



*Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.*



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

## **Innovación de empresas sociales para la comercialización de alimentos de altos nutrientes**

*Ana Lilia Coria Páez<sup>1</sup>*

*Emma Frida Galicia Haro\**

*Irma Cecilia Ortega Moreno\*\**

### **Resumen**

Los cambios en el sector alimentario demandan nuevas perspectivas, partir de innovaciones que surjan desde la sociedad y generen mayor beneficio hacia la población. Por esta razón, es importante partir de un enfoque social, estudiar los conceptos de innovación social, economía social, capital social y asociatividad como fundamento de un nuevo modelo económico de innovación para promover alimentos de mayor valor nutricional que, además de beneficiar a la comunidad con nuevas propuestas alimenticias, también sean fuentes generadoras de ingresos para entornos locales. En este contexto, este trabajo plantea una revisión de literatura que permite identificar los conceptos básicos para plantear este nuevo modelo de negocio. Como resultado se obtuvo que, la asociatividad es un eje central para fortalecer relaciones de cooperación y vinculación que pueden ser inspiración para innovaciones sociales dentro de una economía social en beneficio de un sector de la población.

*Palabras clave: innovación social, economía social, asociatividad.*

### **Abstract**

Changes in the food sector demand new perspectives, starting from innovations that arise from society and generate greater benefits for the population. For this reason, it is important to start from a social approach, to study the concepts of social innovation, social economy, social capital and associativity as the basis of a new economic model of innovation to promote foods of greater nutritional value that, in addition to benefiting the community with new food proposals, are also sources of income generation for local environments. In this context, this work proposes a literature review to identify the basic concepts to propose this new business model. As a result, it was found that associativity is a central axis to strengthen cooperation and linkage relationships that can be an inspiration for social innovations within a social economy for the benefit of a sector of the population.

---

<sup>1</sup> \*\*\*Instituto Politécnico Nacional, ESCA Tepepan.

**Keywords:** *social innovation, social economy, associativity.*

## **Introducción**

Uno de los temas fundamentales de atención a nivel mundial es la sostenibilidad alimentaria. De acuerdo con la Organización de las Naciones Unidas, 13 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) se relacionan directa o indirectamente con la sostenibilidad alimentaria, ya que hacen referencia a condiciones como los hábitos de consumo, la gestión de los recursos y las prácticas de producción entre otras.

Por lo anterior, la industria alimentaria se está transformando, se han hecho evaluaciones de la calidad de la actual producción alimenticia y se han estudiado alternativas de alimentos más saludables y de menor impacto ambiental. En este sentido, se ha pasado de productos de origen animal hacia el diseño de alimentos de base vegetal (Chaudhury et al., 2020).

Hoy en día se han desarrollado alimentos a base de oleaginosas (Merga, B., y Haji, J. 2019) y leguminosas ya que son fuente importante de proteína dietética, hidratos de carbono, fibra, vitaminas y minerales; además que se han asociado a efectos protectores o terapéuticos frente a enfermedades cardiovasculares, diabetes, cáncer, sobrepeso y obesidad lo que les provee la propiedad de alimento funcional, ya que son alimentos que además de nutrir, generan beneficios directos a la salud. Al respecto, otros elementos que se consideran funcionales son los probióticos y prebióticos asociados a la microbiota intestinal (Akanny *et al.*, 2020; Valcheva y Dieleman, 2016).

En este contexto, ya no basta con estudiar a la industria alimentaria como un proveedor aislado en el que grandes industrias transforman materias primas en alimentos convencionales, ahora, es importante mirar hacia productos alternativos de mayor valor nutricional. Además, se considera que es importante migrar de las grandes economías hacia las economías locales que puedan volverse autosustentables y sean capaces de generar sus propios productos alimenticios.

La importancia de este tema es retomado por diferentes investigadores e instituciones quienes proponen que la creación de modelos sociales desde las comunidades orientados al sector alimenticio, permite, además de generar productos de fácil acceso, lograr el intercambio de conocimientos y habilidades emprendedoras en la que los participantes se beneficien económicamente y socialmente dentro de una mayor conciencia ecológica.

Este tema se vuelve un estudio complejo que, desde una visión sistémica, se comprende como la interacción de diversos elementos endógenos y exógenos que pueden, de manera articulada, lograr un desarrollo socioeconómico beneficioso para la población. En consecuencia, la investigación, la vinculación, y la innovación de modelos de negocios y emprendimientos sociales son ejes centrales para lograr este propósito. El objetivo de este trabajo es mostrar las bases para determinar los

elementos necesarios para conseguir un sistema alimentario basado en la Innovación de empresas sociales para la comercialización de alimentos de altos nutrientes en entornos locales.

### **Metodología**

Ya que el objetivo de este trabajo es identificar los postulados, conceptos y métodos más relevantes de la innovación social en el contexto de la economía social con énfasis en el desarrollo local, la metodología de este documento se fundamentó en una búsqueda documental en base de datos de Scopus, ScienceDirect y Google Scholar para identificar las principales teorías y conceptos que se incluirán en la revisión. Se consideran los trabajos de investigación publicados desde el año 2010 hasta el 2022 cuyo enfoque de investigación fuera Innovación social y economía social con enfoque en el desarrollo local que pueden ser aplicados a un sistemema alimenticio.

### **Resultados**

#### *Innovación Social*

El concepto de Innovación Social se introdujo a finales del siglo XIX como un enfoque que estimula cambios o introducción de modelos cuyos beneficios se enfocan a las comunidades y a las organizaciones, es decir, la sociedad. En la década de los ochenta y la década de los noventa se crean movimientos sociales que generan instituciones de carácter social con orientación hacia la innovación, por ejemplo, el Institute for Social Inventions (1985) y el CRISES (Centre de Recherche sur les innovations sociales) de la Universidad de Quebec en Montreal, (1986); y centros de investigación académica sobre innovación social como el de la Universidad de Sanford (Lasa y Soto, 2021).

El concepto de innovación social se considera como el desarrollo y aplicación de nuevas o mejoradas actividades, servicios procesos o productos cuyo fin es enfrentar los retos sociales y económicos de los individuos y las comunidades (J. Hernández-Ascanio, Aja-Valle, Rueda-López, y Medina-Viruel, 2021). Dicho concepto se fortaleció al identificar que, de acuerdo con las estadísticas, no todas las innovaciones surgen de las empresas, también existen procesos de innovación vinculados a la sociedad civil, organizaciones sin fines de lucro, cooperativas, voluntariado, entre otras (García-Flores y Palma, 2019).

En 2015, la CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe), definió a la innovación social como aquella que se caracteriza por desarrollar nuevas maneras de administrar y ejecutar; mediante el uso de nuevas herramientas, medios y combinación de factores, encaminados a

alcanzar una mejoría de las condiciones sociales y de vida en general de la población, donde la participación de las comunidades es fundamental (Parada et al., 2017). A continuación se exponen algunos autores que definen a la innovación social (tabla 1).

**Tabla 1. Autores y su definición de la innovación social**

<b>Autor</b>	<b>Concepto</b>
<b>Westley y Antadze (2010)</b>	La innovación social es el proceso de introducción de nuevos productos, procesos o programas que modifican sustancialmente las rutinas básicas, los recursos y los flujos de autoridad o las creencias del sistema social en el que se desarrolla la innovación.
<b>Cajaiba-Santana (2014)</b>	La innovación social toma forma cuando se establece una forma diferente de pensar y de actuar que cambia los paradigmas. Las innovaciones sociales son nuevas prácticas sociales creadas a partir de acciones colectivas, intencionales y orientadas a la consecución de objetivos, dirigidas al cambio social.
<b>Phillips, Alexander y Lee (2017)</b>	De acuerdo con los postulados de la OCDE en 2011, manifiestan que la importancia de la innovación social radica en dar respuesta a problemas y necesidades sociales no resueltas y que el gobierno o el mercado comercial las dirigen sin éxito, como identificar y suministrar nuevos productos, servicios que mejoran la calidad de vida de las personas y comunidades.
<b>Melamed-Varela, Blanco-Ariza, y Rodríguez-Calderón (2018)</b>	La innovación social es el proceso orientado a la búsqueda, diseño e implementación de alternativas que respondan a las problemáticas sociales de forma novedosa y contribuyente al desarrollo socioeconómico en los territorios, distinguiéndose por su originalidad, pertinencia y transformadora de escenarios e ideas.
<b>Asara (2019)</b>	La innovación social consiste en un grupo de procesos cooperativos y prácticos que invitan a participar a los ciudadanos, resultando en la creación de servicios públicos que respondan a necesidades sociales materiales o inmateriales.
<b>Hernández – Ascanio, (2020)</b>	Innovación social es toda producción cultural que surge de un proceso estructurado promovido por un ecosistema de innovación social, que da cobertura de una manera valorable a un acontecimiento social definido bajo el paradigma de los derechos humanos y que además de atender de manera sostenible a la demanda o necesidad que lo origina genera cambios sistémicos significativos.

Fuente: elaboración propia con base en Hernández-Ascanio y Vargas-Merino (2021)

En consecuencia, la innovación social es el desarrollo de nuevos procesos o productos que satisfacen necesidades sociales, que atiende de manera sostenible la demanda o necesidad que lo origina generando nuevas oportunidades en las colaboraciones y relaciones entre los actores; además de cambios sistémicos significativos (Londoño Montoya y Álvarez Giraldo, 2021).

Las diferentes definiciones de innovación social hacen referencia a la complejidad del fenómeno que aborda a través de distintas actividades orientadas a generar beneficios sociales y pueden ser

vistas a partir de distintos enfoques. De acuerdo con Martínez (Martínez-Celorrio, 2017; Martínez, 2011) algunos de los enfoques más representativos son:

1. Sistémico-sociológico: considera la innovación social como un proceso complejo que busca lograr un cambio social sistémico y que no se puede ver reducido a la contribución única de un individuo u organización.
2. Pragmático-económico: la innovación social es una actividad cuyo objetivo principal es satisfacer una demanda social, dándole preponderancia al papel del emprendedor social.
3. Gerencial: la innovación social es una solución novedosa a un problema social que crea valor y beneficia a la sociedad en su conjunto
4. Enfoque de la ciencia política: amplía la noción de innovación como elemento directamente relacionado con el mercado y la eficiencia económica
5. Participativo-referente latinoamericano: presenta el proyecto de la CEPAL donde se definió a la innovación social como nuevas formas de gestión que permitieran mejores resultados que los modelos tradicionales fortaleciendo la participación de la comunidad y los beneficiarios.

Estas innovaciones pueden desarrollarse en cualquier sector de la economía, su valor radica en la satisfacción de necesidades sociales a través de la cohesión social. Asumir este enfoque requiere aprovechar los recursos disponibles, desarrollar infraestructura y las condiciones necesarias para que la sociedad participe y las innovaciones tengan éxito (FCCyT y Foro Consultivo Científico y Tecnológico, 2018).

Desde la perspectiva ética, la innovación es un instrumento para aprender en equipo, aumentar las capacidades y mejorar las condiciones de vida de las personas. Y desde un enfoque estratégico la Innovación Social se convierte en guía de un proyecto integrador donde se crea bienestar a través de una red de entidades políticas, sociales y ecológicas de una comunidad; donde se unirán los niveles globales, nacionales y locales coordinando los diferentes aspectos de la actividad social, público, social y privado (Lasa y Soto, 2021).

#### *El proceso de la innovación social*

El proceso de la innovación social comprende cuatro fases o etapas; la primera demanda definir el problema así como las posibles ideas para su resolución. La segunda etapa consiste en un diagnóstico que permite identificar las condiciones de factibilidad para aplicar e implementar la innovación. La siguiente etapa es la implementación de la innovación por lo que se genera un ambiente de aprendizaje que es posible convertir en la sistematización de la experiencia. Por último, es importante difundir las nuevas capacidades para que estas puedan ser replicadas (Ortega Hoyos y Marín Verhelst, 2019).

A este respecto, otros autores (Abreu, 2011; Murray, et al, 2010) indican que llevar las ideas desde su surgimiento hasta lograr un impacto en la sociedad requiere de seis etapas, las cuales no son siempre secuenciales, puede haber ciclos o espacios de retroalimentación, estas son:

1. Indicaciones, aspiraciones y diagnóstico: etapa donde se diagnostica el problema, determinar qué factores ponen de relieve la necesidad de innovar, elaborar la pregunta abordando las causas y los síntomas del problema.
2. Propuestas e ideas: generación de ideas a través de métodos formales e informales
3. Creación de prototipos y pilotos: poner a prueba las ideas a través de ensayos controlados, este proceso de perfeccionamiento y evaluación de ideas es particularmente importante en el ámbito social ya que es mediante el ensayo y error que las coaliciones generan fuerza y resuelven conflictos.
4. Sostenibilidad: convertir la idea en una práctica cotidiana, identificar las fuentes de ingresos que garanticen la sostenibilidad financiera de la institución que llevara adelante la innovación.
5. Ampliación y difusión: estrategias para crecer y diseminar la innovación. A este proceso se le llama también escalado, ya que cuando la innovación se generaliza dentro de una organización esta se expande, del mismo modo las innovaciones se apoderan de la economía de muchas maneras, inspiración, emulación, provisión de soporte y know-how de uno a otro en un tipo de crecimiento más orgánico y adaptativo.
6. Cambio sistémico: fin último de la innovación social, implica la interacción de muchos elementos: movimientos sociales, modelos de negocios, leyes y reglamentos, datos e infraestructuras. Este cambio implica la creación de nuevas condiciones para que las innovaciones sean económicamente viables, como nuevas tecnologías, cadenas de suministros, habilidades, marcos regulatorios, incluso cambios en los sectores involucrados.

Estas innovaciones se gestan en procesos sociales donde el contexto permite a la economía social solidaria responder a necesidades colectivas al mismo tiempo que transforman las relaciones e instituciones sociales. La participación de la economía social en procesos de innovación social busca tres propósitos: la defensa y la generación de nuevo empleo; la democratización del acceso a los servicios, y la participación comunitaria (Etxezarreta et al., 2015).

De acuerdo con el CRISES de Quebec, además de fortalecer el movimiento social, la innovación desde el enfoque social, puede materializarse a través de: i) relaciones de producción para diseñar nuevas formas de organización del trabajo, mediante experiencias de empresas autogestionadas, ii) relaciones de consumo, a través de la participación de usuarios en la co-producción de servicios, co-construcción de nuevos programas y nuevas reglas; iii) relaciones entre empresas: cooperación y

competición, interdependencias no mercantiles y responsabilidad social de las empresas; iv) configuración espacial de las relaciones sociales generando nuevas formas de gobernanza y desarrollo económico comunitario.

Una condición indispensable para introducir innovaciones a una empresa y hacerlas competitivas es el cambio continuo y sistemático que permita adquirir el conocimiento de su entorno para así, introducir las innovaciones de sus competidores u otros sectores. Para que se de este proceso de cambio es necesario que las organizaciones hagan del aprendizaje una actividad permanente, creando espacios de aprendizaje informal para que los nuevos conocimientos sean asimilados de manera gradual por áreas o grupos (Polo de Lobatón, et al, 2020).

En este sentido, las innovaciones alcanzan el éxito cuando se cuenta con la participación de la comunidad, que lleva a cabo las acciones necesarias, y el liderazgo institucional que se refiere a la capacidad de organización y a la habilidad para promover alianzas. Al mismo tiempo, existe una relación directa con los procesos que incluyen intercambio de información con el exterior, de tal manera que las organizaciones que realizan innovaciones aprenden y este aprendizaje las lleva a cambiar continuamente para adaptarse a las novedades del entorno desde dos ámbitos principales (León Alvarado, et al, 2022).

Las innovaciones sociales son el resultado de distintos procesos, de factores internos y externos a la organización, del intercambio de experiencias entre los participantes, la cooperación de organizaciones públicas y privadas. El proceso innovador es cíclico, resultado de la integración de conocimientos, disciplinas, y organizaciones que realizan un arduo trabajo que tiene como meta resolver problemas concretos y situaciones específicas (García-Flores y Palma, 2019).

La innovación social se presenta en diferentes entornos (García-Flores y Palma, 2019; Moreira, 2013):

- Innovación en la Comunidad (local): el enfoque es de *abajo-hacia-arriba*, el énfasis se pone en el conocimiento empírico de los productores o miembros de la comunidad, de sus propias necesidades, de sus estructuras de organización social y de sus técnicas de producción.
- Innovación en el Gobierno o en el Sector Público: la innovación social tiene que ver con la modernización del Estado y con generar innovación en las instituciones públicas y en los programas de intervención social, buscando mejorar su efectividad, su eficiencia, su cobertura y su impacto
- Innovación a nivel internacional: creación de laboratorios de innovación, rediseño de programas de asistencia social integral a familias.

- Innovación en otros entornos organizacionales: diversos espacios de la sociedad civil, como universidades, organizaciones sin ánimo de lucro y diversas estructuras organizacionales que no caben en uno de los tres primeros entornos organizacionales.

Entre los factores que hay que considerar para el desarrollo de la innovación social en un territorio, Neumeier (2017) señala tres:

1. Variables comunes a cualquier tipo de innovación que permiten su desarrollo y propician su éxito.
2. Determinantes que facilitan o dificultan las actuaciones de los agentes socialmente innovadores, tales como, la facilidad de financiación u obtención de fondos, las estructuras sociales, la base jurídica y la calidad de la regulación, entre otros.
3. Determinantes que influyen en el proceso subyacente de la innovación social, como la creación de redes, el apoyo institucional y la educación son muy valiosos para fomentar la participación.

Se debe considerar también aspectos como, el tamaño de la región, el contexto cultural, la existencia de seguridad jurídica, la concesión de subvenciones, la capacidad de cohesión y de absorción de conocimiento, así como el uso de herramientas digitales y la tecnología (Bernardino y Santos, 2017). Es por eso, que las innovaciones sociales surgen donde existen condiciones favorables para su desarrollo. El éxito de un proceso de innovación social depende del grado de aceptación social de sus iniciativas, que pueden llegar a incidir en los mercados y tener efectos económicos visibles y cuantificables (Castilla-Polo, et al, 2020).

El concepto de innovación social es importante en contextos en los que existen carencias sociales, por ejemplo, México, quien pese a sus fortalezas y riquezas naturales y socio-culturales, enfrenta altos niveles de pobreza, desigualdad y marginación, salud y educación que pueden ser atendidos por medio de la innovación social. De acuerdo con Guadarrama (2018), la innovación social genera impactos cuantificables enfocados a solucionar problemáticas de interés público a través de la creación de valor que se distribuye a la sociedad.

La innovación social aborda los procesos de innovación impulsados por la colectividad que generan sistemas alternativos de producción y consumo; aquellos que de acuerdo a la economía social están orientados por necesidades sociales y no por beneficio económico; obtienen sus recursos esencialmente del trabajo, aportaciones voluntarias, cooperativas, grupos informales y del intercambio, aunque pueden obtenerse de actividad comercial limitada y no lucrativa. Estos sistemas representan iniciativas de innovación por sus características de gestión y acceso a bienes y servicios que aspiran a generar transformaciones en los sistemas a raves de las estrategias que plantean para crecer y consolidarse (Belda-Miquel, et al, 2022).

El fin de esta innovación es responder a necesidades concretas que no son atendidas ni por el mercado ni por el estado, tales como la exclusión social, escasez y falta de bienestar. En este sentido, la economía social constituye el eje funcional de la innovación social al modificar las normas locales y a las instituciones con el propósito de atender las necesidades económicas y sociales (Hernández-Ascanio et al., 2021; Hernández-Ascanio, et al, 2016).

### **Economía social**

El término Economía social se atribuye a Charles Dunoyer en conjunto con los planteamientos de economistas de renombre que, a finales de los setenta, crearon el CNLAMCA (Comité National de Liaison des Activités Coopératives, Mutuelles et Associatives), que, posteriormente publicaría en 1980, la Charte de l'économie sociale (Battisti, et al 2020), donde la define como entidades que no pertenecen al sector público cuya gestión da igualdad de derechos y deberes a los socios con un régimen especial de distribución de ganancias para la mejora de los socios y de la sociedad (Davila et al., 2018).

En Alemania, surge la economía social de mercado (Dacheux y Goujon, 2018; Duque, et al, 2021) que enfoca su desarrollo en la iniciativa privada de los individuos, en condiciones de competencia equitativas impiden la concentración de la riqueza, ya que es el mercado quien se encarga de regular la asignación de recursos y formación de precios, con deberes y responsabilidades de los individuos en su rol social. Es así como establecen tres principios orientadores para la economía social de mercado: la responsabilidad individual, la solidaridad constructiva y la subsidiariedad.

De forma paralela a este contexto, en los años 70 se presenta una situación crítica en la economía de los Estados Unidos, surge la llamada economía solidaria, representada por las entidades del Sector No Lucrativo (Nonprofit Organizations) que establece como principales objetivos, su estructura institucional, su carácter privado, ser autogobernadas, con excedentes reinvertidos en su función principal, y con plena participación voluntaria. En 1980 los planteamientos de Karl Polanyi (Davila et al., 2018) a partir del concepto de economía plural, recíproca y redistributiva, generan el concepto de economía solidaria, que en Francia articuló tres elementos; las demandas sociales, los actores y el deseo de un cambio social.

En el Reino Unido e Irlanda, se identifican como organizaciones de carácter filantrópico con impacto comunitario, tanto la economía social como la Economía Solidaria, se les relaciona con las primeras cooperativas a finales del siglo XVIII principios del XIX; influenciadas por autores ingleses como Robert Owen y William Thompson (Cole, 2018), quienes consolidan propuestas de autogestión para mitigar la pobreza de los trabajadores fortalecieron la integración mediante el cooperativismo y el sindicalismo.

En España, en 2011 se establece la Ley de Economía Social, la define como el conjunto de actividades económicas y empresariales privadas que, con independencia respecto a los poderes públicos se desarrollan para satisfacer el interés colectivo de sus integrantes; sus fines son sociales con promoción de la solidaridad interna y con la sociedad que favorezca el compromiso con el desarrollo local y la igualdad (Dacheux y Goujon, 2018). En armonía con estos conceptos, en 2012 el CIRIEC formuló su definición articulada al Sistema Europeo de Cuentas Nacionales y Regionales, señalándolas de carácter privado, autónomas y democráticas, creadas para responder a las necesidades de sus miembros a través del mercado y que reinvierten sus excedentes con un fin social.

En Latinoamérica, la economía solidaria surge como alternativa al sistema capitalista y a la ineficiencia del sector público, con el fin de defender los intereses de las poblaciones en situación de pobreza, democratizar los recursos, la justicia social y favorecer la vida digna (Battisti et al., 2020). A diferencia de los planteamientos europeos, que consideran a la economía solidaria compatible con el estado y el mercado; los países latinoamericanos proponen un proyecto global alternativo al capitalismo, señalándola como una fuerza de cambio social que le hace frente al movimiento neoliberal (Duque et al., 2021).

Las formas de economía mencionadas dan respuesta a las demandas de la sociedad civil que no habían sido atendidas ni por el Estado, ni por el sector empresarial; dando lugar a cooperativas, sociedades mutualistas para el sector obrero y agrario. Más tarde aparecen empresas que atienden a segmentos de población vulnerable o bien, asociaciones musicales y culturales para satisfacer necesidades colectivas. Los conceptos que han surgido son de uso internacional, en concordancia con el marco jurídico y sistemas aplicables a los diferentes países, al integrar los principios históricos y valores que le dieron origen, además de identificar elementos estructurales de los actores de la economía social (Dieste, 2020).

La economía solidaria se articula en torno a tres polos: el mercado, el Estado y la reciprocidad; entre sus elementos básicos esta su énfasis en la participación social, en la democratización de las decisiones económicas y en la voluntad de crear espacios públicos de deliberación (Castells, 2017; Suriñac, 2017) y en comparación con los agentes clásicos de la economía social, presenta tres características distintivas: a) las demandas sociales que pretende atender, b) los actores involucrados y c) el deseo de un cambio social. Estos problemas están relacionados con las condiciones de vida de las comunidades vulnerables y más débiles (Chaves y Monzón, 2018).

Ambas perspectivas se orientan a la cuestión de proveer de valor social a la actividad económica. La restricción a la apropiación privada de beneficios que plantea la aproximación a la actividad empresarial de las iniciativas de economía social y solidaria pone de relieve una dimensión no capitalista de las iniciativas que se caracterizan de manera más rigurosa por los criterios expuestos.

Esta cuestión es sensible y en muchos sentidos velada dentro las retóricas referentes a la innovación social y por tanto también dentro del discurso que desarrollan las Administraciones públicas respecto al fomento de la economía social y solidaria (Eizaguire, 2016).

#### Capital social y asociatividad

El rendimiento empresarial se atribuye a las relaciones que establece con otros actores económicos dentro de las redes interorganizativas en las que se desenvuelve. Las estrategias de asociatividad de cada entidad económica aceleran sus procesos de aprendizaje, lo que les permite incorporar tecnología e implementar innovaciones de productos y procesos productivos (Naclerio y Trucco, 2015), desarrollando sus capacidades y ventajas competitivas. Es a través de esta integración con otros actores de su entorno que se establecen redes de colaboración para el logro de objetivos comunes.

Una de las mayores fortalezas de este mecanismo de asociatividad es el incremento del capital social de las empresas. Este concepto ha adquirido una gran relevancia en los últimos años en un amplio conjunto de disciplinas de las ciencias sociales desde 1985 Bourdieu lo define como “el agregado de los recursos reales o potenciales ligados a la posesión de una red durable de relaciones más o menos institucionalizadas de reconocimiento mutuo”, para Coleman en 1990 es “los recursos socio estructurales que constituyen un activo de capital para el individuo y facilitan ciertas acciones de individuos que están adentro de esa estructura” (Blasco, et al, 2010); y en 1995 Putnam (Urteaga, 2013) lo define como “las características de la organización social, tales como las redes, las normas y la confianza, que facilitan la coordinación y la cooperación para un beneficio mutuo” (Rodríguez de Pepe, et al, 2020).

Algunos autores limitan el alcance de este tipo de capital a la estructura de relaciones que un actor posee en su red, otros a la suma de los recursos reales y potenciales a los que una empresa puede acceder a través de las redes (Blasco et al., 2010). Posteriormente, Durkheim lo define como el conjunto de normas, creencias y valores que integran a los hombres en una comunidad y Hanifan plantea que los problemas sociales, económicos y políticos de las comunidades podían resolverse a través del reforzamiento de redes entre los ciudadanos (Solís y Limas, 2013).

Si bien no existe un consenso en la definición del capital social, es posible identificar elementos comunes: se da entre individuos o grupos; promueve una red de relaciones sociales; fortalece el sentido de pertenencia a un grupo social; estimula la cooperación entre los actores; busca beneficios mutuos y pretende crear o estimular la confianza. De modo que, el capital social es, un conjunto de relaciones sociales que tiene lugar entre individuos formando una red que posee una estructura, una dinámica y un nivel de calidad propios (Solís y Limas, 2013).

El capital social genera resultados cuando es activo en sus acciones, establece canales de comunicación a través de la red, además de las obligaciones estructurales y mutuas que pueden surgir de las relaciones basadas en la confianza. Los mecanismos relacionales se dan tanto en las acciones individuales, como en la estructura y arquitectura de la red, con obligaciones de reciprocidad y confianza. Es el único tipo de capital que no disminuye con su uso, al contrario, cuando más se utiliza, se fortalece y desarrolla. Es por eso que, cuanto más asociatividad se desarrolle, incrementará el capital social para la comunidad (Osorio y Rivera, 2022).

El capital social plantea que las relaciones estables de confianza, reciprocidad y cooperación pueden contribuir a tres tipos de beneficios (García y Medina., 2011):

- Reducir los costos de transacción
- Producir bienes públicos, y
- Facilitar la constitución de organizaciones de gestión de base efectivas, de actores sociales y de sociedades civiles saludables. La idea esencial del capital social es que todas las relaciones importan y se hacen visibles a través de las redes de cooperación.

Este enfoque se refleja en la Agenda 2030, en los objetivos de desarrollo sostenible (ODS). La dimensión económica trata la necesidad de generar trabajo digno, una producción y consumo responsable; a través de modelos de negocios diferentes, que incluyen la asociatividad de micro y pequeñas empresas, estimulando la creación de clusters, distritos industriales o estrategias conjuntas para el fortalecimiento de actividades de la cadena de valor. Esto incluye la generación de emprendimientos colectivos a través de organizaciones como asociaciones o cooperativas, o en general a través de la economía colaborativa y las formas alternativas de producción. Es así como se constituye en un mecanismo para contribuir a la independencia económica, con ello a mejores niveles de empoderamiento y cambios en los roles de género, necesarios para la igualdad, apoyado en el desarrollo y fortalecimiento del capital social (Hernández, et al, 2020), un factor importante en la superación de la pobreza, dado que las redes y relaciones permiten acceso a recursos, a medios de vida y alternativas de generación de ingresos.

### **Innovación social y economía social**

En el ámbito de la economía, las innovaciones sociales adoptan una pluralidad de formas de propiedad y frecuentemente las iniciativas nacen en el seno de entidades de economía social y solidaria; esto ocurre cuando el modelo económico depende del sector público y del mercado, pero no es capaz de responder a las necesidades sociales; se requiere la participación de otros agentes para lograr transformaciones sociales. Las entidades de la economía solidaria deben contar con un principio de suficiencia económica que garantice su sostenibilidad; deben ser autónomas en su

desempeño a fin de establecer un punto de encuentro entre las distintas esferas donde actúan (Eizaguirre, 2016).

Es importante que las entidades de la economía que impulsan las innovaciones sociales mantengan el espíritu que las impulso para alcanzar el éxito (Etxezarreta et al., 2015).

La economía social agrupa entidades colectivas para dar respuesta a necesidades de las comunidades y al interés general, desempeña un papel activo en el desarrollo local de los territorios ya que actúan directamente sobre los elementos que inciden sobre ellas. Su actividad económica depende de recursos endógenos, del tejido productivo y las necesidades del propio territorio. Estas entidades de economía social aumentan el bienestar y la cohesión social de los territorios pues generan empleos dignos y de calidad, promueven la participación social, apuestan por un desarrollo más sostenible y asumen, actividades que otras empresas capitalistas rechazan por falta de rentabilidad económica, pero que son de utilidad social (Duque et al., 2021).

La economía social comparte una visión del desarrollo local que fomenta el control sobre el entorno y la gestión en todos los niveles tanto empresariales como en ámbitos culturales, sociales, económicos y políticos; refuerza la identidad colectiva y contribuye al desarrollo de un capital social basado en la colaboración, la confianza mutua y el compromiso; además, controla los diferentes proyectos en favor de la población que producen transformaciones socioeconómicas (Vazquez-Barquero, 2018).

Dan respuesta de manera eficaz a los objetivos de desarrollo local porque pueden adoptar diferentes formas, se trata además de una gran variedad de empresas que responden a diferentes funciones sociales y maneras de organizarse. La economía social posee vocación de servicio público, así como una mayor identidad social y comunitaria, debido a que su objetivo se determina de manera simétrica a la prestación del servicio (Soto, et al, 2021).

En este orden de ideas, es a través de la economía social que se promueve la integración de relaciones de cooperación y asociatividad pero, es a partir de la innovación, en la que se puede incidir en propuestas de productos alimenticios de bajo costo, aprovechando los recursos locales e impulsando así, nuevos productos de mayor contenido nutricional, más amigables con el ambiente que, al final, van a impactar de manera positiva en la sociedad.

### **Conclusiones**

El sector alimentario enfrenta importantes cambios que hacen que sea necesario repensar la manera en la que se ha desarrollado hasta ahora. Es justo que se cambie la perspectiva hacia desarrollos económicos locales. Es de vital importancia que las innovaciones no sólo surjan de grandes organizaciones sino se promuevan desde entornos locales a través de la asociatividad. Estos conceptos forman parte de la base de un proyecto que busca identificar posibles alimentos con alto valor

nutricional a base de leguminosas y que se encuentra desarrollándose en un proyecto de investigación del Instituto Politécnico Nacional.

El fin de este proyecto es generar un producto comestible en forma de galletas que sea atractivo por su precio, su sabor y sus beneficios de salud. Pero, además, el proyecto en cuestión busca beneficios sociales a partir de la generación de alternativas económicas de personas de bajos recursos como socios estratégicos que, por medio de estos productos, provean a la sociedad de alimentos de acceso económico con alto valor nutricional que pueden ser sustitutos de los actuales alimentos rápidos.

Por esta razón, es importante evaluar el impacto de las innovaciones sociales en el entorno en que se pretenden sean implementadas para demostrar que este tipo de innovaciones responderán a las necesidades sociales de una manera efectiva y sostenible ya que desempeñan un papel fundamental en la creación de ventajas competitivas para economías y sociedades. Por último, estas innovaciones crean valor para la sostenibilidad humana y ecológica de las regiones ya que parten de una perspectiva local, a través del aprovechamiento de los recursos disponibles y la vinculación social entre diferentes actores de una comunidad; la asociatividad permite pensar en beneficios colectivos en vez de partir de iniciativas aisladas que no generan la fortaleza de una innovación social cuando parte desde las comunidades y cuyo beneficiario es, en consecuencia, la sociedad.

### Referencias

- A BEPA Report. (2014). *Social innovation: A Decade of Changes*. Publication Office of the European Union (Vol. 92). <https://doi.org/10.2796/27492>
- Abreu, J. L. (2011). Innovación Social: Conceptos y Etapas (Social Innovation: Concepts and Stages). *International Journal of Good Conscience*, 6(2), 134–148. [https://doi.org/ISBN 1870-557X](https://doi.org/ISBN%201870-557X)
- Akanny, E., Bourgeois, S., Bonhomme, A., Commun, C., Doleans-Jordheim, A., Bessueille, F., y Bordes, C. (2020). Development of enteric polymer-based microspheres by spray-drying for colonic delivery of *Lactobacillus rhamnosus* GG. *Int J Pharm*, 584, 119414. <https://doi.org/10.1016/j.ijpharm.2020.119414>
- Battisti, T. L., Marcuello, S. C., y Messias, B. J. (2020). Las perspectivas Latinoamericana y Europea de la Economía Solidaria. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 134 e69171. <https://doi.org/https://doi.org/10.5209/reve.69171>.
- Belda-Miquel, S., Pellicer-Sifres, V., y Boni, A. (2022). Construyendo comunes para el derecho a la ciudad a través de la innovación social colectiva en la distribución y consumo: explorando un marco conceptual y el caso de Valencia. *EURE*, 48(143), 1–23.

- Bernardino, S., y Santos, J. (2017). Local development through social and territorial innovation: An exploratory case study. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 90, 159–187. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.90.9155>.
- Blasco, P., Navas, J. E., y López, P. (2010). El efecto mediador del capital social sobre los beneficios de la empresa: una aproximación teórica. *Cuadernos de Estudios Empresariales*, 20, 11–34.
- Casanueva, C., Castro, I., y Galán, J. L. (2010). Capital social e innovación en clúster industriales. *Revista Europea de Dirección y Economía de La Empresa*, 19(4), 37–58.
- Castells, M. et al. (2017). *Otra economía es posible. Cultura y Economía En Tiempos de Crisis*. Alianza Editorial.
- Castilla-Polo, F., Ruíz-Rodríguez, M., y Delgado-Marfil, C. (2020). La Técnica Delphi para la validación de escalas de medida: las variables innovación y reputación dentro de almazaras cooperativas. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 136, 1–18.
- Chaudhary, S., Dhanker, R., Kumar, R., y Goyal, S. (2020). Importance of Legumes and Role of Sulphur Oxidizing Bacteria for Their Production: A Review. *Legume research - an international journal, of*. <https://doi.org/10.18805/lr-4415>
- Chaves, R., y Monzón, J. L. (2018). La economía social ante los paradigmas económicos emergentes: innovación social, economía colaborativa, economía circular, responsabilidad social empresarial, economía del bien común, empresa social y economía solidaria. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 93, 5–50. <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.93.12901>
- Cole, G. D. H. (2018). *A Century of Co Operation*. Retrieved from [https://books.google.com.co/books/about/A\\_Century\\_of\\_Co\\_Operation.html?id=bwrXwgEACAAJyredir\\_esc=y](https://books.google.com.co/books/about/A_Century_of_Co_Operation.html?id=bwrXwgEACAAJyredir_esc=y).
- Dacheux, E., y Goujon, D. (2018). Principes d'économie solidaire. *Revue Internationale de l'économie Sociale*. Retrieved from <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02117563/>.
- Davila, M. R., Prieto, A. V., Blanco, L., Roa, E., Caceres, L. S., y Vargas, L. A. (2018). Características de la economía solidaria colombiana. Aproximaciones a las corrientes influyentes en Colombia. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 93, 85–113. <https://doi.org/https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.93.10327>.
- Dieste, J. M. (2020). Las plataformas colaborativas como oportunidad para la innovación social. *REVESCO Revista de Estudios Cooperativos*, 133, e6733.
- Duque, P., Meza, O. E., Giraldo, D., y Barreto, K. (2021). Economía Social y Economía Solidaria: un análisis bibliométrico y revisión de literatura. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 138, 1–25. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.5209/REVE.75566>

- Eizaguirre, S. (2016). De la innovación social a la economía solidaria. Claves prácticas para el desarrollo de políticas públicas. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 201–230.
- Etxezarreta, E., EtxezarretaAitziber, Zurbano, M., y Estensoro, M. (2015). La Innovación Social en la Economía Social y Solidaria. Un marco teórico y metodológico para las entidades de REAS. *Perspectivas Económicas Alternativas. XIV Jornadas de Economía Crítica*, 1, 1–143.
- FCCyT, y Foro Consultivo Científico y Tecnológico, A. (2018). *Nuevos Enfoques de la Innovación 1: Inclusión social y sostenibilidad*.
- García-Flores, V., y Palma, L. (2019). Innovación social: Factores claves para su desarrollo en los territorios. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 97, 245–278.
- García, J., y Medina, V. (2011). Una definición estructural de capital social. *Redes*, 20(6). Retrieved from [http://revista-redes.rediris.es/pdf-vol20/vol20\\_6.pdf](http://revista-redes.rediris.es/pdf-vol20/vol20_6.pdf)
- Guadarrama, V. (2018). Innovación social para el desarrollo sostenible e inclusivo en México. *In Innovación Social 2: Desarrollo teórico y experiencias en México* (pp. 9–16).
- Hernández-Ascanio, J., Aja-Valle, C., Rueda-López, R., y Medina-Viruel, M. (2021). Medir la capacidad de innovación social en organizaciones complejas del tercer sector. *EMPIRIA. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, 51, 153–182.
- Hernández-Ascanio, José, Tirado-Valencia, P., y Ariza-Montes, A. (2016). El concepto de innovación social: ámbitos, definiciones y alcances teóricos. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 88, 165–199.
- Hernández, P., Ramírez, G., y Peñaherrera, S. (2020). Empowerment and female entrepreneurship, a rural-urban comparison. *Revista de Estudios Regionales, Canton Latacunga, Cotopaxi Province*, 118.
- Lasa, E., y Soto, A. (2021). Innovación Social Transformadora frente al Capitalismo Neoliberal. *Revista de Economía Crítica*, 31.
- León Alvarado, L. S., García Espinosa, S., y Gómez Monge, R. (2022). Innovación, indicadores y nuevos rumbos de Pueblos Mágicos. *El Periplo Sustentable*, 43.
- Londoño Montoya, S., y Álvarez Giraldo, C. M. (2021). Emprendimiento e innovación social: Experiencia de jóvenes rurales en Caldas- Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVII , Esp, 108–126.
- Martínez-Celorrío, X. (2017). *La innovación social: orígenes, tendencias y ambivalencias*. Sistema 247.
- Martínez, R. (2011). *Políticas públicas e innovación social. Marcos conceptuales y efectos en la formulación de las políticas*. Departamento de Ciencia Política y Sociología, UAB. Retrieved from [http://leyseca.net/PDFs/TFM\\_Social\\_Innovation\\_rubenmartinez\\_.pdf](http://leyseca.net/PDFs/TFM_Social_Innovation_rubenmartinez_.pdf)

- Merga, B., y Haji, J. (2019). Economic importance of chickpea: Production, value, and world trade. *Cogent Food y Agriculture*, 5(1).<https://doi.org/10.1080/23311932.2019.1615718>
- Moreira, R. (2013). *Bases Conceptuales de una Política de Innovación Social*.
- Murray, R., Caulier-grice, J., y Mulgan, G. (2010). *The Open Book of Social Innovation*. NESTA The Young Fundation. <https://doi.org/10.1371/journal.pcbi.0030166>
- Naclerio, A., y Trucco, P. (2015). Construir el desarrollo con políticas públicas: asociatividad, tecnología e innovación productiva. El caso del Programa Sistemas Productivos Locales. Documentos y Aportes. *Administración Pública y Gestión Estatal*, 15(24), 33–65.
- Neumeier, S. (2017). Social innovation in rural development: identifying the key factors of success. *The Geographical Journal*, 183(1), 34–46. <https://doi.org/10.1111/geoj.12180>.
- Ortega Hoyos, A. J., y Marín Verhelst, K. (2019). La innovación social como herramienta para la transformación social de comunidades rurales. *Innovación Social | Revista Virtual Universidad Católica Del Norte*, 57, 87–99. <https://doi.org/doi:https://doi.org/10.35575/rvucn.n57a7>
- Osorio, T., y Rivera, M. (2022). *Capital Social y Asociatividad en el Cantón Salcedo*. Universidad Técnica de Cotopaxi Facultad de Ciencias Administrativas. Licenciatura en Administración de Empresas.
- Parada, J., Ganga, F., y Rivera, Y. (2017). Estado del arte de la innovación social : una mirada a la Resumen. *Opción*, 33(82), 563–587.
- Polo de Lobatón, G., Yaquelín Expósito, M., y Lobatón Polo, D. (2020). Gerencia Social: Estrategia de Innovación Social con Enfoque Economía Solidaria, para el Turismo Comunitario en las Poblaciones Palafíticas de la Ciénaga Grande de Santa Marta. *LOGINN*, 4(1), 51–65.
- Rodríguez de Pepe, M., Cervilla Ruano, M. A. (2020). Asociatividad empresarial y fuentes de capital social: hacia un modelo explicativo. *Innovar*, 30(77), 107–122. Retrieved from <https://doi.org/10.15446/innovar.v30n77.87452>
- Solís, F. T., y Limas, M. (2013). Capital social y desarrollo: origen, definiciones y dimensiones de análisis. *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 22(43), 187–212.
- Soto, A., Arillaga, P., y Etxezarreta, E. (2021). Factores Clave para el fomento de la Economía Social desde lo local. Los Procesos de Responsabilidad Social En La Economía Social y Sus Confrontaciones. *Revista Prisma Social*, 35, 65–90.
- Suriñac, R. (2017). *Economías transformadoras de Barcelona*. Ayto Barcelona.
- Urteaga, E. (2013). La teoría del capital social de Robert Putnam: originalidad y carencias. *Reflexión Política*, 15, 44–60.

Vargas-Merino, J. A. (2021). Innovación social: ¿Nueva cara de la responsabilidad social? conceptualización crítica desde la perspectiva universitaria. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII, 2, 435–450.

Vazquez-Barquero, A. (2018). Reflexiones teóricas sobre la relación entre desarrollo endógeno y economía social. *Revista Iberoamericana de Economía Solidaria e Innovación Socioecológica: RIESISE*, 1, 11–22.

Zurbano, M., Martínez, E., Gainza, X., y Arrillaga, P. (2018). *Globalizazioa eta tokiko garapena. Hegoak Zabalduz*, 8, UPV-EHU.