



0. ¿Para qué?

1. ¿A quién?

2. ¿Qué?

3. ¿Cómo?

4. Casos

Orientaciones generales para procesos de transferencia de innovaciones en participación ciudadana

Este es un documento impulsado desde el Compromiso 3 del Plan de Acción 2018 - 2020 para el Gobierno Abierto en Euskadi, cuyo objetivo es la conceptualización del ilab, un laboratorio de innovación que favorezca la participación ciudadana en Euskadi.

Los ámbitos de intervención del ilab son cuatro: la prospección, la experimentación, el acompañamiento y la transferencia de conocimiento y experiencias. Este último ámbito, el de la transferencia, será precisamente el foco de estas páginas.



Open
Government
Partnership
Euskadi



OGPEuskadi
konpromiso#3
herriarren
parte-hartzearen i-lab



0. ¿Para qué?

¿Qué busca la transferencia?

- Acompañar y facilitar la innovación.
- Sistematizar la colaboración.
- Promover el escalado o replicabilidad en otros contextos.

¿Qué implica transferir?

- Diseñar el proceso, desde el inicio, en código abierto. Incorporar la visión de compartir con otros agentes elementos clave a lo largo del camino. Como referencia puede consultarse el caso de los 4 proyectos piloto desarrollados en el marco del Compromiso 3 OGP Euskadi. **+info**
- Evaluar el proceso, una vez está ya en marcha o finalizado, para compartir aprendizajes (aciertos, errores, incertidumbres). Como referencia puede consultarse el caso de los Premios Elkarlan 2019. **+info**

¿Qué beneficios se obtienen al transferir?

- Se ayuda a innovar, compartiendo conocimiento en comunidad.
- Se aprende más sobre el propio proyecto, al evaluar su potencial innovador.
- Se desarrollan competencias para contar / relatar mejor los logros, el valor diferencial que se aporta y cómo se contribuye a la generación de valor público.





1. ¿A quién?

En un mismo proyecto son varios los contenidos con potencial de transferibilidad; su aportación de valor depende de quién sea el agente receptor de la misma: para algunos de ellos, el interés residirá en diversas cuestiones vinculadas al proceso; para otros, aspectos ligados a los resultados serán el foco de atención.

Asimismo, no todos los agentes receptores hablan el mismo idioma, ni siquiera lo hacen a través de los mismos canales. Por ello, diseñar un proceso de transferencia adaptado a los/as destinatarios/as resulta clave para conseguir un impacto positivo.

1.1. Paso 1: definir a quién se quiere transferir conocimiento

Transferencia técnica

Se da cuando los contenidos a transferir aportan valor en ámbitos de trabajo como la conceptualización, la estrategia o la ejecución técnica. Se trata, por lo tanto, de conocimiento especializado a compartir a nivel interno y/o externo.

Posibles agentes destinatarios:

- **Nivel interno**
 - Equipo de trabajo
- **Nivel externo**
 - Agentes homólogos
 - Personas especializadas
 - Agentes colaboradores / comunidad
 - Medios de comunicación especializados

Transferencia divulgativa

Se da cuando los contenidos a transferir generan conocimiento, conciencia y/o interés general sobre proyectos y/o temáticas concretas. Se trata, por lo tanto, de conocimiento planteado en clave de divulgación, que puede ser compartido tanto con agentes vinculados al proyecto como con otros ajenos a él.

Posibles agentes destinatarios:

- **Nivel interno**
 - Financiadores
 - Responsables políticos
 - Personas usuarias / receptoras
- **Nivel externo**
 - Ciudadanía
 - Entorno geográfico
 - Posibles financiadores
 - Medios de comunicación generalistas



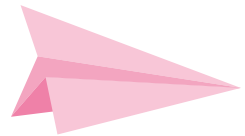
1. ¿A quién?

1.2. Paso 2: profundizar en el agente receptor

La transferencia puede tener como destinatarias a personas físicas, pero también a colectivos de distinta naturaleza (equipos de trabajo, organizaciones formales, estructuras efímeras, etc.); sea en clave de grupo o a nivel individual, reflexionar sobre ciertos aspectos permitirá obtener información útil para, posteriormente, diseñar un proceso de transferencia eficaz.

Posibles preguntas a plantearse en torno a las personas / agentes destinatarios:

- ¿Cómo es su entorno (a nivel social, cultural, emocional, etc.)?
- ¿Con qué tipo de agentes / personas convive?
- ¿Qué le influye?
- ¿Qué actitud tiene?
- ¿Qué tipo de comunicaciones recibe? ¿Por qué canales?
- ¿Qué problemas tiene?
- ¿Qué necesidades tiene?
- ¿Qué intereses tiene?
- ¿Qué criterios utiliza para valorar su satisfacción?





2. ¿Qué?

En el marco de un experimento, de un proyecto o de un servicio que ha dado buenos resultados, son diversos los aspectos con potencial de transferencia pero, entre todos ellos, ¿cuál es el contenido que más valor aporta al agente destinatario definido?

Si el mayor interés reside...

- ... en el proceso, la transferencia se centrará en cuestiones como:
 - Gestión de recursos humanos, técnicos y presupuestarios.
 - Valores que se han promovido.
 - Dinámicas internas y estilo de liderazgo para la gestión del proyecto.
 - Tipología de acciones y metodologías aplicadas.
- ... en el resultado, la transferencia se centrará en cuestiones como:
 - Resultados parciales.
 - Resultados finales.
 - Resultados inmediatos.
 - Resultados medio / largo plazo.
 - Impactos sociales generados.

A tener en cuenta

Aprender y compartir aprendizajes es la base del ejercicio de transferencia, por lo que esta podrá incluir respuestas a los siguientes interrogantes:

- ¿Qué errores se han identificado?
- ¿Qué obstáculos se han encontrado?
- ¿Qué reajustes se han realizado?
- ¿Qué hallazgos se han descubierto?
- ¿Qué aciertos se han tenido?

Acciones y decisiones para poder identificar estos aspectos con mayor facilidad:

- Al inicio
 - Establecer objetivos realistas, específicos y medibles.
 - Generar una hipótesis sobre qué se quiere transferir.
 - Definir indicadores que ayuden a hacer seguimiento del proyecto.
- En el durante
 - Mantener un rigor para una evaluación continua y contrastada.
- Siempre
 - Transparencia.
 - Generosidad.
 - Si hay hallazgos y elementos que han funcionado muy bien, plantearse su transferibilidad a otros ámbitos internos o externos, aunque no estuviera en el propósito inicial.





3. ¿Cómo?

Una vez definidos el *quién* y el *qué* de la transferencia, llega el momento de trabajar el *cómo*, es decir, qué canales se utilizarán y qué producto se transferirá a través de ellos.

3.3.

3.1. - Cuestiones previas

Antes de abordar el diseño del proceso de transferencia, cabe contestar a las siguientes cuestiones:

- ¿Cuál es el margen temporal con el que se cuenta desde el inicio del proceso de transferencia (diseño), pasando por su ejecución (difusión) y hasta su conclusión (evaluación)?
- ¿Cuál es el presupuesto disponible y a qué fases del proceso se quiere destinar de manera prioritaria?
- ¿Cuáles son los recursos técnicos y humanos con los que se cuenta? ¿Se necesita apoyo de proveedores externos?
- ¿Con qué cómplices se puede contar para este proceso?
- ¿Cuáles son los objetivos cualitativos y cuantitativos del proceso de transferencia y a través de qué indicadores se van a evaluar?
- ¿Qué otros procesos de transferencia se tienen como referente y/o inspiración?

3.2. - Canales

La transferencia sucederá a través de canales de comunicación que han de seleccionarse conscientemente y siempre en coherencia tanto con los recursos utilizados por el agente responsable del experimento como por aquellos en los que está presente el agente destinatario.

¿A través de qué canales se puede transferir?

Canales digitales

- Página web
- Blog
- Redes Sociales
- Correo electrónico
- E-mail marketing
- Aplicación móvil
- Foro online
- Plataforma de e-learning
- Medio de comunicación digital

Canales presenciales

- Reunión de trabajo
- Foro profesional (presentación, congreso, encuentro, feria, jornada, etc.)
- Centro de formación
- Equipamiento de proximidad
- Espacio público
- Servicio de atención a la ciudadanía
- Negocio abierto al público (comercio, hostelería, etc.)
- Medios de comunicación impresos

¡Seguro que se te ocurren más!



3. ¿Cómo?

3.3. - Producto

DECIDIR

La elección del canal condiciona cómo será la forma del producto de transferencia, pero no solo; tomar decisiones sobre las siguientes cuestiones permitirá establecer unas bases sólidas para su creación y diseño:

- ¿Cuál será su formato?
Textual, gráfica, visual, audiovisual, sonoro...
- ¿Qué extensión tendrá?
Breve, media, larga, en profundidad...
- ¿Cómo será su autoría?
Impersonal, personal, colectiva, individual...
- ¿Qué tono utilizará?
Técnico, divulgativo, neutro, divertido, apelativo, gamberro, bizarro, provocador, exclusivo, ambiguo, moderno...
- ¿Qué idiomas integrará?
- ¿Cómo será su difusión?
De manera íntegra, por fragmentos...
- ¿De cuántas versiones dispondrá?
Digital, impresa...

DEFINIR

A la hora de abordar la elaboración de los mensajes a incluir en el producto, resulta interesante trabajar previamente un glosario que recoja la esencia de la transferencia y apele a sus destinatarios. Contestar a los siguientes interrogantes puede ayudar a hacerlo:

- Partiendo del foco de la transferencia, ¿cuáles son las palabras más utilizadas cuando se narra su contenido? ¿Qué significantes se utilizan poco, pero se podrían utilizar más?
 - Entre los términos identificados, ¿cuáles se entienden bien, cuáles solo a medias y cuáles muy difícilmente?
 - ¿Cuáles, de todos ellos, son imprescindibles? Y si son de difícil comprensión, ¿pueden sustituirse / pueden explicarse? ¿Cómo?
- ¿Qué términos son los más adecuados para describir la percepción y/o sentimiento que se desea provocar a través de la transferencia?
- ¿Pueden identificarse palabras con las que los agentes destinatarios de la transferencia se sientan especialmente identificados?
- ¿Existe una jerga específica en los canales de transferencia a utilizar?

- ¿Existen significantes que se deban evitar?

Aunque la forma final del producto estará ya fundamentalmente condicionada por lo determinado en los pasos previos, es en esta fase en la que pueden incorporarse algunas otras decisiones:

- ¿Sería útil transferir a través de una analogía?
Relatar un contenido desde otro enfoque puede resultar de ayuda para facilitar la comprensión.
- ¿Con qué recursos contamos para optimizar el producto?
Plantear la transferencia, parcial o íntegramente, en clave visual o audiovisual puede resultar de utilidad para conseguir una transferencia más efectiva. Asimismo, contar con materiales que, incluso en otros formatos, complementen su contenido central sumará en positivo al proceso.
- ¿Se debe seguir algún estilo o pauta específica?
En el caso de administraciones públicas y organizaciones determinadas, pueden existir condicionantes previos que haya que tener en cuenta.

***Y en este punto, la mejor decisión es...
idar rienda suelta a la creatividad!***

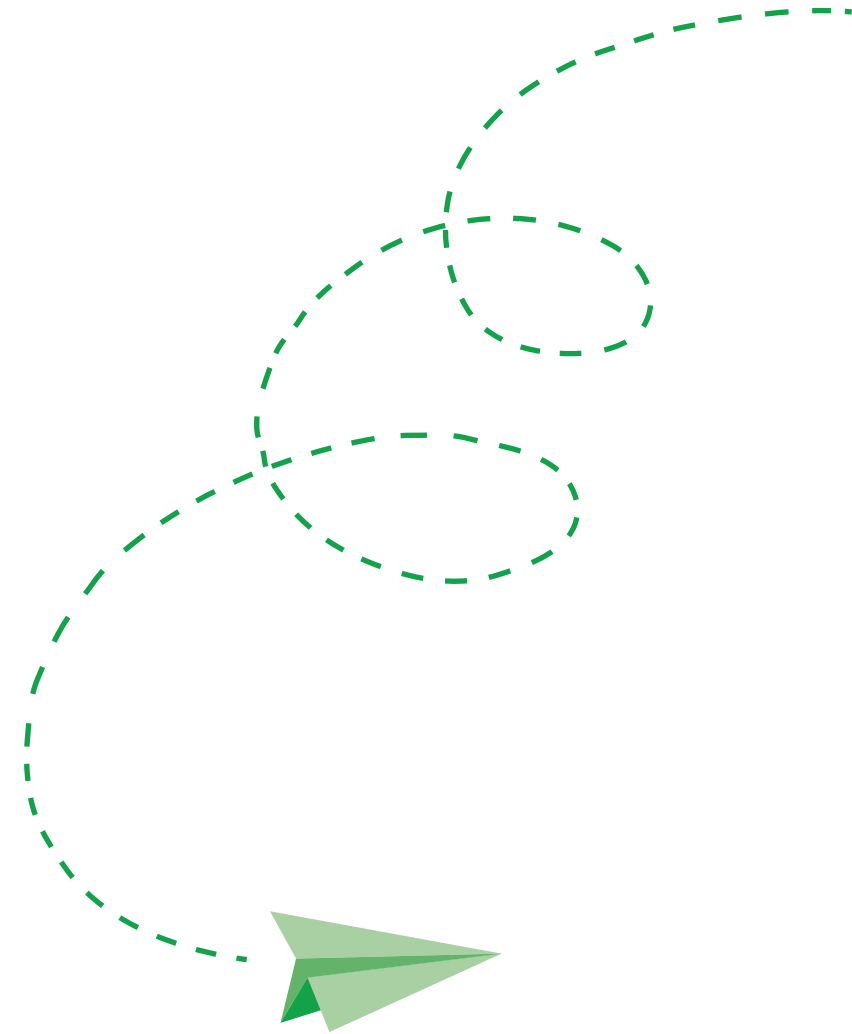


3. ¿Cómo?

3.4. - Difusión

El de la difusión es uno de los hitos más impactantes del proceso de transferencia; es el momento de socializar todo lo trabajado hasta el momento y de comprobar qué resultados genera. Las decisiones tomadas hasta este momento en el *para qué, a quién, qué y cómo* han establecido las pautas fundamentales para afrontar este último paso. Sin embargo, no debemos olvidar algunas cuestiones clave para asegurarnos de hacerlo de manera sostenible y efectiva:

- Establecer previamente un cronograma para las distintas acciones de difusión, así como asignar responsables de las mismas.
- Hacer seguimiento de lo ejecutado y realizar reajustes si fuera necesario.





4. Casos

A continuación se presenta la síntesis de los procesos de transferencia llevados a cabo por los 4 pilotos desarrollados en el marco del Compromiso 3 de OGP Euskadi y los 2 Premios Elkarlan 2019.

CASO 1

¿Qué? Proceso participativo para lograr el incremento de la participación de las personas migradas en Rekalde.

¿A quién?

- Entidades locales, Ayuntamientos, Distritos de Bilbao o estructuras similares.
- Cualquier colectivo interesado.

¿Cómo? [\[Ver producto de transferencia\]](#)

CASO 2

¿Qué? Configuración de un proceso de presupuestos participativos.

¿A quién?

- Entidades interesadas en conocer los impactos que puedan tener diferentes modelos de presupuestos participativos.

¿Cómo? [\[Ver producto de transferencia\]](#)

CASO 3

¿Qué? Impacto de la participación ciudadana en la estructura interna de la Administración Pública.

¿A quién?

- Personal técnico.
- Personas con responsabilidad política.
- Entidades facilitadoras de la participación ciudadana.

¿Cómo? [\[Ver producto de transferencia\]](#)

CASO 4

¿Qué? La participación ciudadana como generadora de bienestar y salud.

¿A quién?

- Personas, organizaciones comunitarias y administraciones interesadas en activar un proceso participativo que, independientemente de su naturaleza y objetivo, pueda ser generador de salud y bienestar en las personas que participan y en su entorno.

¿Cómo? [\[Ver producto de transferencia\]](#)

CASO 5

¿Qué? Fomento de la participación de los/as socios/as de EHKOlektiboa en su Sistema Participativo de Garantía.

¿A quién?

- Socios/as.

¿Cómo? [\[Ver producto de transferencia\]](#)

CASO 6

¿Qué? Puesta en valor de GOIAN como proyecto integral.

¿A quién?

- Usuarios/as y agentes colaboradores.

¿Cómo? [\[Ver producto de transferencia\]](#)



4. Casos

Aprendizajes comunes

- **Favorecer el acuerdo.**

Construir un proceso de transferencia en colectividad es, probablemente, uno de los retos más difíciles de resolver con éxito. Cada persona y colectivo tiene una manera distinta de entender la realidad y por lo tanto los proyectos, y una forma diferente de expresarse. Por ello es clave la flexibilidad y la predisposición a llegar a puntos de encuentro a lo largo del camino.

- **No confundir lo sencillo con lo banal.**

La tentación de elevar el discurso y descartar alternativas que faciliten la comprensión de los contenidos de transferencia es una constante en este tipo de procesos. Siendo proyectos complejos, existe el temor de restarles valor cuando se relatan con términos no especializados y a través de ideas complejas. Sin embargo, lo sencillo y lo banal, no son sinónimos.

- **Confiar en los/as profesionales.**

Un proceso de transferencia de estas características implica tomar muchas decisiones sobre cuestiones que conciernen a distintos ámbitos de especialización. Desde profesionales en innovación y participación ciudadana, hasta perfiles dedicados a la generación de relatos, a la comunicación o el diseño... contar con especialistas siempre que se pueda y confiar en su criterio incrementa las garantías de éxito en proyectos de esta naturaleza.

