

CAPITULO VII: Innovación Social Revisada

7.1. EL ALCANCE DE LA INNOVACIÓN SOCIAL

Hasta este momento hemos expuesto y discutido diferentes aspectos de la innovación muy importantes para entender sus interrelaciones con el desarrollo, la sociedad, la cultura, la tecnología, el conocimiento, entre otros aspectos. Sin embargo, ha prevalecido como espacio importante la interrelación entre sociedad e innovación, y por añadidura, cultura. Así, intentaremos concluir este ejercicio abordando con mayor precisión el campo más general de la innovación; es decir, la innovación social, estrechamente ligada a la innovación cultural y al desarrollo que integra las capacidades de las organizaciones y las personas tanto sostenibles, sustentables, intelectuales, éticas, tecnológicas, económicas, interactivas, culturales, de los diferentes actores de la sociedad.

Así lo discute Echeverría (2008), al analizar la innovación social desde el punto de vista conceptual, implicando seleccionar valores sociales variados de manera integral, tan importantes como el valor económico y participativo; igualmente, habla de propugnar, mejorar y analizar el bienestar, calidad de vida y funcionamiento efectivo de los servicios; también, hay que incluir la llamada innovación cultural, la cual está determinada por valores artísticos y analíticos dentro de contextos socio-culturales que influyen en las categorías y aspectos mencionados aquí. Esto será posible abordando el carácter interactivo integral y transdisciplinario del espacio social y cultural de la innovación.

Las innovaciones sociales y culturales, de manera general, influyen en las cualidades que se imprimen en otras formas de innovación, puesto que incluyen como objetivos mejorar el bienestar, calidad de vida, nivel cultural y el funcionamiento eficiente para que todas las personas disfruten de la calidad de los servicios públicos y privados, los cuales tienen injerencia en otras manifestaciones de la innovación.

Igualmente, podemos agregar que la innovación, en un marco social y cultural con el conocimiento científico-ambiental, implica también una innovación respetuosa y conservadora de la naturaleza, una innovación sustentable/sostenible que influye en la calidad de vida. Esta debe ser medida no solo en números sino en valores (Echeverría, 2004, 2006) tales como el incremento en la satisfacción que proveen algunos valores sociales y culturales; por ejemplo, conocer si unos valores han sido de significación pequeña, media o superior en relación con una situación previa, entonces es posible generar sistemas de evaluación, de indicadores que puedan medir innovaciones sociales acumulativas y satisfactorias o de ruptura e insatisfactorias en el ámbito social.

Igualmente, se puede desarrollar para innovaciones culturales como el aumento de la oferta cultural, normalización lingüística, infraestructuras nuevas, cultura del entretenimiento, y presencia y difusión cultural internacional. Entonces se pueden desarrollar sistemas indicadores de valores de IS, los cuales pueden tomar como valor superior la innovación sustentable, debido a la importancia, que se acepta cada vez más, de la imperiosa necesidad de mantener la calidad de nuestros ecosistemas y de recursos como el agua y el aire, esenciales para la permanencia de las especies, incluyendo la humana. Así, la sustentabilidad se puede elevar a una categoría o valor superior asociado con la innovación social.

El concepto de IS aspira a cubrir un área amplia del espacio de acción de la innovación; en realidad, abarca la percepción de la innovación desde la más específica a la más amplia, porque al final la innovación, desde la más especializada hasta la más general, termina implicando una dimensión atada a lo social, a las interrelaciones entre la gente para un fin común; es decir, con implicaciones sociales, desde los aspectos económicos, tecnológicos, organizacionales y culturales, así como los ya vistos intelectuales, sostenibles y sustentables, los cuales se conectan, implican y repercuten en la construcción de un mundo mejor (Foroudi et al, 2021).

Las interpretaciones fundamentales que despiertan la mayor atención se relacionan con el descontento creciente de los diferentes actores, con el déficit percibido hacia la solución de los problemas sociales. Ello genera necesidades y entusiasmo desde los actores, quienes se sienten impelidos a tomar iniciativas con el mayor potencial para solucionar problemas a través de la creación de alternativas innovadoras.

Las respuestas sobre qué es la IS sigue siendo “vaga” (Edwards, Schachter & Wallace, 2017), provocado por el aumento continuo de la implementación exitosa de la innovación social por parte de emprendedores, organizaciones y empresas, los cuales han elevado el concepto inevitablemente al altar de una “palabra de moda”. La IS se ha concebido como “una solución novedosa a un problema social”, una resolución más eficaz, eficiente, sostenible y justa que las soluciones existentes y para la cual el valor creado recae principalmente en la sociedad en su conjunto y no en el sector privado o cualquier otro grupo o sector particular.

Otro punto desencadenante de una mayor atención a las cuestiones sociales lo constituye el hecho de que la innovación social ha sido el impulsor económico posterior a la recesión después del 2008; a medida que las sociedades se hicieron conscientes de los problemas y desafíos a una escala más amplia cuando, a principios del siglo XX, los mercados se centraban principalmente en la economía y el sector tecnológico. Hoy, los crecientes problemas coincidentes con la post-recesión, las medidas económicas implantadas estimulan a los emprendedores, organizaciones y empresas a apoyarse en las redes sociales para impulsar la innovación. Los ejemplos de escuelas chárter, movimientos de producción participativa y cooperativa, comercio justo para promover la sustentabilidad ambiental y el beneficio equilibrado para los agronegocios, todos ellos pueden considerarse como los más recientes ejemplos exitosos, post-recesión, de la innovación social en una cartera bastante diversa.

Sin embargo, en los últimos tiempos, la problemática asociada a la sustentabilidad ambiental está creciendo aceleradamente, convirtiéndose en una preocupación

emergente de alta importancia para los habitantes, clientes y sus grupos, empresas y organizaciones gubernamentales y no gubernamentales; es decir, para la sociedad en general.

Por eso, la definición adoptada para la sustentabilidad es la desarrollada por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (Brundtland, 1987), la cual mantiene relevancia y se define como “el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer las capacidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades” (p. 8).

En el espacio del marketing, Grinstein & Nisan (2009) y Sharma & Iyer (2012) analizan una amplia cantidad de literatura bajo los conceptos de consumo sostenible, marketing verde y ambiental, la cual es consistente con la definición potencial de innovación social y emprendimiento en las secciones anteriores. El concepto "innovación social" acertadamente se considera que capta la esencia de la sostenibilidad, debido a que la IS ofrece beneficios sociales y valores económicos (Pfitzer, 2013) por igual. Implicando que la IS consiste en innovar para el valor compartido, la mentalidad firme (Porter & Kramer, 2011) sobre la idea de valor compartido y participativo, la cual surge de las prácticas e innovaciones de una organización y empresa por las cuales mejoran las maneras de producción y de competitividad y la condición económica y social de la comunidad donde opera. La IS vista desde esta perspectiva, la hace compatible con la sostenibilidad, con la sencilla pero poderosa concepción sostenible de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo.

Como lo argumenta Fernández-Esquinas (2020), hemos podido apreciar lo fundamental de la IS para el desarrollo continuo de las sociedades contemporáneas. Por un lado, contribuye de manera determinante con la generación de conocimiento para la práctica productiva y participativa en general; igualmente, la variedad y facilidad que crea la IS estimula el consumo de uno de los motores básicos del desarrollo económico: la generación de conocimiento. Todavía más, la IS estimula la generación de conocimiento para todos los

aspectos de la producción y el consumo tanto teóricos como prácticos. Finalmente, la IS se asocia con diferentes contextos o referentes como la salud, educación, el trabajo, seguridad, la producción de bienes públicos y la sustentabilidad, el incremento y cuidado de la calidad de vida, haciéndose imprescindible en nuestra cotidianidad e imaginario social.

Por otro lado, Hemphala & Magnusson (2012) argumentan que es necesario recalcar que la IS es generada a través de la interacción entre seres humanos, es un proceso participativo propulsor de nuevas ideas y perfeccionador de ideas ya circulantes en el entramado social. Filósofos como Jürgen Habermas (1987, v1, v2; 2002), arguyen que la *interacción* se ha reclamado como una práctica que no solo determina, sino que está en la base u origen de la propia evolución humana; y esto parece entenderse cada vez más. Esta aceptación indica la necesidad de alcanzar la consciencia de la importancia de constituir nuevas, y fortalecer las ya existentes, *redes sociales* de generación de conocimientos y de colaboración entre humanos para aumentar las posibilidades de la IS, el desarrollo y la evolución humana.

Como lo discute Melé (2016), otro aspecto importante lo constituye la ética en la IS, la cual asume el papel de actuar con responsabilidad o, de manera más precisa, actuar con ética. Por último, nos gustaría destacar el tema de la ética en la IS dado que esta no solo es social, sino, como comentábamos anteriormente, debe ser responsable y, por ende, ética. Este tema genera situaciones nuevas y debe llevar a la reflexión.

Es necesario construir un diálogo y una apertura generalizada para conocer bien los pros y contras de cada situación y decidir participativamente si merece la pena llevarla adelante. Debemos tener en cuenta que la ética no solo evalúa, aunque nos aporta criterios de evaluación, sino que ayuda a hacer el bien, por lo que tiene un papel proactivo en la innovación. Pensando en situaciones sociales difíciles han surgido innovaciones sociales importantes. La ética nos ayuda a humanizar la

innovación y fomentar la imaginación moral para que la innovación se encuentre al servicio de las personas y sus necesidades (Melé, 2016).

De lo que podemos derivar hasta ahora, encontramos que la innovación en general, y específicamente la IS, ha iniciado un recorrido con aceleración continua, el cual cada vez parece aumentar la velocidad y la transformación de prácticas que hasta hace poco era difícil reemplazarlas y/o superarlas. Se están construyendo múltiples caminos; en realidad, muchas innovaciones sociales han progresado desde las márgenes hasta constituir el movimiento principal. En la historia reciente, la sociedad civil activó con fuerza el movimiento participativo de la IS. El movimiento intenso de la industrialización y urbanización del siglo XIX fue acompañado por un extraordinario incremento de la innovación y el emprendimiento social, incluyendo organizaciones para construir, cooperativas, microcrédito cooperativo, autoayuda cooperativa, clubes de lectura, otras empresas, entre ellas la filantrópica y de salud y organizaciones laborales como los sindicatos.

En la Inglaterra del siglo XIX e inicios del XX, la sociedad civil asumió el liderazgo a través de modelos más nuevos e influyentes para el cuidado de niños, atención social, desarrollo comunitario y vivienda. En el desarrollo posterior de los siglos XX y XXI fueron los gobiernos quienes asumieron la batuta en la acción de la IS. En 1945, los gobiernos democráticos iniciaron la construcción del Estado de bienestar; instituciones del Estado introdujeron métodos tales como bancos de crédito para agricultores y redes de colegios de educación para adultos, además del sistema educativo tradicional. Sin embargo, esas instituciones mostraron su naturaleza provinciana, ineficiente y paternalista y no alcanzaron a satisfacer la demanda social y sus necesidades a ninguna escala. Esto marca la necesidad de emprender renovadas innovaciones sociales.

Para Foroudi et al (2021), el concepto más empleado asociado al contexto de la IS lo constituye el emprendimiento social; a pesar de que no ha aparecido una conceptualización unánime del término “emprendimiento social”. Los estudiosos

del tema se han referido al emprendimiento social como el logro de innovaciones en los negocios que generan valores sociales. Mair & Marti (2006) han conceptualizado al emprendimiento social como “la práctica socialmente responsable de las empresas comerciales que participan en asociaciones intersectoriales” (p. 37).

De la misma forma, otros investigadores se refieren a la innovación social como “las actividades y procesos emprendidos para descubrir, definir y explotar oportunidades con el fin de mejorar la riqueza social mediante la creación de nuevas empresas o la gestión de organizaciones existentes de manera innovadora” (Zahra et al, 2009, p. 519). Considerando lo expuesto, podemos adelantar que el emprendimiento y la IS están detrás de una oportunidad que permita satisfacer una necesidad social fundamental: repensar participativa y continuamente la innovación social.

En los últimos veinte años, el interés creciente asociado al emprendimiento y la IS puede estar relacionado al fracaso total del modelo empresarial limitado a “solo ganancias”. Luego, la prolongada recesión en la economía llevó a sectores públicos más pequeños a participar en algunas actividades impulsadas por el deseo de respaldar la innovación y el emprendimiento; en particular, la innovación social.

El tercer concepto clave que los investigadores comúnmente han usado en el espacio de la IS lo constituye la empresa social, la cual puede definirse como organizaciones o firmas que hacen negocios con un particular propósito social. De esta manera, la empresa social define como objetivo la superación de una necesidad social a través del uso de métodos innovadores. Estos métodos y formas nuevas pueden aplicarse en diferentes áreas, tales como: calidad del producto/servicio, métodos innovadores de crear formas alternativas, mercados y organizaciones con características apropiadas para enfrentar problemas sociales y generar bienestar. Luego, la empresa social se podrá definir como las que están

detrás del impacto social, priorizando éste en vez de la obtención de ingresos y ganancias (Defourny & Nyssens, 2014).

Para cerrar esta discusión elaboraremos sobre los resultados obtenidos por una variedad de investigadores en los últimos años sobre factores que facilitan la construcción y desarrollo de la IS, siguiendo las conclusiones elaboradas por Foroudi et al (2021).

7.2. FACTORES FACILITADORES O IMPULSORES DE LA INNOVACIÓN SOCIAL

7.2.1. Oportunidad

La oportunidad resalta como uno de los ámbitos más productivos de investigación en la IS. La oportunidad se define como una posibilidad de satisfacer una necesidad, en este caso social, mediante una combinación creativa de recursos para ofrecer un valor superior. De acuerdo con la suposición más elemental, la oportunidad puede ser descrita como una necesidad social constituida por capacidades subempleadas, donde estos recursos pueden generar o crear nuevos valores. En otras palabras, la oportunidad puede surgir de una tecnología subempleada o nueva.

Para Ardichvili et al (2003), hay cuatro alternativas de oportunidades: sueños, resolución de problemas, transferencia de tecnología y creación de empresas. Profundizar en ellas implica conceptualizar los sueños; los cuales identifican situaciones donde no se conocen los problemas ni las soluciones. Este tipo de oportunidad se puede conectar con la creatividad asociada, principalmente, con científicos, artistas o visionarios buscando dar forma y llevar el conocimiento previo hacia nuevas direcciones o llevar la innovación tecnológica más allá de las fronteras de sus límites.

7.2.2. Recursos

La creación y realización de prácticas de IS pueden ocurrir con los recursos a gestionar, pero también se relacionan con la inversión y validación de los propios

recursos (Shpak et al, 2017). Igualmente, otra categoría de recursos, como los recursos de red (Murray, 2010) y de soporte gubernamental pueden colaborar con la mejoría de la calidad de la innovativa social. En la dimensión de prácticas de IS, la importancia de los recursos se aprecia en los artículos altamente citados, pero no se cubren de manera integral; por lo que permite sugerir que estudios futuros podrían investigar los recursos como punto fundacional muy importante en las prácticas de innovación (Short et al, 2009).

7.2.3. Servicios

Servicios para la innovación se refiere al acto de combinar recursos de una manera nueva y genuina. Como lo discuten Lusch & Nambisan (2015), la innovación de servicios es “la recuperación de diversos recursos que crean recursos novedosos beneficiosos... para algunos actores en un contexto dado” (p. 161). Igualmente, Vargo et al (2015) definen la innovación de servicios como “la recombinación colaborativa de prácticas que brindan soluciones novedosas para soluciones nuevas o problemas existentes” (p.64). Las anteriores definiciones se alinean con la definición de servicio de Schumpeter (1934): La “realización de una nueva combinación de servicios” (p. 66). La innovación se beneficia de la combinación de recursos nuevos y antiguos con el conocimiento y la tecnología actuales. La innovación de servicios inicia con cambios en los recursos y termina en nuevas combinaciones. Así, se puede concluir que la IS es el resultado de combinar recursos actuales y nuevos.

7.2.4. Conocimiento

El paradigma basado en recursos argumenta que el conocimiento juega un papel preponderante en la generación de ventajas competitivas para las empresas y organizaciones. El conocimiento se considera un activo (Liu & Atuahene-Gima, 2018) que puede lograr una ventaja competitiva superior. El conocimiento se ha referido como uno de los recursos más críticos que puede hacer sobresalir a una empresa u organización. Es así como el conocimiento, aceptado como recurso único, juega un rol fundamental en toda IS (Knott et al, 2003).

7.2.5. Tecnología

Con frecuencia, los modelos tecnológicos arrojan luz sobre la importancia de la tecnología para producir y diseñar nuevos servicios o productos comercialmente valiosos. Otros investigadores se han referido a la innovación como un producto, idea, servicio, una tecnología o proceso nuevo, o, finalmente, un nuevo modelo de negocio (Tidd & Bessant, 2014). Además, recientemente la importancia de la tecnología para la IS está creciendo rápidamente. En muchos países desarrollados y en desarrollo existe una amplia gama de tecnologías nuevas y distintivas que prometen crecimiento para los sectores sociales emergentes. Estos cambios tecnológicos se centran principalmente en tecnologías como la biotecnología, nanotecnología, ciencias ambientales y ciencias de la vida.

7.2.6. Mercado

Entre los elementos más importantes de la IS está su interés y enfoque en personas de menores ingresos. Los resultados de Prahalad & Hammond (2002) y Prahalad & Hart (2002) indican la existencia de empresas que no sólo pueden obtener ganancias mientras ayudan a otros, sino que también pueden enfrentar eficazmente algunas áreas, cuestiones y asuntos sociales. Entre ellas, la generación de mercados populares y mercados cooperativos para abaratar el consumo, impactando positivamente la capacidad de gestión de las personas de bajos ingresos.

7.3. EXPLORACIÓN DE OPORTUNIDADES DE LA INNOVACIÓN SOCIAL

A través de la evolución del dominio de la IS, uno de los conceptos fundamentales es la exploración de oportunidades. Sin embargo, se han hecho pocos intentos de investigar esa exploración; es decir, entre otras cosas, evaluar para hacer uso de las oportunidades sociales a fondo (Dwivedi & Weerawardena, 2018; Witell et al, 2017).

Los innovadores y emprendedores sociales tienden a iniciar su proceso de innovación identificando las oportunidades que acompañan a un problema social

específico (Cajaiba-Santana, 2014; Franz et al, 2012). Los emprendedores sociales buscan constantemente encontrar oportunidades de crear valor para los clientes, existentes y potenciales (Álvarez & Barney, 2007) y lanzar negocios y empresas que tienen potencial para lograr la superación de un imperativo económico, creando riqueza social (Dwivedi & Weerawardena, 2018).

Según Thompson et al (2000), un emprendedor social es una persona que percibe la existencia de una oportunidad para satisfacer las necesidades de las personas que un gobierno o Estado no pueden o no quieren enfrentar. Según su proceso de cuatro pasos del emprendimiento social, el primero es percibir una oportunidad existente. Los emprendedores sociales contribuyen significativamente a la comunicación (Welter, 2011), ya que pueden influir en las actividades que son necesarias para crear, descubrir, definir y explotar oportunidades de promover la riqueza social a través de formas y disciplinas innovadoras.

Un ejemplo en Venezuela lo constituyen los mercados cooperativos funcionales en diferentes estados del país, entre ellos los mercados cooperativos de CECOSOLA en el estado Lara, los cuales ya tienen más de cincuenta años de desarrollo y abaratamiento del costo de la vida, los cuales también han tenido un impacto positivo en la constitución de empresas agrícolas e industriales para abastecer esos mercados (Correa, 2021).

7.4. VALOR ECONÓMICO Y SOCIAL

Investigadores como Markman et al (2009) han destacado la importante contribución de la innovación y los descubrimientos científicos para mantener el valor económico y social. A través de tales innovaciones, las empresas pueden desarrollarse y crecer mejorando la calidad de sus productos y, en consecuencia, aumentar el desempeño de su empresa (Lavie & Drori, 2012). Además, aprovechando el estado del arte, las empresas de tecnología pueden desempeñar un papel vital en la generación de valor económico mediante los conocimientos científicos y tecnologías (Pisano, 2010). Es más, los hallazgos de Greenhalgh &

Rogers (2006) revelan que el uso de nuevas tecnologías puede ayudar a las empresas a mejorar su valor económico y social.

Los emprendedores pueden identificar y aprovechar las oportunidades sociales que pretenden ofrecer de una manera superior. En otras palabras, como han señalado Peredo & McLean (2006) afirmando, “para los emprendedores sociales, la misión social es explícita y central... el impacto se convierte en el criterio central, no la creación de riqueza” (p. 59).

7.5. INNOVACIÓN SOCIAL Y POSIBILIDADES DE LA SOSTENIBILIDAD

Consistente con la definición potencial de IS, en la discusión sobre el emprendimiento en las secciones anteriores, el término "innovación social" puede considerarse acertadamente captando la esencia de la sostenibilidad. Dado que la IS ofrece beneficios y valores socioeconómicos, la noción se construye creando para el valor compartido. La mentalidad firme similar a la de Porter & Kramer (2011) recoge la idea de valor compartido, ya que las prácticas e innovaciones de una empresa u organización mejoran la competitividad y, en consecuencia, la condición económica y social en la comunidad dentro de la cual opera. De seguidas presentaremos algunas de las definiciones que de alguna manera contribuyen con mostrar la identificación de ese valor compartido de las personas en la IS, el que auspicia la posibilidad de la sustentabilidad en esas expresiones de la IS y expande la variedad de sus implicaciones conceptuales.

Hernández, Aja, Medina & Rueda (2023) muestran una diversa y amplia gama de definiciones las cuales se pueden agrupar en torno a dos clasificaciones generales: la primera constituye un enfoque limitado de las innovaciones sociales (Edwards & Wallace, 2017), bajo el cual se agrupan nuevos modelos, procesos, productos y servicios. Los mismos aportan nuevas y más eficientes satisfacciones a necesidades sociales (Hernández, Tirado & Ariza, 2016). Este enfoque asume que las innovaciones sociales concentrarían sus capacidades en la respuesta a problemas sociales y sus impactos. La segunda clasificación fortalecería el

empoderamiento de la sociedad para fortalecer su organización, transformando radicalmente la gobernanza y reparto de recursos disponibles o existentes (Moulaert, MacCallum & Mehmood, 2013). Este enfoque alimenta una propuesta de políticas públicas, y aunque es una expresión que fortalece la sustentabilidad de esas configuraciones de la IS y la posibilidad de consolidar su importancia en un futuro no muy lejano, también es una alternativa especialmente débil, debido a su menor expansión y consolidación actual como propuesta de interés.

Tal y como se ha desarrollado y aplicado en la narrativa que se presenta aquí, la IS está relacionada con el segundo enfoque descrito arriba; a continuación, vamos a describir brevemente diferentes maneras de aplicación y desarrollo de la IS compatibles con como la concebimos aquí.

7.5.1. Modelo de Innovación Social Local

Este modelo de Innovación Social Local es el que emerge con mayor preferencia en el ámbito de lo local, va a ser el espacio preferencial de emergencias de la IS, el cual se caracteriza por una alta especialización, y movilización de recursos del contexto y una amplia participación de personas vinculadas al territorio. La IS se constituirá a través de seis factores (NESTA, 2006):

- 1) identificación de una demanda o factor impulsor;
- 2) existencia de presiones internas (políticas y de personas comunes) y externas (organismos diversos) que asumen el papel de catalizadores de la innovación;
- 3) presencia de liderazgos definidos estratégicos;
- 4) prevalencia de una cultura organizacional dominante caracterizada por apoyar el cambio, aceptar riesgos y ser flexible;
- 5) disponibilidad de redes multinivel, formales e informales con la función de expandir las bases social e institucional de la innovación, actuando como colaboradores y facilitadores de la misma;
- 6) acceso a diversos recursos para asegurar la sustentabilidad del proceso (Hernández et al, 2016).

7.5.2. Modelo de la Red Quebequense en Innovación Social

El modelo está asociado y se aproxima a la IS a través de un componente colectivo transformador. Según este modelo los tres componentes que lo caracterizan son:

- 1) Un estímulo que motiva y moviliza a actores locales;
- 2) Una metodología que hace posible el cambio de las relaciones sociales;
- 3) Una meta que posibilita el mejoramiento de las condiciones sociales de la comunidad y su permanencia.

Estos componentes contribuyen a que las innovaciones sociales se presenten como mediadoras entre el proceso de transición y variados modelos de desarrollo social. Al igual que el anterior modelo, este reconoce a la comunidad como principal actor de la generación de la IS, al compararlo con enfoques que acentúan el liderazgo individual (Hernández et al, 2016).

7.5.3. Modelo de Rodríguez y Alvarado (2008)

Conciben los procesos de IS como aprendizaje sistémico, de manera tal que las innovaciones se entienden como producto de la capacidad adaptativa a través de mecanismos incrementales de un sistema. Así, la innovación se constituye como producto de procesos endógenos autoorganizados y procesos exógenos eco-organizados. El actor asociado a la IS es la sociedad civil en interacción con las organizaciones comunitarias, tanto las privadas como las públicas. Las comunidades agregan intereses y experiencias de los ciudadanos al mismo tiempo que disponen de capital asociado a la gestión de la gobernanza, permitiendo transformaciones más democráticas y sustentables producto de la interacción entre ciudadanos. Otros actores se unen a la presencia de los ciudadanos a través de una función instrumental, aportando componentes logísticos para avanzar el desarrollo del proceso y conducirlo a la generación y adopción de la innovación (Hernández et al, 2016).

7.5.4. El Modelo de Comunidades de Innovación o CDI

Con el modelo de CDI debemos comprender las características colaborativas y comunitarias de la IS. El modelo CDI incorpora el aprendizaje social y capacidad creativa de la investigación (West, 2003). Este modelo contribuye a entender la dimensión comunitaria y colaborativa de la innovación; además, intenta darle valor a la capacidad innovadora y su capacidad de gestión de procesos de la comunidad. El modelo CDI fija la comunidad como el elemento principal de la acción de generar innovaciones y de beneficiarse de esa generación, su concepción de las comunidades de innovación es sencillo, básico, presentando diferentes descriptores:

- 1) comunidad con conocimientos y destrezas que le reconocen características de sujeto experto;
- 2) comunidad fomentadora de la propiedad y el espíritu de emprendimiento;
- 3) comunidad con inclinación fuerte a la investigación;
- 4) comunidad con alta creación de diversidad innovativa (Innoversidad) y e) comunidad con identidad compartida y motivación altas.

Debido a su alta contextualización, el Modelo de Comunidades de Innovación fortalece la posibilidad de sustentabilidad; sin embargo, no permite caracterizar los elementos de una dinámica secuencial del proceso (Hernández et al, 2016).