

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/5015967>

# UNA PERSPECTIVA SOCIAL DE LA INNOVACIÓN

Article · January 2008

Source: RePEc

---

CITATIONS

9

READS

481

1 author:



**Francisco J. Calderon Vazquez**  
University of Malaga

52 PUBLICATIONS 222 CITATIONS

SEE PROFILE



Julio 2008

## UNA PERSPECTIVA SOCIAL DE LA INNOVACIÓN

*Francisco José Calderón Vázquez, 2008*

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

**Calderón Vázquez, F.J.:** *Una Perspectiva Social de la Innovación*, en Contribuciones a las Ciencias Sociales, julio 2008.

[www.eumed.net/rev/cccss/02/fjcv.htm](http://www.eumed.net/rev/cccss/02/fjcv.htm)

---

### Introducción:

A distancia de seis décadas de la aparición de dos de los "clásicos" más influyentes en el devenir de las ciencias sociales modernas, éstos continúan dando muestras de su carácter imperecedero, puesto que continúan influyendo poderosamente en la configuración del mundo de nuestros días y posiblemente del futuro, se trata de "Business Cycles", de J.A. Schumpeter (1939)<sup>1</sup> y de "The propagation of innovation waves" de T. Hagerstrand (1952)<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> **Shumpeter, J.A. (1939):** Business Cycles. A theoretical, historical and statistical analysis of the capitalist process. Ed. McGraw-Hill Book Company. New York.

<sup>2</sup> **Hagerstrand, T. (1952):** Innovation Diffusion as a Spatial Process, Chicago, University of Chicago Press, 1967.

La causa de la aparente inmortalidad de dichas obras puede ser varia, en el caso de la obra de Joseph Schumpeter, posiblemente una de las referencias más decisivas en el conjunto de su producción, la persistencia y continuidad del texto podría radicar en la concepción holística y procesual de la innovación que plantea. Efectivamente, hasta "Business Cycles" la innovación se identificaba fundamentalmente con la invención científica o tecnológica, tenía un carácter eruptivo y puntual, se parecía mucho a un descubrimiento, mientras que el innovador, el científico, era más un inventor o "descubridor".

Al establecer la distinción, hoy clásica, entre invención<sup>3</sup>, innovación y difusión como fases interconectadas del proceso innovador, Schumpeter concibe la innovación como una secuencia holística e integral. Una secuencia donde los aspectos económicos y sociales son más importantes si cabe que los científico-tecnológicos.

Sólo si la invención o descubrimiento, generado en el ámbito científico "entra" efectivamente en el mundo empresarial, rompiendo el círculo de la ciencia pura, incorporándose a procesos productivos, métodos organizativos y productos que posteriormente van a difundirse en el tejido social, a través del mercado, solamente entonces puede hablarse de innovación.

Evidentemente, la invención podría quedar "aislada" o ignorada por la empresa o el mercado, porque no existan mecanismos difusivos o "apropiativos" de la misma en dichos ámbitos, cuantos inventos nunca se comercializan... Por ello la socialización o comercialización de la invención, es el paso decisivo para la conversión de la invención en innovación.

La socialización se produce a través del empresario, que es el hilo conductor entre ciencia y mercado, conectados a través de la empresa. Para Schumpeter (1942)<sup>4</sup> el perfil del empresario es el de *outsider*, alguien que llega y rompe las reglas, generando con su actividad el cambio desestabilizador del antiguo equilibrio.

De ahí, la consideración schumpeteriana del empresario o *entrepreneur*<sup>5</sup>, como el principal agente innovador. Para Schumpeter, la innovación entendida como

---

<sup>3</sup> Definida por Schumpeter como aquel producto o proceso que se genera en la esfera científico-técnica y que permanece en este ámbito in eternum, hasta que es superado o sustituido por una nueva invención.

<sup>4</sup> **Schumpeter, J.A. (1942):** Capitalismo, socialismo y democracia. Ed. Folio. Barcelona. Pp. 118-124.

<sup>5</sup> En palabras textuales, "La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o

proceso socioeconómico es el motor e impulsor del desarrollo económico, al producirse una dinámica de "destrucción creativa" en la cual las nuevas innovaciones sustituyen a las antiguas, provocando ciclos expansivos de crecimiento con su llegada, asimilación y consolidación.

La explicación es bien conocida: el equilibrio clásico sería obstaculizado por las acciones de los emprendedores, en pos de obtener un lugar monopólico en el mercado, por medio de la introducción de alguna innovación. Ellos estarían incentivados a arriesgarse, a causa de las ganancias que podrían obtener. Y estas ganancias monopólicas permitirían la creación de otras innovaciones, ya que las anteriores habrían sido difundidas, y de esta manera se generaría un proceso de retroalimentación que propiciaría al crecimiento y al desarrollo. Sin la existencia de emprendedores que lleven a cabo innovaciones, la tasa de crecimiento estaría limitada al crecimiento de los factores de la producción y se dificultaría la generación de dicho proceso. Toda esta evolución representa la anteriormente mencionada "destrucción creadora".

Por lo que se refiere a la obra de Hagerstrand, éste partiendo desde una óptica de geografía económica, aborda el estudio de la difusión de las innovaciones en el territorio, introduciendo la perspectiva espacial en el análisis de la innovación. Perspectiva decisiva en el estudio de los procesos de innovación, por la jerarquía territorial que se desprende de la existencia de centros o áreas innovadoras contrapuestas a las áreas periféricas o receptoras de dichas innovaciones y por ello en situación de dependencia del centro.

Asimismo, la obra daba entrada a la corriente cuantitativista en el estudio de la difusión de la innovación en el espacio territorial, empleando el modelo "Monte Carlo", abriendo un horizonte investigador que sería recorrido posteriormente por un gran número de continuadores.

Ambas obras, cada una en su campo, aunque complementariamente, van a definir y marcar las coordenadas de la innovación y del fenómeno innovador tal y como viene entendiéndose en nuestros días. De ahí su actualidad, pues a pesar de los años, ambos textos siguen constituyendo un referente básico en el estudio de la materia. Tienen en su haber un logro muy importante, el hecho de plantear la innovación como un todo sistémico, que afecta al conjunto de la sociedad, y que es

---

mas comúnmente, una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo; o reorganizar una industria, etc."

por tanto transversal a la misma, involucrando toda una serie de aspectos desde los puramente científicos o tecnológicos hasta los sociales e institucionales.

En el curso de estos años han surgido a partir de los trabajos seminales anteriormente citados, toda una serie de enfoques teóricos que tratan de explicar desde diversas perspectivas el fenómeno innovador, para una mejor visualización las hemos recogido en diversos Cuadros (Nº 1 y 2) que exponemos a continuación:

**CUADRO Nº 1**

ENFOQUE	DESCRIPCION
<p>S XIX-XX Escuela Neoclásica</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La teoría neoclásica parte del teorema de la información perfecta, información que puede ser aplicada de manera generalizada siguiendo unas determinadas instrucciones. En estas coordenadas, el conocimiento tecnológico viene considerado como explícito, imitable y susceptible de ser transferido perfectamente. Todas las empresas pueden acceder, generar y captar innovaciones del stock global de conocimiento científico y tecnológico existente.</li> <li>- Se considera que la tecnología se desarrolla fuera del ámbito productivo. Las innovaciones tecnológicas se generan siempre en las actividades y laboratorios de I+D, en una fase anterior a las actividades productivas, para posteriormente incorporarse a los procesos productivos y de comercialización, careciendo de retroalimentación con el mundo productivo. Se trata por tanto de compartimentos estancos.</li> </ul>
<p>1970- 1990 Evolucionismo NeoSchumpiteriano. Nelson y Winter (1977; 1982) + Dosi (1988)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La tecnología se desarrolla y se difunde gradualmente en un contexto con determinadas características históricas, socioculturales y socioeconómicas. Por ello la recepción de las innovaciones depende del entorno. Asimismo, la capacidad innovatoria de una empresa estará condicionada por el contexto donde se mueve.</li> <li>- Racionalidad vinculada a la incertidumbre y a la toma de decisiones a partir de rutinas, consideradas como reglas y procedimientos de decisión.</li> <li>- Rutinas como conjunto o estructura de tareas que se repite cotidianamente y que constituyen la memoria de la organización. Las</li> </ul>

	<p>actividades innovativas pretenden completar o perfeccionar la base operativa de rutinas existente, logrando con ello una mejor adaptación al contexto. El sentido de las actividades innovativas es la obtención de ganancias o ventajas comparativas para la empresa que las emprende. Esta sólo las emprende cuando sea factible tales ventajas, a partir de introducir el cambio en sus rutinas.</p> <p>El entorno (Elementos de mercado, políticos institucionales y financieros) determina los canales a través de los cuales cambia el uso de las tecnologías en tiempo. Es decir el entorno define que tecnologías son sustituidas y cuales van a ser las elegidas para reemplazarlas y lo que puede ser mas importante cual es el tipo de I+D que las empresas de una determinada industria van a seguir.</p>
1990-2000 Teorías de la Organización Industrial (Tirole, 1995)	El sentido de la innovación para las empresas radica en la necesidad de mantener o fortalecer la posición competitiva por parte de las empresas.
1990-2000 Enfoques Organizacionales (Lam, 1995)	Procesos de aprendizaje y adaptación a las novedades tecnológicas y el entorno institucional y de los mercados. La cultura organizacional y las estructuras organizativas pueden estimular o inhibir los procesos innovadores.
1980-2000 Enfoques de la Comercialización (Hunt, 1983)	El sentido de la innovación para las empresas radica en la necesidad de adaptar sus productos a la heterogeneidad de la demanda. En este sentido, la diferenciación de los productos es tan esencial para captar demanda como el desarrollo de nuevos productos. Por tanto, el comportamiento de los consumidores, la interacción entre compradores y vendedores y los condicionantes normativos son los inductores de innovación para las empresas.

Elaboración propia. Fuente: OCDE (2007) Manual de Oslo para la recogida e interpretación de datos sobre innovación.

## CUADRO Nº 2

ENFOQUE	DESCRIPCION
1990-2000 Enfoque de la difusión Pasillo (2005)	<p>Centran su análisis en los factores que influyen o condicionan las decisiones de las empresas para adoptar nuevas tecnologías.</p> <p>La difusión de nuevos conocimientos y tecnologías desempeña un papel estratégico en el proceso innovador, implicando además de la captación de lo "nuevo" ya sean conocimientos o tecnología la manera en que las empresas "aprender a aprender" y construyen a partir de esa base nuevas tecnologías y conocimiento.</p>
1990-2000 Enfoque sistémico Lundvall (1992) DRUID Nelson (1993)	<p>Focalizan su atención en la importancia de la difusión y transferencia de ideas, cualificaciones, conocimiento, información y otras señales. Y de las instituciones e instancias que interactúan tejiendo el entramado que permite la innovación.</p> <p>Para Lundvall (1996) la innovación es un proceso de aprendizaje colectivo.</p>
1990-2000 Enfoque sociológico Rogers (1995)	Factores que influyen a la hora de adoptar un nuevo conocimiento o tecnología (ventaja relativa, su compatibilidad con lo que hay, su complejidad o su

	<p>facilidad de adaptación) y que la empresa debe evaluar para su correcta toma de decisiones</p> <p>Elaboración propia. Fuente: OCDE (2007) Manual de Oslo Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. Ed. OCDE-EUROSTAT.</p>
--	--

Elaboración propia. Fuente: OCDE (2007) Manual de Oslo para la recogida e interpretación de datos sobre innovación.

Un rápido vistazo al cuadro resumen nos hace comprender fehacientemente dos aspectos fundamentales de la problemática innovadora:

En primer lugar, que la innovación se ha venido identificando tradicionalmente con los aspectos tecnológico-científicos de la misma, considerándose como "algo" que tenía mucho que ver con el I+D, o como "cosa" o producto de éste. Solo a partir de la segunda mitad de los 90, se comienzan a introducir aspectos socioeconómicos, sociales e institucionales relacionados con la difusión y la apropiación de tecnologías por las empresas.

En segundo lugar, que la innovación en términos económicos se ha vinculado al concepto de competitividad, derivando tal vinculación en una suerte de silogismo aristotélico, con secuencia lógica causa-efecto, a partir del cual se genera una suerte de automatismo que viene a identificar o a solapar innovación con competitividad. Sobrentendiendo que la primera trae de la mano a la segunda, derivándose una suerte de silogismo *sic innovación propter hoc competitividad*. Ello explica el enorme interés que a partir de los 80, con la aparición de las teorías macro del world system y de la globalización, se le ha venido prestando a la innovación desde las grandes instituciones económicas internacionales.

Posiblemente, el peso combinado de los aspectos científicos, técnicos, productivos y económicos junto al hecho cierto del maridaje innovación competitividad, ha tenido como efecto que el estudio de la innovación, sus causas y efectos, se haya venido abordando desde perspectivas puramente técnico-científicas o economicistas.

Perspectivas que, en su énfasis por resaltar los aspectos puramente tecnológicos de la innovación o sus impactos económicos, han oscurecido, posiblemente sin pretenderlo, los aspectos sociales e institucionales del fenómeno, generándose una visión de la innovación excesivamente orientada hacia el tecno-economicismo.

Sin embargo, poco a poco comienzan a hacerse cada vez más evidentes los aspectos socio culturales y organizacionales del fenómeno innovador, anteriormente

poco contemplados. En esta línea multidisciplinar comienzan a moverse, las instituciones internacionales como la (7) Organización para la cooperación y el Desarrollo Económico, que en la última edición del Manual de Oslo (2005)<sup>6</sup> definía a la innovación como:

... "la introducción de un nuevo o significativamente mejorado, producto (bien o servicio), de un proceso, de un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo, en las prácticas internas de la empresa, la organización del lugar de trabajo o las relaciones exteriores" ... (OCDE, 2005).

En el citado manual, verdadero vademécum de la innovación a escala internacional, se analizan en su tercera edición y más reciente edición (2005) cuatro tipos de innovación: a) de producto; b) de proceso; c) de organización; d) de comercialización. Para facilitar la visualización de tales tipologías y sus contenidos temáticos, se ha preparado el Cuadro Nº 3 que se expone a continuación.

**CUADRO Nº 3**

<b>TIPOLOGIA</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>
<b>INNOVACIÓN DE PRODUCTO</b>	La innovación de producto implica cambios significativos en las características de las mercancías o de los servicios. Se incluyen tanto las mercancías totalmente nuevas como los servicios y las mejoras significativas de los productos existentes.
<b>INNOVACIÓN DE PROCESO</b>	La innovación de proceso, representa cambios significativos en los métodos de producción y de distribución.
<b>INNOVACIÓN DE ORGANIZACIÓN</b>	La innovación de organización, referida a la puesta en práctica de nuevos métodos de trabajo, tanto de la organización como del lugar de trabajo y/o de las relaciones exteriores de la empresa.
<b>INNOVACIÓN DE COMERCIALIZACIÓN</b>	La innovación de comercialización, que refleja la puesta en práctica de nuevos métodos de comercialización; desde cambios en el diseño y el empaquetado hasta la promoción del producto mediante nuevas políticas de precios y de servicios.

<sup>6</sup> **OCDE/Comunidades Europeas (2005):** Manual de Oslo Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. Tercera Edición. OCDE-EUROSTAT. Paris-Bruselas. Pp. 56. Documento Electrónico, disponible en [www.tragsa.es/filedctos/Manual\\_de\\_Oslo.pdf](http://www.tragsa.es/filedctos/Manual_de_Oslo.pdf)

Elaboración propia. Fuente: OCDE (2007) Manual de Oslo para la recogida e interpretación de datos sobre innovación.

Ello supone un paso adelante muy importante por cuanto que en las primeras ediciones del manual (1992) se circunscribía la innovación a los aspectos de innovación tecnológica del producto y del proceso (TPP) en la fase de fabricación. En definitiva, el manual pone al día el concepto de innovación, expandiéndolo a todo lo concerniente a la innovación no tecnológica, incluyendo dos nuevas topologías, relativas a comercialización y a organización. El manual considera, y ello es muy significativo, la innovación en las empresas de servicios, por ello se ha suprimido el adjetivo "tecnológica" que acompañaba tradicionalmente al sustantivo "innovación", de forma que el quehacer innovador de las empresas terciarias, cada vez con mayor preponderancia en el panorama productivo, pueda ser contemplada. El manual va a excluir los cambios de menor importancia o con insuficiente grado de novedad.

Aunque el manual solo contempla la innovación o las actividades innovadoras en el marco de la empresa privada, reconoce igualmente que la innovación puede generarse en cualquier sector de la economía, incluyendo servicios públicos como salud o educación.

Las pautas del manual, sin embargo, se diseñan esencialmente para ocuparse de la innovación que tiene lugar en las empresas privadas, área que incluye los campos de la fabricación, las industrias primarias y el sector servicios.

## **La Dimensión Social de la Innovación**

La dimensión social de la innovación o, en otros términos, la innovación social no es sino la lógica extensión al campo de las ciencias sociales de las dinámicas innovadoras. Entendiendo la innovación en las formas, usos y costumbres sociales. siguiendo a Capel (2000)<sup>7</sup> partimos de un concepto genérico de innovación, entendida como cualquier novedad que se produce en la sociedad, se difunde a través del tejido social y es aceptada, de forma más o menos gradual, socialmente.

---

<sup>7</sup> **Capel, H. (2000):** Innovación, desarrollo y medio local. Dimensiones sociales y espaciales de la innovación. En revista electrónica Scripta Nova. Universidad de Barcelona Nº 69 (01), 1 de agosto de 2000.

Para el Centro de Investigaciones sobre Innovaciones Sociales (CRISES, 2007)<sup>8</sup> la innovación social representa nuevas prácticas o enfoques, introducidos con el objetivo de: bien mejorar el rendimiento económico y social de las organizaciones públicas o privadas, bien de resolver un problema relevante para los actores sociales, bien de cubrir un déficit en la normativa existente, o incluso en la coordinación social y comunitaria para satisfacer nuevas aspiraciones o necesidades.

En una perspectiva histórica el cambio tecnológico-productivo, en las naciones occidentales, ha venido seguido o precedido de los necesarios cambios sociales, imprescindibles para la metabolización sociocultural y humana de la tecnología. Por ello, la innovación tecnológica viene aparejada a la innovación social y viceversa, por lo que las innovaciones sociales, presentan una trascendencia económica de importancia estructural sino crítica, porque afectan, sin que muchas veces seamos conscientes de ello, a todas las esferas de la realidad. Por ello, en términos estrictamente económicos, las innovaciones sociales son tan o más importantes que las tecnológicas, aunque todavía posiblemente tamaño importancia pase bastante desapercibida para la gran mayoría.

En términos etimológicos el término innovación procede del verbo latino *innovare*, palabra compuesta del sufijo *in* y del sustantivo *novatio* que vendría a significar: "alterar el orden establecido de las cosas para hacer cosas nuevas". De aquí procede el sustantivo *innovatio- innovationis*.

La última raíz etimológica de *innovare* está en *novare*, relacionado a su vez con *novus*, "lo nuevo, algo nuevo" que siguiendo a Moreno Bayardo (1995) puede tener dos interpretaciones una restringida lo nuevo es asociado a "lo que nunca antes había sido inventado, conocido o realizado, que se genera, se instituye o se presenta por primera vez". Y otra extensiva, "formas o maneras nuevas de hacer o utilizar algo". En este sentido, se admite como nuevo algo que ya ha sido conocido o utilizado anteriormente.

Sería interesante enfatizar que la combinación de *in* + *novatio* en puridad significa meter, poner o introducir algo nuevo, novedades o cosas nuevas. Con ello pretendemos resaltar el hecho de que la innovación responde a una conducta

---

<sup>8</sup> **CRISES (2007):** Base de Datos. Centre de Recherche sur les innovations sociales Centro de Investigaciones sobre Innovaciones Sociales de la Universidad de Québec en Montreal (UQAM). Disponible en [www.crisis.uqam.ca](http://www.crisis.uqam.ca)

planeada y deliberada no es algo que suceda por que si. Matiz que nos parece muy sugestivo, puesto que implica que es algo que se debe promover o hacer, y que no se trata de un hacer puntual sino procesual.

### **Definiendo la Innovación Social: posibles características**

Parecería comúnmente aceptado, que el término innovación suele estar asociado a la introducción de algo nuevo que produce mejora. Por tanto, trae consigo un cambio favorable con respecto a lo preexistente. Aplicando esta secuencia a lo social, significa que las innovaciones sociales implican nuevas formas de hacer las cosas en lo social, que suponen una mejora de las condiciones y calidades de vida de la población, un mejor funcionamiento de las instituciones o una mejor articulación de la sociedad, entre otras posibilidades.

La mejora que conlleva la innovación tiene que ser necesariamente medible, contrastable y demostrable. Tenemos que ser conscientes de la enorme complejidad que supone hablar de sociedad, porque estamos hablando de individuos, grupos de individuos, colectivos, agentes sociales, instituciones, situaciones dadas, procesos históricos, etc., elementos que a su vez interactúan entre si. Por tanto, estamos hablando de constelaciones sociales, en definitiva de un tejido vivo, que reaccionará en uno u otro sentido a las propuestas.

¿Cuales serían los elementos fundamentales o basamentos de la innovación en el plano social? Para dar respuesta a esta cuestión hemos partido de las contribuciones de Moreno Bayardo (1995)<sup>9</sup>, Rogers (1962, 1995) y CRISES (2007)

En términos sociales, la innovación aparece como resultado de una conducta deliberada y duradera por parte de determinados grupos, colectivos o agentes sociales (institucionales o no) consistente en la introducción de cosas nuevas o novedades en la sociedad, que significan una mejora social con respecto a la situación anterior.

Un elemento fundamental de la innovación social es su carácter procesual: la innovación social es un proceso, pero no necesariamente de carácter secuencial como en el caso de la innovación tecnológica. La innovación social va a actuar en un período temporal en el que posiblemente se suceden y se superponen diversas acciones, no necesariamente en un orden determinado, para hacer posible el logro de la finalidad propuesta.

---

<sup>9</sup> **Moreno Bayardo, M. G. (1995):** Investigación e Innovación Educativa, Revista la Tarea No. 7, disponible en <http://www.latarea.com.mx/articu/articu7/bayardo7.htm>

Otra característica esencial de la innovación social es su capacidad generadora de tejido social. Ello implica articular, de alguna manera, el universo social al que antes hacíamos referencia, generando partenariados sociales amplios de individuos, grupos, colectivos, contextos e instituciones, a partir de consensos básicos (bien común, interés común, destino compartido, etc.) partenariados capaces de generar contextos sociales favorables a la introducción, asimilación y difusión de innovaciones.

Al involucrar a individuos, colectivos, organizaciones e instituciones que además interactúan, va resultar fundamental en el proceso de la innovación social (la generación de la innovación, su aceptación y difusión en el tejido social) que tanto individuos como organizaciones estén realmente identificados con la innovación y con la convicción de que ésta puede dar lugar a relevantes transformaciones sociales. Si las acciones o propuestas que se lleven a cabo, por bien intencionadas o valiosas que fueren, no están impregnadas de voluntad de cambio efectivo, éstas podrían ser entendidas como imposiciones de la autoridad, como sería el caso de las novedades introducidas desde las instituciones, cuando éstas carecen de leadership o capacidad efectiva de liderazgo.

La innovación esta asociada a acciones, hechos y actividades concretas que se dan en el tiempo. Es decir el proceso innovador en lo social tienen que traducirse en concretizaciones, aunque se trate de acciones orientadas por una planeación y reflexión previas.

La innovación social se refleja y reconoce en acciones que producen cambios en las conductas, actitudes y prácticas sociales, suponiendo transformaciones en las mismas. De hecho, para Everett Rodgers (1968)<sup>10</sup> los procesos de desarrollo se inician con la difusión de nuevas ideas, motivaciones, actitudes o comportamientos

Por último, La innovación social está referida a la solución de problemas, carencias y necesidades sociales.

En su conjunto, la innovación social constituye un sistema en el que se integran diversos elementos para originar una dinámica que haga operativo y eficaz el proceso de generación, introducción, seguimiento y evaluación de la innovación.

### **Relevancia de la Innovación Social: algunas conclusiones**

---

<sup>10</sup> **Rogers, E. M. (1968):** Diffussion of innovations. The Free Press. New York.

**Rogers, E. M. (1995):** Diffusion of innovations (4th) Ed. The Free Press. New York.

En una perspectiva histórica el cambio tecnológico-productivo, en las naciones occidentales, ha venido seguido o precedido de los necesarios cambios sociales, imprescindibles para la metabolización sociocultural y humana de la tecnología.

Por ello, la innovación tecnológica viene aparejada a la innovación social y viceversa, por lo que las innovaciones sociales, presentan una trascendencia económica de importancia estructural sino crítica, porque afectan, sin que muchas veces seamos conscientes de ello, a todas las esferas de la realidad. Por ello, en términos estrictamente económicos, las innovaciones sociales son tan o más importantes que las tecnológicas, aunque todavía posiblemente tanta importancia pase bastante desapercibida para la gran mayoría.

Una mirada breve a lo anterior, nos mostraría que a medida que se reflexiona más profundamente sobre el proceso de la innovación y sus características, se va descubriendo que la innovación social no es algo fácil, ni instantáneo, que no puede ocurrir al azar o por decreto, y que si así ocurre, sus resultados, en lugar de constituir una mejora, producen reacciones de rechazo, que perjudican más que favorecen el logro de los objetivos propuestos.

De ahí, la necesidad de continuar profundizando en la investigación del conjunto de aspectos y dimensiones que coinciden en la innovación social.