina, la genética, la física o la computación. *¿Se habrían logrado los niveles de desarrollo y avance si cada científico trabajase sin compartir sus avances e incluso sus errores con los colegas?* Seguramente no. En estas ciencias son habituales los congresos a través de los cuales cada uno expone y comparte. Esto aún no se ha desarrollado en las innovaciones sociales. Resulta, por tanto, indispensable promover espacios para compartir las experiencias sociales innovadoras pero, al mismo tiempo, participar con espíritu de apertura y respeto por el trabajo de los demás, haciendo posible generar una comunidad de conocimientos que se retroalimenten unos a otros.



En cualquier territorio, la innovación surge principalmente de organizaciones de la sociedad civil o de la propia comunidad afectada que busca una solución a problemas tradicionales o nuevos frente a los cuales, o bien no se ha tomado ninguna acción o aquellas implementadas no han dado la solución esperada. No es de extrañar que no sea el sector público el que más innove. La innovación trae consigo un proceso de ensayo y error a través del cual se experimentan soluciones. La normatividad, en especial la presupuestaria, por lo demás necesaria, hace muy difícil asumir este riesgo. Además, *¿quién está dispuesto a jugarse su capital político en un experimento?* En cambio, la sociedad civil organizada o líderes y miembros de la comunidad sí pueden asumir este albur, como de hecho lo han demostrado ampliamente.

La innovación social no surge en espacios cerrados como incubadoras o laboratorios. Es más, las y los innovadores sociales no se ponen como meta innovar. Su meta es mejorar una determinada situación social, no deseada, con modelos nuevos por la incapacidad de los vigentes de atender dicha condición. En este momento, no pocos países de la región, a través del liderazgo de instituciones académicas e incluso agencias gubernamentales están tratando de promover el surgimiento de innovaciones sociales a partir de acciones más típicas de la innovación tecnológica, y por ello sus posibilidades de éxito son muy limitadas. Esto no significa, ni mucho menos, que las instituciones académicas y los gobiernos no tengan un papel muy importante en el desarrollo, consolidación y réplica de las innovaciones sociales.

Las innovaciones sociales se generan en espacios de amplia participación de las comunidades afectadas en donde su voz es oída y tomada en cuenta tanto en la definición del problema como en la búsqueda de soluciones viables y adecuadas. En general tiene detrás liderazgos individuales o grupales como motores que la mueven y mantienen el proceso incluso en los períodos de fracasos relativos y dificultades. Dicho liderazgo puede ser tanto interno a la comunidad como externo, por ejemplo, ejercido por una organización no gubernamental que apoya. Pero en ningún caso es un trabajo que se realiza de manera aislada por un agente externo.

En no pocos casos y precisamente gracias a la enorme participación de las comunidades, las innovaciones son la reinención de modelos ancestrales a los cuales se les eliminan los aspectos no deseables o incluso claramente rechazados en el marco de una sociedad moderna en donde hay derechos fundamentales claves que no son negociables.

Las costumbres ancestrales se “modernizan” y se ponen al servicio de la comunidad. Éste es el caso de una experiencia boliviana en la cual, frente a la necesidad de asegurar que niños y niñas que viven lejos de los lugares en donde hay escuelas que les permitan concluir la enseñanza básica, reviven la costumbre ancestral, aún en uso, del hospedaje en una familia del pueblo a cambio del trabajo doméstico o productivo de estos estudiantes; “utawawa” en lengua aymara. Es ampliamente aceptada por las comunidades pero choca con la indispensable prioridad de eliminar el trabajo infantil. La **Fundación Pueblo de Bolivia** encontró una solución mediante un pago en efectivo a las familias anfitrionas que sustituye el pago en especie. En trabajo mancomunado con líderes de la comunidad y autoridades locales, implementa un proyecto piloto, lo prueba y realiza los ajustes necesarios.

Hoy funciona en más de 10 núcleos educativos, los municipios a través de los presupuestos públicos de educación cubren el coste de las familias anfitrionas, compromiso que queda anualmente consignado en el plan operativo anual, en el cual participa activamente la comunidad a través del modelo de presupuesto participativo. No hay duda de que así se asegura la continuidad, independientemente de los vaivenes políticos. Por su parte, la Fundación asume la coordinación del programa, el seguimiento a nivel local para asegurar el cumplimiento de todos los compromisos tanto del lado de las familias anfitrionas como de las de los y las becarias. Además, a fin de que no sólo concluyan su educación básica sino que ésta sea de la mejor calidad posible, apoyan actividades de mejora de los contenidos y pedagogías de la educación.

Este modelo innovador ha permitido reducir la deserción escolar, aumentar los niveles de matriculación de los niños y niñas de zonas alejadas que desertaban por cansancio o por bajo rendimiento, dadas las largas jornadas que debían recorrer diariamente para llegar a su escuela. El modelo de hospedaje readaptado se ha convertido en una importante fuente de ingresos monetarios para las familias anfitrionas, en especial para las mujeres, siendo en muchas ocasiones prácticamente el único en dichas familias. Este modelo muy seguramente no hubiese surgido de la mente iluminada de la academia sin la profundización y el trabajo con la comunidad. Su apoyo se debe a la concordancia entre su preocupación frente a los bajos niveles de educación de sus hijos y la solución innovadora ampliamente aceptada.

La ciencia y la tecnología pueden definitivamente ser un excelente aliado de las comunidades para enfrentar sus problemas; pero es indispensable que éstas no se vean como un fin en sí mismo sino como un medio para la búsqueda de soluciones técnicamente correctas y muy importantes, ajustadas a las expectativas de la comunidad. Es la respetuosa relación entre los conocimientos de la propia comunidad y la ciencia la que hace posible la aparición de modelos innovadores. Un ejemplo muy claro de esto es el desarrollo de “nuevos” productos por parte de la **Cooperativa Agropecuaria Artesanal Unión Quebrada y Valles (C.A.U.Que.Va)**, en la Quebrada de Humahuaca¹ en el norte de Argentina. Ante la crisis de la Argentina a comienzos de 2000, los miembros de la cooperativa deciden retomar los cultivos originarios, básicamente distintos tipos de papas, tubérculos y maíces, cuyas semillas mantienen en sus huertas caseras para el autoconsumo. Saben cultivarlas en pequeñas extensiones pero no en volumen para la venta; no conocen como darle valor añadido y colocarlas en el mercado. Bajo esta determinación de los miembros de la cooperativa un grupo de agrónomos entran a apoyarlos. Con sus conocimientos técnicos desarrollan modelos de cultivo de mayor tamaño, con especificaciones de entrega, calidad, procesamiento y comercialización. La Cooperativa pudo enfrentar con éxito las dificultades, desarrollaron nuevos productos para comercialización y añadieron valor obteniendo mejores precios y reduciendo la pérdida por perecibilidad. Sus semillas de patio se convirtieron en fuente de ingresos, incluso superiores a los que conseguían antes de este cambio, básicamente con frutas y hortalizas.

Otro ejemplo relevante de cómo la academia y la investigación pueden apoyar en la búsqueda de soluciones es el programa **Defensorías Comunitarias**, una respuesta comunitaria a la violencia familiar del Perú. Es de sobra conocido que las denuncias de violencia intrafamiliar son muy reducidas y el fenómeno queda oculto, invisible por miedo, vergüenza o por las dificultades a las que se enfrenta el sector público para atenderlas. El Instituto de Defensa Legal de Perú, en colaboración con mujeres líderes de la comunidad, algunas de las cuales habían perdido una hermana o una amiga en un femicidio, desarrolló un modelo de defensoras comunitarias, provenientes de la propia comunidad que son capacitadas para atender el problema y dar apoyo a las víctimas en el proceso

de denuncia y seguimiento de éste. Las mujeres son voluntarias, vecinas de barrio, que hablan su propia lengua, el quechua, a las que las víctimas pueden, con más facilidad, contar sus problemas. Las apoyan y acompañan en el proceso, difícil por lo demás, de tomar la decisión de denunciar a su marido o compañero o a cualquiera que ejerza violencia en su seno familiar. Es un modelo que hoy en día ya trabaja de la mano con el sector público, ayudándole a enfrentar las dificultades para abordar este grave problema. Representa una metodología de trabajo claramente innovadora que ha permitido el empoderamiento de las mujeres, tanto de las víctimas como de las defensoras, quienes hoy saben que cumplen un papel de gran importancia para toda su comunidad. (Franco Valdivia & González Luna, 2009).

No hay duda de que la reducción de la pobreza entendida como una combinación de múltiples factores, tales como el acceso a la salud o a la educación, pasa también por la generación de ingresos que les permita un mejor nivel de vida. Son múltiples los casos de innovaciones en emprendimientos productivos que han permitido generar ingresos y sacar de la pobreza e incluso la indigencia a grupos amplios de la población. La clave del éxito de éstos son el asociacionismo y la capacidad de generar valor agregado. Una vez más encontramos un ejemplo en el que un agente externo, que apoya a una comunidad saca adelante un modelo que logra cumplir con creces las expectativas. Esto tiene lugar en un apartado lugar en la Amazonía brasileña. Su origen en un asentamiento del **Instituto Nacional de Colonização**



1. La Quebrada de Humahuaca fue declarada por la UNESCO Patrimonio Cultural y Natural de la Humanidad en 2003.

Agrária en el Estado de Rondônia. Son campesinos sin tierra, muchos de ellos provenientes del sur del país que, sin asistencia técnica o apoyo, reciben las tierras. Tratan de cultivarlas, destruyen la selva y continúan sumidos en la pobreza. Conviven con “seringueros”² con quienes, conscientes de la importancia del cuidado de la selva, tienen grandes conflictos. Tras varios años de fracasos deciden asociarse y buscar alternativas que les permitan salir de la pobreza entendiendo que la selva es una fuente de recursos que se debe proteger. Después de varios intentos, una organización no gubernamental de Brasil los apoya en la formulación de un proyecto que consigue financiación internacional. Así es como surge RECA³, una asociación de campesinos y “seringueros” que introducen una nueva manera de producir más asociativa, sostenible y orgánica, que ha mejorado sustancialmente las condiciones de vida de los pequeños agricultores que viven allí. Hoy han reforestado todas las áreas que devastaron, producen una gran variedad de productos que comercializan en el marco de la conservación del medio ambiente a través de los Sistemas Agroforestales (SAF). Disponen de una verdadera planta industrial que elabora, entre otros, zumos concentrados de frutas exóticas, pulpas, mermeladas, así como aceites vegetales y manteca de cupuazu⁴. Cada agricultor es productor y socio de RECA, la cual asegura la compra de la materia prima y luego la utilidad de la venta del producto procesado. Han salido de la pobreza, conservan la selva y desarrollan programas para mejorar la salud, educación y recreación de toda la población.

¿Cuál puede ser el papel del gobierno local, intermedio y nacional en la innovación social?

Definitivamente el gobierno, en sus diferentes niveles, puede tener un papel central en la promoción de modelos innovadores. En primer lugar, puede conocer las innovaciones desarrolladas en otros lugares y, con las variaciones del caso, utilizarla en sus programas gubernamentales. Igualmente, como sucede en las Defensorías o el Hospedaje pueden, una vez se ha consolidado un nuevo modelo en su territorio, respaldarlo y hacerlos suyos logrando su expansión. Y aún cuando indudablemente es más difícil, puede permitir que se desarrollen pilotos, como es el

caso del Programa “**Trébol de cuatro hojas**” de Sobral en Brasil. La tasa de morbilidad del municipio era superior al promedio del Estado y del país. Un grupo de profesionales del sistema de salud deciden analizar las causas. Los protocolos médicos parecen no explicarles las muertes de madres e hijos que se hubieran podido evitar. Deciden utilizar el método denominado “autopsias verbales”⁵ (Chandramohan D, 1994). Esto les permite identificar causas socioeconómicas vinculadas con las muertes que deben ser atacadas si se desea reducir la morbilidad. Por ejemplo, las madres e incluso otros miembros de la familia, en especial de los estratos menos favorecidos de la población, no tienen capacidad de reconocer situaciones de riesgo; las madres no pueden seguir las instrucciones médicas de reposo porque tienen otros hijos que cuidar. Siendo así, entre otras y gracias a la revisión de experiencias en otras partes del mundo han identificado la figura de la “madre social”⁶.

A través de ella se ha logrado reducir la morbilidad materno infantil, con costes inferiores a los del modelo tradicional (CEPAL, 2010). Hoy, forman parte integral del sistema de atención de salud de Sobral y está siendo aplicado como piloto en otros municipios del Brasil.

La innovación social, en síntesis, genera una gran aportación a la mejora de las condiciones de vida de la población, de eso no hay duda. El gran reto de América Latina y el Caribe es entender que se debe aprender del camino recorrido por otros cuando el resultado ha sido exitoso. En lo social, también se deben compartir los modelos, los progresos y las estrategias. Y el problema no está en los “inventores” sino en los posibles “replicadores”. Anhelos como los establecidos en los Objetivos de Desarrollo del Milenio serían más fáciles de lograr si aprendemos a aprender de los demás.

2. Personas dedicadas a la recolección del caucho en la Selva Amazónica.

3. Reforestamento Econômico Consorciado e Andesado.

4. Tipo de nuez de la amazonia utilizada en productos de belleza.

5. “Metodología para reconstruir la historia y el camino recorrido por una persona desde que enferma hasta que fallece. Se basan en entrevistas a la familia y a miembros de la comunidad que observaron incidentes relacionados con la muerte y podría ser la única información disponible, especialmente en el caso de las mujeres que dan a luz en sus hogares”. (Lalinde Ángel)

6. La Madre Social es una persona de la misma comunidad que tiene como objetivo apoyar a la familia en riesgo, ya sea en el hospital o en el hogar.



Fundación Bertelsmann

La Fundación Bertelsmann es una entidad operativa fundada en 1995 por Reinhard Mohn que concibe y pone en marcha proyectos propios destinados a contribuir al cambio social mediante el desarrollo de propuestas innovadoras de carácter experimental. Fundamenta su trabajo en el convencimiento de que la competitividad y el compromiso ciudadano son la base esencial del progreso social. Asentada en Barcelona, busca el compromiso de la ciudadanía con su municipio siguiendo el ejemplo de países anglosajones.

WEB: <http://www.fundacionbertelsmann.org>

Fundación Novia Salcedo

Fundación privada con sede en Bilbao, independiente, de carácter no lucrativo y con 30 años de experiencia. Tiene como propósito acompañar a las y los jóvenes en el proceso de integración profesional y social en un mundo en constante cambio. Para ello, desde una vocación de anticipación y colaboración, inventa, crea y aporta valor social, desarrollando líneas de pensamiento y procesos de transformación creativa hacia nuevos modos de intercambio de valor entre personas, empresas y organizaciones e instituciones públicas.

WEB: <http://www.noviasalcedo.es/>

Innobasque

Innobasque, la Agencia Vasca de la Innovación-Berrikuntzaren Euskal Agentzia, es una asociación privada, sin ánimo de lucro, creada para coordinar e impulsar la innovación en Euskadi en todos sus ámbitos, para fomentar el espíritu emprendedor y la creatividad. Innobasque pretende ofrecer una potente plataforma y red de colaboración para la totalidad de agentes de Euskadi, a través de la cual desarrollar actividades que promocionen los valores y actitudes asociados a la innovación en la sociedad vasca, acciones que difundan en el exterior la imagen de la Euskadi innovadora, polo avanzado de I+D+i, así como aquellas acciones que contribuyan a generar dinámicas de innovación en las empresas y organizaciones vascas.

WEB: <http://www.innobasque.com/>

Instituto de Innovación para el Bienestar Ciudadano (I2BC)

El I2BC es un centro que nace con el objetivo de mejorar la calidad de vida y bienestar de todas las personas. Para ello, desarrolla proyectos de carácter social, que suplen las necesidades reales de la ciudadanía, basados en una metodología de trabajo propia conocida como P.L.I. (People Lead Innovation) que sitúa a las personas en el centro del proceso innovador. Cree en un modelo en el que la innovación está basada en el conocimiento compartido, aspecto esencial para conseguir una mejora en la calidad de vida, donde la persona tiene la primera y la última palabra.

WEB: <http://www.i2bc.es/>

Instituto ESADE

Su misión es desarrollar las capacidades de las personas y organizaciones de los sectores empresarial y no lucrativo para fortalecer, en las actividades propias, su contribución a un mundo justo y sostenible. Para ello, el Instituto trabaja en el campo de la investigación, la formación y la divulgación en distintos ámbitos:

- La responsabilidad social empresarial y la relación con los grupos de interés.
- El liderazgo y la gestión de las ONG.
- Los emprendimientos sociales.

WEB: <http://www.esade.edu/research-webs/esp/socialinnovation>

ISIS Research Centre SAUDER School of Business

ISIS-Sauder School of Business, situado en Vancouver (Canadá) se centra en aprovechar las herramientas de negocios para promover la innovación social y la sostenibilidad, a través de la investigación, la incubación y la puesta en marcha de iniciativas innovadoras.

Su ámbito de actuación abarca conceptos tales como la empresa social, las finanzas sociales y el valor estratégico de responsabilidad social corporativa. Los principales temas de investigación de ISIS son la economía con un bajo uso del carbono, la economía social y el desarrollo económico.

Su objetivo es desarrollar la capacidad intelectual y humana, vinculando el conocimiento con la acción para fomentar los campos de la sostenibilidad y la innovación social. Potencian la investigación orientada a la acción, creando recursos y planes útiles para el incremento de las capacidades de las comunidades y organizaciones asociadas a ISIS.

WEB: <http://isis.sauder.ubc.ca/>

LEIN Centre for Social Innovation

El Centro de Innovación Social de Lien nace de una alianza entre la Fundación Lien y Singapore Management University (SMU) y fue establecido con el objetivo de promover la reflexión y la capacidad de las actividades sin ánimo de lucro.

Su misión es inspirar ideas e innovaciones, promover nuevas alianzas y facilitar soluciones para fortalecer las entidades sin ánimo de lucro, convirtiéndose en líder de pensamiento y catalizador para el cambio social positivo en Singapur.

WEB: <http://www.lcsi.smu.edu.sg/>

SINNERGIAK

Centro de Innovación Social SINNERGIAK nace con la vocación de fomentar la sinergia entre personas y organizaciones regionales e internacionales para llevar adelante proyectos y experiencias de innovación social en el País Vasco. SINNERGIAK trabaja en colaboración con diversas organizaciones para desarrollar experiencias de investigación, formación y transferencia de conocimiento en el campo de la innovación social.

WEB: <http://www.sinnergiak.org/es/>

NESTA

Con sede en Londres, NESTA es una organización benéfica independiente cuya misión se orienta a ayudar a las personas y organizaciones para que desarrollen grandes ideas para la vida.

Desde la organización se ofrecen inversiones y donaciones, para movilizar las investigaciones, redes y capacidades. Su valor está en las redes de colaboración que teje con personas innovadoras, organizaciones comunitarias, educadoras e inversoras.

NESTA parte de la premisa de que la innovación es crucial para resolver los grandes retos sociales y económicos a los que se enfrenta el Reino Unido. Es una organización centrada en pocas áreas clave (crecimiento económico, servicios públicos, economía creativa e inversiones), aplicando toda su experiencia en investigación, pero también la práctica y los recursos financieros para la comprensión de la importancia de la innovación en el desarrollo de un país.

Su labor de investigación se muestra en la publicación, cada año, de numerosos documentos de referencia en el ámbito de la innovación social.

WEB: <http://www.nesta.org.uk/>

Project on Social Innovation - Harvard

El Proyecto de Innovación Social de la Universidad de Harvard ofrece un centro virtual de conocimiento para la innovación social y la participación de la comunidad. Su propósito es proporcionar una plataforma práctica para compartir las historias y las lecciones de éxito de quienes innovan de los sectores sin ánimo de lucro, entidades filantrópicas y Administración Pública. Se lleva a cabo mediante un innovador conjunto de herramientas, actualizaciones de noticias relevantes, perfiles de prácticas óptimas, blogs y enlaces a otros recursos en línea. El sitio es una iniciativa del ASH CENTER para la Gobernabilidad Democrática e Innovación de la Escuela Kennedy de Harvard. El Proyecto identifica y compromete a las y los líderes cívicos y a las y los innovadores con compromiso en transformar el enfoque de su comunidad en la prestación de servicios sociales.

WEB: <http://socialinnovation.ash.harvard.edu/>

The Young Foundation

The Young Foundation aúna las ideas, la innovación y el espíritu empresarial para satisfacer las necesidades sociales. Cuenta con una trayectoria de más de 50 años de éxito con numerosos agentes del Reino Unido. Actualmente trabaja en todo el Reino Unido e internacionalmente, con la realización de investigaciones, influyendo en políticas, creando nuevas organizaciones y ayudando a otras personas y entidades a hacer lo mismo, en muchos casos a través del uso creativo de la tecnología. Trabaja con una amplia gama de organizaciones (benéficas, empresariales, gobiernos y autoridades locales) con un conjunto completo de herramientas y enfoques. Es la entidad prescriptora de referencia a nivel europeo.

WEB: <http://www.youngfoundation.org/>

Social Innovation Exchange

SIX es una organización que busca inspirar, conectar y apoyar a las y los innovadores sociales, tejiendo redes entre diversidad de agentes en Europa para crear un ambiente que ayude a florecer la innovación social.

Su objetivo es mejorar los métodos bajo los que las sociedades buscan encontrar soluciones para retos como el envejecimiento, el cambio climático, la desigualdad y la atención sanitaria. SIX es una comunidad global, de más de 3000 personas y organizaciones, que engloba a organizaciones no gubernamentales, empresas globales y pequeñas, organismos públicos y académicas comprometidas con la promoción de la innovación social y el crecimiento de su capacidad para el desarrollo de los territorios. En sus diferentes espacios web (www.socialinnovationexchange.org, www.socialinnovationeurope.eu y www.socialinnovator.info) trabajan para crear un lugar donde los y las innovadoras pueden sentirse seguras de compartir sus éxitos y desafíos, en donde se pueda identificar lo que funciona y lo que no funciona y compartir buenas prácticas y, así, acelerar los procesos de generación de soluciones a los problemas sociales mundiales más acuciantes.

WEB: <http://www.socialinnovationexchange.org/>

Social Innovation Initiative de Ohio University

Su objetivo es trabajar para crear la próxima generación de emprendimientos e innovaciones sociales, moviendo hacia adelante las innovaciones sociales, proporcionando aprendizaje experiencial para estudiantes y generando nuevas fuentes de ingresos para sus instalaciones.

Es una entidad comprometida con la construcción de una comunidad activa de agentes de cambio social mediante la inversión en actividades que extienden la capacidad de liderazgo a las organizaciones no lucrativas, estudiantes y profesorado. El éxito de las iniciativas puesta en marcha por la organización radica en una colaboración entre miembros de la facultad, líderes de organizaciones sin ánimo de lucro, estudiantes y simpatizantes filantrópicas que sirve para crear un entorno propicio para los futuros emprendedores y emprendedoras sociales para innovar en productos con beneficios sociales.

WEB: <http://www.socialinnovationinitiative.org/>

ZSI (Zentrum for Social Innovation)

El Zentrum for Social Innovation es una organización diseñada para examinar la incorporación y el efecto de cada tipo de innovación social, visibilizándola y adaptándola a otras áreas. ZSI es una institución independiente, comprometida en el mundo a través del uso innovador de servicios de investigación, educación y consultoría. Trabaja en el estudio del impacto social de las innovaciones, el desarrollo, investigación y difusión de innovaciones sociales, el análisis, evaluación y promoción de la cooperación científica, el fortalecimiento de una sociedad abierta, incluyente y, por lo tanto, en la realización de la idea visionaria de un enfoque global de la innovación. ZSI trabaja en la teoría y la práctica, desarrollando colaboraciones con profesionales de ámbitos ajenos a la ciencia y la investigación, combinando así conocimientos científicos y prácticos.

WEB: <https://www.zsi.at/>

Espacios para la Innovación Social



El éxito de la permanencia de una cultura de la innovación en un territorio está sujeto a tener como referencia un conjunto de infraestructuras físicas o virtuales que faciliten la relación entre agentes y generen conectividad. Las infraestructuras físicas son necesarias, así como el hecho de que estén configuradas para fomentar la interacción y la relación entre las personas, para la generación de ideas, son cuestiones imprescindibles.

Los espacios deben facilitar el desarrollo de procesos **“Bottom-up”** en los que todas las partes individuales involucradas diseñan y aportan sus ideas, obteniendo continuidad a partir de la interrelación e integración del resto de ideas de las personas participantes. De forma que se consiguen componentes de mayor envergadura, que se van madurando y mejorando con las aportaciones del resto de agentes hasta obtener una iniciativa, una idea, un proyecto completo con una visión integral basada en el conocimiento de todas las partes intervinientes en el proceso.

En esta línea cabría mencionar el concepto de “infoestructuras” en el que, además de espacios físicos, incluimos plataformas virtuales y la propia información que estas pueden almacenar. De este modo han crecido espacios digitales que, gracias a las TIC, se han convertido en componentes clave para la creación de redes y la generación de un cambio en las estructuras de generación de conocimiento por parte de la población.

La tecnología se está convirtiendo en un elemento social que, consigue que la sociedad esté más agregada y, al mismo tiempo, se establezcan relaciones globales en torno a sus intereses personales.

Tal y como afirma Antoni Gutiérrez-Rubí y Juan Freire en su libro 2010-2020, Tendencias de Cambio (2010): *“La innovación puede entenderse con un proceso inclusivo en que la creatividad ciudadana contribuye a mejorar la ciudad vivida por todos los vecinos (...) Los espacios públicos juegan un papel esencial al ser escenarios donde se desarrolla, o se debería de desarrollar, buena parte de la participación activa de los ciudadanos en la construcción de la ciudad”*. Veremos en este apartado algunos ejemplos de espacios distribuidos por ciudades españolas, europeas e internacionales de máximo interés para la innovación social.



Tribuna



El papel de un
Centro de Innovación Social
en el territorio



Tribuna elaborada por
Ziortza Etxabe
Coordinadora del
Centro de Innovación
Social Eutokia

El Centro de Innovación Social Eutokia es más que un espacio físico y un ecosistema de personas, es una red, una comunidad, un soporte intelectual, emocional y profesional. Uno de los grandes valores que tiene Eutokia es su espacio físico, y el espacio de trabajo que aporta como herramienta relevante para la innovación. Un espacio que facilita la interacción entre las diferentes personas o miembros de una o varias organizaciones, es un factor importante para cualquier proceso innovador.

Las habilidades personales como persona innovadora, así como la gestión del conocimiento en la organización como materia prima para innovar, están fuertemente influenciadas por el espacio que rodea la organización y que acoge a sus miembros. Es por ello que para innovar no vale cualquier espacio, y es por ello que muchas organizaciones debido a la falta de espacios apropiados para la experimentación han trabajado en Eutokia y han reconocido que gracias a este tipo de espacios la interacción entre las personas es más enriquecedora y el trabajo más productivo.

Por la experiencia que he adquirido en Eutokia, hay que diseñar y definir correctamente los espacios, adecuarlos para que sean espacios motivadores, tanto para las personas como para las organizaciones, necesitamos y demandamos espacios físicos que garanticen una intensa y fructífera interacción entre los diferentes agentes del proceso innovador.

El Centro está diseñado como espacio flexible para trabajar, crear e idear con mobiliario adaptable y móvil, con divisiones que se pueden modificar según cada actividad o simplemente delimitando suelos con cintas adhesivas de colores e identificando con símbolos y palabras clave zonas y ambientes. Esta tipología de espacios flexibles y poco estructurados ofrece la oportunidad de impulsar la generación de ideas innovadoras.

Es interesante ver cómo en cada proceso de reconfiguración de los espacios se renueva la ilusión, se despierta la motivación y se enciende la magia de la transformación al iniciar una nueva actividad, abriendo una nueva posibilidad para que las personas aporten nuevas y frescas miradas, ideas y opiniones creativas e innovadoras, etc.

Dependiendo de la sensibilidad de cada persona, los espacios llegan a inspirar gran variedad de emociones. Por ejemplo, los espacios estimulantes como nuestra *"Sala de Inmersión"* exponen la mente a una variedad de estímulos para activar el pensamiento creativo, dando pie a imaginar

y visualizar grandes posibilidades. Los espacios para la reflexión como nuestros *"Cubos de Silencio"* promueven la concentración y filtración de información al cerebro permitiéndole hacer conexiones. En espacios como Eutokia creemos que hay que comenzar trabajando desde la singularidad de cada una de las personas, escuchándolas y empoderándolas, o como bien dicen nuestros compañeros y compañeras de PinkGorillas *"engorilándolas"*, traspasando el ensimismamiento de ese genio individual que todas las personas llevamos dentro y que normalmente escondemos ante la gran mayoría de las personas. Nuestra labor es trabajar conectando a todos esos genios para compartir conocimiento y trabajar procesos colectivos.

La creatividad es una parte relevante de la innovación, pero la innovación es más que la creatividad. Fomentar únicamente la creatividad es a mí entender una forma sutil de infantilización de las personas que se hacen dependientes de elementos externos que traducen esa creatividad en innovación. Los procesos creativos que se desarrollan en el Centro se enriquecen trabajando y desarrollando de forma abierta y colaborativa, de esta forma logramos resultados más diversos y disruptivos, colaborando con los que consideramos son diferentes a nosotros (¿y quién no es diferente?)

Para todo ello considero parte fundamental el diálogo y la integración, no importa tanto el origen como lo que aportamos y nuestras motivaciones; siendo esenciales la empatía, el respeto acompañado por el sentido común, y la capacidad de diálogo para conformar equipos de personas



diferentes que alcancen resultados relevantes. Lo importante es que se fomente un diálogo fluido obteniendo como resultado mejores ideas. El centro ofrece las infraestructuras, ecosistemas, personas, agentes y reglas, en definitivas las condiciones necesarias para la potenciación de la colaboración.

Además en este tipo de entornos, la cultura del prototipado, de la experimentación continua, en la que hacer y pensar van de la mano. Y gracias a la experimentación, dentro de Eutokia hemos impulsado el trabajo en diferentes tipos de innovación, con la innovación de producto, servicio y proceso de diversos emprendedores. Así se presta apoyo a las grandes empresas o las instituciones públicas que ya no son fuente segura de proyectos y financiación, y que se están replanteando, reorganizando y buscando nuevos públicos y nuevas relaciones a través de espacios como Eutokia.

Estamos comenzando a valorar a las comunidades de productores por su talento y su capacidad organizativa para desarrollar proyectos innovadores. Estos nuevos productores son los que realmente crean estos espacios físicos e intelectuales. Espacios que nos permiten funcionar de forma colectiva.

Para ello en Eutokia impulsamos encuentros como por ejemplo los FastThinkBreakers (formato desayuno), los SafariWorkFest o los Hondartzan, dirigidos a personas interesadas en participar en procesos de innovación social orientados a generar nuevas ideas y poner en marcha nuevos proyectos transformadores que permitan afrontar retos sociales en campos diversos como la salud, el medioambiente, la educación, la movilidad urbana, etc. El objetivo de estos encuentros no es otro que poner en contacto y dinamizar comunidades de personas de procedencia diversa pero con inquietudes comunes, con el objetivo de generar ideas y proyectos innovadores y con capacidad de transformación, que respondan a retos sociales.

En general la ciudadanía que acude a estos encuentros son personas comprometidas, con empuje, iniciativa emprendedora y talento social, personas que tienen ganas e ilusión de poner en marcha proyectos empresariales sostenibles con el objetivo de resolver problemas sociales, medioambientales, territoriales, es decir, son emprendedores sociales.

En estos encuentros el volumen de ideas no es lo importante. Lo importante es que al menos algunas ideas de innovación se pongan en práctica. Desarrollar proyectos de innovación exige competencias diferentes en cada fase, y encontrar

a las personas adecuadas que las conviertan en realidad sigue siendo el mayor reto. Recoger ideas para que luego no se puedan desarrollar por falta de competencias es frustrante para los contribuyentes de ideas o iniciativas. Y desarrollar esas competencias es probablemente la primera innovación que a mi criterio aún tenemos que abordar en este tipo de espacios.

Eutokia debe ser también una comunidad de gestión de ideas innovadoras. Los espacios para la innovación social son y deben ser entornos donde la inteligencia colectiva suministra ideas que se filtran por determinados equipos de evaluación, estas ideas se transforman o debemos hacer lo posible para transformarlas en iniciativas o embriones, obteniendo como resultado final proyectos de innovación reales, etc.

Las transformaciones tecnológicas de los últimos tiempos y la cultura digital que ha emergido no han hecho más que reforzar estas tendencias colaborativas, abriendo nuevas posibilidades, creativas y de remuneración, basadas en el uso flexible de los derechos. Por ejemplo, algunas personas o agentes que han pasado por Eutokia con una idea o proyecto han logrado producir cultura sin grandes medios, pudiendo ofrecer servicios y productos culturales que se adaptan a la diversidad de las multitudes y no productos estandarizados dirigidos a una masa. Además de que gracias a plataformas de crowdfunding, como es el caso del Nodo Goteo Euskadi, favorecen la financiación de proyectos de forma distribuida (p.e. Getxo Berpiztu, Tas Tas Irratia).

Y nada de lo anteriormente citado se da, ni puede darse, si no capacitamos a las personas. El mayor valor que tenemos somos las personas, es por ello que tratamos de fomentar la capacitación y desarrollo, tanto personal como profesional, de forma constante, a través de multitud de actividades que pueden aportarnos conocimientos y un mayor bienestar, tanto laboral como social y personal. Desde el Centro se promueven actividades de diverso índole como: escuela de liderazgo, talleres de juegos, facilitación gráfica, risoterapia, biodanza, creación de prototipos, bioenergía, musicoterapia, medioambiente, alimentación, salud, manejo de las TIC, gestión de emociones, etc. Estas actividades facilitan el descubrimiento de recursos, competencias y habilidades, así como el pleno desarrollo de nuestro potencial; con el fin de descubrir y reconocer el compromiso que tenemos con nosotros mismos al actuar como agentes del cambio.



Centro de Innovación Social de Alvarado

El Centro de Innovación Alvarado es un espacio de innovación abierta, perteneciente a la Dirección General de Innovación y Empleo del Ayuntamiento de Madrid, cuya línea de trabajo está estructurada en torno a cuatro ejes temáticos: jóvenes, empleo, familia y educación 2.0. En el mismo se desarrollan diversos cursos sobre uso de redes sociales, desarrollo de aplicaciones telefónicas, e-learning, ciudadanía digital, etc.

WEB: <http://www.lacatedralonline.es/>

CitiLAB

Citilab es un centro para la innovación social y digital, ubicado en Cornellà de Llobregat, Barcelona. Explora y difunde el impacto digital en el pensamiento creativo, el diseño y la innovación que surgen de la cultura digital. Citilab es un MIX entre un centro de formación, un centro de investigación y una incubadora de iniciativas empresariales y sociales. Internet está en la base, como el medio a utilizar para innovar de forma más colaborativa e integradora con la ciudadanía. Ha impulsando su actividad como centro digital de innovación ciudadana para la difusión y el fomento de la Sociedad del Conocimiento.

WEB: <http://citilab.eu/>

CSIO Toronto

El Centro de Innovación Social (CSI) fue creado en 2004 con la misión de catalizar, inspirar y apoyar la innovación social. Con sede en Toronto, Canadá, opera como un espacio de trabajo con escritorios, oficinas y salas de reuniones en las que alojan más de 200 organizaciones no lucrativas, empresas sociales, artistas, activistas y empresarios. CSI es una incubadora de proyectos emergentes, un centro comunitario para el sector de cambio social de Toronto y un catalizador para la innovación social. Las personas que forman el CSI actúan como animadoras de la comunidad, generando conexiones alentadoras, organizando eventos de la comunidad y gestionando el acceso a los servicios compartidos. La combinación de espacio y servicios crea un ambiente que permite a sus miembros y a la comunidad en general aumentar su eficiencia y lograr un mayor impacto social. Su éxito se basa en 3 niveles de un pirámide: Espacio (plataforma único de base), Comunidad (relaciones entre personas que ocupan el espacio) e Innovación (emerge de las conexiones en el espacio y la comunidad).

WEB: <http://socialinnovation.ca/>

Denokinn

Denokinn, Centro Vasco de Innovación, Emprendizaje y desarrollo de nuevos negocios, que complementa la cadena vasca de innovación y se transforma en una respuesta activa e innovadora frente a la situación actual. Su objetivo es transformar las ideas y la tecnología en nuevos negocios, es decir, aplicar el conocimiento al mercado.

Denokinn desarrolla actividades de sensibilización e impulso de una cultura social innovadora, promueve espacios de oportunidades de empresas que cubren necesidades sociales y desarrolla actividades innovadoras en beneficio de la comunidad.

WEB: <http://www.denokinn.eu/>

BLOG: <http://blog.innovalab.org/es/>

Espacios Sociales de Innovación

Los Espacios Sociales de Innovación (EsdIs) son ecosistemas organizativos en los que las actividades de investigación e innovación están dirigidas por las necesidades y restricciones de las comunidades beneficiarias de los resultados. Estos ecosistemas deben implicar, de una manera balanceada, a los distintos actores que participan en la cadena de valor de la investigación e innovación, que son comunidades sociales beneficiarias, empresas, proveedores y proveedoras de tecnología, representantes de las comunidades de investigación y representantes de la esfera política para la regulación e impulso del uso de los resultados obtenidos.

WEB: <http://www.espaciosociales.es/>

EUTOKIA

EUTOKIA es un centro catalizador de la innovación social que busca facilitar las condiciones que permitan concebir nuevas ideas para el bien común de la sociedad vasca. Pretende agitar y despertar la capacidad creativa que toda persona posee y ponerla en acción. Para conseguirlo, EUTOKIA se posiciona como un lugar frontera, un espacio de conexión entre personas, organizaciones, sectores..., provocando, a través de diversas dinámicas y actividades, conversaciones y el conocimiento de las distintas realidades, estimulando nuevas formas de pensar y de hacer, convirtiendo esas ideas en proyectos e iniciativas concretas sobre las que experimentar y provocar cambios y transformaciones, proporcionando respuestas a retos actuales de la sociedad.

HUB Madrid

Un innovador espacio de coworking para inspirar, conectar e impulsar a innovadoras e innovadores sociales. Es un lugar donde las y los emprendedores pueden inspirarte e intercambiar visiones con otras personas que emprenden, compartir conocimiento, recursos, sueños, desarrollar ideas y nutrir esos maravillosos proyectos que buscan transformar la realidad que vivimos.

Nace con la filosofía que cualquier persona es, en potencia, agente potencial del cambio que quiere ver en el planeta, deseando que su actividad no sólo genere un retorno económico sino también social, medioambiental y/o cultural.

WEB: <http://madrid.the-hub.net/>

INSEAD Social Innovation Centre

El Centro de Innovación Social de INSEAD, situado en Francia, es una plataforma global para la investigación interdisciplinaria y la participación en el ámbito de la innovación social.

Realiza investigaciones sobre los avances de la teoría y la práctica de la innovación social. Busca inspirar a la gente y proporcionarle las herramientas necesarias para lograr un impacto positivo en la sociedad a través de la generación de negocio.

Proceso basado en la colaboración y el diálogo entre profesorado, alumnado y ex-alumnado de la universidad, personal directivo, empresas, organizaciones no gubernamentales y otras instituciones académicas

WEB: <http://www.insead.edu/facultyresearch/centres/isis/index.cfm>

MediaLAB Prado

Es un espacio orientado a la producción, investigación y difusión de la cultura digital y del ámbito de confluencia entre arte, ciencia, tecnología y sociedad. En él se celebran talleres de producción y de formación, seminarios y debates, reuniones de diferentes grupos de trabajo, muestras de proyectos, conciertos, etc. Siendo, todas las actividades, gratuitas y abiertas a todos los públicos.

El principal objetivo es crear una estructura en la que tanto la investigación como la producción sean procesos permeables a la participación de las y los usuarios. Ofrece para ello un espacio permanente de información, recepción y encuentro atendido por mediadoras y mediadores culturales, además de convocatorias abiertas para la presentación de propuestas y la participación en el desarrollo colaborativo de proyectos.

WEB: <http://medialab-prado.es/>

Red Guadalinfo

Guadalinfo es un proyecto, enmarcado en el Plan Estratégico de la Junta de Andalucía, con el que se pretende conseguir una mayor implicación de la ciudadanía, las instituciones y el resto de actores protagonistas del conjunto de la transformación de un territorio. El proyecto trabaja desplegando, de forma efectiva, el concepto de innovación social, formación y empleo, tras superar la primera etapa centrada en la alfabetización digital en los Centros Guadalinfo.

Guadalinfo se define como un espacio de alto valor local y digital que propicia el desarrollo económico, social y sostenible y cuyas claves están en la innovación, el talento, el valor del capital humano, la cultura tecnológica, la integración en la Sociedad del Conocimiento y su conexión y apertura a la nueva sociedad global. La Red se convierte en un instrumento fundamental y clave en la identificación, detección y activación de los nuevos liderazgos ciudadanos así como en el radar perfecto para la monitorización de procesos de innovación.

Guadalinfo representa un proyecto basado en la presencia en el territorio y el potencial de la sociedad en red con el objetivo del implicar a la ciudadanía en la búsqueda de soluciones para el bienestar, la calidad de vida y la capacidad de innovación de los andaluces a través del uso de las TIC.

WEB: <http://www.guadalinfo.es/>

Un techo para Chile

Tiene como objetivo la construcción de un Chile sin campamentos, con barrios sustentables y familias integradas a la sociedad. Trabajan en campamentos y barrios de Chile, investigando, denunciando, apoyando y capacitando a la ciudadanía, a sus familias y comunidades para que cuenten con oportunidades reales que les permitan salir de su situación de pobreza.

WEB: <http://www.untechoparachile.cl/>

Emprendizaje Social



Un componente esencial en todo proceso de innovación social es la creación de un entorno propicio para el emprendizaje social. En el año 2011 la Comisión Europea lanzó la “Iniciativa en favor del emprendimiento social. Construir un ecosistema para promover las empresas sociales en el centro de la economía y la innovación social”, que busca colocar la economía y la innovación social en el centro de sus iniciativas, tanto en lo que refiere a la cohesión territorial como a la búsqueda de soluciones originales para los problemas sociales.

En el marco de esta iniciativa, la Comisión Europea ofrece una definición de empresa social como aquella con una clara orientación de servicio y actividad en fines eminentemente sociales, lo que es un motor en sí mismo de innovación social. Son empresas que van a revertir los beneficios en acometer actuaciones centradas en su visión y motivación original. Además, son empresas asentadas en valores y principios democráticos o participativos y están orientadas hacia la justicia social.

De este modo, un factor clave que distingue a un proyecto de emprendimiento social es la existencia de fines sociales. Es decir, la línea que separa a las y los emprendedores “tradicionales” de quienes reciben la denominación de “sociales” es el compromiso de estos y estas, sociales, de procurar el impacto social de sus actuaciones (más allá de la creación de empleo o de la generación económica que dinamicen con sus empresas).

La tipología de personas que hacen emprendimiento social puede ser variada. Una referencia en este sentido es el informe del GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*) que clasifica a las organizaciones sociales en cuatro tipos: ONG tradicional, empresa sin ánimo de lucro, empresa social híbrida y empresa social con ánimo de lucro.

Debe tenerse en cuenta que en los procesos de impulso del emprendizaje social es importante recoger la generación de negocios inclusivos en la Base de la Pirámide (BdP)⁴ que están recibiendo un fuerte respaldo institucional y social debido a su capacidad para generar beneficios entre la diversidad de agentes con implicación: las comunidades de

la base de la pirámide, el sector privado, el sector social y las propias instituciones públicas. El término de Base de la Pirámide fue acuñado por CK Prahalad y Stuart Hart en su publicación “*The Fortune at the Bottom of the Pyramid*” (2002), para designar al segmento sociodemográfico situado en el estrato inferior de renta de la población mundial.

Todo ello es un proceso complejo que requiere de un elevado grado de innovación y conocimiento del contexto local para generar proyectos sostenibles que generen beneficios sociales, económicos y medioambientales. Así la complejidad y desconocimiento de los mercados de la base de la pirámide hace necesario el desarrollo de alianzas con actores locales que faciliten la co-creación de negocios inclusivos, a través de la combinación de las capacidades de la propia empresa con las del contexto. Esto permitirá superar una serie de barreras, tales como la escasez de conocimiento sobre las costumbres, necesidades y deseos de la población de bajos ingresos, la falta de legitimidad de la empresa para operar en este contexto o la dificultad para innovar en modelos de negocio. Todo este proceso busca la generación de proyectos fácilmente replicables o escalables para asegurar su sostenibilidad, en los que los componentes sociales y medioambientales del negocio estén arraigados en su concepción y actúen como principales fuerzas motrices del mismo.

Para el desarrollo de negocios en la BdP se requieren principalmente dos factores: capacidad de innovación y voluntad de internacionalización (sin olvidar un tercer factor clave: voluntad personal), siendo numerosos los sectores de actuación tales como salud, energía, medio ambiente, alimentación, educación, TIC o vivienda.



4. La Base de la Pirámide bajo el prisma de Euskadi, Pablo Sánchez, Fernando Casado, Jordi Vives y Juliana Mutis



ASHOKA: 3.000
innovadores que
han cambiado el mundo



Tribuna elaborada por
Antonella Broglia
Ambassador Ashoka
España

Tribuna

Ashoka (www.ashoka.org) es la primera red mundial de emprendedores sociales innovadores. En España en 2012 ya son 22 los emprendedores que integran esta red de personas motivadas por una visión y un objetivo común: transformar profundamente un problema social a través de un nuevo enfoque. Su trabajo abarca campos tan diversos y críticos como la salud, la educación, el periodismo y la práctica democrática, la inserción laboral de colectivos en riesgo de exclusión, el medio ambiente, la igualdad de género o el desarrollo de comunidades desfavorecidas. En todos estos ámbitos, los Emprendedores Sociales de Ashoka están aportando soluciones nuevas, probadas y con potencial de escalarse y provocar cambios profundos. Esta es la misión de Ashoka: apoyar a estos emprendedores, para que puedan primero afianzar sus proyectos y después exportarlos. Porque una fundamental medida de éxito de un emprendedor es que su modelo se adapte extensivamente y provoque un cambio estructural en un problema y en como la sociedad se enfrenta a él. Además, desde hace más de 30 años, en 70 países, los 3.000 Emprendedores Sociales de Ashoka (o Ashoka fellows) han demostrado su capacidad de trabajar en red con otros, generando sinergias y acelerando el cambio en diferentes sectores.

Bill Drayton, el fundador.

Ashoka fue creada por Bill Drayton, emprendedor a su vez. Como estudiante, Bill se forjó como activista de derechos civiles y fundó varias organizaciones. Drayton se licenció en Harvard y estudió en el Balliol College de la Universidad de Oxford, también se licenció en Derecho en la universidad de Yale y enseñó en la facultad de Derecho de Stanford y en la Kennedy School of Government de la Universidad de Harvard. En 1970 empezó su carrera profesional en la consultora McKinsey & Company en Nueva York. Drayton trabajó también para la agencia del medio ambiente donde colaboró en proyectos que fueron la base del Protocolo de Kyoto. En 2005 fue elegido uno de los líderes más importantes de EEUU por el Centro de Liderazgo Público de la Universidad de Harvard. Bill Clinton en su libro Giving ha pedido públicamente la nominación de Bill Drayton al Nobel por la Paz. En 2011 ha sido galardonado con el premio Príncipe de Asturias a la Cooperación internacional.



El Emprendedor Social de Ashoka

Un Emprendedor Social de Ashoka es en primer lugar un innovador: alguien que trabaja en una nueva idea para resolver un problema social, una solución que cambiará los patrones de trabajo en un determinado campo de acción. Y es creativo tanto en definir sus objetivos como en inventar soluciones para superar los obstáculos que inevitablemente surgirán en su camino. Pero en primer lugar un Ashoka Fellow es un emprendedor, alguien perseverante, que no acepta un no por respuesta, que trabaja incesantemente en la búsqueda de un resultado, que está constantemente perfeccionando su proyecto para lograr introducir un nuevo patrón en la sociedad.

Mucha gente emprende eficazmente, pero pocos cambian radicalmente el entorno en el que operan, y esos son los Emprendedores Sociales de Ashoka. Personas capaces de afectar a la vida de miles de personas, de cientos de miles. Como Howard Weinstein, Emprendedor Social en Brasil, que ha llevado aparatos auditivos que pueden operar con baterías y cargadores solares a más de 20.000 personas en 30 países. O como Alicia Cytrynblum, Emprendedora Social en Argentina, que ha creado una red de diarios que alcanzan a más de 2 millones de lectores, para difundir el periodismo ciudadano en Argentina. Además, un Ashoka fellow tiene una ética incuestionable, porque necesita ser imitado y sólo lo será si sabe despertar confianza.

Ashoka lleva más de 30 años identificando e invirtiendo en los emprendedores sociales más destacados y exitosos del mundo. Lo hace a través de un riguroso proceso de selección en el que participan expertos locales e internacionales para encontrar las ideas más innovadoras y a los emprendedores sociales más destacados en cada región. Ashoka invierte en personas y no en proyectos. En España 22 Emprendedores Sociales Ashoka están transformando la sociedad, en educación, como Rosel Battle, Narcis Vives o Pericles, en medio ambiente y entorno natural, como Beatriz Fadón, Jordi Pietx y Antonio García Allut, en desarrollo económico, como Peridis o Raúl Contreras, en temas de salud como Albert Jovell, Andrés Martínez o Faustino García, o en participación ciudadana como Pau Llop, Jean Claude Rodríguez Ferrara o Antonio García Domínguez.

Todos podemos cambiar el mundo

Pero los complejos problemas de la sociedad hoy en día necesitan mucho más. Necesitan que cada persona se sienta con la capacidad de mejorar su mundo, de intervenir positivamente en la realidad. Los 3.000 Emprendedores Sociales de Ashoka son héroes y ejemplos para todos, pero a partir de ahí deben surgir muchos más emprendedores sociales, todos nosotros debemos sentirnos parte de este movimiento. Por ese motivo Ashoka ha creado Changemakers, una plataforma donde cualquier persona que tiene un proyecto destinado a mejorar su entorno social lo puede presentar, puede colaborar con otros y trabajar para resolver unos retos globales (www.changemakers.com/es), siendo parte de esta manera de una comunidad internacional conectada.

Además, la experiencia con 3.000 Emprendedores Sociales Ashoka demuestra que un verdadero emprendedor empieza a desarrollar las capacidades de cambio y liderazgo desde edades tempranas. Es muy importante desarrollar en un joven todo su potencial de emprendimiento, hacerle sentir capaz de cambiar su entorno, y que tiene el derecho de hacerlo.

Por eso Ashoka ha creado el programa Jóvenes Changemakers (www.joveneschangemakers.org) que identifica y ayuda a jóvenes de 14 a 22 años que estén trabajando a proyectos capaces de resolver problemas sociales en su entorno.

Y finalmente, ya que nunca nadie ayudará a nadie si no se siente afectado por el sufrimiento de otra persona, si no siente como propio el sufrimiento de otra persona, Ashoka está impulsando a nivel mundial la enseñanza en las escuelas de la empatía, esa capacidad de ponerse en la piel del otro, de sentir el sufrimiento del otro, como primer paso para actuar. Recientemente Ashoka ha lanzado un espacio en la web, <http://startempathy.org> que precisamente pretende llamar la atención y reunir fuentes de conocimiento sobre empatía, sobre la importancia de educar a nuestros hijos en valores basados en ella, como componente ético esencial para que todo el mundo pueda cambiar el mundo.



Andrés Martínez, EHAS (Enlace HispanoAmericano de Salud)

Telemedicina en áreas rurales en países en desarrollo. Andrés ha adaptado tecnologías de telecomunicación para mejorar la eficiencia de los sistemas de salud pública en las zonas rurales más remotas de países en desarrollo. Para ello ha empleado redes inalámbricas de larga distancia que permiten una comunicación continua y directa entre personal auxiliar y personal médico profesional, mejorando la calidad de la atención a pacientes y reduciendo los costes al mismo tiempo.

WEB: <http://www.ehas.org/>

Campes (Campus Emprendedores Sociales de Asturias)

El Campus Emprendimiento Social Juvenil es una iniciativa, dirigida por la Asociación Campes, que persigue el objetivo de facilitar el emprendimiento social por parte del alumnado asturiano que esté motivado por trabajar una idea que transforme socialmente su entorno.

Se realiza durante un fin de semana, donde, con el asesoramiento de tutores y tutoras, puedan construir su proyecto, desarrollarlo y finalmente tener la oportunidad de acceder a financiación para llevarlo a cabo. El Campus Emprendimiento Social Juvenil se realiza con la colaboración de Ashoka España.

WEB: <http://www.campes.es/index.php>

Change.org

Plataforma de participación ciudadana, para luchar por lo que es justo a nivel local, nacional o global. Es una comunidad online de personas y organizaciones que unen esfuerzos para transformar el mundo diciéndole a gobiernos, empresas y otros actores importantes de nuestra sociedad qué cambios queremos.

Es el punto de encuentro de todas aquellas personas que saben que con la tecnología es posible liberar la capacidad transformadora de personas y organizaciones en favor de las causas sociales que de forma más urgente necesitan de nuestro apoyo para lograr avances concretos y duraderos.

La comunidad incluye a la ciudadanía, activistas, pequeñas y grandes organizaciones. Su objetivo es multiplicar su capacidad de mejorar la sociedad. Para lograrlo, se ponen a su disposición distintas herramientas que, con la colaboración de la comunidad y en tan sólo un par de clics, permiten ejercer la presión necesaria para provocar los avances necesarios.

WEB: <http://www.change.org/es/>

Essmart

Nacido en la India, el proyecto busca cubrir diferentes necesidades esenciales: la iluminación, la no contaminación de ambientes interiores y el agua limpia. Para ello aprovecha las soluciones tecnológicas ya desarrolladas por el tejido empresarial para satisfacer estas necesidades: LED de lámparas solares que permiten a niñas y niños estudiar, estufas mejoradas que reducen la contaminación del aire y filtros de agua que reducen las enfermedades provocadas por consumir agua en mal estado.

Ha creado un sistema de comercialización y distribución para hacer llegar estos productos a zonas remotas y personas con bajos ingresos, abriendo un nuevo canal de distribución a las empresas fabricantes de estas soluciones. Llevan estas soluciones, a un coste bajo, a las tiendas locales de venta donde las familias hacen sus compras.

ESSMART ofrece a responsables de las tiendas demostraciones de los productos, facilitando la distribución y simplificando los procesos de garantía.

WEB: <http://www.essmart-global.com/>

Faustino García Zapico, Unidad Terapéutica y Educativa de Villabona

Proyecto que ha buscado la conversión de las prisiones en espacios educativos a través de la eliminación de la violencia carcelaria generada por el enfrentamiento entre las y los internos y las y los funcionarios de seguridad. Su estrategia consiste en crear microsociedades gestionadas conjuntamente.

En su base se encuentra la consideración de que con un trato más humano se consiguen transmitir, a través de educación formal e informal, los valores y habilidades requeridos para una reinserción exitosa.

De este modo consigue que la “ley del silencio”, el enfrentamiento y la falta de confianza que han sido tradicionalmente las actitudes imperantes, queden en un segundo plano gracias a la generación de confianza y los valores positivos transmitidos por estas microsociedades.

WEB: <http://www.utevillabona.es/>

Grameen Bank

Grameen Bank es una entidad de microcrédito fundada en 1976 cuyo fin es proporcionar financiación a las personas más pobres de las zonas rurales de Bangladesh.

Fue la primera entidad en la gestión de microcréditos, potenciando las capacidades/habilidades infrautilizadas de la gente pobre por la falta de acceso al crédito y consiguiendo de este modo que la comunidad beneficiaria se implique en el esfuerzo emprendedor del conjunto de la sociedad.

En el proceso, la devolución del crédito se realiza en pequeñas aportaciones semanales y, aunque no se exigen avales, sí es necesaria una garantía grupal (quienes reciben microcréditos se responsabilizan solidariamente).

WEB: <http://www.grameen-info.org/>

La fageda

La Fageda es una cooperativa catalana de iniciativa social sin ánimo de lucro cuya finalidad es la integración laboral de las personas de la comarca de la Garrotxa (Girona) que sufren discapacidad intelectual o trastornos mentales severos. Las actividades productivas de la cooperativa son eminentemente agrícolas: una granja de vacas para la producción de leche, la planta de elaboración de productos lácteos, una sección de jardinería, un vivero forestal y un taller de manualidades. Esto se complementa con un conjunto de actividades asistenciales como el Servicio de Terapia Ocupacional, pisos asistidos para las y los trabajadores y actividades de ocio, persiguen mejorar al máximo la calidad de vida de sus usuarios y usuarias.

WEB: <http://www.fageda.com/es>

Momentum project

Momentum Project es una iniciativa de ESADE y BBVA dirigida a promover el emprendimiento social en España. Para ello, por un lado desarrolla un programa para consolidar y aumentar el impacto de estos emprendimientos y, por otro, aborda la creación de un ecosistema de apoyo a las y los emprendedores sociales, para que puedan consolidarse, crecer y escalar su impacto. A través de su programa de capacitación y apoyo contribuye a que la sociedad utilice su economía para implantar soluciones sostenibles que provean de igualdad de oportunidades a la ciudadanía, mejoren las condiciones de vida de los sectores de población más desfavorecidos y restablezcan el equilibrio medioambiental y social.

WEB: <http://momentum-project.org/es>

Valnalón

Ciudad Tecnológica Valnalón, desarrolla programas de fomento de la cultura emprendedora para alumnado de todas las etapas educativas en Asturias, cursos para profesorado y programas para familias. Además de la asignatura Empresa Joven Europea, cuyo currículo se ha elaborado dentro de esta iniciativa, hay otros tres programas principales:

- **Una empresa en mi escuela (Primaria).** El alumnado crea, organiza y gestiona una empresa cooperativa, para fabricar un producto y venderlo al final del curso en el mercado de su localidad.
- **Jóvenes Emprendedores Sociales (Secundaria).** El alumnado crea una asociación cuya actividad les permita conocer realidades sociales de otros países menos desarrollados y la situación de las personas. Contactan con asociaciones escolares de ese país para conocer la forma de vida de chicos y chicas como ellos.
- **Taller de Empresarios (Ciclos medios y superiores de FP y Bachillerato, Formación Ocupacional).** Desarrollo de proyectos empresariales y planes de negocio, que pueden llegar a ponerse en práctica. Para jóvenes de 17 a 25 años.

WEB: http://www.valnalon.com/valnalon_educa/

Vívelo travel

VÍVELO es un emprendimiento social que crea una plataforma online para poner en contacto a emprendedoras y emprendedores locales con viajeras y viajeros responsables para que intercambien, a un precio justo, experiencias de turismo que sean medioambientalmente sostenibles, contribuyan al desarrollo económico-social de las regiones y comunidades receptoras de turistas y promuevan la interculturalidad y la conservación de la cultura local.

WEB: <http://vivelotravel.com/>

Educación



En una sociedad globalizada basada en el conocimiento y la tecnología, resulta imprescindible para el progreso del territorio tener un número adecuado de personal científico e ingeniería, estimular las competencias científicas y la creatividad de la población, como ya fue reconocido, hace una década, en la Cumbre de Lisboa (2002). Estudios empíricos muestran la poca motivación y elección de la juventud europea hacia estudios científicos, tecnológicos y matemáticos, a pesar de los numerosos proyectos, iniciativas y programas de acción puestos en marcha en Europa para invertir esta tendencia.

Estos procesos de impulso de las vocaciones científico-técnicas están íntimamente ligados con la construcción de talento en la población y esto es, en sí mismo, uno de los ejes principales de la actuación para la dinamización de riqueza en un territorio. Por este motivo, las iniciativas de carácter innovador en el ámbito educativo deben ir dirigidas a generar talento y, en fases posteriores, a la gestión de dicho talento para que éste se incremente y se comparta. En este sentido es necesario especificar que debemos entender el talento como la capacidad del individuo para aprovechar los conocimientos adquiridos para elegir objetivos de alto valor añadido, movilizándolo su creatividad e utilizando los recursos a su alcance de manera eficaz.

Así los procesos educativos deben ser capaces de conseguir que las y los jóvenes y la sociedad en general, adquieran las destrezas y conocimientos necesarios para vivir en una sociedad competitiva, globalizada, basada en la tecnología y la ciencia, pero donde también los valores sociales (equidad, justicia o colaboración) estén en la base.

El equipo de investigación de José Antonio Marina⁵ indica que los niños y niñas deben ser capaces de adquirir capacidades en cuatro hábitos operativos: emprendimiento, creatividad, innovación y ejecutivo. Estos hábitos son básicos para lograr una sociedad innovadora, que impulse el desarrollo territorial. El emprendimiento será la vía para lograr incrementar la capacidad de la ciudadanía para iniciar proyectos, luchar contra la pasividad, buscar los conocimientos y ayudas necesarias,

soportar el esfuerzo y asumir riesgos y frustraciones. La creatividad como proceso para oponerse a la forma habitual de realizar las cosas, produciendo soluciones eficaces e innovadoras para resolver un problema o reto y como previo a la puesta en marcha de procesos de innovación. La innovación es la condición básica que debe ir unida al progreso de un territorio y a la vez ligarse al aprovechamiento del conocimiento para alcanzar las metas de alto valor añadido para la sociedad.

El refuerzo de la importancia de estos valores se ve también referenciado en el *Informe COTEC: Tecnología e Innovación en España (2011)*. COTEC destaca la necesidad imperiosa de cultivar la sensibilidad por las disciplinas de ciencia y tecnología, para lo cual es necesario que desde sus primeras fases, el sistema educativo mejore el sistema de aprendizaje de las bases científicas y humanísticas, de por sí complejas, porque son fundamentales para una sociedad innovadora y para el siglo XXI.

El gran reto de Asturias y España (e incluso se podría decir que también de Europa) está en lograr que con la educación se cree una pasión por emprender, se desarrollen habilidades para crear y, con ello, se siembren las nuevas oportunidades para transformar la sociedad a través de la innovación. Por eso adquieren una importancia trascendental los proyectos e iniciativas para el fomento de una cultura del emprendimiento, la creatividad y la innovación. Iniciativas en las que las TIC han permitido la aparición de muchas fuentes nuevas de conocimiento y aprendizaje, al mismo tiempo que han acelerado los procesos de adquisición de capacidades. A continuación veremos algunos ejemplos.



⁵ “Libro Blanco. Cómo construir una cultura del emprendimiento, la innovación y la excelencia. Una pedagogía de la Innovación Social” Fundación Repsol (2012).

Tribuna



¿Innovamos en educación?



Tribuna elaborada por

Paco Prieto

director de Fundación
CTIC Sociedad de la
Información

Estoy plenamente convencido de que cuando pensamos en territorios innovadores no debemos situar únicamente el foco en cuestiones empresariales. Son muchos los factores que intervienen en que un territorio sea permeable a la innovación y, como consecuencia, se incrementen los procesos de innovación empresarial y, por tanto, de riqueza económica en ese territorio.

Uno de estos factores es la **educación**. Abordar el binomio innovación - educación en un reducido espacio (el de esta tribuna) es complejo puesto que: (i) existe un amplio abanico de documentación al respecto, es un tema que, posiblemente, se ha tratado hasta la saciedad en diversas investigaciones, análisis de especialistas o experiencias piloto y (ii) se corre el riesgo de no hacer justicia a la multitud de experiencias y docentes verdaderamente innovadores en sus procesos de enseñanza que, con independencia de sus recursos, nos demuestran una y otra vez que sí es posible innovar en este ámbito. Tan complejo que me surgen más interrogantes que respuestas.

Entonces, ¿qué ocurre? ¿Por qué no se generalizan las buenas prácticas? ¿Por qué es imprescindible innovar en el sector educativo?

Es probable que cuando oímos hablar de innovación en educación, posiblemente pensemos en el establecimiento de mejoras cuantitativas (de incremento de los recursos materiales y humanos, por ejemplo). No creo que este sea el camino. No es suficiente. No se trata, exclusivamente, de una cuestión de recursos sino de una cuestión más profunda, de una concepción del hecho educativo diferente.

Los recursos son importantes, de eso no hay duda. De hecho, las tecnologías son un recurso imprescindible si hablamos de innovación. Y ¿qué ocurre con las escuelas y las tecnologías? ¿Es correcto identificar “introducción de tecnologías en el aula” con “innovación en la escuela”? No, aunque exista cierta relación de dependencia entre una y otra. La cuestión es que hay un modelo tradicional de aula que, aunque ha recibido la entrada de

tecnologías (ordenadores, portátiles, servidores, conectividad o pizarras digitales) está asociada a un modelo de enseñanza que no es coherente con la realidad del siglo XXI. Es más, si somos conscientes de que estamos con jóvenes que trabajarán en entornos laborales que, con gran probabilidad, no se parecerán a lo que vemos ahora, en ocupaciones que no conocemos, con tecnologías que ni imaginamos... ¿Por qué seguimos con estructuras educativas del siglo XX? Es necesaria una **innovación disruptiva en el ámbito de la educación**¹. Un modelo, en general, bastante alejado de los usos comunicativos y relacionales de la juventud actual y de los requerimientos del mercado laboral.

Netizens². La ciudadanía en la Red.

Hemos de tener en cuenta que el sector tecnológico está investigando actualmente en las tecnologías de dentro de 10 años³, entonces, ¿por qué parece que el sistema educativo no está preparando a las y los jóvenes para ser capaces de apropiarse de esa tecnología, enriquecerla, adquirir valor a través de ella y mejorar aquellas tecnologías con las que se van a encontrar en su hábitat social, laboral o de ocio, en los próximos 15 años?

La juventud que está hoy en la escuela serán ciudadanos y ciudadanas que se moverán en el entorno red, en el entorno digital. Entorno en el que desde los 10 o 12 años se accede a muy diversa información sin grandes dificultades, pero convertir esa información en conocimiento es otro asunto. La gran disposición de información que nos proporciona la Red actualmente, sin duda, requiere un cambio radical en el papel del profesorado: su labor como transmisor del “conocimiento” se reduce y se transforma hacia un rol de facilitador, de guía en el acceso al conocimiento y a los modelos de construcción colaborativa de este conocimiento que requiere, del profesorado, un impulso de las relaciones entre el alumnado. En el ejercicio de su función debe contribuir a formar y educar a la ciudadanía que vivirá, social, laboral y personalmente vinculada a la red y ello requiere otro tipo de aprendizajes, actitudes y aptitudes.

¹ Entrevista a Curtis Johnson, especialista en educación.

<http://www.rtve.es/television/20110629/manera-disruptiva-aprender/444403.shtml>

² Definición en wikipedia del concepto <http://en.wikipedia.org/wiki/Netizen>

³ Las tecnologías que veremos en 10 años. Elpais.com 8 de julio de 2012.

http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2012/07/08/actualidad/1341754999_947346.html

Y eso me lleva a otra cuestión: se dice que las y los jóvenes son “nativos digitales” y que por lo tanto, manejan y dominan las tecnologías de la información y la comunicación con gran facilidad. No estoy de acuerdo. Este es un primer mito que hay que desterrar. Sí es cierto que tienen una curva de aprendizaje sobre dispositivos, programas y una intuición “digital” muy superior a las generaciones que les precedemos. La juventud tiene una alta “capacidad operativa” (si se me permite la expresión) sobre determinadas actividades, funciones y tareas muy vinculadas al ámbito social de la red. Pero quedan otros muchos aprendizajes digitales necesarios tanto a nivel práctico, y quizás más importante, a nivel actitudinal: los valores que tiene que adquirir ese joven en la comunidad educativa, es decir, tanto en el aula, en el entorno escolar formal, como en su familia. Valores que tenemos muy claros en el contexto físico (“off-line”). La diferencia quizás esté en apoyarles, en mostrarles cómo ponerlos en práctica en el contexto digital.

Por tanto, parte de la responsabilidad recae en el entorno educativo formal y requiere la inclusión de innovaciones. Se trata de innovar en el entorno educativo para que menores y jóvenes adquieran habilidades y competencias digitales, que formen parte de una cultura digital que les permita, entre otros aspectos: (a) hacer un **uso avanzado** de las Tecnologías de la Información y la Comunicación apropiándose realmente de ellas y aprovechando todo su potencial; (b) participar y convivir en las **redes sociales**, siendo conscientes de que tienen una **identidad digital** y de que la red va construyendo su “**marca personal**”; (c) convertirse en una ciudadanía activa, participativa (tanto en la esfera pública como privada) lo que supone educar en la e-participación puesto que sí, la voz de las y los jóvenes es importante, pero el canal de participación, en la actualidad (y en el futuro) es digital; (d) **generar contenidos**, no sólo “consumirlos” sino producirlos, pensarlos, editarlos, publicarlos... El aprendizaje que se produce cuando se generan contenidos escritos o gráficos es un fiel reflejo del “aprender haciendo” (las “subtareas” que están por detrás de la producción de contenidos ponen en marcha diferentes aprendizajes que le ayudan en la adquisición de competencias transversales); (e) aplicar los conceptos (y procedimientos) de **confianza, seguridad y privacidad** al entorno virtual, al igual que adquieren y valoran su seguridad y privacidad en entornos físicos y fuera de la red, parece que estos conceptos se diluyen en los diferentes entornos y prácticas en la red; y,

por último (f) incorporar herramientas y fomentar actitudes hacia el aprendizaje relacionadas con la construcción de sus propios **entornos personales de aprendizaje**.

Pero que no se me malinterprete, no estoy diciendo que deban abandonarse los llamados “aprendizajes instrumentales” (la escritura, la lectura, el cálculo...). No es el caso, lo que creo es que deben adquirirse de acuerdo a las posibilidades y realidades del siglo XXI.

De la Sociedad de la Información a la Era Conceptual y Creativa

La Sociedad de la Información, de finales del siglo XX, está quedando atrás. Esta afirmación, aunque tajante, no quiere decir que desaparezca, sino que está evolucionando, que se está mezclando con otras premisas, enfoques, valores y prioridades que personas con altos niveles de experticia y conocimiento están poniendo encima de las agendas. Un ejemplo es Daniel Pink, quien en su obra **Una Nueva Mente** nos invita a reflexionar sobre los sentidos, las actitudes y las aptitudes que formarán parte de la Era conceptual. Otro es, Gary Hamel que nos advierte sobre que el mundo está ingresando en una nueva era económica, a la que denomina, **era de la creatividad**⁴.

Si esto es así y realmente así lo creo, entonces, es tremendamente importante prestar máxima atención, desde el contexto escolar, a estos cambios de paradigmas porque afectarán sustancialmente al tipo de aprendizajes que es necesario impulsar hoy para desenvolverse en entornos con variaciones importantes en el corto plazo.

Es fundamental desarrollar innovaciones disruptivas en el aula o asentar las existentes que afecten tanto a la distribución espacial del alumnado para fomentar el trabajo en equipo, como a los roles del profesorado como facilitador de conocimiento, impulsor de la creatividad, promotor de las capacidades necesarias para asumir responsabilidades (individuales y colectivas), autogestionarse, comunicarse (saber contar historias, hablar en público...) y, promotor autoconfianza entre otros factores.

4. La era de la creatividad.
<http://www.pacoprieto.com/la-era-de-la-creatividad.html>

Permitidmeenunciare algunos ejemplos relacionados con la adquisición de aprendizajes contemplados en el currículo oficial en mayor o menor grado de manera distinta (a la tradicional, basada en el libro de texto) que tienen las tecnologías como aliadas son:

- El desarrollo de programas vinculados a la robótica educativa. Pero no nos quedemos en la robótica sin más. La organización de eventos que permitan a las y los participantes exponer sus investigaciones, defenderse ante un jurado, etc. Implica la adquisición de otras competencias, como la síntesis, el análisis, la oratoria, la narración, la dicción, que les resultarán fundamentales en futuros contextos laborales.
- Vincular la ciencia con el cine, identificando películas y analizando o desmitificando aspectos de índole científico y tecnológico que se encuentran en un abundante número de películas comerciales.
- El mundo del videojuego y su aplicación educativa que, aunque está muy documentado, no está suficientemente integrado como aliado de la innovación educativa. De hecho, el uso de videojuegos permite una doble perspectiva: (i) trabajar en el aula la producción y programación de videojuegos con todo lo que ello implica no sólo desde el punto de vista de programación y lógica, sino los pasos previos de creatividad, diseño, guionaje, desenlace, etc. y (ii) su utilización como contenido sobre el que analizar multitud de aspectos relacionados con la historia, las ciencias naturales, la estrategia, la resolución de problemas, etc.
- La construcción de juguetes u otros útiles electrónicos en los que se ponen en juego muy diversos conocimientos y se evidencian los resultados más allá de circuitos abstractos en los que no se visualiza la relación, la aplicación a la “vida cotidiana”. Construcción que supone el diseño, la representación gráfica, la ejecución de fases y comprobación de funcionamiento...

Se trata de sólo algunos ejemplos. De hecho, las posibilidades son infinitas. Es más, nadie pone en duda la utilidad de las visitas a museos o los viajes de fin de curso para conocer en primera persona, por ejemplo, la arquitectura y otras representaciones artísticas que se “abordaron” en el aula. Me pregunto qué ocurriría si se trasladara a otros ámbitos relacionados con las tecnologías y, por extensión, con la innovación; qué impacto tendría en la juventud la visita a parques tecnológicos o a empresas tecnológicas que les permitiera descubrir,

en primera persona, las aplicaciones prácticas de la tecnología, la ingeniería, las ciencias o las matemáticas.

Otra alternativa (que propongo a modo de ejemplo): De la que se organiza una visita al Museo del Prado, que reitero que es sumamente importante, ¿por qué no visitar Chamberí Valley⁵? Sería una manera de conocer de primera mano las empresas y startup que, con la bandera de la innovación, el emprendimiento y la creatividad, están compitiendo en el mercado actual gracias al potencial que tienen las tecnologías de la información y la comunicación, la innovación, la creatividad y la autoconfianza.

Las tecnologías de la información y la comunicación, y el magnetismo de cualquier entorno con pantallas que atrae a las y los jóvenes es una excelente fórmula para innovar en el aula. No estoy pensando en clave de atraer a la juventud hacia el sector TIC, que también es una opción, sino de evidenciar y demostrar el carácter transversal que tienen las tecnologías de la información en cualquier sector y, por tanto, la necesidad de que sean profundamente introducidas en los procesos de enseñanza-aprendizaje. Son muchos los elementos y componentes que pueden permitirnos innovar en el aula, yo he optado por el componente tecnológico, aunque soy consciente de que no es tarea fácil. Pero eso no puede constituirse en una barrera inquebrantable, son muchas las alternativas novedosas que nos permitan la innovación en la educación. Muchas de ellas ya están ampliamente documentadas como buenas prácticas en diferentes blogs y webs especializadas, sólo tenemos que poner en marcha nuestras habilidades de búsqueda de información en la red para encontrarlas.



5. <http://chamberivalley.com/>



APPS for Good

Es una iniciativa creada por la organización sin ánimo de lucro CDI de Europa, en colaboración con Dell y con el apoyo de otras empresas tecnológicas. Se ha puesto en marcha en más de 40 escuelas de toda Inglaterra. Sus objetivos están ligados a impulsar la pasión por la tecnologías sociales y de la empresa de jóvenes de Reino Unido; alentarles a utilizar la tecnología para abordar los problemas sociales; aumentar sus capacidades empresariales; acercar la empresa a la juventud; construir un mundo en donde jóvenes, voluntariado y educadores y educadoras, se inspiran mutuamente para resolver problemas y tener éxito gracias a la tecnología móvil.

Las y los estudiantes desarrollan aplicaciones móviles a través de una especie de proceso empresarial. Se combinan una amplia gama de áreas, dando a las y los jóvenes una base en el trabajo de la iniciativa empresarial, la participación comunitaria, la resolución de problemas y el trabajo en equipo, así como el diseño y algunos conocimientos técnicos.

WEB: <http://appsforgood.org/>

Campus PROMETE

Se trata de un Campus de verano para el desarrollo del talento creativo, abierto a jóvenes de entre 10 y 18 años con el suficiente interés y motivación para desarrollar un proyecto personal en cualquier área del conocimiento: el lenguaje, la música, las artes, la ciencia o la tecnología.

Se facilita que cada alumno o alumna desarrolle durante el campus, un proyecto personal de libre elección gestionando su definición, diseño, realización, publicación y evaluación, con la ayuda del profesorado y el resto del grupo con los que interactúa y colabora, experimentando el ciclo creativo integral. El proyecto se comparte de forma presencial, pero también virtual.

WEB: <http://www.campuspromete.es/>

CienciaXCine

CienciaXCine es un proyecto que contribuye a la difusión de la ciencia y el aumento del interés por su conocimiento entre el alumnado y profesorado de primaria y secundaria. Mediante el uso de películas, con “cierto contenido científico”, se inicia un debate y reflexión sobre distintas temáticas relacionadas con ciencia y tecnología, que permiten su incorporación en el currículo del aula.

Ciencia x Cine a desarrollado su fase de pilotaje en 10 centros educativos del Principado de Asturias. El proyecto se ha realizado en el marco del programa Profundiza, cofinanciado por el Ministerio de Educación y Ciencia y la Consejería de Educación y Universidades del Principado de Asturias, dirigido a promover entre el alumnado el interés hacia la ciencia e innovación.

WEB: <http://www.fundacionctic.org/cienciaxcine/inicio>

Codecademy

Codecademy es una plataforma que ofrece una manera mejor y más interactiva para aprender a programar. Aporta nociones básicas sobre diferentes lenguajes de programación, con ejercicios prácticos y con un refuerzo social gracias a hitos, medallas y sistemas de compartición en redes sociales. Plantea una formación adaptada a las y los usuarios, acercando la programación de una forma intuitiva a profesionales que está fuera del mundo de la programación.

WEB: <http://www.codecademy.com>

Design for Change

Design for Change es el mayor movimiento mundial destinado a dar a los niños y niñas la oportunidad de expresar sus propias ideas para un lograr un mundo mejor y cómo ponerlas en acción.

Los niños y niñas, pero también las personas adultas, aprenden a abordar los desafíos para el cambio social a través de metodologías creativas. Quienes han participado, ya están cambiando su mundo. En 2012 el proyecto llega a 34 países y más de 300.000 escuelas de inspiración a cientos de miles de menores, su profesorado y familias, para celebrar el hecho de que el cambio es posible y que puede ser llevado a cabo.

El reto al que se enfrentan sus estudiantes tiene 4 fases sencillas: sentir, imaginar, hacer y compartir. Gracias al proceso, imaginan y llevan a cabo ideas brillantes, desafían las antiguas supersticiones en las comunidades rurales, ganan su propio dinero para financiar, por ejemplo los ordenadores de la escuela para resolver el problema de las mochilas pesadas.

Gracias a la iniciativa las y los menores están demostrando que tienen lo que se necesita para ser capaz de “diseñar” el futuro que desean.

WEB: <http://www.dfcworld.com/>

Fantastic Park

Fantastic Park supone una alternativa didáctica innovadora, centrada en proyectos reales, en el que los y las participantes conviven, crean, innovan y pueden comprobar que la ciencia y la tecnología pueden ser divertidas, despertando en ellos y ellas el gusto por estas materias y fomentando así futuras vocaciones científicas en estos ámbitos.

Las actividades y contenidos de los campus se estructuran alrededor de “proyectos” que favorecen la participación totalmente activa, fomentando el trabajo en equipo, con objetivos comunes y con resultados reales que serán visibles. Se trata de una estrategia pedagógica, un enfoque de aprendizaje que favorece el desarrollo de actividades relacionadas con el diseño, la creatividad, la resolución de problemas y la imaginación.

WEB: <http://campus.fundacionctic.org/>

First Lego League

Es un torneo internacional de robótica dirigido a chicas y chicos entre 10 y 16 años, que cada año se centra en un tema distinto de ciencia o tecnología. Quienes participan buscan soluciones a los distintos problemas que se les fueron dados, relacionado con el tema de ese año (“el desafío”) y exponen su investigación y su proyecto en concursos regionales que se llevan a cabo en todo el mundo.

Se orienta a fomentar la ciencia y la tecnología entre las niñas y niños, utilizando los valores de la innovación y la creatividad como vehículo para involucrar y motivar al alumnado en una experiencia de aprendizaje divertida, mediante una fórmula abierta, enriquecedora y participativa.

Asturias ha sido una de las regiones participantes en las últimas ediciones de esta competición, a través de la organización Fundación CTIC Sociedad de la Información.

WEB: <http://fl.fundacionctic.org/>

Iniciador Kids

El Campus de verano lanzado por la Fundación Iniciador pretende fomentar el emprendimiento desde la edad infantil (de 8 a 16 años), buscando un proceso en donde las niñas y los niños sigan sus sueños, aprendan de la aventura y aprovechen su talento. Proceso que inculca valores personales, educativos y profesionales, buscando que las niñas sean capaces de desarrollar proyectos a su medida y con los recursos a su alcance.

El campus se desarrolla con la colaboración y participación de emprendedores y emprendedoras reconocidas que inculcan entre quienes participan valores como la responsabilidad, el esfuerzo, la excelencia, la solidaridad, la creatividad, el liderazgo y la innovación.

El campus genera una experiencia de aprendizaje igualitaria, motivando su capacidad para generar nuevas ideas, identificando sus habilidades y competencias, y familiarizándose con el uso de las TIC.

WEB: <http://iniciadorkids.com/>

KHAN Academy

Khan Academy es una plataforma de enseñanza a través de Internet que incluye clases en vídeo, ejercicios prácticos, evaluaciones y estadísticas de cada alumna o alumno. Khan Academy es una organización sin ánimo de lucro creada con el objetivo de mejorar la educación, proporcionando una educación libre a cualquier persona en cualquier lugar. Es decir, busca convertirse en una academia de conocimiento libre, accesible y gratis. Aporta una gran cantidad de recursos formativos, de alta calidad, disponibles para cualquier persona de forma totalmente gratuita. Todos los contenidos en vídeo se acompañan de prácticas y otro material didáctico.

WEB: <http://www.khanacademy.org/>

Rome Cup

Reunión de alto impacto para transformar la robótica en una oportunidad para el desarrollo y el crecimiento en Italia. En una semana se desarrollan en Roma competiciones, prototipos didácticos, laboratorios y talleres. Se incluyen laboratorios didácticos para estudiantes de todas las edades organizados por 15 centros de excelencia, en donde también asiste el profesorado y se lanza el concurso Futurobot - Ideas para Robótica de la competencia futura del Campus Biomédico de la Universidad de Roma. Es un evento organizado por la Fondazione Mondo Digitale y promovida por la Comisión Europea, Dirección General Empresa e Industria.

WEB: <http://www.romecup.org/>

Empresa: Responsabilidad Social Corporativa



Otro elemento clave en el proceso de éxito de una estrategia de Innovación Social es el tejido empresarial del territorio. Desde el Comité Económico y Social Europeo (CESE) se han aprobado tres dictámenes que se centran en cómo dar un nuevo impulso al sector social y la responsabilidad corporativa, ya que considera que este sector social puede traducirse en oportunidades de negocio y en la creación, tan necesaria, de puestos de trabajo. Se anima a las y los responsables políticos a fomentar el emprendimiento social y fortalecer la responsabilidad social de las empresas en la Unión Europea.

Se busca incentivar el desarrollo de marcos nacionales para el crecimiento de las empresas sociales y que se aplique de manera apropiada el Fondo Europeo de Iniciativa Empresarial Social, reforzando el crecimiento, el empleo y la competitividad, mientras se crea una sociedad más inclusiva en línea con la estrategia Europa 2020.

El tercer dictamen aprobado por el CESE apoya el carácter voluntario de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), pero critica la falta de planes para alentar y ayudar a las empresas a asumir la responsabilidad por su impacto en la sociedad, pidiendo medidas específicas para las PYMEs y una mayor atención al sector de la empresa social, que ha sido descuidado en la iniciativa política de RSC.

De este modo y hablando de RSC, también denominada Responsabilidad Social Empresarial (RSE), nos encontramos con que las empresas tienen una responsabilidad de contribución activa y voluntaria a la mejora social, económica y ambiental, con el objetivo de mejorar su situación competitiva y valorativa y su valor añadido. De este modo las empresas han comenzado a establecer prácticas, estrategias e implantar sistemas de gestión empresariales que persiguen un equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental. Las empresas no sólo tienen una función económica, sino una función social y ambiental.

Esta responsabilidad parte de un principio de consideración de la empresa como un miembro más de una comunidad, y por tanto deben comportarse como ciudadanos y ciudadanas comprometidas, con ajuste a la ética y respeto por las personas y el medio ambiente.

De este modo, para la Organización Internacional del Trabajo (OIT) la “responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que éstas toman en consideración para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores”. Esta responsabilidad empresarial va ligada tanto a un ámbito interno como externo, teniendo en cuenta las expectativas del entorno en lo económico, social y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, las comunidades y el medio ambiente, en busca de la consecución de un bien común. Esto exige que la gestión responsable implique una conciliación entre los intereses económicos y las necesidades sociales del territorio en el que se asienta.

Algunas de las principales responsabilidades éticas de la empresa hacia la comunidad, que van muy en línea de los valores de fomento de la innovación social en el territorio, son:

- Servir a la sociedad con productos útiles y en condiciones justas.
- Respetar los derechos humanos con unas condiciones de trabajo dignas que favorezcan la seguridad y salud laboral y el desarrollo humano y profesional de los trabajadores y las trabajadoras.
- Respetar el medio ambiente.
- Procurar la distribución equitativa de los beneficios generados.

La responsabilidad e implicación empresarial es la que puede reforzar el éxito de la estrategia y puede llegar a implicarse en la financiación de actuaciones bajo los parámetros y directrices.



Tribuna



El poder socialmente innovador de la empresa, un proceso de redescubrimiento



Tribuna elaborada por
Alfonso Carlos Morales
Profesor titular en la
Facultad de C.E.
y Empresariales-ETEA,
y gestor del blog
especializado en
innovación social
“Cerillas en la oscuridad”

La primera responsabilidad de la empresa es competir en el mercado de manera eficaz, para hacer del proyecto empresarial una actividad sostenible; y, junto con ello, cumplir con las normas que la sociedad se ha otorgado a sí misma, incluidas aquellas que aluden al sostenimiento del Estado a través del adecuado cumplimiento de las responsabilidades fiscales. Estas responsabilidades prioritarias hacia los accionistas y la sociedad era acentuada hace cuarenta años por el fallecido Milton Friedman, premio Nobel de economía, al publicar un artículo en New York Times titulado “La responsabilidad social de las empresas consiste en elevar sus beneficios”. En dicho trabajo “inclinaba el péndulo” afirmando que los programas de responsabilidad social corporativa (RSC) no eran más que una “fachada hipócrita”, y que los empresarios partidarios de ellos “mostraban un impulso suicida”. Las ideas de Friedman transmitían el escepticismo y el desprecio generalizado con que muchas empresas, sobre todo norteamericanas, veían la RSC.

El escenario actual es bien distinto. Si hay una cosa que la crisis financiera y la caída del mercado bursátil de 2008 deberían habernos enseñado es que los precios de las acciones de corto plazo no son un factor de tranquilidad para la sostenibilidad de las empresas a largo. Limitarse a delegar la vigilancia del posible comportamiento, más o menos responsable de las empresas, ya sea en el Gobierno o en sus órganos reguladores, constituye el reflejo de una actitud del pasado. Hay que replantear el concepto del propósito de la empresa, o por qué no, de un sistema en crisis con nuevos actores -como son las empresas sociales en Europa o las B-Corps en Estados Unidos y también de los nuevos roles emergentes.

La idea de que las empresas no tienen ninguna responsabilidad ética por las consecuencias de sus acciones sobre la sociedad, o sobre el medio ambiente, simplemente constituye una perspectiva anticuada y sin sentido. Tanto por razones éticas, ya sea para respaldar valores que la sociedad reclama como propios, como por razones prácticas, de retribución al conjunto de los actores que participan de forma directa o indirecta en la sostenibilidad de la empresa, esta debe tratar de maximizar no sólo su valor privado, sino también su valor social: debe ser capaz de compatibilizar la búsqueda de beneficio privado con la generación de beneficios compartidos para aquellos directamente implicados en el proyecto empresarial como para la sociedad en su conjunto.

No obstante todavía hay muchos directivos y empresarios que piensan de hecho igual que Friedman. Pero también son muchos los que van convirtiendo la RSC en una prioridad estratégica. Hace diez años, por ejemplo, solamente una docena de empresas de la lista de Fortune 500 publicaban informes de RSC o de sostenibilidad. Ahora, la mayor parte lo hace. Más de 8.000 empresas de todo el mundo se han suscrito al Pacto Global de las Naciones Unidas [UN Global Compact] en una demostración de buena ciudadanía global en las áreas de derechos humanos, estándares laborales y protección por el medio ambiente.

Las expectativas de transformación y de “cambio de paradigma” son esperanzadoras. Así las futuras generaciones de líderes empresariales muestran ciertos indicios de este proceso transformador en dar mayor prioridad a la RSC. Según datos divulgados en junio del 2012 por Net Impact, organización sin fines de lucro que orienta a recién licenciados y a las empresas en la promoción de la sostenibilidad, un 65% de los MBAs consultados dijeron que están dispuestos a marcar la diferencia en la sociedad y el medio ambiente a través de su trabajo.

Estas intenciones se ven respaldadas por otros comportamientos a medio y corto plazo. De esta forma, en medio de una recesión persistente que ha erosionado los beneficios de las empresas e intensificado la presión por parte de los accionistas, las empresas están creando modelos de RSC más innovadores. En vez de contar con un departamento modesto dedicado a “una actividad funcional más” —representado en el organigrama como una pequeña unidad de relaciones públicas o de una división de acción social— muchas empresas, en lugar de eso, están intentando “integrar transversalmente” la RSC en su actividad de negocio “redescubriendo que lo social” está en su ADN. Por el contrario aquellas organizaciones que sólo se preocupan de la RSC por motivos de marketing, pueden verse externamente sorprendidas y rebasadas por la reputación de sus competidoras o mostrar mayor propensión a tropezar a corruptelas y escándalos de fraudes contables, a nivel interno.

El proceso de “redescubrimiento” comienza básicamente, por los clientes: las empresas se preocupan por la RSC porque sus clientes también se preocupan. Numerosos estudios señalan que las políticas de RSC forman cada vez más parte de sus decisiones de compra. Landor Associates, empresa de branding, constató que un 77% de los consumidores considera importante que las empresas tengan responsabilidad social y esto

se contagia a pasos acelerados. En la Era de la Información, los clientes tienen más formación y acceso a todo lo que pasa. Ya no es un secreto para las personas la forma en que se produce el alimento que consumen, o cómo se fabrica su smartphone o su tablet. Y gracias a los medios sociales, personas que piensan de la misma manera se encuentran fácilmente entre ellas, dicen lo que piensan y producen cambios. La transparencia es el caldo de cultivo ideal para la transformación.

Además una política de RSC innovadora constituye una forma de atraer buenos colaboradores y retenerlos. Según una investigación de Deloitte realizada el 2011, un 70% de los jóvenes de la generación del milenio [o generación Y], con edades entre 18 y 26 años, dijeron que la implicación de una empresa con la comunidad influye en su decisión de trabajar o no en ella. Recordemos que esta “generación Y” ha sido testigo de varios desastres naturales, políticos y corporativos, y de alguna forma se sienten personalmente responsables y capacitados para producir los cambios necesarios. Por su parte en un estudio a nivel global sobre los RRHH de Towers Perrin la responsabilidad social de la empresa está entre los diez ítems motivacionales más importantes. De esta forma la RSC ocupa el tercer lugar en la lista de las cosas que más estimulan la implicación de las personas con su trabajo (el segundo factor que más motiva al trabajador en el caso de empresas norteamericanas).

Pero los clientes externos e internos son, de alguna manera un primer paso. Coca Cola, por ejemplo, reintrodujo un programa para potenciar la actividad emprendedora de mujeres jóvenes en países en desarrollo cuya pretensión es conseguir que cinco millones de mujeres del mundo se integren, hasta 2020, en su cadena de valor (tareas de distribución o como embotelladoras locales). El impacto esperado puede ser múltiple: aumento de las ventas, mano de obra cualificada pero también familias con acceso a un mayor nivel de prosperidad. Visa es otro ejemplo en situar la acción de la RSC en la población, en la “base de la pirámide”. La empresa firmó con gobiernos locales y organizaciones sin fines de lucro enfocadas hacia la inclusión financiera convenios de colaboración para potenciar su impacto. Estas alianzas “socialmente” estratégicas van transformando paulatinamente la arquitectura económica del mundo en desarrollo, y otorgan a las personas con acceso precario a los servicios financieros medios que a medio plazo les permitirán efectuar pagos, ser pagadas y ahorrar, y en un futuro no lejano, ser clientes de Visa.

La encrucijada, que planteó Prahalad en su famosa obra sobre la “base de la pirámide” es de primer orden. O bien la empresa adopta un rol pasivo e inerte a estas transformaciones, asumiendo el riesgo de este inmovilismo en todos sus niveles, o bien retoma el desafío que este nuevo escenario supone para convertirse en el arquitecto de un “nuevo ecosistema” de colaboración e intercambio en el que innovar socialmente constituye un nuevo eje para, incluso, su propio cambio. Se trata como indica Dina Rajack en su obra “In Good Company. An Anatomy of Corporate Social Responsibility (Stanford University Press), que más allá de los objetivos concretos de cada política, el fin último de la empresa consiste justamente en reforzar su poder, es decir, en consolidar su papel de “agente central y arquitecto del desarrollo o “en una institución de gobernabilidad”.





Proyecto RADAR IS

El proyecto RadarIS incorpora la innovación social dentro de la estrategia, a través del diseño del Radar de Innovación Social Empresarial, que consiste en la creación de un modelo que permita diagnosticar la estrategia de las empresas en materia de innovación y responsabilidad social y les facilite el camino hacia la competitividad sostenible.

En la iniciativa se han implicado diferentes agentes del País Vasco como GAIA, Clúster TIC del País Vasco, la Agencia Vasca de Innovación, INNOBASQUE. La metodología de RadarIS ha definido las dimensiones de la Innovación Social Empresarial (ISE), proponiendo un modelo parametrizado, que responde a la necesidad por parte de las empresas de contar con herramientas tangibles que ayuden en la definición y gestión de estrategias de Innovación.

El proyecto responde a que la RSC se está instaurando paulatinamente como un elemento clave de competitividad pero es necesario seguir trabajando para extender iniciativas socialmente responsables basadas en la innovación. El resultado final será la obtención de un tejido empresarial más social y competitivo, y la creación de empleos de calidad.

WAYRA

Desde Telefónica se ha puesto en marcha el proyecto WAYRA, que ayuda a hacer realidad proyectos de emprendedoras y emprendedores que cuenten con ideas en el ámbito digital, en entorno web o soporte móvil, tenga o no una empresa constituida.

Se han creado varios centros WAYRA en Latinoamérica y Europa, con el lanzamiento de varias convocatorias para la selección de proyectos. Los proyectos ganadores cuentan con un equipo de mentoras y mentores expertos para el apoyo en sus iniciativas empresariales.

WEB: <http://www.wayra.org>

Intraemprendizaje



El concepto de “intraemprendizaje” puede ser analizado o interpretado desde diferentes perspectivas, pero abordándolo de una forma sencilla podemos indicar que intraemprender es la acción de emprender en el seno de una organización ya existente.

En el año 1985 Gifford Pinchot III publica su libro titulado *“Intrapreneuring, or Why You Don't Have to Leave the Corporation to Become an Entrepreneur”*, momento en el que el concepto de “intraemprendizaje” se referencia tanto en el ámbito académico, como en la práctica empresarial. Hasta entonces, se consideraba empresario o empresaria a la persona que emprende y que, con una combinación de intuición y oportunismo, era capaz de combinar unos determinados factores de producción y desarrollar un negocio.

La idea de intraemprendizaje se ha referenciado principalmente al ámbito de las grandes empresas y en lo que se refiere al comportamiento emprendedor de una parte de su personal o de sus unidades organizativas. Estas empresas dependen de estas personas, personal emprendedor, capaces de asumir riesgos y de impulsar la creatividad y la innovación, para poder sobrevivir en entornos tan dinámicos y competitivos como los actuales.

Por este motivo, actualmente para el tejido empresarial es importante fomentar la figura del personal “intraemprendedor” en el seno de las empresas, animando al personal trabajador a desafiar, a cuestionar, y a responsabilizarse personalmente en el desarrollo de nuevos negocios, siendo necesaria una transformación sustancial y nuevos modelos de gestión que creen las condiciones favorables para el florecimiento del intraemprendedurismo. Luchando así por la puesta en marcha de iniciativas especialmente delicadas y difíciles en organizaciones empresariales, cuyas tendencias naturales apuntan siempre hacia la estabilidad, la rigidez y la seguridad (evitar el riesgo).





La innovación abierta y red. El valor del intraempresario en las organizaciones



Tribuna elaborada por
David Pascual Portela
gerente de desarrollo
institucional de la
innovación en INDRA

Tribuna

La innovación abierta indica cómo se relacionan los diferentes agentes del ecosistema para llevar a cabo la innovación en los diferentes ámbitos (tecnológico, organizativo, servicios, etc). Es el engranaje y catalizador fundamental que permite el cambio de manera natural hacia un nuevo modelo productivo en la economía del conocimiento. La innovación abierta se basa en la cooperación entre los agentes del ecosistema, cuyos pilares fundamentales son la diversificación tecnológica, y la consciencia de que el talento está en todas partes. Hoy en día existe una convergencia acelerada entre tecnologías y tendencias del mercado, y la hibridación y co-creación de nuevos productos y servicios entre compañías favorece la cooperación y un modelo colaborativo.

La innovación abierta está íntimamente relacionada con los conceptos de intraemprendedor e innovación social donde el eje central y pilar son los ciudadanos, ya que la innovación abierta considera por un lado a los empleados y la propia organización como un agente del ecosistema, y por otro considera a la sociedad en general como colectivo y sus ciudadanos como un agente fundamental del cambio y catalización de la innovación y mejora de la sociedad.

Las fuentes de la innovación no son únicamente los departamentos I+D+i, sino que es una tarea de toda la organización. Se debe aprovechar el conocimiento y talento existente de la totalidad de los integrantes de una compañía. Los empleados son el elemento fundamental de la innovación en la organización, son los catalizadores de nuevas ideas e iniciativas y motor de cambio hacia una cultura innovadora. Éstos favorecen la transversalidad de las ideas y el establecimiento de sinergias entre áreas o departamentos en principio desconectados y sin ningún tipo de relación, convirtiéndose en catalizadores y agentes del cambio dentro de la propia organización.

El concepto de intraemprendedor no es un concepto nuevo, el término se consolidó a principios de los años 80, en un libro de Gifford Pinchot III, "Intrapreneuring", de 1985. Intraemprendedor es toda aquella persona que pese a trabajar "por cuenta ajena" en una entidad, empresa o corporación mayor, genera y lleva adelante productos y servicios que, en cierta manera son pequeñas startups y cuyos "inversores" son la entidad para la que trabajan.

Así pues, un intraemprendedor es la persona que centrándose en la innovación y en su propia creatividad, transforma una idea en un proyecto realizable, trabajando en el seno de una organización determinada y persiguiendo sus mismos objetivos.

El fomento del intraemprendizaje es muy positivo para la empresa, ya es una fuente de nuevas ideas o iniciativas de manera natural y fuera de las áreas que posee la compañía para estas actividades (marketing, desarrollo de negocio, estrategia, I+D+i). Y también para los empleados que pueden desarrollar su creatividad dentro de la compañía sin asumir los riesgos a los cuales se enfrenta un emprendedor, sobretodo de tipo financiero.

El sistema de trabajo y fomento del espíritu intraemprendedor en las empresas se basa en dar cierta libertad a los empleados para que desarrollen su creatividad, iniciativas y generen sus propios proyectos siempre que éstos estén alineados con su estrategia de compañía. Las organizaciones deben tener un proceso de análisis, validación y priorización de las iniciativas que surgen de los empleados, para evaluar si pueden tener una orientación a mercado o ser un instrumento de mejora interna (procesos, sistemas de gestión del conocimiento, etc.). Algunas empresas van incluso más allá, ceden la gestión financiera y fondos necesarios para afrontar esos proyectos prestando total libertad al empleado para que ejecute su iniciativa, creando start-up bajo el paraguas de la compañía.



Google es un claro ejemplo de organización que fomenta y promueve la innovación a través de sus empleados. Les permite dedicar hasta el 20% de su tiempo semanal para desarrollar y dar vida a cualquier idea innovadora que se les ocurra.

En definitiva, este fomento y desarrollo del espíritu intraemprendedor en la empresa es como unir el ímpetu y ganas de una start-up con la base y recursos de una empresa consolidada. Estos factores son prioritarios en las organizaciones que miran el largo plazo y creen en la Innovación y el talento, quieren expandir sus operaciones, fomentar la creatividad y transmitir ilusión y compromiso a sus empleados.

Este impulso al intraemprendizaje, debe asentarse en un fomento del espíritu emprendedor dentro de la empresa a través de diversos mecanismos como son la formación (incluyendo planes que desarrollen habilidades como la creatividad, pensamiento lateral, la innovación, elaboración de planes de negocio o metodologías ágiles de lanzamiento de proyectos), la creación de comunidades de conocimiento (para que el personal pueda expresar y compartir sus inquietudes e ideas) o poniendo a disposición de los empleados herramientas colaborativas (para favorecer la interacción entre diferentes áreas, y generar procesos de innovación abierta y participativa). Una iniciativa muy reciente que está teniendo una gran aceptación es establecer retos muy concretos a los que se tienen que enfrentar la organización y, entre todos los miembros de la misma, proponer soluciones. Es un modelo de empresas tipo Innocentive pero llevado a la propia organización. Este tipo de iniciativas también están siendo utilizadas por las administraciones, en especial por parte de los ayuntamientos para asuntos relacionados con el gobierno abierto y participación de la ciudadanía.

Debemos tener en consideración que los empleados como agentes de innovación y motor de cambio en las empresas son lo mismo que los ciudadanos a la sociedad y al territorio en el cual desarrollan su vida. Por lo tanto, los instrumentos y mecanismos de fomento del espíritu emprendedor que se utilizan en las organizaciones son válidos en el ámbito de la innovación de social y pueden ser utilizados por las administraciones públicas para acercarse a la ciudadanía y poder establecer un ámbito de colaboración y participación bidireccional. Las Administraciones Públicas

deben considerar a la ciudadanía como un agente de la innovación, estableciendo mecanismos y herramientas que favorezcan la cooperación y colaboración con ellos, donde puedan expresar sus necesidades y también sus propuestas de mejora e iniciativas. Un claro ejemplo de esto son las iniciativas de gobierno abierto que están llevando a cabo diferentes ayuntamientos estableciendo retos y problemáticas a la ciudadanía, o la interacción bidireccional ciudadano-ayuntamiento con el reporte de incidencias de mobiliario urbano a través del teléfono móvil. Es en este proceso en donde podemos hablar de innovación social, un concepto actualmente en auge pero que no es nuevo, centrada en la generación de valor para la sociedad. El epicentro de este tipo de innovación son los ciudadanos, la generación de valor de este tipo de innovación es para la mejora de la sociedad y calidad de vida de los ciudadanos. Las innovaciones sociales incrementan la riqueza social (cultural, artística, educativa, etc.) de la ciudadanía y de su territorio, si dichas mejoras afectan a amplias capas de la población. La innovación social tiene que ver con la gente y sus formas de vida, con situaciones que se dan en estas relaciones de convivencia.

La innovación social se refiere a valores sociales y nuevas ideas que resuelvan retos en áreas como por ejemplo, el bienestar, la calidad de vida, la inclusión social, la solidaridad, la participación ciudadana, la calidad medioambiental, la atención sociosanitaria, la eficiencia de los servicios públicos o educación en beneficio de las personas y el planeta.

Las iniciativas de innovación social provienen de individuos, grupos u organizaciones y pueden tener lugar en las empresas, en el ámbito del conocimiento, en el sector público o también en el sector no lucrativo (en el cuarto sector). Cada vez, más las iniciativas de innovación social se están produciendo en la intersección entre estos tres sectores por la interacción entre diferentes enfoques, su carácter disruptivo y posibilidad de co-creación. La Innovación social es un compromiso de todos los agentes que forman parte de la sociedad y del territorio en el cual se quiere desarrollar la acción de innovación social.



CAPSA. Impulso del valor de las personas

La innovación juega un papel muy relevante dentro de la estrategia de crecimiento de la marca Central Lechera Asturiana. Además de contar con un Observatorio de la Innovación que le permite capturar tendencias, oportunidades e ideas a través de fuentes internas y externas de información, tienen muy en cuenta el valor de su personal para la generación de ideas a través de grupos reducidos con alta capacidad creativa, con los que realizan un proceso de formación.

WEB: <http://www.centrallecheraasturiana.es/>

INDRA. Innova-T

Talleres de transformación orientados a interiorizar, en 2 días, que el cambio empieza en una o uno mismo, que poseemos las habilidades y hay que descubrirlas.

Se desarrolla un proceso de tutorización en cascada en el que cada responsable tutoriza a sus empleados y empleadas bajo la premisa de que las ideas sean creativas y no relacionadas con su puesto de trabajo en concreto.

Con la puesta en marcha de plan de acción se mejoró el 25% de la producción, gracias a una propuesta de mejora del proceso de lijado.

Se desarrolla un trabajo con valores, basado en el coaching y en el desarrollo de personas a través de planes de acción no relacionados con su actividad orientándose a la mejora de la persona como profesional y como individuo.

Se basa en la creencia en que todas y todos llevamos dentro un enorme potencial.

WEB: <http://www.indracompany.com>

SEM. Cambio de cultura organizativa

Talleres de transformación orientados a interiorizar, en 2 días, que el cambio empieza en una o uno mismo, que poseemos las habilidades y hay que descubrirlas.

Se desarrolla un proceso de tutorización en cascada en el que cada responsable tutoriza a sus empleados y empleadas bajo la premisa de que las ideas sean creativas y no relacionadas con su puesto de trabajo en concreto.

Con la puesta en marcha de plan de acción se mejoró el 25% de la producción, gracias a una propuesta de mejora del proceso de lijado.

Se desarrolla un trabajo con valores, basado en el coaching y en el desarrollo de personas a través de planes de acción no relacionados con su actividad orientándose a la mejora de la persona como profesional y como individuo.

Se basa en la creencia en que todas y todos llevamos dentro un enorme potencial.

WEB: <http://www.semgrupo.com/>



Calidad de Vida



En la actualidad España y el resto de Europa, al igual que Asturias se encuentran en una situación delicada desde el punto de vista de la calidad de vida y el bienestar de la ciudadanía. Un factor crítico común al conjunto de Europa es el envejecimiento demográfico, pero también las situaciones de destrucción de empleo, y otros elementos del estado de bienestar como dependencia o el sistema sanitario. Están sobre la mesa un conjunto de retos que requieren de una rápida acción, y en donde la innovación social puede jugar un papel para lograr el justo equilibrio entre la contención del gasto público y la garantía de bienestar y calidad de vida, y ayudar a la puesta en marcha de iniciativas para la mejora del bienestar. En el ámbito sanitario se debe trabajar en una mayor seguridad en sanitaria, promocionar la salud y mejorar el conocimiento sanitario. La Salud y el sistema sanitario es uno de los grandes retos a abordar. El sistema sanitario actual se encuentra ante ciertas debilidades que hacen necesarias actuaciones diferenciadoras para combatir estas debilidades: envejecimiento poblacional, alto gasto sanitario, mapa sanitario no optimizado en cuanto a recursos y ámbitos asistenciales o rigidez estructural.

Las variaciones sociodemográficas de Europa han generado un envejecimiento de la población y evidentes modificaciones en la estructura familiar. Esta tendencia, junto a otras, provoca el incremento de la demanda de servicios sociales y la aparición de nuevas necesidades. La atención a las personas mayores dependientes es muy importante en esta situación. Pero esto no debe servir para ver a la sociedad envejecida como un conjunto de población pasiva. De hecho pueden y deben convertirse en uno de los mayores activos de cualquier sociedad.

A continuación mostraremos varias experiencias que están aprovechando oportunidades para generar cambios en los procesos de atención sanitaria, experiencias que están aprovechando una serie de oportunidades desde una perspectiva creativa y diferente que ayuda a mejorar la calidad de vida de la ciudadanía en el ámbito de la salud y de su proceso de envejecimiento.

Algunas de ellas planteadas para fomentar la interacción y conversación entre los pacientes y sus médicos, para lograr comunicación sea más fluida y

ello revierta en una mejora de la atención sanitaria. Existen nuevas fórmulas que proporcionan herramientas y mecanismos innovadores, basados en tecnología, que promueven la mejora del trabajo colaborativo, entre la Administración y el ciudadano (mediante la búsqueda de nuevas formas de participación y de educación para la salud) y de los propios ciudadanos entre sí (haciendo uso de herramientas como las redes sociales, la inteligencia colectiva, la gestión de la información y el conocimiento, etc.). Se logra así que las personas intervengan en el proceso cooperando y colaborando durante el ciclo asistencial para mejorar la calidad y eficiencia de la asistencia sanitaria. Esto permite un cambio de enfoque, en donde la colaboración masiva, y la creación de redes de confianza para acercar la información del ámbito de la salud. Se puede lograr una atención especializada, con servicios de atención para grupos específicos de pacientes (diabéticos, mayores dependientes, niños, enfermedades graves, etc.). El flujo continuo y actualizado de información, y la disponibilidad de herramientas 2.0 hacen posible esta especialización de los servicios, permitiendo la creación de equipos multidisciplinares en los que los profesionales médicos pueden concentrar su acción en su campo específico de actividad, aquel en el que son capaces de aportar mayor valor al paciente. En definitiva se trata de fomentar nuevas conversaciones, entre los diferentes agentes del sistema sanitario, que acercarán la sanidad a la ciudadanía, y se convertirán en la semilla de futuros cambios e innovaciones. Es por tanto, muy importante la aplicación de la tecnología ligada también a la atención de las personas ancianas, las que padezcan enfermedades crónicas, las que tengan discapacidad, creando entornos asistidos e inteligentes que previenen el aumento de los costes de la asistencia social y sanitaria, utilizando la tecnología para reducir las barreras que impidan la participación y la movilidad de estas personas en sus entornos.

Procesos en los que es imprescindible tener en consideración a las entidades del tercer sector de acción social, que vienen participando desde hace años en la atención a las personas en situación de dependencia y apoyando el esfuerzo de las familias y de las corporaciones locales en este ámbito. Estas entidades constituyen una importante malla social que previene los riesgos de exclusión de las personas afectadas, y que por tanto deben jugar un papel esencial en los procesos.



La innovación social: herramienta clave para la inclusión

Tribuna elaborada por la
Unidad Operativa Centro
de Pensamiento Social,
coordinada por
Sergio Tobón



Tribuna

Actualmente no existe un consenso acerca de cuál es la mejor definición de la innovación social, aunque sí lo hay sobre sus beneficios. Se han realizado diferentes aproximaciones que tienen algunos puntos de convergencia, no sólo desde el enfoque, sino también desde las diversas aproximaciones y prácticas que se han desarrollado a la luz de la innovación social. A continuación, se presenta un breve ejercicio de aproximación a partir de tres elementos principales: primero, un análisis sobre la innovación social; segundo, se identifican algunas formas en las que ésta se ha hecho manifiesta en un departamento con características de desigualdad en la distribución de los recursos y en el acceso a las oportunidades como lo es Antioquia; y por último, una aproximación a la formulación de políticas innovadoras.

Innovación social: eficiencia e impacto colectivo.

La innovación social puede interpretarse como un proceso de mejora continuo en la intervención de los diferentes problemas que afectan a la calidad de vida de cualquier comunidad, con miras a optimizar recursos y lograr un mayor y mejor impacto. Así lo reconoce una de las principales organizaciones que ha abordado el tema en América Latina, la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), que define la innovación social como los *“nuevos procesos, prácticas, métodos o sistemas para llevar a cabo procesos tradicionales o tareas nuevas que se hacen con participación de la comunidad y los beneficiarios. Estos se transforman en actores de su propio desarrollo, fortaleciendo así el sentimiento de ciudadanía”*.

De otro lado, la Escuela de Negocios de la Universidad de Stanford define la innovación social como una *“solución que resulta novedosa, efectiva, eficiente, sostenible y justa para una necesidad o problema social; y que es mejor a las aproximaciones existentes, atacando problemas de la sociedad como un todo y no de un solo sector de individuos”*. Como puede verse, esta definición, al igual que la elaborada por otros actores, incluye no sólo los modelos eminentemente nuevos, sino también los cambios que se hacen a los procesos existentes. De ahí que no pueda perderse de vista aquellas iniciativas que mejoran la eficacia de las acciones emprendidas por los diferentes actores, tanto del sector público como del privado, con miras a mejorar la calidad de vida de una población determinada.

Otra de las facetas que presentan los procesos de innovación social, es la búsqueda conjunta de impacto social desde cinco puntos de vista: la

generación de redes de apoyo financiero a procesos colectivos, la promoción de alianzas público-privadas, la consolidación de iniciativas multisectoriales, la instalación de redes sociales comunitarias, y la construcción de agendas comunes con las comunidades. Es así como cualquier proceso de innovación social, debe medirse desde la capacidad que tiene de cumplir estas cinco condiciones, de manera que sea la propia comunidad la que genere su dinámica de trabajo.

Antioquia y la necesidad de una agenda de innovación social.

En un departamento como el nuestro, con características y problemas tan particulares, se han venido presentando importantes ejemplos de prácticas de innovación social que pueden resultar muy valiosas y pertinentes en otro tipo de contextos. Estas intervenciones, han tenido lugar para afrontar problemáticas como la desigualdad social, tanto en la distribución de los recursos como en el acceso a las oportunidades de desarrollo que, tradicionalmente, han dejado a ciertos sectores poblacionales rezagados. Con miras a promover un desarrollo más equitativo en nuestra región y enfrentarse a la situación de pobreza en la que viven muchos antioqueños, se han diseñado e implementado estrategias dirigidas a poblaciones vulnerables como: los jóvenes en conflicto con la ley, o que están en riesgo de ser reclutados por grupos ilegales; comunidades conformadas por miembros de minorías étnicas y madres cabeza de familia; entre otros.



Uno de los factores fundamentales de las intervenciones con componentes de innovación social, es la participación del sector privado, bien sea a través de proyectos de responsabilidad social, de manera más amplia, en asociación con instituciones gubernamentales mediante alianzas público-privadas. Aunque desde esta evaluación, no pueden dejarse a un lado iniciativas emprendidas por los gobiernos departamentales y municipales que se han focalizado en sectores de la población antes desatendidos como la primera infancia, la tercera edad y los adolescentes de bajos recursos, procesos, que a la luz de la innovación social, resultan estratégicos para la generación de un mayor impacto colectivo. Además de esto, se pueden identificar prácticas que han contado con la participación de las comunidades y los beneficiarios en las diferentes etapas de las intervenciones, incluso en etapas tempranas como el diagnóstico de las situaciones problemáticas y la planificación de las alternativas para enfrentarlas. Ello es, tal vez, una de las características que hacen que un proyecto sea innovador desde el punto de vista social y así lo reconoce la CEPAL en su definición del concepto, considerando que uno de los factores fundamentales para que pueda hablarse de innovación social consiste en la inclusión y la participación en las diferentes etapas del proceso de la comunidad, pues tradicionalmente se enfrentaban los problemas sociales con iniciativas exógenas y unilaterales.

A pesar de los avances, Antioquia todavía tiene el reto de construir un reto claro en su agenda de innovación social. En este caso, una tarea pendiente es generar las condiciones necesarias para que la innovación social tenga lugar dentro de un marco institucional adecuado y pertinente, que ayude a la consecución de los procesos de intervención social ya existentes, y que permita un mayor impacto de las acciones públicas y privadas que tienen lugar en diversos lugares del departamento. Los retos y las posibilidades de esta agenda son enormes, en tanto deben incluir procesos claros de medición, seguimiento e impacto que aún no están claros.

Políticas públicas para la innovación social.

Las diferentes estrategias innovadoras que han tenido lugar en el Departamento de Antioquia, pueden y deben convertirse en un insumo para los gobiernos y demás actores interesados en afrontar los problemas sociales en Colombia, y en cualquier otro país que cuente con características y problemáticas similares a las nuestras. En ese sentido, la construcción de políticas de innovación social debe tener en cuenta tres dimensiones

esenciales: la primera es la del contexto político, que le permita identificar los intereses y los objetivos a los que la política pretende impactar. Por ejemplo, en el caso colombiano la innovación social apunta a generar estrategias dirigidas a la población en condiciones de extrema pobreza, lo que dirige los esfuerzos a construcción de soluciones concretas en términos de acceso a bienes y servicios que les permitan a los cerca de 4 millones de personas que aún viven bajo la línea de pobreza extrema. Esto, sin lugar a dudas, es un reto, en la medida en que las soluciones que se puedan construir no están ligadas necesariamente a una perspectiva de mercado, sino a generar oportunidades.

La segunda dimensión a analizar es la evidencia. Un proceso tan complejo como la innovación social, debe partir de la base de la investigación, del aprendizaje, del pensamiento. Por tal motivo, para generar políticas de innovación social es necesario generar una transferencia de conocimiento en intervenciones sociales innovadoras, para que estas sean efectivas y oportunas, a través de la difusión de buenas prácticas. Lo anterior, hace posible que intervenciones implementadas a nivel local y regional puedan ser replicadas en nuevos contextos, y que a su vez, procesos exitosos de otros países sean conocidos y puedan desarrollarse en Colombia.

Por último, la tercera dimensión que debe tenerse en cuenta es la de los involucrados. Para que un proceso de formulación de políticas de innovación social sea efectivo, debe tener la flexibilidad suficiente para incluir las múltiples perspectivas y enfoques que trabajan las comunidades, el sector empresarial, las universidades y los tomadores de decisión; de manera que se pueda construir una integralidad, a partir de la articulación de actores. La innovación social requiere una apertura al diálogo interinstitucional, interdisciplinario, y por esa razón las políticas públicas deben tener como una de sus funciones conectarlos y escalar los procesos exitosos. Sin lugar a dudas, dentro de estas tres dimensiones abordadas, la información juega un papel clave. Hoy en día no existe un tablero de control de indicadores que permita evaluar la innovación social como un todo; más bien, se dan esfuerzos dispersos que no siempre generan los mejores resultados. En ese caso, y viéndolo más como un reto, se requiere un urgente esfuerzo en construir un sistema de indicadores válido y pertinente, que permita hacer un seguimiento y medir el impacto de las experiencias de innovación social. Lo anterior, permitiría el desarrollo adecuado de las políticas públicas, y a su vez, la utilidad o no de escoger este camino como solución.



Banco de recuerdos

Banco de recuerdos es un portal creado para salvar miles de recuerdos reales, dirigido a concienciar sobre la importancia de seguir investigando en una enfermedad como el Alzheimer que los destruye para siempre. A través del portal se pueden donar recuerdos, de forma gratuita, y compartirlos a través del perfil del proyecto en Facebook (además de en el blog).

Se impulsa también el apadrinamiento de los recuerdos (que puedes buscar, seleccionar o elegir al azar). Apadrinar un recuerdo lleva consigo una aportación económica que se destina, de forma íntegra, a la investigación del Alzheimer.

WEB: <http://www.bancoderecuerdos.es/>

Do Something

DoSomething.org es una plataforma que moviliza a adolescentes de Estados Unidos para lograr un cambio social sin necesidad de tener dinero, de forma autosuficiente y sin requerir de una persona adulta.

Los temas sobre los que se trabaja van desde el reciclaje hasta la enseñanza de internet a personas mayores, pasando por problemas de intimidación, embarazo adolescente o falta de vivienda.

Mediante la creación de campañas, DoSomething.org permite a adolescentes ayudar a otras personas y realizar acciones positivas, satisfaciendo las necesidades de las y los jóvenes que quieren ayudar a cambiar el mundo y no saben por dónde empezar.

En el año 2011, 2,4 millones de jóvenes se involucraron en campañas de cambio social. El equipo espera contar con 5 millones de miembros activos y activas en 2015.

WEB: <http://www.dosomething.org/>

I want Great Care

I Want Great Care nace con la filosofía de garantizar una excelente experiencia en el cuidado de la salud y los servicios sociales. Permite a pacientes dejar un comentario significativo en su cuidado, decir gracias y ayudar otro u otra paciente.

Genera confianza entre pacientes y proporciona retroalimentación a los equipos médicos, los hospitales, las farmacéuticas, las farmacias y los hogares de personas mayores para asegurar que los problemas se arreglen.

Ofrece información cuantitativa y cualitativa de las organizaciones, departamentos y salas con datos que realmente permitan la mejora continua.

WEB: <https://iwantgreatcare.org/>

Patient Opinion

Patient Opinion fue fundada en 2005 y desde entonces ha crecido hasta convertirse en la plataforma líder independiente del Reino Unido de información para los servicios de salud. Facilita la generación conversaciones honestas y significativas entre pacientes y servicios de salud. Para ello invita a las y los pacientes a compartir su historia sobre la utilización de un servicio de salud, posibilitando obtener respuesta y proporcionan información al personal de salud de cara a poder cambiar los servicios. Las opiniones e historias de pacientes se publican regularmente en la prensa nacional y local, así como a través de diferentes redes sociales.

WEB: <http://www.patientopinion.org.uk/>

Proyecto e-mintza

Proyecto impulsado por las Fundaciones Orange y Carlos Elósegui junto a Policlínica Guipúzcoa, que consiste en la puesta a disposición de la aplicación gratuita de móvil e-Mintza, diseñada específicamente para facilitar la comunicación de personas con autismo y problemas similares.

En el programa también han colaborado el Ministerio de Industria, Nesplora y Gautena. e-Mintza permite a los y las usuarias generar pictogramas y sonidos que facilitan su expresión con otras y otros interlocutores. La herramienta, inicialmente pensada para facilitar la comunicación de las personas con autismo puede ser usada por otras muchas personas, como menores con discapacidad auditiva que aun no han adquirido un lenguaje o quienes padecen alguna discapacidad intelectual grave.

WEB: <http://fundacionorange.es/emintza.html>

RED pacientes

REDpacientes es una comunidad online de pacientes, familiares y profesionales de la salud que facilita el conocimiento de cada enfermedad y el intercambio de información y experiencias entre quienes forman parte de ella. Además, ofrece herramientas para controlar la evolución de la enfermedad y ayudar así a la mejora de la calidad de vida de las y los pacientes.

WEB: <http://redpacientes.com/>

Tratamiento 2.0

Promovido por el Instituto de Innovación para el Bienestar, su principal objetivo es mejorar el proceso de atención clínica en base a las necesidades de todos los usuarios y usuarias, aumentando la eficacia de los tratamientos en base a la actualización del conocimiento científico.

Es una plataforma diseñada para la aplicación y gestión inteligente del tratamiento de enfermedades crónicas, con aplicaciones tanto para profesionales de la sanidad (medicina y enfermería) como para pacientes y cuidadores o cuidadoras, facilitando el seguimiento y evolución de cada paciente y su enfermedad, lo cual va a redundar en una mejora en su calidad de vida. Permite mejorar la adherencia al tratamiento, al facilitar a las y los pacientes una mejor comprensión de las indicaciones y recomendaciones sobre su enfermedad que profesionales sanitarios realizan para la buena evolución de la enfermedad y ofrece herramientas que favorecen el seguimiento del tratamiento prescrito.

WEB: <http://www.tratamiento20.es>

We care

WeCare 2.0, es una red social que promueve la interacción entre las personas mayores y otras personas. El objetivo principal del proyecto es ofrecer apoyo a estas personas antes de que empiecen a padecer enfermedades y sentirse aisladas o solas.

A través del proyecto se crean relaciones activas y bilaterales que permiten a las personas mayores ofrecer y recibir ayuda, aumentando así su autonomía personal. Ofrece a quienes las cuidan un espacio dónde puedan comunicar con otros cuidadores y cuidadoras, ofreciendo apoyo e intercambiando conocimiento y experiencias.

Anima a las personas mayores a crear, participar y continuar sus redes sociales para promover el envejecimiento activo usando como herramienta internet y las TIC.

WEB: <http://www.wecare-project.eu/>

Iniciativas y plataformas para promover la innovación social



Teniendo en cuenta que la innovación social puede provenir de múltiples fuentes, debe prestarse atención a las numerosas iniciativas centradas en impulsar las aportaciones de la ciudadanía así como su implicación en la puesta en marcha de acciones. Iniciativas en cuyo proceso son claves las nuevas formas de relación basadas en el uso de redes sociales entendidas como plataformas que ayudan a potenciar la producción colectiva de ideas. Se trata de experiencias que toman como punto de partida la premisa de que el impacto de las redes sociales depende de la masa crítica de personas seguidoras que podemos implicar en la difusión y colaboración con el proyecto.

Estas iniciativas son la base para poner en marcha sistemas y procesos de innovación altamente distribuidos, basadas en el apoyo mutuo de la ciudadanía y, por tanto, en el fomento de la aplicación real de conocimiento y experiencia del conjunto de la ciudadanía. Estos procesos están en la base de la generación y aceleración de innovación social en un territorio y pueden ser llevados a cabo tanto de forma presencial (“offline”) como mediante plataformas virtuales.

Un ejemplo de plataforma virtual son los bancos de ideas, sitios web en los que cualquier persona puede intercambiar comentarios, compartir o discutir nuevas ideas, ideados con el propósito de desarrollar nuevas innovaciones o tecnologías. Su valor radica en que si, desde la gestación de un proyecto, un gran número de personas lo conocen y aportan, además, ideas de valor al mismo, o se implican en su desarrollo, cuando este se convierta en realidad, se adaptará a la perfección a la necesidad o reto que pretende resolver y será aceptada por la ciudadanía (lo cual es imprescindible para el éxito de cualquier innovación social). Se crea, de este modo, un espacio de encuentro, de análisis y de generación permanente de nuevas ideas, iniciativas y negocios que conecta con otras iniciativas a nivel global gracias al potencial de la web.

Estos espacios de encuentro para la generación de ideas también pueden ser trasladados a espacios físicos donde ciudadanía, representante (o no) de diferentes ámbitos de una sociedad, se reúne para analizar desafíos y problemas identificados colectivamente, proponiendo ideas innovadoras, consensuándolas de modo que se ayude en su resolución y sean desarrolladas en un corto espacio de tiempo. Suele tratarse de experiencias cuya puesta en marcha está basada en tecnología. En definitiva, se trata de experiencias que se convierten en laboratorios y espacios interactivos de aprendizaje, en los que no sólo generan valor los resultados sino también la propia interacción y la generación de nuevo conocimiento.

Veremos en este capítulo algunos ejemplos de estas iniciativas.





OpenIDEO, comunidad global
para la inteligencia colectiva

Tribuna



Tribuna elaborada por
Amy Bonsall
strategist and business
innovator de IDEO

OpenIDEO es una comunidad global de 34.000 miembros que utiliza el optimismo, inspiración, ideas y opiniones de las personas para resolver problemas de forma conjunta, para un bien social colectivo.

Cada reto comienza con una gran pregunta. Algo que nos hace pensar a todos. Primero viene la fase de inspiración, en donde solicitamos a la comunidad la publicación de cosas inspiradoras que hayan visto. Cuanto más visual mejor: las imágenes, los videos y las historias ayudarán a conseguir que todos se pongan en marcha.

Después de inspirarnos unos a otros, llega el momento de fortalecer nuestros músculos creativos. ¿Cómo resolverías este problema? Se anima a todo el mundo a publicar sus soluciones y mostrar a todos los demás cómo lo convertirían en realidad. Si la idea de alguna persona provoca algo, se anima a los miembros de la comunidad a basarse en ella.

Al igual que todas las buenas tormentas de ideas, buscamos tanto cantidad como calidad. Cuantas más aportaciones, colaboraciones y críticas realice una persona en cualquiera de las fases, mayor CD acumulará. El Cociente de Diseño se convierte a la larga en una insignia de honor para los miembros de la comunidad.

En pocas palabras, hemos creado una herramienta abierta, en línea, que te guía a través del proceso creativo. Es muy visual y colaborativa, genera retroalimentación y, lo más importante, es divertida de usar. OpenIDEO es una plataforma abierta para la innovación, donde juntos creamos mejor.



OpenIDEO fue diseñado con esta forma de trabajar en mente, construyendo sobre estas ideas. Aquí es donde llegamos a colaborar con otras personas y donde la magia realmente sucede. Después viene la fase de evaluación. Es exactamente como suena: la comunidad valora y comenta los conceptos que ellos consideran que mejor resuelven el problema de acuerdo con los criterios previamente dados. Los conceptos que se sitúan en los primeros puestos en la fase de evaluación ganan. Estas ideas ganadoras se ponen a disposición con la puesta a disposición de los patrocinadores del reto y de la comunidad mundial para su desarrollo.

Tanto la participación de cada miembro de la comunidad en cada fase, como cuánto hayan colaborado con los demás, se suma a su Design Quotient (Cociente de Diseño), en adelante CD. Y porque todos somos buenos en diferentes partes del proceso de diseño, todos tendremos CDs diferentes.





Banco Mundial de ideas de Innovación Social

Plataforma Web que recopila numerosas iniciativas que pueden ser consideradas innovación social. Se encuentran distribuidas y categorizadas proporcionando un alto valor para la solución de problemas sociales.

WEB: <http://www.globalideasbank.org/site/home/>

City 2.0

City 2.0 es una plataforma creada para ayudar a la ciudadanía, en cualquier lugar, para crear la ciudad del futuro. Se trata de la construcción de una comunidad que permita conectar la creatividad humana para buscar soluciones en todos los temas de construcción de ciudad. Se trata, por tanto, de una red sobre la base del conocimiento de proyectos de ciudad, con la capacidad de acceder a éxitos a gran escala, aprender de los fracasos y de instigar a la acción global.

WEB: <http://thecity2.org/index.php>

Ciudadat 4.0

La plataforma Ciudadania 4.0 reúne y mapea iniciativas ciudadanas que utilizan Internet para cubrir necesidades sociales, generar espacios de autoorganización ciudadana en temas públicos o crear modelos empresariales diferentes. Los requisitos para formar parte de la red es que los proyectos estén ya en marcha, que sean impulsados por ciudadanos y ciudadanas de manera independiente y que hagan un uso innovador de las TIC. Además de dar visibilidad a estos proyectos, la intención de Ciudadania 4.0 es ayudar a que se desarrollen, para lo que realizan encuentros con expertas y expertos en innovación.

WEB: <http://ciudadania40.cat/es>

Concurso Ideas4ALL Y ONGKAWA

Concurso lanzado por la plataforma de generación de ideas Ideas4All y la ONG ONGAWA, que busca generar respuestas innovadoras a los problemas de desarrollo. Parte de la base de que con más de 1.000 millones de personas que pasan hambre, la erradicación de la pobreza y la construcción de un mundo más justo pasan por el compromiso de la ciudadanía y de las organizaciones públicas y privadas del Norte y del Sur. Así se plantea en los Objetivos de Desarrollo del Milenio de Naciones Unidas, que promueven una alianza mundial para el desarrollo con la participación de la totalidad de actores, incluida la empresa y sus profesionales. La competición se lanza a través de un Convenio con la Agencia Española de Cooperación Internacional con el objetivo de incitar a la reflexión en torno a la actuación responsable de la empresa en países del Sur, del papel de la empresa como agente de desarrollo humano y sostenible y de las y los profesionales como actores de cambio social. Busca incentivar la innovación en la comunidad empresarial con un objetivo de desarrollo humano, apoyar la generación de iniciativas empresariales responsables viables económica y operativamente y aprovechar el potencial de multinacionales, pymes y microempresas en la lucha contra la pobreza.

WEB: http://es.ideas4all.com/static/es/concurso_ongawa.html

Conexiones improbables

“Conexiones improbables es una comunidad de iniciativas de investigación colaborativa y co-creación para la innovación y la responsabilidad social. Se basa en los paradigmas de la innovación abierta y en los principios de la intersección entre ámbitos, disciplinas y personas diversas. Así, pone en relación artes, pensamiento, ciencia, empresa y gobernanza, en la búsqueda de nuevas preguntas y respuestas a las necesidades de organizaciones de todo tipo. Son conexiones supuestamente improbables, pero posibles.” Es capaz de “promover transformaciones, metamorfosis a menudo poco previsibles en las lógicas del pensamiento lineal y de la innovación direccional e incremental.” Es un proyecto liderado por c2+i, organización que impulsa procesos creativos y nuevos ámbitos de relación entre la economía, la cultura y las organizaciones sociales, y que cuenta con la colaboración del Ayuntamiento de Bilbao y el Gobierno Vasco.

WEB: <http://conexionesimprobables.es/>

Idékatalogen. Portal Sueco para compartir ideas

Idékatalogen es una misión que la entidad VINNOVA recibió de la Secretaría de Salud del Gobierno Sueco en otoño de 2011. Se trata de un portal cuyo objetivo es mostrar buenos ejemplos de innovación social que están sucediendo a nivel nacional e internacional, centrándose en las personas mayores. Las personas “suben”, publican, su innovación como emprendedoras o emprendedores sociales, previa admisión o selección.

WEB: <http://idekatalogen.se/>

GOVJAM

El GovJam es un evento piloto en el que se aplica el concepto y la energía de The Global Service Jam y Global Sustainability Global al ámbito del Gobierno y del Sector Público.

Pequeños equipos trabajan en torno a un tema común, en paralelo y en diferentes lugares durante 48 horas en la construcción de enfoques y soluciones innovadoras a los desafíos que enfrenta el sector público. Sus resultados se publican en el espacio web con la intención de incrementar las colaboraciones, el intercambio de técnicas, conocimientos e ideas en torno a proyectos concretos que abordan cuestiones fundamentales para el tema común.

WEB: <http://www.govjam.org/>

LAN Irekia

LAN Irekia es una plataforma de recogida de iniciativas ciudadanas, con trasfondo social, que hacen un uso intensivo de las TIC, en el marco de la sociedad vasca, con el objetivo de impulsar su desarrollo y promoción. Las iniciativas seleccionadas cuentan con el asesoramiento de profesionales con experiencia en su área de actividad y se solicita la colaboración de empresas e instituciones que quieran participar en el proceso.

La plataforma se hace pública en junio del año 2012 y los resultados obtenidos se publicarán en un mapa de iniciativas donde la ciudadanía podrá compartir conclusiones e informaciones de interés, de cara a la mejora del impacto de las iniciativas.

WEB: <http://www.lanirekia.org/cms/es>

Phyrtual

Plataforma que nace con la filosofía de Red Social para crear un entorno para compartir y generar ideas en torno a la resolución de retos sociales a nivel mundial, para la construcción de una comunidad desde la perspectiva de la innovación social.

Invita a participar activamente proporcionando instrumentos y espacios para contribuir a los proyectos de innovación social en la forma en cada persona u organización desee (casos de estudio, testimonios...).

Su objetivo es superar el problema de la fragmentación y compartir las buenas prácticas mediante la creación de una comunidad virtual. No se trata sólo de una red social, sino también un innovador entorno on-line de aprendizaje que se enriquece con todos los elementos digitales y sociales que la componen.

WEB: <http://phyrtual.org/es>

Social Innovation CAMP

Social Innovation CAMP es un evento, celebrado, en diferentes ciudades a nivel mundial, que reúne a quienes desarrollan y diseñan software con personas que entienden un problema social, para construir de forma conjunta soluciones web y móvil que den respuesta a los retos sociales.

Parte de la premisa de que las tecnologías web y afines tienen un potencial enorme para crear cambios desde formas diferentes: cómo las Administraciones Públicas deben rendir cuentas, cómo proporcionar servicios para lograr vidas saludables y felices, o cómo buscar una solución diferente con respecto a algo que les afecta.

A través de una tipología de evento inusual y creativo se crean, en tan sólo 48 horas, prototipos de soluciones, basadas en web, a los verdaderos problemas sociales.

WEB: <http://www.sicamp.org/>

Social Innovation Europe

Social Innovation Europe (SIE) es una plataforma para la construcción y la racionalización del campo de la innovación social en Europa a través de tres enfoques que se superponen: (a) La investigación y publicación de una serie de informes y recomendaciones para la acción para definir, analizar y apoyar el mejor trabajo en el ámbito de la innovación social; (b) Pretende ser un recurso en línea que proporcione información actualizada sobre la innovación (entrevistas a destacadas y destacados innovadores, estudios de casos de empresas exitosas, las últimas investigaciones y los análisis en profundidad de las y los principales pensadores en este ámbito); (c) organizar eventos en toda Europa para reunir "offline" a innovadoras e innovadores sociales y crear asociaciones a través de sectores y países.

Busca ser un medio exitoso para dar a conocer empresas, investigaciones y proyectos, creando relaciones de valor en diferentes capas, como responsables del ámbito político y del académico, empresariado y personal del tercer sector. Invitan al entendimiento común de lo que es la innovación social y de lo que puede hacer.

WEB: <http://www.socialinnovationeurope.eu/>





Participación ciudadana

Bajo este epígrafe, abordaremos aquellas iniciativas que están en la base del fomento de la innovación social vinculadas a la e-participación. Esto es, a la incorporación de las tecnologías en los procesos participativos. Unas tecnologías que expertas y expertos en la materia no dudan en denominar **TEP (Tecnologías para el Empoderamiento y la Participación)**⁶, que se fundamentan en la apropiación de **las tecnologías como mecanismos de empoderamiento y participación en la vida cívica y pública.**

Hablar de participación y ciudadanía, nos dirige al concepto de participación ciudadana, que de acuerdo a la definición de Pedro Prieto Martín⁷ podemos entender como: *“Una nueva forma de institucionalización de las relaciones políticas, que se basa en una mayor implicación de los ciudadanos y sus asociaciones cívicas tanto en la formulación como en la ejecución y control de las políticas públicas”*. Esta participación en las esferas social y pública, tiene como consecuencia que la ciudadanía confíe en la posibilidad, su posibilidad, de cambiar las cosas, de obtener un mundo mejor, de tener ganas de participar, una motivación clara, y de poder ver el impacto que su participación genera, impulsando la innovación social.

El objetivo de esta e-participación es facilitar que la ciudadanía tenga acceso a la información y a los servicios públicos pero, al mismo tiempo, que puedan participar en la toma de decisiones públicas que afecten tanto al bienestar de la sociedad en general como al del individuo de forma particular.

6. Reig Hernández, Dolors. (2012) Socionomía ¿Vas a perderte la revolución social?, DEUSTO

7. Prieto Martín, P (2006): Sistemas avanzados para la participación electrónica municipal: ejes conceptuales para su diseño; Revista TEXTOS para la CiberSociedad, 9

En estos procesos de participación debemos contemplar una variable que no podemos eludir: Internet. Internet ha cambiado la forma en la que nos comunicamos, en la que nos relacionamos, en la que percibimos nuestro entorno, en la que tomamos conciencia de nuestra capacidad de transformación y participación. Gracias a Internet se favorece:

- El aumento de la transparencia de los procesos políticos.
- La mejora de la implicación de la ciudadanía.
- La mejora de la calidad de la formación de opinión.
- Y sobre todo, la posibilidad de conseguir un modelo democrático mucho más directo y participativo.

La e-Participación comprende, tanto la acción gubernamental para potenciar y fomentar esa participación como la voluntad y la capacidad de la ciudadanía para hacerlo. Así los gobiernos deben facilitar que la totalidad de individuos que deseen participar lo hagan, que puedan ejercer ese derecho y no sólo en aquellas partes de la vida pública que, en cada momento determinado, se establezcan desde el gobierno, sino también en aquellas otras en las que, respondiendo, especialmente al interés común, la ciudadanía promueva la inclusión de iniciativas gubernamentales, inste a los gobiernos a plantearse actuaciones hasta el momento no abordadas, etc. (asumiendo un papel activo en modalidad C2G –Citizen to Government–). Lanzamiento de iniciativas que posibiliten no sólo el debate iniciado de arriba-abajo sobre las actuaciones, leyes, decisiones... una vez tomadas (o en proceso de elaboración) por el Gobierno, sino también de abajo-arriba posibilitando la realización de propuestas, ideas o iniciativas por parte de la ciudadanía para ser discutidas y analizadas de forma pública.

La implicación de las Administraciones Públicas en este proceso es importante, y podemos destacar la importancia de las iniciativas de Open Data que suponen la generación de ventajas como la transición de los modelos de gobernanza hacia esquemas de Open Government (Gobierno Abierto), sustentados sobre pilares de transparencia, participación y colaboración, convirtiéndose en un acelerador del desarrollo territorial, que propicia la intensificación de la actividad innovadora en las Administraciones. Así se potencia la creación de nuevos modelos

de negocio para empresas y servicios para la ciudadanía, funcionando la Administración como agente que dinamiza y promueve la innovación, que estimula el desarrollo territorial basado en la actividad de alto contenido innovador.

Tradicionalmente, las iniciativas en e-Participación han sido iniciadas por los gobiernos, pero en los últimos años la ciudadanía o los grupos organizados de ciudadanos y ciudadanas han lanzado un número creciente de ellas (algunas se repasan en este epígrafe). La ciudadanía está asumiendo el reto de organizarse y emprender estructuras capaces de resolver de una forma innovadora sus problemas sociales. Incluso los propios y propias beneficiarias tienen los canales para agruparse y estimular sensibilidades y apoyos a su causa. Así la ciudadanía, consciente de sus capacidades y con un espíritu cooperativo e innovador, se hace independiente de las Administraciones Públicas en la prestación de bienes y servicios sociales con unos niveles de calidad en la producción y en la gestión que vienen condicionados por la responsabilidad, tanto con sus colectivos o personas beneficiarias como con quienes han confiado en ellos y les han aportado los recursos necesarios para su puesta en práctica.





La innovación social: De la teoría a la práctica

Tribuna elaborada por
**Juan Francisco
Delgado Morales**

Director General del
Consortio Fernando de
los Ríos y Presidente
de la Asociación
Comunidades de Redes
de Espacios de Innovación
Social y Telecentros



Tribuna

“Aprender de mi equipo es lo que hace que, diariamente, crezcamos compartiendo nuevas metas y nuevos desafíos”

La crisis económica y la pandemia de pesimismo que vivimos en Europa están haciendo que el modelo económico tradicional se esté replanteando hacia nuevas formas de generar valor económico y social a la labor que realizan instituciones, empresas y ciudadanía. Se está planteando este nuevo modelo para temas relacionados con el cuidado de niños o de personas mayores, iniciativas para el desarrollo sostenible o la eficiencia energética, en el intercambio de recursos o servicios, para la financiación de nuevas iniciativas o en la búsqueda de nuevas oportunidades o negocios a través de la red. Las innovaciones sociales nacen de la comunidad y se comparten en red, se enriquecen para volver al territorio de convivencia, convertidas en mejoras concretas de las que la ciudadanía es la beneficiaria directa. En una forma de enfocar el trabajo denominada “botom-up” (de abajo a arriba). Es un enfoque distinto: la gente, los vecinos de comunidades locales no sólo tienen mucho que aprender, sino que tienen mucho más que enseñar. Es una comunidad que se construye desde tres ideas clave como son que aprendemos de y por todos, y lo hacemos acerca de casi cualquier cosa. Esta filosofía de trabajo está en la base de la creación de proyectos que proyectan el talento individual a la comunidad.

Se trata de crear comunidades de aprendizaje en el propio territorio y conectadas con otras comunidades en la red. Todo ello bajo los principios de apertura, transferencia horizontal de conocimientos e inclusión. Los llamados entornos



personales de aprendizaje (PLE)¹ potencian y favorecen este modelo porque adaptan la formación y el aprendizaje a las necesidades de cada persona según sus propias capacidades y evolución.

¿Qué es la innovación social?

Cuando hablamos de innovación podemos referirnos a ella como la capacidad de crear y poner en práctica ideas novedosas que se ha comprobado que ofrecen algún valor sobre las existentes, y adquiere un carácter social por el tipo de valor que la innovación tiende a entregar, más centrado en los beneficios en la mejora de la calidad de vida y el bienestar de la comunidad.

El papel de lo público en la innovación social debe tener la misión de brindar los espacios, recursos, conocimientos, herramientas, etc. que contribuyan a que esas ideas se pongan en marcha, a que los beneficios no sean a título personal, sino comunitario. Los Telecentros o Centros de Innovación Social son un buen ejemplo de ello. La colaboración público-privada ha de dar una mayor sostenibilidad al sistema de innovación social.

De los valores perdidos a los valores recuperables con la innovación social

Cuando hablamos de innovación social hablamos también de valores muy ligados a la comunidad donde se desarrollan; valores que identificamos como comunitarios, los 6 valores que tienen el prefijo “co” como una línea transversal que más que un valor morfológico tienen un valor simbólico y metodológico: colaboración, corresponsabilidad, comunicación, cohesión, cocreación, compartir.

Por otro lado, si en algo existe consenso sobre una de las causas de esta crisis económica global es en la pérdida de los valores ligados al crecimiento personal y al emprendimiento social. Las llamadas décadas de las burbujas (inmobiliaria, financiera o tecnológica) se caracterizaron por asentar unos valores culturales ligados al éxito fácil, rápido, sin esfuerzo. Hay toda una generación que se ha desarrollado bajo estos esquemas que se reproducían en todos los ámbitos de la vida. Ahora nos enfrentamos a la necesidad imperiosa de recuperar valores perdidos ligados a la innovación social: La cultura del esfuerzo, de la constancia, del espíritu de sacrificio, paciencia o compromiso por mejorar la sociedad.

¹ Ver <http://e-aprendizaje.es/2012/06/06/entornos-personales-de-aprendizaje-en-guadalinfo/>

Características de la innovación social

La innovación social tiene una serie de características, que son los pilares básicos sobre los que se sustenta y que la distinguen de la innovación tradicional: participativa (metodología bottom-up), abierta (incorporación continua de innovaciones), colaborativa (entre distintos talentos), empática (conexión “emocional” entre colaboradores), integral (visión global) y genuina (honesta).

Además hay una serie de características propias de los procesos de innovación social más ligadas a la metodología:

a) **Puesta en marcha de procesos de creatividad:** Generación de buenas ideas ligadas al territorio y que conecten con oportunidades en la red. Hay muchas técnicas para ello. Desde la más clásica del brainstorming, pasando por las más rupturistas, hasta las más sofisticadas ligadas por ejemplo al “Lego © Serious Play”². La creatividad ahora es tan importante en la formación como la alfabetización lo fue en otros tiempos y debemos tratarla con la misma importancia.

b) **Perseverancia:** En el sentido de poner en marcha todos los mecanismos de motivación interna que nos haga tener un plus extra de esfuerzo y de coraje para alcanzar la meta, y que nos haga ser constantes en lo que hacemos.

c) **Gestión:** Algo indispensable en el proceso. Entendemos la gestión como la capacidad de planificar, organizar, evaluar, y de tener en suma una estrategia para desarrollar el proyecto.

d) **Recursos:** Dinero fundamentalmente, pero no únicamente. Todo tiene un valor económico, su tiempo también. Si bien es cierto que el proyecto nunca va a tener el dinero por delante, si es verdad que un buen proyecto es un buen efecto “imán” para los recursos económicos. Hay muchas experiencias de financiación hoy en día y sobre las que se sustentan ya infinidad de proyectos de innovación social: Plataformas de crowdfunding³, crowdsourcing⁴, bussines angels, mecenas, fondos de capital riesgo, etc.

² Ver “La servilleta” de Paco Prieto
<http://www.pacoprieto.com/lego-serious-play.html>

³ Ver la Plataforma “Goteo” como un ejemplo de crowdfunding en <http://goteo.org>

⁴ Ver la plataforma de Crowdsourcing
<http://www.crowdsourcing.com>

El tiempo desde que se “idea” hasta que se pone en marcha es lo que lo distingue. Y la importancia de acortar ese tiempo es trascendental, ya que ser el primero en lanzar una iniciativa es clave para su viabilidad. En ese proceso las TIC juegan un papel esencial.

Esquema del proceso metodológico de la innovación social.

El desarrollo del proceso metodológico de innovación social, teniendo en cuenta los principios y las características anteriores podemos simplificarlo en el esquema siguiente, que refleja claramente los procesos de innovación social que de forma orgánica han de darse:



1. Creación de un ecosistema de innovación local/digital que salga del propio territorio. Un ecosistema que conlleve la creación de un contexto favorable, con apoyo tecnológico, conectividad y con espacios de innovación para compartir conocimiento en la red. Los *“Living Lab”* o los nuevos Telecentros concebidos como **“espacios de innovación social”** pueden ser un buen exponente.

2. Liderazgo distribuido / empoderamiento ciudadano y gestión del talento. Es necesario iniciar un proceso de identificación de liderazgos, de personas. Encontrar a los creadores, catalizadores, conectores, a los líderes en *“algo”* que conecten con las oportunidades. A estas personas debemos motivarles, enseñarles que descubran sus potencialidades para realizar su proyecto, que pasen en Internet del modo *“solo-lectura”* (usuario pasivo) a *“lectura-escritura”* (usuario activo), a poder modificar los contenidos (agregar, editar, borrar y clasificar) y/o cambiar el modo en que se visualizan.

3. Alianzas y recursos. Se trata de poner en marcha un modelo de colaboración público-privado de alianzas, de recursos disponibles y de financiación en relación con el proyecto y su naturaleza, donde se reflejen los compromisos concretos a desarrollar. La implicación de financiadores del ámbito empresarial, de la sociedad civil (tejido social) y de los poderes públicos como facilitadores del proceso es clave.

4. Creación de comunidad. La necesidad de pertenencia e identificación con una comunidad de intereses y motivaciones se hace absolutamente imprescindible. La creación de las comunidades mal llamadas *“online”* o *“digitales”* favorece la *“glocalización”* y la colaboración con las oportunidades.

5. Comunicación. Una estrategia de promoción en redes sociales se presenta como indispensable en el proceso, pero no para hacer marketing directo, sino para ir construyendo el producto/servicio en base al diálogo (sobre todo a la escucha) del cliente o potencial usuario del proyecto.

Aceleradores de la innovación social

Señalaré a continuación los tres procesos aceleradores de la innovación social, imprescindibles para poner en marcha proyectos:

- **Estar donde está la gente (crowd).** Es muy importante estar donde puedes encontrar más talento. La gente está en la red, en las redes sociales, compartiendo información y conocimiento. Es en ella donde encontraremos a los creadores, innovadores, generadores de tendencias, líderes...

- **Poner luz a lo que hacemos (light).** A veces nos cuesta ser transparentes. Creemos que la transparencia nos traerá más problemas: alguien nos copiará nuestra idea o proyecto y se aprovechará de la mía sin esfuerzo. Esa actitud hace que a veces adoptemos un comportamiento reservado con el conocimiento que poseemos, y no aprovechemos el hecho de que compartir el conocimiento lleva al crecimiento profesional y al surgimiento de valor añadido a lo que estamos haciendo. La transparencia es algo fundamental para los procesos de innovación abierta. Usar las redes con inteligencia y sentido común forma parte de este proceso.

- **Desarrollar tu sueño, encontrar tu motivación (desire).** Entendida como Motiv (encontrar un motivo) y acción (pasar a la acción para conseguir realizar tu sueño). Trabajar incansablemente para encontrar con tus *“ganas”* no sólo la meta que habías planeado, sino también añadir aquellas que te va sugiriendo tu recorrido por la red (I like). La motivación es la fuerza que impulsa nuestras acciones. Como decía Steve Jobs *“Tienes que encontrar lo que amas. Irse a la cama por la noche diciendo que he hecho algo maravilloso.”* Eso es lo importante *“Amar lo que haces”*.

Innovación en realidad: Inn&cia

En este enfoque sobre la innovación social está basada en la experiencia que hemos desarrollado en la @RedGuadalinfo (una red de telecentros y de innovación social, reconocida recientemente por la red ENOLL⁵ como Living Lab Europeo). Desde el año 2010 venimos avanzando en una nueva estrategia. La experiencia nos ha hecho incubar más de 1,000 proyectos de innovación social a partir de la comunidad #Innycia, una comunidad creada a partir de esta metodología de aceleración de proyectos en una región de España con más de 8,5 millones de habitantes y 770 municipios. En estos proyectos hay implicadas más de 6,500 entidades de las que un 55% son entidades privadas o del tejido asociativo. Un proyecto que ha conseguido que cada por cada € invertido en el territorio, ha revertido en él 1,8 €⁶.

⁵ The European Network of Living Lab
<http://www.openlivinglabs.eu/>

⁶ Estudio de impacto socioeconómico de los Telecentros Españoles <http://comunidaddetelecentros.net>

A través de la metodología de “**Market Place**” hemos creado un entorno colaborativo, al que suman personas expertas, y en el que parte la sensación para avanzar en proyectos concretos viables sobre las oportunidades de las TIC, en el entorno local (empresarial, social, y económico) y su previsible evolución en los próximos años alrededor de cuatro temáticas: sistema de financiación (crowdsourcing, bussines angels, etc.), modelo de negocio (monetización), comunicación 2.0 (social media) y creatividad (procesos de aprendizaje invisible).

El objetivo de este programa es derribar barreras y dar alas a las iniciativas presentadas para su materialización en proyectos económicamente sostenibles. Funciona, en la práctica como un gran coaching grupal para emprendedores y emprendedoras. Gracias a la dinámica el promotor de cada proyecto y el conjunto de los participantes se benefician de las aportaciones de los otros, pero también de las distintas puntualizaciones realizadas por todas las personas que participan.

Se trata de una experiencia novedosa enmarcada en los procesos metodológicos de innovación social y que ya ha sido puesta en marcha en diferentes territorios. Con ella ya en el territorio conseguimos alimentar los principales objetivos del formato:

- Acelerar el desarrollo de las ideas creativas existentes en nuestra red hacia la creación de valor, a través de la creación de sinergias con otras entidades y puesta en común de buenas prácticas.
- Ser un punto de encuentro y de intercambio de ideas innovadoras entre agentes tractores del territorio donde se desarrolla nuestra comunidad (Andalucía).
- Captar y promocionar el talento y la excelencia, tanto de personas que desean crear proyectos como de aquellas que quieren colaborar en los existentes.
- Crear un laboratorio de ideas y proyectos, donde la información y el conocimiento discurren libremente con el fin de conectar ideas y personas, así como de extender la cadena de dinamización del proyecto.
- Promocionar un foro Interdisciplinar capaz de liderar las transformaciones y aportar soluciones a los retos de un futuro relacionados con las oportunidades de Internet.

Se trata de una práctica de éxito que está siendo estudiada también por la Comisión Europea para extender el modelo a otros países y generar con ello nuevos empleos ligados a las tecnologías.

Conclusiones

Tras este recorrido por los principios, la metodología, los procesos y los resultados de la innovación social, he querido insistir en cuáles deben ser los elementos prácticos para la puesta en marcha de los procesos y espacios de innovación social. He visto y leído muchos tratados teóricos de la innovación social, demasiadas definiciones. Quizás porque no se llega a asumir en realidad. Pero también he podido participar en una experiencia práctica como la que estamos llevando a cabo en la Red Guadalinfo o como otras que se están llevando a cabo en el mundo⁷ que han demostrado bien a las claras que esta forma de trabajar en este momento de incertidumbre económica y social, donde abrir espacios a la creatividad y a la innovación ciudadana ha dejado de ser una opción voluntarista para convertirse en una exigencia para transformar la sociedad. El gran valor que aporta una red que tiene una base territorial, como es el caso de Guadalinfo, es el de los profesionales que trabajan en ella. Su formación y actitudes son esenciales para la transformación del territorio. El trabajo para la promoción del talento con los usuarios también se torna trascendental. Las alianzas publico-privadas, la monetización y el modelo de negocio definido son también vectores claves de la innovación social.



7. Ver las experiencias de la Fundación <http://telecentre.org>



Curators of Sweden

Iniciativa lanzada por el Gobierno sueco para trasladar las labores de Community Management de la cuenta oficial del país a la ciudadanía.

Cada semana una persona diferente tiene el control sobre la cuenta oficial de Suecia @Sweden. Son personas de diversos perfiles y posiciones sociales. El objetivo del programa es mostrar los valores positivos de Suecia y su diversidad cultural, además de, obviamente, generar un lazo entre la institución y la ciudadanía. Está diseñado para promocionar internacionalmente la marca Suecia en las redes sociales, a través de un experimento de participación muy interesante en el que una página oficial sirve como marco de conversaciones que pueden ser seguidas por usuarios y usuarias de todo el mundo.

WEB: <http://curatorsofsweden.com/>

Demos

Demos es un grupo de personas expertas centrado en el poder y la política. Su enfoque se opone al modelo tradicional de elaboración de políticas, dando voz a las personas y las comunidades. Trabaja conjuntamente con los grupos e individuos que son, al mismo tiempo, el foco de su investigación. Estas personas participan en los jurados ciudadanos, talleres de deliberación, grupos de discusión y de investigación etnográfica.

A través de su alta calidad y su investigación socialmente responsable, Demos se ha consolidado como el principal grupo de personas expertas independiente en la política británica. Focalizan sus investigaciones en cuatro programas: Familia y Sociedad, Violencia y extremismo, Ciudadanía y Servicios Públicos y Bienestar.

WEB: <http://www.demos.co.uk/>

Myfuncity

Myfuncity es una red social de interés público, que opera en Brasil, centrada en la comunicación y la coordinación de proyectos sociales y colabora con más de 1.000 entidades público-privadas.

Facilita a la Administración Pública evaluar la calidad de vida de las ciudades en base a 11 indicadores relacionados con la seguridad del tráfico, el medio ambiente, la salud, la educación y el bienestar. Para ello, almacena todas las opiniones aportadas por la ciudadanía en un mapa preciso sobre su satisfacción de los servicios públicos, abriendo así el camino para que sector público y privado puedan transformar muchas realidades. Se puede acceder a través de facebook y ya cuenta con versiones para Iphone y Android. La plataforma permite la interacción entre usuarias y usuarios (invitar a amistades, enviar mensajes y comentarios, disfrutar y enviar fotos). Aporta a la ciudadanía la posibilidad de contar con un canal directo con quienes piensan, debaten y formulan las políticas de una ciudad.

WEB: <http://myfuncity.org>

Democracia en acción

Es una plataforma formada por más de 7 millones de estadounidenses que trabaja principalmente en dos vías:

- MoveOn.org Acción Cívica, centrada principalmente en la educación y la promoción.
- MoveOn.org Acción Política, que moviliza a personas de todo el país para luchar en batallas importantes en el Congreso y ayudar a que las y los candidatos elegidos reflejen los valores aportados por los miembros de MoveOn.org.

Aporta herramientas para facilitar la escucha y la comunicación con todos sus miembros, asegurando que sus puntos de vista y opiniones ayuden a guiar los temas que trabaja la organización. Se trata de una entidad financiada a través de microdonaciones.

WEB: <http://front.moveon.org/>

Participación ciudadana

Meetup es la mayor red mundial de grupos locales que facilita que cualquier persona organice un grupo local con el objetivo de mejorar, ellas o ellos mismos, sus comunidades. Su objetivo es revitalizar las comunidades locales y ayudar a que personas de todo el mundo se auto-organizan en grupos suficientemente potentes para provocar cambios.

WEB: <http://www.meetup.com/>

Presupuesto participativo de Porto Alegre (Brasil)

El Ayuntamiento de Porto Alegre creó un sistema innovador y revolucionario para formular y hacer el seguimiento del presupuesto municipal. En este no participan únicamente el personal técnico y las autoridades del gobierno municipal, sino que es la población, a través de un proceso de debates y consultas, quien determina y decide la cuantía de los ingresos y los gastos, así como dónde y cuándo realizar las inversiones, cuáles son las prioridades y cuáles son los planes y acciones que debe llevar a cabo el Gobierno. Este Presupuesto Participativo ha demostrado que la Administración transparente y democrática de los recursos es la única manera de evitar la corrupción y el despilfarro de los fondos públicos, consiguiendo un gasto eficaz y efectivo donde tiene que serlo. Parte de la premisa de que contar con mecanismos eficaces de participación y el compromiso del Gobierno de hacer aquello que ha decidido la población, es esencial para romper las cadenas y las barreras burocráticas que separan a la sociedad del Estado, y para formar una ciudadanía activa y movilizada.

WEB: <http://www2.portoalegre.rs.gov.br/transparencia/>

PlaceSpeak

PlaceSpeak es una plataforma de comunidad basada en el geoposicionamiento que pretende fomentar la participación de la ciudadanía. Se conecta a las y los residentes a través de asuntos que tienen lugar en sus propios vecindarios, promoviendo un diálogo sobre temas locales. De este modo, la ciudadanía puede mantenerse informada de los problemas de su barrio, decir lo que piensan y saber qué está ocurriendo. Al mismo tiempo, ofrece a quienes toman decisiones información de confianza a través de este proceso de retroalimentación con la ciudadanía. Busca “recuperar el poder” a las personas.

WEB: <https://www.placespeak.com/>

Number 10

Portal Web de información y de participación ciudadana de Inglaterra que permite trasladar peticiones al Primer Ministro cualquier cuestión de la que el Gobierno sea responsable. La elección de las peticiones ciudadanas, para su debate en la Cámara de los Comunes, requiere, al menos, 100.000 firmas. Además el portal ofrece la oportunidad de aportar cambios y modificaciones en algunos procesos de cambios de legislación en donde los departamentos gubernamentales trasladan consulta a la ciudadanía para escuchar sus puntos de vista.

WEB: <http://www.number10.gov.uk/>

Repara Ciudad

Es una iniciativa lanzada por una empresa privada comprometida con la mejora de la Administración Pública, potenciando la interacción de la ciudadanía con las instituciones para conseguir una administración más eficaz, proactiva, transparente y participativa. Permite a la ciudadanía, de forma muy fácil y sencilla, a través del móvil o la web, reportar incidencias en la vía pública de forma que los Ayuntamientos puedan reaccionar más rápidamente. Así, los Ayuntamientos pueden focalizar en las incidencias que más afectan y preocupan a la ciudadanía e informarles de las soluciones adoptadas. El proceso es sencillo, la persona cuando va por la calle e identifica una incidencia en la vía pública, puede hacer fotos y utilizar el posicionamiento por GPS para enviar la incidencia al Ayuntamiento correspondiente.

WEB: <http://reparaciudad.com/>

VisibleVote

VotoVisible, es una aplicación accesible a través de las diferentes plataformas móviles (android, blackberry, iphone) o también mediante facebook, que permite aconsejar al Congreso sobre cómo votar en la próxima medida legislativa importante, seguir los acontecimientos actuales, entender a las y los legisladores y comparar los registros de votación de su preferencia de voto con respecto a la historia de las votaciones.

Fue puesta en marcha por un ciudadano americano, Paul Everton, para hacer llegar los pensamientos de la clase media a sus representantes y generar diálogo.

WEB: <http://www.visiblevote.us/>

Xarxa d'Innovació Pública

Xarxa d'Innovació Pública (XarxaIP) es un grupo de profesionales con cierta vinculación a la Administración Pública Catalana que se decidieron a organizarse en torno a esta red. Trabajan de forma intensa compartiendo proyectos y buenas prácticas, conocimiento, noticias y aprendiendo conjuntamente de su experiencia y de la del resto y, al mismo tiempo, mejorando e ideando nuevos servicios con otras y otros actores públicos (ciudadanía, empresas proveedoras, etc.).

Su objetivo se orienta hacia impulsar sus ganas de irradiar ideas, propuestas y energía para el cambio en la Administración Pública.

WEB: <http://www.xarxaip.cat/>

Otros ámbitos



Como hemos visto a lo largo de esta publicación la aplicación de iniciativas vinculadas a la innovación social tiene diversos ámbitos de actuación, siendo muchas y muy variadas, las que, en todo el mundo, se están poniendo en marcha para la realización de proyectos en diferentes ámbitos (no recogidos en los apartados anteriores de este informe).

En este apartado recopilamos diversos proyectos que su impacto, grado de innovación, singularidad e implicación, pueden ser consideradas como iniciativas de referencia.





Action for Happiness

Proyecto de generación de felicidad auspiciado por la Young Foundation. Es un movimiento de personas comprometidas con la construcción de una sociedad más feliz. Intenta mostrar una manera diferente de ver la vida donde las personas se preocupan menos acerca de lo que pueden conseguir para sí mismas y más acerca de la felicidad de otras personas. Quienes forman parte del movimiento se integran para tratar de crear mayor felicidad en el mundo que les rodea.

Se ofrecen ideas prácticas para que las personas tomen medidas diferentes en sus vidas, ya sea en casa, en el trabajo o en la comunidad. La red busca el efecto multiplicador de que sus miembros se conviertan en agentes tractores, formando grupos locales para actuar conjuntamente.

WEB: <http://www.actionforhappiness.org>

Crowdfunding

El crowdfunding, uno de los métodos de financiación y movimientos que más interés tiene actualmente, ya que permite financiar proyectos de carácter social gracias a las aportaciones de la comunidad, normalmente pequeñas cantidades y de personas anónimas, a cambio del interés por el desarrollo del proyecto por vinculación emocional o por un sistema de recompensas y/o reconocimiento, con alto contenido también emocional.

En España, la mayor parte de los proyectos que lo utilizan actualmente son proyectos sociales, creativos y culturales, por la dificultad de estos sectores para lograr financiación pública y/o privada. Internet es el medio que lo ha posibilitado el despegue de este sistema de financiación social. Estas plataformas son útiles no únicamente desde el punto de vista financiero sino también como herramienta de comunicación y visibilidad que posibilita, gracias a la adhesión emocional con el proyecto.

Algunas de las plataformas crowdfunding nacionales de referencia son:

Goteo <http://www.goteo.org/>

Lánzanos <http://www.lanzanos.com/>

Injoinet <http://www.injoinet.com/>

Verkami <http://www.verkami.com/>

Fandyu <http://www.fandyu.com/>

Volanda <http://www.volanda.com/>

Guerilla Policy

Guerrilla Policy es una plataforma de activación de servicios desde la sociedad, que genera un nuevo movimiento de personas y organizaciones que utilizan y prestan servicios públicos, trabajando conjuntamente para crear una política social mejor.

Nace con la filosofía de abordar nuevas formas en las políticas sociales, partiendo del hecho de una construcción por y con las personas y organizaciones que utilizan y prestan de servicios y, que, por tanto cuentan con el conocimiento y la experiencia necesarios.

Es una plataforma que permite a la ciudadanía ser escuchada y compartir su visión y conocimientos, conectándose con otras personas, para construir colaborativamente.

WEB: <http://www.guerillapolicy.org>

Identibuzz

Es un proyecto desarrollado por la organización Ubiqa que investiga y analiza las novedades tecnológicas, los nuevos usos sociales y el impacto que tienen en la ciudadanía para diseñar y realizar proyectos participativos de comunicación social mediante procesos de alfabetización mediática y digital.

El objetivo consiste en poner a disposición de la ciudadanía herramientas para generar contenidos y ofrecer su visión de la realidad a través de plataformas audiovisuales, interactivas y participativas. Este es precisamente el caso de IdentiBuzz (zumbidos de identidades híbridas), proyecto de comunicación social que pretende representar las nuevas identidades que se están construyendo en los barrios multiculturales de distintas ciudades europeas (San Francisco, en Bilbao y Mouraria, en Lisboa). Pretende constituirse como un ejercicio de dinamización social que potencia la participación e implicación de la ciudadanía en la co-creación de contenidos y en la comunicación de los mismos, potenciando la capacitación digital y mediática de la ciudadanía articulando nuevas narrativas digitales ciudadanas.

WEB: <http://www.identibuzz.org/>

Incredible edible

La filosofía del proyecto es simple: “plantar a discreción verduras, hierbas y árboles frutales en espacios públicos”. Estos se mantienen gracias a la labor de cientos de personas voluntarias que dedican dos mañanas al mes a la faena.

Al llegar la época de la recolección todo el pueblo puede servirse gratis y a placer. La iniciativa se lleva a cabo en el pueblo de Todmorden, pero se está propagando por el Reino Unido a una velocidad vertiginosa. Es un movimiento inclusivo en donde se pasa a la acción, implicando a toda la sociedad en el cuidado de los diferentes huertos del pueblo.

WEB: <http://www.incredible-edible-todmorden.co.uk/>

Kiva

KIVA es una organización sin ánimo de lucro, creada con la misión de conectar a las personas a través de préstamos para aliviar la pobreza. Aprovechando internet y una red mundial de instituciones de microfinanzas, Kiva permite que la ciudadanía preste dinero, desde tan sólo 25\$, para ayudar a crear oportunidades en todo el mundo, combatiendo la pobreza. Está basado en la premisa del acceso equitativo al capital asequible para todo el mundo y de que todas las personas, incluso las situadas en las zonas más remotas, son capaces de generar oportunidades por ellas mismas.

WEB: <http://www.kiva.org/>

Koopera

Koopera es un grupo de cooperativas de iniciativa social y empresas de inserción, cuyo objetivo es la lucha contra la exclusión social y la inserción sociolaboral de personas en situación o riesgo de exclusión social mediante actividades principalmente en defensa del medio ambiente. La Red Social Koopera trabaja para cambiar la situación de las personas que necesitan otra oportunidad. Desarrolla iniciativas en el ámbito de la educación, la cooperación al desarrollo, la inserción laboral, los servicios sociales y medioambientales y el consumo sostenible.

WEB: <http://www.koopera.org/>

Experiencias

M2M

Mothers 2 Mothers es una iniciativa para mejorar la calidad de vida de las madres que viven con el VIH / SIDA favoreciendo la prevención de la transmisión del VIH de las madres a sus bebés, mejorando su bienestar (facilitando el acceso a atención médica) y empoderando a las madres para superar el estigma y vivir una vida positiva y productiva. El proyecto trabaja con la figura de la madre mentora, que también tienen VIH/SIDA y que apoya y educa a futuras madres.

WEB: <http://www.m2m.org/>

Metowe

Metowe proporciona a las personas las mejores opciones para un mundo mejor, incluyendo ropa y accesorios con conciencia social y ecológica, así como viajes internacionales de voluntariado que cambian la vida, programas de liderazgo y capacitación y documentación dirigida a un cambio social positivo. Metowe comercializa productos hechos para durar, bajo una conciencia social y ecológica. Su eslogan: "Conjuntamente podemos cambiar el mundo".

WEB: <http://www.metowe.com/>

No lo tiro

Nolotiro.org es un portal web para el intercambio de objetos que no se usan o no se necesitan para que sean recogidos por otras personas a las que puede serle de utilidad.

Su filosofía es sustituir la nostalgia o el sentimiento de derroche, por la sensación de hacer algo por alguien. Es un proyecto basado en la comunidad que promueve la entrega a personas de tu misma ciudad.

WEB: <http://nolotiro.org/es>

Playing for Change

Playing for Change es un movimiento multimedia creado para inspirar, conectar y traer la paz al mundo a través de la música. La idea de este proyecto surgió de la creencia común de que la música tiene poder para derribar fronteras y superar las distancias entre las personas. A través de un estudio de grabación móvil el equipo graba a las y los músicos en diferentes partes del mundo para crear composiciones de forma colaborativa. En el proceso Playing for Change ha logrado profesionalizar a músicos y músicas de todo el mundo, que se reúnen para ofrecer conciertos benéficos, para la construcción de escuelas de arte y música en comunidades que están necesitadas de inspiración y esperanza. El proyecto consigue involucrar y conectar a un gran número de personas y lanzar su mensaje de cooperación, a través de la música.

WEB: <http://playingforchange.com/>

Red Salvavidas

Es una organización asentada en Colombia que protege personas, familias y comunidades con creatividad, conocimiento y tecnología. Trabajan en el desarrollo de proyectos de alto impacto a través de un laboratorio que se centra en aplicaciones móviles para alerta y asistencia a cada persona cuando se expone a riesgos que atentan contra su integridad. Pero va más allá, empoderan a esas personas para denunciar peligros, situaciones, irregularidades que amenacen su comunidad permitiendo captar, generar y compartir información vital.

Además genera y difunde contenidos que transmiten un profundo respeto por la vida y se constituyen una llamada a la acción para personas, instituciones y comunidades.

WEB: <http://www.redsalvavidas.org/>

Sendas de Asturias

La asociación Sendas de Asturias se crea para potenciar y favorecer el uso y conservación de las sendas y caminos tradicionales que transcurren por Asturias, promoviendo la concienciación social sobre los valores culturales, ecológicos, ambientales y económicos que comportan. Promueve, además, la recuperación de los centros de educación ambiental, aulas de interpretación, etc., ejecutados o acondicionados por las Administraciones del Principado de Asturias, vinculando su uso a los objetivos de la Asociación. También favorecen el uso y disfrute de las sendas y centros de educación ambiental por personas con discapacidad.

Es una asociación que impulsa la creación de nuevas oportunidades de empleo, ligadas al aprovechamiento sostenible de los recursos del patrimonio natural y cultural, vinculadas al desarrollo de las zonas rurales. Para ello pone en marcha diversas iniciativas y proyectos en diferentes comarcas asturianas.

WEB: <http://sendasdeasturias.com/>

Taskrabbt

Taskrabbt es un sitio web que conecta a personas amables y de confianza con su vecindario para ayudarse en la realización de tareas pendientes.

Su funcionamiento es sencillo: una persona del barrio introduce una tarea con el detalle de información necesaria y establece la cantidad máxima que está dispuesta a pagar por ello, momento en el que se lanza una petición por subasta y la tarea la realiza la oferta más económica. Tras la realización de la tareas se realiza un pago online.

WEB: <http://www.taskrabbt.com/>

UpRising

Uprising es un programa de liderazgo dirigido por la Young Foundation, que busca impulsar líderes en el ámbito público que reflejen una Gran Bretaña moderna, conectada a la tierra, con determinación y carácter, con el objetivo de provocar un cambio sustancial en el poder, permitiendo que la gente tenga la libertad de tomar las riendas de su futuro, sus comunidades y Gran Bretaña.

El programa abre vías de liderazgo para jóvenes (19-25 años) con talento de diversos orígenes y equiparles con las habilidades, los conocimientos, las redes, la confianza y el poder para transformar sus comunidades y Gran Bretaña.

Las y los jóvenes trabajan en las opciones de cambio sobre un tema que les apasiona, y con la ayuda de procesos de mentorización, asesoramiento y el apoyo del resto de compañeros y compañeras con la intención de crear profesionales que abordan los retos sociales de forma innovadora.

WEB: <http://uprising.org.uk/>

Urb Apps

Urbapps es una plataforma de innovación social para impulsar las tecnologías móviles como herramientas de transformación urbana y participación social. El objetivo de la organización es promover el desarrollo de aplicaciones que ayuden a crear ciudades más sostenibles y comportamientos más comprometidos con el entorno.

A través de la interacción y trabajo colaborativo de personas y organizaciones que aportan conocimiento, habilidades y compromiso con el medio ambiente y con el desarrollo de herramientas digitales. Procesos que sirven para explorar las posibilidades de innovación social que ofrecen los dispositivos móviles como catalizadores de cambios en la ciudad.

WEB: <http://www.urbapps.com/>

Conclusiones



Como síntesis de este documento, resulta importante destacar que **Innoexplora** se ha concebido con un proyecto colaborativo, reflexivo, que ha tratado de identificar tendencias y conceptos. Ha sido un proyecto abierto, construido con las aportaciones de expertas y expertos en distintos campos de interés. Pero que, además, se ha enriquecido con las contribuciones de diferentes agentes sociales y económicos de Asturias.

Los tres encuentros llevados a cabo han sido una gran oportunidad para profundizar en las raíces de la innovación social y descubrir cuáles son los ámbitos en los que, como territorio, es necesario trabajar para transformar la realidad en la que nos encontramos.

El concepto de la innovación forma parte del discurso político y a él se le asocian palabras como: cambio, personas, talento, implicación, compromiso, valores, tecnologías sociales, red, colaboración, aprendizaje, sostenibilidad y emprendimiento. Son muchas las cuestiones aprendidas con el desarrollo de este proyecto, y muchos ámbitos en los que se puede continuar trabajando para crear un caldo de cultivo social, empresarial e institucional proactivo que acelere los procesos de crecimiento económico y bienestar de la ciudadanía.

Algunas de las ideas más destacadas que pueden resumir este proceso de aprendizaje iniciado desde la Fundación CTIC y producido gracias al enriquecimiento de las aportaciones de todas las personas que han participado en el mismo, que han sido muchas, de diversas nacionalidades, con puntos de vista distintos y, sobre todo, con ámbitos de actuación muy variados y enriquecedores; decíamos que algunas de esas ideas fuerza son las siguientes:

- En primer lugar, hemos partido de una concepción amplia y, casi filosófica, de lo que se entiende por innovación social. Un concepto que en España, desde una perspectiva académica, introdujo el profesor Javier Echevarría. Para este autor resulta muy importante destacar que *“incrementar la productividad o la competitividad puede ser muy relevante para una empresa, y los procesos de innovación empresarial incrementan dichos valores. Ahora bien, el bienestar, la calidad de vida, la atención sanitaria, el nivel educativo o*

la eficiencia de los servicios públicos no son menos relevantes para las personas. (...) las innovaciones sociales son aquellas que incrementan la riqueza social (cultural, artística, educativa, etc.) de la ciudadanía, y en su caso del país, si dichas mejoras afectan a amplias capas de la población. (...) Los valores sociales y culturales no se reducen a los económicos, aunque unos y otros estén interrelacionados (...) En último término, la innovación social se refiere a la calidad de vida, que también aporta ventajas competitivas entre unas sociedades y otras en el presente contexto de globalización.”

- Estos valores y preocupaciones de las personas que engendran un tipo de innovación, en cierto modo, distinta a la empresarial, son muy difíciles de medir o han estado fuera de los manuales de normativa estadística, en este caso, fuera del Manual de Oslo. Y es que si atendemos a los indicadores estadísticos habituales, las empresas más innovadoras son las que más dinero destinan o más personal dedican a la innovación o las que más patentes logran registrar. Algo similar ocurre en los territorios, ¿cuál es el país más innovador? Según los indicadores tradicionales, el que más gasta en I+D o más universidades o patentes tiene por empresa.

- Todo ello es una aproximación de la realidad, es decir, indicadores fáciles de obtener que contienen una cierta información respecto al fenómeno abstracto que pretendemos medir. Pero la realidad, por supuesto, es infinitamente más compleja, así como también la complejidad de la sociedad va en aumento y también la forma en que compiten las empresas. Las tecnologías sociales han transformado cómo nos relacionamos y cómo moldeamos nuevas formas de hacer las cosas. Las empresas hoy han de abrirse a su clientela, a las empresas proveedoras y, en general, al resto de agentes para crear y esa es, precisamente, la forma en que emerge la innovación abierta y colaborativa.

- La ciudadanía tiene mayor poder y nuevos canales para explorar sus talentos y transformar la sociedad. La ciudadanía reclama información, tiene más medios para influir y crear. Quiere contribuir a transformar los problemas sociales en grandes oportunidades para cambiar el mundo. Y hoy estamos inmersos en una cultura digital que nos permite ser una sociedad conectada. Pero todo esto se escapa a los indicadores tradicionales, aunque resulta determinante a la hora de explicar qué hace que unos territorios sean más dinámicos, innovadores y socialmente más avanzados que otros.

- En un mundo donde la clientela quiere crear junto a las empresas que les ofrecen bienes y servicios, es decir, quieren co-crear; en una sociedad donde la clientela está informada de las alternativas y a golpe de clic puede opinar y filtrar información muy valiosa. En unos tiempos donde las redes sociales pueden provocar tanto que Ministros y Ministras hagan ruedas de prensa como derrocar dictaduras; en esa sociedad, las personas, la ciudadanía, con su talento, quieren formar parte de nuevas innovaciones, de nuevas formas de hacer las cosas, en definitiva de hacer contribuciones de alto impacto.

- Estos valores de cooperación, de creación y gestión del talento, de co-creación en los ámbitos económicos y sociales, de apertura a experiencias nuevas y colaborativas, permite construir sociedades más flexibles, más propensas a los cambios y a la ejecución de ideas para convertirlas en hechos. Esas sociedades, y así se está documentado cada vez con mayor claridad en los estudios académicos, tienen una mayor probabilidad de generar crecimiento económico, empleo y progreso, medido en términos de calidad de vida.

- Por lo tanto, un aspecto muy importante del proyecto **Innoexplora** ha sido el poder adentrarse en las “entrañas” conceptuales y científicas de un concepto emergente en las instituciones, pero presente y real en las sociedades. La innovación social se está convirtiendo en una palanca estratégica sobre la que vertebrar políticas de todo tipo, no sólo económicas y de promoción sino desde servicios sociales hasta la resolución de problemas ambientales. Y es que las sociedades con más probabilidad de engendrar innovación y transformar su calidad de vida son aquellas abiertas al comercio, a la competencia empresarial, a la inmigración, la diversidad, en definitiva, las sociedades propensas a la apertura y al intercambio. Para aunar estas características son importantes altos niveles de educación, sistemas eficaces de protección de los derechos individuales y de la propiedad. También mecanismos de cooperación y participación ciudadana en los diversos niveles empresariales e institucionales y, sobre todo, impulsar un clima para que se teja un ecosistema donde aflorar emprendedores y emprendedores que tengan como valor supremo la resolución de problemas que afectan a sus conciudadanos y conciudadanas, que tienen un impacto real y altamente demandado y que, además, ello se pueda hacer desde una perspectiva económica sostenible y duradera.

- Por todo ello, la innovación social es un combustible indispensable, y cada vez más cotizado, para transformar la calidad de vida y el sistema productivo de un territorio.

Todas estas ideas-fuerza, trabajadas a través del análisis de diferentes documentos estratégicos y contactos con instituciones y agentes con involucramiento en hacer y construir innovación social, están consiguiendo escalar e imponerse en el seno de la Comisión Europea.

Además de que Europa tiene serios problemas de desequilibrios entre países y entre regiones, se une el hecho de que se encuentra inmersa en una ralentización económica muy seria, la única forma de lograr crear ilusión y progreso es a través del crecimiento económico. Pero crecer es una tarea compleja que requiere algo más que altas inversiones en infraestructuras y apoyos a la I+D “tradicional”. Requiere de ideas que emanen desde abajo, de cambios en la mentalidad hacia el riesgo y la implicación social hacia la empresa. Requiere liderazgos para impulsar una nueva forma de hacer las cosas y de trabajar desde un enfoque más social y colectivo. A pesar de estas dificultades, los distintos documentos estratégicos sobre los que se están forjando los caminos de Europa en la próxima década, incluyen un compromiso claro y decidido para potenciar los ingredientes que permitan acumular y desarrollar una mayor innovación social en los territorios.



Toda sociedad tiene recursos, físicos e intangibles. Pero el más importante son sus personas. Son las personas las que pueden crear un desarrollo endógeno, retroalimentar los procesos de creación y mejora de las posibilidades económicas y de bienestar. Son las personas las que crean, cambian y actúan. Son las personas las que tienen necesidades, problemas y carencias. Y son esas personas en las que es necesario apoyarse para obtener el máximo potencial para transformar nuestra compleja realidad. Como dice el sociólogo español Manuel Castells, *“el poder está en las mentes”*. Pues es sobre esas mentes, con la tecnología adecuada y los métodos adecuados sobre los que podemos trabajar para cambiar y crear riqueza y empleo, dos aspectos absolutamente trascendentales en la actualidad.

Innoexplora, al hilo de lo anterior, ha tratado de ser un ejemplo de intercambio, de participación, de exploración y de implicación de la sociedad asturiana hacia estos procesos. Este mismo documento pretende ser, gracias al papel dinamizador de la Fundación CTIC, un instrumento de transferencia de ideas a cualesquiera agentes tractores, capaces de seguir liderando iniciativas como las que se describen a lo largo de este trabajo. Con liderazgo social e institucional, empoderando a las personas, creando espacios, impulsando iniciativas de abajo-arriba, se pueden lograr cambios de gran impacto para Asturias. Es un compromiso compartido de colaboración y de trabajo, realzando unos valores que ya están emergiendo en nuestra cultura digital; gracias al impulso decidido que a lo largo de los años se ha venido desarrollando en Asturias por la implantación y uso de las TIC.

Innoexplora es un punto de partida en ese metabolismo social que necesita Asturias para reinvertarse, pero necesita de un liderazgo compartido y asumido por toda la sociedad para que sea sostenible en el tiempo.

Agradecimientos



Como director de Fundación CTIC Sociedad de la Información, quiero agradecer vivamente a todas aquellas personas e instituciones que, de una forma u otra, han participado en el desarrollo del proyecto. Muy especialmente a todos los y las ponentes participantes en los tres encuentros: David San Benito (jefe de innovación social y negocios inclusivos de Telefónica S.A.), David Pascual Portela (gerente de desarrollo institucional de la innovación de INDRA), Patricia Sáez Blasco (directora del MBA en Social Entrepreneurship de la Universitat Oberta de Catalunya), Francisco Polo (director de Change.org España, José Luis Larrea Jiménez de Vicuña (presidente del Grupo Ibermática y presidente de Honor del Instituto Vasco de Competitividad-Orkestra), Alfonso Molina (profesor de Estrategia de Tecnología de la Universidad de Edimburgo y director científico de la Fondazione Mondo Digital), David Álvarez (jefe del área de Gestión del Talento y Capital Humano en el Consorcio Fernando de los Ríos), Carmen Ovies (jefa de servicio de Atención a la Diversidad, Orientación y Participación en la Consejería de Educación y Universidades del Principado de Asturias), Louise Pulford (directora de SIX -*Social Innovation Exchange*- y coordinadora del trabajo internacional de la Young Foundation), Pablo Angulo Bárcena (director de Programas y responsable de la D.T. Cuarto Sector en Innobasque), Jara Rocha (*content curator* de Medialab-Prado y *mediator and researcher* en IED -Instituto Europeo di Design), Julia López Varela (coordinadora de HUB Madrid), David Cabo Calderón (impulsor de la Fundación Ciudadana Civio), Marc Garriga Portolà (miembro fundador de Xarxa d'Innovació Pública) y Olivier Schulbaum (cofundador Platoniq y vicepresidente de la Fundación Fuentes Abiertas).

Asimismo, quisiera dar las gracias a todas las personas que, de forma desinteresada, han participado en las siete mesas de trabajo que hemos organizado en el seno de los encuentros. Personas cuyos nombres se han referenciado en los apartados correspondientes de este documento, cuya inestimable colaboración nos ha ayudado a extender el concepto de innovación social en Asturias y a enriquecer el contenido de este documento.

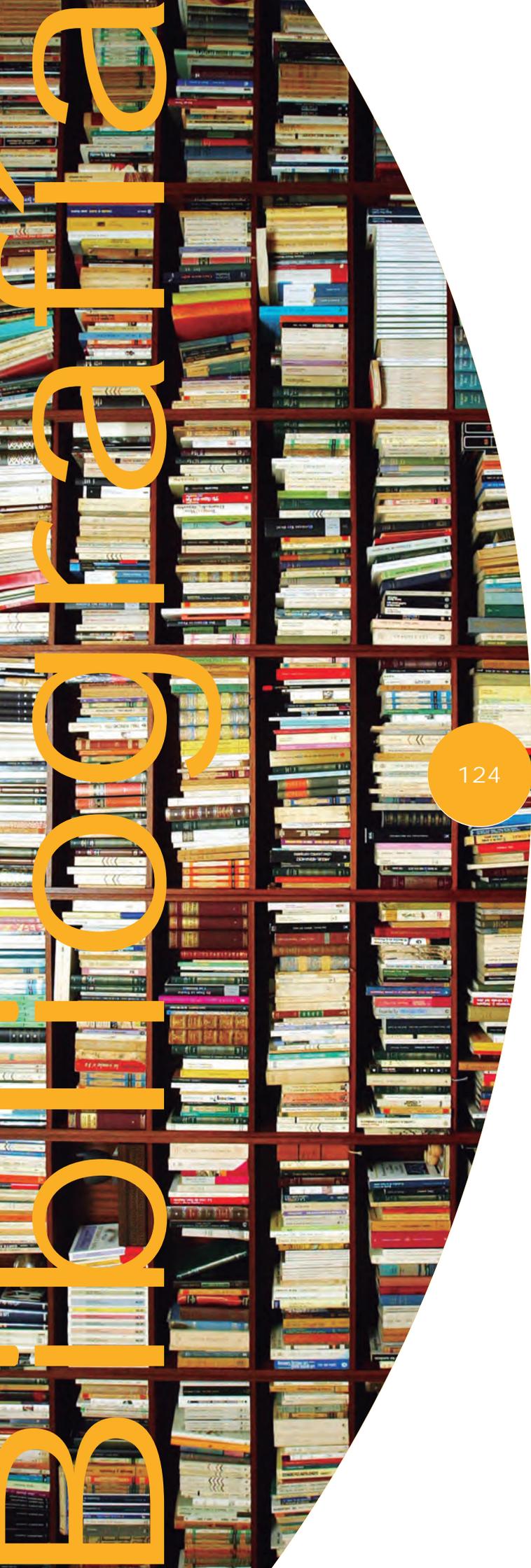
A las personas expertas que han dado consistencia a este documento gracias a la elaboración de tribunas y artículos de opinión, a: María Elisa Bernal (Oficial de Asuntos Sociales de la División de Desarrollo Social de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe- CEPAL), Antonella Broglia (Ambassador Ashoka España), Alfonso Carlos Morales (Profesor titular en la Facultad de C.E. y Empresariales-ETEA), Juan Francisco Delgado (Director General de Consorcio Fernando de los Ríos), Ziortza Etxabe (coordinadora de EUTOKIA- Centro de Innovación Social), Amy Bonsall (*strategist and business innovator* de IDEO) y Sergio Tobón y su equipo (Unidad Operativa Centro de Pensamiento Social).

A la FENA Business School, Laboral Ciudad de la Cultura y Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Gijón por acoger los encuentros en sus instalaciones y colaborar en la difusión de los mismos.

A la Fundación Española de la Ciencia y Tecnología y al Gobierno del Principado de Asturias, puesto que sin su financiación el proyecto no hubiera sido posible.

Por último, no querría cerrar este apartado sin extender mi agradecimiento al equipo de Fundación CTIC, quienes con su apoyo o implicación directa han hecho posible este trabajo: Miguel Ángel Acero, Pablo Suárez, Eva Huergo, María Jesús Fernández, Francisco Flórez, Yolanda Lorenzo, Arantza Ruiz, Brendan Doyle, Carmen Bouzas, Ana Álvarez, Lidia Parra, Luisa María Paz, Jimena Pascual, Eva Castaño y Juan Luis Jimeno.

Paco Prieto, director de Fundación CTIC Sociedad de la Información.



- Acevedo, M.F. (2011). *“Centro de Innovación Social – Gobierno Colombiano”*.
- Abreu Quintero, J.L. (2011). *“Innovación Social: conceptos y etapas”*.
- Abreu Quintero, J.L. y Cruz Álvarez, J.G. (2011). *“Modelos de Innovación Social”*.
- Durao Barroso, J.M. (2009). *Discurso “Trasforming the EU into an innovation Society”*
- CEPAL (2010). *Experiencias de Innovación Social América Latina y el Caribe*.
- Challenge Social Innovation (2011). *“Viena declaration: the most needed social innovations and related research topics”*.
- Chandramohan D, M. G. (1994). *Verbal autopsies for adult deaths: issues in their development and validation*. London: Department of Epidemiology and Population Sciences, London School of Hygiene and Tropical Medicine, UK.
- Comisión Europea (2010). *Europa 2020: Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador*. Comisión Europea.
- Comisión Europea (2010). *This is European Social Innovation*. Comisión Europea.
- Curro Grau, M. (2012). *Los emprendedores sociales: innovación al servicio del cambio social*. Cátedra IESE Business School- Universidad de Navarra.
- Departamento de investigación de Innobasque (2011). *Empresa Social Innovadora*. Innobasque – Agencia Vasca de Innovación.
- Departamento de investigación de Innobasque (2011). *Estrategia de Innovación Social: Una ventana de oportunidad para Euskadi*. Innobasque – Agencia Vasca de Innovación.
- Departamento de investigación de Innobasque (2011). *RSE y competitividad en Euskadi: una aproximación desde la Innovación Social*. Innobasque – Agencia Vasca de Innovación.
- Departamento de Investigación y Pensamiento Social, Comfama. (2012). *“Del estado del arte”*. *Revista Observar*, 8-11.
- Departamento de Investigación y Pensamiento Social, Comfama. (2012). *“Del estado del arte de la innovación social a la realidad”*. *Revista Observar No. 25*, No. 25, 8-11.
- Echeverría, J. (2008). *“El manual de Oslo y la innovación social”*.
- Esguevillas, J. (2012). *“Innovación social: retos y estrategias para el desarrollo inclusivo del territorio”*.
- Florida, R. (2008). *Las ciudades creativas*. Paidós Empresa.

- Franco Valdivia, R., y González Luna, M. A. (2009). *De las mujeres en la justicia comunitaria: Víctimas, sujetos y actores*. Lima: Instituto de Defensa Legal.
- Freire, J. & Gutiérrez-Rubí, A. (2010). *32 Tendencias de cambio (2010-2020)*. <http://www.gutierrez-rubi.es/32-tendencias-de-cambio-2010-2020/>.
- Fundación para la Innovación Bankinter (2010). *Innovación Social: reinventando el desarrollo sostenible*. Fundación de la Innovación Bankinter-Accenture.
- Fundación para la Innovación Bankinter (2011). *La educación del siglo XXI*. Fundación de la Innovación Bankinter-Accenture.
- Gann, D. y Mark Dodgson, M. (2007) *Innovation Technology. How new technologies are changing the way to innovate*. NESTA.
- Gondelberg, M., Kamoji, W., Orton, L. y Williamson, M. (2009). *Social Innovation in Canada: An Update*. CPRN Research Report.
- Goodman, J. y Murillo, D. (2011). *Antenna para la Innovación Social*. ESADE Instituto de Innovación Social.
- Gregory Dees, J., Battle Anderson, B. y Wei-Skillern, J. (2002). Extracto del paper “*Caminos hacia el impacto social: estrategias para escalar los proyectos de éxito de la innovación social*”.
- Grupo de reflexión (2010). *Proyecto Europa 2030: Retos y oportunidades*.
- Hamel, G. (2012). *Lo que ahora importa*. DEUSTO.
- Hothi, M. (2012). *Local 2.0.: How digital technology empowers local communities*. The Young Foundation.
- Innerarity, D. y Gurrutxaga, A. (2009). *¿Cómo es una sociedad innovadora?*. Innobasque- Agencia Vasca de Innovación.
- Innovation for Digital Inclusion (2011). “*The Roadmap for digital inclusion: a hub for social innovation*”.
- Kania, J., y Kramer, M.(2011). “*Collective Impact*”. En: Stanford Social Innovation Review.
- Klein, J.L. y Tremblay, D.G. (2011). “*Cultural creation and social innovation as the basis for building a cohesive city*”.
- Lalinde Ángel, M. I. (2005). *La autopsia verbal: Reconstruyendo la historia de una muerte materna*. Medellín, Colombia: Universidad de Antioquia.
- London School of Economics (2010). “*Policy Lessons and opportunities from metros in the EU and Asia*”. LSE Cities Next Urban Economy.
- Marina, J.A. (2012). *Libro Blanco. Cómo construir una cultura del emprendimiento, la innovación y la excelencia. Una pedagogía de la Innovación Social*. Fundación Repsol.
- MIK S. Coop. (2010). *Sectores de la nueva economía 20+20*. Fundación EOI.
- Mulgan, G., Tucker, S., Ali, R. y Sanders, B. (2007). *Social Innovation. What it is, why it matters and how it can be accelerated*. Skoll Centre for Social Entrepreneurship.
- Murray, R., Caulier-Grice, J. y Mulgan, G. (2010). *The Open Book of Social Innovation*. The Young Foundation – NESTA.
- Murray, R., Caulier-Grice, J. y Mulgan, G. (2010). “*How to innovate: The tools for social innovation*”.
- Prieto Martín, P (2006) “*Sistemas avanzados para la participación electrónica municipal: ejes conceptuales para su diseño*.” Revista TEXTOS para la CiberSociedad.
- Tims, C. y Wright, S. (2007). *So, What do you do? A new question for policy in the creative age*. DEMOS.
- Trebol de cuatro hojas (2010). *Estrategia de reducción de la morbilidad materna, perinatal e infantil*. CEPAL, UNICEF.
- Reig Hernández, D. (2012). *Socionomía ¿Vas a perderte la revolución social?* DEUSTO.
- Rey de Marulanda, N., y Tancredi, F. (2010). *De la innovación social a las políticas públicas*. CEPAL.
- Romer, P. (2006) *Endogenous Technological Change*. Journal of Political Economy, Vol. 98, No. 5.
- Rodríguez Herrera, A. y Alvarado Ugarte, H. (2008). *Claves de la innovación social en América Latina y el Caribe*. CEPAL.
- Rusi, D., Ayuso, S. y Fullana i Palmer, P. (2012). *El análisis social del ciclo de vida como instrumento de la RSC*. Cátedra de Responsabilidad Social Corporativa de Mango – Universitat Pompeu Fabra.
- Sánchez, P. , Casado, F., Vives, J. y Mutis, J. (2011). *La Base de la Pirámide bajo el prisma de Euskadi*. Innobasque – Agencia Vasca de Innovación
- Social Innovation Europe (2012). *Financing Social Impact: Funding social innovation en Europe – mapping the way forward*. Comisión Europea.
- Surman, T. (2010). *Creating the conditions for social innovation emergence*. Centre for Social Innovation.
- Vitali, A. (2012). “*Leonardo for human & environment rights*”.



innoEXPLORA
innovando con las personas >