
Conclusión

Conclusión

La innovación social se erige como el presente y el futuro de la acción social. Sin ella, y sin la aplicación de la tecnología, no sería posible dar solución a los retos sin precedentes a nivel económico, medioambiental y social a los que nos enfrentamos a nivel global. La innovación social es la clave para convertir estos retos en verdaderas oportunidades y mejorar así el bienestar de las personas y las comunidades.

Los expertos del Future Trends Forum han enumerado algunos de los pasos más importantes que hay que seguir en los próximos tres años para incrementar los beneficios de la acción social. En primer lugar, han destacado la necesidad de establecer canales de comunicación efectivos entre los distintos agentes sociales. A pesar de que están proliferando algunos canales de gran difusión, como los *blogs* en Internet, las últimas tendencias y casos de éxito de innovación en acción social no están llegando al público clave que permitiría maximizar su impacto positivo. La innovación social debe dejar de ser una actividad de nicho y conseguir una mayor atención mediática. De la misma manera, se debe avanzar para lograr la profesionalización de los emprendedores sociales desarrollando un currículum educativo específico, con formación encaminada a potenciar el espíritu innovador y las capacidades de liderazgo. Para ello, se debería promover el establecimiento de una red de conocimiento e información que permita compartir *best practices*, en la que se pueden comentar abiertamente los fracasos del sector para emplearlos como aprendizaje. La creación de una red o plataforma para la innovación social podría, según los expertos, venir de la mano de organizaciones internacionales que unieran a los activistas sociales que tengan iniciativas pendientes de desarrollar con los emprendedores sociales que puedan materializarlas de manera efectiva. La colaboración entre el sector público, el privado y las organizaciones sin ánimo de lucro puede dar lugar a alianzas que permitan repetir experiencias marginales exitosas a una mayor escala. Incluso habría que animar a las pymes, universidades y otras organizaciones de intelectuales a una participación más activa. Todo ello sin olvidar que muchas veces la fuerza más grande tiene su origen en la conciencia ciudadana.

En segundo lugar, los expertos han repetido en numerosas ocasiones la importancia del apoyo para financiar las iniciativas. Obviamente, se trata de hacer un ejercicio previo para identificar aquellos programas o *best practices* que deben ser financiadas para alcanzar su máximo potencial, en lugar de destinar fondos de manera descontrolada. Por un lado, se deben diseñar mecanismos de financiación como un «mercado de capital» con fines sociales para que la autofinanciación y microfinanciación sean más accesibles. Por otro, hay que exigir una mayor participación del Gobierno y de otros organismos institucionales. Sin embargo, esta participación no debe reducirse a la mera concesión de subvenciones, sino que se también debe promover el establecimiento de relaciones *win-win* entre agentes sociales. Por ejemplo, según señalaba un experto del Future Trends Forum, «una garantía proporcionada por las fundaciones a los bancos locales puede tener un impacto mayor que una subvención tradicional en términos de su impacto social»¹³³.

¹³³ Conclusiones extraídas de cuestionarios de elaboración propia.

En tercer lugar, es necesario llevar a cabo un ejercicio de monitorización y evaluación de los programas de innovación social. Si se hacen públicos los resultados, se podrá establecer una serie de estándares y recompensar aquellas iniciativas que funcionan. Es decir, resulta imperativo evaluar la sostenibilidad de los proyectos sociales y medioambientales. En palabras de uno de los expertos del Future Trends Forum: «No hay que tener miedo de poner fin a los programas que suenan bien, pero que han fallado [...]. Hay una gran cantidad de despilfarro en programas motivados por la emoción y las buenas intenciones, pero que son inefectivos»¹³⁴. Poder analizar los resultados y distinguir aquello que se considera *best practice* pasa por lograr un consenso acerca de los indicadores que permitan identificar el progreso y éxito de un programa. Una vez acordado, se debe establecer un marco normativo a nivel internacional y reforzar su cumplimiento entre los agentes y organizaciones sociales con el fin de crear un entorno favorable para la innovación social.

Por último, los expertos del Future Trends Forum incidieron en la necesidad de convertir la acción social en una parte integral de las empresas por medio de un mayor énfasis en la responsabilidad social empresarial. Para ello, el Gobierno debe crear una legislación que promueva los negocios y modelos socialmente responsables y sostenibles. Existen algunos precedentes en Estados Unidos, como las llamadas *low-profit limited liability company* o L3C, que consisten en una modalidad de negocio que desde el punto de vista legal combina las ventajas financieras de una sociedad de responsabilidad limitada con las ventajas sociales de una organización sin ánimo de lucro.

En resumen, los expertos de Future Trends Forum están convencidos de que el impedimento más grande para la proliferación de proyectos de innovación social es la falta de un ecosistema apropiado que les sirva de apoyo, el cual debe incluir elementos como un marco legislativo, estándares de medición de indicadores y modos de informar sobre los resultados, foros de discusión, formación, un mercado de capitales de financiación, etc. Es decir, hay que establecer los sistemas, procesos e instituciones que permitan la interacción entre agentes sociales para fomentar la innovación social. El mayor reto, sin duda, es la marginación de la innovación social porque «se percibe como algo separado, a diferencia de algo que debería estar integrado en la vida y los negocios del día a día», por lo que hay que «buscar activamente el modo de integrar la acción social en la manera en la que los individuos viven sus vidas y en la que las empresas hacen negocios»¹³⁵.

¹³⁴ Conclusiones extraídas de cuestionarios de elaboración propia.

¹³⁵ Conclusiones extraídas de cuestionarios de elaboración propia.