



COOPERATIVISMO E INNOVACIÓN SOCIAL: HERRAMIENTAS PARA UNA SOCIEDAD MÁS JUSTA Y SUSTENTABLE

Por: Lic. Lourdes Carolina Inoa | Gerente General de Cooperativa La Altagracia, Inc. República Dominicana | Magister en Gestión de Empresas Concentración Estrategia | Diplomado en Dirección de Empresas Cooperativas y Organizaciones de Economía Social y Solidaria

e-mail: linoa@coopaltagracia.com

Recibido: Septiembre de 2017

Aceptado: Noviembre de 2017

Resumen

La innovación social representa un nuevo paradigma llamado a transformar la forma de hacer negocios en el presente y en el que operarán las empresas del mañana, acompañando la obtención de beneficios con criterios éticos y creando conciencia de su función social y responsabilidad medioambiental. El enfoque tradicional de la responsabilidad social empresarial suele ofrecer paliativos para mitigar los efectos de la economía de mercado, pero hoy resulta necesario un enfoque más comprometido que el simple modelo de donaciones y beneficencia. La innovación social aprovecha el poder de la tecnología y de los descubrimientos científicos, para ofrecer soluciones sustentables e innovadoras a las necesidades sociales y a los grandes desafíos de la humanidad. El movimiento cooperativista, un hito de innovación social en sí mismo, representa una poderosa herramienta para implementar efectivos programas de innovación en los medios de producción tradicionales y para acompañar, aportando financiación y seguimiento, a los emprendimientos dirigidos a sectores no convencionales. Las cooperativas comparten muchos de los conceptos básicos de la innovación social y su estructuración en torno a un sistema de valores, su compromiso con las comunidades, la inversión de recursos en el fomento de la educación, la cultura, la creatividad y la apuesta por los jóvenes, las hacen entidades idóneas para motorizar los cambios que requiere la innovación social.

Palabras Clave: Cooperativismo, innovación social, cultura solidaria, economía social.

Abstract

Social innovation represents a new paradigm called to transform the way of doing business in the present and in which the companies of tomorrow will operate, accompanying the profit with ethical criteria and creating awareness of its social function and environmental responsibility. The traditional approach to corporate social responsibility usually offers palliatives to mitigate the effects of the economy of the market, but today a more committed approach is needed more than the simple model of donations and charities. Social innovation harnesses the power of technology and scientific discoveries to deliver sustainable and innovative solutions to social needs and the great challenges of humanity. The



cooperative movement, a milestone of social innovation itself, represents a powerful tool to implement effective innovation programs in the traditional means of production and to accompany, with funding and follow-up, ventures targeting non-conventional sectors. Cooperatives share many of the basic concepts of social innovation and their structuring around a value system, their commitment to communities, the investment of resources in the promotion of education, culture, creativity and dedication to the young people, make them ideal entities to drive the changes that social innovation requires.

Keywords: Cooperativism, social innovation, solidarity culture, social economy.

Introducción

La búsqueda de un equilibrio entre la producción de bienes y servicios para satisfacer las necesidades humanas y el impacto negativo que causan estas actividades económicas sobre la calidad de vida de las personas y el medioambiente, nunca había estado en un proceso de ebullición y cuestionamiento de tanto valor y empuje como el que vive actualmente. En las últimas décadas se ha desatado una carrera, casi frenética, para crear los nuevos paradigmas mediante los cuales las sociedades enfrentarán los retos del futuro, donde con recursos cada vez más limitados se deben atender necesidades cada vez mayores, emergiendo la innovación como una de las principales herramientas de transformación social.

La industrialización que generó en principio el enorme impacto económico que moldeó las sociedades contemporáneas tal y como las conocemos, también produjo grandes transformaciones sociales con sus consecuencias no siempre equiparables en bondades entre el bienestar y la equidad y la obtención de beneficios. Con la llegada de las sociedades postindustriales, que suponen una

reestructuración para dar paso a una economía más orientada a servicios y donde la investigación científica y las tecnologías de la información juegan un rol clave en su proceso de desarrollo, se estableció un complejo panorama de disparidades en las capacidades productivas y en los niveles de formación de los individuos, lo que se tradujo en marginación, desigualdad social y dificultad de acceso para la satisfacción de las necesidades básicas de un gran número de seres humanos.

Sabemos que el problema no es nuevo y que se han intentado diversos enfoques a lo largo de la historia para mitigar la voracidad y marginación inherentes al sistema de economía de mercado, principalmente. Sin entrar en el ámbito abismal de las ideologías políticas, los individuos han buscado otras maneras de asociarse para crear la sinergia que les permita mejorar los estándares de calidad de vida en sus sociedades emergentes, ya sea mediante las alternativas de la economía solidaria, que datan de la segunda mitad del siglo XIX con el surgimiento de las cooperativas, hasta el reciente concepto de “economía CO” donde cada vez más emprendimientos buscan la



colaboración mediante la cofinanciación, el cotrabajo y la cocreación aprovechando el poder de la tecnología y los medios de comunicación.

A mediados del siglo XX se conforma lo que hoy conocemos como Responsabilidad Social Empresarial (RSE) al darse cuenta las grandes empresas y corporaciones de que con estas acciones podían transformar la simple generosidad en instrumentos que conciliaban las demandas por mejores prácticas empresariales, daban respuesta a las presiones producto de los cambios en la conciencia de los consumidores y que podían emplearse, incluso, hasta con propósitos mercadológicos. La RSE reinventa la filantropía y ahora las empresas son quienes se ocupan de desarrollar y divulgar su propio enfoque social, el cual debe ir evolucionando hacia la sustentabilidad, a la creación de valor compartido, a la reducción de las desigualdades, a la preservación del medioambiente y hacia toda acción que logre generar un impacto positivo en las personas y sus comunidades.

Sin embargo, el vertiginoso avance de la ciencia y la tecnología, la democratización de la información y de los procesos de producción y el concepto de una aldea global hiperconectada, han creado nuevos modelos de negocios e impulsa a la RSE a buscar nuevas formas de crear sinergia entre las empresas y sus mercados, los centros de investigación, las universidades y el Estado. Es evidente que la gestión social tradicional debe transformarse

mediante las modernas técnicas de la innovación, creando mayores oportunidades de crecimiento y participación que impliquen un real compromiso de las empresas, además de las consabidas donaciones y subsidios.

Enfoques y conceptos

En sus inicios la innovación social fue un tema concebido más bien como parte de un proceso lineal y ordenado con la tecnología como centro, mayormente conocido como I+D+i (Investigación, Desarrollo e innovación) en base a la búsqueda de avances técnicos que al final pueden convertirse en innovación social cuando logran impactar a la comunidad al ser comercializada dicha investigación; a través de un producto o servicio determinado que promete generar avances sociales al incidir en la calidad de vida, mejora de la salud, protección medioambiental, equidad de género, entre otras.

Pero, ¿a qué llamamos Innovación Social actualmente? Como con todo termino relativamente nuevo, aunque, no así su concepción general; ya que siempre ha existido la innovación buscando la mejora social (recordemos las escuelas a distancia, las microfinanzas, el cooperativismo), se produce una avalancha de definiciones desde las pragmáticas hasta las especializadas, que buscan resumir en pocas frases su esencia. Veamos dos de las que considero con mayor acierto.

Murray, Calulier-Grice y Mulgan (2010) recogen distintas definiciones



de innovación social, las cuales bien pueden ser resumidas de la siguiente forma: "La innovación social son las nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que cumplen simultáneamente las necesidades sociales (de manera más eficaz que otras alternativas) y crean nuevas relaciones sociales o colaboraciones". A nivel mundial, ciudades, gobiernos y organizaciones internacionales apuestan por la innovación social en sus prácticas de gobernabilidad, como es el caso de la Comisión Europea, la cual en su Libro Verde de la Innovación aporta esta definición: "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 en producir los cambios de comportamiento necesarios para resolver los grandes retos de la sociedad... capacitando a la ciudadanía y generando nuevas relaciones sociales y nuevos modelos de colaboración. Son, por tanto, al mismo tiempo innovadoras en sí mismas y útiles para capacitar a la sociedad a innovar..."

Innovación social y cooperativismo

Si consideramos que el cooperativismo bien se puede definir como innovación social en el siglo XIX, desde la primera cooperativa aparecida en 1844, en Inglaterra, se produce una verdadera y auténtica avalancha de innovación social que se tradujo no solo en suplir necesidades esenciales a sus

asociados, sino, también, en "una nueva forma de organización que surge en el siglo XIX, y que da respuesta a necesidades sociales de empleo, consumo, financiación, producción, pero, también, genera la posibilidad de empoderamiento económico de las clases medias y bajas".

Cuando se estudian los principios universales del cooperativismo, destacan importantes concepciones como el control democrático y la participación económica de los miembros, la inversión y consagración a servir a la educación, formación e información y alto nivel de compromiso con la comunidad. Resulta más que evidente, que el cooperativismo es, también una excelente herramienta para la implementación de la innovación social. Por supuesto que no todas las cooperativas se plantean metas acordes al concepto de innovación, pero cada vez son más las que asumen modelos de gobernanza comprometidos de manera estructural con la innovación social como forma de enfrentar los nuevos desafíos de sus asociados y de las comunidades donde tienen incidencia, usualmente en zonas marginadas y en beneficio de los ciudadanos menos favorecidos económicamente.

Actualmente, como gerente general y tras diez años de experiencia como gerente de Gestión Social de una de las más importantes cooperativas de la República Dominicana y una de las más reconocidas de Latinoamérica, podemos ofrecer nuestro testimonio de cómo hemos empleado la innovación en nuestros



modelos de gestión social, teniendo en cuenta que son las personas quienes innovan, por lo que ha sido fundamental ubicar a nuestros asociados en el centro de nuestro modelo de superación, liderazgo y movilidad social.

Una muestra relevante fue la implementación de nuestro programa de ahorro infantil conocido como “Grupos de Ahorrín”, el cual comprende un sistema integral para incentivar el hábito del ahorro desde temprana edad, pero al mismo tiempo, presenta toda una estrategia de seguimiento, apoyos, recompensas, formación y recreación. No se trata solo de abrirle una cuenta de ahorro a un niño, sino de acompañarlo durante en las diferentes etapas de su vida procurando identificar condiciones de liderazgo, creatividad e innovación, que lo puedan convertir en un multiplicador del modelo de valores del cooperativismo en su comunidad y prepararlo como relevo generacional para el futuro de la cooperativa.

Innovación, cooperativismo y cultura

Los actuales paradigmas para hacer negocios están retando a las formas tradicionales. Las soluciones a los grandes problemas como la violencia en las ciudades, el acceso a oportunidades de inversión antes privilegiadas o las amenazas medioambientales no se enfocan ya remedando los esquemas del pasado. Existe toda una nueva generación de libre pensadores, armados de las herramientas tecnológicas que busca nuevas

soluciones a viejos problemas mediante una readecuación de los actuales paradigmas socioeconómicos. Uno de los desafíos intrínsecos de la innovación social es vencer las barreras y los prejuicios culturales para permitir la implementación de los nuevos enfoques; en ese sentido, la cultura juega un rol determinante: “La confluencia de la actividad cultural con las metas sociales constituyen una prioridad a destacar, dado su interés para los procesos de innovación social y las prácticas de economía cooperativa” (Murray, Caullier-Grice, Mulgan, 2010).

Creatividad y valores

Otro punto importante de coincidencia entre los postulados de la innovación social y el cooperativismo, lo constituye impulsar tanto una cultura de la innovación que se base en valores, como la capacitación de las personas buscando desarrollar su creatividad y capacidad de respuesta. El profesor Jaron Rowan, para referirse a esta nueva realidad de agitación que crea la búsqueda de soluciones innovadoras, ha acuñado la expresión “creatividad social”, entendida como la gran fuente de recursos que les permitirá a los agentes económicos del presente y del futuro realizar su trabajo en base a dinámicas de innovación continua.

En tanto que un sistema firme de valores les permitirá asumir mejor los desafíos del proceso de innovación y hacer un aprovechamiento racional de los adelantos tecnológicos. Estos



valores en combinación con la creatividad, les capacitará para crear estrategias para asumir riesgos, manejar el fracaso y enfocarse en las oportunidades que el espíritu del emprendedor puede descubrir en los avances de la ciencia y del proceso de la innovación como tal.

Innovar o morir

Jay Coen Gilbert, uno de los fundadores de B Lab, una organización sin fines de lucro que persigue emplear el poder empresarial para solucionar grandes problemas ambientales y sociales, declaró: “Antes se creaban ONGs para solucionar los problemas de nuestros tiempos. Ahora se crean empresas”. Bajo su filosofía de que “las empresas sociales no compiten para ser las mejores del mundo, compiten para ser las mejores para el mundo”, las llamadas “B Corporation”, nos muestran una nueva concepción del éxito empresarial, conscientes de que se necesita dinero para transformar al mundo, pero tratando de rentabilizar el comercio ético.

Este cambio de mentalidad implica que, para tener un sentido claro de lo que es el éxito en los negocios en la actualidad, se debe reflexionar sobre la razón de ser de cada empresa, el fin por la cual ha sido creada y su valor trascendental para la sociedad; cuando respondemos estas preguntas más allá de la revisión protocolar y tradicional de Visión y Misión de la empresa, las ganancias financieras pasan a ser entendidas como una herramienta indispensable para lograr los objetivos propuestos, pero no como su razón única de

existencia. El éxito se considera, entonces, no sólo por el nivel de utilidades o dividendos, en el caso de las cooperativas, por ejemplo, los excedentes se distribuyen equitativamente entre todos sus miembros pero al mismo tiempo contemplan una importante inversión en la educación, la innovación y el impacto social.

Conclusiones

La Subsecretaria de Economía Chilena Natalia Piergentili expresó recientemente que: “Las cooperativas contribuyen esencialmente al desarrollo social y sustentable de las naciones, gracias, a los principios y valores sobre los cuales están fundamentadas”. De manera similar, Joseph Stiglitz, Premio Nobel de Economía 2001, se ha referido, claramente, a que las cooperativas son el mejor modelo para enfrentar la volátil economía de las próximas décadas como “la única alternativa al modelo económico fundado en el egoísmo que fomenta las desigualdades”.

Uno de los principales retos de la innovación social será el de provocar nuevas formas de pensar a través de la creación de nuevos espacios de reflexión y encuentro entre los agentes de cambio. Durante la XI Cumbre de Cotec Europa, que promueve la Fundación Cotec para la innovación, el Rey Felipe VI “ha reconocido que el cambio hacia un nuevo modelo de producción y consumo supone una transición compleja, lenta y, en gran medida, incierta; puesto que implica retos aún no resueltos. (...) La innovación juega un papel clave y no me refiero



solo a la innovación tecnológica, necesaria para resolver los desafíos técnicos a lo largo del ciclo de vida de los materiales y los productos, me refiero, también, a la innovación social que supone el cambio de los patrones de consumo”.

En este tenor, el movimiento cooperativista posee sólidas bases y estructuras eficientes que permiten afrontar estos desafíos sociales. Las cooperativas están en la perfecta capacidad de proveer respuestas innovadoras a los problemas sociales del presente y del futuro mediante el fomento de la formación integral y multidisciplinar de los individuos, así como servir de plataforma para la financiación y el acompañamiento de emprendimientos de vanguardia. Uno de los ejes fundamentales de nuestra cooperativa, por ejemplo, es el apoyo incondicional al desarrollo de los jóvenes quienes, en palabras del afamado economista Jeremy Rifkin, las cooperativas deben reconocer la importancia del papel de los jóvenes, quienes serán clave en las décadas siguientes, pues, “su conciencia está cambiando, frente a la libertad, al poder y a la pertenencia comunitaria”.

La innovación social tiene por delante grandes desafíos, pero son muchos ya los pasos firmes que se están dando para involucrar a las personas en todo el mundo en los procesos de toma de conciencia esenciales para realizar los cambios necesarios. Sin lugar a dudas, que las cooperativas continuarán con su compromiso para lograr las transformaciones sociales de sus comunidades insertando a sus

asociados en el tejido productivo; asimismo, es seguro que aumentarán sus programas de innovación social, pues, la clave de todo desarrollo futuro será el empoderamiento y el compromiso de los ciudadanos actuando nivel local, con conciencia medioambiental y pensando en estrategias a escala global.

Referencias

- Murray, c (2010). Libro Abierto de Innovación Social.
- Comisión Europea (2010). Libro Verde de la Innovación: Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas.
- Morales, A. (2009). Claves para comprender la innovación social. Fundación EDE
- Morales, A (2008). Innovación social y cooperativas: convergencias y sinergias. España: Social Innova.
- Ekonomiaz N.º 79, 2012. La innovación social y las cooperativas: el impacto social de las cooperativas y experiencias innovadoras socialmente.
- Rowan, J (2008) .Innovación en Cultura: Una Aproximación Crítica a la Genealogía y Usos del Concepto. Beca de Investigación de la EADC, Barcelona.
- RausellKöster, P(2012). Proyecto Sostenuto: la cultura como factor de innovación económica y social. España: Universidad de Valencia.
- Bureau of European Policy Advisers (2011). Empowering people,



driving change Social
Innovation in the European
Union.

Referencias en la web

Fundación Cotec para la innovación
<http://cotec.es/>
B Lab Website (Jay Coen Gilbert)
<https://www.bcorporation.net/>
Diario Electrónico Cooperativo y
Asociativo de Chile.
<https://www.decoopchile.cl/>
29 Agosto, 2017.



**CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE
CIENCIAS ECONÓMICAS, ESTADÍSTICAS
Y DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN
Y COMUNICACIÓN
(CICEETIC)**

Servicios:

- _ Asesoría Técnico Empresarial
- _ Asesoría en Proyectos Sociales
- _ Asesoría Tecnológica
- _ Diseño, Compilación e Interpretación Estadística
- _ Formulación y Evaluación de Proyectos
- _ Planes de Negocios
- _ Capacitaciones
- _ Publicaciones

"Comprometidos con la innovación, la investigación, la generación y difusión del conocimiento para el desarrollo de programas que respondan a las necesidades sociales, científicas y tecnológicas en aras de mejorar de forma sostenible la calidad del vida del colectivo humano"



Contacto:
Tel: 730-5300 - ext. 6603
e-mail : unachi.economia@unachi.ac.pa

