

MISCEL·LÀNIA. PLATAFORMES TECNOLÒGIQUES

## Innovació social: el perquè d'un fenomen emergent

**Mariona Luis Tomás**

Innobalears. Consultora dels Estudis d'Economia i Empresa (UOC)

**RESUM** La innovació social és un fenomen emergent en què grups de persones es posen d'acord per a donar resposta a desafiaments comuns. La innovació social s'està implantant a la societat a través de plataformes tecnològiques basades en internet i les xarxes socials que permeten posar en contacte les persones que comparteixen els mateixos objectius.

Els formats d'innovació social són diversos i estan basats en l'intercanvi, l'ús compartit de recursos, la transmissió de coneixement i la confiança avalada per la reputació col·lectiva.

La innovació social s'està consolidant perquè és deguda a canvis en els valors dels usuaris, en la demanda de serveis i en la forma amb què es consumeixen. Fenòmens com Airbnb, Uber o Goteo corresponen a la punta de l'iceberg de la innovació social al mercat espanyol, un procés que tot just comença.

**PARAULES CLAU** innovació social; consum col·laboratiu; economia col·laborativa; comunitats; intel·ligència col·lectiva

### *Social Innovation and how it is arriving into society*

**ABSTRACT** *Social Innovation is an emerging phenomenon where groups of people are connected to face mutual challenges. Social innovation is arriving into society through internet based platforms and social networking that allow people with the same objectives to get in touch.*

*Social innovation formats are diverse, and they are based on the interchange of things and services, the shared use of resources, knowledge transmission, and reliability related to collective reputation.*

*Social innovation is consolidating because it is based on changes in users' values, in the demand for services, and in the way services are consumed. Phenomena like Airbnb, Uber or Goteo are the tip of the iceberg of Social Innovation in Spain, a process that is just beginning.*

**KEYWORDS** *social innovation; collaborative consumption; collaborative economy; communities; collective intelligence*

## Introducció

Aquest article revisa un concepte nou, la innovació social, i descriu la manera com està començant a instal·lar-se en la societat actual.

Es comença amb una definició genèrica del concepte, així com també amb la descripció d'alguns altres conceptes associats que s'han de posar en valor per a parlar de l'aplicació pràctica de la innovació social.

Segueix amb una recopilació dels principals formats emergents per als quals la societat s'està organitzant, les modalitats amb què s'implanta i els elements que la componen.

Finalment identifica alguns exemples concrets d'innovació social que estan emergint amb força i aporta algunes directrius de cap a on podria orientar-se la innovació social en els pròxims anys.

## 1. Què és la innovació social?

Els que ens dediquem a gestió de la innovació, hem vist com durant els últims vint anys la innovació ha passat de ser una activitat exclusiva dels centres de coneixement (universitats, centres de recerca, etc.) a ser-ho també de les empreses de gran dimensió, on era fàcil trobar laboratoris i departaments d'I+D i on es feia innovació tancada i no compartida. I posteriorment aquesta innovació ha passat de les empreses (quan vàrem veure petites empreses que desmuntaven grans monopolis a partir de coneixement i idees) a les persones (que són els vertaders promotors de la innovació) i a la societat en general.

Per a la Unió Europea la innovació social consisteix a trobar noves formes de satisfer les necessitats socials, les quals no es troben adequadament cobertes pel mercat o el sector públic, o també a produir els canvis de comportament necessaris per a resoldre els grans reptes de la societat (*Innovation Union*, European Commission 2010). La forma de fer-ho és capacitant la ciutadania i generant noves relacions socials i nous models de col·laboració.

Es tracta, per tant, d'una innovació<sup>1</sup> promoguda des de les persones, i parla de com grups de persones s'organitzen per a combatre desafiaments comuns. En aquest context, han sorgit alguns conceptes associats al d'innovació social que s'han de considerar per a entendre millor el moment històric en el qual estem respecte a l'organització de les persones. Són els següents:

- **Comunitats:** grups de persones que s'articulen al voltant d'un objectiu comú, d'un interès.
- **Innovació oberta:** concepte definit per Henry Chesbrough (2006), que sosté la teoria que, si es comparteix el coneixement, l'agent que desenvolupa una tecnologia és el que està en millors condicions de desenvolupar-la, i tot l'entorn es veu afavorit. Aquest concepte es pot generalitzar a entorns no tecnològics, partint de la base que una societat que comparteix el que sap, viu millor.
- **Economia col·laborativa/Consum col·laboratiu<sup>2</sup>:** l'economia col·laborativa o consum col·laboratiu és una branca de la innovació social (que té a veure amb com s'organitzen les persones per a combatre desafiaments comuns) que es centra en l'intercanvi de béns i serveis fent servir la tecnologia com a manera de posar en contacte les persones i avalar-ne la reputació. És l'actualització de la tradicional forma de compartir, deixar en préstec, llogar, regalar o intercanviar, que estava molt present en la societat fins a mitjan segle passat, a través de l'ús de les xarxes socials i d'internet, i és la forma d'innovació social que està prenent més força a escala global.

---

1. [http://es.wikipedia.org/wiki/Innovaci%C3%B3n\\_social](http://es.wikipedia.org/wiki/Innovaci%C3%B3n_social)

2. <http://www.collaborativeconsumption.com/>

## 2. Per a què les comunitats fan innovació social

Després d'un període de crisi global, que ha estat especialment significativa a Espanya i reconeguda com una crisi de valors que ha remogut els ciments sobre els quals es sustenta la societat, apareixen nous valors i noves formes de consumir que fomenten la inserció de l'individu dins la societat i la seva coresponsabilitat sobre la seva pròpia vida i sobre els serveis de què disposa. Un aspecte que està transformant les estratègies de les organitzacions empresarials.

Així tenim, d'una banda, un canvi en els hàbits de consum d'un col·lectiu cada cop més ampli de persones, interessades a gaudir de serveis o infraestructures que la seva situació econòmica no els permet tenir en propietat. D'altra banda, com a mínim en els països occidentals, la generalització de l'ús d'internet permet a qualsevol persona identificar altres persones que tenen interessos, objectius o desafiaments comuns. Això dona lloc a un compromís i una tendència cada cop més gran a compartir, a cocrear i a coresponsabilitzar-se del que passa en els àmbits social, cultural, polític i econòmic.

S'introdueix en aquest apartat una llista dels formats amb què grups de persones, les comunitats, s'organitzen per a combatre desafiaments comuns, és a dir, fan innovació social.

### 2.1. Per a cocrear

Les comunitats s'uneixen per a cocrear, per a generar coses noves a partir d'aportacions individuals de moltes persones. Són exemples d'innovació per a la cocreació els espais de creació literària compartida (Soopbook<sup>3</sup>), els sistemes conjunts de generació de documents (Google Drive<sup>4</sup>), la creació de postals nadalencs conjunts (com la de la UOC 2015), etc.

### 2.2. Per a cofinançar

Les comunitats també s'uneixen per a cofinançar, el que s'anomena *crowdfunding*<sup>5</sup>, finançament d'iniciatives mitjançant micropagaments<sup>6</sup> de persones que es senten compromeses en una causa. Durant l'any 2011 va proliferar la creació de plataformes de *crowdfunding*<sup>7</sup> (que són llocs en què uns usuaris penguen els seus projectes que volen finançar –que solen tenir un contingut social, cultural, emprenedor, etc.– i altres usuaris tenen oportunitat de contribuir que es facin realitat pagant petites quantitats de diners), i a poc a poc han anat quedant les plataformes que han estat capaces d'articular una comunitat més gran d'usuaris. Alguns exemples a Espanya són plataformes com Goteo<sup>8</sup>, Lanzasos<sup>9</sup> o Hazloposible<sup>10</sup>.

---

3. <http://soopbook.es/>

4. <https://www.google.com/intl/en/drive/>

5. <http://en.wikipedia.org/wiki/Crowdfunding>

6. <https://www.youtube.com/watch?v=jA1t5KpNb2E>

7. <http://www.practicaecommerce.com/articles/2853-13-Crowdfunding-Websites-to-Fund-Your-Business>

8. <http://goteo.org/>

9. <http://www.lanzasos.com/>

10. <http://hazloposible.org/wp/portada/>

### 2.3. Per a intercanviar béns i serveis

Una altra temàtica que uneix comunitats és la d'intercanviar béns i serveis. Així, sorgeixen els **bancs de temps**<sup>11</sup>, en els quals una hora de cada persona val el mateix i s'intercanvia de forma voluntària temps entre persones. També hi ha intercanvi de cases<sup>12</sup>, intercanvi d'automòbils entre ciutats, etc.

### 2.4. Per a compartir opinions i votar

Les comunitats s'uneixen per a compartir opinions i enriquir-se a partir d'opinions d'altres. Aquest tipus de comunitats inclouen les classificacions més diverses: pel·lícules, vídeos, partits polítics, música, restaurants, hotels, destinacions turístiques... Potser els exemples de comunitats més consolidades estan vinculats a l'experiència turística, amb plataformes com **Tripadvisor**<sup>13</sup>.

### 2.5. Per a compartir coneixements

L'exemple més significatiu de la comunitat global que comparteix coneixement és sens dubte la **Viquipèdia**<sup>14</sup>, en la qual tot tipus de ciutadans construeix i comparteix coneixements en el seu idioma i a la qual qualsevol persona pot contribuir sempre que corrobori el coneixement que comparteix amb referències consolidades. Seguint el concepte de Viquipèdia, són moltes les comunitats (especialment en el món acadèmic, científic i tecnològic) que articulen el coneixement de què disposen amb una predisposició global (amb la idea d'identificar i compartir tot el coneixement que hi ha en el món sobre un tema determinat), en la qual cadascú aporta el que sap per a construir una teoria conjunta sobre una àrea determinada.

### 2.6. Per a compartir recursos

Les comunitats s'uneixen cada cop més perquè tots els seus membres puguin gaudir de serveis o coses que no volen o no poden posseir. Així, hi ha grups de persones que s'organitzen per a compartir vivendes, compartir **experiències turístiques**<sup>15</sup>, compartir **transports en un vehicle**<sup>16</sup>, compartir vaixells, etc. És la punta de l'iceberg de la innovació social, la part més visible d'un moviment que tot just està començant i que agrupa entitats com **Airbnb**<sup>17</sup>, **Creciclando**<sup>18</sup>, etc.

---

11. <https://timerepublik.com/?locale=es>

12. [https://www.homeexchange.com/en/?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_term=homeexchange&utm\\_campaign=English+++Other+++Worldwide&mkwid=sjuP9q1y5\]dc&pclid=48225011994&gclid=CLPm3\\_XS6MMCFcPJtAod3IU-Aew](https://www.homeexchange.com/en/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_term=homeexchange&utm_campaign=English+++Other+++Worldwide&mkwid=sjuP9q1y5]dc&pclid=48225011994&gclid=CLPm3_XS6MMCFcPJtAod3IU-Aew)

13. <http://www.tripadvisor.es/>

14. <https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>

15. <http://es.trip4real.com/>

16. <http://www.blablacar.es/>

17. <https://www.airbnb.es/>

18. <http://www.creciclando.com/>

### 3. Els elements que componen una innovació social

Els elements que componen una innovació social principalment són tres, tots imprescindibles:

- Un sentit, un objectiu en comú. La innovació social s'articula al voltant de desafiaments comuns entre persones. Aquests desafiaments poden ser d'allò més diversos (compartir coneixement, obtenir un casa per a les vacances, intercanviar roba d'infant, etc.), però són el desencadenant de la innovació social.
- Una comunitat. Un grup de persones que es compromet amb el sentit o l'objectiu comú de la innovació social i comença a fer passes per a donar-hi resposta. Les comunitats es solen articular informalment, però a mesura que creix la innovació social es converteixen en fundacions, ONG, associacions, etc.
- Tecnologia, en particular internet. Es fa servir la tecnologia per a involucrar més persones en la innovació social a partir de transmetre el sentit de les innovacions que es porten a terme, per a mantenir la cohesió dels grups, per a contactar altres iniciatives semblants en altres llocs del planeta, per a identificar altres iniciatives semblants... Internet es fa servir com a canal de comunicació un a un, i com a canal de comunicació col·lectiu a través de les xarxes socials.

### 4. El futur de la innovació social

La innovació social parteix d'un canvi en els valors i la visió dels usuaris, i en la generalització de l'ús d'internet per a posar a comunitats en contacte. Tot i així, com a fenomen emergent té alguns factors que la converteixen en un element amb cert risc social: La alegalitat que envolta la innovació social (ja que no està normativitzada per la seva recent emergència i la rapidesa de la implantació) i la manca d'antecedents estan provocant, entre les entitats i grups d'interès que es senten afectats per aquesta activitat, un rebuig sota l'acusació d'intrusisme, economia submergida, baixa protecció dels drets dels consumidors, manca de responsabilitat i evasió d'impostos, entre d'altres.

Tot i això, sembla que la innovació social ha vingut per a quedar-se, i hi ha un consens general entre els actors socials i empresarials que el moviment podria endarrerir-se des dels governs, però no es pot aturar perquè sorgeix de canvis en la demanda.

La participació de fons de capital risc en iniciatives d'economia col·laborativa, la comercialització d'elements que vénen de «les indústries tradicionals» (com ara habitacions d'hotel) a través de canals d'economia col·laborativa (com Airbnb) i la integració de la tecnologia de l'economia col·laborativa amb tecnologies de negocis tradicionals (com ara la plataforma de transport Uber amb la cadena hotelera Hyatt o amb United Airlines) fan pensar que l'economia col·laborativa s'integrarà com a part de les oportunitats de servei als usuaris.

## Conclusions

La innovació social té a veure amb com s'organitzen les persones per a combatre desafiaments comuns, i es centra a compartir, cocrear i intercanviar béns i serveis fent servir la tecnologia com a manera de posar en contacte les persones i avalar-ne la reputació.

La innovació social està adoptant diferents formats (allotjament, transport, intercanvi de serveis, préstecs econòmics, intercanvi de roba i d'accessoris per a nadons, grups de consum, finançament multitudinari, intercanvi de menjar, etc.) i és un fenomen que tot just comença a Espanya a desplegar el seu potencial, principalment centrat en l'intercanvi d'infraestructures turístiques (allotjament, transport, restauració i intercanvi de serveis), però també en molts altres àmbits d'un caire més orientat a la sostenibilitat social.

La innovació social ha vingut per a quedar-se ja que sorgeix de canvis en la demanda, i la pressió social i la ràpida emergència i consolidació de múltiples plataformes n'avalen l'interès social.

Tot això són paràmetres que val la pena considerar i observar amb criteri des de qualsevol àmbit per tal de promoure la integració, de forma adequada, del moviment col·laboratiu dins de l'activitat social de qualsevol entorn i entendre-ho com una passa més cap a la descentralització i la independència de les persones a través de la consciència i la responsabilitat.

## Referències bibliogràfiques y webgrafia

CHESBROUGH, H. (2006). «Open Innovation. The new imperative for creating and profiting form technology». *Harvard Business Review*.  
[http://www.internationalmonitoring.com/fileadmin/Downloads/Trendstudien/IMO%20Trendstudie\\_Howaldt\\_englisch\\_Final%20ds.pdf](http://www.internationalmonitoring.com/fileadmin/Downloads/Trendstudien/IMO%20Trendstudie_Howaldt_englisch_Final%20ds.pdf)  
[http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-32879-4\\_1](http://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-32879-4_1)  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Innovaci%C3%B3n\\_social](http://es.wikipedia.org/wiki/Innovaci%C3%B3n_social)

Definició d'innovació social:

[http://www.youtube.com/watch?v=Sfcf-\\_ofKz8](http://www.youtube.com/watch?v=Sfcf-_ofKz8)

Article teòric sobre definició i tendències en innovació social:

[http://www.internationalmonitoring.com/fileadmin/Downloads/Trendstudien/IMO%20Trendstudie\\_Howaldt\\_englisch\\_Final%20ds.pdf](http://www.internationalmonitoring.com/fileadmin/Downloads/Trendstudien/IMO%20Trendstudie_Howaldt_englisch_Final%20ds.pdf)

Vídeo *Cápsulas de innovación* (a partir del minut 15'20"), conferència de Jaume Albaiges:

<http://www.redjovesolides.org/foro/materiales/videos#.UZyRe6LOF9w> (vídeo «cápsulas de innovación», a partir del minut 15'20'', conferència Jaume Albaiges)

Definició de *crowdsourcing*:

[http://es.wikipedia.org/wiki/Crowdsourcing#cite\\_ref-0](http://es.wikipedia.org/wiki/Crowdsourcing#cite_ref-0)

Vídeo del que li va posar nom al *crowdsourcing*:

[http://www.youtube.com/watch?v=F0-UtNg3ots&feature=player\\_embedded#](http://www.youtube.com/watch?v=F0-UtNg3ots&feature=player_embedded#)

Vídeo explicatiu de com funciona el *crowdfunding*:

<http://www.youtube.com/watch?v=jA1t5KpNb2E>

Article crític:

<http://www.todostartups.com/bloggers/desmontando-el-crowdfunding-por-manzanerame>

Taula de *crowdfunding* (a partir del minut 54'20") i presentació sobre *crowdfunding*:

<http://www.tecnologia.org/?p=1417&lang=ca>

<http://www.esade.edu/web/eng/about-esade/today/events/viewelement/287624/1/13-05-2013/collaborative-consumption>

<http://www.collaborativeconsumption.com/>



**Mariona Luis Tomás**

**mluist@uoc.edu**

**Innobalears. Consultora dels Estudis d'Economia i Empresa (UOC)**

Enginyera industrial per la Universitat Politècnica de Catalunya, postgraduada en Gestió i planificació de projectes per l'Institut Català de Tecnologia, en E-learning per la Universitat Oberta de Catalunya i en un mòdul de Desenvolupament directiu per l'Institut d'Empresa.

Ha dedicat tota la seva vida professional a consultoria, en una fase inicial per a empreses multinacionals com Norsistemas o Deloitte Consulting.

L'any 2003 va tornar a Mallorca i va ser directora d'Innovació al Parc Balear d'Innovació Tecnològica (Parc BIT), i des de l'any 2005 treballa com a autònoma (sota la marca InnoBalears) especialista en gestió de la innovació per a empreses, universitats i entitats vinculades a l'Administració pública en àmbit regional, nacional, europeu i internacional. És col·laboradora docent d'innovació en diferents estudis de grau i postgrau de la UOC, i des de 2009 investiga sobre innovació social i els mecanismes a partir dels quals aquesta arriba a la societat, entre els quals hi ha l'economia col·laborativa.

InnoBalears:

<http://innobalears.com/>

Entrades al bloc d'InnoBalears amb etiqueta d'innovació social:

<http://innobalears.blogspot.com.es/search/label/innovaci%C3%B3n%20social>

Col·laboració amb temàtica d'innovació social amb la revista Namaste:

<http://www.revistanamaste.com/author/mariona/>

Els textos publicats en aquesta revista estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement 3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los, comunicar-los públicament i fer-ne obres derivades sempre que reconegueu els crèdits de les obres (autoria, nom de la revista, institució editora) de la manera especificada pels autors o per la revista. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/deed.ca>.

