



Innovación Social en Chile: una mirada desde la Empresa

RESUMEN

Frente a la creciente complejidad de los problemas sociales y de sustentabilidad de la sociedad moderna, han surgido distintas innovaciones sociales para generar soluciones a problemas que no son eficazmente atendidos por el sistema político-administrativo y económico. Este esfuerzo ha surgido especialmente desde la sociedad civil, representada en gran parte por organizaciones no gubernamentales. A este esfuerzo, el mundo empresarial no ha estado ajeno, y en forma creciente empieza a vislumbrarse su interés por contribuir al desarrollo social. Dado lo anterior, este artículo busca analizar el desarrollo de la innovación social en las empresas en Chile, haciendo referencia al concepto y describiendo la situación actual.

Cristian Geldes, PhD Universidad Adolfo Ibáñez
Profesor Asociado, Universidad Alberto Hurtado
cgeldes@uahurtado.cl

Fabrizio Ibáñez, M.A. Georgetown University
Asistente Investigación, Universidad Alberto Hurtado
fabianzeizaga@gmail.com

Goretti Cabaleiro, PhD Universidad Carlos III de Madrid
Profesora Asistente, Universidad de Navarra
gcabaleiroc@unav.es

INTRODUCCIÓN

En el ámbito empresarial, la innovación se ha convertido en uno de los aspectos clave para dar sostenibilidad y competitividad a las organizaciones. Por este motivo, la innovación está presente de manera constante en la discusión de las estrategias empresariales y de las políticas de fomento y de competitividad en distintos países, especialmente en los emergentes (Heredia et al., 2019).

En el ámbito académico, se han desarrollado distintas aproximaciones para analizar la innovación como, por ejemplo, los sistemas nacionales y regionales de innovación, los clúster, la especialización inteligente, los distritos industriales y la triple hélice. A su vez, se han identificado diversas clasificaciones de innovaciones, como pueden ser las radicales, incrementales y disruptivas o las innovaciones tecnológicas (procesos y productos) e innova-

ciones no-tecnológicas (marketing y organizacional) (Geldes et al., 2017).

Sin embargo, menos atención se ha puesto a la innovación social en el ámbito empresarial, a pesar de que está cobrando mayor relevancia en el mundo (Mirvis et al., 2016).

En este contexto, este artículo busca contribuir a la discusión de innovación social en Chile, haciendo referencia al concepto y caracterizando el proceso.

¿QUÉ ES LA INNOVACIÓN SOCIAL?

El concepto de innovación social está en evolución debido a las diversas perspectivas teóricas y prácticas que lo han abordado. Para Ayob et al. (2016), posiblemente sus orígenes se remontan a fin del siglo XIX, pero no es hasta finales del siglo XX donde se evidencia un incremento importante en su uso y aproximaciones (Butzin et al., 2014).

Una de las primeras definiciones explícitas

es la propuesta por Chambon et al., (1982), que define innovación social como *"Prácticas más o menos directas que permiten individual o colectivamente hacerse cargo de una necesidad social no satisfecha"*.

En la actualidad, las definiciones más aceptadas, son aquellas propuestas por instituciones internacionales. Por ejemplo, la Unión Europea se refiere a la innovación social como *"Nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que simultáneamente dan respuesta a las necesidades sociales y crean nuevas relaciones sociales o colaboraciones, generando bienestar en la sociedad y al mismo tiempo produciendo mejoras en su capacidad para actuar"* (BEPA, 2010) y el Center for Social Innovation de la Universidad de Stanford como, *"Aquella solución novedosa a un problema social que sea más eficaz, eficiente, sostenible o simplemente justa que las soluciones actuales, y cuya aportación de valor se dirija a los intereses*

TABLA 1. EMPRESAS POR SECTOR CON ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN SOCIAL.

Actividad Económica	(%)
Enseñanza	12,6
Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social	8,89
Elaboración de productos alimenticios	8,15
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	7,41
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	6,67
Obras de ingeniería civil	5,93
Agricultura, ganadería, caza y actividades de servicios conexas	4,44
Transporte y almacenamiento	4,44
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos	3,7
Actividades financieras y de seguros	3,7
Silvicultura y extracción de madera	2,96
Actividades de edición	2,96
Pesca	2,22
Actividades jurídicas y de contabilidad	2,22
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	2,22
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas	2,22
Acuicultura	1,48
Fabricación de papel y de producción de papel	1,48
Fabricación de sustancias y productos químicos	1,48
Fabricación de maquinaria y equipo n.c.p	1,48
Telecomunicaciones	1,48
Investigación científica y desarrollo	1,48
Explotación de minas y canteras	1,48
Suministro de agua; evacuación de aguas, gestión de desechos y descontaminación	1,48
Actividades inmobiliarias	1,48
Otras actividades de servicios	1,48
Producción de madera y fabricación de productos de madera y corcho, excepto muebles; fabricación de artículos de paja y de materiales transables	0,74
Fabricación de productos farmacéuticos, sustancias químicas medicinales y productos botánicos de uso farmacéutico	0,74
Fabricación de productos elaborados de metal, excepto maquinaria y equipo	0,74
Fabricación de productos de informática, de electrónica y de óptica	0,74
Fabricación de muebles	0,74
Construcción de edificios	0,74

Elaboración propia. Fuente INE (2017).

de la sociedad en su conjunto y no a los intereses particulares.”

Aunque hoy no exista un consenso acerca de la definición de innovación social, se pueden identificar tres elementos distintivos comunes: i) la satisfacción de necesidades humanas que no están siendo atendidas oportunamente (ya sea por escasez de recursos, por temas de oportunidad política, o porque no sean percibidas como importantes tanto para el sector privado como para el sector público), ii) los cambios en las relaciones sociales que incrementan los niveles de

participación de los grupos más vulnerables de la sociedad y iii) el empoderamiento ciudadano a través de incrementos en la capacidad socio-política y acceso a los recursos necesarios.

De esta forma, la innovación social puede considerarse como una solución alternativa a los fallos del Estado y del mercado, en áreas como la pobreza, la desigualdad, el cambio climático o los flujos migratorios, a través de relaciones cooperativas y colaborativas entre agentes y redes de actores involucrados en la sociedad.

INNOVACIÓN SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE CHILE

De acuerdo con la Décima Encuesta de Innovación del Instituto Nacional de Estadística (INE), que entrevista a 5 mil 876 pequeñas, medianas y grandes empresas de distintas áreas y regiones de Chile, para los años 2015 y 2016, se observa que sólo un 2,30% de las empresas participa en actividades relacionadas con innovación social. Sin embargo, el 13,90% de estas empresas reportaron su interés de participar en este tipo de innovaciones en los próximos dos años.

Respecto de la participación en actividades de innovación social por sectores económicos, destaca la innovación en el sector de enseñanza (12,59%), las actividades de atención de salud y asistencia social (8,89%) y la elaboración de alimentos (8,15%). Sectores que se destacan por su mayor cercanía con problemas sociales. Por su parte, los sectores que menos participan en actividades de innovación social son el de la fabricación de productos químicos, metálicos, madera y maquinaria de tipo electrónico e informático (ver Tabla 1). 2,22

En cuanto al tamaño de las empresas que participan en actividades de innovación social, las pequeñas son las que destinan mayores recursos económicos, alcanzando, en promedio, un 9,71% de gasto en relación con sus ventas totales en 2015 y un 13,68% en 2016. Esto podría explicarse, por una mayor cercanía de estas empresas con los problemas sociales y ambientales. También, se evidencia el aumento del gasto promedio de todos los tipos de empresas entre el 2015 y 2016 (ver Tabla 2).60%

Respecto de la distribución territorial de las actividades de innovación social, se observa que la Región Metropolitana y la Región de Los Lagos son las que presentan mayor número de empresas que han desarrollado actividades de innovación social, con un 38,52% y 10,37% respectivamente. Esto podría explicarse, por la mayor concentración de empresas y ventas de la Región Metropolitana, y en el caso de la Región de Los Lagos a programas específicos con apoyo del Estado. Por el contrario, las empresas de las regiones de Atacama, Arica y Paríncota son las que presentan una menor participación con sólo el 1,48% de las empresas.



TABLA 2. GASTO PROMEDIO EN ACTIVIDADES DE INNOVACIÓN SOCIAL RESPECTO A LAS VENTAS TOTALES.

Tamaño Empresa	2015		2016	
	Promedio	Máximo	Promedio	Máximo
Grande	1,73%	30%	3,67%	50%
Mediana	2,40%	20%	5,15%	20%
Pequeña	9,71%	60%	13,68%	80%

Elaboración propia. Fuente INE (2017).

En relación, al gasto en innovación social, las regiones que destinan mayores recursos respecto a sus ventas totales son Los Ríos (14,33%) y Aisén (10,33%). En este apartado, es importante puntualizar que el nivel de gasto en este tipo de innovación no es un determinante clave para el desarrollo de actividades de innovación social, ya que, en consonancia con la literatura, en la mayoría de los casos, el desarrollo de estas actividades está determinada, principalmente, por las características favorables de la relación y organización, de tipo cooperativa y colaborativa, entre los agentes y actores de la sociedad que estén involucrados en una problemática que los afecte conjuntamente.

COMENTARIOS FINALES

En primer término, se observa que las empresas en Chile están crecientemente interesadas en actividades de innovación social. Posiblemente, esto está relacionado con la tendencia a nivel global de explicitar el rol y responsabilidad de las empresas en la sociedad. Esto se refleja en la incorporación de los enfoques de valor compartido, valor social o valor sostenible, responsabilidad social corporativa, los criterios de sostenibili-

“Las regiones Metropolitana y de Los Lagos son las que presentan mayor número de empresas que han desarrollado actividades de innovación social, con un 38,52% y 10,37% respectivamente”

dad de los objetivos del milenio, empresas B, entre otros.

Por otra parte, se observa que las empresas que desarrollan actividades relacionadas con la innovación social están distribuidas heterogéneamente entre sectores económicos, territorios y tamaños de empresas. Esto es similar a lo encontrado para las innovaciones tecnológicas e innovaciones no-tecnológicas. Planteando la necesidad de generar políticas y estrategias focalizadas para fomentar la innovación social (Geldes et al., 2017).

También, se destaca que las pequeñas em-

presas son las que destinan una mayor parte de sus recursos a innovación social. Posiblemente, esto se genera por una mayor cercanía y conocimiento de estas empresas con las necesidades sociales. Incluso surge la posibilidad que algunas de las pequeñas empresas nazcan para solucionar problemas sociales o ambientales. Por otra parte, las empresas grandes que realizan actividades de innovación social redirigen sus esfuerzos en busca de contribuir a solucionar problemas sociales, más como una respuesta a las exigencias de los consumidores y partes interesadas.

TABLA 3. INNOVACIÓN SOCIAL EN REGIONES.

Región	Empresas que realizan innovación social (%)	Gasto en innovación social en relación a ventas totales (%)
Tarapacá	2,22	10,00
Antofagasta	2,96	26,00
Atacama	1,48	3,00
Coquimbo	2,22	7,67
Valparaíso	7,41	4,30
Libertador Gral. Bernardo O'Higgins	3,70	6,20
Maule	4,44	1,83
Biobío	8,15	5,91
La Araucanía	6,67	5,88
Los Lagos	10,37	4,28
Aisén del General Carlos Ibáñez del Campo	4,44	10,33
Magallanes y de La Antártica Chilena	3,70	7,60
Metropolitana de Santiago	38,52	5,05
Los Ríos	2,22	14,33
Arica y Parinacota	1,48	1,50

Elaboración propia. Fuente INE (2017).

Referencias

Ayob, N., Teasdale, S., & Fagan, K. (2016). How social innovation 'came to be' tracing the evolution of a contested concept. *Journal of Social Policy*, 45(4), 635-653.

BEPA (2010), "Empowering people, driving change: social innovation in the European Union", Brussels.

Butzin, A., Davis, A., Domanski, D., Dhondt, S., Howaldt, J., Kaletka, C., & Rehfeld, D. (2014). Theoretical approaches to social innovation—A critical literature review.

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

Geldes, C., Felzensztein, C. and Palacios, J. (2017). Technological and non-technological innovations, performance and propensity to innovate across industries. The case of an emerging economy. *Industrial Marketing Management*, Vol. 61, pp. 55-66.

Heredia, J., Geldes, C., Kunc, M. and Flores, A. (2019). New approaches to the innovation process in emerging economies. The manufacturing sector case in Chile and Peru. *Technovation*, Vol. 59, pp. 33-55 (WoS Q1 -sjr).

Mirvis, P., Herrera, M. E. B., Googins, B., & Albareda, L. (2016). Corporate social innovation: How firms learn to innovate for the greater good. *Journal of Business Research*, 69(11), 5014-5021.

Paz, E. C., & Lebrero, J. C. R. (2016). La innovación social desde el ámbito público: Conceptos, experiencias y obstáculos. *Gestión y análisis de políticas públicas*, (15).

