



PRODUCTO TERMINADO: TALLERES DE INNOVACIÓN SOCIAL EN CULTURA



UNIVERSIDAD JORGE TADEO LOZANO - SECCIONAL CARIBE

Roxana Segovia de Cabrales
Directora, Seccional Caribe

Dolly Rocío González Espinosa
Profesional Especializado Planeación, Presupuesto y Proyectos, Seccional Caribe

PROYECTO LABORATORIOS VIVOS DE INNOVACIÓN Y CULTURA.

Viviana Londoño Moreno
Gerente del proyecto

César Augusto Prieto Jiménez
Coordinador de Inclusión Productiva

María Consuelo Betancourt De Arco
Asesora de Mercadeo

Juan Sebastián Castillo Pérez
Asesor de Psicología

El presente documento es un producto contemplado en la ejecución del proyecto Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura.

Cartagena de Indias, marzo de 2017

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	4
1. OBJETIVOS	5
1.1. OBJETIVO GENERAL.....	5
1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
2. REFERENTES CONCEPTUALES	6
3. METODOLOGÍA.....	8
4. PEDAGOGÍA DIDÁCTICA.....	10
5. DISEÑO DE LOS TALLERES DE INNOVACIÓN SOCIAL EN CULTURA	11
5.1. INTRODUCCIÓN A LA INNOVACIÓN SOCIAL Y CARACTERIZACIÓN PSICOSOCIAL DE MI COMUNIDAD.....	12
5.2. IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS O NECESIDADES DE SEGMENTOS ESPECÍFICOS DEL MERCADO Y CONSTRUCCIÓN DE MI PROPUESTA ÚNICA DE VALOR SOCIAL.....	14
5.3. DISEÑO DEL PRODUCTO A MATERIALIZAR, IDENTIFICACIÓN DE CANALES DE COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN, COSTOS, MÉTRICAS CLAVE Y VENTAJA COMPETITIVA.	16
6. RESULTADOS ALCANZADOS.....	17
6.1. RESULTADOS DE LA PRIMERA COHORTE DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN	18
6.2. RESULTADOS DE LA SEGUNDA COHORTE DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN	20
7. CONCLUSIONES	23
8. ANEXOS.....	24

INTRODUCCIÓN

El presente documento corresponde al desarrollo del producto de la actividad cincuenta y dos (52) del Plan de Trabajo, en el marco del Convenio de Cooperación N° 088 de 09 de junio de 2015, celebrado entre el Instituto de Cultura y Turismo del Departamento de Bolívar – ICULTUR y la Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano - UTADDEO. Dicha actividad corresponde a la realización de talleres de innovación social en cultura, donde a través de procesos de aprendizaje y co-creación se generan valores agregados y diferenciadores a los productos culturales.

En primer lugar, se presenta el objetivo de la actividad, la metodología y la pedagogía utilizada para el desarrollo de los talleres. Luego, se hace una descripción del diseño de los mismos y los resultados alcanzados tras su implementación en los municipios de Clemencia y María la Baja. Finalmente, se presentan las principales conclusiones derivadas de la implementación de los talleres de innovación social en cultura, durante la primera y segunda cohorte del programa de formación de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura.

Al igual que todos los documentos del área de inclusión productiva, el presente informe se encuentra en armonía con el Documento Técnico del Proyecto *“Implementación de una estrategia para el uso y apropiación de la cultura como generadora de conocimiento e innovación social, a través de laboratorios sociales de investigación y creación en el departamento de Bolívar”* (Gobernación de Bolívar, ICULTUR, & UTADDEO., 2014)¹. Adicionalmente, responde a los lineamientos establecidos en el *Diseño de un Modelo Teórico Práctico de Acompañamiento a Emprendimientos Culturales y Creativos en Zonas Rurales* (Prieto, Betancourt, & Castillo; 2016), el cual es un producto asociado a la actividad N°. 31 del plan de trabajo del proyecto.

¹ Gobernación de Bolívar, ICULTUR, & UTADDEO. (2014). Implementación de una estrategia para el uso y apropiación de la cultura como generadora de conocimiento e innovación social, a través de laboratorios sociales de investigación y creación en el departamento de Bolívar.

1. OBJETIVOS

A continuación, se presenta el objetivo general y los objetivos específicos de los talleres de innovación social en cultura implementados.

1.1. OBJETIVO GENERAL

Orientar a los participantes de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura, con el fin de despertar en ellos nuevas formas de construir sus productos culturales para hacerlos únicos, enfocándose hacia la búsqueda de mercados, en procura de ofrecer valor social y diferenciación de cada bienes o servicios planteados.

1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Para alcanzar el objetivo general planteado, se establecieron los siguientes objetivos específicos, desarrollados en los talleres de innovación social en cultura, ejecutados para la primera y segunda cohorte del programa de formación, en los municipios de Clemencia y María la Baja:

- Identificar los problemas sociales que afectan a cada una de las comunidades y cómo los participantes de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura pueden contribuir a solucionarlos.
- Identificar los tres (3) problemas principales de los posibles segmentos de clientes que se abordarán con los emprendimientos culturales, así como las alternativas que en la actualidad se utilizan para solucionarlos.
- Acotar los segmentos de mercado que abordarán las iniciativas de emprendimiento de los participantes, mediante la identificación de los adoptadores tempranos.
- Identificar los elementos diferenciadores de las iniciativas emprendimiento de los participantes.
- Formular la propuesta única de valor social de los emprendimientos de los participantes.
- Identificar el producto cultural que mejor satisface las necesidades de los segmentos identificados previamente.
- Identificar y seleccionar el camino correcto para llegar a los clientes potenciales de las iniciativas de emprendimiento de los participantes.
- Identificar la estrategia para generar un flujo de dinero suficiente para el sostenimiento de los emprendimientos de los participantes.
- Generar un listado de costos operacionales en los que se incurrirá para colocar el producto o servicio de los emprendimientos culturales en el mercado.

- Determinar los indicadores clave para medir el funcionamiento y progreso de los emprendimientos culturales de los participantes.
- Determinar los elementos que realmente diferencian el modelo de negocio de los emprendimientos de los participantes y que lo hacen difícil de copiar.

2. REFERENTES CONCEPTUALES

A continuación, se presenta un cuadro resumen de las principales fuentes bibliográficas recientes, relacionadas con el tema de Innovación Social, la cual se realizó con el fin de identificar teorías y conceptos claves para el desarrollo de los talleres de Innovación Social, con base en los lineamientos establecidos en el documento técnico del proyecto Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura, así como al modelo teórico práctico de acompañamiento a empresas culturales y creativas en zonas rurales, correspondiente a la actividad N°. 31 del plan de trabajo del proyecto.

Tabla 1. Referentes conceptuales del tema de Innovación Social

Concepto Clave Asociado	Nombre del Documento	Año	Autor	Breve descripción
Innovación Social	Guía de Innovación Social	2013	Comisión Europea	La innovación social puede definirse como el desarrollo e implementación de ideas nuevas (productos, servicios y modelos) para satisfacer las necesidades de la sociedad, mejorar el bienestar humano y crear nuevas relaciones sociales o colaboraciones. No sólo son buenas para la sociedad, sino que también mejoran la capacidad de las personas para actuar.
Innovación Social	Guía de Innovación Social	2013	Comisión Europea	La innovación social puede definirse como el desarrollo e implementación de ideas nuevas (productos, servicios y modelos) para satisfacer las necesidades de la sociedad, mejorar el bienestar humano y crear nuevas relaciones sociales o colaboraciones. No sólo son buenas para la sociedad, sino que también mejoran la capacidad de las personas para actuar.

Concepto Clave Asociado	Nombre del Documento	Año	Autor	Breve descripción
Innovación Social	La Innovación Social en América Latina – Marco Conceptual y Agentes	2008	Westley	<i>“...es una iniciativa, producto, proceso o programa que cambia profundamente las rutinas básicas, los recursos, la autoridad o las creencias de cualquier sistema social.”</i>
Etapas de la Innovación Social	La Innovación Social en América Latina – Marco Conceptual y Agentes	2010	Murray, et al	Murray y otros autores consideran seis etapas de la Innovación Social, que incluyen el diagnóstico del problema; la generación de propuestas; el desarrollo de un prototipo y su consiguiente modelo de negocio, y una estrategia de ampliación, que eventualmente puede llegar a provocar un cambio sistémico.
Modelo de las cinco variables para analizar la innovación social	La Innovación Social en América Latina – Marco Conceptual y Agentes	2012	Antena de Innovación Social del Instituto de Innovación Social de ESADE	Marco teórico para comprender las diferentes variables que pueden influir en el nivel de impacto y el grado de viabilidad de una Innovación Social a largo plazo. Este incluye: Impacto Social, Sostenibilidad Económica, Tipo de Innovación, Colaboración Intersectorial, Escalabilidad y Replicabilidad.
Innovación Social Participativa	Panorama Actual de la Innovación Social en Colombia	2015	Villa & Melo, Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	La Innovación Social Participativa implica el reconocimiento del potencial de las comunidades como aliados estratégicos. Este tipo de innovación permite generar la confianza en las comunidades para que sean conscientes de sus capacidades y conocimientos para liderar sus propios procesos de desarrollo y solventar sus propias necesidades. Esta forma de aproximación a la solución permite dar continuidad en el tiempo al proceso de innovación, adoptar nuevas estrategias de

Concepto Clave Asociado	Nombre del Documento	Año	Autor	Breve descripción
				relación con agentes de interés de las cadenas productivas y promover la innovación participativa como plataforma para incidir en otros ámbitos.
Innovación Social Abierta	Panorama Actual de la Innovación Social en Colombia			Por Innovación Social Abierta se entiende el aprovechamiento de una inteligencia colectiva distribuida en la comunidad, a través de convocatorias públicas que ayuden a definir la necesidad y conectarla con los posibles proveedores de una solución. Se basa en una serie de principios como la colaboración, la auto-organización, la descentralización, la transparencia del proceso y la pluralidad de los participantes.

Fuente: elaboración propia.

3. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de los talleres de innovación social en cultura, se implementó una metodología de Investigación-Creación (Daza, 2009)², teniendo como eje central tanto el producto cultural y creativo, como a su creador. Se promovió entre los participantes la capacidad de re-inventarse, experimentar y transformar los paradigmas tradicionales en torno a la cultura y, a través de esto, generar procesos de transformación social. Adicionalmente, las actividades desarrolladas tuvieron un enfoque de aprendizaje experiencial (Dewey, 1938)³ y cognición situada (Baquero, 2002)⁴, con el fin de brindar a los participantes una experiencia integral, involucrando una triada de pensamiento, afectividad y acción.

Por otra parte, con el fin de convocar a la mayor cantidad posible de participantes a ser parte de los procesos metodológicos antes descritos y dar cumplimiento a los lineamientos establecidos

² Citado en: Prieto, C., Betancourt, M. y Castillo, P. (2016). Diseño de un modelo teórico-práctico de acompañamiento a emprendimientos culturales y creativos en zonas rurales. Recuperado de: <http://laboratoriosvivos.com/emprendimiento/publicaciones-inclusion-productiva/>.

³ Ibíd. p. 6

⁴ Ibíd. p. 8

en el documento técnico del proyecto Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura, se desarrollaron diferentes acciones comunicativas y de promoción.

Dichas actividades incluyeron: divulgación de piezas gráficas en lugares clave de las casas de la cultura de los municipios de Clemencia y María la Baja, promoción en las redes sociales del proyecto Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura, así como charlas informativas, envío de correos electrónicos y llamadas telefónicas a participantes de la primera y segunda cohorte del programa de formación. Como resultado, hubo sesenta y un (61) inscripciones en la primera cohorte del programa de formación, como se muestra en la tabla 2.

Tabla 2. Inscripciones a los talleres de innovación social, estrategias comerciales y proyecto de vida en la primera cohorte del programa de formación.

GRUPO DE FORMACIÓN	CLEMENCIA	MARÍA LA BAJA	TOTAL, POR GRUPO DE FORMACIÓN
Actores Sociales A	3	7	10
Actores Sociales B	1	6	7
Aprendices A	4	0	4
Aprendices B	5	1	6
Aprendices C	9	3	12
Emprendedores	7	8	15
Formadores	2	5	7
TOTAL, POR MUNICIPIO	31	30	61

Fuente: elaboración propia

A continuación, en la tabla 3, se muestra la distribución por municipio de las noventa y siete (97) inscripciones a los talleres de la segunda cohorte del programa de formación.

Tabla 3. Inscripciones a los talleres de innovación social, estrategias comerciales y proyecto de vida en la segunda cohorte del programa de formación.

GRUPO DE FORMACIÓN	CLEMENCIA	MARÍA LA BAJA	TOTAL, POR GRUPO DE FORMACIÓN
Actores Sociales A	4	12	16
Actores Sociales B	4	8	12
Aprendices A	11	8	19
Aprendices B	12	10	22
Aprendices C	4	2	6
Emprendedores	7	6	13
Formadores	2	7	9
TOTAL, POR MUNICIPIO	44	53	97

Fuente: elaboración propia

Las inscripciones a los talleres de Innovación Social en Cultura fueron abiertas a todos los participantes de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura, que luego podrían inscribirse en la convocatoria de estímulos al emprendimiento cultural, a cargo de Icultur. Dichos participantes correspondieron a los cuatro perfiles del programa de formación, establecidos por el documento técnico del proyecto⁵, como se describe a continuación:

- **Formadores:** se refiere a gestores, artistas o creadores, docentes de colegio de artística, ciencias sociales y áreas afines, interesados en convertirse en multiplicadores.
- **Aprendices:** agrupa a estudiantes de colegio públicos y privados de básica secundaria y educación media, entre 6° y 11° grado de bachillerato que se formarán con el propósito de adquirir conocimiento para utilizar de forma regular la casa de la cultura incluyendo las herramientas tecnológicas dispuestas en las salas de audio, video y digital.
- **Emprendedores:** personas que realizan actividades en artes y oficios, personas o grupos identificados en el diagnóstico de oportunidades de emprendimiento, artistas, artesanos, creadores en general.
- **Actores sociales y comunidad en general:** donde se incluyen padres de familia, líderes cívicos y comunitarios, funcionarios públicos, actores sociales y demás miembros de la comunidad en general.

4. PEDAGOGÍA DIDÁCTICA

Para la implementación de la metodología y estrategias pedagógicas, planteadas en el *Diseño de un Modelo Teórico Práctico de Acompañamiento a Emprendimientos Culturales y Creativos en Zonas Rurales*⁶, se desarrollaron actividades generales y específicas para los diferentes talleres de Innovación Social en Cultura; lo anterior, con el fin de garantizar la generación y apropiación de nuevo conocimiento susceptible de generar emprendimientos con alto potencial de innovación social.

Las actividades generales implementadas fueron las siguientes:

- **Dinámica de entrada - Rompe hielo:** actividad de iniciación del módulo y presentación de los participantes que conforman el equipo con el cual se desarrollan las experiencias de aprendizaje del módulo.
- **Simulación:** actividad dinámica mediante la cual los participantes tienen la oportunidad de experimentar determinadas situaciones similares a las que se ven o se verán enfrentados durante la puesta en marcha de sus proyectos e iniciativas de emprendimiento.

⁵ Gobernación de Bolívar, ICULTUR, & UTADAO. (2014). Op. cit., p. 56 – 57.

⁶ Prieto, C., Betancourt, M. y Castillo, P. (2016). Op. cit., p. 6 - 17

- **Reflexión y Motivación:** actividad en la cual los participantes reconocen sus experiencias acumuladas durante las simulaciones y/o en su vida real, como punto de partida para el aprendizaje.
- **Conceptualización:** con base en las conclusiones de las actividades realizadas en cada sesión, el facilitador establece conexión entre lo ocurrido y los diferentes conceptos que corresponden a los objetivos de cada taller.
- **Mapeo:** actividad de desarrollo y de consolidación de los conceptos, ideas y significados vinculados a cada módulo por medio de esquemas y representaciones gráficas.

Las actividades específicas implementadas fueron las siguientes:

- **Rutina y transformación:** actividad de reflexión y motivación en la cual el participante reconoce sus experiencias acumuladas como punto de partida para el aprendizaje.
- **Estudio de casos:** actividad de desarrollo, ampliación y análisis cualitativo de un suceso, un proceso, una persona, un proyecto que se destaca dentro del ámbito de interés y que puede aportar al desarrollo del taller.
- **Meta-plan:** actividad de comunicación visual, comúnmente utilizada en procesos de planeación para la búsqueda grupal de solución de problemas, en el que se involucra a todos los participantes. El instrumento de recolección de información es el lienzo de trabajo, por el gran componente visual que aporta en la discusión, mediante la cual los participantes plasman sus ideas, aportes y preguntas al facilitador.

5. DISEÑO DE LOS TALLERES DE INNOVACIÓN SOCIAL EN CULTURA

Para el diseño de los talleres de Innovación Social en Cultura, se elaboró una planeación general basada en los requerimientos del documento técnico del proyecto Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura ⁷, así como en los lineamientos del *Modelo Teórico Práctico de Acompañamiento a Empresas Culturales y Creativas en Zonas Rurales* ⁸, producto asociado a la actividad N°. 31 del plan de trabajo del proyecto. Adicionalmente, este diseño fue mejorado con base en la experiencia de implementación de la primera cohorte del programa de formación, mediante la modificación de algunas actividades y la redistribución de los tiempos de ejecución entre las mismas, conservando los objetivos planteados y los ejes temáticos.

⁷ Gobernación de Bolívar, ICULTUR, & UTADEO. (2014). Op. cit., p. 76 – 77.

⁸ Prieto, C., Betancourt, M. y Castillo, P. (2016). Op. cit., p. 22 – 23.

Los talleres de Innovación Social en Cultura diseñados, fueron tres (3):

- **Taller 1:** Introducción a la Innovación Social y Caracterización Psicosocial de Mi Comunidad.
- **Taller 2:** Identificación de Problemas o Necesidades de Segmentos Específicos del Mercado y Construcción de mi Propuesta Única de Valor Social.
- **Taller 3:** Diseño del Producto a Materializar, Identificación de Canales de Comunicación y Distribución, Costos, Métricas Clave y Ventaja Competitiva.

A continuación, se describe el diseño de los contenidos de cada taller implementado, incluyendo: objetivo de cada sesión, resultados esperados, duración total, equipo, materiales requeridos, temas a tratar y actividades implementadas.

5.1. INTRODUCCIÓN A LA INNOVACIÓN SOCIAL Y CARACTERIZACIÓN PSICOSOCIAL DE MI COMUNIDAD.

El objetivo de este taller consistió en identificar los problemas sociales que afectan a las comunidades y cómo cada uno de los participantes puede contribuir a solucionarlos. Al finalizar la sesión, los participantes comprendieron el concepto de Innovación Social y sus principales actores, para luego enlazarlo con las problemáticas de su comunidad. Además, se tuvo en cuenta lo siguiente:

- **Duración del taller:** dos (2) horas y treinta (30) minutos.
- **Equipo requerido:** computador y proyector.
- **Materiales requeridos:** mapa de actores, rótulos adhesivos, cinta de papel adhesiva, marcadores o plumones, sillas, mesa u objeto que pueda simular un obstáculo o cerca.

Para el desarrollo de cada una de las temáticas, se implementaron las siguientes actividades:

- a) Introducción y dinámica de entrada (rompe hielo).** El facilitador entregó a cada participante una hoja de papel para escribir su nombre completo y luego la pegaron en su espalda con cinta adhesiva. Posteriormente, cada participante escribió a sus compañeros, en la hoja pegada a su espalda, diferentes frases, opiniones, cosas que admira, consejos o cualquier otro tipo de mensaje positivo hacia esa persona. Finalmente, el facilitador concluyó invitando a los participantes a reflexionar al respecto de cómo se sintieron durante la actividad y a compartir las cosas que más llamaron su atención de lo que sus compañeros escribieron en su espalda.

b) Tema 1 – Caracterización Psicosocial de mi comunidad. Para el desarrollo de esta temática, se implementó la siguiente actividad:

- **Actividad de mapeo.** Los participantes identificaron de manera colectiva los principales actores sociales de sus comunidades, incluyendo las problemáticas de sus respectivas localidades, las soluciones que ellos mismos plantean a partir de los micro-proyectos desarrollados en los módulos del programa de formación y, finalmente, los actores sociales que intervienen o podrían apoyar estas iniciativas. Una vez identificados los actores y problemáticas sociales de la comunidad en las convenciones adhesivas, los participantes compartieron los resultados de su ejercicio con el resto de sus compañeros mediante una breve exposición, para luego pegarlas en un formato de mapa de actores.

c) Tema 2 – Innovación Social. Para el desarrollo de esta temática se implementaron las siguientes actividades:

- **Actividad de Simulación.** Los participantes desarrollaron una actividad lúdica, en la cual debían encontrar la solución a un problema mediante el trabajo en equipo y el aporte colectivo de ideas. Dicha actividad consistió en lo siguiente: el facilitador solicitó a algunos participantes voluntarios, formar un círculo muy cerrado de tal forma que cada uno estuviera muy cerca de los compañeros que se encontraban a su lado. Luego con los ojos cerrados debían poner su mano izquierda al frente y tomar la mano de uno de sus compañeros para luego repetir el procedimiento con la mano derecha. Posteriormente, con los ojos abiertos debían intentar desatar el nudo formado sin soltarse de las manos. Finalmente, el facilitador concluyó la actividad invitando a los participantes a reflexionar al respecto, de cómo se sintieron durante el ejercicio y a compartir las lecciones aprendidas, así como los aspectos que más llamaron su atención.
- **Actividad de Reflexión y Motivación.** Con base en la actividad de simulación, el facilitador moderó una discusión y reflexión acerca de lo sucedido y las principales conclusiones al respecto.
- **Actividad de Conceptualización.** El facilitador explicó el concepto de Innovación Social relacionándolo con lo sucedido durante la actividad de simulación.
- **Actividad de Conceptualización.** El facilitador introdujo los conceptos relacionados con la temática de la propiedad intelectual como mecanismo de protección de las innovaciones, especialmente en la industria cultural.

- d) **Cierre y compromisos.** El facilitador sirvió de guía a los participantes del taller a identificar y relacionar las problemáticas sociales más frecuentes en el municipio; luego hizo una reflexión y los invitó a proponer soluciones innovadoras a partir de proyectos culturales y creativos.

5.2. IDENTIFICACIÓN DE PROBLEMAS O NECESIDADES DE SEGMENTOS ESPECÍFICOS DEL MERCADO Y CONSTRUCCIÓN DE MI PROPUESTA ÚNICA DE VALOR SOCIAL

El objetivo de este taller consistió en clasificar las principales problemáticas identificadas en las comunidades con el fin de formular propuestas de valor social para solucionarlas o mitigarlas. Al finalizar la sesión, los participantes establecieron los principales problemas de sus comunidades, identificaron los principales segmentos que intervienen en ellos y formularon propuestas de valor para dar respuesta a los mismos. Además, se tuvo en cuenta lo siguiente:

- **Duración del taller:** dos (2) horas y treinta (30) minutos.
- **Equipo requerido:** proyector y computador.
- **Materiales requeridos:** hojas de papel, marcadores o plumones, pliegos de papel periódico, cartulinas cortadas en octavos (1/8), formato de definición de problemas y cinta de papel adhesiva.

Para el desarrollo de cada una de las temáticas se implementaron las siguientes actividades:

- a) **Introducción y dinámica de entrada (rompe hielo).** El facilitador generó un ambiente activo y dinámico entre los participantes mediante una actividad rompe hielo acorde con la disponibilidad de tiempo.
- b) **Tema 1 - Identificación de Problemas o Necesidades y sus Segmentos.** Para el desarrollo de esta temática se implementaron las siguientes actividades:
- **Actividad de Reflexión y Motivación:** el facilitador presentó un video de sensibilización ante los participantes relacionado con problemáticas globales y cómo la humanidad intenta superarlos.
 - **Actividad de Rutina y Transformación:** con base en la actividad anterior y el video mostrado, el facilitador invitó a los participantes a reflexionar al respecto de lo visto, cómo esto se relaciona con su comunidad y qué se encuentran haciendo individual o colectivamente para aportar a su solución, manteniendo una coherencia entre sentir, pensar y actuar.

- **Actividad de Conceptualización.** El facilitador presentó la metodología de trabajo *Lean Canvas* (Maurya, 2012)⁹, haciendo especial énfasis en los dos primeros bloques: problema y segmentos.
 - **Actividad de Meta-plan.** El facilitador solicitó a los participantes integrar equipos de trabajo por localidades o micro-proyectos (los mismos del taller anterior); luego, impartió una serie de preguntas orientadoras con las que cada equipo debatió en torno las principales problemáticas sociales abordadas en sus micro-proyectos, los mecanismos de solución existentes y los segmentos de personas a las que afecta (grupos de interés); una vez debatido los equipos de trabajo, llegaron a un acuerdo respecto a los puntos anteriores, consignándolos en el formato establecido; finalmente, cada equipo expuso sus principales conclusiones ante sus compañeros.
- c) **Tema 2 – Propuesta de Valor.** Para el desarrollo de esta temática se implementaron las siguientes actividades:
- **Actividad de Conceptualización.** El facilitador presentó la metodología de trabajo de *Lean Canvas* citada anteriormente, haciendo especial énfasis en el tercer bloque: propuesta de valor.
 - **Actividad de Estudio de Casos.** El facilitador presentó a los participantes diferentes casos de propuestas de valor de organizaciones sociales y culturales especialmente dirigidas por jóvenes latinoamericanos.
 - **Actividad de Meta-plan.** Los participantes construyeron la propuesta de valor para su(s) segmento(s) identificado(s) previamente, para ello el facilitador orientó la discusión mediante lluvia de ideas y construcción de un discurso. Finalmente, los participantes expusieron sus resultados ante sus compañeros.
- d) **Cierre y compromisos.** Para finalizar la sesión de trabajo, el facilitador hizo una reflexión final, alentando a los participantes a identificar la importancia que tienen los conceptos desarrollados durante la sesión para sus proyectos de emprendimiento.

⁹ *Ibíd.* p. 13 – 15.

5.3. DISEÑO DEL PRODUCTO A MATERIALIZAR, IDENTIFICACIÓN DE CANALES DE COMUNICACIÓN Y DISTRIBUCIÓN, COSTOS, MÉTRICAS CLAVE Y VENTAJA COMPETITIVA.

El objetivo de este taller consistió en identificar el producto cultural que mejor satisface las necesidades de los segmentos identificados previamente, así como el mecanismo correcto para su circulación, la estrategia para generar un flujo de dinero suficiente para cubrir los costos operacionales, los indicadores clave y los elementos diferenciadores que lo hacen difícil de copiar. Al finalizar la sesión, los participantes alcanzaron el objetivo planteado mediante la aplicación de diferentes mapeos o esquemas de representación, para finalmente consolidarlos a través de la herramienta de Lienzo de Modelo de Negocios (Lean Canvas), citado anteriormente. Además, se tuvo en cuenta lo siguiente:

- **Duración total:** tres (3) horas.
- **Equipo requerido:** computador y proyector.
- **Materiales requeridos:** hojas de papel, marcadores o plumones, pliegos de papel periódico, cartulinas cortadas en octavos (1/8), formato de lienzo de modelo de negocio (Lean Canvas) y cinta de papel adhesiva.

Para el desarrollo de cada una de las temáticas se implementaron las siguientes actividades:

- a) Introducción y dinámica de entrada (rompe hielo).** El facilitador generó un ambiente activo y dinámico entre los participantes mediante una actividad rompe hielo acorde con la disponibilidad de tiempo.
- b) Tema 1 - Diseño del Producto a Materializar, Identificación de Canales de Comunicación y Distribución, Costos, Métricas Clave y Ventaja Competitiva.** Para el desarrollo de esta temática se implementaron las siguientes actividades:
 - **Actividad de Conceptualización.** El facilitador introdujo los conceptos requeridos para la actividad de aplicación, relacionados con el lienzo de modelo de negocios, Lean Canvas, contribuyendo al logro de los objetivos planteados.
 - **Actividad de Aplicación.** El facilitador orientó a los participantes en el desarrollo de su Lienzo de Modelo de Negocio en el formato correspondiente.
 - **Cierre y compromisos.** Para finalizar la sesión de trabajo los participantes presentaron rápidamente los resultados obtenidos durante la actividad de aplicación.

6. RESULTADOS ALCANZADOS

Cada uno de los tres (3) talleres de Innovación Social en Cultura, fueron implementados en las dos (2) cohortes del programa de formación de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura, tanto en el municipio de Clemencia como de María la Baja, alcanzando una asistencia total de ciento veintisiete (127) participantes en las dos cohortes: sesenta y seis (66) de Clemencia y sesenta y uno (61) de María la Baja. En total, se implementaron 6 talleres de innovación social en cultura en cada municipio.

Del total de asistentes, noventa y cinco (95) participantes aprobaron los tres (3) talleres a cargo del área de Inclusión Productiva (Innovación Social, Estrategias Comerciales y Proyecto de Vida), tras haber asistido al sesenta por ciento (60%)¹⁰ de los mismos, de manera global; lo anterior representa un setenta y cinco por ciento (75%) de los asistentes al taller de Innovación Social, así como un sesenta por ciento (60%) del total de inscritos.

Dentro del grupo de personas que aprobaron los talleres, diez (10) han aplicado a la convocatoria de estímulos al emprendimiento cultural, a cargo de Icultur. Sin embargo, teniendo en cuenta que la fecha de cierre de dicha convocatoria fue el 10 de marzo de 2017 y aún tenían tiempo de presentar sus propuestas de emprendimiento a la misma, el equipo de Inclusión Productiva desarrolló sesiones adicionales de tutoría individual para la profundización de los temas abordados en los talleres, mejoramiento de las propuestas de emprendimiento y acompañamiento a los interesados en participar. A continuación, en la tabla 4 se describe la asistencia de los participantes por cada uno de los perfiles de formación (Actores Sociales, Aprendices, Emprendedores y Formadores) a los tres (3) talleres a cargo del área de Inclusión Productiva: Innovación Social (I.S.), Estrategias Comerciales (E.C.) y Proyecto de Vida (P.D.V.); así mismo, se describe el número de participantes aprobados y el número de ellos que se han inscrito para participar en la convocatoria de estímulos al emprendimiento cultural a cargo de Icultur.

Tabla 4. Resultados alcanzados en las dos cohortes por municipio.

Municipio	Inscritos	Asistentes por Taller			Aprobados	Inscritos Convocatoria
		I.S.	E.C.	P.D.V.		
Clemencia	75	66	54	68	48	6
María la Baja	83	61	57	57	47	4
TOTAL	158	127	111	125	95	10

Fuente: elaboración propia.

¹⁰ Se considera como aprobatoria, el 60% de asistencia a los 3 talleres a cargo del área de inclusión productiva: innovación social, estrategias comerciales y proyecto de vida.

6.1. RESULTADOS DE LA PRIMERA COHORTE DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN

Como resultado de la implementación de los talleres de la primera cohorte, se contó con una asistencia de cuarenta y tres (43) participantes en los talleres de Innovación Social en Cultura, veinticinco (25) en Clemencia y veintinueve (29) en María la Baja, lo cual representa el setenta por ciento (70%) del total de inscritos. De este grupo, veintisiete personas (27) aprobaron los tres (3) talleres a cargo del área de Inclusión Productiva (Innovación Social, Estrategias Comerciales y Proyecto de Vida), tras haber asistido al sesenta por ciento (60%) de los mismos de manera global.

La cantidad de participantes que aprobaron los talleres en la primera cohorte representa el sesenta y dos por ciento (62%) de los asistentes a los talleres de Innovación Social, dentro de los cuales se encuentran diez (10) que han aplicado a la convocatoria de estímulos al emprendimiento cultural a cargo de Icultur; lo anterior representa el treinta y siete por ciento (37%) del total de participantes aprobados en los talleres de Innovación Social en la primera cohorte del programa de formación.

En la tabla 5, se muestra el resumen de resultados alcanzados en la primera cohorte del programa de formación en los municipios de Clemencia y María la Baja, describiendo los participantes que asistieron por cada uno de los perfiles de formación (Actores Sociales, Aprendices, Emprendedores y Formadores) a los tres (3) talleres a cargo del área de Inclusión Productiva (presentados en la tabla por sus siglas); además, se muestra la cantidad de participantes que aprobaron los talleres, tras haber cumplido con el criterio de asistencia descrito con anterioridad. Finalmente, se presenta el número de participantes que han aplicado a la convocatoria de estímulos mencionada anteriormente.

Tabla 5. Resultados alcanzados en la primera cohorte del programa de formación.

Municipio	Grupo de Formación	Inscritos	Asistentes por Taller			Aprobados	Inscritos Convocatoria
			I.S.	E.C.	P.D.V.		
Clemencia	Actores Sociales A	3	2	2	2	2	0
	Actores Sociales B	1	1	2	2	2	1
	Aprendices A	4	3	3	6	3	0
	Aprendices B	5	3	3	2	1	3
	Aprendices C	9	10	4	6	2	0
	Emprendedores	7	5	4	5	5	2
	Formadores	2	1	1	1	1	0
María la Baja	Actores Sociales A	7	3	2	2	1	0
	Actores Sociales B	6	6	7	8	6	1
	Aprendices A	0	0	0	0	0	0

Municipio	Grupo de Formación	Inscritos	Asistentes por Taller			Aprobados	Inscritos Convocatoria
			I.S.	E.C.	P.D.V.		
	Aprendices B	1	1	0	0	0	0
	Aprendices C	3	0	0	0	0	0
	Emprendedores	8	6	5	4	3	2
	Formadores	5	2	1	1	1	1
TOTAL		61	43	34	39	27	10

Fuente: elaboración propia.

Adicionalmente, durante la implementación de cada uno de los talleres diseñados, fue posible observar el comportamiento de las reacciones de los participantes frente a las temáticas planteadas y las actividades desarrolladas. A continuación, se presentan los aspectos cualitativos de los resultados alcanzados.

a) Taller 1 - Introducción a la innovación social y caracterización psicosocial de mi comunidad.

Los participantes expresaron tener mayor claridad sobre la importancia de trabajar en equipo y de promover la solidaridad, respeto y comunicación como factor clave para la solución de los problemas sociales que afectan a la comunidad. Además, mostraron una mayor comprensión acerca del concepto de innovación social, generando sus propios puntos de vista, referenciando ejemplos claros y comprometiéndose a generar procesos de transformación comunitaria mediante sus iniciativas de emprendimiento cultural; así mismo, reconocieron la importancia de articularse con los demás actores sociales que influyen en estas, con el fin de explorar soluciones conjuntas y articuladas que respondan a las necesidades de su entorno.

Por otra parte, expresaron mayor grado de consciencia sobre la importancia de proteger sus creaciones a través de los mecanismos legales para la protección de la Propiedad Intelectual, especialmente el registro de Derechos de Autor.

b) Taller 2 - Identificación de problemas o necesidades de segmentos específicos del mercado y construcción de mi propuesta única de valor social.

Los participantes mostraron apertura y conexión entre sus pensamientos, sentimientos y conductas al momento de tomar decisiones y emprender acciones. Mediante la revisión de casos de estudio del sector cultural y social, demostraron interés y ganas de sacar adelante sus iniciativas culturales y creativas.

Adicionalmente, es importante resaltar que los participantes se apropiaron del desarrollo de sus modelos de negocio, exhibiendo gran potencial y creatividad en las ideas de negocio. Sin embargo, presentaron inquietudes permanentes en torno a la propuesta de valor de su proyecto y al alcance de la misma frente a las problemáticas que pretenden abordar, lo cual los llevó a replantear los segmentos a abarcar con sus iniciativas culturales y creativas.

c) Taller 3 - Diseño del producto a materializar, identificación de canales de comunicación y distribución, costos, métricas clave y ventaja competitiva.

Los participantes se mostraron receptivos y comprometidos frente a la utilización de la metodología “Lean Canvas” como una estrategia didáctica y efectiva para el diseño de modelos de negocio, especialmente en las industrias culturales y creativas. A través de las actividades desarrolladas, los participantes reflexionaron acerca de sus alternativas de solución propuestas y, en algunos casos, los llevó a replantear, reformar y especificar su modelo de negocio, con el fin de encontrar los mecanismos adecuados para garantizar la sostenibilidad de su emprendimiento y asegurar verdaderos procesos de innovación social en sus comunidades, sin la imperiosa dependencia de subvenciones y apoyos gubernamentales para llevar su proyecto a la realidad.

Finalmente, los participantes calificaron su nivel de satisfacción frente a los talleres de innovación social mediante un formato de evaluación al equipo de facilitadores del área de Inclusión Productiva; allí manifestaron que los temas propuestos se desarrollaron con claridad y que los objetivos de la sesión fueron claramente comunicados. Adicionalmente, expresaron su agrado frente a la buena actitud del equipo facilitador al responder dudas, dirigiéndose de forma positiva hacia los participantes e indicando claramente las normas para la sesión.

También destacaron positivamente el dinamismo y proactividad de la metodología planteada para la sesión, su importancia, así como la relevancia individual y comunitaria de los temas tratados. Además, destacaron el cumplimiento del horario de las sesiones y la utilización de diferentes elementos audiovisuales y didácticos que enriquecieron el desarrollo de las sesiones.

6.2. RESULTADOS DE LA SEGUNDA COHORTE DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN

Como resultado de la implementación de los talleres de la segunda cohorte, se contó con una asistencia de ochenta y cuatro (84) participantes en los talleres de Innovación Social en Cultura, cuarenta y uno (41) en Clemencia y cuarenta y tres (43) en María la Baja, lo cual representa el ochenta y siete por ciento (87%) del total de inscritos. De estos, sesenta y ocho (68) personas aprobaron los tres talleres a cargo del área de Inclusión Productiva (Innovación Social, Estrategias

Comerciales y Proyecto de Vida), tras haber asistido al sesenta por ciento (60%) de los mismos, de manera global.

La cantidad de participantes que aprobaron los talleres representa el ochenta y un (81%) de los asistentes a los talleres de Innovación Social, quienes aún no han aplicado a la convocatoria de estímulos; sin embargo, el equipo de Inclusión Productiva acompañó y asesoró a los interesados en participar, teniendo en cuenta que, a la fecha del desarrollo de estos talleres aún se encontraba abierta la convocatoria de estímulos al emprendimiento.

En la tabla 6, se muestra el resumen de resultados alcanzados en la primera cohorte del programa de formación en los municipios de Clemencia y María la Baja, describiendo los participantes que asistieron por cada uno de los perfiles de formación (Actores Sociales, Aprendices, Emprendedores y Formadores) a los tres (3) talleres a cargo del área de Inclusión Productiva (presentados en la tabla por sus siglas); además, se muestra la cantidad de participantes que aprobaron los talleres, tras haber cumplido con el criterio de asistencia descrito con anterioridad. Finalmente, en la columna de participantes inscritos a la convocatoria, aún no se registra ninguno.

Tabla 6. Resultados alcanzados en la segunda cohorte del programa de formación.

Municipio	Grupo de Formación	Inscritos	Asistentes por Taller			Aprobados	Inscritos Convocatoria
			I.S.	E.C.	P.D.V.		
Clemencia	Actores Sociales A	4	4	3	5	4	0
	Actores Sociales B	4	1	2	1	1	0
	Aprendices A	11	10	12	11	8	0
	Aprendices B	12	16	10	16	11	0
	Aprendices C	4	6	5	6	5	0
	Emprendedores	7	4	3	4	3	0
	Formadores	2	0	0	1	0	0
María la Baja	Actores Sociales A	12	12	10	7	7	0
	Actores Sociales B	8	8	9	9	8	0
	Aprendices A	8	9	9	8	8	0
	Aprendices B	10	9	6	9	6	0
	Aprendices C	2	1	2	4	2	0
	Emprendedores	6	3	5	4	4	0
	Formadores	7	1	1	1	1	0
TOTAL		97	84	77	86	68	0

Fuente: elaboración propia.

Adicionalmente, a través de la implementación de cada uno de los talleres diseñados, fue posible observar el comportamiento de los participantes y sus reacciones frente a las temáticas planteadas y las actividades desarrolladas. A continuación, se presentan los aspectos cualitativos de los resultados alcanzados.

a) Taller 1 - Introducción a la innovación social y caracterización psicosocial de mi comunidad.

Los participantes expresaron mayor sensibilidad frente a la importancia del trabajo asociativo y colaborativo, así como de promover el respeto y la comunicación permanente, como factor clave para la solución de las problemáticas sociales que afectan a sus comunidades. Además, reflejaron mayor apropiación frente al concepto de innovación social, a partir de sus propias opiniones y la conceptualización presentada durante el taller, identificando y referenciando ejemplos claros de innovación social, especialmente a los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura como su experiencia más significativa y cercana. También se mostraron comprometidos frente a la generación de procesos de transformación social, a través de sus iniciativas de emprendimiento cultural, articulando sus esfuerzos con los demás actores sociales de su entorno, con el fin de explorar soluciones conjuntas que respondan a las necesidades de su comunidad.

Por otra parte, expresaron mayor grado de conciencia sobre la importancia de salvaguardar y explotar económicamente sus creaciones a través de los mecanismos para la protección de la Propiedad Intelectual, especialmente el registro de Derechos de Autor.

b) Taller 2 - Identificación de problemas o necesidades de segmentos específicos del mercado y construcción de mi propuesta única de valor social.

Los participantes mostraron gran sensibilidad y conexión entre sus pensamientos, sentimientos y conductas, incorporándolos a sus procesos individuales y colectivos de toma de decisiones y emprender iniciativas culturales con enfoque de innovación social. Además, mediante la revisión de casos de estudio del sector cultural y social, los participantes mostraron gran motivación por sacar adelante sus iniciativas culturales y creativas para generar un impacto positivo en sus comunidades.

Adicionalmente, es importante resaltar que los participantes se apropiaron de la metodología de diseño de modelos de negocio, Lean Canvas, demostrando gran creatividad en las soluciones planteadas, así como un mediano potencial de sostenibilidad y replicabilidad en los mismos. Sin embargo, presentaron inquietudes permanentes en torno a la propuesta de valor de su proyecto y al alcance de la misma frente a las

problemáticas que pretenden abordar, lo cual los llevó a replantear los segmentos a abarcar con sus iniciativas culturales y creativas.

c) Taller 3 - Diseño del producto a materializar, identificación de canales de comunicación y distribución, costos, métricas clave y ventaja competitiva.

Los participantes se mostraron receptivos y comprometidos frente a la utilización de la metodología “Lean Canvas” como una estrategia didáctica y de fácil comprensión para el diseño de modelos de negocio, especialmente para la generación de propuestas de innovación social, basadas en actividades culturales y creativas.

A través de las actividades desarrolladas, los participantes reflexionaron acerca de sus propuestas de solución a las problemáticas sociales, llevándolos a mejorarlas y replantearlas, con el fin de encontrar los mecanismos adecuados para garantizar la sostenibilidad y replicabilidad de su emprendimiento, así como asegurar verdaderos procesos de innovación social en sus comunidades, sin la imperiosa dependencia de subvenciones y apoyos gubernamentales o institucionales para materializar su proyecto de manera exitosa.

Finalmente, los participantes calificaron su nivel de satisfacción frente a los talleres de innovación social mediante un formato de evaluación al equipo de facilitadores del área de Inclusión Productiva, manifestando que los temas propuestos se desarrollaron con claridad y que los objetivos de la sesión fueron claramente comunicados. Adicionalmente, expresaron su agrado frente a la buena actitud del equipo facilitador al responder dudas, dirigiéndose de forma positiva hacia los participantes e indicando claramente las normas para la sesión.

También destacaron positivamente el dinamismo y proactividad de la metodología planteada para la sesión, la importancia, así como la relevancia individual y comunitaria de los temas tratados. Además, destacaron el cumplimiento del horario de las sesiones y la utilización de diferentes elementos audiovisuales y didácticos que enriquecieron el desarrollo de las sesiones.

7. CONCLUSIONES

De manera general, la implementación de los talleres de Innovación Social representó una oportunidad de aprendizaje activo, tanto para las comunidades como para el equipo de Inclusión Productiva. A través de la metodología y actividades planteadas, se facilitó el diálogo de saberes tradicionales y conocimiento empírico, con las teorías y conceptos en materia del tema central; además, facilitaron un ambiente agradable y dinámico para los participantes.

A pesar de contar con una planeación rigurosa de actividades, tiempos y materiales a utilizar, fue importante mantener una actitud de apertura mental, física y espiritual para afrontar la realidad de la implementación y adaptarse a las diferentes condiciones emergentes, propias de los contextos rurales, con el fin de abordar las temáticas requeridas y alcanzar los objetivos de aprendizaje planteados. Adicionalmente, la metodología participativa y experiencial representa un reto importante en el control del tiempo, ya que los participantes suelen contar sus historias de vida y anécdotas, dar ejemplos basados en su contexto e incluso expresar sus emociones a través del canto, el baile y la actuación, lo cual podría generar extensión del tiempo programado, si no se maneja adecuadamente.

La mayoría de los emprendimientos culturales encontrados tienen un enfoque de innovación social con potencial de sostenibilidad, crecimiento y replicabilidad, que requiere de un esfuerzo adicional por parte de los emprendedores al encontrarse en etapas muy tempranas, lo que representa un amplio camino por recorrer; sin embargo, la mayoría de los emprendedores son muy jóvenes y cuentan con el tiempo, la energía positiva y las ganas de salir adelante, suficientes para lograrlo. Adicionalmente, muchos de ellos muestran interés por trabajar asociativamente y en equipo con los demás miembros de la comunidad, especialmente con otros participantes de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura, lo cual representa un factor de crecimiento potencial para la industria cultural y creativa, así como para la transformación social de los municipios de Clemencia y María la Baja.

Finalmente, es importante resaltar que los emprendedores de ambos municipios requieren de procesos de formación y, sobretudo asistencia técnica posterior, con el fin de acompañarlos en su proceso de crecimiento personal y organizacional. Esto se debe desarrollar independientemente de las asesorías que se brindarán a las quince (15) mejores iniciativas de ambos municipios a través de la convocatoria de estímulos al emprendimiento cultural, a cargo de Icultur, en el marco del proyecto Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura.

8. ANEXOS

Durante el periodo de ejecución de esta actividad, del mes nueve (9) al once (11) y del dieciséis (16) al dieciocho (18), se presentaron diferentes documentos de soporte y evidencia, relacionados con la planeación, diseño, promoción y ejecución de los talleres de Innovación Social, de acuerdo con el plan de trabajo del proyecto, en las dos cohortes del programa de formación en los municipios de Clemencia y María la Baja. Es por eso que, a continuación, se presenta el listado de anexos que han alimentado durante este tiempo, a la actividad relacionada con los talleres, entregados en formato digital.

Tabla 7. Documentos elaborados, soportes y evidencias de la ejecución de los talleres de innovación social (ver anexos digitales)

Nº ANEXO	ACTIVIDAD	REPORTE
1	Revisión de fuentes bibliográficas relacionadas con el tema de Innovación Social.	Informe mes 9. Anexo 12
2	Formato Diligenciado de Planeación de los Talleres de Innovación Social – Versión 1.	Informe mes 9. Anexo 13.
3	Formato Diligenciado de Planeación de los Talleres de Innovación Social en Cultura – Versión 2.	Informe Mes 10. Anexo 9.
4	Estrategia de comunicación para promover la vinculación de los participantes del programa de formación de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura a los talleres de Estrategias Comerciales, Proyecto de Vida e Innovación Social en Cultura.	Informe Mes 10. Anexo 10.
5	Formato Diligenciado de Planeación de los Talleres de Innovación Social en Cultura – Versión 3.	Informe Mes 11. Anexo 11.
6	Reporte de implementación de la estrategia de comunicación para promover la vinculación de los participantes del programa de formación de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura, a los talleres de Estrategias Comerciales, Proyecto de Vida e Innovación Social en Cultura.	Informe Mes 11. Anexo 12.
7	Reporte de implementación de la estrategia de comunicación para promover la vinculación de los participantes del programa de formación de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura, a los talleres de Estrategias Comerciales, Proyecto de Vida e Innovación Social en Cultura.	Informe Mes 12. Anexo 8.
8	Registro de inscripciones en línea a los talleres de estrategias comerciales, proyecto de vida e innovación social - Corte al mes 11.	Informe Mes 12. Anexo 9.
9	Reporte de Implementación de los Talleres de Innovación Social en Cultura en el municipio de María la Baja.	Informe Mes 12. Anexo 13.
10	Reporte de Implementación de los Talleres de Innovación Social en Cultura en el municipio de Clemencia.	Informe Mes 12. Anexo 14.
11	Planeación general de los talleres de innovación social – Versión 4.	Informe Mes 16. Anexo 7.
12	Estrategia de comunicación para promover la vinculación de los participantes de la segunda cohorte del programa de	Informe Mes 16. Anexo 8.

Nº ANEXO	ACTIVIDAD	REPORTE
	formación de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura, a los talleres de estrategias comerciales, proyecto de vida e innovación social en cultura.	
13	Registro de inscripciones en línea a los talleres de estrategias comerciales, proyecto de vida e innovación social de la segunda cohorte del programa de formación de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura.	Informe Mes 16. Anexo 9.
14	Reporte de implementación de la estrategia de comunicación para promover la vinculación de los participantes de la segunda cohorte del programa de formación de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura, a los talleres de estrategias comerciales, proyecto de vida e innovación social en cultura.	Informe Mes 17. Anexo 9.
15	Registro de inscripciones en línea a los talleres de estrategias comerciales, proyecto de vida e innovación social de la segunda cohorte del programa de formación de los Laboratorios Vivos de Innovación y Cultura.	Informe Mes 17. Anexo 10.
16	Reporte de ejecución de los talleres de Innovación Social en el municipio de Clemencia - Segunda cohorte.	Informe Mes 18. Anexo 14.
17	Reporte de ejecución de los talleres de Innovación Social en el municipio de María la Baja - Segunda cohorte.	Informe Mes 18. Anexo 15.

Fuente: elaboración propia.