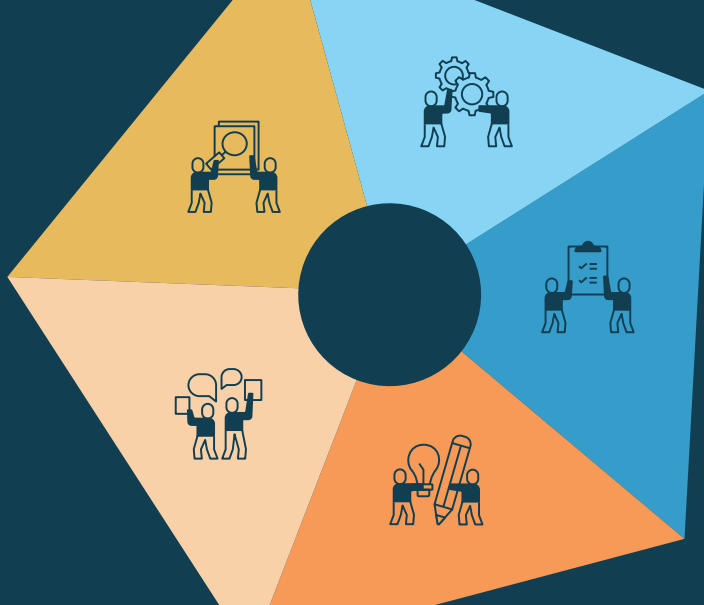


Técnicas para la Implementación del Modelo de Innovación Social UCM



INTRODUCCIÓN

El Centro Integral de Innovación Social (CIIS) tiene como propósito fortalecer y consolidar la implementación del Modelo de Innovación Social UCM en las carreras de pregrado, mediante el acompañamiento en diseño y rediseño curricular, planificación, metodologías de enseñanza-aprendizaje activo-participativas y evaluación de actividades curriculares vinculadas con el medio.

Con el objetivo de apoyar a docentes y estudiantes en la implementación de cada una de las etapas del Modelo de Innovación Social, se diseñó este material de apoyo que sistematiza diversas **técnicas de trabajo colaborativo**.

→ ACCEDER A LAS DIFERENTES TÉCNICAS **INGRESANDO AL QR**





- Identificación de Grupo de Trabajo
- Construcción de Alianzas
- Construcción de Equipo



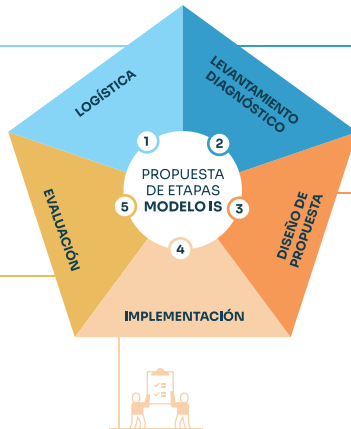
- Definición del problema
- Árbol de problemas
- Cinco por qué
- Investigación de fuentes secundarias
(informes, artículos, estudios, prensa, etc.)
- Lluvia de ideas
- Focus group
- Entrevista
- Foda
- Encuesta

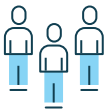


- Entrevista
- Foda
- Encuesta



- Lluvia de ideas
- Mapa de grupos de interés
- Focus group
- Mapas mentales
- Elevator pitch
- Prototipado rápido
- Sesión de co-creación
- Taller de creatividad
- Árbol de objetivos





TÉCNICA

Identificación de grupo de trabajo



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para tener una visión clara y completa de las personas o grupos a los que está dirigida la iniciativa, ayudando a entender mejor a quiénes se quiere llegar. Además, facilita explicar y mostrar de manera visual quién es el público objetivo, lo que hace más comprensible la propuesta para otras personas.

También permite reflexionar y analizar en profundidad a los distintos actores que pueden estar involucrados o verse afectados, incluso aquellos que no se habían considerado en un inicio, ampliando así la mirada sobre el alcance de la iniciativa.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Identificación de distintos perfiles de personas que serán parte de la/s iniciativa/s.
- ➔ Un insumo claro y comprensible, que permita explicar a terceros quiénes son los destinatarios de la iniciativa.
- ➔ Un soporte para la toma de decisiones, facilitando ajustes en el diseño, enfoque o implementación de la iniciativa a partir del reconocimiento de la diversidad de personas involucradas.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Con la iniciativa definida, pensar en quiénes pueden tener intereses o necesidades que se relacionen con el proyecto. Se recomienda trabajar en grupos pequeños.
- ➔ Identificarlos y anotarlos en la plantilla. **VER ANEXO 1**
- ➔ Reconocer características más importantes, y cómo la iniciativa puede contribuir. Es útil agregar nombres y breves descripciones para cada uno de los grupos identificados.
- ➔ Realizar una aproximación al público objetivo, analizando cómo, cuándo y con qué frecuencia se podría interactuar con ellos/as.
- ➔ Se recomienda hacer una puesta en común para una definición colectiva.





TÉCNICA

Construcción de alianzas



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para lograr una comprensión compartida entre los actores involucrados, integrando distintas miradas y conocimientos para fortalecer el trabajo colaborativo.

Además, para definir qué tipo de vínculo estratégico conviene establecer con los posibles participantes, permitiéndote analizar dimensiones clave como intereses, recursos, objetivos y niveles de compromiso, y así construir alianzas más sólidas y sostenibles.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Identificación sistemática de potenciales socios de la iniciativa, considerando actores internos y externos relevantes para su desarrollo y sostenibilidad.
- ➔ Clarificación de intereses, capacidades y aportes esperados de cada actor, reconociendo tensiones y oportunidades de colaboración.
- ➔ Construcción de una visión común dentro del equipo de trabajo que integre diversas perspectivas y saberes sobre con quién y cómo vincularse.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Con la iniciativa definida, identificar alianzas existentes.
- ➔ Explorar opciones u oportunidades existentes entre las actuales alianzas o en la construcción de nuevas (**Se pueden apoyar con los actores definidos en la técnica de Identificación de participantes**).
- ➔ Seleccionar alianzas que permitan la construcción de relaciones de trabajo.
- ➔ Crear un plan de acción para definir objetivos, actividades y recursos conjuntos.
- ➔ Evaluar los avances y resultados en relación con la iniciativa.
- ➔ Considerar que esta técnica es parte de un proceso que se va a desarrollar durante toda la iniciativa.



TÉCNICA

Construcción de equipo



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para definir qué tipo de equipo necesitas para llevar adelante una iniciativa, identificando las competencias, cualidades y talentos clave para que sea efectivo.

También para asegurar que el equipo funcione adecuadamente, alineando las fortalezas de sus integrantes con el objetivo de la iniciativa y promoviendo la cooperación entre sus miembros.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Definición del equipo de trabajo de la iniciativa, identificando roles, responsabilidades y perfiles necesarios para su implementación.
- ➔ Reconocimiento de las fortalezas y competencias de cada miembro, permitiendo una asignación de funciones acorde a las capacidades individuales.
- ➔ Construcción de un objetivo común asegurando que todos los miembros del equipo comprendan y adhieran a los resultados esperados.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Conformar el equipo en la fase inicial del proyecto, para fortalecer el compromiso y la corresponsabilidad.
- ➔ Definir si estos equipos serán formados por el/la docente o los/las estudiantes.
- ➔ Identificar las capacidades y competencias que hay en el equipo y que se necesita. **VER ANEXO 2 y 2.1**
- ➔ Establecer acuerdos explícitos sobre valores, formas de trabajo, responsabilidades y metas comunes, para asegurar el cumplimiento de los objetivos.
- ➔ Definir claramente los roles de cada integrante, evitando ambigüedades y facilitando la coordinación y el cumplimiento de tareas.

LOGÍSTICA



ANEXO 2



ANEXO 2.1



TÉCNICA

Definición del problema



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para definir correctamente el problema que da origen a una iniciativa, asegurando que esté bien comprendido y contextualizado antes de diseñar soluciones.

También para orientar el proceso creativo junto a los/as participantes/as, evitando errores en la implementación. Además, ayuda a formular problemas que sean relevantes, realistas y motivadores, aumentando las probabilidades de éxito de la iniciativa.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

➤ Formulación clara y precisa del problema con base en el contexto en el que este se manifiesta.

➤ Problema claramente alineado con las necesidades e inquietudes de las personas involucradas.

Realismo y viabilidad del problema planteado, considerando los recursos, capacidades y condiciones reales del entorno.



¿CÓMO LO HACEMOS?

➤ Dedicar tiempo a la definición correcta del problema, para evitar diagnósticos y soluciones erróneas.

➤ Buscar la diversidad en el grupo para poder tener la máxima información sobre el problema a enfrentar.

➤ Mantener una comunicación constante con los participantes.

➤ Si el problema que se trabaja es muy general, se recomienda dividirlo en partes para poder trabajar con problemas más pequeños y concretos.

➤ Los problemas deben estar alineados con las necesidades de los participantes, así como con los objetivos del proyecto.

➤ (Se recomienda utilizar técnicas propuestas dentro del documento).



TÉCNICA

Árbol de problemas



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para analizar un problema de manera clara y estructurada, identificando sus causas y efectos para comprender mejor la situación.

Para orientar la toma de decisiones y planificar acciones de forma más informada, facilitando el trabajo conjunto con los/as participantes en la búsqueda de soluciones.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Representación visual y estructurada del problema central delimitado y consensuado por las personas participantes.
- ➔ Identificación y organización de las principales causas que originan el problema, estableciendo relaciones claras y jerarquizadas.
- ➔ Reconocimiento de los efectos y consecuencias, permitiendo comprender la contribución que genera.
- ➔ Insumo analítico para la acción planificada, que sirva como base para definir objetivos, estrategias y líneas de intervención coherentes con el problema y la iniciativa.



¿CÓMO LO HACEMOS?

La idea es construir, de manera colaborativa, un árbol donde sus partes más visibles son las piezas a ser representadas. **VER ANEXO 3**

- ➔ El tronco: representa el problema principal
- ➔ Las hojas: representan los efectos o consecuencias
- ➔ Las raíces: representan las causas de los problemas

Una vez realizado el árbol, se sugiere revisar su coherencia, para lo cual es útil leerlo desde arriba hacia abajo y viceversa, viendo que el flujo tenga sentido.

Las soluciones se incluyen en el árbol de objetivos.





TÉCNICA

Cinco por qué



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para identificar las causas profundas de un problema, explorando de manera sistemática las relaciones de causa-efecto a través de preguntas.

Además, para analizar el problema de forma colaborativa, permitiendo retroceder en la cadena causal hasta llegar a su origen, lo que facilita diseñar soluciones más pertinentes y efectivas.

TIP No tienen por qué ser exactamente 5 preguntas, esto va a depender de la longitud del proceso causal del problema.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Reconocimiento de la causa raíz, es decir, el factor principal que origina o sostiene el problema.
- ➔ Análisis basado en preguntas críticas y reflexión colectiva.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Se recomienda no quedarse con la primera respuesta, pues esta suele ser un síntoma, no una causa. **VER ANEXO 4**
- ➔ Enfocarse en procesos y no en personas.
- ➔ “Cinco” es una guía, no una regla fija. Si la causa principal aparece antes, se puede parar el ejercicio, si no, seguir preguntando hasta encontrar el consenso.
- ➔ Se aconseja formar un equipo (de estudiantes y participantes) que conozca la situación y pueda analizarla.
- ➔ En el cierre, compartir los resultados de la experiencia.





TÉCNICA

Investigación de fuentes secundarias (informes, artículos, estudios, prensa, etc.)



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para recopilar y analizar información relevante desde distintas fuentes, permitiéndote comprender mejor un fenómeno o problema.

También para fundamentar y dar sustento a una iniciativa o estudio, aprovechando el conocimiento existente para contextualizar y fortalecer la propuesta.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Comprensión del fenómeno integrando antecedentes teóricos, históricos, normativos y/o empíricos existentes en las fuentes.
- ➔ Sistematización del conocimiento previo, destacando hallazgos clave.
- ➔ Fundamentación teórica y empírica de la propuesta, fortaleciendo su coherencia, pertinencia y rigor.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Usar información reciente y confiable. Priorizar publicaciones académicas y de instituciones oficiales.
- ➔ Resumir con palabras propias lo esencial y referenciar cuando sea necesario. **VER ANEXO 5**
- ➔ Contrastar fuentes. Evitar basarse solo en una perspectiva.
- ➔ Organizar bien las referencias, se recomienda usar un gestor (como Zotero o Mendeley) si se trabaja con muchas fuentes.
- ➔ Complementar con fuentes primarias (encuestas, entrevistas, focus groups) si la iniciativa lo requiere.
- ➔ Aplicar normas APA o el formato que corresponda.





TÉCNICA

Lluvia de ideas



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para activar y orientar el potencial creativo de estudiantes y participantes hacia objetivos concretos, fortaleciendo la comunicación y el trabajo colaborativo.

Para generar ideas y soluciones frente a problemas, permitiéndote analizar alternativas, anticipar consecuencias, estimar la contribución y evaluar distintas opciones antes de tomar decisiones.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Diversas ideas y/o propuestas relacionadas con el problema.
- ➔ Activación de la creatividad individual y colectiva, favoreciendo la expresión libre de ideas y participación equitativa de estudiantes y participantes.
- ➔ Insumo inicial para la toma de decisiones, que permita priorizar ideas y orientar etapas posteriores de la iniciativa.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Definir el propósito, dejar clara la pregunta o el problema que se quiere abordar con la técnica.
- ➔ Establecer normas básicas de participación que favorezcan la creatividad.
- ➔ Elegir la mejor estrategia para el contexto en el que se trabaja y adecuarse a las características de los estudiantes y participantes.
- ➔ Registrar todas las ideas propuestas y seleccionar las más prometedoras según criterios acordados.
- ➔ Al cierre, es importante resumir las ideas seleccionadas y definir cursos de acción.
- ➔ Se recomienda que la sesión sea breve, entre 30 y 60 minutos.



TÉCNICA

Mapa de grupos de interés



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para identificar y visualizar a todos los actores involucrados en una iniciativa, ya sean personas, organizaciones o instituciones que influyen o se ven afectadas.

Además, para comprender mejor el entorno y grupos relevantes de interés del proyecto, reconociendo motivaciones, impactos e influencias, y así tomar decisiones más informadas. Además, al realizarlo de forma colaborativa, permite enriquecer el análisis con distintas perspectivas.

TIP Una manera fácil de identificar actores es respondiendo a las siguientes preguntas: ¿Quiénes se interesan por la iniciativa? ¿A quiénes les impacta la iniciativa? ¿Quiénes influyen en la iniciativa?



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Identificación de actores interesados, incluyendo individuos, organizaciones, comunidades, instituciones, empresas y redes relevantes.
- ➔ Comprensión de las relaciones y dinámicas entre actores, reconociendo roles, intereses, grados de influencia y posibles conflictos o alianzas.
- ➔ Enriquecimiento de la mirada del equipo de trabajo, incorporando actores que no habían sido considerados inicialmente.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Con el problema definido, la idea es poder identificar actores o grupos de interés que se relacionan con él. Se recomienda hacer un listado, de manera colaborativa, que sirva como insumo para la elaboración del mapa.
- ➔ Clasificar los actores según nivel de interés y nivel de influencia y ubicarlos en la matriz. **VER ANEXO 6**
- ➔ Analizar vínculos y relaciones entre actores: trazar conexiones como alianzas, dependencias, conflictos o ausencia de vínculo.
- ➔ Reflexionar sobre los hallazgos.
- ➔ Diseñar estrategias de participación o colaboración con los actores.
- ➔ Actualizar el mapa durante el proceso, ejemplo: ajustar según aparezcan nuevos actores.





TÉCNICA

Focus group



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para recoger y comprender distintas opiniones y experiencias sobre un tema a través del diálogo grupal.

Para profundizar en el “por qué” de las percepciones o comportamientos, la interacción entre participantes permite enriquecer y contrastar ideas.

TIP Al ser una conversación guiada por un moderador o facilitador, se recomienda que sean entre 6 y 10 participantes.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Recopilación de opiniones, percepciones y experiencias diversas, surgidas a partir de la interacción y el diálogo entre los/las participantes.
- ➔ Generación de información cualitativa que describe lo que piensan las personas, y el colectivo (significados, creencias, valores, etc.)
- ➔ Fortalecimiento de la participación y escucha activa, al ofrecer un espacio de conversación y reflexión colectiva.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Determinar el tema que se quiere conversar.
- ➔ Reunir grupos que representen distintas opiniones respecto al tema.
- ➔ La pauta de preguntas debe ser flexible, con preguntas abiertas que orienten la conversación. **VER ANEXO 7.1**
- ➔ Preparar un lugar cómodo, cercano a los participantes. Se puede disponer de sillas en círculo para favorecer la conversación.
- ➔ Presentar objetivos y normas básicas (confidencialidad, respeto, escucha activa).
- ➔ Registrar información para posterior análisis. **VER ANEXO 7**
- ➔ Solicitar a los participantes la grabación de la conversación, recorda aplicar consentimiento informado.





TÉCNICA

Entrevista



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para obtener información cualitativa en profundidad sobre un tema, a partir de una conversación guiada.

Para comprender experiencias, percepciones y significados desde la perspectiva del entrevistado, priorizando la profundidad por sobre la cantidad de información.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Información cualitativa contextualizada, que permite ir más allá de respuestas superficiales o estandarizadas.
- ➔ Identificación de categorías, patrones y discursos relevantes, útiles para el análisis posterior, en el desarrollo del diagnóstico o evaluación de la iniciativa.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Clarificar qué se quiere conocer o explorar sobre el problema previamente definido.
- ➔ Seleccionar a las personas entrevistadas. Elegir participantes que puedan aportar información valiosa por su experiencia o rol.
- ➔ Diseñar guía de preguntas abiertas que orienten la conversación. La idea es que vayan de lo más general a lo específico. **VER ANEXO 8**
- ➔ Obtener firma de consentimiento informado de los participantes y disponer de un dispositivo para grabar.
- ➔ Escuchar activamente y evitar interrumpir.
- ➔ Transcribir las entrevistas e identificar temas comunes y diferencias.
- ➔ Analizar la información y elaborar las principales conclusiones.





TÉCNICA **Foda**



¿PARA QUÉ SIRVE?

Sirve para evaluar la situación real de una comunidad, grupo, empresa, proyecto o personas, tanto interna (fortalezas y debilidades) como externas (oportunidades y amenazas).

Fomenta un análisis crítico de la realidad, especialmente en contextos de innovación social y trabajo con comunidades, ayudando a tomar decisiones más estratégicas.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- Identificar fortalezas y debilidades internas del problema, considerando recursos, capacidades, experiencias y limitaciones.
- Reconocimiento de oportunidades y amenazas del entorno, especialmente aquellas que influyen de manera directa en el problema.
- Distinguir elementos que pueden potenciar la iniciativa y aquellos que requieren mitigación o gestión.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- Delimitar de manera colaborativa y clara el objetivo del FODA. Se recomienda hacer el ejercicio con estudiantes y participantes.
- Distinguir elementos internos y externos; un error frecuente es confundirlos.
- Un buen FODA es estratégico y apunta a identificar cuestiones relevantes. **VER ANEXO 9**
- Es importante relacionar lo interno y externo para enriquecer la información.
- Una vez que se diseña un FODA, es necesario determinar líneas de acción.





TÉCNICA

Encuesta



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para recolectar información de muchas personas de manera ordenada y comparable, facilitando su análisis.

Además, sirve para conocer y medir opiniones, actitudes, percepciones o comportamientos sobre un tema específico, apoyando la toma de decisiones con datos cuantificables.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Diseño de encuesta o identificación de un instrumento validado para la temática a abordar.
- ➔ Levantamiento de datos cuantitativos recogidos mediante cuestionarios con preguntas estandarizadas.
- ➔ Información útil para la toma de decisiones basada en evidencia, especialmente en procesos de diagnóstico, evaluación o planificación.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Se comienza con preguntas generales y avanza hacia temas específicos. **VER ANEXO 10**
- ➔ Cada pregunta debe tener un propósito, de manera que, si una no aporta al objetivo, se recomienda eliminar.
- ➔ Evitar encuestas largas. Fatigan al encuestado y reducen la calidad de las respuestas.
- ➔ Asegurar el anonimato de las respuestas.
- ➔ Incluir una introducción breve y motivadora. Explicar quién aplica la encuesta y por qué es importante responderla.
- ➔ Cerrar con una pregunta abierta. Permite recoger sugerencias o comentarios libres.





TÉCNICA

Lluvia de ideas



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para activar y orientar el potencial creativo de estudiantes y participantes hacia objetivos concretos, fortaleciendo la comunicación y el trabajo colaborativo.

Para generar ideas y soluciones frente a problemas, permitiéndote analizar alternativas, anticipar consecuencias, estimar la contribución y evaluar distintas opciones antes de tomar decisiones.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Diversas ideas y/o propuestas relacionadas con el problema.
- ➔ Activación de la creatividad individual y colectiva, favoreciendo la expresión libre de ideas y participación equitativa de estudiantes y participantes.
- ➔ Insumo inicial para la toma de decisiones, que permita priorizar ideas y orientar etapas posteriores de la iniciativa.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Definir el propósito, dejar clara la pregunta o el problema que se quiere abordar con la técnica.
- ➔ Establecer normas básicas de participación que favorezcan la creatividad.
- ➔ Elegir la mejor estrategia para el contexto en el que se trabaja y adecuarse a las características de los estudiantes y participantes.
- ➔ Registrar todas las ideas propuestas y seleccionar las más prometedoras según criterios acordados.
- ➔ Al cierre, es importante resumir las ideas seleccionadas y definir cursos de acción.
- ➔ Se recomienda que la sesión sea breve, entre 30 y 60 minutos.



TÉCNICA

Mapa de grupos de interés



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para identificar y visualizar a todos los actores involucrados en una iniciativa, ya sean personas, organizaciones o instituciones que influyen o se ven afectadas.

Además, para comprender mejor el entorno y grupos relevantes de interés del proyecto, reconociendo motivaciones, impactos e influencias, y así tomar decisiones más informadas. Además, al realizarlo de forma colaborativa, permite enriquecer el análisis con distintas perspectivas.

TIP Una manera fácil de identificar actores es respondiendo a las siguientes preguntas: ¿Quiénes se interesan por la iniciativa? ¿A quiénes les impacta la iniciativa? ¿Quiénes influyen en la iniciativa?



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Identificación de actores interesados, incluyendo individuos, organizaciones, comunidades, instituciones, empresas y redes relevantes.
- ➔ Comprensión de las relaciones y dinámicas entre actores, reconociendo roles, intereses, grados de influencia y posibles conflictos o alianzas.
- ➔ Enriquecimiento de la mirada del equipo de trabajo, incorporando actores que no habían sido considerados inicialmente.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Con el problema definido, la idea es poder identificar actores o grupos de interés que se relacionan con él. Se recomienda hacer un listado, de manera colaborativa, que sirva como insumo para la elaboración del mapa.
- ➔ Clasificar los actores según nivel de interés y nivel de influencia y ubicarlos en la matriz. **VER ANEXO 6**
- ➔ Analizar vínculos y relaciones entre actores: trazar conexiones como alianzas, dependencias, conflictos o ausencia de vínculo.
- ➔ Reflexionar sobre los hallazgos.
- ➔ Diseñar estrategias de participación o colaboración con los actores.
- ➔ Actualizar el mapa durante el proceso, ejemplo: ajustar según aparezcan nuevos actores.





TÉCNICA

Focus group



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para recoger y comprender distintas opiniones y experiencias sobre un tema a través del diálogo grupal.

Para profundizar en el “por qué” de las percepciones o comportamientos, la interacción entre participantes permite enriquecer y contrastar ideas.

TIP Al ser una conversación guiada por un moderador o facilitador, se recomienda que sean entre 6 y 10 participantes.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Recopilación de opiniones, percepciones y experiencias diversas, surgidas a partir de la interacción y el diálogo entre los/las participantes.
- ➔ Generación de información cualitativa que describe lo que piensan las personas, y el colectivo (significados, creencias, valores, etc.)
- ➔ Fortalecimiento de la participación y escucha activa, al ofrecer un espacio de conversación y reflexión colectiva.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Determinar el tema que se quiere conversar.
- ➔ Reunir grupos que representen distintas opiniones respecto al tema.
- ➔ La pauta de preguntas debe ser flexible, con preguntas abiertas que orienten la conversación. **VER ANEXO 7.1**
- ➔ Preparar un lugar cómodo, cercano a los participantes. Se puede disponer de sillas en círculo para favorecer la conversación.
- ➔ Presentar objetivos y normas básicas (confidencialidad, respeto, escucha activa).
- ➔ Registrar información para posterior análisis. **VER ANEXO 7**
- ➔ Solicitar a los participantes la grabación de la conversación, recorda aplicar consentimiento informado.





TÉCNICA

Mapas mentales



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para organizar ideas de manera visual, ayudando a estudiantes y participantes a comprender y abordar un problema de forma más clara y estructurada.

También para planificar, generar ideas, resolver problemas de manera individual o colaborativa, facilitando la organización de metas, listas y presentaciones interactivas.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Representación visual y estructurada de una idea central, a partir de la cual se organizan conceptos, subideas y relaciones relevantes.
- ➔ Ordenar y clarificar pensamientos e información, facilitando la comprensión de temas complejos de manera sintética.
- ➔ Identificación de relaciones y jerarquías entre ideas, favoreciendo una mirada integral del tema abordado.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Definir el tema central, ubicándolo en el centro. **VER ANEXO 11**
- ➔ Identificar ideas principales que van a ser los ejes o ramas que se conectan directamente con el tema central.
- ➔ Usar colores, dibujos y símbolos, para representar ideas. Esto mejora la retención visual.
- ➔ Asegurar que el mapa sea claro y que las relaciones entre ideas sean lógicas.
- ➔ Ser creativos, no hay una forma única y correcta. Lo importante es que sea comprensible para uno mismo y para el grupo.





TÉCNICA

Elevator pitch



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para presentar una idea de manera breve, clara y directa, captando rápidamente la atención de quienes escuchan.

Para generar interés en una iniciativa en poco tiempo, comunicando solo lo esencial para “transferir” la idea sin necesidad de explicar todos los detalles.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- Comunicación efectiva para mostrar la importancia y el valor de la propuesta, destacando el problema que aborda, qué la hace relevante y por qué es atractiva.
- Mejora las habilidades de comunicación oral y síntesis, fortaleciendo la seguridad y claridad de las/los estudiantes.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- Con el problema identificado, se debe definir qué se busca con el discurso (informar, inspirar, obtener apoyo, motivar participación, etc.).
- Presentar la propuesta o solución, explicando qué se está haciendo o se propone hacer para enfrentar el problema. **VER ANEXO 12**
- Mostrar el valor o contribución, indicando qué beneficios o cambios genera la idea.
- Cerrar con un llamado a la acción o frase memorable que invite a las personas o grupos a actuar, participar o apoyar.
- Ser breve y directo, no debe superar los 2 minutos.
- Adaptar el mensaje según la audiencia.
- Evitar el uso de tecnicismos y privilegiar un lenguaje simple y motivador.





TÉCNICA

Prototipado rápido



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para transformar ideas en algo concreto y visible, facilitando el aprendizaje a través de la co-creación y la retroalimentación temprana.

Para probar rápidamente una idea, identificar mejoras, decidir si conviene continuar o reformularla, sin necesidad de que el resultado sea perfecto desde el inicio.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Visualización y comprensión compartida de la solución, facilitando que otras personas entiendan la idea y puedan interactuar con ella.
- ➔ Obtención de retroalimentación temprana y directa por parte de los participantes centrada en la utilidad, comprensión y aceptación de la propuesta.
- ➔ Evaluación preliminar de la viabilidad y pertinencia de la idea, identificando fortalezas, debilidades y oportunidades de mejora.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Decidir qué se va a prototipar. Establecer objetivos del prototipo.
- ➔ Elegir el tipo de prototipo que se quiere desarrollar. Se puede utilizar: storytelling, mockups, innovación abierta, diseño creativo, design thinking, etc.
- ➔ Desarrollar funcionalmente el prototipo, el objetivo es hacer que la idea sea tangible. Se debe asegurar que se represente lo que se quiere llevar a cabo.
- ➔ Probar y evaluar el prototipo con los participantes reales. La retroalimentación y comentarios son importantes para mejorar la idea.
- ➔ Construir/rediseñar un nuevo prototipo basado en las aportaciones recibidas.



TÉCNICA

Sesión de co-creación



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para diseñar iniciativas de manera colaborativa, incorporando activamente a los participantes como parte del proceso, permitiendo construir soluciones pertinentes.

Para involucrar a los actores clave en la etapa de diagnóstico o en la implementación de la solución, fortaleciendo la participación, el compromiso y la calidad de la iniciativa.

TIP Se consideran dos etapas:

Co-creación en la fase pre-diseño: Cuyo objetivo es trabajar en equipo para explorar respuestas con las que elaborar el diagnóstico.

Co-creación en la fase post-diseño: Incluir a los participantes en la solución.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Definición colectiva de necesidades, expectativas y oportunidades en la fase de pre-diseño.
- ➔ Incorporación en la solución a los participantes.
- ➔ Fortalecimiento del compromiso y apropiación del proyecto, favoreciendo su sostenibilidad en el tiempo.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Creando un ambiente seguro y horizontal, entre los/as estudiantes y participantes, que fomente la confianza para que todos se sientan parte de la iniciativa.
- ➔ Usando metodologías visuales como mapas, dibujos o tarjetas que ayudan a pensar mejor y a hacer visible lo que se discute (se recomienda utilizar técnicas propuestas anteriormente).
- ➔ Diversificar las voces, la riqueza está en combinar distintos saberes.
- ➔ Registrar, anotar y fotografiar los resultados.
- ➔ Las ideas deben transformarse en prototipos o propuestas concretas, no quedarse en el papel.



TÉCNICA

Taller de creatividad



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para intercambiar experiencias y puntos de vista sobre una iniciativa entre estudiantes y participantes. Para estimular la creatividad colectiva y generar soluciones a problemas mediante el diálogo y el trabajo colaborativo.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Generación de ideas y alternativas de solución, frente a problemas identificados.
- ➔ Desarrollo de la imaginación y creatividad colectiva, mediante dinámicas grupales.
- ➔ Construcción de propuestas preliminares o líneas de acción, que puedan ser trabajadas y profundizadas posteriormente.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Definir el propósito del taller y qué se quiere lograr para solucionar un problema.
- ➔ Diseñar una consigna/desafío creativo, planteando una pregunta provocadora a un problema.
- ➔ Comenzar con una actividad corta que rompa el hielo y active mentalmente.
- ➔ Desarrollar fase de ideación, generando ideas diversas aplicando otras técnicas antes vistas (lluvia de ideas, mapas mentales, etc.).
- ➔ Agrupar y clasificar ideas por afinidad, impacto o factibilidad. Elegir las más prometedoras.
- ➔ Resumir lo aprendido y definir los próximos pasos.



TÉCNICA

Árbol de objetivos



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para transformar problemas en objetivos claros, ayudándote a planificar de manera más estructurada y orientada a logros.

Para convertir situaciones negativas en metas positivas y alcanzables, facilitando la solución de problemas complejos de forma colaborativa entre estudiantes y participantes.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- Formulación del objetivo central, derivado del problema priorizado y expresado en términos positivos y alcanzables.
- Definición jerarquizada de metas y acciones que contribuyen al logro del objetivo central.
- Alineación entre estudiantes y participantes en torno a una visión compartida de los resultados que se desean alcanzar.



¿CÓMO LO HACEMOS?

La idea es construir, de manera colaborativa, un árbol donde sus partes más visibles son las piezas a ser representadas. **VER ANEXO 13**

- El tronco: representa el objetivo principal.
- Las hojas: representan las metas o fines.
- Las raíces: representan las acciones o medios.

El árbol de objetivos transforma los problemas identificados en objetivos alcanzables y define una ruta clara de actividades necesarias para lograr esos objetivos.

Se recomienda seleccionar las causas más estratégicas del árbol de problemas para intervenir.

La idea es construir un árbol entre estudiantes y participantes, en el que las partes visibles son las piezas a ser representadas.





TÉCNICA

Entrevista



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para obtener información cualitativa en profundidad sobre un tema, a partir de una conversación guiada.

Para comprender experiencias, percepciones y significados desde la perspectiva del entrevistado, priorizando la profundidad por sobre la cantidad de información.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Información cualitativa contextualizada, que permite ir más allá de respuestas superficiales o estandarizadas.
- ➔ Identificación de categorías, patrones y discursos relevantes, útiles para el análisis posterior, en el desarrollo del diagnóstico o evaluación de la iniciativa.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Clarificar qué se quiere conocer o explorar sobre el problema previamente definido.
- ➔ Seleccionar a las personas entrevistadas. Elegir participantes que puedan aportar información valiosa por su experiencia o rol.
- ➔ Diseñar guía de preguntas abiertas que orienten la conversación. La idea es que vayan de lo más general a lo específico. **VER ANEXO 8**
- ➔ Obtener firma de consentimiento informado de los participantes y disponer de un dispositivo para grabar.
- ➔ Escuchar activamente y evitar interrumpir.
- ➔ Transcribir las entrevistas e identificar temas comunes y diferencias.
- ➔ Analizar la información y elaborar las principales conclusiones.



ANEXO 8



TÉCNICA **Foda**



¿PARA QUÉ SIRVE?

Sirve para evaluar la situación real de una comunidad, grupo, empresa, proyecto o personas, tanto interna (fortalezas y debilidades) como externas (oportunidades y amenazas).

Fomenta un análisis crítico de la realidad, especialmente en contextos de innovación social y trabajo con comunidades, ayudando a tomar decisiones más estratégicas.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Identificar fortalezas y debilidades internas del problema, considerando recursos, capacidades, experiencias y limitaciones.
- ➔ Reconocimiento de oportunidades y amenazas del entorno, especialmente aquellas que influyen de manera directa en el problema.
- ➔ Distinguir elementos que pueden potenciar la iniciativa y aquellos que requieren mitigación o gestión.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Delimitar de manera colaborativa y clara el objetivo del FODA. Se recomienda hacer el ejercicio con estudiantes y participantes.
- ➔ Distinguir elementos internos y externos; un error frecuente es confundirlos.
- ➔ Un buen FODA es estratégico y apunta a identificar cuestiones relevantes. **VER ANEXO 9**
- ➔ Es importante relacionar lo interno y externo para enriquecer la información.
- ➔ Una vez que se diseña un FODA, es necesario determinar líneas de acción.



ANEXO 9



TÉCNICA

Encuesta



¿PARA QUÉ SIRVE?

Para recolectar información de muchas personas de manera ordenada y comparable, facilitando su análisis.

Además, sirve para conocer y medir opiniones, actitudes, percepciones o comportamientos sobre un tema específico, apoyando la toma de decisiones con datos cuantificables.



¿QUÉ RESULTADO SE BUSCA?

- ➔ Diseño de encuesta o identificación de un instrumento validado para la temática a abordar.
- ➔ Levantamiento de datos cuantitativos recogidos mediante cuestionarios con preguntas estandarizadas.
- ➔ Información útil para la toma de decisiones basada en evidencia, especialmente en procesos de diagnóstico, evaluación o planificación.



¿CÓMO LO HACEMOS?

- ➔ Se comienza con preguntas generales y avanza hacia temas específicos. **VER ANEXO 10**
- ➔ Cada pregunta debe tener un propósito, de manera que, si una no aporta al objetivo, se recomienda eliminar.
- ➔ Evitar encuestas largas. Fatigan al encuestado y reducen la calidad de las respuestas.
- ➔ Asegurar el anonimato de las respuestas.
- ➔ Incluir una introducción breve y motivadora. Explicar quién aplica la encuesta y por qué es importante responderla.
- ➔ Cerrar con una pregunta abierta. Permite recoger sugerencias o comentarios libres.



ANEXO 10

REFERENCIAS

Students4Change. (s.f.). Caja de herramientas didácticas para apoyar iniciativas de innovación social y emprendimiento social: Fichas didácticas. Proyecto Erasmus+.

Universidad de Concepción. (2024). Guía para la innovación social (Versión N°1). Editorial Universidad de Concepción.

Villoch, P., Mazzo, F., Méndez, K., & Quilodrán, A. (2023). Impulsando la innovación social: Conectando universidad y territorio. Guía de herramientas. Universidad de Talca.

CONSENTIMIENTO
TIPO ENTREVISTA



CONSENTIMIENTO
TIPO FOCUS GROUP



CONSENTIMIENTO
TIPO TALLER



