

La innovación social en la economía social y su fomento en un entorno regional. El caso del Principado de Asturias

Luis Ignacio Álvarez González, Jorge Coque,
María José Sanzo Pérez

Cómo citar este artículo: ÁLVAREZ-GONZÁLEZ, L.I., COQUE, J. & SANZO-PÉREZ, M.J. & (2023): “La innovación social en la economía social y su fomento en un entorno regional. El caso del Principado de Asturias”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 108, 99-130. DOI: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.108.23008>

How to cite this article: ÁLVAREZ-GONZÁLEZ, L.I., COQUE, J. & SANZO-PÉREZ, M.J. & (2023): “Social innovation in social economy and its promotion in a regional environment. The Principality of Asturias case”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 108, 99-130. DOI: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.108.23008>

La innovación social en la economía social y su fomento en un entorno regional. El caso del Principado de Asturias

Luis Ignacio Álvarez González, Jorge Coque,
María José Sanzo Pérez

RESUMEN: El objetivo del presente trabajo es indagar si la innovación social ha arraigado en las últimas dos décadas en el sector de la economía social del Principado de Asturias (España) como un factor de fomento empresarial clave en el actual entorno de incertidumbre marcado por sucesivas crisis financieras, sanitarias y geopolíticas. Para ello, se define conceptualmente, en primer lugar, qué se entiende por innovación social y sus dimensiones básicas, reflexionando sobre en qué medida el sector de la economía social puede ser considerado como innovador en lo social. Tras ello, se presenta la metodología y los principales resultados de un estudio realizado mediante una revisión de la literatura especializada y un análisis cualitativo mediante entrevistas en profundidad a una muestra de 21 responsables de empresas, instituciones o entes corporativos vinculados al sector en Asturias. Dichos resultados muestran cómo, efectivamente, los principios de la innovación social empiezan a ser adoptados por el sector, aunque sea de un modo incipiente como consecuencia de distintas debilidades asociadas con su grado de emprendimiento, estructura organizativa y estrategia de desarrollo. El trabajo finaliza sugiriendo una serie de medidas que podrían contribuir a la promoción del sector en su conjunto y de las empresas que lo configuran.

PALABRAS CLAVE: Innovación Social, Economía Social, Principado de Asturias (España), Análisis Cualitativo.

CLAVES ECONLIT: M10, M14, O10, O35, P13.

Cómo citar este artículo/How to cite this article: ÁLVAREZ-GONZÁLEZ, L.I., COQUE, J. & SANZO-PÉREZ, M.J. & (2023): “La innovación social en la economía social y su fomento en un entorno regional. El caso del Principado de Asturias”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 108, 99-130. DOI: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.108.23008>.

Correspondencia: Luis Ignacio Álvarez-González, Universidad de Oviedo, alvarezg@uniovi.es, <https://orcid.org/0000-0003-3901-2044>; Jorge Coque, Universidad de Oviedo, coque@uniovi.es, <https://orcid.org/0000-0002-3419-4216>; María José Sanzo-Pérez, Universidad de Oviedo, mjsanzo@uniovi.es, <https://orcid.org/0000-0001-5510-5924>.

ABSTRACT: The aim of this paper is to investigate whether social innovation has taken root in the last two decades in the social economy sector of the Principality of Asturias (Spain) as a key enterprise development factor in the current post-crisis environment derived from successive financial, health and geopolitical crises. For this, it is conceptually defined, firstly, what is understood by social innovation and its basic dimensions, reflecting on the extent to which the social economy sector can be considered as socially innovative. After that, the methodology and the main results of a study carried out through a review of specialized literature and a qualitative analysis through in-depth interviews with a sample of 21 heads of social enterprise, institutions or corporate entities linked to the sector in Asturias are presented. These results show how, indeed, the principles of social innovation are beginning to be adopted by the sector, albeit in an incipient way as a consequence of different weaknesses associated with its degree of entrepreneurship, organizational structure and development strategy. The paper ends by suggesting a series of recommendations that could contribute to the promotion of the sector as a whole and of the enterprises that make it up.

KEYWORDS: Social innovation, Social Economy, Principality of Asturias (Spain), Qualitative analysis.

Expanded abstract

Social innovation in social economy and its promotion in a regional environment. The Principality of Asturias case

Objectives

A global context characterized by the existence of huge social and environmental challenges and a growing interdependence derived from knowledge-based societies has encouraged research interest in social innovation. Although different types of actors can promote and be involved in social innovation activities, including public, non-profit, and for-profit organizations, social economy enterprises present a high potential for undertaking these initiatives. Under such a scenario, the aim of this paper is to analyze in depth the social economy sector of a particular regional environment, i.e., the Principality of Asturias (Spain), to ascertain whether social innovation initiatives developed by these entities have been strengthened throughout the last two decades. The Principality of Asturias represents an example of a small and peripheral region marked by a constant decline and aging of the population, as well as by activity rates below the country's average, so entrepreneurship and innovation activities can be crucial to revert these dynamics.

As 'social innovation' and 'social economy enterprise' represent the key constructs of the study, the research begins with an exhaustive literature revision of these concepts.

Regarding social innovation, both economic-oriented definitions (focused on outcomes and value generated) and sociological conceptualizations (which emphasize the processes involved) usually coexist, revealing four basic dimensions that any innovation should share to be called a social innovation: (1) *social goal-oriented innovation* (it attempts to provide solutions aimed at the common good that address problems related to the 17 Sustainable Development Goals of the 2030 Agenda for Sustainable Development, adopted by United Nations on September 25th, 2015), (2) *social process-oriented innovation* (it is deployed through new forms of collaboration in which bottom-up initiatives are present to a greater extent than in other types of innovation, for example by means of involving stakeholders in the decision-taking process of the organization or in co-creation activities, promoting community initiatives so that stakeholders can self-manage and become directly involved in solving the social problem, or fostering participation of stakeholders through information and communication technologies), (3) *sustainability* dimension (it involves a new solution to a social problem that is more effective, efficient, and sustainable, that is, it involves a greater capability for using resources in a more long-term sustainable way compared with previous solutions), and (4) *transformational impact* dimension (the innovation changes certain behaviors or social practices developed by individuals, organizations, or the whole society, ultimately generating a systemic change).

In sum, a social innovation is social in its *goals* (it attempts to address a relevant current social need), in its *means* (the innovation activities are developed through a collaborative process involving relevant stakeholders), in its *long-term orientation* (with a focus on a sustainable use of resources and future generations), and in its *final consequences and impact* (changes in social practices and behaviors, ultimately leading to a systemic change).

For its part, social economy enterprises are characterized by their hybrid nature. They are usually defined as organizations whose purpose is to achieve a social mission using market mechanisms. Literature on this topic remarks that the attempt to combine social and economic missions is the critical factor that differentiates social economy enterprises from activities dominated by primarily an economic mission (e.g., commercial entrepreneurship, SCR) or social mission (e.g., nonprofit/philanthropic organizations).

And it is precisely because of their dual nature that a high potential for social innovation is usually assigned to them. First, they pursue an explicit and primary social aim. Second, they are engaged in an economic activity, so they must generate income from market sources, and face the need and pressure to innovate, but with the objective to achieve their social mission. Third, the constraint of limited distribution of profits improves their capability to invest in new goods or services oriented to reinforce the participation of local communities in the firm's activities. And fourth, they can access both revenues from service provision or other market sources, and funding from public administrations.

Once the critical constructs of the research were conceptualized, and with the aim of conducting the analysis of the social economy sector of the Principality of Asturias, the research encompassed three stages. First, we revised different quantitative studies to describe the current situation and trends of the social economy, both in Spain and within the international context. Second, a census of social economy enterprises located in the Principality of Asturias was obtained and described in terms of variables such as their typology (cooperatives, labor societies, etc.), size, age, or activity sector, among others. To this end, we used the data provided by the Foundation for the Promotion of Social Economy of the Principality of Asturias, one of the main institutional entities of this sector in the region. The third stage involved a qualitative-based study. Between October and November 2020, we conducted a total of 21 personal online interviews with a sample of 9 social economy enterprises, 4 regional public institutions, 2 local public institutions, 2 business associations, 2 unions, and 2 other associative entities of the sector. Several techniques supported the reliability, as well as the external and internal validity of the data.

The analysis of the social economy sector of the Principality of Asturias shows lights but also shadows related to social innovation. First, in terms of the *social goal-orientation of the innovation activity*, the social economy sector of the Principality of Asturias stands out for its resilience and involvement in coping with systemic crises, focusing on the common good by solving significant problems that impact on social well-being, although it also suffers from several structural deficits that harm its capability to address those problems (related to strategic planning and the development of new products and/or services, as well as the lack of knowledge about the sector's real contribution to achieving the Sustainable Development Goals).

Second, and regarding the *social process-orientation of the innovations*, it is a sector in which participative and collaborative processes exist, although there are some gaps related to participative management and the use of technology to foster collaboration. Third, the sector shares some features that favor its capability to provide more *sustainable and effective solutions* to different social problems, but efficiency remains a challenge for this kind of organization, and initiatives to improve the competitiveness and efficiency of the sector are in a very incipient stage. And fourth, evidence supports the *transformational impact* of the sector on social or business infrastructures of the region, but this impact is conditioned by some weaknesses of the social enterprises and some environmental threats.

Therefore, the general conclusion of the research points to the fact that the Asturian social economy sector has adopted during the last two decades a set of practices and processes in line with the underlying dimensions of what a social innovation represents, although some limitations hinder the potential impact of the initiatives. Among others, these limitations are related, for example, to the low rates of entrepreneurship, limited experience in the management of this particular type of organization, small size, operational discrepancies, governance problems, and deficiencies in quality management, digital transformation or internationalization.

Policy makers and public administrations can find this diagnosis useful as it can help them design appropriate policies to avoid the deficits and improve the capability of the sector for social innovation. Particularly, it is necessary to create an institutional environment that favors the competitiveness of social economy enterprises, including both institutional and cognitive measures (e.g., legal reforms, the elimination of legal and administrative barriers, the promotion of the visibility of the sector, ...). In addition, the promotion of social enterprises should be conducted on both the demand and supply sides. On the demand side, it would be advisable to encourage socially responsible public procurement or encourage the development of commercial strategies and policies that stimulate the final demand for goods and services offered by social enterprises. On the supply side, it is necessary to call on the different sectoral entities to promote the development of social innovation in companies with different initiatives such as the identification and diffusion of examples of good practices of social economy companies that are focusing on socially innovative and highly strategic sectors, the participation of social enterprises in innovation clusters, the development of training courses related to innovation, digital transformation, funding, or other critical areas, the possibility to take part in projects linked to the Europe's Recovery Plan 'Next Generation Europe', the creation of a Social Innovation Centre, etc.

As the main limitation of the research, it is important to highlight that its nature is exploratory and qualitative. However, it can serve as a solid foundation to undertake a quantitative study whose results can be compared to other studies carried out in other Spanish or European regions.

1. Introducción

El Principado de Asturias es una pequeña región del norte de España de poco más de un millón de habitantes (1.006.193 personas), inmersa desde hace cuatro décadas en una constante caída demográfica (del 10,9% respecto a 1981 en el que la población alcanzaba las 1.129.556 personas) y envejecimiento de la población (la mayoría de la población, el 51,2%, tiene en la actualidad más de 50 años, frente al escaso 14,5% con menos de 20 años). En paralelo, la capacidad de Asturias para generar actividad económica se ha ido alejando progresivamente de la dinámica nacional, hasta situarse en la actualidad como la 13ª economía de España con un PIB per cápita de 21.149 € frente a los 25.500 € de media nacional (un 17% menos) (SADEI, 2022).

En este contexto, el Libro Blanco de la Economía Social del Principado de Asturias (2003) anticipaba ya hace dos décadas que en Asturias “cada vez más personas se plantean el autoempleo [en el marco de la economía social] como una posibilidad real para su inserción en el mercado de trabajo” (Pérez et al., 2003: 7), con la lógica contribución al arraigo de población y a la generación de riqueza. Dicha fuente ponía de manifiesto una serie de fortalezas organizativas del sector (arraigo local, imagen positiva, experiencia y conocimiento, orientación comercial, especialización, flexibilidad o modernización incipiente), pero también debilidades organizativas y amenazas del entorno que podían condicionar su consolidación y crecimiento competitivo. Entre otras, la pobre presencia y transmisión de la cultura participativa, el declive de vínculos sociales, la escasa interoperación o el envejecimiento de las bases sociales (Pérez et al., 2003: 227). Son debilidades, todas ellas, asimilables a los principios centrales que han permitido definir la innovación social en la literatura especializada a lo largo del último medio siglo (Edwards-Schachter & Wallace, 2017).

O, de otro modo, el sector de la economía social en el Principado de Asturias se caracterizaba al inicio del siglo como escasamente innovador en lo social, si por innovación social se entiende el desarrollo de “actividades y servicios innovadores que tienen el objetivo de satisfacer una necesidad social y que son predominantemente desarrollados y difundidos a través de organizaciones cuyos fines son principalmente sociales” (Mulgan et al., 2007: 8). De hecho, si bien la actitud que mostraban estas empresas hacia la innovación tendía a ser positiva (Pérez et al., 2003: 378), se constataba una gestión específica casi nula, por entender que no era necesaria o que se escapaba a sus posibilidades (Pérez et al., 2003: 253), a lo que se unía asociarla con tipologías de innovación asimilables con las denominadas innovación “tecnológica”, “de producto”, “de proceso”, “de servicio”, “de modelo de negocio”, “disruptiva” o “radical” (Edwards-Schachter, 2018).

Se trataba, sin duda, de una debilidad sistémica, en este o cualquier otro entorno, y que debía subsanarse en la medida en que, tal como señalaba la Comisión Europea (2010: 21) hace ya más de una década, “la innovación social trata de aprovechar el ingenio, entre otros, de los emprendedores sociales para encontrar nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales y hacer frente a los principales retos de la sociedad”. Así, dos décadas y varias crisis globales después (la económica, financiera y social de 2008, la sanitaria post-pandemia del COVID19 y hasta la actual geopolítica derivada del conflicto armado en Ucrania), además de otras amena-

zas más específicas de la economía social (véase, por ejemplo, el escaso conocimiento entre la población y algunas instituciones de lo que representa el colectivo de empresas que agrupa, o los obstáculos administrativos a su pleno desarrollo), este trabajo se plantea como pregunta de investigación si la innovación social del sector de la economía social en el Principado de Asturias se ha visto fortalecida en las últimas dos décadas de cara a hacer frente a los nuevos retos competitivos que definen el desarrollo empresarial sostenible de la región.

A fin de responder esta pregunta, se desarrolló entre finales de 2020 e inicios de 2021 (cuando se empezaba a vislumbrar una salida real a la pandemia) un diagnóstico de situación del sector dirigido a indagar en qué medida se observa innovación social tanto en la economía social como en su fomento en el marco del Principado de Asturias. Este diagnóstico se articuló sobre la base de una revisión bibliográfica y documental de la situación de la economía social tanto en España como en el ámbito internacional, con el foco puesto en la interacción de este sector con la estrategia de innovación social. Tras la lógica caracterización censal del sector, a dicha revisión de la literatura especializada siguió un conjunto de entrevistas personales en profundidad a 21 responsables de una muestra de empresas, instituciones públicas y entidades corporativas representativas tipológicamente del sector de la economía social en la región.

Este diagnóstico de situación ha derivado en un conjunto de propuestas y recomendaciones, tanto por el lado de la oferta como de la demanda, que podrían ser implementadas por entes administrativos y promotores del sector en entornos regionales asimilables al asturiano, que vean así progresivamente moderado su perfil periférico en el ámbito nacional en lo que a generación de renta se refiere en un contexto de caída o estancamiento demográfico. En concreto, se hace un llamamiento a realizar “POLÍTICAS” en mayúsculas respecto a dos objetivos precisos; por un lado, medidas que desde la innovación social contribuyan a crear un entorno institucional favorable para la competitividad de las empresas de economía social; por otro, propuestas innovadoras para establecer vías de fomento empresarial que tengan en cuenta el grado de desarrollo o ciclo de vida de estas organizaciones para fortalecer su función empresarial sin pérdida del objetivo social.

2. Innovación social: concepto y dimensiones

Howaldt & Schwarz (2010: 21) definían la innovación social como “una nueva “combinación” y/o una nueva configuración de prácticas sociales en ciertas áreas de acción o contextos sociales, impulsados por determinados actores o constelaciones de actores de una manera específica intencional, con el objetivo de mejorar (...) la satisfacción o la respuesta a las necesidades y problemas”. El término “combinación” se asimila a la definición de Schumpeter de innovación como una “nueva combinación de factores de producción”, lo que permite matizar que “al igual que con los demás tipos de innovación, ‘nueva’, no significa necesariamente ‘buena’ pero sí ‘socialmente deseable’, en un sentido amplio y normativo” (Howaldt & Schwarz, 2010: 21). Por lo

tanto, “la innovación social es una forma de innovación, que tiene como objetivo resolver problemas sociales y económicos y generar un cambio social” (Păunescu, 2014: 106) y favorecer “la transformación de las relaciones sociales para mejorar la satisfacción de las necesidades humanas de los grupos sociales” (Moulaert et al., 2010: 8).

Respecto a los problemas sociales que se tratan de resolver, una innovación social puede abordar un problema social sustancial que pide un cambio para un cierto grupo de personas (por ejemplo, discriminación en un entorno empresarial), o abordar un problema estructural profundo que requiere un cambio radical y afecta a un gran número de personas (por ejemplo, desempleo, pobreza, envejecimiento, ...). En todo caso, “en la innovación social siempre hay una preocupación por la condición humana: superar la exclusión social, mejorar la calidad en la prestación de servicios, mejorar la calidad de vida de las personas y el bienestar, etc.” (Moulaert et al., 2010: 15).

En definitiva, en las últimas décadas han proliferado las concepciones de innovación social bajo dos enfoques básicos de análisis que llevan a definirla de modo multidimensional (Van der Have & Rubalcaba, 2016). Por un lado, un enfoque más económico y empresarial, que hace énfasis en el resultado o impacto y, en particular, en el valor creado, que considera la innovación social como un tipo en concreto de innovación con potencial para incrementar la calidad de vida (Pol & Ville, 2009). Por otro, un enfoque principalmente sociológico, que pone el énfasis en el proceso y que asimila la innovación social con “nuevas prácticas sociales creadas a partir de acciones colectivas, intencionales y orientada a objetivos destinados al cambio social” (Cajaiba-Santana, 2014: 44).

Este carácter multidisciplinar es destacado igualmente por Edwards-Schachter y Wallace (2017) en su exhaustivo análisis de contenido de 252 definiciones del concepto de innovación social aportadas en los últimos 60 años. Según este análisis “la [innovación social] se define por un conjunto de elementos básicos comunes que sustentan tres ‘áreas’ discursivas diferentes e interrelacionadas: [1] los procesos de cambio social, [2] el desarrollo sostenible y [3] el sector de los servicios” (Edwards-Schachter & Wallace, 2017: 64). De modo específico, estos autores enuncian los siguientes elementos (Edwards-Schachter & Wallace, 2017: 67):

- *Procesos de cambio social*, incluyendo términos, como “sociedad”, “proceso”, “cambio”, “comunidad”, “acción”, “práctica social”, “problema”, “necesidad” y “relación social” que señalan procesos, cambios y prácticas sociales que sustentan la innovación social.
- *Desarrollo sostenible*, destacando la centralidad del “desarrollo” junto con “valor”, “conocimiento”, “ocurrencia”, pero también otros vinculados a “innovación tecnológica”, “nuevo producto”, “actor” y “gobierno”.
- *Sector de servicios*, mostrando vínculos entre “sociedad”, “mercado”, “necesidad social”, “nueva idea”, “producto”, “negocio”, “desafío”. [...] Este grupo sugiere una perspectiva referida a la innovación dirigida a las necesidades sociales particularmente relacionadas con la provisión de servicios que se vinculan tanto con el mercado como con la sociedad.

Análogamente, Álvarez-González *et al.* (2017: 27), a partir de cómo la literatura ha abordado la innovación social (véase, entre otros, Grimm et al., 2013; Moulaert et al., 2005, 2013; Phillips et al., 2015; Van der Have & Rubalcaba, 2016) desde diferentes campos de investiga-

ción (por ejemplo, en el desarrollo local, las políticas públicas, el emprendimiento social, la responsabilidad social corporativa, la sostenibilidad o la innovación abierta) y niveles de análisis (en los niveles micro o de individuos, meso o de organizaciones, y macro o de sociedad), establecen que para que un producto, un servicio, una actividad, un proyecto,... o, por qué no, un sector de actividad puedan ser caracterizados como socialmente innovadores deben compartir las siguientes dimensiones o características básicas: (1) estar orientados al bien común; (2) incluir un proceso participativo o colaborativo; (3) sostenible; y (4) que suponga una transformación efectiva en los comportamientos y prácticas sociales. En la práctica, se trata de dimensiones fácilmente enmarcables en los tres elementos básicos comunes propuestos por Edwards-Schachter & Wallace (2017).

2.1. Orientación al bien común

La primera de esas dimensiones, la “*orientación a una meta social o al bien común*” mediante la solución de problemas sociales (Pol & Ville, 2009) en el marco de un proceso de cambio social (Edwards-Schachter & Wallace, 2017), no significa que deba generar necesariamente beneficios económicos (Sanzo-Pérez & Álvarez-González, 2022). Además, de acuerdo con Howald & Schwarz (2010) la innovación social debe implicar “intencionalidad” y “acciones planificadas y coordinadas”, lo que la distingue del simple cambio social.

En este sentido, Moulart *et al.* (2005: 1976) establecen como uno de los aspectos clave de la innovación social “la satisfacción de las necesidades humanas no satisfechas actualmente, porque no son percibidas como importantes por el mercado o por el Estado (dimensión de producto)”. De manera similar, Grimm *et al.* (2013: 438) señalan que “la innovación social puede referirse a nuevos productos y servicios que abordan necesidades sociales, es decir, productos y servicios que ayudan a construir sociedades más sostenibles, cohesivas, e inclusivas”. Son aspectos, en definitiva, asimilables a la provisión de servicios para la satisfacción de necesidades sociales (Edwards-Schachter y Wallace, 2017).

Más recientemente, Anheier *et al.* (2019: 17) afirman que “las innovaciones sociales se ven como una solución para los crecientes desafíos sociales, ambientales y demográficos y como resultado del fracaso del capitalismo de mercado convencional, la escasez de recursos, el cambio climático, el envejecimiento de la población y los cuidados y cuidados asociados costes sanitarios, globalización y urbanización masiva”. Este planteamiento conceptual lleva a contemplar la innovación social como una estrategia de gestión consustancial a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS), lo que enmarcaría este planteamiento en la dimensión de desarrollo sostenible que sistematizaban Edwards-Schachter & Wallace (2017) en su análisis de contenido de este concepto.

2.2. Proceso participativo o colaborativo

Asimismo, la innovación social es, en segundo lugar, un “proceso participativo o colaborativo con los diferentes stakeholders” (Howaldt & Schwarz, 2010), en la medida en que las partes interesadas desempeñan un papel proactivo en el proceso de innovación (Sanzo-Pérez & Álvarez-González, 2022). De este modo, una innovación es “social” en los fines, pero también en los medios, lo que entroncaría esta dimensión con el “proceso de cambio social” que Edwards-Schachter & Wallace (2017) establecen como central en la contextualización de la innovación social. En este sentido, Moulaert et al. (2005: 1976) ya vinculaban esta dimensión con “los cambios en las relaciones sociales, especialmente en lo que respecta a gobernanza, aumentando también el nivel de participación de todos, especialmente de los grupos desfavorecidos de la sociedad (dimensión de proceso)”.

La literatura sobre innovación social está llena de referencias a este carácter colaborativo. Por ejemplo, Murray et al. (2010: 3) la conceptualizan “como nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que simultáneamente satisfacen las necesidades sociales y crean nuevas relaciones sociales o colaboraciones”, y “se distingue tanto en sus resultados como en sus relaciones, en las nuevas formas de cooperación y colaboración que aporta” (p. 6). Otro ejemplo, en el mismo sentido, se identifica en el proyecto europeo SIMPACT (www.simpact-project.eu/) sobre innovación social cuando se define como una combinación novedosa de ideas y distintas formas de colaboración que trascienden los contextos institucionales establecidos, con el efecto de empoderar y (re)involucrar a los grupos vulnerables ya sea en el proceso de innovación social o como resultado del mismo. Otras vías de reconocimiento institucional a esta filosofía de gestión se evidencian en hechos como los siguientes: (1) el impulso que han tratado de darle la Estrategia Europa 2020 de la UE, la Global Agenda Council en innovación social del Foro Económico Mundial o el Foro LEED sobre innovaciones sociales de la OCDE; (2) la creación de centros especializados en los distintos países del mundo (véase, por ejemplo, en España el Instituto de Innovación Social de ESADE o el Deusto Innovación Social); y (3) la financiación de un número mayor de proyectos de investigación en esta materia por parte de la Comisión Europea (véase, por ejemplo, el Proyecto itssoin.ue) o COTEC (2019 y 2020) en España.

El proceso colaborativo puede lograrse al menos por tres medios (véase, entre otros, Vargo & Lusch, 2004; Moulaert et al., 2005; Dahlander y Gann, 2010; Randhawa et al., 2014; Bharti et al., 2015): (1) iniciativas destinadas a involucrar a las partes interesadas en una o más etapas del proceso de toma de decisiones organizativas; por ejemplo, la participación en los órganos de gobierno, el desarrollo de un modelo de negocio colaborativo, la participación en procesos de *cocreación* (o creación mutua o colectiva) y coproducción de prestaciones o el desarrollo de alianzas intersectoriales entre agentes públicos, privados o del sector no lucrativo; (2) el fomento de iniciativas sociales de gestión territorial o comunitaria, surgidas como resultado de plataformas sociales de acción colectiva que reivindican la gestión de determinados servicios e instalaciones comunitarias; por ejemplo, los centros sociales autogestionados; y (3) por medio de la tecnología, por ejemplo, a través de la promoción de comunidades virtuales abiertas.

2.3. Proceso sostenible

Teniendo en cuenta el análisis económico de la innovación social, que pone el énfasis en factores como “novedad”, “mejora”, “creatividad”, “eficiencia”, “eficacia” o “sostenibilidad”, Álvarez-González et al. (2017) proponen incluir una dimensión basada en los resultados y referida a la noción de “mejora” en términos de *eficiencia*, *eficacia* y *sostenibilidad*.

En este sentido, la innovación social debe implicar una mejora respecto a las soluciones previas, ya que en otro caso no cabría hablar de una innovación real. De hecho, Phills *et al.* (2008) proponen que la innovación social es una solución novedosa a un problema colectivo que es más eficaz, eficiente, sostenible o justa que las soluciones existentes y para la cual el valor creado se genera principalmente para la sociedad en su conjunto, más que para individuos particulares. Este planteamiento permite acercar esta tercera dimensión al logro del desarrollo sostenible que la literatura especializada en innovación social ha fijado como prioritaria a la hora de implementar este concepto (Edwards-Schachter & Wallace, 2017).

En los mismos términos, la *Global Agenda Council on Social Innovation* del Foro Económico Mundial define la innovación social como la aplicación de enfoques innovadores, prácticos, sostenibles y basados en el mercado para beneficiar a la sociedad en general, y a las poblaciones de bajos ingresos o desatendidas en particular. Más en concreto, Krlev et al. (2014: 209) llegan a considerar estas características como bases necesarias para la mejora.

2.4. Transformación de comportamientos y prácticas sociales

Por último, “la innovación es social en la medida en que es socialmente aceptada y difundida ampliamente en la sociedad, transformada en función de las circunstancias e institucionalizada como una nueva rutina o práctica social” (Howaldt & Schwarz, 2010: 16). Es decir, y de acuerdo con Krlev et al. (2014), la innovación social se define principalmente por sus consecuencias que “se producen en diferentes niveles de análisis” (van der Have & Rubalcaba, 2016: 1391). Así, la cuarta característica de la innovación social sería “la transformación efectiva en los comportamientos y prácticas sociales a niveles micro, meso y macro”, rol transformador que está presente en los tres grupos de conceptos clave que definen a la innovación social de acuerdo con Edwards-Schachter & Wallace (2017). Estos cambios a distinto nivel se concretan en aspectos como los siguientes (Álvarez-González et al., 2017):

- A nivel *micro*, en los comportamientos desarrollados por las personas beneficiarias directas de la innovación, así como por otros actores individuales relacionados con estas: vecinos, familiares, voluntarios, etc.
- A nivel *meso*, en los comportamientos organizativos, como, por ejemplo, la mejora de la naturaleza participativa del sistema de gobernanza organizacional o la introducción de buenas prácticas de gobierno en la organización.

- A nivel *macro* y a largo plazo en la sociedad en su conjunto, como, por ejemplo, el cambio de políticas y/o normativas, la mejora de las condiciones sectoriales, el crecimiento económico sostenible o la mejora de la participación e influencia de la ciudadanía.

La Tabla 1 presenta, a modo de síntesis, los puntos clave de estas cuatro dimensiones críticas de la innovación social.

Tabla 1. Dimensiones de la innovación social

Dimensión	Puntos clave
Orientación al bien común	<ul style="list-style-type: none"> • Solución de problemas sociales • Intencionalidad / acciones planificadas • Satisfacción de necesidades insatisfechas / nuevos bienes y servicios • Consustancial con los ODS
Proceso participativo o colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> • Participación de los stakeholders en los órganos de dirección y/o procesos de creación conjunta • Fomento de iniciativas colectivas de gestión territorial o comunitaria • Desarrollos tecnológicos: comunidades virtuales abiertas
Proceso sostenible	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia • Eficacia • Sostenibilidad
Transformación de comportamientos y prácticas sociales	<ul style="list-style-type: none"> • A nivel micro • A nivel meso • A nivel macro

Fuente: Elaboración propia.

3. La innovación social en el sector de la economía social

Borzaga & Bodini (2012), y algunos otros autores de referencia como Chalmers & Balan-Vnuk (2013) o Groot & Dankbaar (2014), ponen de manifiesto que el término de innovación social se ha aplicado a una pluralidad de organizaciones e iniciativas: (1) las que configuran el tercer sector o sector sin ánimo de lucro, (2) las que tienen su origen en el ámbito de la política pública y (3) las que se derivan de acciones de empresas que tienen impacto social.

Entre estas últimas se encuentran obviamente las empresas de economía social por cuanto su carácter híbrido las capacita para crear simultáneamente valor económico y social, pudiendo catalogarse formalmente, de acuerdo a la propuesta de Borzaga & Bodini (2012), como *entes empresariales de innovación social económicamente sostenible* en la medida en que (1) se enfrentan a restricciones legales o estatutarias explícitas que les impiden la consecución de

objetivos que no son sociales en su naturaleza, (2) están sometidos a la presión del mercado, con la premura de innovar, pero con el objetivo de alcanzar su misión social, (3) la restricción en la distribución de beneficios aumenta su capacidad de invertir en nuevos bienes o servicios que contribuyan al incremento de la confianza y la participación de la comunidad local en las actividades de la empresa, y (4) pueden acceder a distintos tipos de recursos (ingresos por prestación de servicios o rendimientos de patrimonio, pero también financiación pública dirigida a potenciar su vertiente social) que contribuyen a su sostenibilidad económica y, al mismo tiempo, a satisfacer las necesidades de sus clientes que no resultan debidamente atendidas por entidades empresariales de carácter puramente mercantil.

En este sentido, la innovación social parece estar plenamente integrada en la literatura especializada sobre economía social. Así, por ejemplo, hace más de década y media Moulaert & Nussbaumer (2005: 2071) afirmaban que “la innovación social a nivel local se basa en dos pilares, la innovación institucional (innovación en las relaciones sociales, innovaciones en la gobernanza, incluidas las dinámicas de empoderamiento) y la innovación en el sentido de la economía social, es decir, la satisfacción de diversas necesidades en las comunidades locales [...] Sin embargo, ambos pilares son íntimamente relacionados”. Desde entonces, y en especial en los últimos años, son diversas las publicaciones que analizan el nexo de unión entre estos dos conceptos (innovación social y economía social) desde distintas perspectivas.

Es el caso de Bassi & Fabbri (2020: 414) que, en su análisis del reconocimiento institucional de la economía social en la UE, “reconoce[n] y subraya[n] la interrelación entre economía social, empresas sociales e innovación social”. En el mismo sentido, Vanderhoven et al. (2020) analizan cómo el capital riesgo público puede apoyar la sostenibilidad de la economía social a través del estímulo de la innovación social. Por otra parte, Tortia et al. (2020: 459), ya a un nivel micro o meso, establecen como factores determinantes de esta tipología de innovación entre las empresas del sector “las motivaciones sociales, la acción colectiva de tipo cooperativo, la gobernanza de múltiples partes interesadas y la socialización de los recursos y su interacción”. A nivel meso, Philips et al. (2019: 315) señalan que aquellas empresas sociales que pueden catalogarse como *entes empresariales de innovación social económicamente sostenible*, en los términos señalados por Borzaga & Bodini (2012), son expertas en trabajar conjuntamente con sus stakeholders a la hora de promover la idea de innovación social, si bien a menudo no aprovechan el conocimiento y experiencia de sus socios durante la fase de implementación real de la innovación promovida.

Complementariamente, y desde un punto de vista cualitativo, diversos trabajos publicados durante la última década presentan estudios de caso donde la innovación social es un motor clave de la irrupción y/o consolidación de distintas iniciativas emprendedoras en el ámbito de la economía social. Uno de los más paradigmáticos, ilustrativos y referenciados es el de las viviendas cooperativas de Quebec (Canadá) utilizado por Bouchard (2012) para analizar el concepto de innovación social y explicar cómo se puede utilizar como marco analítico para comprender la economía social. A este caso clave le han sucedido otros individuales con impacto en la literatura especializada (véase por ejemplo Vezina *et al.*, 2017), así como recopilaciones de casos surgidas de proyectos de investigación contextualizados en el 7º Programa marco de

investigación de la Comisión Europea. Por ejemplo, Anheier et al. (2019) aportan una amplia y profunda recopilación de casos de innovación social en el contexto europeo en ámbitos realmente heterogéneos, pero asimilables a los de actuación clave de la economía social (como la integración laboral, el desarrollo comunitario, la sostenibilidad medioambiental y, lógicamente, la intervención social). Más recientemente, puede consultarse el caso de las cooperativas de aceite de Parrilla-González y Ortega Alonso (2021), el de los nuevos modelos energéticos fundamentados en los principios de la economía social (Morandeira-Arca et al. 2021) o el de las redes alimentarias que están surgiendo en todo el mundo como soluciones alternativas a las grandes industrias alimentarias convencionales (Alberio & Moralli, 2021).

No son más que algunos ejemplos de los muchos casos de referencia que evidencian el potencial del sector de la economía social para promover la innovación social en el marco de los ODS de la ONU a través de procesos colaborativos que involucran a diferentes stakeholders, de una manera sostenible y tratando de generar un cambio social real (CEPES, 2020a). En definitiva, la revisión de la literatura especializada destaca como potencial fortaleza del sector de la economía social y sus empresas su capacidad competitiva para contribuir al emprendimiento en el marco de los ODS desde los postulados de la innovación social. El trabajo empírico que se presenta a continuación trata de contribuir a corroborar este apriorismo conceptual.

4. Metodología del estudio empírico

Tal como se ha establecido en el apartado introductorio del trabajo, la cuestión de investigación del estudio empírico desarrollado consistía en indagar en qué medida se observa innovación social tanto en la economía social como en su fomento en el marco del Principado de Asturias, en cuanto entorno regional cada vez más periférico en lo que se refiere a la consolidación demográfica y la generación de actividad económica. Cabe recordar que en ese mismo apartado introductorio se caracterizaba ya al Principado de Asturias como una pequeña región muy marcada por una constante caída y envejecimiento de la población, así como por tasas de actividad inferiores a la media del país, que le lleva a situarse en el puesto 13 de las 17 comunidades en lo que se refiere al PIB per cápita. Es, en definitiva, una región necesitada de nuevas vías de emprendimiento que contribuyan a consolidar su población y a relanzar su capacidad de generación de empleo y riqueza.

Para resolver esa cuestión de investigación se siguieron tres etapas. Primero, tras la revisión y síntesis de la literatura relevante en materia de innovación social y su interacción con el sector de la economía social, se recurrió a estudios cuantitativos previos que caracterizan la situación actual del mismo, tanto en España (entre otros, CEPES, 2020a, b y c; Gobierno de España, 2017) como en el ámbito internacional (entre otros, Circle Economy, 2019; Comisión Europea, 2017 y 2020; Consejo de la Unión Europea, 2015; Monzón & Chaves, 2016; Social Economy Europe, 2020). Segundo, se caracterizó cuantitativamente el censo de empresas del sector en Asturias, tomando como referente la base de datos de la Fundación para el Fomento de la Economía Social del Principado de Asturias (FFES), uno de sus principales entes insti-

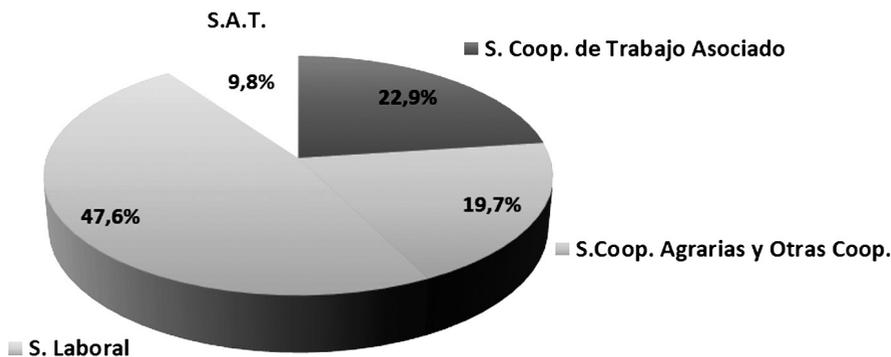
tucionales. Tercero, se realizaron un total de 21 entrevistas personales semiestructuradas en profundidad, por videoconferencia, entre los meses de octubre y noviembre de 2020, a responsables de una muestra de empresas e instituciones o entidades representativas del sector por ajustarse a la caracterización cuantitativa previa.

4.1. Marco censal

La FFES estimaba en las fechas de inicio de la investigación (septiembre de 2020) que había 614 empresas de economía social activas en el Principado de Asturias, lo que suponía un descenso del 17,4% respecto a las 743 identificadas hace dos décadas en el Libro Blanco de la Economía Social en el Principado de Asturias (Pérez et al., 2003). Esta estimación se fundamenta en los datos que hace públicos trimestralmente el Ministerio de Trabajo y Economía Social en su estudio sobre la economía social en España, así como en la propia base de datos de la FFES desarrollada durante décadas en virtud de su labor de fomento y consolidación de estas empresas y del sector en su conjunto.

Ya con más detalle (Figura 1), la tipología jurídica predominante era la Sociedad Laboral (SL), que caracterizaba a cerca de una de cada dos empresas de economía social asturianas. La segunda tipología más abundante era la Sociedad Cooperativa de Trabajo Asociado (SAT), que representaba menos de un cuarto del sector, seguida de la Sociedad Cooperativa Agraria, y otras formas de cooperativas (un quinto). Por último, las Sociedades Agrarias de Transformación (SAT) suponían una de cada 10 empresas de la economía social asturiana.

Figura 1. Tipología de empresas asturianas de economía social

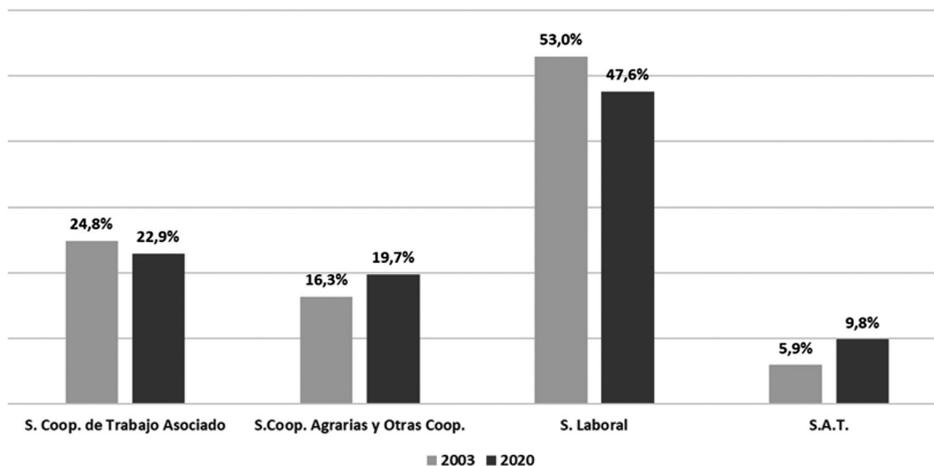


Fuente: Elaboración propia.

Respecto a la caracterización existente casi dos décadas atrás (Figura 2), el peso de las SL disminuye en 2020 más de cuatro puntos respecto a 2003, incrementándose ligeramente el de

las Cooperativas Agrarias y otras Cooperativas. Se observa también un pequeño descenso en el porcentaje de Cooperativas de Trabajo Asociado y, en sentido contrario, un aumento sustancial del número de SAT. En definitiva, se trata de un sector en donde, bajo una forma jurídica u otra, el vínculo con la base social se fundamenta en el trabajo asociado y no tanto en la prestación de servicios a los socios.

Figura 2. Tipología de empresas asturianas de economía social: 2003-2020

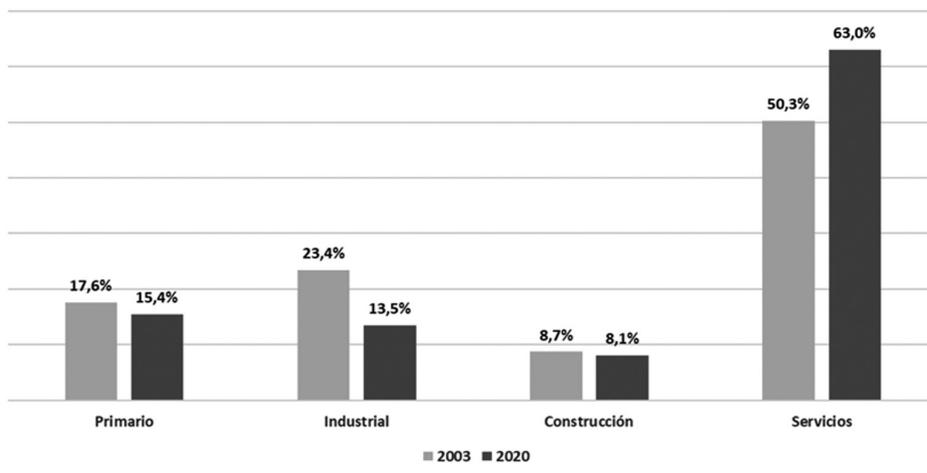


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las actividades sectoriales, la FFES caracteriza a la economía social asturiana como mayoritariamente de empresas de servicios (Figura 3), unos dos tercios, incrementándose con fuerza el predominio de este ámbito de actividad observado al inicio del siglo. Por el contrario, se observa un claro retroceso del sector industrial (de casi un cuarto a poco más de una cada siete empresas) y en menor medida del primario, mientras que el de la construcción se mantenía prácticamente con el mismo peso.

Otros datos relevantes son los siguientes: (1) se trata de entidades constituidas principalmente en el Siglo XXI, (2) arraigadas en la zona central asturiana, incluyendo las antiguas cuencas mineras muy afectadas por sucesivos procesos de reconversión, y (3) cuyo tamaño es predominantemente pequeño o mediano. Este perfil, se ajusta en gran medida al del resto del país (CEPES, 2020c), con la salvedad quizás de la forma jurídica predominante, dado que en España la Sociedad Cooperativa es la mayoritaria con claridad.

Figura 3. Sector de actividad de las empresas asturianas de economía social: 2003-2020



Fuente: Elaboración propia.

4.2. Entrevistas a representantes de empresas y entidades promotoras

Se optó por un enfoque cualitativo en la medida en que el objetivo propuesto no era abordable sino con una lógica inductiva. La contingente, heterogénea y dinámica realidad de la unidad de análisis exige una visión abierta y flexible, en la que encaja mejor este enfoque, dada la gran cantidad de aspectos no cuantificables y la dificultad para acceder a datos numéricos suficientes y fiables (para acceder a muchos participantes en el tiempo disponible). No se trataba, en todo caso, de lograr afirmaciones de carácter general y validez estadística (análisis extensivo) sino de profundizar en las circunstancias y las posturas de los principales agentes involucrados (significación estructural o análisis comprensivo). La subjetividad de los datos (esencialmente, opiniones de personas entrevistadas) fue contrastada mediante varios instrumentos aplicados de forma secuencial, lo que garantiza tanto la validez externa como la validez interna y la fiabilidad (Gibbert et al., 2008).

La validez externa se alcanzó mediante un proceso de doble saturación de la información. Por un lado, se consideraron válidas las consideraciones que se iban acumulando en la mayoría de las entrevistas. Por otro, la muestra de 9 empresas entrevistadas (Anexo I) fue configurada a partir del censo anteriormente descrito, de forma que fuera representativo del mismo. Criterio similar orientó la conformación de la muestra de entidades de apoyo; se entrevistó a 12 responsables de instituciones o entidades vinculadas con la economía social asturiana: 4 de

instituciones públicas regionales (I1-I4), 2 de instituciones públicas municipales (I5-I6), 2 de organizaciones patronales de la economía social (I7-I8), 2 de sindicatos (I9-I10) y 2 de otros entes asociativos emergentes (I11-I12). Todo ello se orientó bajo la óptica del estudio comparativo de casos (Gupta & Guillén, 2008).

La validez interna se aseguró a través de dos contrastes secuenciales. En el primero, cada investigador elaboró un mapa de categorías por separado con base en las transcripciones de las entrevistas, todas ellas grabadas en video y transcritas mediante la aplicación Happy Scribe. Los mapas eran posteriormente discutidos hasta alcanzar visiones consensuadas que eran incorporadas al borrador de informe. Esos mapas de categorías respondían a un estudio de los datos desde el enfoque del análisis de contenidos (Rubio & Varas, 2004). El segundo contraste consistió en someter los resultados a la opinión de personal técnico y responsables de entes promotores y corporativos del sector, lo que permitió revisar a fondo un primer borrador de trabajo, modificar algunas de sus consideraciones y validar el resto.

Finalmente, puede afirmarse que el trabajo posee también fiabilidad gracias a la construcción previa de un marco teórico tentativo, que aportó los contenidos concretos y la estructura al guion de las entrevistas, a la grabación en video y transcripción de las entrevistas y, en general, a la sistematización de toda la información recogida y el seguimiento de un protocolo riguroso durante la totalidad del proceso.

5. Resultados del estudio empírico

Como se señalaba al final del marco conceptual, la revisión de la literatura especializada pone de manifiesto como potencial fortaleza de la economía social su capacidad competitiva para contribuir al emprendimiento en el marco de los ODS desde los postulados de la innovación social. Pero, ¿es esta la realidad que se desprende de las conversaciones mantenidas con el conjunto de stakeholders seleccionados del sector en el Principado de Asturias, esto es, con las personas responsables de sus empresas o instituciones reguladoras y corporativas, que se han tomado aquí como informantes clave? A continuación, se trata de responder a esta cuestión analizando si el sector de la economía social del Principado de Asturias cumple las cuatro dimensiones críticas de la innovación social señaladas en el marco conceptual del trabajo.

5.1. ¿Sector orientado al bien común?

La lógica social que guía al sector incrementa su capacidad para afrontar crisis sistémicas, y los profundos problemas sociales que emergen con las mismas, gracias a la autogestión, la flexibilidad, el compromiso de las personas y la capitalización de los resultados. Se llega a apuntar como principal ventaja de la economía social asturiana *la unión que organiza o crea competidores más fuertes y por lo tanto más resistentes* [E3] o *la implicación* [E4] y *compromiso* [...], *con una relación mucho más cercana y mucho más unida* [E6] de los participantes en el

sector. Institucionalmente se destaca del sector que, *en épocas de crisis, resiste mejor los envites de la tempestad* [I3] y sus catastróficas consecuencias sociales.

Sin duda, es importante enfatizar el valor del carácter reactivo del sector ante las crisis, si bien éste presenta un déficit relevante en lo que se refiere a la intencionalidad y planificación estratégica y coordinada de sus acciones a la hora de intentar que vayan más allá de meras intervenciones paliativas ante las consecuencias sociales de dichas crisis. Ello puede ser debido al predominio en el sector de las empresas de pequeño tamaño, en las que *lleva consigo la ausencia de planificación estratégica [...] informalidad en la gestión [...] y gestión de la organización por el día a día* [I2], lo que supone sin duda un hándicap a la hora de calificar estas intervenciones como realmente innovadoras.

De hecho, no cabe hablar de la economía social asturiana como empresarialmente innovadora en los términos del Manual de Oslo (“... *concepción e implantación de cambios significativos en el producto, el proceso, el marketing o la organización de la empresa con el propósito de mejorar los resultados*” OECD/Eurostat, 2005: 46). Sin embargo, son varias las entidades de más o menos reciente creación que asocian este concepto *con ofrecer [...] servicios o productos que no se están ofreciendo en la actualidad* [E9], *estar siempre al día [...] de los nuevos métodos, diagnósticos o descubrimientos [e] intentar aplicarlos* [E7] o directamente *el I+D+i* [aunque] *es más una teoría que una cosa práctica* [E6]. En definitiva, se constata desconocimiento respecto a la innovación dentro del sector, si bien su parte más joven parece irrumpir libre de complejos a la hora de intentar satisfacer necesidades insatisfechas y desarrollar nuevos productos y/o servicios.

Este perfil relativamente joven del sector (el 40% de las empresas de economía social de la región se registraron a partir de 2008 y, en consecuencia, comenzaron a competir realmente en sus respectivos mercados durante la última década) **permite un optimismo relativo sobre su capacidad para promover la innovación social y contribuir al cumplimiento de los ODS, sobre los que, por otro lado, existe un desconocimiento relevante.**

En suma, el sector destaca por su resiliencia e implicación ante crisis sistémicas, orientándose al bien común mediante la solución de problemas que condicionan el bienestar colectivo, si bien presenta, en general, una serie de déficits estructurales (carencias en lo que respecta a la planificación estratégica y al desarrollo de nuevos productos y/o servicios, así como desconocimiento real de la contribución del sector al logro de los ODS) que condicionan el cumplimiento de la primera dimensión crítica de la innovación social.

5.2. ¿Sector participativo y colaborativo?

Se observan procesos colaborativos basados en la interconectividad e interdependencia, resultado del desarrollo del conocimiento, la transformación digital y los servicios, que están generando un entorno en el que los límites entre los sectores público, lucrativo y no lucrativo se difuminan y dan paso a modelos híbridos. Dado el potencial de la economía social para promover este tipo de innovaciones, el sector cuenta aquí con una gran oportunidad de desarrollo. En el caso de Asturias se identifican proyectos incipientes vinculados con la inserción

sociolaboral (véase, por ejemplo, IMENA, una empresa de Inserción Sociolaboral, promovida por la Fundación Hogar de San José, cuyo objeto social es la integración y formación sociolaboral de jóvenes procedentes del Sistema de Protección de Menores, por tanto en situación de exclusión social, a través de alianzas con distintos agentes de la sociedad civil -desde fundaciones a congregaciones religiosas o empresas sociales- con financiación del Fondo Social Europeo y el apoyo de CEPES) que podrían calificarse como socialmente innovadores y que pueden anticipar una corriente de opinión institucional que considera *la cooperación [...] y el trabajo en redes* [I3] como una tendencia de futuro clave para el sector.

Pero, sin duda, los subsectores donde se aprecian de modo más claro rasgos de innovación social, son el de las empresas de inserción y el de las entidades de economía social y solidaria (*la innovación, quizás un poco, la aplicamos en nuestros procesos laborales con las personas y para nosotros innovar es [...] Cambiar un poco los modelos comerciales [...] a través de la participación de las personas* [I11]; *que se vive como esa necesidad de cómo buscar soluciones distintas a los problemas habituales* [I12]). Ambos subsectores consideran que la Administración no alcanza a comprender sus especificidades y, por tanto, no pone en marcha instrumentos adecuados a las mismas, como podrían ser las tan recomendables comunidades virtuales abiertas, inexistentes en el sector en su conjunto.

Entrando ya a valorar los medios para materializar el carácter colaborativo del sector, cabe señalar que no se constata la participación regular de sus stakeholders en los órganos de dirección de estas empresas o en sus procesos de creación conjunta, más allá de que su red de apoyo institucional se haya consolidado y articulado eficaces servicios de apoyo y asesoramiento al emprendimiento cada vez más formalizados e interconectados (*son pasillos que van en ambas direcciones* [I4]). De hecho, es esta red en su conjunto la que facilita el acceso a infraestructuras telemáticas por parte de las empresas de economía social.

En definitiva, sí que se puede considerar al sector de la economía social del Principado de Asturias como un sector caracterizado por el desarrollo de procesos participativos y colaborativos, aunque con lagunas en la gestión participativa y con un panorama todavía muy incipiente en lo que se refiere a la aplicación de la tecnología y la generación de comunidades virtuales abiertas con los diferente stakeholders.

5.3. ¿Sector sostenible?

El sector presenta distintas fortalezas organizativas que hacen creer en su capacidad para contribuir a una resolución más eficaz y sostenible de distintos problemas sociales. En primer lugar, destacan por su flexibilidad y transparencia. En concreto, su pequeño tamaño les lleva a que tengan *mucha flexibilidad y se adaptan fácilmente [...] a las nuevas situaciones* [I4]. Se las califica en ocasiones de *empresas más familiares [...] sociedades pequeñas, con lo cual el funcionamiento digamos es más manejable* [I1]. En este contexto, cobra especial importancia el compromiso de los gestores como *seña de identidad de la mayoría de las empresas de economía social en Asturias [...] con talante muy democrático y transparente* [I3]. De hecho, desde instan-

cias administrativas se señalan estos rasgos como básicos para predecir un *futuro bueno* [I1] o sostenible para el sector más allá del contexto económico actual.

Pese al pequeño tamaño que las define, se observa, en segundo lugar, que a medida que crecen, revelan mayor afán por crear una estructura interna funcional o por áreas de negocio marcadas por una gestión cotidiana participativa entre los responsables y empleados de las empresas: *es una relación muy estrecha y al final unos dependemos de otros* [E3]. Y en el caso de las más pequeñas, aunque no se identifican estas estructuras formales, sí que hay un reparto de tareas tendentes a optimizar la gestión interna, a su vez participativa (*Los tres socios [...], uno lleva la parte administrativa [...] yo el tema de presupuesto [...] y el otro la organización en obra [...] pero bueno, hacemos reuniones periódicas* [E6]).

Un tercer rasgo que las define es el interés en la formación continua de la plantilla, lo que ha de redundar en la sostenibilidad de sus actuaciones. Las empresas, en especial las más recientes, parecen desarrollar procesos de formación y capacitación continua de sus plantillas (*dentro de nuestro sistema de calidad existe un programa de formación anual* [E3]; *sí, tenemos formación continua a través del servicio de [asociación corporativa a la que pertenece esta empresa]* [E7]).

Por último, su orientación a largo plazo al cliente actual. Todas las personas entrevistadas responden con un “sí” categórico a la pregunta de si consideran que su empresa se orienta al mercado. En este sentido, se observa un relativo arraigo territorial de iniciativas comunitarias competitivas en el entorno local. Este se alcanza básicamente a través de la especialización (*realizamos una labor integral dentro de nuestro sector* [E3]), personalización (*una atención muy personalizada. Eso es lo que nos distingue. Y un compromiso total con el cliente* [E4]) y diferenciación de sus servicios (*nosotros lo que intentamos es siempre diferenciarnos de los demás* [E8]). Se plantea esta estrategia como la única alternativa para combatir en el ámbito local el intrusismo de alternativas que compiten, en muchas ocasiones desde la economía sumergida y/o con estrategias de precios bajos (*un señor [...] tiene a gente contratada por 4 o por 2 horas y trabajan 8 o 10* [E1]; *competimos [...] con gente que a lo mejor no está cumpliendo toda la normativa* [E6]; *siempre va a haber alguien más barato que tú* [E4]). No obstante, la importancia de este factor, que refuerza los vínculos de las empresas con el territorio, ha de matizarse debido a la limitación que encierra el peligro de acomodarse permanentemente a los mismos clientes sin aspirar a posicionarse en nuevos mercados que contribuyan a la consolidación a largo plazo de la iniciativa empresarial.

En síntesis, se identifican rasgos que parecen denotar la capacidad del sector para priorizar una solución más eficaz y sostenible, aunque no necesariamente más eficiente, que la que se daba a distintas problemáticas sociales. Respecto a la eficiencia, tercer pilar que define esta tercera dimensión, tan sólo se identifican ciertos indicios de que desde ámbitos institucionales se empiezan a promover, aunque sea de un modo preliminar, iniciativas eficientes que contribuyan a la mejora competitiva del sector. De hecho, sólo se pone de manifiesto (*más como una labor de concienciación y de ponernos de acuerdo* [I2]) la necesidad de desarrollar agrupaciones de empresas para el aprovisionamiento y la comercialización de productos [I2].

5.4. ¿Sector transformador de comportamientos y prácticas sociales?

La práctica totalidad de las personas entrevistadas declaran que sus empresas contribuyen a la creación de infraestructuras sociales o empresariales en Asturias, resaltando que lo hacen conjuntamente con sus entes asociativos (*colaboramos incluso con personal [...] en los cursos que ellos [la asociación] organizan* [E3]), con competidores (*colaboración [...] con alguna empresa del mismo sector, por cuestiones a veces de cartera de trabajos* [E6]), con ayuntamientos (*les ofrecimos una campaña de promoción turística al Concejo, al Ayuntamiento en sí que se la donamos* [E9]) y con asociaciones no lucrativas.

Esta realidad probablemente contribuya a la buena imagen que el sector se ha ganado tanto en la sociedad en su conjunto (*creo que no existe mala imagen respecto al sector en general* [I2]) como entre los entes públicos (*la economía social tiene [...] muy buena prensa, muy buena imagen* [I3]) u otros stakeholders clave (*el movimiento sindical en Asturias está a favor y apoyando la economía social* [I2]). De hecho, se constata una importante receptibilidad de la Administración Regional a las inquietudes y necesidades del sector (*la Administración pública regional tiene muy en cuenta, siempre en mente, al sector* [I2], *tenemos que facilitar las cosas a todos aquellos emprendedores [...] que fomenten la economía social* [I6]), lo que no está exento de críticas del sector a la Administración (ausencia de incentivos para emprender, trabas administrativas, escasez de ayudas financieras,...) y requerimientos a la misma para que profundice normativamente en ámbitos que pueden favorecer el impacto del sector.

Si a ello se une que su ritmo de creación en las dos últimas décadas ha sido muy acelerado (el 75% a partir de 2000) procede subrayar el impacto macro del sector en la economía regional y en su tejido productivo, aunque con algunos claroscuros. Por ejemplo, el sector presenta en Asturias (CEPES, 2019), una menor tasa de emprendimiento que la economía mercantil (15,4% de entidades mercantiles jóvenes vs. al 10,7% de las de economía social).

Esta percepción positiva, aunque con claroscuros, se observa también si se reflexiona a nivel de impacto meso, o de organizaciones, del sector. Si en los apartados previos se hacía hincapié en fortalezas organizativas que contribuían a la eficacia y sostenibilidad del mismo (flexibilidad y transparencia, organización estructurada y gobierno participativo, formación y capacitación continua u orientación al cliente actual), también se constatan ciertas debilidades en su estructura empresarial que condiciona realmente su carácter transformador.

Véase por ejemplo (1) la excesiva atomización de sus empresas, (*es decir que muchas son muy pequeñas* [E3], *nacen con un proyecto de supervivencia* [I2]), (2) el acusado sentido de pertenencia que, en muchas ocasiones, degenera en mezcla de roles y confusión entre la estructura social y la operativa, con los consiguientes conflictos (*riesgo de creer que como son todos dueños, todo el mundo manda algo* [I4]), (3) problemas de gobernabilidad ya comentados y ausencia de alternativas que permitan renovar los órganos de gobierno (*nadie se presenta y tenemos que continuar nosotros* [E2]) o (4) otros hándicaps más operativos pero que condicionan el posicionamiento competitivo de estas empresas (déficits en gestión de calidad total, innovación tecnológica, transformación digital o internacionalización).

Por último, a nivel micro, si bien se reconoce la importancia de *las empresas [...] que generan economía para su entorno más cercano* [E4], anticipándose que va a *ser un extra añadido de valoración por parte de los clientes [...] ya no digo muy a largo plazo, mucho antes de lo que pensamos* [E4], su impacto innovador continúa siendo limitado condicionando su potencial de crecimiento (*freno a la ambición [...] Esto viene de esa mentalidad de subsistencia o de simplemente garantizarse el empleo* [I2]) y su predisposición a asumir riesgos (financieros y otros), tanto en el inicio como en el desarrollo de la actividad empresarial (*no es un colectivo que asuma excesivo riesgo ni que se endeude [...] es un colectivo bastante conservador* [I7]). En otras palabras, aunque la economía social potencia el cambio de mentalidades individuales fomentando el emprendimiento colectivo y la orientación hacia el entorno social (Coque *et al.*, 2012), carencias como las reseñadas limitan el alcance de tales mejoras.

Quizás se deba a que se sigue percibiendo el sector como un último recurso a problemas colectivos (*la empresa nació casi por imposición [...] la necesidad de tener un puesto de trabajo* [E4]) y, salvo excepciones, no tanto como una alternativa con valor propio para el emprendimiento (*después de un ciclo formativo [...] entonces allí [centro de empresas público] empezamos a hacer el proyecto* [E9]), sino para la explotación de recursos ociosos (*como mi padre tenía unas fincas que estaban desaprovechadas* [E5]) o la diversificación de una línea de negocio consolidada (*siempre tuvimos en mente abrir algo diferente* [E8]). Esto es, una concepción reactiva de la economía social antes que proactiva. No obstante, en algunos casos extremos, como el de las empresas de inserción, ese papel reactivo puede verse como positivo y necesario, pues una de sus funciones principales es precisamente mejorar las actitudes de personas procedentes de situaciones muy difíciles: *que los trabajadores se sientan más parte de algo [...] y pueden crecer personalmente, a todos los niveles* [I11].

En conclusión, es posible resaltar el impacto real del sector en la transformación de las infraestructuras sociales o empresariales en Asturias, si bien dicho impacto se ve minorado por distintas debilidades de estas empresas, y algunas amenazas contextuales, que condicionan su capacidad para generar nuevos comportamientos y prácticas sociales entre las personas y colectivos destinatarios directos de sus actuaciones.

A modo de síntesis, la Tabla 2 resume lo principal de los resultados enumerados hasta aquí.

Tabla 2. Resultados del estudio según dimensiones de innovación social

		Fortalezas y oportunidades	Debilidades y amenazas
DIMENSIONES	Orientación al bien común	<ul style="list-style-type: none"> Resiliencia e implicación ante crisis sistémicas aportan soluciones para el bien común. 	<ul style="list-style-type: none"> Pobre planificación estratégica. Escasa innovación de producto. Desconocimiento ODS.
	Proceso participativo o colaborativo	<ul style="list-style-type: none"> Interconectividad e independencia. Incipientes iniciativas de inserción y de economía solidaria. 	<ul style="list-style-type: none"> Carencias en gestión participativa. Escasa digitalización de comunidades virtuales con stakeholders.
	Proceso sostenible	<ul style="list-style-type: none"> Flexibilidad y transparencia por tamaños empresariales pequeños. Reparto interno de tareas y estructuras funcionales. Interés en formación y capacitación. Orientación a largo plazo al cliente actual. 	<ul style="list-style-type: none"> No ventajas claras de eficiencia respecto a soluciones previas a problemas sociales. Más intención que realidad en el desarrollo de agrupaciones empresariales para aprovisionamiento o comercialización.
	Transformación de comportamientos y prácticas sociales	<ul style="list-style-type: none"> Creación de infraestructuras sociales y empresariales con los entes promotores. Buena imagen ante la sociedad y la Administración Regional. Elevado % respecto al resto de empresas, y crecimiento durante las últimas décadas. 	<ul style="list-style-type: none"> Carencias incentivos públicos y normativa legal específicos. Menos emprendimiento que resto de economía. Excesiva atomización. Confusión: estructura social vs. operativa. Escasa renovación cargos directivos. Déficits en calidad, innovación e internacionalización.

Fuente: Elaboración propia.

6. Conclusiones e implicaciones

El sector y las empresas de economía social del Principado de Asturias han adoptado en las últimas dos décadas, aunque de modo incipiente, un conjunto de prácticas y procesos acordes con lo que representa la innovación social. Así, en primer lugar, se destaca, si bien con matices, su resiliencia e implicación ante crisis sistémicas y su capacidad para orientarse al bien común. Complementariamente, es de valorar su embrionario carácter participativo y colaborativo en el desarrollo de los procesos, materializado en un incremento en su grado de interconectividad y la irrupción de incipientes iniciativas de inserción y de economía solidaria. En tercer lugar, el sector y sus empresas destacan en la actualidad por su relativa capacidad para

ofrecer soluciones eficaces y sostenibles a distintas problemáticas sociales, con avances sustanciales en lo que respecta a la flexibilidad para adaptarse a entornos cambiantes, el reparto eficiente de tareas y estructuras funcionales, el interés por la formación y la adopción de una orientación al largo plazo a la hora de satisfacer a sus respectivos mercados.

La suma de estos factores induce a concluir que estos primeros rasgos de innovación tienen, o pueden tener, consecuencias sumamente positivas sobre la economía regional y su tejido productivo, así como sobre la mejora competitiva de las empresas que configuran el sector junto con la situación socioeconómica de las personas directamente involucradas en los procesos de emprendimiento. En ello tiene mucho que ver la promoción y paulatina consolidación de una pujante infraestructura social y empresarial en la región, muy orientada a la transformación disruptiva y a la generación de actividad económica sobre bases sociales que tratarían de superar los modelos productivos muy intensivos en mano de obra e inversión en capital que caracterizaban tradicionalmente la creación de riqueza en la región.

Con estos argumentos, ¿cabría afirmar sin dudar que el grado de innovación social de este sector en Asturias se ha incrementado de modo significativo para hacer frente a los retos, desafíos y crisis en los que se ha visto involucrada la región en las últimas dos décadas? Con la prospección cualitativa efectuada, y sin información primaria cuantitativa adicional, no es posible responder de modo categórico a tal pregunta. El que se perciba que las empresas de economía social parecen tener más capacidad para incrementar sus competencias innovadoras en el ámbito de lo social no tiene por qué reflejarse necesariamente en mayores niveles de bienestar a corto plazo.

Es más, la caracterización como incipiente que se efectuaba del grado de innovación social de las empresas de economía social asturiana así parece refrendarlo, en la medida en que se detectan déficits estructurales u organizativos (véase detalle en Tabla 2) que condicionan el impacto del sector en su entorno más cercano. Los mismos se sistematizan en tres categorías. En primer lugar, en lo que se refiere a su perfil emprendedor, bajas tasas de emprendimiento, reducida valoración de estas figuras jurídicas, limitada experiencia y capacitación previa en gestión de estas empresas y limitado capital inicial en el momento de su puesta en funcionamiento. En segundo lugar, en lo que concierne a sus rasgos organizativos, pequeño tamaño, discrepancias operativas, problemas de gobernabilidad o estructuras gerenciales no demasiado profesionalizadas. En tercer lugar, en cuanto a sus estrategias de desarrollo, estructuras societarias cerradas, con limitada orientación futura al mercado y carencias en gestión de calidad, innovación tecnológica o internacionalización. Subsanan estos déficits, e incrementar en consecuencia el grado de innovación social del sector en su conjunto, requiere de “POLÍTICAS” en mayúsculas con dos objetivos muy precisos.

Primero, es necesario crear un entorno institucional favorable para la competitividad de las empresas de economía social asturianas. Cabría requerir a los responsables públicos la adopción de medidas tanto institucionales como de carácter cognitivo. Entre las institucionales, se recomienda realizar las reformas normativas necesarias y eliminar las barreras legales y administrativas que condicionan el día a día de estas empresas. Entre las cognitivas, mejorar y prestigiar la visibilidad e imagen del sector en su conjunto.

Segundo, deben establecerse vías de fomento empresarial tanto por el lado de la demanda como de la oferta. En el lado de la demanda, sería aconsejable estimular la contratación pública responsable por parte de las Administraciones o fomentar el desarrollo de estrategias y políticas comerciales que estimulen la demanda final de bienes y servicios ofertados por estas empresas. En el lado de la oferta, dado el leitmotiv del presente trabajo, es necesario realizar un llamamiento a los distintos entes sectoriales para que promuevan el desarrollo de la innovación social en las empresas en el marco de lo que se podría denominar I+D+i social, a través de iniciativas como las que se describen a continuación.

Por una parte, hay que identificar y presentar ejemplos de buenas prácticas de empresas de economía social que están apostando ya por crecer en sectores socialmente innovadores y altamente estratégicos (CEPES, 2020c): (1) sanidad, atención a mayores, dependientes, personas con discapacidad o colectivos vulnerables y en exclusión; (2) limpieza y lavanderías; (3) crédito; (4) fabricación de materiales y ropa de protección; (5) abastecimiento de proximidad o al servicio de la sanidad española; (6) adaptación de las empresas para seguir ofreciendo mediante soporte online sus bienes o servicios (por ejemplo, cooperativas de enseñanza); (7) distribución y consumo, suministro eléctrico y de agua, cultura y ocio,...; y (8) acción social mediante donación de alimentos, puesta a disposición de ayuntamientos de maquinaria para desinfectar calles, movilización de voluntariado,...

Por otra parte, se requiere promover la participación de las PYMEs de economía social en proyectos y clusters de innovación. Para ello sería fundamental fomentar, en colaboración con los entes representativos, la realización de talleres en materia de I+D+i, relacionados con la gestión de la innovación en las empresas, la incorporación y aplicación de las TIC en los procesos productivos, el acceso a la financiación pública o la identificación de (y la concurrencia a) proyectos relacionados en el marco del Programa *Next Generation Europe*.

Por último, parece oportuno crear un Centro de Innovación Social en colaboración con dichos entes representativos y con otros stakeholders relevantes (caso de la Universidad), a fin de que desde lo local se genere conocimiento global susceptible de trasmisión al sector al objeto de reforzar la capacitación de sus gestores. Ese Centro podría servir de laboratorio para el diseño y puesta marcha de proyectos de innovación social, económicamente sostenibles, susceptibles de desarrollo a través del modelo de la economía social.

Finalmente, hay que señalar que este es un trabajo exploratorio y cualitativo, de carácter longitudinal, cuyo propósito surgió de la inquietud de poner al día, en un contexto diferente, el diagnóstico de la economía social regional de dos décadas atrás. Confirmar, extender y profundizar en sus resultados requeriría de datos cuantitativos de difícil consecución a la vista de la discrepancia entre las fuentes secundarias y primarias existentes (bases de datos de ministerios y estimaciones de profesionales del sector). Por tanto, el estudio presentado ofrece bases sólidas para el diseño de una investigación empírica cuantitativa amplia, de carácter transversal, que abarque una muestra estadísticamente significativa de empresas de economía social asturianas y cuyos resultados podrán ser generalizados en la medida en que se contrasten con estudios afines que se realicen en otras regiones españolas o europeas.

Contribución de cada autor/a: Los 3 autores han estado involucrados de la misma manera en cada uno de los apartados del trabajo.

Financiación: El trabajo ha sido promovido por la Fundación para el Fomento de la Economía Social y desarrollado por los autores a través de la Fundación Universidad de Oviedo, en el marco del Contrato Art. 83 LOU con número de registro FUU-213-20.

Bibliografía

ALBERIO, M. & MORALLI, M. (2021): "Social innovation in alternative food networks. The role of co-producers in Campi Aperti", *Journal of Rural Studies*, 82, 447-457.

DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.10.007>

ÁLVAREZ-GONZÁLEZ, L.I., GARCÍA-RODRÍGUEZ, N., SANZO-PÉREZ, M.J. & REY-GARCÍA, M. (2017): "Análisis multidimensional del concepto de innovación social en las organizaciones no lucrativas españolas. Evidencias prácticas", *Revista Española del Tercer Sector*, 36, 23-48.

ANHEIER, H.K., KRLEV, G. & MILDENBERGER, G. (2019): *Social Innovation. Comparative Perspectives*, Routledge, NY.

BASSI, A. & FABBRI, A. (2020): "Under pressure: Evolution of the social economy institutional recognition in the EU", *Annals of Public and Cooperative Economics*, 91(3), 411-433.

DOI: <https://doi.org/10.1111/apce.12264>

BHARTI, K., AGRAWAL, R. & SHARMA, V. (2015): "Literature review and proposed conceptual framework", *International Journal of Market Research*, 57(4), 571-603.

BORZAGA, C. & BODINI, R. (2012): "What to make of social innovation? Towards a framework for policy development", *Euricse Working Paper*, 36, 12.

BOUCHARD, M.J. (2012): "Social innovation, an analytical grid for understanding the social economy: The example of the Québec housing sector", *Service Business*, 6(1), 47-59.

DOI: <https://doi.org/10.1007/s11628-011-0123-9>

CAJAIBA-SANTANA, G. (2014): "Social innovation: Moving the field forward. A conceptual framework", *Technological Forecasting and Social Change*, 82, 42-51.

DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.05.008>

CEPES (2020a): *La contribución de la economía social a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. 4º INFORME sobre la experiencia de las empresas españolas de economía social en la cooperación al desarrollo 2017-2019*. <https://www.cepes.es/files/publicaciones/117.pdf>

CEPES (2020b): *Iniciativas y actuaciones de las empresas de economía social ante el COVID-19*. <https://www.cepes.es/web/covid-19/iniciativas-empresas-entidades>

CEPES (2020c): *La economía social en España 2020*. <https://www.cepes.es/publicaciones>

CHALMERS, D.M. & BALAN-VNUK, E. (2013): "Innovating not-for-profit social ventures. Exploring the microfoundations of internal and external absorptive capacity routines", *International Small Business Journal*, 31(7), 785-810. DOI: <https://doi.org/10.1177/0266242612465630>

CIRCLE ECONOMY (2019): *2019 Circularity Gap Report*. <https://sinapse.gife.org.br/download/the-circularity-gap-report-2019>

COMISIÓN EUROPEA (2010): *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: Europe 2020 Flagship Initiative - Innovation Union*. https://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/innovation-union-communication-brochure_en.pdf y https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip_20_420

COMISIÓN EUROPEA (2017): *Social innovation as a trigger for transformations. The role of research*. https://ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/policy_reviews/social_innovation_trigger_for_transformations.pdf

COMISIÓN EUROPEA (2020): *Modificar nuestras pautas de producción y consumo: El nuevo plan de acción para la economía circular muestra el camino hacia una economía competitiva y climáticamente neutra de consumidores empoderados*. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/ip_20_420

CONSEJO DE LA UNIÓN EUROPEA (2015): *La promoción de la economía social como motor clave del desarrollo económico y social en Europa*. http://www.observatorioeconomiasocial.es/media/archivos2012/ST_15071_2015_INIT_ES.pdf

COQUE, J., LOREDO, E. & LÓPEZ, N. (2012): "Recuperación de empresas por sus trabajadores en contextos de crisis: ¿qué podemos aprender de experiencias pasadas?", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 76, 97-126.

COTEC (2019): *Informe COTEC 2019*.

COTEC (2020): *Informe COTEC 2020*. <https://online.flippingbook.com/view/1027758/>

DAHLANDER, L. & GANN, D.M. (2010): "How open is innovation?", *Research Policy*, 39(6), 699-709. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2010.01.013>

GIBBERT, M., RUIGROK, W. & WICKI, B. (2008): "What Passes as a Rigorous Case Study?", *Strategic Management Journal*, 29, 1465-1474. DOI: <https://doi.org/10.1002/smj.722>

GOBIERNO DE ESPAÑA (2017): *Estrategia española de economía social 2017-2020*.
https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2018-3857

GRIMM, R., FOX, C., BAINES, S. & ALBERTSON, K. (2013): "Social innovation, an answer to contemporary societal challenges? Locating the concept in theory and practice", *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, 26(4), 436-455.
DOI: <https://doi.org/10.1080/13511610.2013.848163>

GROOT, A. & DANKBAAR, B. (2014): "Does social innovation require social entrepreneurship?", *Technology Innovation Management Review*, 4(12), 17-26.
DOI: <https://doi.org/10.22215/timreview/854>

GUPTA, A. & GUILLÉN, M.F. (2008): *Developing, Testing, and Validating Theory with Comparative Case Studies*, Pennsylvania, The Wharton School.

HOWALDT, J. & SCHWARZ, M. (2010): *Social Innovation: Concepts, research fields and international trends*, IMO international monitoring and Sozialforschungsstelle, Dortmund.
https://www.asprea.org/imagenes/IMO%20Trendstudie_Howaldt_englisch_Final%20ds.pdf

KRLEV, G., BUND, E. & MILDENBERGER, G. (2014): "Measuring what matters-Indicators of social innovativeness on the national level", *Information Systems Management*, 31(3), 200-224.
DOI: <https://doi.org/10.1080/10580530.2014.923265>

MONZÓN, J.L. & CHAVES, R. (Dir.) (2016): *Evolución reciente de la economía social en la Unión Europea*. <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/qe-04-17-875-es-n.pdf>

MORANDEIRA-ARCA, J., ETXEZARRETA-ETXARRI, E., AZURZA-ZUBIZARRETA, O. & IZAGIRRE-OLAIZOLA, J. (2021): "Social innovation for a new energy model, from theory to action: contributions from the social and solidarity economy in the Basque Country", *Innovation The European Journal of Social Science Research*.
DOI: <https://doi.org/10.1080/13511610.2021.1890549>

MOULAERT, F. & NUSSBAUMER, J. (2005): "The Social Region: Beyond the Territorial Dynamics of the Learning Economy", *European Urban and Regional Studies*, 12(1), 45-64.
DOI: <https://doi.org/10.1177/0969776405048500>

MOULAERT, F., MACCALLUM, D., MEHMOOD, A., HAMDOUCH, A., HILLIER, J. & BEINSTEIN, B. (2010): *Social Innovation: Collective action, social learning and transdisciplinary research, Katarsis*, Brussels: EU's Framework Program 6, Final Report.

MOULAERT, F., MARTINELLI, F., SWYNGEDOUW, E. & GONZALEZ, S. (2005): "Towards alternative model (s) of local innovation", *Urban Studies*, 42(11), 1969-1990.
DOI: <https://doi.org/10.1080/00420980500279893>

MULGAN, G. (2007): *Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated*, Working Paper. Skoll Centre for Social Entrepreneurship, Oxford. <https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/Social-Innovation-what-it-is-why-it-matters-how-it-can-be-accelerated-March-2007.pdf>

MURRAY, R., CAULIER-GRICE, J. & MULGAN, G. (2010): *The Open Book of Social Innovation*, The Young Foundation and NESTA. <https://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/The-Open-Book-of-Social-Innovationg.pdf>

OECD/EUROSTAT (2005): *Guidelines for collecting and interpreting innovation data*, Oslo Manual, Luxembourg: Statistical Office of the European Communities, 3rd ed. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/5889925/OSLO-EN.PDF>

PARRILLA-GONZÁLEZ, J.A. & ORTEGA-ALONSO, D. (2021): "Social Innovation in Olive Oil Cooperatives: A Case Study in Southern Spain", *Sustainability*, 13. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13073934>

PĂUNESCU, C. (2014): "Current trends in social innovation research: social capital, corporate social responsibility, impact measurement", *Management and Marketing*, 9(2), 105-118.

PÉREZ, E., ÁLVAREZ, L.I. & COQUE, J. (2003): *El Libro Blanco de la Economía Social en Asturias*, Oviedo: Fundación para el Fomento de la Economía Social.

PHILLIPS, W., ALEXANDER, E.A. & LEE, H. (2013): "Going It Alone Won't Work! The Relational Imperative for Social Innovation in Social Enterprises", *Journal of Business Ethics*, 156, 315-331. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3608-1>

PHILLIPS, W., LEE, H., JAMES, P., GHOBADIAN, A. & O'REGAN, N. (2015): "Social innovation and social entrepreneurship: A systematic review". *Group & Organization Management*, 40(3), 428-461. DOI: <https://doi.org/10.1177/1059601114560063>

PHILLS, J.A., DEIGLMEIER, K. & MILLER, D. (2008): *Rediscovering Social Innovation*, Stanford Social Innovation Review, Fall, 34-43. https://ssir.org/articles/entry/rediscovering_social_innovation

POL, E. & VILLE, S. (2009): "Social innovation: Buzz word or enduring term?", *The Journal of Socio-Economics*, 38(6), 878-885. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.socec.2009.02.011>

RANDHAWA, K., WILDEN, R. & HOHBERGER, J. (2014): *Reviewing open innovation: Structure, content and future research avenues*, Copenhagen: DRUID Society Conference.

RUBIO, M.J. & VARAS, J. (2004): *El análisis de la realidad en la intervención social. Métodos y técnicas de investigación*, Madrid: CCS.

SANZO-PÉREZ, M.J. & ÁLVAREZ-GONZÁLEZ, L.I. (2022): "Partnerships between Spanish social enterprises and nonprofits: A rich hybridity-based setting for social innovation", *Technovation*. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102376>

SOCIAL ECONOMY EUROPE (2020): *The impact of COVID-19 on social economy enterprises*. <https://www.socialeconomy.eu.org/wp-content/uploads/2020/06/SEE-Report-The-impact-of-COVID-19-on-Social-Economy.pdf>

TORTIA, E.C., DEGAVRE, F. & POLEDRINI, S. (2020): "Why are social enterprises good candidates for social innovation? Looking for personal and institutional drivers of innovation", *Annals of Public and Cooperative Economics*, 91(3), 459-477. DOI: <https://doi.org/10.1111/apce.12265>

VAN DER HAVE, R.P. & RUBALCABA, L. (2016): "Social innovation research: An emerging area of innovation studies?", *Research Policy*, 45(9), 1923-1935. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2016.06.010>

VANDERHOVEN, E., STEINER, A., TEASDALE, S. & CALÒ, F. (2020): "Can public venture capital support sustainability in the social economy? Evidence from a social innovation fund", *Journal of Business Venturing Insights*, 13. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00166>

VARGO, S.L. & LUSCH, R.F. (2004): "Evolving to a new dominant logic for marketing", *Journal of Marketing*, 68, 1-17. DOI: <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036>

VECINA, M., MALO, M.C. & BEN SELMA, M. (2017): "Mature social economy enterprise and social innovation: the case of the Desjardins Environmental Fund", *Annals of Public and Cooperative Economics*, 88(2), 257-278. DOI: <https://doi.org/10.1111/apce.12169>

Anexo I. Caracterización de las empresas de economía social entrevistadas

Código	Forma jurídica	Vínculo con base social	Antigüedad (constitución)	Zona de localización	Municipio	Entorno	Sector de actividad	Nº de socios/as
E1	Cooperativa de transporte	Servicios socios/as	Siglo XX	Centro	Grande	Urbano	Servicios	39
E2	Cooperativa de servicios	Servicios socios/as	Siglo XX	Comarcas mineras	Mediano	Urbano	Servicios	35
E3	Coop. trabajo asociado	Trabajo asociado	Siglo XX	Centro	Pequeño	Rural	Primario	7
E4	Sociedad laboral	Trabajo asociado	Siglo XXI	Centro	Mediano	Urbano	Industrial	20
E5	Sociedad agraria de transformación	Servicios socios/as	Siglo XXI	Oriente	Pequeño	Urbano	Primario	3
E6	Sociedad laboral	Trabajo asociado	Siglo XXI	Centro	Mediano	Urbano	Construcción	3
E7	Coop. trabajo asociado	Trabajo asociado	Siglo XXI	Occidente	Pequeño	Urbano	Servicios	2
E8	Sociedad laboral	Trabajo asociado	Siglo XXI	Occidente	Pequeño	Urbano	Servicios	2
E9	Sociedad laboral	Trabajo asociado	Siglo XXI	Centro	Pequeño	Urbano	Servicios	2