



HERRAMIENTA
CO-CREACIÓN





¿PARA QUÉ SIRVE?

Los pasos iniciales de escucha en profundidad, interpretación colectiva y análisis colaborativo conducen a encontrar valores compartidos, áreas de oportunidad, barreras existentes en el proceso. Esto conduce a que el conector pueda iniciar, junto a los principales agentes sociales mapeados, un proceso de desarrollo de soluciones a través de la co-creación. Se trata de un proceso inclusivo que dará lugar a un conjunto de ideas que constituirá la base del codiseño y la creación de prototipos.

El proceso se inicia con los resultados obtenidos por los análisis de la escucha. Por lo tanto, estas oportunidades que han surgido de la escucha y el proceso de contraste deben desarrollarse y especificarse como se muestra en el siguiente gráfico. En un principio las ideas estarán poco definidas y será necesario que estas ideas iniciales se exploren y desarrollen para poder convertirse en potenciales pilotos o prototipos.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE ESTA HERRAMIENTA?

A partir del proceso de escucha en profundidad y del análisis narrativo, segmentamos la información en toda su diversidad de opiniones y percepciones y creamos perfiles etnográficos, la herramienta que se ha presentado anteriormente y que conecta directamente con las herramientas de la fase de co-creación.

La cocreación permite adaptar iniciativas en marcha en el territorio y crear nuevos prototipos que se incorporarán a la cartera. Este enfoque ayuda a maximizar el impacto de la cartera al lograr un equilibrio óptimo entre nuevas ideas/prototipos, proyectos y programas piloto.

En general, la cocreación es una herramienta fundamental en la innovación social que permite un enfoque más inclusivo y diverso. Al incorporar la inteligencia colectiva que el conector ha sabido atender a lo largo del proceso, así como una definición clara de narrativas y retos y una cartera equilibrada de iniciativas, podemos abordar los retos y las oportunidades identificadas en la comunidad de manera más efectiva y sostenible.



¿CÓMO SE UTILIZA?

Al planificar un proceso de co-creación, es fundamental considerar las dinámicas del contexto local y tener en cuenta los conocimientos y aptitudes de los posibles socios locales y la comunidad en general. El proceso de escucha hacia una cartera de iniciativas conectadas implica una toma de decisiones compartida: todos los participantes tienen el mismo poder para influir.

En la siguiente tabla se muestra un modelo de planificación de una sesión de co-creación inicial, en la que todavía el proceso de co-creación es incipiente. En esta fase, como ya se mencionaba antes, es importante conectar las ideas con lo recogido en la fase de escucha. Es importante que las narrativas estén previamente contrastadas y contar, a su vez, con un documento orientador con las principales ideas a desarrollar que han surgido de la escucha y del mapeo.

Para estas dinámicas se pueden utilizar las diferentes herramientas presentadas en la sección anterior.

Una vez establecidas las áreas temáticas, ideas clave o conceptos y los grupos de trabajo poco a poco estos grupos irán desarrollando sus conceptos en propuestas más desarrolladas. En esta fase es importante ser capaces de interpretar qué actores potenciales podrían participar de este proceso y contrastar la propuesta con actores del grupo objetivo. Este proceso puede ser un buen momento para empezar a hablar de la co-creación de los espacios ECOL de una forma orgánica ante las necesidades percibidas y cómo estas conectan con la necesidad de que las personas se empiezan a movilizar por el bien común. Basándonos en la experiencia del proyecto Mi Casa, también es fundamental asegurarse un seguimiento de los grupos comunitarios creados.

¿CÓMO PROGRAMAR UNA SESIÓN DE COCREACIÓN?

¿Cómo programar una sesión de co-creación?

Podría incluir las siguientes actividades (que deberá adaptarse a las costumbres y tiempos locales):

1. Bienvenida e introducción al proyecto
(5 min)

2. Presentación de la agenda del día y de la metodología de trabajo (15 min)

3. Presentación de las principales conclusiones del proceso de escucha: narrativas identificadas (15 min)

▼ *Descanso

4. Parte I: Lluvia de ideas y votación
(40 min)

5. Parte II: Desarrollo de conceptos
(20 min)

6. Presentación de conceptos y futuros prototipos (20 min)

7. Conclusiones y próximos pasos
(5 min)



HERRAMIENTA 1: PREGUNTAS ABIERTAS PARA DISCUSIÓN GRUPAL



Para identificar oportunidades: ¿Cuál es la oportunidad identificada en el proceso de escucha? ¿Es viable aprovechar esta oportunidad en la zona? ¿Existen iniciativas similares en marcha o podrían beneficiarse de ésta? ¿Qué requisitos y componentes son necesarios para la implementación?



Identificar interconexiones: ¿Cómo se pueden aprovechar y vincular estas áreas a proyectos/iniciativas actuales? ¿Qué iniciativas en curso podrían interconectarse?



Acceso a propuestas: Si una o más partes interesadas han presentado una propuesta concreta: ¿Tiene sentido explorar esta propuesta? ¿Cómo podemos complementar esta propuesta con iniciativas existentes o acciones futuras?



Identificar actores por áreas: ¿Estás interesado en participar? Con la información de la que dispone hoy, ¿está interesado en crear un grupo de trabajo sobre bombas de calor? ¿Ha identificado necesidades en las que otras partes interesadas podrían sumarse? ¿Se requeriría el apoyo de otras partes interesadas?

HERRAMIENTA 2: PÓSTER DE CONCEPTO

Esta herramienta ayuda a refinar ideas y soluciones durante el proceso de diseño conceptual. Al agrupar y refinar múltiples ideas, la herramienta puede guiar el proceso de co-creación en una dirección específica.

Póster de Concepto AGRIE LEHENDAKARIA CENTER
for Social and Political Studies

Título

Descripción

<p>Grupo objetivo </p> <input style="width: 95%; height: 100%;" type="text"/>	<p>Necesidades que aborda</p> <input style="width: 95%; height: 100%;" type="text"/>
<p>¿Por qué es novedoso?</p> <input style="width: 95%; height: 100%;" type="text"/>	<p>¿Quién debería participar? </p> <input style="width: 95%; height: 100%;" type="text"/>

PASOS

- ◆ Seleccionar qué grupos de ideas o ideas únicas podrían desarrollarse.
- ◆ Elegir un título que resuma la esencia de este concepto.
- ◆ Describir brevemente los elementos que deben formar parte de este concepto. ¿Qué servicios incluye? ¿Qué tiene de innovador? ¿Qué lo hace original?
- ◆ Identificar el grupo objetivo de este concepto y describa cómo se relaciona con el perfil y las necesidades de este grupo específico. Para ello, puede resultar útil identificar hasta tres grupos objetivo y describirlos en detalle.
- ◆ Describir el valor y los efectos que este concepto o idea puede tener para el/los grupo/s al que va dirigido.
- ◆ Comenzar con una lista de los principales actores involucrados: ¿qué agentes locales y comunitarios deberían pertenecer a esto? ¿Qué otros agentes a mayor escala deberían colaborar? ¿Qué partes interesadas son cruciales para que esta idea se materialice. Podrán pertenecer al equipo personas del sector público y privado o miembros de asociaciones y organizaciones.
- ◆ ¿Quién estaría dispuesto a financiarlo? ¿Qué nuevo modelo de negocio implica? ¿Cuál es su potencial de crecimiento?
- ◆ Analizar las iniciativas estratégicas existentes y el conocimiento en esta materia. Indicar (importante para el seguimiento): los tres siguientes pasos más importantes para que esta idea o concepto se materialice.



HERRAMIENTA 3: LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO SOCIAL

Lienzo de Modelo de Negocio Social - PIA

** Prototipo: ejemplo*

▲ ■ ●
AGIRRE LEHENDAKARIA CENTER
for Social and Political Studies

Indicadores de Impacto	Actores Clave	Actividades Clave	Propuesta de Valor	Relaciones Clave	Segmentos Beneficiarios	Gastos Clave
Indicadores de corto, medio y largo plazo que demuestren que el prototipo ha funcionado creando un impacto social positivo en línea con los objetivos del PNUD y los ODS.	Los agentes clave describen la red que va a ayudar (colaboradores) a los prototipos a funcionar.	Las actividades clave describen las cosas más importantes que debemos hacer (grupo PNUD) para que el prototipo funcione.	La propuesta de valor describe el conjunto de productos y/o servicios que van a crear valor o dirigirse a los beneficiarios.	Las relaciones clave describen el tipo de relaciones que tenemos que (el grupo PNUD) establecer con beneficiarios específicos.	Los segmentos beneficiarios describen los diferentes grupos de organizaciones que pretendemos (grupo PNUD) alcanzar y satisfacer con el prototipo.	Los costes clave describen todos los costes que deberán ser incurridos para que el prototipo funcione.
	Socios Clave Los socios clave describen la red que va a ayudar a los prototipos a funcionar (financiadores etc. con recursos clave).		<i>Centrarse en las Barreras/Facilitadores y en los trabajos del cliente (lo que el beneficiario necesita hacer a través del prototipo).</i>		Segmentar por niveles: 1. Comunitario (Micro) 2. PYMES 3. Organizaciones de larga escala 4. Gobierno	
		Recursos Clave Los recursos clave describen los activos más importantes para que el prototipo funcione.		Canales/ Comunicación Los canales describen cómo tenemos que (el grupo PNUD) comunicarnos y contactar con nuestros beneficiarios para entregar la proposición de valor.		Ingresos Los canales de ingresos representan la inversión estimada o ingreso a generar para que el prototipo sea viable (sostenible).
PESTEL Análisis Qué hay fuera que puede impactar en el prototipo: político, económico, social, tecnológico, medioambiental, legal, 1=insignificante, 2=menor, 3=moderado, 4=mayor, 5=extremo. Añadir también plazos estimados						

Un modelo de negocio social en el que se plantean diferentes parámetros a reflexionar para dar forma al prototipo. Ejemplo usado con el PNUD.



EJEMPLOS

Co-creación en La Orotava, Canarias

El 7 de junio de 2023, se organizó La Orotava una sesión de co-creación con los principales agentes locales. La agenda fue codiseñada entre ALC y el conector comunitario, lo que aseguró una experiencia dinámica y participativa para todos los involucrados.

La sesión comenzó con una bienvenida a cargo de Ricardo y Erika. Durante los primeros 15 minutos, se presentaron los perfiles etnográficos (herramienta) actualizados y las ideas clave a cargo de Ricardo y ALC.

En la tercera parte se llevó a cabo un ejercicio de co-creación conectado con la escucha, dirigido por Ricardo y ALC. Divididos en tres grupos, cada uno abordó una perspectiva concreta: el Consejo Municipal de Discapacidad y su conexión con los presupuestos participativos; 'Activa tu Comunidad', un proyecto piloto comunitario que abarcaba desde bailes sociales hasta expresiones

artísticas como graffiti; y una nueva idea de pequeña y mediana escala, centrada en 'La Murga' como espacio autogestionado, integrando actividades de ocio y pequeños emprendimientos, conectado con las iniciativas de la Asociación Libertad.

La cuarta parte consistió en la puesta en común y la creación de conexiones entre las diversas iniciativas, liderado por el conector y que permitió la sinergia entre las ideas y la identificación de oportunidades colaborativas.

En la última parte se abordaron los próximos pasos de seguimiento. Este evento fue un punto de encuentro para diversas ideas y perspectivas, y también el inicio de una colaboración prometedora para La Orotava.

