

Manual estrategias de Innovación Colectiva para afrontar las crisis en Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC)



Diego Álvarez

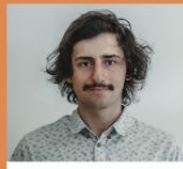
Gestor de Innovación, Ing. Comercial

Noviembre 2020

OBJETIVO



Entregar a las organizaciones sociales nociones y herramientas de innovación colectiva para ser usadas como estrategia de adaptación a los contextos de crisis.



Diego Álvarez

Gestor Proyectos
www.naciondigital.org

Ingeniero Comercial de la Universidad de Concepción, licenciado en Economía y actualmente cursando Magister Ordenamiento Territorial y Geografía en Universidad Alberto Hurtado.

Experiencia como gestor de innovación y emprendedor de diversas organizaciones durante los últimos 7 años entre Concepción y Santiago. Coordinador de programas de innovación, conectando lo regional con lo internacional.

CONTENIDO

1	INTRODUCCIÓN	2
2	FENÓMENO DE INNOVACIÓN EN OSC	3
	2.1 Qué es “innovación” en una OSC	6
	2.2 Innovación e Inteligencia Colectiva.	
	2.3 Innovación y tecnología	9
	2.4 Tipos de Innovación para OSC	10
3	INNOVACIÓN COMO ESTRATEGIA EN UNA OSC	13
	3.1) Gestión de la innovación.	13
	3.2) Los objetivos de una estrategia de innovación en la organización.	15
	3.3) Procesos hacia una OSC innovadora	
4	HERRAMIENTAS DIGITALES DISPONIBLES PARA INNOVACIÓN COLECTIVA EN OSC	26
	4.1) Compilar conocimientos (Wikis)	27
	4.2) Flujo de información (Typeform)	28
	4.3) Herramienta de coordinación (Asana).	29
	4.4) Mapas Mentales (Padlet)	30
5	REFLEXIÓN FINAL	31
6	LINKOGRAFÍA	32

INTRODUCCIÓN

Fuertes son los golpes que deja una crisis sanitaria en medio de una crisis social, siendo así afectados también el sector que representan las Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) del país. Este sector, que involucra a 310.000 empleadas y más de 1.9 millones de voluntaries en Chile, reconoce verse profundamente afectado por los desafíos que presenta el contexto, identificando la necesidad de construir nuevas estrategias para adaptarse a dichas crisis.

El fundamento del presente documento es que, si se quiere sobrevivir a la incertidumbre de las crisis, las organizaciones **deben ser cada vez más ágiles para responder a los, cada vez más rápidos, cambios y desafíos que el entorno propone**, para así mantener atendidos los espacios de necesidad, donde el privado no le interesa ir y a los que el estado no alcanza a llegar.

Las ciencias organizativas modernas nos hablan de las organizaciones como sistemas ordenados de relaciones humanas en pos de un mismo objetivo, encontrando nuevas fronteras distintas a los paradigmas industriales. Se conoce que las organizaciones muy verticales resultan muy lentas a la hora de reaccionar ante los cambios y que una organización que no cambia en 5 años promedio, ya no estará viva luego. Este diagnóstico empeora en tiempos de crisis.

La innovación en una organización no tiene que ver con la cantidad de tecnología disponible, sino que se refiere a la capacidad que ésta tiene de escuchar, de reaccionar y de adaptarse al entorno. La innovación ocurre tanto por

necesidad como por oportunidad. Para que ocurra, de cualquier forma, la OSC debe estar presente y dispuesta.

Cuando una organización tiene una fuerza de trabajo conectada y empoderada, la inteligencia colectiva es su fuerza, capaz de reconocer, construir y aplicar soluciones al momento donde estas se presenten. Esto permite que la organización realice un proceso de atención y adaptación constante al entorno, imitando a la naturaleza y su proceso evolutivo. **Las organizaciones tienen que pasar de funcionar centralizadamente o pluri-centrales hacia modelos de organización integrados. ¿Es entonces posible gestionar la innovación colectiva dentro de una OSC?**

Este texto es una invitación a que las OSC se pregunten: ¿Dónde se encuentra la información que necesito para adaptarme al contexto? ¿Qué capacidades hemos construido para escuchar y mejorar? ¿Cómo podemos fortalecer la colaboración entre la organización para que la sinergia sea la regla y no la excepción?

Se busca con este texto y las instancias complementarias, provocar la discusión entre las OSC respecto a la Innovación Colectiva cómo estrategia organizacional para enfrentar los periodos de crisis actuales y futuros.

2 - FENÓMENO DE INNOVACIÓN EN UNA OSC

2.1 Qué es “innovación” en una OSC

Innovar es cambiar para mejorar algo. La innovación es un concepto abstracto que implica la mejora de un proceso. En una organización social, su capacidad de innovar significa la capacidad de ésta de buscar la superación o adaptación para la realización de cualquier actividad que sea necesaria para atender su causa.

Hoy la palabra representa un área de estudio específica explorada tenazmente durante las últimas décadas, principalmente por el sector económico y el afán productivista. Los estudios han encontrado diversas dinámicas, procesos y formas que parecen resultar eficaces en incentivar y potenciar la sinergia entre personas, para organizarse y cumplir un mismo objetivo. Este interés por descubrir las formas de eficientar las relaciones humanas han demostrado que las organizaciones de personas que son más jerárquicas y centralizadas resultan mucho más rígidas y menos flexibles, por ende menos propensas a sobrevivir en escenarios de alta incertidumbre.

2.2 Innovación e Inteligencia Colectiva

Estos conceptos tienen su relación en que el fenómeno de innovación dentro de una organización es, primera y finalmente, un proceso humano sobre su entorno. Su ocurrencia surge a diversas escalas y lugares dentro del mundo en que la organización se mueve. En principio es

ofrecida por las circunstancias y su potencialidad se encuentra distribuida por toda la extensión de la operación. Este es un fenómeno escurridizo, que se encuentra la mayor cantidad de veces en terreno o en la operación misma. Cómo la inspiración, esta no se abre necesariamente en las reuniones o en las oficinas directivas, de hecho, se podría decir que son las menos de las veces. Por esto, es importante que este fenómeno, la oportunidad de innovar, pueda ser reconocido, validado y comunicado a tiempo por cualquiera punto o persona de la organización y que esta información no se pierda. Por su características, la innovación, es un fenómeno favorecido por la colaboración.

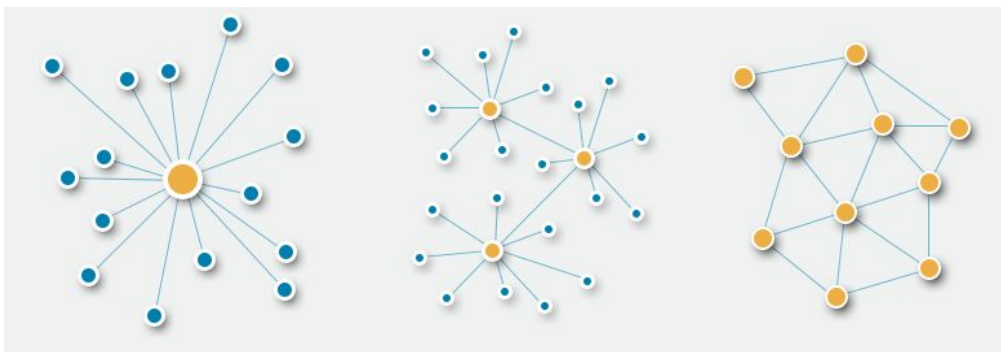
Se ha comprobado en los estudios organizativos que las organizaciones más jerárquicas y piramidales son mucho más rígidas y lentas a los cambios. Por ende, una estrategia que busca fomentar la innovación como respuesta a los constantes cambios que ofrece el entorno actual, debe ser todo lo contrario. Esta debe ser ágil y rápida en la identificación de los problemas o las oportunidades, así como en las medidas y los cambios que sean necesarios hacer para afrontarlos. Por lo que, se recomienda a las organizaciones modernas ser mucho más horizontales y favorecer la colaboración radical entre sus integrantes, construyendo y fomentando la comunicación entre la extensión de su área, así como acortando las brechas de decisiones entre sus integrantes.

La inteligencia colectiva, se refiere a una inteligencia repartida en todas partes, coordinada, que conduce a una movilización efectiva de las ideas. El objetivo de la inteligencia colectiva es el reconocimiento y el enriquecimiento mutuo de las personas coordinadas por un objetivo. Esta surge de la colaboración de muchos individuos. La ventaja de favorecer la inteligencia

colectiva en una organización es la de permitir a los individuos superar sus límites cognitivos individuales y aumentar nuestros rangos de acción, ya que por medio de la colaboración con otras personas y el conocer el entorno con una comunicación eficaz, la forma de pensar o de tomar decisiones permite abrir la mente organizacional y tomar mejores decisiones estratégicas.

Para lograr esto, la organización debe tener flujos de información distribuidos de manera instantánea, o semi instantánea, a través de toda la organización, siendo este el factor clave para la posibilidad de este tipo de inteligencia. Esto quiere decir que todos los nodos de la organización se encuentren conectados entre si y que haya una cultura que favorezca esta comunicación.

Figura 1. Tipos de organización



Centralizada - Descentralizada - Integrada

2.3 Innovación y tecnología

Por otro lado, se limita muchas veces entender y relacionar la innovación con la capacidad tecnológica que tiene una organización, es decir, con la disponibilidad que tienen para utilizar tecnología al realizar su actividad. Sin embargo, esto es impreciso para analizar la innovación como una posible estrategia organizacional.

Primero entender que la tecnología no es únicamente de carácter digital o los equipos modernos, sino que es un concepto mucho más amplio, que abarca a cada herramienta que pueda ser útil para realizar una actividad, inclusive el conocimiento es entendido como tecnología. Entonces, es importante diferenciar que la innovación es un proceso humano de cambio, en el que se hace parte a la tecnología pero no es ésta necesariamente.

Por otro lado, la tecnología resulta cada vez más cercana y abierta para su uso, por lo que la gran interrogante en este momento es como ésta se implementa, más que la construcción o desarrollo de ella. Es clave aquí entender que la tecnología por sí misma no es un fin, sino más bien es un medio. Las herramientas pueden facilitar las acciones, pero también retrasarlas si no se aplican correctamente.

Sin duda las nuevas tecnologías han ocasionado una gran revolución para lo que son los procesos de innovación e inteligencia colectiva en una organización, por el acercamiento que esta permite de las personas y las ideas. Es imposible que todos seamos sabios de todo, pero sí podemos ser expertos en un pequeño área. Gracias a las nuevas tecnologías y al poder

de internet podemos juntar todos esos micro saberes casi en tiempo real creando una única inteligencia colectiva para la organización.

2.4 Tipos de Innovación para OSC

Sin duda los fenómenos de la innovación pueden ser tan únicos como diversos en su naturaleza ya que generalmente provienen del contexto, sino estos lo modifican. No siempre es fácil reconocer la innovación cuando esta sucede o se necesita, por lo que será de ayuda entender dimensiones básicas que puede tomar la innovación en una OSC, para facilitar identificarla.

A continuación se proponen los siguientes marcos o tipos de innovación que pueden encontrarse en las organizaciones. La innovación puede reconocerse en una organización en 3 dimensiones, respecto a su intensidad, su naturaleza y el espacio donde se aplican, como se resume en la siguiente tabla.

Tipos de innovación	
2.4.1 Según el grado de la innovación	Innovación incremental Innovación radical
2.4.2 Según la naturaleza de la innovación	Innovación tecnológica Innovación Comercial Innovación organizativa
2.4.3 Según el espacio	Innovación exterior Innovación interior

2.4.1 Según el grado de la innovación

Innovación incremental: Esta se refiere a pequeños cambios progresivos para aumentar o modificar la funcionalidad de una parte de la organización. Modificando partes y no la esencia de la actividad en sí.

Innovación radical: supone una ruptura con lo anterior, un giro que sale de los resultados naturales del procedimiento y que da lugar a nuevos servicios, diseños y formas de hacer las cosas. Acciones sustancialmente novedosas.

2.4.1 Según el grado de la innovación

Innovación tecnológica: Es el caso cuando una herramienta tecnológica significa un medio para introducir un cambio en la organización. Este es el caso del uso de internet remoto y el uso de videollamadas para continuar la operación.

Innovación Comercial: Se refiere a los cambios en las relaciones, dinámicas o acuerdos que tiene la organización con el entorno, ya sea vinculación con el medio, acuerdos comerciales, alianzas estratégicas, proveedores, etc. Cada forma de relacionarnos con ellos define el desempeño de nuestro accionar. Las relaciones también están sujetas a cambios, sobre todo frente a la incertidumbre, lo que también pueden ser una oportunidad de encontrar mejores relaciones que hagan más efectiva la labor de la organización.

Innovación organizativa: Orientado a identificar los cambios que son hacia la misma organización y el funcionamiento interno. Aquí se propone la inclinación por un mayor acceso al conocimiento y aprovechamiento de los recursos disponibles, a aumentar los flujos de decisión y acortar las brechas de decisión. Una estrategia basada en la innovación dentro de una organización se trabaja en esta naturaleza de innovación.

2.4.3 Según la aplicación

Innovación en los servicios: Se puede definir como un nuevo bien o servicio, o una mejora gradual en alguno de los ya ofrecido por la organización respecto a sus característica básicas, especificaciones técnicas y otros componentes intangibles o finalidades deseadas.

Este ítem hace referencia a los cambios en la oferta de la organización, diferenciándolo de los cambios comerciales vistos anteriormente.

Este tipo de innovación es una de las estrategias más habituales para aumentar la efectividad de los servicios de la organización, mediante la reducción de costes de operación o distribución, aumentando el impacto o las externalidades positivas de la gestión.

Innovación organizacional: Consiste en la redefinición de los procesos operativos o los flujos de información internos de la organización, con el fin de aumentar el impacto de nuestros servicios. El resultado al ser

significativo debería afectar a la cadena de operación mediante un ahorro de costes o simplificación del proceso. En este ítem se buscan resultados significativos que mejoren la efectividad y el impacto de la organización

INNOVACIÓN COMO ESTRATEGIA EN LAS OSC

El siguiente apartado busca examinar en qué consiste y cómo se puede aplicar una estrategia de innovación en las OSC.

3.1) Gestión de la innovación

Cómo se tipificó anteriormente, el fenómeno de la innovación puede verse en diversas formas y dimensiones. Ya sea en procedimientos y herramientas o en los mismos servicios ofrecidos, es un fenómeno particular en cada caso, derivado de cada contexto y esto lo hace difícil de entender, sin embargo no de practicar. El fenómeno de la innovación ocurre día a día, espontáneamente, en las distintas interacciones que tienen las OSC con su entorno, a través de sus trabajadores y voluntarios, muchas veces perdiéndose en el olvido de una reunión lejana en el tiempo.

Adoptar una estrategia de innovación colectiva para su organización, en otras palabras, es activar la inteligencia grupal que trabaja en la OSC. Es generar una gradual descentralización de la creatividad en la OSC. Es facilitar que cualquier integrante, sobre todo a los que ven los

problemas frente a frente, propongan y levanten las iniciativas que ayudarán a la organización a aprender más de su entorno y adaptarse rápidamente. ¿Se puede entonces gestionar el fenómeno de la innovación? ¿Puede este fenómeno avanzar por sí solo?

Gestionar el fenómeno de la innovación es disponer a la organización para que esta gradualmente funcione más como un sistema pensante en sus múltiples aristas que en una pirámide de responsabilidades. Este fenómeno puede ser reconocido y transformarse en un proceso, hasta llegar a ser una cultura organizacional. La clave es la comunicación y los flujos de información en la OSC. En la medida que la organización genere y fomente los canales para la generación, la conservación y la socialización del conocimiento útil, esta estará cada vez más cerca de ser una organización capaz de reaccionar a tiempo a los cambios del entorno.

El proceso de gestar la innovación nace de una cultura organizacional, que invita a sus integrantes a ser proactivos, facilitadores de la innovación. Luego, viene el procedimiento de identificación, cómo y cuándo se genera conocimiento útil. Finalmente, generar los canales de comunicación necesarios para transmitirlo, evaluarlo, destinar recursos para atender la innovación.

Sin dudas, como toda estrategia organizacional, este es un proceso que requiere de fuertes liderazgos y convicciones dentro de la organización, así no tanto de

recursos monetarios. Por esto último es que se propone como una medida tentadora a la hora de pensar en estrategias que ayuden a mitigar, e incluso aprovechar, los efectos de las crisis.

3.2) Los objetivos de una estrategia de innovación en la organización.

El objetivo último que se persigue con la gestión de la innovación es que cualquier organización, independientemente de su tamaño, tenga la capacidad de gestionar y no perder el conocimiento útil que se genera durante su actuar. Esto es, prácticamente, facilitar que cada persona participante de la organización pueda ser agente de mejorar o simplificar procesos a través de las ideas, sugerencias, proyectos bien atendidos.

Algunos objetivos a considerar relacionados al cambio cultural hacia la innovación en una organización son:

- Facilitar que todas las personas trabajadoras puedan innovar directa o sistemáticamente desde sus puestos de trabajo.
- Promover la comunicación y el diálogo multilateral.
- Fomentar los liderazgos descentralizados.
- Realizar autodiagnósticos sobre la gestión de la organización.

- Identificar la metodología y las herramientas necesarias para desarrollar un plan acorde a las necesidades de la organización.
- Integrar la innovación y las novedades tecnológicas dentro de la estrategia de la organización.

3.3) Procesos hacía una OSC innovadora

Nuevamente, así como cada innovación va a ser particular de su contexto, así mismo será la implementación de una estrategia de innovación colectiva en una OSC. Para esto se ha buscado simplificar algunas actividades y procesos organizativos que pueden usarse como punto de partida o referencia para la organización que quiera comenzar el camino transformador hacia una organización innovadora capaz de hacer frente a las incertidumbres actuales.

A continuación se presenta un compilado de procesos y actividades que se recomiendan pueden ayudar a cumplir el objetivo transformador de una organización hacia una organización innovadora.

3.3.1 Definir foco estratégico.

Para que cualquier estrategia organizacional tenga éxito, esta debe ser una decisión transversal de la organización. Por lo que se recomienda que se tenga una completa aprobación y

alineación con los centros de comando de la organización, ya que para que se materialice una estrategia de innovación colectiva es imperante que la organización funcione de manera integrada.

Por ende, los primeros esfuerzos que la organización debiese incurrir, deben ser a la interna y conseguir las voluntades necesarias para adoptar una estrategia integradora de la organización, ya que una vez se encuentre un episodio donde innovar, se necesitará implementar recursos para modificarse, aunque sean las 2 horas que toma capacitar a una persona para utilizar un software gratuito.

3.3.2 Diagnóstico inicial para planear

Como toda buena planeación, es necesario tener una película clara respecto a la situación base o momento inicial en que se desarrollará cualquier plan estratégico que la organización quiera formar. Aquí se pueden utilizar distintos métodos de medición para obtener un diagnóstico, siendo siempre recomendable trabajar tanto con información cualitativa como con cuantitativa. Se recomienda siempre esforzarse en esta parte, ya que teniendo una situación lo más tangible y sensible posible, mejores posibilidades habrán de combinar efectivamente los esfuerzos para encaminarnos hacia organizaciones integradas e innovadoras.

Para aplicar una estrategia de innovación colectiva en la una OSC, se recomienda partir esclareciendo la siguiente información:

- ¿Estamos comunicando a tiempo las oportunidades y amenazas que el nuevo contexto nos presenta?
- ¿En qué medida existe, dentro de nuestra cultura organizacional, el temor al fracaso?
- ¿Las personas que trabajan en nuestra OSC, sienten que tienen tiempo y posibilidades para innovar?
- ¿ Existe capacidad de prototipar y probar nuevas soluciones a las actividades de nuestra OSC?

3.3.3 Mapeos de flujos de información

La comunicación es la clave de cada relación. En una organización, que se basa en relaciones humanas y tecnológicas, es primordial revisar nuestros canales de comunicación para optimizar nuestras acciones.

Realizar un mapeo de las distintas unidades, componentes, personas que dialogan para realizar la actividad de la organización, tanto internos como externos y hacer luego un mapa de flujos de cómo dialogan. Este puede ser un mapa de mapas de unidades y de procesos. La idea es que refleje fielmente la actividad al más particular que lleva la organización.

Viendo en un esquema el estado de la información dentro y fuera de la organización, se puede llevar un mejor análisis de los flujos de información y encontrar posibles deficiencias u oportunidades de comunicación.

Se busca pasar de una figura organizativa centralizada a una integrada, es decir que cada parte esté conectada de la misma manera con todas las otras unidades, siendo capaz de dialogar directamente, sin intermediarios o partes innecesarias.

3.3.4 Identificación de líderes.

Será de mucha utilidad hacer mapeos tanto de capacidades como de personalidades dentro de la organización, para incluirlo en los mapas de trabajo. La innovación como estrategia requiere de una cultura organizacional orientada hacia la novedad, hacia la resolución de problemas. Esto quiere decir, que el pensar y actuar inconsciente dentro de la organización sea el de estar buscando activamente soluciones a las problemáticas. Para potenciar esta y cualquier estrategia dentro de la organización, es imperante contar con aliados internos que puedan replicar o ejemplificar la orientación a la que va la organización. Estos serán los principales actores para el esparcimiento de una cultura orientada hacia la innovación.

Así mismo es importante reconocer a los posibles detractores o anti líderes de un cambio cultural de la organización. Siempre habrá quien no se lleva bien con los cambios y agenciará de retractor a las nuevas modalidades que quiera tomar la organización. Es necesario identificarlos cuanto antes para buscar el diálogo y la cooperación total con cada estrategia.

Para esto se pueden realizar las siguientes actividades:

- Selección a dedo de líderes.
- Formación de líderes (Ofrecer un curso o capacitación en innovación).
- Sistema de incentivos a través de reconocimiento en sus innovaciones.
 - Trofeos anuales
 - Posters en la oficina o en los boletines.
 - Bonos económicos a fin de año (último recurso)

3.3.5 Plan de comunicación interno

Para llevar a cabo cambios a nivel organizacional y cultural, será necesario utilizar las mejores herramientas de comunicación que tengamos a disposición. Ya que se pretende cambiar la orientación de la forma de trabajar hacia una enfocada en la solución de problemas, esto requiere una alta afinidad del grupo por este fin. Esto se puede lograr a través de una campaña de marketing interna, eligiendo los mensajes correctos para dialogar con cada grupo para hacer parte de la idea. No se busca convencer, sino que invitar a ser parte de esta nueva forma de trabajar.

Algunas actividades que pueden ayudar en la campaña de comunicaciones interna, pueden ser:

- Lanzamiento de estrategia a nivel comunicacional.

- Desafío a que los miembros entiendan que es innovación.
- Reconocimiento líderes y proyectos innovadores que hayan hecho.
- Semana de la innovación.
- Incentivar la motivación individual para innovar. (Todos pueden buscar mejoras a procesos o productos)
- Premio a la mejor innovación.
- Resumen anual de resultados.

3.3.6 Proceso formativo para instalar actitud orientada a la innovación:

Es importante reconocer que nuestra formación tradicional no está orientada a la resolución de problemas o innovación, más bien apunta a ser actores pasivos de los procesos. Por esto, es importante considerar actividades que ayuden a ampliar los horizontes de los miembros sobre sus capacidades e importancia para la organización.

Para instalar una actitud innovadora en los miembros de la OSC, se proponen las siguientes actividades:

- Ciclos de aprendizaje:

- Juegos lúdicos de participación y creatividad colectiva.
 - Ciclo presentación emprendedores o innovaciones pertinentes.
 - Ideathon. Marathon de laboratorio de ideas. Dinámica grupal para llevar nuevas ideas a la práctica en un periodo de tiempo determinado.
- Desarrollo capacidades creativas individual.
 - Formulación de proyectos.
 - Escritura creativa.
 - Diagramación.
 - Capacitación tecnológica para personal que necesite y uso de nuevas interfaces.

3.3.7 Gestión de proyectos.

Este es uno de los procesos más importante de una estrategia de innovación colectiva, que se refiere a generar un conducto regular para la gestación de innovaciones en la organización, es decir, conducir el proceso de una innovación desde su identificación hasta su implementación.

Se trata de poner en marcha iniciativas innovadoras, ofrecidas por cualquier parte de la organización, previamente definidas y aprobadas a realizar, que mejoren algún proceso o servicio de la organización.

Para comenzar, se recomienda buscar soluciones específicas a necesidades puntuales que sirvan como ejemplo del proceso. Se busca encontrar proyectos emblemáticos, que permitan visibilizar la propuesta y los beneficios de la innovación como proceso. Para iniciar se puede buscar a través de internos o externos (startups, proveedores, centros tecnológicos, etc)

Algunas actividades generales en los procesos de gestionar proyectos son:

- Detectar una necesidad.
- Gestar la idea y presentar el proyecto.
- Comité de evaluación.
- Aprobación y asignación de recursos.
- Implementación del proyecto.
- Evaluación posterior.

3.3.8 Facilitar ambiente propicio para la innovación

Finalmente, pero no menos importante, está el ambiente o contexto en el cual se desenvuelven los miembros de la organización. Para esto se recomienda poner atención a los ambientes donde las personas desarrollan su actividad o a donde llegan luego de realizarla.

Actualmente, en crisis sanitaria y posterior mucha parte del trabajo se realiza de manera digital, por lo que se recomienda que la organización se capacite dentro de las plataformas instaladas, para de esta forma sacarle provecho a las distintas herramientas que pueden facilitar los procesos de innovación en las OSC.

Luego, para los espacios físicos, la propuesta es romper con los ambientes poco estimulantes y limitadores, facilitando el trabajo colaborativo, abierto, directo. Algunas acciones que se pueden tomar con el espacio físico son:

- Preferir los espacio abiertos para trabajar, mesas comunes.
- Comodidad en los puestos de trabajo, sillones, mesas, pizarras.
- Laboratorio de innovación periódico. Lugar predispuesto para lluvias de ideas o trabajo en proyectos.
- Lugares de encuentro y dispersión común.

Otras acciones que se pueden tomar como parte del ambiente pueden ser los símbolos con los cuales conviven los miembros de la OSC, como políticas de vestimenta.

3.3.9) Principales Barreras.

A la hora de proceder con el proceso de adopción de una nueva estrategia en la organización pueden presentarse una serie de barreras que dificultan este proceso. A grandes rasgos, estas barreras apuntan a tres tipos de causas que se mencionan a continuación:

1. barreras tecnológicas: cuando, por ejemplo, la tecnología no es capaz de dar respuesta a las cuestiones planteadas,
2. barreras organizativas: debido a que el proceso y flujos de conocimiento han sido mal planificado,
3. barreras de tipo humano, como las relativas al rechazo o recelo hacia la nueva estrategia.

Herramientas digitales disponibles para la innovación colectiva en OSC

Las siguientes son herramientas digitales disponibles gratuita o abiertamente en internet para que las OSC puedan utilizar.

Actualmente muchas de estas herramientas son de propiedad privada y utilizan modelos “Gratuitos” de uso en sus plataformas básicas, lo cual es suficiente inicialmente. Otras, más abiertas en sus modelos, son recursos libres, sin dueños, usualmente resultado de miles de contribuyentes de la red.

Actualmente con la amplia disponibilidad de oferta digital, se recomienda a la OSC buscar qué herramientas se acomodan más a sus necesidades y probar. No es necesario invertir para

probar, sobre todo cuando se trata de software o tecnología, ya que esta puede no adaptarse bien a la organización.

Sin embargo, no está demás tener siempre abierta la opción de invertir en software o tecnología digital, ya que los valores de estos servicios masivos, muchas veces multiplican significativamente su valor en los resultados o el impacto generado. Usualmente se le hace la vida fácil al departamento de finanzas, ya que estos software vienen con sus resultados medidos y cuantificados.

A continuación una breve lista de herramientas digitales que son de primera necesidad para una organización situada en el contexto actual:

4.1 Compilar conocimientos (Wikis)



Las wikis son enciclopedias colaborativas, que reúnen los conocimientos o información necesaria para cualquier objeto o actividad de interés.

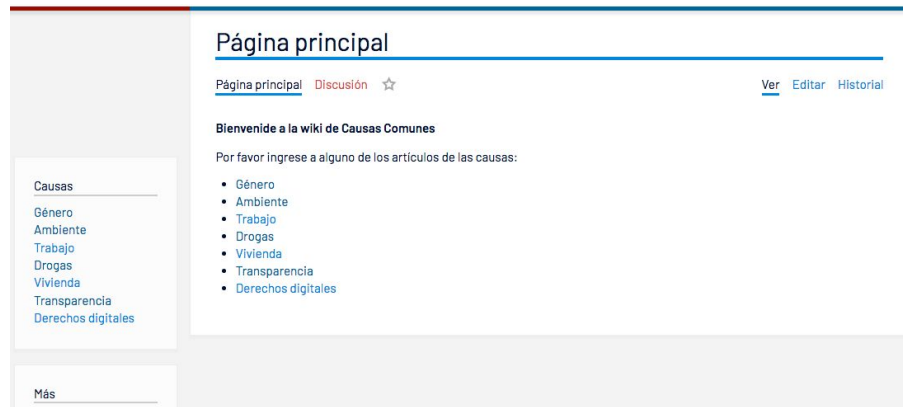
Estas son archivos de texto o imágenes creados colaborativamente. cada miembro de la comunidad u organización tiene un propio usuario y puede agregar, modificar o comentar sobre la información.

Es un muy buen recurso para generar un sistema de información integrado sobre la operación de la organización, que permita alimentar la fuente desde todas las áreas.

Las wikis tienen un grado de complejidad mayor que suscribirse a un software, pero tampoco tan lejano. Requiere la instalación del sistema sobre un servidor, que puede ser online o en tu mismo computador. En el siguiente link, podrás encontrar más información sobre como instalarla:

https://www.mediawiki.org/wiki/Manual:Installation_guide/es

Así mismo hay una serie de versiones alternativas de Wikis que circulan online y vale la pena mirar alrededor para ver cuál se adapta mejor a tus recursos o necesidades. (Ver anexo “Cómo instalar una wiki en menos de 20 minutos”)



4.2 Flujo de información (Typeform)

Typeform

Otra buena herramienta para utilizar son los sistemas de encuestas y formularios que hay online, ya que estos permiten agrupar la información y hacerla viajar donde tenga que llegar en tiempo real.

A continuación, está el link de la plataforma Typeform, que es una versión alternativa a la clásica de Google Forms. Tiene algunas ventajas de permisos además de que su diseño hace mucho más interactiva la participación de tu organización y menos burocrática.

Para hacer un uso eficiente de estas herramientas de información, debes hacer un buen esquema que te muestre cómo quieres la información y donde necesitas que llegue, así podrás ajustar las preguntas y las instancias a las necesidades de tu propia organización.

<https://www.typeform.com/es>

4.3 Herramienta de coordinación (Asana)



Las posibilidades de llevar tu organización al mundo digital son desbordantes y sin duda, su capacidad de organización es una de ellas.

En internet podrás encontrar diferentes herramientas de coordinación y trabajo en equipo, pero Asana es sin duda una que vale la pena recomendar.

Con Asana podrás gestionar los objetivos de tu organización, gestionar los equipos, las tareas, asignar responsabilidades, calendarizar y medir los resultados. Todo esto en una simple interfaz que permite una organización intuitiva horizontal.

<https://asana.com/es>

The screenshot shows the Asana interface for a project named 'Customer Stories - Q4'. The project is marked as 'On Track'. The task list is organized into two sections: 'Recurrent pieces' and 'New formats'. Each task row includes the task name, assignee, due date, audience, tags, and estimated hours. A summary row at the bottom of each section shows the total estimated hours.

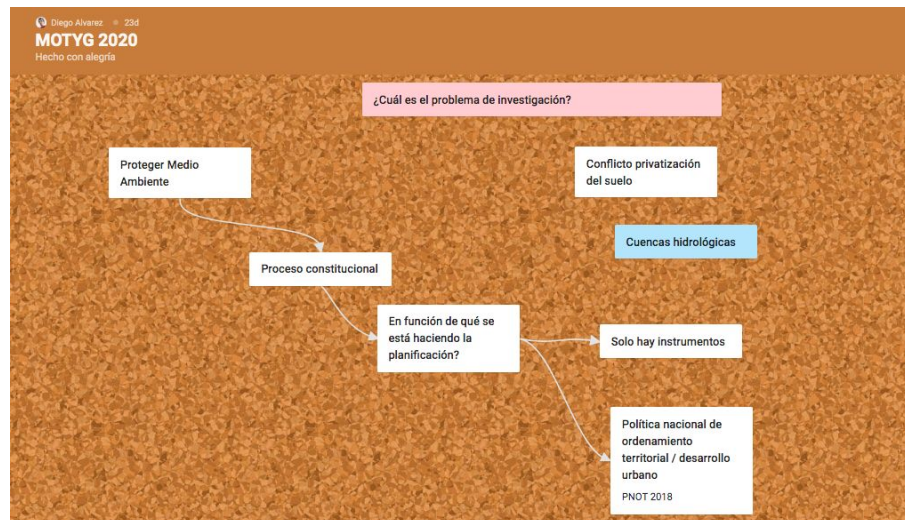
Task name	Assignee	Due date	Audience	Tags	Estimated hours	Char
Recurrent pieces						
Press release on acquisition 4	Blake Pham	23 Apr	Premium	Low priority	2	Pre
Create new infographic	Blake Pham	30 Apr			5	Sci
Editorial calendar	Blake Pham	21 May	Premium		4	Sci
Customer spotlight #1 2	Kat Mooney	19 Jun	Business	High Priority	3	Blc
Customer spotlight #2 interview 1	Nikki Henderson ...	22 May	Premium	Low priority	3	Blc
New feature roundup	Kat Mooney	24 Apr	Premium	Med priority	5	Blc
Christmas campaign 6	Avery Lomax	28 Aug	Business	High Priority	3	Sci
Create campaign	Blake Pham	1 Oct	Premium	Low priority		Sci
					SUM	34
New formats						
Work-life balance newsletter	Avery Lomax	20 Mar	Premium	High Priority	4	Ent
Roadmap	Jennifer Lu	25 Mar	Business		3	Wa
Apollo for nonprofits 2	Kat Mooney	19 Mar	Business	Low priority	9	Pre
					SUM	16

4.4 Mapas Mentales (Padlet)



Ordenar las ideas es un aspecto clave de una organización humana. Para eso existen diversas maneras de hacerlo digital y colaborativamente. Una muy buena de esas es padlet, que te permite a través de diversas pizarras de trabajo como líneas de tiempo, mapas conceptuales, pizarras en blanco, entre otros.

Para trabajar remotamente cada usuario puede intervenir en la pizarra y así hacer lluvias de ideas o programaciones más efectivas desde la distancia. Además la información se almacena y sistematiza en el momento, por lo que es una herramienta muy efectiva para las reuniones.



REFLEXIONES FINALES

La organización humana es una acción natural. Estamos en tiempos donde los paradigmas están cambiando drásticamente, así también la forma en cómo estamos haciendo las cosas. Reconocer el nuevo escenario comunicacional es uno de las claves del contexto que puede ayudar

La innovación es un fenómeno natural. Es y ha sido parte de la vida de todo quién puede leer este manual, solo debemos comenzar a reconocerla y encausarla. Una organización que teme al error se quedará estancada en una misma forma de hacer, aún cuando todo alrededor está cambiando. Es imperante abrirse a la experimentación cuando navegamos por la incertidumbre.

Finalmente, optar por estrategias de cambios culturales que se enfoquen en las personas y su colectividad, es apelar a potenciar los lazos en una organización, la creatividad y el amor humanos.

LINKOGRAFÍA

http://www.fundacionede.org/gestioninfo/docs/contenidos/_8pasosinnovacion_.pdf

<https://es.wikihow.com/instalar-un-Wiki-en-menos-de-20-minutos>

http://www.innovacion.cl/wp-content/uploads/2013/10/manual_de_innovacion_para_pymes.pdf

<http://ada.cl/>

<https://es.padlet.com/>

<https://www.convivenciadigital.cl/recursos-2/page/1/>

Inspirado para el contexto figurado en la investigación Covid en OSC, 2020. Fundación Lealtad, et. al. con 222 OSC encuestadas posterior al Covid-19 en Chile.

Proyecto del Programa Voluntariado Profesional de Fundación Trascender

Autor: Diego Álvarez
Mail: diego@naciondigital.org



**fundación
trascender**
profesionales voluntarios

Email: info@fundaciontrascender.cl
www.fundaciontrascender.cl