



Manual para el uso de
herramientas colaborativas *MGCC*

M
G
C
C

ODELO DE
ESTIÓN
ULTURAL
OLABORATIVO

para Parques Urbanos



Índice

Índice	3
Intro	4
Paso 1	6
1. 1 GIRA DE LA EXPERIENCIA	8
1. 2. MODELO DE NEGOCIOS	10
1. 3. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS SMART	12
Paso 2	14
2. 1. ANÁLISIS CULTURAL FODA	16
2.2. REFERENTES DE SERVICIOS CULTURALES	18
2.3. MAPA DE POTENCIALES ACTORES CULTURALES	20
Paso 3	22
3. 1. GESTOR DE INGENIO	24
3. 2. BRAINSTORMING COLABORATIVO	26
Paso 4	28
4. 1. PLAN DE ACCIÓN AL PLAZO	30
4. 2. PROYECCIÓN DE IMPACTO Y RESULTADOS	32
Paso 5	34
5.1. DEL INSIGHT AL PROGRESO	36

El Modelo de Gestión Cultural Colaborativa (MGCC) es una metodología para gestionar la cultura de forma colaborativa en parques urbanos u otras entidades que promuevan el desarrollo cultural, a través de un kit de herramientas descargables. MGCC contiene cinco pasos correlativos que con su correcto uso posibilitarán una posterior planificación y gestión de la cultura en parques urbanos, con el fin de facilitar los procesos y generar sinergia entre los actores.

La propuesta metodológica para parques urbanos es flexible y adaptable a la particularidad de cada caso y sus respectivos contextos. Esta contempla instancias periódicas a lo largo del tiempo, para gestionar la cultura de forma enfocada y contemporánea.

La idea es integrar diversos actores de la sociedad civil con el fin de mejorar los procesos respecto a curatoría, toma de decisiones, oportunidades de vínculos con actores y así poder generar un plan estratégico para la gestión cultural. Además, se evidenciará la importancia del desarrollo cultural, las valoraciones y visiones propias de cada uno de los actores

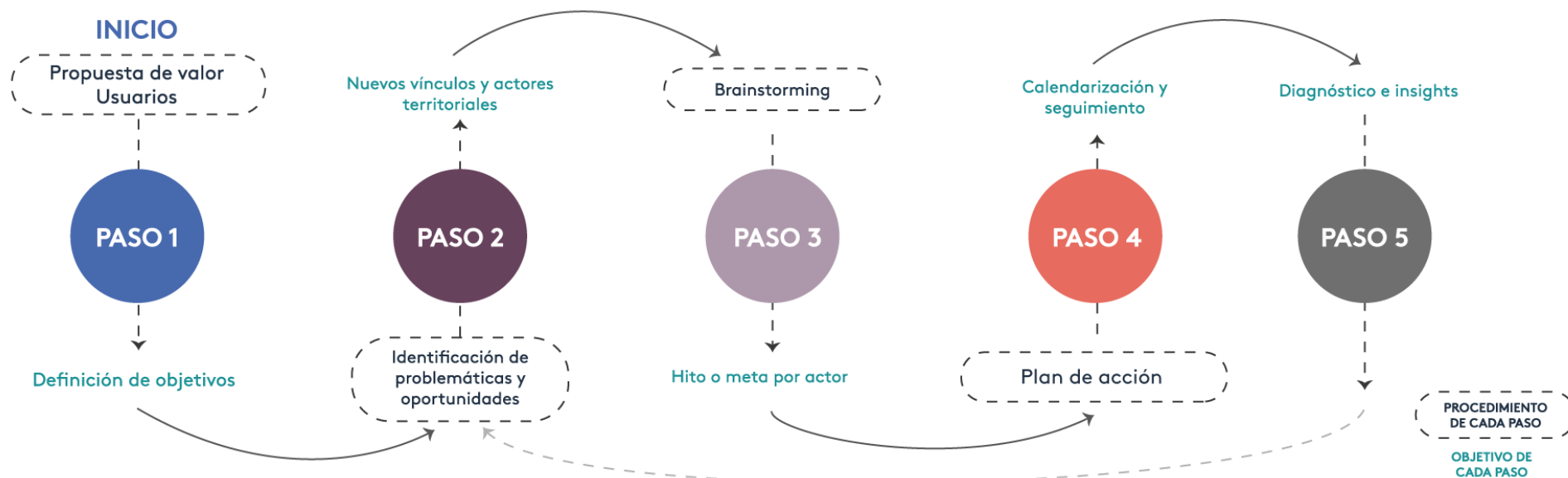
para comprender cómo se puede abarcar desde las diferentes percepciones.

Para poner en práctica la metodología se calendarizarán previamente instancias para cada uno de los pasos, que contemplarán herramientas con objetivos concretos. Al llegar al paso 5, se dará por finalizado el primer ciclo de la metodología, donde se generarán diagnósticos, que al iniciar un nuevo ciclo del modelo MGCC en el paso 2 permitirá enfocar la gestión con una nueva perspectiva basada en la experiencia del primer ciclo. Como se dijo con anterioridad, al llegar al paso 5, se reiterará el modelo a partir del paso 2 en adelante, con la intención de facilitar la gestión cultural del parque urbano. Actualizando y evidenciando constantemente su estado con el fin de que todos los actores estén al tanto de las nuevas problemáticas que vayan surgiendo y así generar nuevas soluciones en el corto y largo plazo. Según lo anterior se podrán mejorar procesos que competen a todas las áreas de administración involucradas para las tomas de decisiones con relación a la gestión cultural.

Objetivos de los pasos del Modelo de Gestión Cultural Colaborativa para Parques Urbanos (MGCC)

- Paso 1: para la definición de objetivos, conocimiento del usuario y lineamientos de forma colaborativa, que permitirán dar paso a la herramienta siguiente.
- Paso 2: para la identificación de problemáticas y oportunidades de la gestión cultural, que permitirán, en función de los objetivos, plantear nuevos vínculos y actores territoriales.
- Paso 3: brainstorming grupal para propuestas y consenso entre los actores del parque, comprometiéndose con un hito o meta para un objetivo común.
- Paso 4: para estructurar un plan estratégico de gestión, en función de las problemáticas, oportunidades y propuestas detectadas en los pasos 2 y 3, comprometiéndose a una evaluación previa a la implementación de las propuestas de los actores.
- Paso 5: generar un diagnóstico del plan estructurado en los pasos anteriores para finalizar un ciclo y dar paso a la evaluación y proyección de un nuevo ciclo de la metodología.

En cada uno de los pasos se necesita definir, identificar y proponer para establecer lineamientos, ejecutar, diagnosticar y volver a repetir la metodología en un plazo pre-definido, en pos de seguir planificando en función de un estado real de los casos y objetivos propuestos, estructurando hitos y un plan estratégico.



PASO 1



Objetivos del paso 1:

Generar una propuesta de valor y la definición del usuario para la definición de objetivos como parque o institución. Estos se lograrán con las siguientes herramientas:

1. 1. GIRA DE LA EXPERIENCIA
1. 2. MODELO DE NEGOCIOS
1. 3. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS SMART

Se iniciará con la GIRA DE LA EXPERIENCIA para entender el estado actual y los lineamientos del parque en la actualidad. A partir de este diagnóstico rápido se podrá continuar

con el MODELO DE NEGOCIOS, para definir una propuesta de valor y formas concretas de realizar objetivos.

Finalmente para organizar y resumir en un solo objetivo se concretará el lienzo de DEFINICIÓN DE OBJETIVOS que permite definir una propuesta real, específica, medible, alcanzable, relevante y en un tiempo determinado.

A continuación se explicará brevemente el funcionamiento y objetivo de cada herramienta y posteriormente un instructivo y sugerencias para su uso.

1. 2. MODELO DE NEGOCIOS

La herramienta expondrá lo que se busca hacer culturalmente y lo que debe hacer para concretarlo. Esta permitirá declarar los pasos

a seguir para estructurar un plan cultural. Tomándola como una herramienta inicial al proyecto, se podrán definir los procedimientos

necesarios para realizarlo permitiendo el alineamiento de las visiones de los diferentes actores en función del propósito cultural.

Consejos para el lienzo MODELO DE NEGOCIOS:

- Para iniciar se debe enfocar sin distinción lo que se quiere lograr, para disponer de una meta resumen.
- Rellena los cuadrantes de actividades y recursos con palabras clave con post-it para poder editar las ideas a algo más preciso a continuación.
- Se recomienda usar colores de post-it o colores como tipología para clasificarlos luego según el público objetivo.
- Intentar no apegarse a la idea inicial buscando opciones nuevas.
- Si se conocen referencias de modelos de negocios relacionados a la cultura no dudes en revisarlos.

HERRAMIENTA MODELO DE NEGOCIOS

MODELO DE NEGOCIOS

TOTAL: 40 MINUTOS

1.2



(Esta herramienta e instrucciones fueron adaptadas a un con contexto cultural en parques urbanos a partir de *DIY, Desarrollo e impacto ¡Ya!. Herramientas prácticas para impulsar y apoyar la innovación social, 2017*).

1. 3. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS SMART

A partir de las herramientas anteriores, se buscará definir un objetivo concreto, importante, realista y medible en un tiempo determinado. “SMART” en inglés significa “inteligente”, lo que además expresa en siglas las siguientes recomendaciones para estructurar un objetivo:

Consejos para completar el lienzo de DEFINICIÓN DE OBJETIVOS SMART

- Lo ideal es tomar la información recogida en las herramientas anteriores para derivar o duplicar los post-it y reubicarlos en el de objetivos SMART.
- Se debe considerar que si el entorno, o causales directas que incidan en los objetivos cambian, estos se deben reestructurar, por lo cual se recomienda enfocarse en metas independientes de otras instituciones o entidades.

S que proviene de “Specific” en inglés: específico. Se debe proponer algo exacto y su modo de ejecución de forma realista.

M de “Measurable”, “medible” en inglés. Debe ser cuantificable, es decir, medible.

A, inicial de “Attainable”, en español “alcanzable”. Se debe aspirar a un reto ambicioso pero realista, posible de ejecutar.

R, relevante, en inglés: “Relevant”. Se debe anhelar un efecto importante para la organización, entidad o proyecto.

T, derivado de “Time based”, “basado en el tiempo” en español.

El propósito de definir un objetivo basado en el tiempo generará una segmentación de etapas para poder lograr las metas establecidas, esto las focalizará de forma realista en función de un objetivo general. Mediante la guía de cada una de las iniciales (SMART) se mantendrán fragmentos que se podrán visualizar de forma independiente a lo largo del tiempo, es decir, permitirá un seguimiento para el desarrollo del objetivo principal.

LIENZO DE DEFINICIÓN DE OBJETIVOS SMART

DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

1.3

S	SPECIFIC (ESPECÍFICO)	CONCRETO, QUÉ Y CÓMO ¿Qué quiero lograr exactamente? ¿Quién está involucrado? ¿Cuáles son mis fortalezas y debilidades? ¿Cuáles son mis oportunidades y mis amenazas? ¿Qué beneficios obtendré si lo consigo?
M	MEASURABLE (MEDIBLE)	CUANTIFICABLE Definir forma de medición o indicadores a emplear para evaluar el grado de consecución del objetivo.
A	ATTAINABLE (ALCANZABLE)	RETO AMBICIOSO PERO REALISTA (AJUSTABLE) ¿Existen los recursos para alcanzar este objetivo? Si no los tengo, ¿se podrían conseguir? ¿Qué es necesario para ejecutarlo?
R	RELEVANT (RELEVANTE)	SIGNIFICATIVO ¿Este objetivo es realista considerando el contexto? ¿Estoy considerando mis recursos y puntos débiles?
T	TIME BASED (BASADO EN EL TIEMPO)	PLAZO Período estratégico, ni muy corto e inalcanzable ni muy extenso que se pueda dispersar

OBJETIVO GENERAL EN UNA FRASE

(Esta herramienta e instrucciones fueron adaptadas a un con contexto cultural en parques urbanos a partir de *GUÍA PARA DEFINIR OBJETIVOS BASADA EN EL MÉTODO SMART*. Centro de apoyo al Desempeño Académico, Universidad del Desarrollo, 2015.)

PASO 2



Objetivos del paso 2 y continuidad del paso 1 Las herramientas del paso 2 son:

Mediante la identificación de problemáticas y oportunidades, el paso 2 busca entender posibles nuevos vínculos y actores territoriales, para generar propuestas de integración de ellos mediante tres herramientas colaborativas.

- 2.1. ANÁLISIS CULTURAL FODA
- 2.2. REFERENTES DE SERVICIOS CULTURALES
- 2.3. MAPA DE POTENCIALES ACTORES CULTURALES

2.1. ANÁLISIS CULTURAL FODA

FODA son las iniciales de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Esta herramienta fue adaptada para responder a un marco cultural.

Este análisis está diseñado a partir del clásico modelo para pequeños y grandes proyectos,

organizaciones o instituciones con el fin de comprender de mejor manera las cualidades y debilidades que poseen en un contexto cultural. El fin es identificar y relacionar factores internos y externos a la organización que facilitan o complejizan objetivos, para examinar el estado actual y crear nuevas estrategias (DIY,

2017). Esta herramienta se encuentra en el paso dos ya que permite hacer un análisis previo a cualquier proyecto e identificar potencialidades respecto a la cultura.

Instrucciones:

El ANÁLISIS CULTURAL FODA busca generar resultados para todo tipo de entidades que se relacionen con la cultura.

La modalidad de uso es llenar todos los cuadrantes de forma colaborativa en un tiempo máximo de 20 minutos con post-it (para permitir flexibilidad), considerando miradas personales o grupales sobre las fortalezas y debilidades. Y a continuación oportunidades y amenazas de la organización en función de la cultura.

Consejos:

- Tener a mano datos o cifras relevantes sobre la cultura en la institución u organización.
- No cerrarse a una escala concreta, es decir, considerar grandes y pequeños problemas culturales o de gestión ya sean de la institución o externos.
- Ser reflexivo, considerar problemáticas sin limitarse por los otros actores, todos tendrán consideraciones sobre debilidades y fortalezas, lo que permitirá visualizar oportunidades y amenazas reales.
- Considerar personas externas a la entidad en la que se trabaja puede ayudar a obtener una visión más global.
- No tomarlo presionarse por nombrar problemáticas tan estructuradas, si bien ayudará a identificar problemas mayores, los menores aparecerán con menor presión.

INSTRUMENTO ANÁLISIS CULTURAL FODA

ANÁLISIS CULTURAL FODA

TOTAL: 20 MINUTOS

2.1

FORTALEZAS

- ¿En qué aspecto cultural lidera el parque?
- ¿Qué lo hace único culturalmente?
- ¿Con qué recursos únicos o de bajo costo cuenta el parque para la cultura? (tangibles e intangibles)
- ¿Cuáles serían las fortalezas del parque en comparación con el desarrollo cultural de otros parques?

5 MINUTOS

DEBILIDADES

- ¿Qué se podría mejorar culturalmente en el parque según administración? ¿y según sus usuarios?
- ¿Qué se quiere y debe evitar?
- ¿Qué carencias o debilidades culturales tiene el parque?

5 MINUTOS

FACTORES INTERNOS

FACTORES INTERNOS

OPORTUNIDADES

- ¿Qué necesidades podrían tener los usuarios? ¿y los potenciales usuarios?
- ¿Qué cosas nuevas podrían preferir a lo que ya se ofrece?
- ¿Hay algún cambio en el contexto del parque? Social, tecnológico o cultural...
- ¿Hay cambios en las políticas o administración del parque? ¿Cuáles son las novedades?

5 MINUTOS

AMENAZAS

- ¿Qué dificultades enfrentan como parque?
- ¿Qué están haciendo otros parques exitosamente en relación a la cultura?
- ¿Hay algo en lo que esté obsoleto el parque? ¿Cultural o administrativamente?
- ¿Hay algún problema interno en el parque que pueda amenazar el desarrollo cultural?

5 MINUTOS

FACTORES EXTERNOS

FACTORES EXTERNOS

(Esta herramienta e instrucciones fueron adaptadas a un contexto cultural en parques urbanos a partir de *DIY, Desarrollo e Impacto ¡Ya!. Herramientas prácticas para impulsar y apoyar la innovación social, 2017*).

2.2. REFERENTES DE SERVICIOS CULTURALES

La idea de esta herramienta es percibir referencias de servicios culturales y posibles asociaciones. Esto se logra a través de la identificación de las necesidades que atienden otras entidades al público objetivo. La referencia se generará a partir del análisis de la oferta cultural de otros. El lienzo de Referentes de Servicios Culturales permitirá una nueva visión de oportunidades a partir de la observación de otros servicios, así, identificar oportunidades de oferta que tenemos disponibles, pero no utilizamos.

Finalmente, al identificar a estos referentes, el instrumento busca facilitar una propuesta para la asociación con otras colectividades culturales.

Consejos para rellenar REFERENTES DE SERVICIOS CULTURALES:

- Inicia poniéndote en el lugar de tu público objetivo y otros usuarios. Piensa en alternativas a tu servicio cultural que otros ofrezcan. La idea es imaginar qué diferencias tienen, en qué lideran y qué hacen mejor de forma propositiva.

- A continuación, piensa en la interacción que tienen los usuarios con estas entidades alternativas y a quiénes más satisfacen.

- En tercer lugar, te debes enfocar en la “competencia”, entendiéndola como una gran referencia que podría aportarte a futuro y no como una amenaza.

- Intenta idear propuestas de actores que sean complementarios, es decir, potenciales relaciones de beneficio mutuo y cómo se podría ofrecer una especie de “trueque”.

- No te preocupes por la formalidad, el objetivo es identificar potenciales relaciones atractivas.

LIENZO DE REFERENTES DE SERVICIOS CULTURALES

REFERENTES DE SERVICIOS CULTURALES

TOTAL: 20 MINUTOS

2.2

Sobre nuestro público objetivo actual, ¿Quién satisface sus necesidades de cultura y ocio?
¿A quién admiramos? ¿Por qué?

Considerar: grupos, instituciones, entidades, comunidades, privados, centros culturales, pymes, ferias...

¿Cómo interactúan los usuarios con la cultura y el ocio con estas otras entidades? ¿Qué ofrecen?
¿Qué más podrían buscar?

Pensar en tipologías de interacción en las experiencias culturales como ser espectador, relación directa, indirecta, grupal o individual. Si es grupal a que pauta siguen.

¿Qué hacen ellos que podríamos rescatar como parque? ¿Qué no hacemos y podríamos hacer respecto a la cultura? ¿En qué podríamos hacer la diferencia?

¿Cuántos ofrecen estas nuevas ideas? ¿Quiénes tienen recursos que se podrían intercambiar?

¿Con quiénes estaríamos dispuestos a asociarnos? ¿Cuáles son los más posibles y relevantes?

¿Serían para instancias puntuales o festivas o al largo plazo? ¿Cuáles podrían ser periódicas?

¿Qué beneficios además del público se podrían obtener?

Considerar nuevos contactos, MKT, nuevo público, otra imagen, sustentabilidad, comercio justo, desarrollo social, etc...

¿Cómo se podría generar una oferta de intercambio para el largo plazo?

- No es necesario nombrar un ente concreto, puedes describirlo de forma genérica para posteriormente pensar en sus cualidades e identificar qué es lo que necesitas.

- Este lienzo se puede hacer de forma individual y luego grupal, como también ejecutarlo colaborativamente desde el inicio.

(Esta herramienta e instrucciones fueron adaptadas a un contexto cultural en parques urbanos a partir de *DIY, Desarrollo e impacto ¡Ya!. Herramientas prácticas para impulsar y apoyar la innovación social, 2017*).

2.3. MAPA DE POTENCIALES ACTORES CULTURALES

Este mecanismo busca ordenar y visualizar las conexiones que posee el parque, clasificarlas con el fin de identificar posibles nuevos actores culturales. El mapa permite una nueva perspectiva de potenciales actores cruzando la escala de las relaciones con tres tipos de articulación: territorial, sectorial e inter-

sectorial. Dando cuenta así de un sistema de relaciones, que, según su cuadrante podrían evidenciar las facilidades o dificultades para entablar nuevas asociaciones ya sea para financiamiento, soporte, redes, entre otros.

MAPA DE POTENCIALES ACTORES CULTURALES

Para rellenar el MAPA DE POTENCIALES ACTORES CULTURALES considera:

- Idealmente tener a mano la herramienta 2.2: Referentes de Servicios Culturales para reutilizar o copiar resultados y ordenarlos en el mapa.

- Comienza rellenando el MAPA DE POTENCIALES ACTORES CULTURALES con los actores con los que ya te relacionas con un color de post-it. Utiliza otro color para relaciones deseadas y otro diferente para las relaciones que no inciden en la cultura.

- Inicia desde el centro con el público objetivo, continúa hacia el exterior pasando por cada uno de los tres ejes de articulación por cada nivel de escala de relación.

- Considera todo tipo de relaciones que incidan en el funcionamiento interno y externo del parque.

- Luego de completar el mapa, marca las nuevas relaciones con más posibilidades de satisfacer a tu público objetivo para diferenciarlas del resto.

- Si el ejercicio se realiza de la forma correcta, los actores más cercanos al centro serán los más determinantes.

- Se pueden generar secciones de clasificación en el mismo mapa para tener mayor orden enfocados en áreas de interés o referencias importantes.

- Si es necesario utilizar dos canvas iguales se puede hacer en la medida de que se tengan criterios de segmentación.

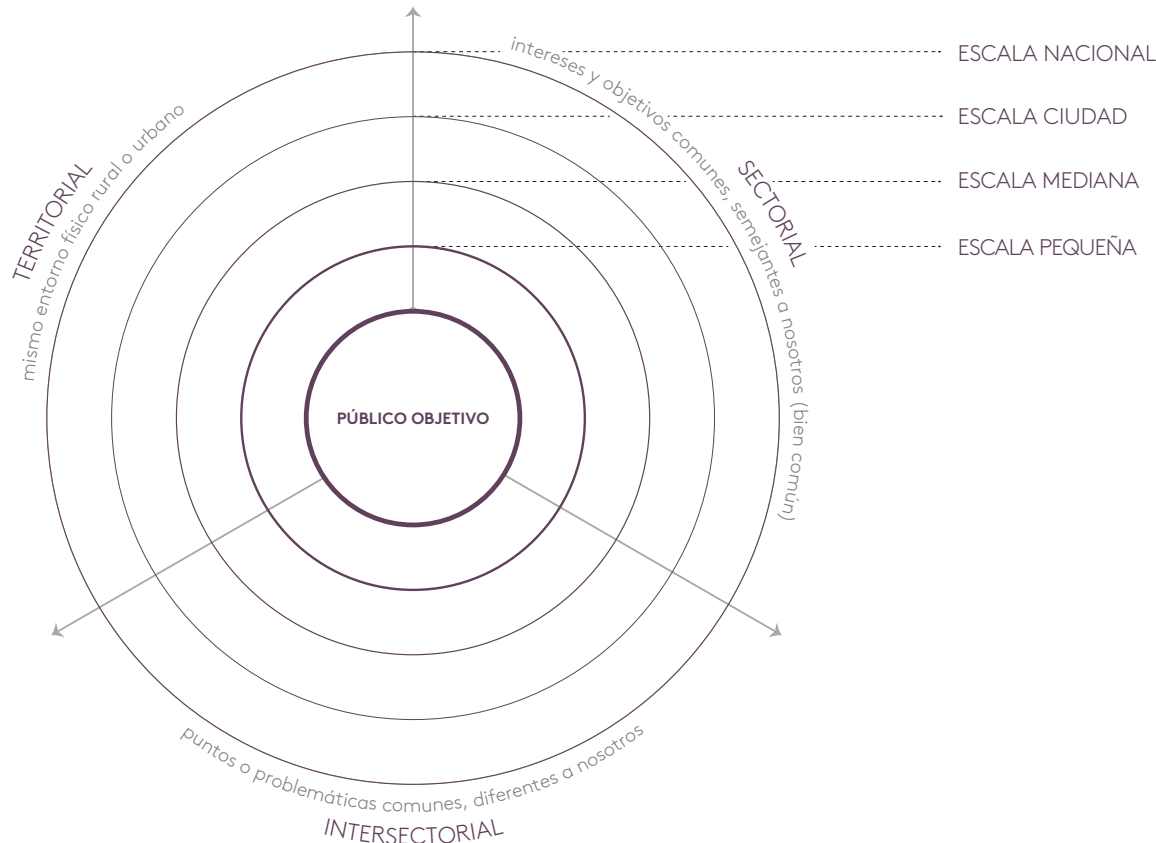
- Se recomienda, al finalizar la actividad, discutir en equipo sobre las conexiones claves, las importantes y las menos relevantes, para atender de forma más expedita posibles relaciones interesantes.

(Esta herramienta e instrucciones fueron adaptadas a un con contexto cultural en parques urbanos a partir de *DIY, Desarrollo e impacto ¡Ya!. Herramientas prácticas para impulsar y apoyar la innovación social, 2017* y *Manual de gestión CENOC: Capacitación de organizaciones de base, CENOC, 2007*).

MAPA DE POTENCIALES ACTORES CULTURALES

TOTAL: 25 MINUTOS

2.3



PASO 3



Objetivos del paso 3:

Este paso contiene 2 herramientas que permitirán estructurar hitos o metas por actor de forma creativa, estratégica y colaborativa.

Las herramientas del paso 3 son:

3. 1. GESTOR DE INGENIO
3. 2. BRAINSTORMING COLABORATIVO

3.1. GESTOR DE INGENIO

GESTOR DE INGENIO

GESTOR DE INGENIO

TOTAL: 20 MINUTOS

3.1

EL ACERCAMIENTO	LA FORMA TRADICIONAL	PROPUESTAS QUE DOBLEN, ROMPAN O EXTIENDAN LA REGLA
^ INVERSIÓN <i>Voltea la solución normal o clásica</i>	Los museos ofrecen muestras culturales a las personas.	¿Y si las personas expusieran sus propias muestras de cultura en los museos?
∫ INTEGRACIÓN <i>Mezcla más de una propuesta</i>	Los usuarios van a descansar al parque.	¿Qué pasaría si las personas utilizaran el parque como su lugar de trabajo?
x EXTENSIÓN <i>Extiende la oferta</i>	Las corporaciones culturales ofrecen actividades a diario en horario hábil.	¿Y si ofrecieran actividades nocturnas o en la madrugada?
∂ DIFERENCIACIÓN <i>Segmenta la oferta</i>	El público objetivo está compuesto por "la familia"	¿Qué pasaría si se creara una segmentación de objetivos para cada integrante de la familia?
+ ADICIÓN <i>Integra nuevos elementos</i>	Los bailes culturales en Chile se asocian a lo histórico y tradicional	¿Qué tal si se incluyeran bailes de tribus urbanas no tradicionales pero populares como culturales?
- SUSTRACCIÓN <i>Elimina un componente</i>	Los baños públicos del parque son fundamentales para la higiene	¿Qué pasaría si se limitara el uso del agua para los sanitarios?
t TRADUCCIÓN <i>Interpreta una idea mediante otra disciplina</i>	La gestión de un parque se centra en la sustentabilidad y la de un museo en la cultura	¿Y si se aplicaran las prácticas de gestión del museo al parque?
g INSERCIÓN <i>Integra una perspectiva desde otra disciplina</i>	Los liceos y establecimientos educacionales son el espacio para la educación	¿Qué pasaría si se comenzara a ocupar el parque como espacio educativo diariamente?
∞ EXAGERACIÓN <i>Exorbita tu idea a un extremo</i>	Las personas tienen un horario determinado para dar uso al parque.	¿Qué pasaría si se mantuviera abierto las 24 hrs.?

El GESTOR DE INGENIO busca germinar nuevas ideas y percepciones a partir de la excepción a la regla. El objetivo es poner a prueba una idea inicial desde diferentes orientaciones para identificar nuevas problemáticas.

Contiene siete desafíos, pero basta con seleccionar las que se consideren más cercanos a tu propuesta para enriquecerla y generar nuevas disputas, también se pueden rellenar todos para enfocar tu solución. Al poner tu idea en nuevos escenarios es probable que surjan nuevas problemáticas y oportunidades, las que estimularán nuevas trayectorias para fortalecer tu propuesta.

La forma más efectiva de obtener buenos resultados al utilizar la herramienta es tener una proposición conceptual definida con anterioridad.

Consejos para utilizar el Gestor de Ingenio

- Se inicia declarando la problemática, oportunidad o idea de interés a desarrollar.
- A continuación, se emplearán los desafíos indicados, iniciando por la alternativa tradicional, siguiendo con la excepción a la regla.
- Seleccionar los mejores planteamientos para un desarrollo posterior, que permitan una idea viable.

(Esta herramienta e instrucciones fueron adaptadas a un con contexto cultural en parques urbanos a partir de *DIY, Desarrollo e impacto ¡Ya!. Herramientas prácticas para impulsar y apoyar la innovación social, 2017*).

3. 2. BRAINSTORMING COLABORATIVO

Este lienzo colaborativo se utiliza de forma individual y grupal. Se inicia seleccionando ideas de forma individual y rápida y se proseguirá colaborativamente en equipos.

Esta herramienta exige adaptarse a la perspectiva de otros actores sobre temas específicos, ideando la forma en la que se podría trabajar en conjunto con un objetivo común.

La idea es involucrar a todos los actores que incidan en los planes culturales de la institución o agrupación para obtener un beneficio colectivo.

Se inicia con una propuesta personal, que se presentará para posteriormente asignar parejas o grupos para el debate de ideas y la co-creación.

Finalmente se expondrán las ideas reestructuradas en equipo y se evaluarán individualmente para priorizar las mejores y hacerlas efectivas de forma dinámica y colaborativa.

Consejos para rellenar el lienzo de REFERENTES DE SERVICIOS CULTURALES:

- Considerar con antelación el propósito de la actividad.
- Declarar con anticipación el objetivo y los tiempos de ejecución de la actividad para que todos los actores lleguen preparados.
- Planificar con anterioridad la reunión, trayendo una propuesta personal por actor.
- Llevar a cabo la actividad en un espacio que no se utiliza generalmente, libre de distracciones.
- Al momento de planificar y declarar a los actores la actividad, exponer claramente sobre los participantes, sus áreas de trabajo, los materiales a utilizar y garantizar un registro de los resultados.

LIENZO BRAINSTORMING COLABORATIVO

BRAINSTORMING COLABORATIVO

3.2

INICIO INDIVIDUAL

Escribe una problemática real, una idea y una propuesta a grandes rasgos. Tienes que explicársela a todo el equipo en 2 minutos

2 MIN

LUEGO DE EXPONER

Elegir, o sortear a otro actor integrante del equipo de trabajo (puede ser en parejas o de a tres personas).

¿En qué cosas te podría ayudar esa persona para lograr tu idea transversalmente a su área de trabajo?

¿Porqué necesitas su ayuda?

Si ahora son un equipo, ¿qué haría cada uno?

2 MIN

RELLENAR EN PAREJAS O EN GRUPOS

A partir de la problemática y propuesta seleccionada entre los integrantes, definir:

¿A quién se ayuda o da una solución? Puede ser un problema interno como externo. Ya sea de gestión, de la institución, entre actores, horarios o directamente el público.

¿Qué rol tiene cada un del equipo y porqué seleccionan esta problemática y propuesta?

20 MIN

EXPONER EN PAREJAS O EN GRUPOS

La idea rápida que soluciona la problemática.

En qué estaban de acuerdo.

En qué hubo desacuerdo.

Su conclusión, decisión, valores y objetivo como equipo.

5-10 MIN

FIN INDIVIDUAL, DESPUÉS DE TODAS LAS EXPOSICIONES

Para responder debes visualizar o recordar el lienzo de modelo de negocios y FODA para ponerte en contexto con la realidad:

¿Cuál fue la idea más realista? ¿La más relevante? ¿y la más interesante?

Escribe en una lista las 3 mejores ideas con orden de prioridad.

Debes seleccionar una de las propuestas, ya sea de tu equipo o de otro, cada uno debe quedarse con UNA IDEA.

2 MIN

(Esta herramienta e instrucciones fueron adaptadas a un con contexto cultural en parques urbanos a partir de *DIY, Desarrollo e impacto ¡Ya!. Herramientas prácticas para impulsar y apoyar la innovación social, 2017*).

PASO 4



Objetivos del paso 4

Mediante un plan de acción por actor, se estructurarán compromisos con una visión extendida en cuanto a los resultados, prever con antelación de problemáticas y alternativas para llevar a cabo ideas. Así, el paso 4 permitirá planificar y proyectar opciones para un diagnóstico eficiente en el siguiente paso.

Las herramientas del paso 4 son:

4. 1. PLAN DE ACCIÓN AL PLAZO
4. 2. PROYECCIÓN DE IMPACTO Y RESULTADOS

4.1. PLAN DE ACCIÓN AL PLAZO

PLAN DE ACCIÓN AL PLAZO

PLAN DE ACCIÓN AL PLAZO

4.1

ACTIVIDAD	ENCARGADO	ACTOR RELACIONADO ÁREA DE TRABAJO	¿CUÁNTO ES LO MÍNIMO Y MÁXIMO QUE PODRÍA DEMORAR?	FECHA LÍMITE

Este instrumento permitirá garantizar que la propuesta de cada actor sea visible para todos los demás, quién es el actor relacionado más cercano, las expectativas de demora y un plazo límite. Si bien esta herramienta podría funcionar de forma individual, se plantea para el conocimiento de todos los actores relacionados y un compromiso o referencia visible donde todos tienen tareas que realizar. Así, el seguimiento y progreso de las propuestas personales a ejecutar se vuelven más realistas mediante pasos concretos declarados en el canvas con el compromiso de otro actor como tu cómplice.

Consejos para ejecutar PLAN DE ACCIÓN AL PLAZO:

- Rellena cada uno de los campos con la aceptación de los actores involucrados, no asignes a alguien sin su previa aprobación.

- Sé específico, mientras más, mejor. De esta forma podrás catalogar como concretada o no una tarea. Si necesitas hacer un punteo, hazlo.

- El lienzo debe quedar visible para todos los actores, ya sea físicamente o en una

modalidad on-line, así podrás entender los procesos de los demás.

- No te abrumes si necesitas realizar algún cambio posteriormente. Sólo realízalo y déjalo a la vista de los demás.

(Esta herramienta e instrucciones fueron adaptadas a un con contexto cultural en parques urbanos a partir de *DIY, Desarrollo e impacto ¡Ya!. Herramientas prácticas para impulsar y apoyar la innovación social*, 2017).

4.2. PROYECCIÓN DE IMPACTO Y RESULTADOS

El instrumento tiene como finalidad antepo- nerse a los resultados de las propuestas indi- viduales definidas en la herramienta anterior: 4.1: Plan de Acción al Plazo. Éste ayudará a suponer de forma preventiva en posibles di-

ficultades simples y complejas, para poste- riormente evidenciar aciertos y errores. Ade- más, pretende organizar y hacer más liviana la evaluación del impacto del proyecto o idea personal.

Consejos para completar la Proyección de Impacto y Resultados:

- Se utiliza una hoja por actor en ta- maño carta. Se pueden imprimir varias copias para hacer un borrador y luego una hoja en limpio.
- Comienza en el primer cuadrante del centro, intentando ser lo más específico posible con tu propuesta. El segundo cuadran- te del rombo se rellena al final.
- Luego completa los demás cuadros en el siguiente orden: mejorar, re-utilizar, re- emplazar y limitar.
- Finalmente escribe el último cua- drante del rombo central, considerándolo como un “plan b” para lograr tu objetivo.
- Sé sincero. Considera que esta hoja es personal y para facilitar tu propio proceso. Solo el cuadrante central se compartirá con los demás actores, por lo que no temas en evi- denciar lo que realmente limita tu idea.

(Esta herramienta e instrucciones fueron adaptadas a un con contexto cultural en par- ques urbanos a partir de *DIY, Desarrollo e im- pacto ¡Ya!. Herramientas prácticas para impulsar y apoyar la innovación social, 2017*).

LIENZO DE PROYECCIÓN DE IMPACTO Y RESULTADOS

PROYECCIÓN DE IMPACTO Y RESULTADOS

4.2

MEJORAR

¿Qué es lo nuevo de la mejora? ¿Para quién es la mejora?

REEMPLAZAR

¿Qué podría fallar o tener mala aceptación por otros actores?

Escribe tu propuesta personal, tu interés y enfoque para el cambio

¿Cómo se podrían obtener los mismos resultados de otra forma?

RE-UTILIZAR

¿Qué recursos existentes voy a utilizar? (considerar tangibles e intangibles)

¿Qué otros recursos se podrían utilizar?

LIMITAR

¿Con qué o quién se debería tener cuidado, más planificación o anticipación?

¿Para qué debo estar preparado?

PASO 5

Diagnóstico e insights



Objetivos del paso 5

El último paso de la metodología permite dar una mirada más realista y dar un cierre del primer ciclo de ejecución, para revisar el proyecto e integrar nuevos actores. Se puede rehacer la metodología sobre el mismo proyecto considerando los nuevos vínculos en el proceso. Por otro lado, también se puede comenzar un nuevo proyecto con estas nuevas relaciones y consideraciones, a partir de un diagnóstico colaborativo y conocimiento entre los actores. Con la metodología hecha de forma correcta, este paso te dará pié para mejorar el proyecto, revisarlo y comenzarla nuevamente con nuevos integrantes, considerando nuevas perspectivas.

Este paso contiene la herramienta:

5.1. DEL INSIGHT AL PROGRESO

5.1. DEL INSIGHT AL PROGRESO

LIENZO DEL INSIGHT AL PROGRESO

DEL INSIGHT AL PROGRESO

5.1



Esta herramienta permite un diagnóstico colectivo de las propuestas personales por actor que se plantearon en los pasos anteriores. Luego se abre un taller colaborativo sobre los resultados de cada actor. El objetivo es compartir las experiencias de cada uno para generar un diagnóstico y nuevas problemáticas que surgieron en los procesos. Por otra parte, ayudará a identificar los actores con los que se tiene una relación frecuente o inusual, entendiéndolos como facilitadores para los siguientes pasos. Terminando este taller se dará por finalizado el primer ciclo de la metodología. A partir de este momento, en función de los resultados obtenidos, se reiniciará la metodología volviendo al paso 2 con nuevas perspectivas y desafíos, integrando nuevos actores de la sociedad civil.

Consejos para la herramienta Del Insight al Progreso

- Tener a mano el lienzo de 4.2: PROYECCIÓN DE IMPACTO Y RESULTADOS para verificar los supuestos planteados en éste y facilitar un diagnóstico personal.
- Planificar el taller con anticipación, para que todos los actores estén en conocimiento del objetivo y contenido de la finalización del primer ciclo de la metodología.
- Tomar notas sobre las exposiciones de los demás actores, idealmente tener un encargado de registro del diagnóstico.
- Se recomienda organizar una instancia agradable y diferente a las demás, para motivar el entorno y generar una sensación de inicio de una nueva etapa mediante el cierre del primer ciclo.

(Esta herramienta e instrucciones fueron adaptadas a un con contexto cultural en parques urbanos a partir de *DIY, Desarrollo e impacto ¡Ya!. Herramientas prácticas para impulsar y apoyar la innovación social*, 2017).





M
G
C
C

ODELO DE
ESTIÓN
ULTURAL
OLABORATIVO

para Parques Urbanos

INICIO

¿Quién te ayudará? ACTORES CLAVE

¿Quiénes podría ayudar al parque a lograr la propuesta de valor?

Sociedad civil, vecinos, instituciones gubernamentales, asociaciones culturales..

¿Qué podrían ganar ellos asociándose o relacionándose con el parque? ¿Qué les podemos ofrecer?

5 MINUTOS

¿Cómo lo haces? ACTIVIDADES CLAVE

¿Qué actividades clave o acciones concretas requiere la propuesta de valor cultural del parque?

¿Qué actividades son las más importantes para tus canales de distribución, administrativos, difusión y relaciones con el usuario?

5 MINUTOS

¿Qué necesitas? RECURSOS CLAVE

¿Qué recursos clave tangibles e intangibles necesita tu propuesta de valor para el parque?

Recursos humanos, contactos, asociaciones, espacios, tiempo...

5 MINUTOS

¿Qué haces? PROPUESTA DE VALOR

¿Qué necesidades estamos satisfaciendo en cuanto a la cultura?

¿Cuál es la oferta cultural que querría y debería ofrecer el parque a los usuarios?

Explicitar tangibles e intangibles como espacios para el ocio, expresión, cohesión e interacción social como propuesta de valor

5 MINUTOS

¿Cómo interactúas? RELACIONES CON EL USUARIO

¿Qué tipo de relación tiene el parque con sus usuarios?

¿Cómo se podría hacer más partícipe a los usuarios en cuanto a la cultura?

5 MINUTOS

¿Cómo alcanzarlos? CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y DIFUSIÓN

¿A través de qué canales se podría alcanzar al usuario objetivo del parque?

¿Qué canales funcionan bien en la actualidad? ¿Cuáles podrían funcionar mejor?

¿Cuales servicios de distribución podrían acercarnos a los usuarios?

Considerar ticketeras, agencias, asociaciones de pagos o canjes, auspicios, entre otros.

5 MINUTOS

¿A quién ayudas? SEGMENTO DE USUARIOS

¿Qué personas valorarían el desarrollo cultural en el parque?

¿Qué personas se querría que valoren el desarrollo cultural en el parque?

¿A quién más podrías ayudar?

DEFINIR UN USUARIO O SEGMENTO OBJETIVO DIFERENTE AL ACTUAL ENFOCADO EN LA CULTURA

¿Qué relación tiene este nuevo usuario o grupo objetivo con el tradicional?

¿Porqué es bueno considerarlos?

5 MINUTOS

¿Cuál será el costo? ESTRUCTURA DE COSTOS

¿Qué es lo más costoso que se podría ofrecer como parque a otros actores?

Tangibles e intangibles como atención, tiempo de reunión, necesidad de personal o generación de contactos...

¿Qué recursos/actividades clave son los más caros? ¿Y más baratos?

5 MINUTOS



SPECIFIC (ESPECÍFICO)

CONCRETO, QUÉ Y CÓMO

- ¿Qué quiero lograr exactamente?
- ¿Quién está involucrado?
- ¿Cuáles son mis fortalezas y debilidades?
- ¿Cuáles son mis oportunidades y mis amenazas?
- ¿Qué beneficios obtendré si lo consigo?



MEASURABLE (MEDIBLE)

CUANTIFICABLE

Definir forma de medición o indicadores a emplear para evaluar el grado de consecución del objetivo.



ATTAINABLE (ALCANZABLE)

RETO AMBICIOSO PERO REALISTA (AJUSTABLE)

- ¿Existen los recursos para alcanzar este objetivo?
- Si no los tengo, ¿se podrían conseguir?
- ¿Qué es necesario para ejecutarlo?



RELEVANT (RELEVANTE)

SIGNIFICATIVO

- ¿Este objetivo es realista considerando el contexto?
- ¿Estoy considerando mis recursos y puntos débiles?



TIME BASED (BASADO EN EL TIEMPO)

PLAZO

Periodo estratégico, ni muy corto e inalcanzable ni muy extenso que se pueda dispersar

OBJETIVO GENERAL EN UNA FRASE

Empty rounded rectangular box for writing the general objective in one sentence.

ANÁLISIS CULTURAL FODA

TOTAL: 20 MINUTOS

2.1

FORTALEZAS

- ¿En qué aspecto cultural lidera el parque?
- ¿Qué lo hace único culturalmente?
- ¿Con qué recursos únicos o de bajo costo cuenta el parque para la cultura? (tangibles e intangibles)
- ¿Cuáles serían las fortalezas del parque en comparación con el desarrollo cultural de otros parques?

5 MINUTOS

DEBILIDADES

- ¿Qué se podría mejorar culturalmente en el parque según administración? ¿y según sus usuarios?
- ¿Qué se quiere y debe evitar?
- ¿Qué carencias o debilidades culturales tiene el parque?

5 MINUTOS

FACTORES INTERNOS

FACTORES

OPORTUNIDADES

- ¿Qué necesidades podrían tener los usuarios? ¿y los potenciales usuarios?
- ¿Qué cosas nuevas podrían preferir a lo que ya se ofrece?
- ¿Hay algún cambio en el contexto del parque? Social, tecnológico o cultural...
- ¿Hay cambios en las políticas o administración del parque?
- ¿Cuáles son las novedades?

5 MINUTOS

AMENAZAS

- ¿Qué dificultades enfrentan como parque?
- ¿Qué están haciendo otros parques exitosamente en relación a la cultura?
- ¿Hay algo en lo que esté obsoleto el parque? ¿Cultural o administrativamente?
- ¿Hay algún problema interno en el parque que pueda amenazar el desarrollo cultural?

5 MINUTOS

FACTORES EXTERNOS

FACTORES

Sobre nuestro público objetivo actual, ¿Quién satisface sus necesidades de cultura y ocio?
¿A quién admiramos? ¿Por qué?

Considerar: grupos, instituciones, entidades, comunidades, privados, centros culturales, pymes, ferias...

¿Cómo interactúan los usuarios con la cultura y el ocio con estas otras entidades? ¿Qué ofrecen?
¿Qué más podrían buscar?

Pensar en tipologías de interacción en las experiencias culturales como ser espectador, relación directa, indirecta, grupal o individual. Si es grupal a que pauta siguen.

¿Qué hacen ellos que podríamos rescatar como parque? ¿Qué no hacemos y podríamos hacer respecto a la cultura? ¿En qué podríamos hacer la diferencia?

¿Cuántos ofrecen estas nuevas ideas? ¿Quiénes tienen recursos que se podrían intercambiar?

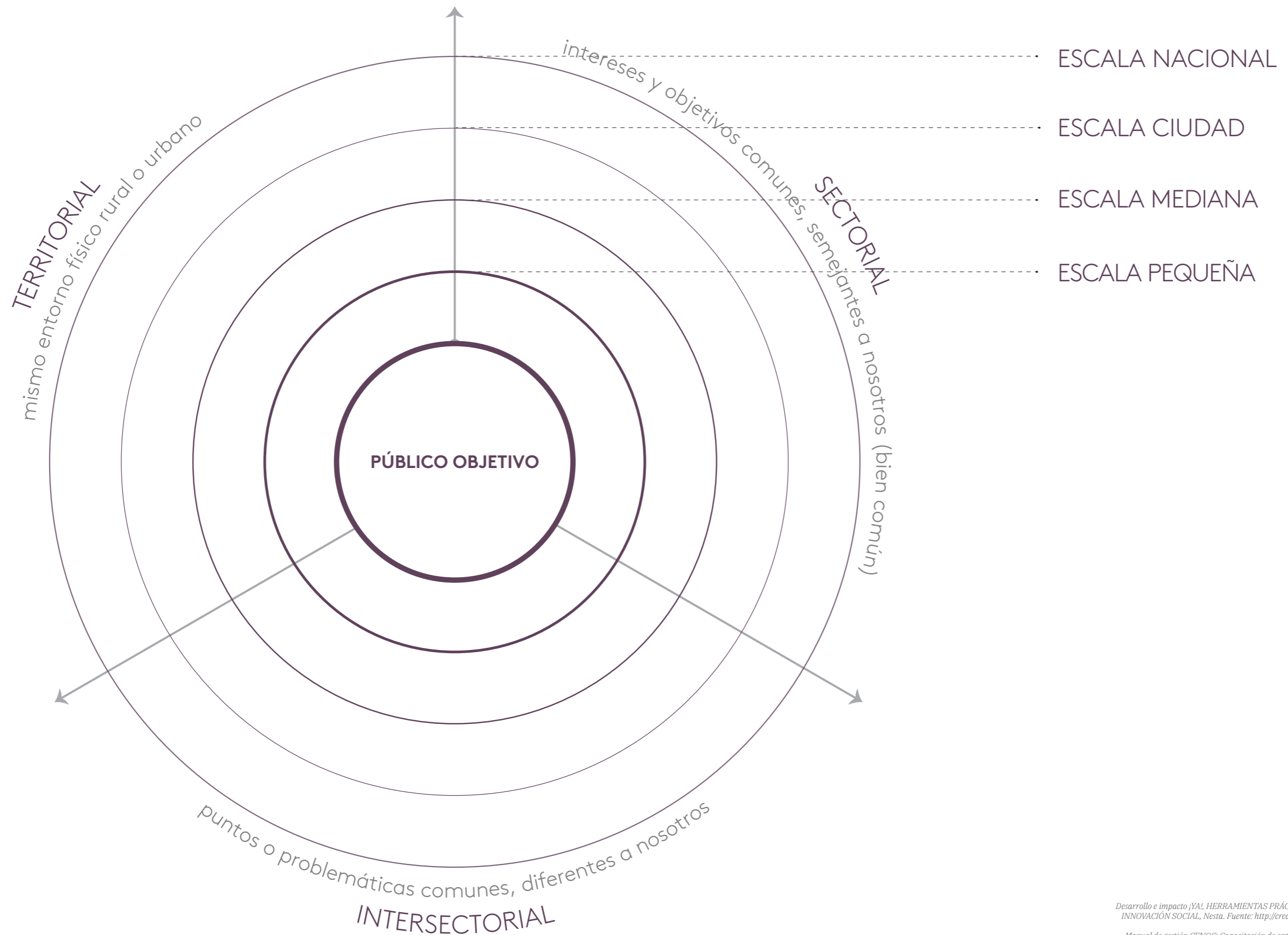
¿Con quienes estaríamos dispuestos a asociarnos? ¿Cuáles son los más posibles y relevantes?

¿Serían para instancias puntuales o festivas o al largo plazo? ¿Cuáles podrían ser periódicas?

¿Qué beneficios además del público se podrían obtener?

Considerar nuevos contactos, MKT, nuevo público, otra imagen, sustentabilidad, comercio justo, desarrollo social, etc...

¿Cómo se podría generar una oferta de intercambio para el largo plazo?



EL ACERCAMIENTO

LA FORMA TRADICIONAL

PROPUESTAS QUE DOBLEN, ROMPAN O EXTIENDAN LA REGLA



INVERSIÓN

Voltea la solución normal o clásica

Los museos ofrecen muestras culturales a las personas.

¿Y si las personas expusieran sus propias muestras de cultura en los museos?



INTEGRACIÓN

Mezcla más de una propuesta

Los usuarios van a descansar al parque.

¿Qué pasaría si las personas utilizaran el parque como su lugar de trabajo?



EXTENSIÓN

Extiende la oferta

Las corporaciones culturales ofrecen actividades a diario en horario hábil.

¿Y si ofrecieran actividades nocturnas o en la madrugada?



DIFERENCIACIÓN

Segmenta la oferta

El público objetivo está compuesto por "la familia"

¿Qué pasaría si se creara una segmentación de objetivos para cada integrante de la familia?



ADICIÓN

Integra nuevos elementos

Los bailes culturales en Chile se asocian a lo histórico y tradicional

¿Qué tal si se incluyeran bailes de tribus urbanas no tradicionales pero populares como culturales?



SUSTRACCIÓN

Elimina un componente

Los baños públicos del parque son fundamentales para la higiene

¿Qué pasaría si se limitara el uso del agua para los sanitarios?



TRADUCCIÓN

Interpreta una idea mediante otra disciplina

La gestión de un parque se centra en la sustentabilidad y la de un museo en la cultura

¿Y si se aplicaran las prácticas de gestión del museo al parque?



INSERCIÓN

Integra una perspectiva desde otra disciplina

Los liceos y establecimientos educacionales son el espacio para la educación

¿Qué pasaría si se comenzara a ocupar el parque como espacio educativo diariamente?



EXAGERACIÓN

Exorbita tu idea a un extremo

Las personas tienen un horario determinado para dar uso al parque.

¿Qué pasaría si se mantuviera abierto las 24 hrs.?

INICIO INDIVIDUAL

Escribe una problemática real, una idea y una propuesta a grandes rasgos. Tienes que explicársela a todo el equipo en 2 minutos

2 MIN

LUEGO DE EXPONER

Elegir, o sortear a otro actor integrante del equipo de trabajo (puede ser en parejas o de a tres personas).
¿En qué cosas te podría ayudar esa persona para lograr tu idea transversalmente a su área de trabajo?
¿Porqué necesitas su ayuda?
Si ahora son un equipo, ¿qué haría cada uno?

2 MIN

RELLENAR EN PAREJAS O EN GRUPOS

A partir de la problemática y propuesta seleccionada entre los integrantes, definir:

¿A quién se ayuda o da una solución? Puede ser un problema interno como externo. Ya sea de gestión, de la institución, entre actores, horarios o directamente el público.

¿Qué rol tiene cada un del equipo y porqué seleccionan esta problemática y propuesta?

20 MIN

EXPONER EN PAREJAS O EN GRUPOS

La idea rápida que soluciona la problemática.

En qué estaban de acuerdo.

En qué hubo desacuerdo.

Su conclusión, decisión, valores y objetivo como equipo.

5-10 MIN

FIN INDIVIDUAL, DESPUÉS DE TODAS LAS EXPOSICIONES

Para responder debes visualizar o recordar el lienzo de modelo de negocios y FODA para ponerte en contexto con la realidad:

¿Cuál fue la idea más realista?

¿La más relevante?

¿y la más interesante?

Escribe en una lista las 3 mejores ideas con orden de prioridad.

Debes seleccionar una de las propuestas, ya sea de tu equipo o de otro, cada uno debe quedarse con UNA IDEA.

2 MIN

PLAN DE ACCIÓN AL PLAZO

4.1

ACTIVIDAD	ENCARGADO	ACTOR RELACIONADO ÁREA DE TRABAJO	¿CUÁNTO ES LO MÍNIMO Y MÁXIMO QUE PODRÍA DEMORAR?	FECHA LÍMITE

MEJORAR

¿Qué es lo nuevo de la mejora? ¿Para quién es la mejora?

REEMPLAZAR

¿Qué podría fallar o tener mala aceptación por otros actores?

Escribe tu propuesta personal, tu interés y enfoque para el cambio

RE-UTILIZAR

¿Qué recursos existentes voy a utilizar? (considerar tangibles e intangibles)

¿Qué otros recursos se podrían utilizar?

¿Cómo se podrían obtener los mismos resultados de otra forma?

LIMITAR

¿Con qué o quién se debería tener cuidado, más planificación o anticipación?

¿Para qué debo estar preparado?

