

Jóvenes en la nueva acción social digital

La cuarta revolución industrial, la digital, está transformando el mundo como lo conocemos: la forma en la que trabajamos, consumimos y nos relacionamos. Como todo cambio ocurrido a lo largo de la historia, genera miedos y esperanzas. Por un lado, amenaza con aumentar algunas brechas sociales por la no adaptación de algunos colectivos a los entornos digitales y profesiones requeridas para estos nuevos tiempos; por otro lado, la tecnología se convierte en una potente herramienta para cambiar el mundo, mejorar la vida de las personas y otorgar oportunidades de desarrollo a las personas.

Los jóvenes españoles han nacido ya en esta realidad. El mundo digital parece impregnar su vida y el vasto acceso a la información les permite acceder a contenidos, noticias y contactos más allá de las fronteras de su país. Han nacido en el mundo de la colaboración y la creatividad de sus ideas nacen en digital y siempre acompañadas por la palabra sharing. Expuestos a la demanda de adaptación e innovación constante, y con el acceso a las herramientas necesarias para ser los propulsores de sus propias iniciativas, son los candidatos idóneos para aplicar la tecnología en el mundo social, de manera más creativa, eficiente y con más impacto que nunca.

Está presente en todos los medios de comunicación, en todos los comités de dirección de todo tipo de empresas. Está presente en las conversaciones de mesa, en la lista de temas para la reunión de padres en el colegio. Está presente en todas partes: el mundo ha cambiado, la tecnología ha venido para quedarse y lo está haciendo de forma exponencial.

Ya no es una cuestión de que sea relevante en Singularity University, una institución creada por Google y la NASA y situada en Mountain View para promover las nuevas tecnologías en favor de las principales causas mundiales. Tampoco es algo exclusivo de los mayores expertos en tecnología de nuestro país. Inteligencia Artificial, Big Data, Impresión 3D, Internet of Things, movilidad autónoma, robótica... son temas cada vez más presentes en nuestra sociedad y sin duda dejan de ser una novedad para los más jóvenes.

Y, aunque sin duda parece que estamos en la etapa de las oportunidades, la velocidad a la que avanza la tecnología y su aplicación en el mundo cotidiano genera verdadero vértigo en algunos: robots que nos quitan el trabajo, sensores que monitorizan todo lo que hacemos, coches que conducen solos e incluso la incorporación de la tecnología en nuestro propio organismo. "Menos mal que no viviré lo suficiente para verlo" dicen los más escépticos.

Y no se trata de un tema baladí. El desarrollo tecnológico va muy por delante de la legislación y en muchas ocasiones la ética y la prioridad del ser humano sobre la máquina queda en entredicho. Seríamos necios si no mirásemos esta revolución con ojos críticos.

Sin embargo, siendo conscientes de los riesgos del mal uso de la tecnología, deberíamos ver también las bondades que ésta permite: más accesibilidad, más capacidad de ayudar, más oportunidades. Y es que la tecnología está cambiando también la acción social, derriba las barreras sociales y económicas, permite hacer este mundo más justo si se utiliza de la manera correcta.

Y quizás es más fácil hacer un uso correcto de algo cuando se conoce bien, cuando casi va en los genes. Los jóvenes de hoy han nacido ya inmersos en este mundo y no conocen su entorno sin el uso de la tecnología y servicios digitales. Siendo los más sobreestimulados de todas las generaciones y los más emprendedores, son quizás también la gran apuesta social para resolver las causas más preocupantes de manera creativa, eficiente y con una mirada distinta. Participan, crean, colaboran, cambian el mundo. Y lo hacen de manera digital.

Si hacemos *zoom* en España, que está en el top europeo de penetración de *smartphones* e internet, podemos identificar jóvenes que incorporan la tecnología a su día a día. Esto, además de suponer un impacto en la forma de consumo, expone a nuestros jóvenes a un gran número de fuentes de información a través de las cuales aprenden, se informan y también se inspiran. Esta inspiración llega en forma de consejos para su desarrollo profesional, como son los tan conocidos vídeos de Jack Ma, CEO de Alibaba, pero también a modo de ejemplos de grandes logros internacionales que se están realizando con el objetivo de mejorar la vida de las personas y hacer de este mundo un lugar un poquito mejor, generando más oportunidades y acceso, y aportando soluciones de verdadero valor.

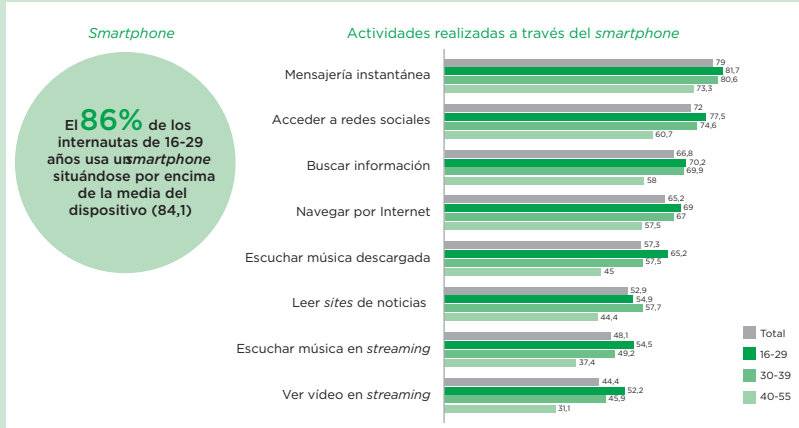
El consumo digital de las generaciones nativas digitales en España

Aún existen encuestas a jóvenes que incluyen la pregunta “¿Cuántas horas al día estás conectado?”. Los encuestadores se quedan de piedra al escuchar la respuesta: “No entiendo la pregunta. Yo siempre estoy conectado”.

La tecnología ha dejado de ser una herramienta para utilizar para casos concretos. El móvil ha dejado de ser un teléfono para ser el centro de operaciones. Hablamos ya de *Cyborgs*, y no en el sentido de hombre-máquina al estilo *Terminator*. Existen fuertes grupos sociales que nos denominan de esa forma al entender que la tecnología, sobre todo el *smartphone*, se ha convertido en una extensión de nuestro de nuestro. Visto de esta forma, esta denominación no resulta tan descabellada, y si nos paramos a pensar y observar en cómo hacemos uso de la tecnología y cómo de imprescindible se ha vuelto en nuestra vida, veremos que lo que pensábamos que era ciencia ficción, es ciertamente una realidad.

Sabemos que en España existen más móviles que personas y podemos sentirnos orgullosos de ser uno de los países de Europa con más penetración de *smartphones*. Y como no podía ser de otra manera, los jóvenes lideran las estadísticas de penetración y consumo en nuestro país. El 86% de los jóvenes españoles tiene un *smartphone* y lo utiliza como principal herramienta de consumo y actividad. En 2018 se estima que el 90% de su tiempo en red lo pasen en el móvil. Hoy podemos ver que lideran el consumo en móvil con respecto de otras generaciones:

Gráfico 1.



Fuente: Telefónica. *Píldoras de equipamiento.*

Y es que si uno observa a su alrededor en el metro, en un restaurante o incluso andando por la calle, puede apreciar a esa nueva especie de ciudadanos que hacen más vida en el mundo virtual que en el físico. Es allí donde conocen a nuevos amigos para después reunirse con ellos en persona. Es donde proyectan sus inquietudes y a la vez de donde extraen las ideas y la información para desarrollar su vida en el mundo analógico.

Y, ante las miradas de muchos, una sola persona se atreve a elevar la voz para mostrar su descontento: “Estos chicos de hoy, todo el día el día con el *cacharrito*”. Señora, no se moleste, los jóvenes no entienden que haya un universo *online* y otro *offline*. Simplemente saben de uno único, en el que están constantemente conectados con los demás. Y de esta manera consume e interactúan con el mundo.

Un claro ejemplo es la compra de un artículo físico. Una persona joven se interesa por un artículo. No recuerda el momento en el que tomó la decisión de que lo quería. Lo cierto es que ocurrió en muchos momentos diferentes: primero se lo vio a un amigo. Horas después lo buscó en *Google* para averiguar el nombre del producto. Parece que el “Gran Ojo” averiguó su interés, porque desde hace unos días le persigue un banner del producto en las webs que visita, también en las redes sociales. Tras comentar sus beneficios en un grupo de amistades de la empresa donde realiza las prácticas, comienza su inmersión en el conocimiento exhaustivo del producto: consulta blogs, webs de opinión, e incluso me acerco a una tienda física para notar el tacto, tener al menos por un momento la sensación de tenerlo. Días después, mientras está en el sofá de su casa viendo una serie se acuerda de aquel capricho cuya compra pospuso por no tener el dinero necesario en la cuenta. Pero quizás este sea el momento. Conoce el precio recomendado del producto pero sabe que lo puede encontrar más barato. Pone en marcha su comparador de precios o, mejor, *Google* lo hace por él. Y ahí está: la mejor oferta. Se lo mandan gratis y lo puede tener mañana. En el mismo momento, se hace una transferencia en tiempo real de una cuenta a otra y lo compra, sin necesidad de introducir los datos de tarjeta porque el proveedor ya los conoce. Únicamente necesita introducir un código que oficialice su conformidad.

Es rápido, fácil y cómodo. Mañana se lo entregarán en el punto de recogida seleccionado y mientras puede hacer el seguimiento de su pedido en tiempo

real. ¿Y si no le gusta? No se preocupa, ya lo devolverá. Que además los no hay coste por hacerlo.

El comercio electrónico es un buen campo para analizar cómo ha cambiado la sociedad digital. Hoy en día el 51% de los internautas compra por internet. Como consecuencia de ello las compañías, conscientes de este nuevo paradigma, se han visto obligadas a modificar su estrategia de aproximación al usuario a través de la implementación de distintas estrategias. Por un lado se digitalizan los procesos, como es la generación de plataformas e-commerce para la compra de productos y la gestión logística del stock. Un ejemplo son los ya famosos robots que utiliza Amazon en sus almacenes, que son capaces de mover grandes estanterías. Estos robots ya se utilizan en España, siendo el nuestro el cuarto país en adoptar esta tecnología. Los pioneros fueron los almacenes de Castellbisbal (El Prat), que en octubre de 2017 incorporó 3.500 de estos robots con el fin de movilizar automáticamente 50.000 estanterías.

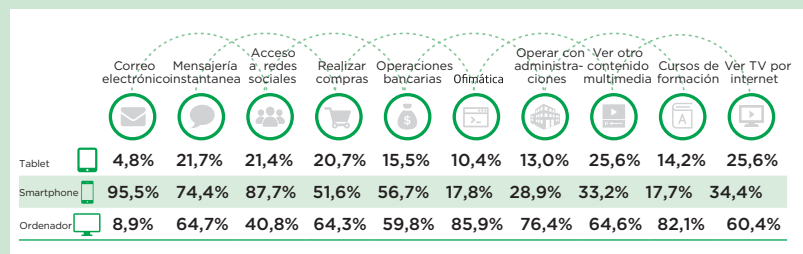
Otra estrategia, no tan orientada a optimizar los procesos si no a generar valor al usuario y, por tanto, incrementar los ingresos, es la utilización de nuevas tecnologías para personalizar la experiencia de compra de los consumidores. Entran en este punto la integración de nuevas tecnologías como Internet of Things -en 2017 el número de dispositivos conectados a nivel mundial aumentó un 30%-; o el Big Data, que permite ingestar, procesar y analizar cantidades ingentes de datos no relacionales con el objetivo de obtener la información precisa que permita la definición de patrones y poder así predecir comportamientos futuros de los usuarios.

El objetivo y la estrategia están claras: conocer lo mejor posible al consumidor para poder ofrecerle la mejor experiencia integral. Esto mejorará la fidelidad del usuario, su ticket medio o la frecuencia de compra y, por tanto, los beneficios de la empresa.

Un rasgo de la nueva generación de jóvenes digitales que suma a la transformación de la vida digital es la impaciencia. Esta característica, extendida quizás al resto de generaciones, ha impactado en varios entornos, quizás de manera más evidente en la Administración Pública y en el sector Banca. Parece que los jóvenes no saben lo que es hacer cola para realizar una gestión administrativa o financiera; eso sí saben dónde encontrar la oficina. Hoy ya sabemos que la mitad de los ciudadanos españoles hace uso de la eAdministración y, según el informe Retail Banking: Digital Transformation & Disruptor Opportunities 2017-2021, de Juniper Research, en 2021 uno de cada dos adultos de todo el mundo serán usuarios de banca digital.

En definitiva, podemos decir que utilizamos internet para casi todo, en diferentes dispositivos:

Gráfico 2. **DISPOSITIVOS USADOS EN CADA ACTIVIDAD. % de internautas**

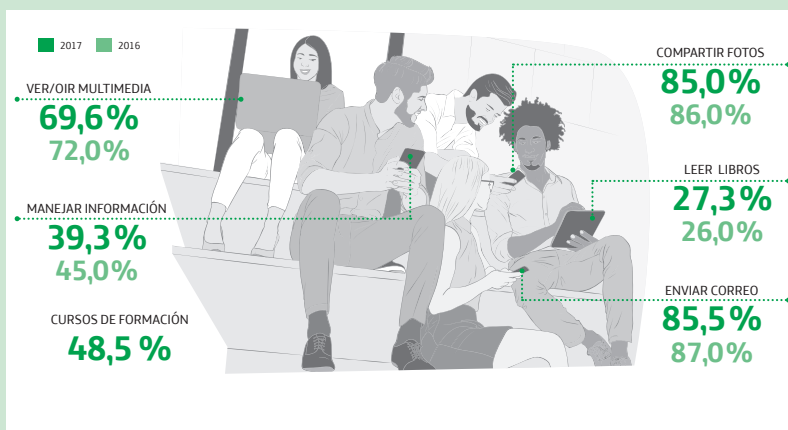


Fuente: Telefónica. Datos de junio de 2017.

Pero no sólo cambia la forma en la que compramos sino también en cómo consumimos contenidos, nos formamos y nos relacionamos con los demás.

En el campo de los contenidos, el formato digital es el preferido, aunque se frena con respecto del año anterior. Quizás la media nacional se resienta por la diferencia entre generaciones en este asunto: mientras el 90,4% de los jóvenes de entre 14 y 19 años prefieren el formato digital, sólo el 27,2% de los más mayores prefieren consumirlo de esta forma.

Gráfico 3. Utilización del formato digital



En cuanto a la formación, lejos quedaron los formatos físicos y el aprendizaje restringido al aula. Los jóvenes aprenden de manera diferente y lo hacen en cualquier canal: webs de formación, googleando o en YouTube.

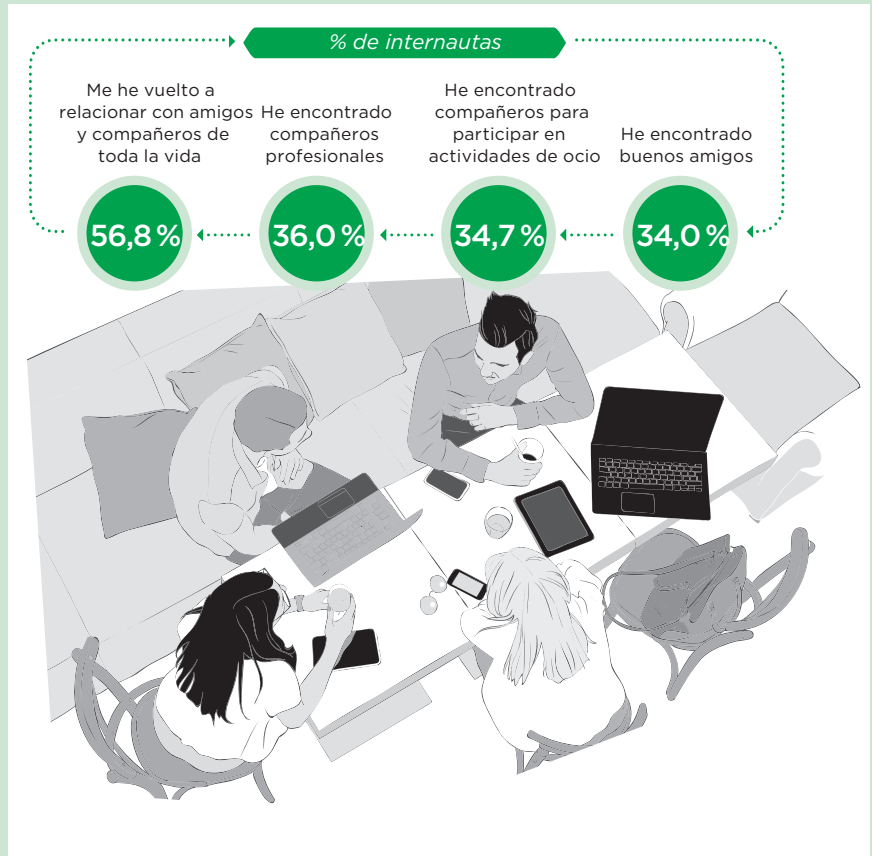
El vídeo es el claro ganador para el aprendizaje de los usuarios en general, y entre los jóvenes de manera destacada. Según el informe de la *Sociedad Digital en España de 2017*, de Telefónica, ocho de cada diez usuarios recurre al vídeo con fines formativos, cifra que alcanza el 96% y el 94,6% entre los jóvenes de 14 a 19 años y de 20 a 24 años respectivamente. Casi siete de diez usuarios considera que ha mejorado su formación gracias a internet.

Por otra parte, el 79,5% de los usuarios entre 14 y 19 años que acceden a vídeos formativos lo hace a la formación reglada; el porcentaje es del 69,2% entre aquellos de 25 y 34 años.

Hasta aquí podemos concluir que la tecnología y la digitalización de la sociedad española ha supuesto sin duda un amplio campo de oportunidades para nuestros jóvenes. Sin embargo, algunos se muestran escépticos sobre estas bondades cuando hablamos de las relaciones personales y la privacidad. ¿Qué dicen los informes sobre estos temas?

Sin duda las relaciones están mediatizadas por internet y muchos usuarios aseguran que esto ha facilitado reforzar relaciones personales (56,8%) y las profesionales (36%), siendo en éstas últimas donde los jóvenes se ven más reforzados: el 40,4% entre 20 y 24 años, y el 47,2% entre 25 y 34 años.

Gráfico 4. Impacto de internet en las relaciones



También internet ayuda a los jóvenes a hacer buenas amistades. Así lo creen el 62,2% de los jóvenes entre 14 y 19 años y el 53,5% entre 20 y 24 años. Este aspecto quizás levante alertas sobre la privacidad de estos jóvenes en su exposición en las redes sociales; sin embargo, los estudios indican que nueve de cada diez jóvenes de 14 y 19 años está preocupado por cuidar su privacidad.

Resulta evidente la natividad digital de los jóvenes españoles hoy en día y la tendencia en ir en aumento con la entrada de nuevas tendencias y tecnologías: Big Data, Inteligencia Artificial, Internet of Things o el Blockchain. La mirada del joven ante el futuro tecnológico es optimista y apunta a ser la gran oportunidad de muchos para hacer cosas de gran impacto, de desarrollar su perfil profesional, y de introducir la tecnología en todos los aspectos de su vida.

Ante un joven concienciado, con un acceso a la información y a la tecnología como nunca había tenido, cabe pensar que todos los campos de actuación quedarán impactados por su perspectiva digital, también la social. Y así lo confirman las tantas iniciativas digitales que se ponen en marcha por jóvenes ambiciosos para resolver problemas sociales.

El impacto de la tecnología en la acción y la innovación social

La tecnología está digitalizando la sociedad, pero ésta, a su vez, humaniza a la tecnología. El mensaje de que la tecnología ayuda a mejorar la vida de las personas cada vez está más presente en nuestra sociedad. Son muchos los ejemplos que vemos de grandes compañías que tienen importantes partidas presupuestarias para el bien social como puede ser Google con su proyecto *Loon* con el que pretende llevar internet a las zonas del planeta más “desconectadas” pero también observamos que el panorama del tercer sector también incorpora la tecnología como factor esencial en su acción social. En esta línea, es bien conocido el trabajo que está haciendo Unicef con tecnología Big Data para la concienciación y la toma de decisiones.

A continuación, podemos ver diferentes áreas en las que la tecnología está mejorando la vida de las personas, está aumentando su bienestar y acceso a oportunidades, y facilita la optimización de recursos. Muchas de estas iniciativas internacionales se están impulsando por jóvenes que abandonan sus trabajos y emprenden. Se trata de ejemplos que inspiran a los jóvenes españoles, que son una fuente de innovación en nuestro país desde su trabajo en los equipos de investigación de las universidades y también a través de la constitución de empresas sociales orientadas a ser sostenibles, pero con un claro objetivo de ser empresas con “propósito”.

Más salud y bienestar gracias las iniciativas de eHealth

No sólo escuchamos a miembros Singularity University que aseguran que en 20 años alcanzaremos la inmortalidad, sino que de hecho ya se comenta que ya ha nacido la primera persona inmortal. Dejando las predicciones aparte y, sobre todo, el debate de querer o no vivir para siempre, podemos decir que la tecnología ha hecho mucho por el avance de la tecnología.

No sólo está siendo el campo idóneo para introducir nuevas tecnologías como la Realidad Virtual, la impresión 3D y la Inteligencia Artificial de cara a resolver problemas no solventados hasta la fecha, sino que además la digitalización de ciertos servicios ha supuesto una gran optimización de recursos y eficiencia de éstos.

A modo de ejemplo, un proyecto piloto de Vivify Health de supervisión a distancia de patologías cardíacas ha conseguido reducir el número de visitas personales mensuales de 3 a 0,4 con una reducción de los costes de seguimiento de los pacientes de las salas de urgencia asociadas del 70%.

De la misma forma, la autogestión a través de herramientas digitales a disposición de los pacientes reduce la dependencia de, por ejemplo, enfermos de diabetes de los centros hospitalarios al poder realizar su seguimiento en la nube. En nuestro país podemos ver el caso de Sanitas, que ya tiene desarrollada una aplicación para que los pacientes no sólo tengan a su disposición toda su información médica sino también puedan hacer consultas de manera textual o a través de video consultas.

La Realidad Virtual está mejorando el bienestar de los enfermos pero también está sumando de manera considerable a la formación de los profesionales sanitarios. Muchos programas de formación en hospitales españoles incluyen ya este método de aprendizaje para situar a los profesionales en situaciones reales simuladas.

Los enfermos también se benefician del uso de esta tecnología. La Realidad Virtual ya se considera una herramienta idónea para la rehabilitación de personas con amputaciones y también para la rehabilitación terapéutica.

También los niños hospitalizados están sacando partido a esta tecnología. Francisco Rojo, un joven madrileño de 27 años, creó Voluntechies hace unos años con el propósito de aliviar el malestar de los más pequeños. Hasta la fecha ha realizado su labor en 14 hospitales y a ha impactado a 600 beneficiarios.

Hoy en día el ranking de mejores cirujanos lo lidera un robot: Da Vinci, el autómatas más conocido en los quirófanos del mundo, 24 de ellos españoles, 13 en hospitales públicos. Lleva tres millones de operaciones desde 2000 y su intervención estrella es precisamente esta que se magnifica hasta 20 veces en los monitores del quirófano del Hospital Clínico de San Carlos, en Madrid: la extracción de la próstata.

Una gran innovación a favor de la salud, aunque su avance sea más lento, es la reproducción de órganos con impresión 3D. Quizás suene algo estrambótico, pero es algo que ya se está consiguiendo y más cerca de lo que pensamos: En el entorno de la investigación y también empresarial, Nieves Cubo, joven española doctoranda por la UCM-CSIC, ya está reproduciendo las células y tejidos que necesita el cuerpo humano para cicatrizar las heridas. Si queremos ver una aplicación más “casera” de la impresión 3D, recordemos a Paul McArthy, un padre de Massachusetts que, para poder facilitar una prótesis de mano para su hijo que en el mercado costaba 30.000 dólares, construyó la suya propia por 10 dólares. Todo gracias a los diseños Open Source del diseñador Ivan Owen.

Más oportunidades para acceder a una educación y empleo de calidad

La tecnología también ha permitido abrir una puerta al futuro a aquellos que no contaban con ello. La digitalización de contenidos ha permitido traspasar fronteras y reducir costes de impartición, de manera que el acceso a una educación de calidad es posible con un dispositivo conectado a internet, posibilitando incluso el desarrollo de un perfil digital que tenga cabida en el mercado laboral actual.

TED Ed y Khan Academy son claros ejemplos de esta filosofía de ofrecer contenidos de calidad gratuitos a todo el mundo, con el fin de posibilitar esta oportunidad de formación independientemente de los recursos con los que cuente el estudiante. No podemos olvidarnos tampoco de innovadores sociales españoles que suman a esta causa. Personas como David Calle, un ingeniero de 43 años que empezó Unicoos con un canal de YouTube para enseñar a sus alumnos que no podían asistir a clase y terminó creando Unicoos, una plataforma que hoy cuenta con 760.000 estudiantes que aprenden física, química o matemáticas de manera totalmente gratis. David está nominado al Global Teacher Prize 2017.

Más allá tratan de llegar instituciones sin ánimo de lucro como puede ser Fundación ProFuturo, una iniciativa de Fundación Telefónica y Obra Social La Caixa. Además del diseño y desarrollo de los contenidos a ser aprendidos, también facilitan los dispositivos y la tecnología necesaria para que éstos sean consumidos en las zonas más precarias de Latinoamérica, África y Asia. El objetivo a alcanzar es la formación de 10 millones de niños en 2020.

También la tecnología permite un futuro laboral próspero. Por una parte, el coste de la tecnología se abarata y esto permite a un grupo de jóvenes entusiasmados desarrollar un software en Bangladesh que compita con el último producto de una gran multinacional. Pero además el acceso a la formación abierta orientada al desarrollo de competencias digitales como la programación abre un mundo de posibilidades a personas de cualquier condición social. No son pocos los que han aprendido a programar gracias a Code Academy. Pero, yendo más allá, hay iniciativas orientadas a la inserción laboral de los grupos más vulnerables gracias a la programación. Son el caso de Code Your Future, orientado a refugiados, o el de Adalab, enfocado en mujeres españolas desempleadas.

Eliminamos “discapacidad” de nuestro diccionario

Aunque aún nos queda mucho por mejorar en el tema de injusticias, desigualdades y prejuicios, la tecnología ha contribuido en gran medida a reducir distancias e incorporar a las personas con algún tipo de discapacidad a la vida cotidiana de la sociedad: consumir un contenido, trabajar, moverse, entretenerse. Habiendo alrededor de un billón de personas con disponibilidad en el mundo, según la Organización Mundial de la Salud, no parece ser un tema que pase desapercibido.

Según un informe de Fundación Adecco, 6 de cada 10 personas con algún tipo de discapacidad afirma haber mejorado su vida de manera integral gracias a la tecnología.

Y lo cierto es que, igual que la tecnología genera oportunidades a personas que antes no tenían acceso al entorno para demostrar su talento, ésta también ayuda a resaltar el talento de una persona por encima de sus limitaciones físicas.

Además, la accesibilidad ha dejado de ser un lujo de los más pudientes para pasar a ser Apps y servicios digitales disponibles para hacer más fácil el día a día, y además un requisito básico de cualquier producto que se lance al mercado. Estos servicios dan respuesta a diferentes problemas que pueden tener las personas con alguna discapacidad a lo largo del día: utilizar las funcionalidades de un dispositivo (Google TalkBack), aprender ciertas competencias para comunicarse (Brailliac), aparcar en los lugares reservados para ellos y ellas (Disabled Park) o incluso pedir ayuda (HelpTalk).

Por otro lado, la innovación tecnológica orientada a eliminar barreras de personas con discapacidad va en aumento. Un ejemplo es el reconocimiento de imágenes para las personas invidentes. De esta forma, una persona ciega puede ir a comprar a un establecimiento con total autonomía pues el dispositivo le va indicando qué producto está seleccionando. Un ejemplo de esta tecnología es el OrCam MyEye 2.0., una cámara que, incorporada a unas gafas, reconoce los objetos que tiene delante y lo verbaliza.

Un mundo más solidario, más colaborativo

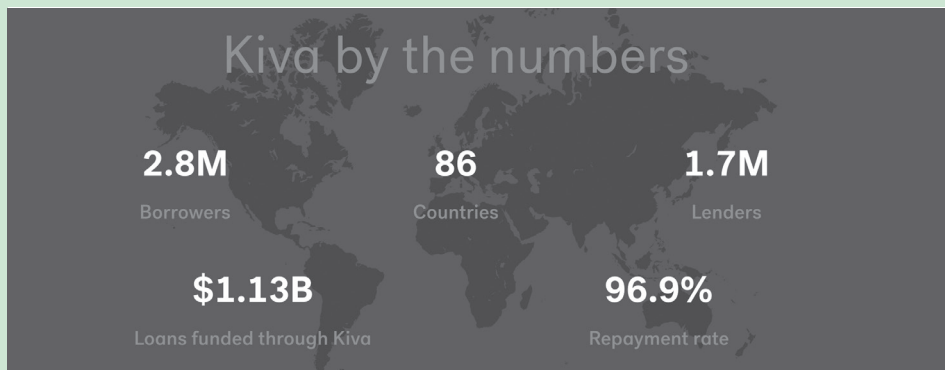
Gracias a internet, hoy en día somos ciudadanos más informados, también sobre los acontecimientos que ocurren en otros países. Las herramientas digitales como apps o webs nos permiten empezar a ser partícipe de manera rápida y cómoda de alguna iniciativa con la que nos podamos identificar. Así, los movimientos sociales muchas veces son globales y, ante algún suceso relevante, la solidaridad a nivel global es mayor.

Un claro ejemplo son los desastres naturales. Facebook hace unos años incorporó la funcionalidad en su red social la posibilidad de informar a tus amigos que estabas bien si te encontrabas en ese momento en algún lugar donde había pasado algo. Seguro que muchos familiares agradecieron esta consideración con terremotos y atentados terroristas.

El año pasado leíamos la gran acogida que había tenido Zello, una App que hace las veces de walkie-talkie pero desde un *smartphone*. Ante la llegada del huracán Irma en Estados Unidos, 6 millones de personas decidieron descargarse la App en tan sólo una semana, siendo la App Top1 por encima de otras como Facebook, Snapchat o YouTube. Zello es una de las muchas Apps de comunicación o rescate que operan en un ancho de banda diferente que normalmente funciona cuando las llamadas y líneas de teléfono están inhabilitadas o no responden, lo que la convierte en una buena herramienta para situaciones relacionadas con desastres naturales.

Además de las plataformas de comunicaciones, si algo han permitido los servicios digitales es poder ayudar activamente ante un problema. Es el caso de las webs de *crowdfunding* que nos permite donar dinero para diferentes causas. Quizás más interesante aún son aquellas que permiten los microcréditos a pequeños emprendedores locales de países en vías de desarrollo. De esta forma, a través de una plataforma como Kiva.org, una persona puede hacer posible que otra en el otro lado del mundo pueda comenzar un negocio que le permita autoemplearse, con la ventaja de que el préstamo es recuperado al 100%, con la opción de volver a prestarlo a otro proyecto.

Gráfico 5.



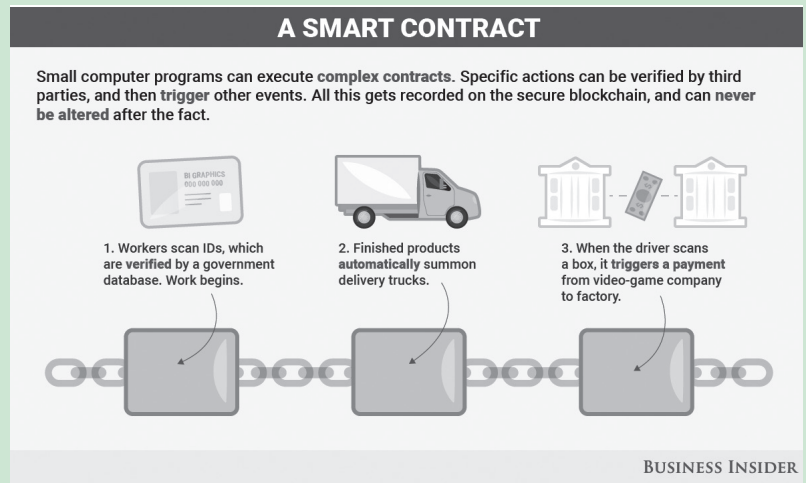
Aunque es más habitual leer noticias de grandes iniciativas a escala global, cabe destacar todas aquellas impulsadas por grupos reducidos, gobiernos o asociaciones para un uso nacional o local. We Are Beam es un *crowdfunding* que permite a los usuarios contribuir económicamente a la formación de personas sin hogar para conseguir la inserción laboral de éstos.

Más transparencia, más eficiencia

La tecnología no sólo mejora la solución que aporta a un beneficiario a través del propio producto o servicio. También lo hace mejorando los procesos y la toma de decisiones. Algunas de las nuevas tecnologías que están ayudando a esto son Big Data, Blockchain y IoT.

Una de las grandes preocupaciones de los donantes, beneficiarios y entidades sociales es el seguimiento de los pagos y los documentos que hay que firmar. Muchas veces las ONGs actúan en países donde no tienen personal y es difícil controlar cómo se está utilizando el dinero en cada proyecto de África. Una tecnología como Blockchain posibilita conocer todo el recorrido que hace este dinero hasta llegar a su destino, así como el seguimiento de otras transacciones a través de los *smart contracts*. Esta tecnología, aún en boca de todos, no cuenta con muchos ejemplos prácticos aplicados, aunque ya se han comenzado a hacer pilotos en el plano social -se comenta más adelante con el ejemplo de It Will Be- y son muchas las consultoras, corporaciones y grupos que alaban las posibilidades que el Blockchain puede aportar de cara a un mayor impacto social.

Gráfico 6.



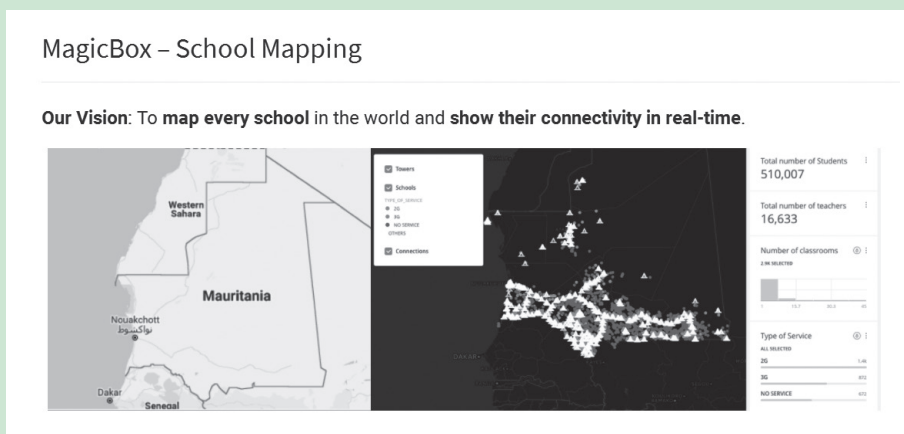
También el IoT puede jugar un papel importante cuando se trata de transparencia y eficiencia en los procesos. Una entidad social que done determinados materiales puede hacer seguimiento de dónde y en qué estado se encuentran para garantizar la mejor entrega en destino. También se puede utilizar a menor escala para poder gestionar mejor una actividad solidaria. Es el caso de Fundación También que, con la colaboración de Telefónica y su fundación, hicieron uso de esta tecnología para realizar el Camino de Santiago con personas con discapacidad. Estas personas realizan la actividad con sillas adaptadas y es frecuente que vayan a diferentes ritmos e incluso que lleguen a perderse. Para esta actividad también es importante el cuidado e hidratación de los protagonistas, por lo que el equipo de apoyo y los vehículos son clave. A partir de la sensorización de sillas y vehículos, los coordinadores de la actividad tenían toda la información de la ubicación de los participantes y también del rendimiento y posibles alertas de los vehículos.

Pero cuando una entidad debe dedicar su presupuesto a un determinado proyecto, tomar la mejor decisión es importante. Y no hay mejor decisión que la que se realiza en base a datos. La tendencia de las empresas a ser *Data-driven companies* no ha tardado en calar en las grandes entidades sociales,

que ven el Big Data como herramienta básica de trabajo. Con la obtención de datos y su correcto análisis, una entidad es capaz de conocer las circunstancias que rodean cada problema y tomar decisiones como respuesta a éste. Pero va más allá: con los datos indicados, una entidad puede incluso hacer predicciones de lo que ocurrirá en el futuro en base a construcción de patrones, y por tanto puede prever acciones.

Unicef cuenta con una gran lista de casos de éxito con Big Data. En su proyecto Magic Box (<http://unicefstories.org/magicbox/>), Unicef posibilita a instituciones y gobiernos conocer toda la información sobre las poblaciones vulnerables. A través de School Mapping, es posible ubicar todas las escuelas del mundo y mostrar su conectividad en tiempo real.

Gráfico 7.



En este artículo no se pretende exaltar la tecnología presentándola como la solución a todos los problemas y como la cura a todos nuestros males. No debemos olvidar que la brecha digital entre diferentes colectivos es grande y que, si no apoyamos a éstos en el desarrollo de las competencias digitales necesarias, las desigualdades serán aún más evidentes. Tampoco podemos obviar las cuestiones éticas de la tecnología, que están generando gran revuelo a nivel mundial entre los grandes *players* pues, si pretendemos dar autonomía a una máquina, ¿cómo responderá ésta ante un conflicto fuera del alcance de un algoritmo? ¿Cómo de factible será que seamos discriminados por nuestra herencia genética? ¿hasta qué punto somos libres cuando los contenidos que consumimos ya están predefinidos por nuestras búsquedas históricas, publicaciones y hábitos de navegación?

Estas cuestiones deben ser atendidas, por supuesto. Pero, como cualquier herramienta puede usarse de manera errónea causando daño, también el uso de la tecnología deberá ser responsable para usarse correctamente. Y siendo una vía capaz de generar tanto bien, está en nuestras manos sacar el máximo partido para hacerlo posible.

La nueva acción social de los jóvenes españoles digitales

Jóvenes digitales. Tecnología como motor para cambiar el mundo. Y el boom de los emprendedores. Con estos ingredientes en la coctelera, es difícil no encontrar jóvenes españoles dispuestos a lanzarse a crear o ser parte de un proyecto tecnológico que tenga como objetivo generar un cambio social. Incluso dentro de las empresas, hablamos de los trabajos con “propósito” y los famosos *millennials* ya condicionan este requisito para ofrecer sus servicios a una empresa.

Pero esta nueva generación de jóvenes concibe la acción social de manera muy alejada a lo que hemos visto a lo largo de tantos años. Sin actitud asistencialista, se lanzan a resolver problemas sociales como si de una empresa se tratara. Buscan diseño, eficiencia, experiencia de usuario y sostenibilidad. Buscan crear proyectos memorables, que cambien su entorno, ayuden a las personas de su alrededor, pero también a las del resto del mundo. “Productivizan” las acciones sociales, no por frivolidad, sino porque saben que de esta forma llegarán a más gente, generarán más ruido, obtendrán más impacto. Los jóvenes españoles lo tienen claro: la acción social ha cambiado, y están dispuestos a demostrarlo. Así lo corrobora el GEM en su Informe Especial Global Entrepreneurship Monitor. Aunque España se encuentra en un puesto discreto a nivel de Europa, sí se percibe el aumento de iniciativas sociales en forma de emprendimiento, siendo las personas entre 18 y 34 años las más propensas a poner en marcha este tipo de iniciativas.

Las iniciativas sociales se convierten en productos diseñados pensando en el usuario final

La experiencia de usuario (UX), el diseño y las metodologías de diseño centrado en las personas no es una tendencia que esté únicamente en el mundo de los negocios. Estas metodologías pretenden llevar las técnicas del diseño a la creación de negocios, partiendo de la idea que es el usuario el que padece un problema que requiere una solución, y por tanto será éste el que determine la solución y valide su pertinencia o no. Este enfoque se basa en una investigación exhaustiva en el usuario y sus necesidades latentes y en desarrollar un proceso *lean*, es decir, generar hipótesis sobre lo que el mercado necesita y validarlo rápidamente y a muy poco coste con el propósito de iterar de manera ágil y eficiente.

Es bien sabido que las empresas siempre han realizado estudios de mercado; sin embargo, se considera que el planteamiento tradicional utilizaba distintas técnicas y pretendía desarrollar el producto en su versión más completa antes de lanzarlo al mercado, lo que suponía una gran gasto en caso de ser un fracaso comercial o requerir muchas modificaciones técnicas.

Al situar al usuario en el centro de la experiencia y el “diseño” de la solución, parece evidente que conceptos como el *Customer Development* se aplique en ayudar a las personas con problemas relevantes como la discapacidad, la exclusión social u otra limitación.

Guillermo Martínez, un joven ingeniero de Madrid, lo tenía claro. A través de la impresión 3D, ha diseñado unas prótesis que hace llegar a las personas que las necesitan a través de la ONG Bamba Project, en Kenia.

En su página web, www.ayudame3d.org, deja claro cuál es su propuesta de valor.

Gráfico 8.

Objetivo principal: Tú eres Ayudame3D

- Mejora en tiempos de producción**
En un menor tiempo se conseguirán resultados óptimos, pudiendo abarcar gran cantidad de solicitudes.
- Nuevos diseños**
Prótesis3D a medida para cada persona, mayor calidad y confort.
- Accesibilidad y calidad de vida**
Demasiada gente no dispone de los recursos necesarios para optar por una prótesis3D. Tú puedes hacer que sus vidas mejoren.
- Formación, desarrollo cultural, innovación**
Desarrollo de competencias en países donde este tipo de tecnología es poco habitual. Cursos de formación en colegios y orfanatos.

CLICK PARA CONOCER MIS PROYECTOS

La acción social se consume como el resto de productos y servicios digitales

Si un producto es atractivo, fácil de usar y bien comunicado, triunfa. Los chicos de Malaria Spot vieron una oportunidad en la tendencia al alza de los videojuegos. Sabían que mientras más de mil millones de personas juegan habitualmente a los videojuegos, otros miles morían diariamente a causa de la malaria, enfermedad que muchas veces tardaba en diagnosticarse.

La idea fue brillante: utilizar la participación ciudadana para que los usuarios jugaran a identificar parásitos de la malaria. Pero, más allá del juego, los parásitos eran de personas reales. Voluntarios anónimos de 95 países diferentes jugaron más de 12.000 partidas que dieron lugar a una base de datos de 270.000 clicks en imágenes con parásitos. El análisis de estos datos reveló que la fusión de los resultados obtenidos por 22 voluntarios sin experiencia previa o 13 voluntarios entrenados durante un minuto permite obtener un recuento de parásitos perfecto, tan preciso como el de un experto microscopista.

Gráfico 9.



Adiós las ONGs tradicionales. Hola a los emprendedores sociales. Una nueva forma de gestionar un “negocio social”.

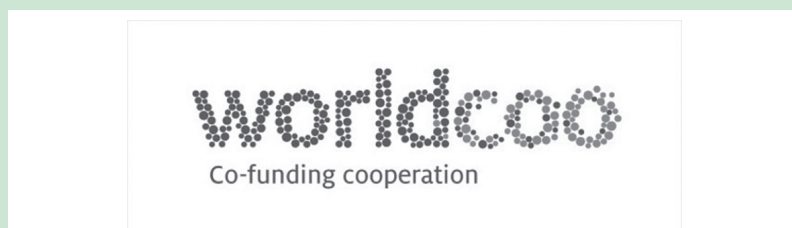
Un concepto que ha costado introducir en el tercer sector es la palabra “sostenibilidad”. De un tiempo a esta parte, una organización sin ánimo de lucro desarrollaba su actividad gracias a las diferentes subvenciones que era capaz de conseguir. Pero éstas son cada vez menos habituales y las instituciones sociales se han visto entre la espada y la pared: buscar un plan de sostenibilidad o morir.

Los jóvenes españoles con una ambición social no se lo plantean: quieren crear un negocio social y ser emprendedores sociales, ofreciendo un producto o servicio a un determinado colectivo, pero de manera sostenible, con unos ingresos, aunque éstos no provengan de las personas beneficiadas.

Es el caso de Alberto Cabanes, CEO de Adopta un Abuelo, que ya ha sido incubado en Área 31, del IE, y actualmente está en el espacio de Crowdfunding de Open Future de Telefónica.

Yendo un paso más allá, Sergi Figueres vio una oportunidad de cara a las ONGs que trabajaban con el modelo tradicional e ideó una solución que ayudara tanto a beneficiarios como a las organizaciones: Worldcoo.

Gráfico 10.



Worldcoo es un widget que se integra en plataformas e-commerce y ofrece la posibilidad de donar 1€ en el proceso de compra *online* de un producto o servicio. Esta recaudación se destina a proyectos reales de ONGs, y Worldcoo cobra un 8% sobre euro recaudado. Hasta la fecha han recibido más de 2 millones de inversión, han financiado 184 proyectos y han llegado a 134.290 beneficiarios directos.

Entre sus valores de empresa destacan la Innovación, la transparencia-ofrecen total trazabilidad sobre las donaciones desde la web a su destino- y el compromiso social, destinando el 70% de sus beneficios a proyectos sociales o reinversión en I+D+I.

La Transformación Digital posibilita la eficiencia y optimización de recursos, el seguimiento y la medición de impacto

En las entidades sociales no se busca rentabilidad económica, pero el ahorrar a través de la eficiencia de la utilización de recursos puede suponer tener más presupuesto para la acción social. Los jóvenes emprendedores sociales son conscientes de sacar el máximo partido a cada euro invertido y que la medición de impacto y transparencia es un valor fundamental.

Un gran ejemplo de esta filosofía es It Will Be (www.it-willbe.org) que, no sólo diseña proyectos sociales propios utilizando la tecnología para mejorar la vida de las personas, sino que utiliza ésta para ser más eficiente. En su caso, la tecnología Blockchain.

Gracias a esta tecnología descentralizada, una ONG puede hacer el seguimiento de toda la trazabilidad de cada euro que se invierte en un actividad social, lo cual aporta transparencia con los financiadores o donantes, eficiencia y optimización. Arancha, responsable de esta entidad, también utiliza el blockchain para el seguimiento de procesos en la gestión de los proyectos. It Will Be, que desarrolla proyectos sociales en India, es capaz de controlar cada pago que se realiza a un colaborador local y saber en qué momento se efectúa, pudiendo el mismo colaborador recibir una notificación en su móvil con la confirmación.

Conclusión

No queda ninguna duda que la revolución digital lo ha cambiado todo: la forma en que consumimos, nos comunicamos y aprendemos. Y hemos visto el potencial de la tecnología para generar nuevas soluciones a grandes problemas que aquejan nuestra sociedad.

Las empresas se ven obligadas a transformarse para dar respuesta a unas necesidades de usuarios que ya van más avanzados digitalmente de lo que ofrecen. Y todos los sectores, también los del tercer sector, se ven obligados a adaptarse a una situación que ya es una realidad, y que progresa a un ritmo exponencial.

Los jóvenes nacen ya en este nuevo paradigma y lo adoptan como natural. No entienden el mundo de otro modo e incluso se muestran molestos e impacientes cuando las cosas no funcionan como esperan: una mala conexión, un retraso en una entrega, una experiencia de poca calidad o una marca que no personaliza lo suficiente un servicio. Pero, en contraste con una imagen quizás tirana, los jóvenes de hoy se mueven por propósitos. Están informados, participan de iniciativas y son más solidarios y colaborativos que nunca. La tecnología se lo permite, y son capaces de hacer uso de ella para hacer el bien social.

Saben qué reglas de juego imponer en su participación en el mundo social. Es un cambio de herramientas, de modelo de operación y también de forma de pensar. Es una forma de intervención ágil, fresca, con experiencia de usuario. Y mucha, mucha ambición. Con un perfil de joven así, podemos estar tranquilos que habrá muchas iniciativas para cambiar el mundo.

Referencias bibliográficas

Fundación Telefónica (2018). "Sociedad Digital en España 2017"

Juniper Research (2018). "Retail Banking: Digital Transformation & Disruptor Opportunities 2017-2021"

www.bbc.com

GEM Especial Global Entrepreneurship Monitor (2015) "Especial Topic Report Social Entrepreneurship"