

Presentación

Herramientas y materiales

Después de explorar este conjunto de herramientas, le invitamos a visitar nuestro sitio web oficial creativetlab.com para obtener más recursos y crear una cuenta en línea para organizar un CTL en su comunidad.



Herramientas y materiales

Programa metodológico para implantar un Laboratorio
Tecnológico Creativo (CTL)

(Para los sectores público y
privado)



Conocimientos básicos

1. **Economía creativa** : La economía creativa engloba el conjunto de actividades que transforman las ideas en bienes y servicios culturales y creativos cuyo valor está o podría estar protegido por derechos de propiedad intelectual.
2. **Bootcamp** : Un bootcamp es un programa de formación intenso y centrado cuyo objetivo es enseñar habilidades específicas en poco tiempo.
3. **Prototipo** : Un prototipo es un modelo o muestra preliminar de un producto, sistema o concepto creado para probar y validar ideas, elementos de diseño y funcionalidad antes de su producción o desarrollo a gran escala.
4. **Startups** : Las startups son empresas o negocios de reciente creación, a menudo de base tecnológica, con ideas innovadoras y un modelo de negocio escalable, que suelen buscar un crecimiento rápido y aspiran a perturbar los mercados existentes o crear otros nuevos.
5. **Diversidad de género** : Diversidad de género significa tener una variedad de identidades y expresiones de género, fomentando la inclusión y la igualdad de oportunidades para todos.





Contexto y descripción

Las industrias culturales y creativas (ICC) han contribuido durante mucho tiempo a las economías nacionales y mundiales, pero se componen principalmente de empresas pequeñas e informales. La pandemia Covid-19 aumentó la vulnerabilidad de los empresarios creativos, especialmente de las mujeres, cuya carga de cuidados y otras responsabilidades creció; y aceleró la adopción digital entre los consumidores. Sin embargo, muchos creativos tienen dificultades para utilizar eficazmente las herramientas digitales, por falta de conocimientos y de capacidad de adaptación. Para colmar estas lagunas se requieren intervenciones que involucren a los creativos en el desarrollo de innovaciones digitales para recuperarse de la crisis y aprovechar las oportunidades digitales.





Contexto y descripción

El Creative Tech Lab (CTL) del BID pretende colmar estas lagunas y ayudar a las empresas creativas a aprovechar todo el potencial de la tecnología digital para las industrias creativas. El CTL es una metodología para una herramienta de colaboración abierta que reúne a diversas personas interesadas en diseñar el futuro de las industrias creativas. Expone a los empresarios creativos las tecnologías digitales disponibles para generar y mejorar flujos de ingresos sostenibles.





Contexto y descripción

Teniendo en cuenta el éxito relativo de los pilotos anteriores en Jamaica (2019), Haití (2020), Trinidad y Tobago (2021), el BID y Banj trabajan juntos para ofrecer una metodología única que aborda las lecciones del pasado y desarrollar la capacidad de las instituciones públicas y privadas para ampliar su alcance y apoyar la innovación y el espíritu empresarial en el sector creativo. La metodología amplía el uso y la adopción de la tecnología digital por parte de las industrias creativas mediante la promoción de modelos de negocio rentables que utilizan innovaciones y tecnologías que dan lugar a un valor añadido y una mayor competitividad de los empresarios creativos.





Contexto y descripción

El BID ha decidido poner esta metodología a disposición de cualquier persona del sector de la economía creativa que desee acoger una CTL, de modo que tenga acceso a los conocimientos necesarios para conectar eficazmente a creadores y desarrolladores y acelerar así el desarrollo de la economía creativa. Para ayudarle en el proceso de implantación de una CTL, el BID ha trabajado con Banj, un centro de iniciativa empresarial de Haití, para crear este conjunto de herramientas, una guía de autoaprendizaje que proporciona toda la información esencial necesaria para acoger con éxito la CTL en su país/región.





Contexto y descripción

Puede utilizar este kit de herramientas para:

- Identifique los elementos clave que pueden ayudarle a planificar el proceso administrativo y logístico.
- Involucrar a nuevos socios
- Seleccionar desarrolladores y creativos
- Organiza tu bootcamp
- Seguimiento de cada actividad
- Movilizar el ecosistema





Secciones

Para asegurarse de que capta todos los detalles de cada paso de la organización de su propio CTL, este conjunto de herramientas se divide en ocho secciones específicas:

1. [Visión general del Creative Tech Lab](#)
2. [Planificación y preparación](#)
3. [Operaciones](#)
4. [Inclusión de género](#)
5. [Proceso de selección](#)
6. [Campo de entrenamiento](#)
7. [Informes](#)
8. [Incubación](#)





1

Visión general del Creative Tech Lab (CTL)





Visión general del Creative Tech Lab (CTL)

- Descripción de CTL
- Orígenes del CTL
- CTL en Jamaica
- CTL en Haití
- CTL en Trinidad y Tobago
- Lecciones aprendidas de anteriores CTL
- CTL 2.0 : Programa piloto en Honduras y Jamaica
 - CTL 2.0 : Lecciones aprendidas del programa piloto



Descripción de CTL



El CTL es una metodología para una herramienta de colaboración abierta que reúne a diversas personas interesadas en diseñar el futuro de las industrias creativas. Expone a los empresarios creativos las tecnologías digitales disponibles para generar y mejorar flujos de ingresos sostenibles.

Descripción de CTL



El CTL apoya los ecosistemas de innovación y emprendimiento mediante

- Reunir a las personas adecuadas (como artistas, tecnólogos, empresarios, inversores, responsables políticos, personas influyentes y líderes cívicos).
- La creación de herramientas innovadoras permite colaborar, experimentar y crear prototipos de soluciones innovadoras.

Descripción de CTL



El CTL apoya los ecosistemas de innovación y emprendimiento mediante

- Identificar y proponer soluciones a los problemas a los que se enfrentan en las industrias creativas.
- Potenciar el crecimiento de las empresas creativas (es decir, crear productos nuevos e innovadores y mejorar la productividad y el crecimiento de los empresarios creativos y las empresas creativas).
- Para saber más sobre CTL: [Haga clic aquí](#)

Orígenes del CTL



Estas estimulantes iniciativas se basaron en la experiencia del laboratorio de verano de 2017 de la Open Music Initiative, en el que tres artistas caribeños visitaron el MIT Media Lab de Boston para contribuir y explorar la aplicación de la tecnología blockchain a la industria musical.

Haz clic aquí para ver el laboratorio de verano 2017 de la Iniciativa Música Abierta:

"Nuevas tecnologías e industrias creativas: La experiencia caribeña en el Open Music Initiative Summer Lab 2017"



CTL en Jamaica (2019)

Este fue el primer CTL que la División de Competitividad, Tecnología e Innovación (CTI) del BID puso a prueba y en él participaron 20 personas seleccionadas por concurso y 12 ponentes de Bahamas, Jamaica, Surinam y Guyana. Por primera vez en el Caribe, desarrolladores (es decir, programadores y diseñadores web) se unieron a artistas creativos (en este caso, músicos) para participar en un atractivo sprint de diseño de cuatro sesiones destinado a abordar la remuneración de los músicos y la monetización de la propiedad intelectual.

Vídeo de recapitulación Linfi : [haga clic aquí](#)





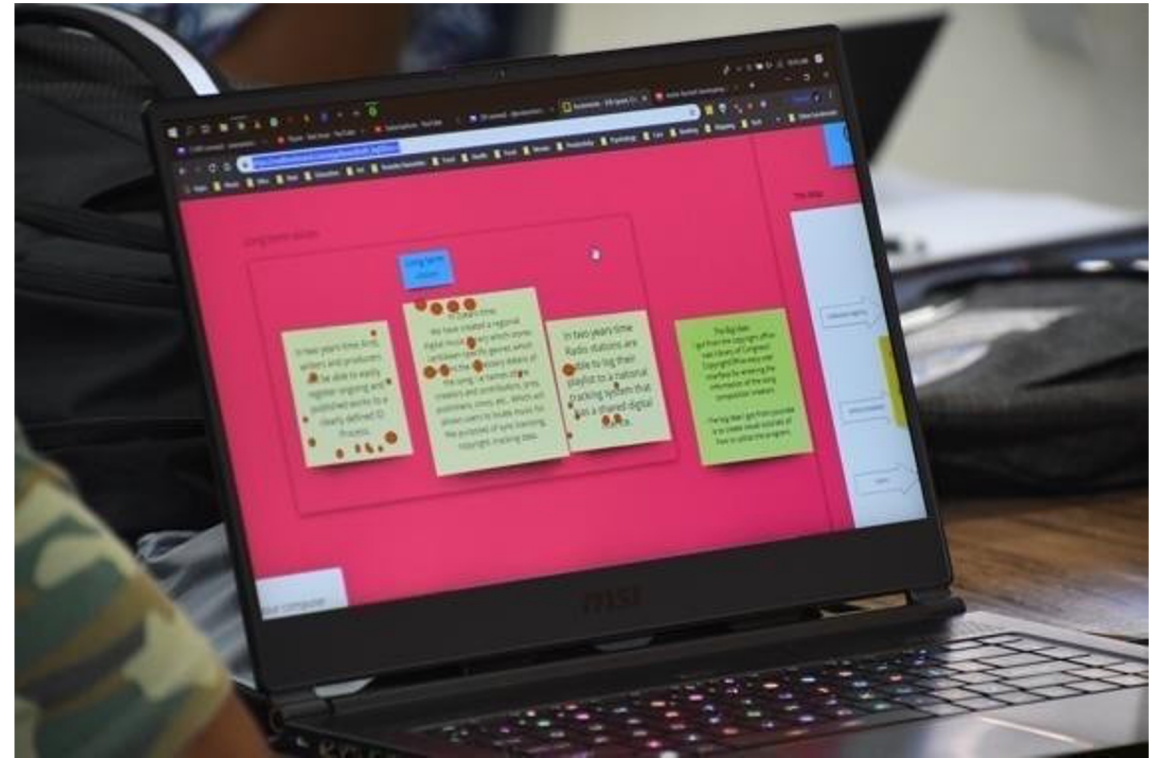
CTL en Jamaica (2019)

- En esta edición surgieron tres prototipos innovadores, cada uno de los cuales abordaba un problema distinto:
- **Airplay Salpicadero:** una aplicación que permite a artistas a mantener seguimiento de el rendimiento de sus canciones a partir de los datos de difusión.
- **Notification Experience:** una aplicación que coordina el proceso de acuerdo/disputa en torno a las divisiones de canciones.
- **Show My Splits:** una aplicación móvil diseñada para ayudar a los colaboradores a gestionar fácilmente la configuración de nuevas divisiones de canciones.





CTL en Jamaica (2019)





CTL en Haití (2020)

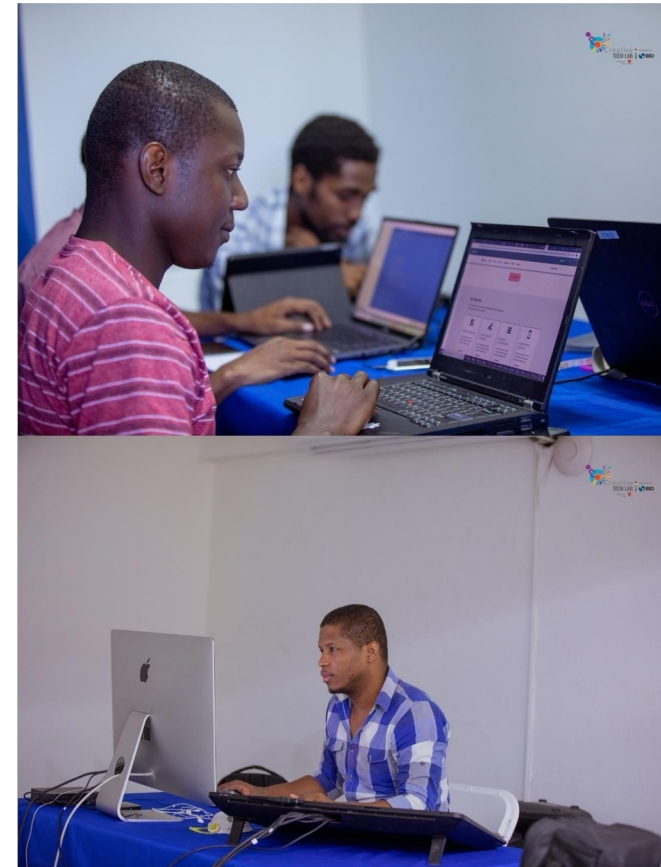
Implicó aproximadamente 100 horas de sesiones informativas en línea (sobre pensamiento de diseño, ciencia de datos y realidad aumentada, entre otros) y jornadas de construcción de prototipos. Contó con socios como Facebook, Google, la Administración local y la Cámara de Comercio estadounidense (que financió una incubación de 3 meses para los 4 equipos finalistas). Tras 227 candidaturas, se seleccionaron 30 finalistas y se construyeron cuatro prototipos.

Vídeo de recapitulación : [haga clic aquí](#)





CTL en Haití (2020)





CTL en Trinidad y Tobago (2021)

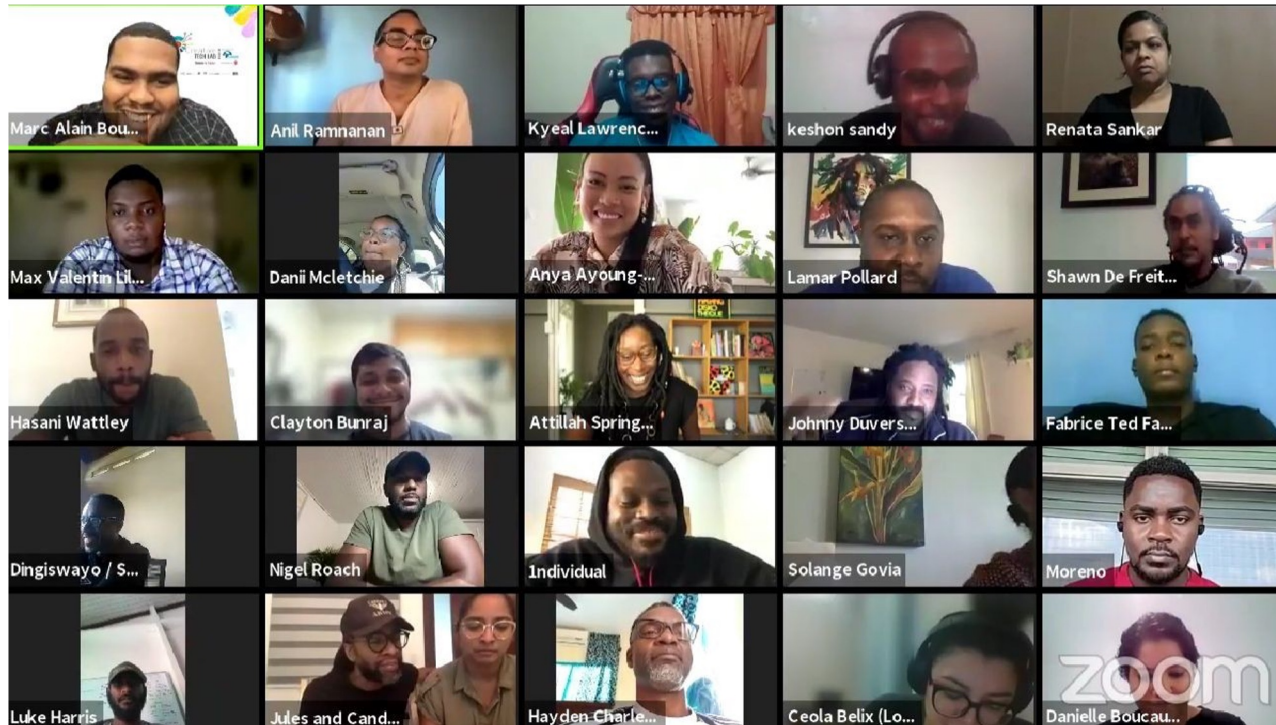
Este CTL pretendía poner en contacto a creativos y desarrolladores y estimular la innovación y la creatividad que condujesen a la cocreación de experiencias innovadoras de carnaval en línea que apoyasen la economía digital de Trinidad y Tobago. Contó con socios como LoopTT, Facebook y el programa Idea Advisory Services (IAS) de Cariri, y fue dirigido por Cariri y el IDB Lab.

Vídeo de recapitulación : [haga clic aquí](#)



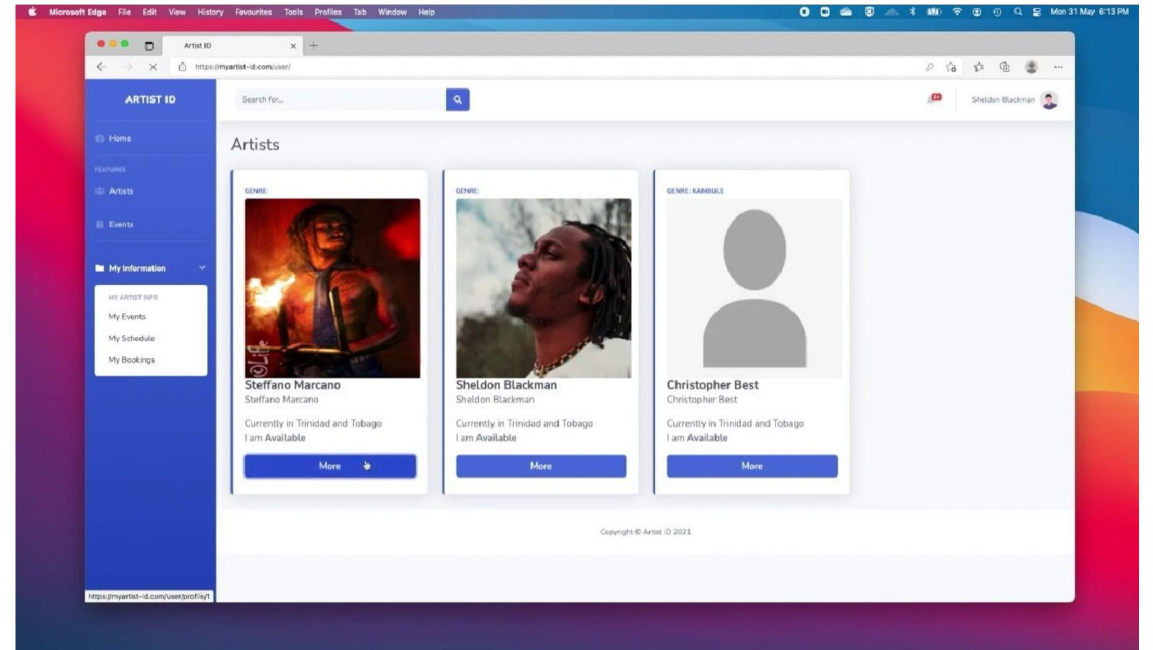


CTL en Trinidad y Tobago (2021)





CTL en Trinidad y Tobago (2021)



Lecciones aprendidas de anteriores CTL



Mantén alto el compromiso de los bootcamps

Asegúrese siempre de que los bootcamps son organizados por personas/equipos muy motivadores y apasionados que puedan motivar a todos los participantes.



Lecciones aprendidas de anteriores CTL



Explorar más temas relevantes

Crear marcos para la selección de temas o crowdsourcing para identificar las necesidades del Sector Creativo en cada región antes de comprometerse con un CTL bootcamp.



Lecciones aprendidas de anteriores CTL



Selección de participantes por referencia y solicitud abierta

Las referencias favorecen a los más veteranos del ecosistema, por lo que se pierden posibles estrellas emergentes. La selección abierta fomenta la autoidentificación, pero puede pasar por alto a personas mayores, empresarios o creativos conocidos que carecen de tiempo o confianza para presentar su candidatura. De hecho, la institución anfitriona debería seleccionar a los participantes según ambos formatos.



Lecciones aprendidas de anteriores CTL



Necesidad de una participación más integrada de los ecosistemas

Las instituciones anfitrionas deben tener un enfoque ecosistémico y mostrar poder de convocatoria e incentivos para aprovechar el CTL como herramienta para implicar a todo el ecosistema creativo a la hora de organizar un bootcamp en su localidad. Esto incluye al Gobierno, la financiación, las universidades, los empresarios y las empresas.



Lecciones aprendidas de anteriores CTL



Falta de apoyo a las nuevas empresas

- ❑ Incluir una sólida formación empresarial y pruebas de mercado en los programas bootcamp.
- ❑ Identificar a los socios de la incubadora desde el principio para proporcionar apoyo de seguimiento después de los bootcamps.
- ❑ Asegúrese de que las oportunidades de financiación sean accesibles después del laboratorio.





CTL 2.0 : Jamaica s Honduras

El CTL 2.0 es una nueva metodología que pretende incorporar las lecciones aprendidas de CTL anteriores y las mejores prácticas que pueden hacer que el CTL sea más innovador. Su objetivo es permitir a los organizadores integrar los programas en los ecosistemas locales y regionales, mantener las iniciativas de los bootcamps como resultados de todas las ediciones y facilitar la inclusión de la perspectiva de género.

Para poner a prueba este enfoque, el BID decidió organizar un programa piloto en Honduras y Jamaica, dirigido por Banj, incorporando las lecciones aprendidas en evaluaciones anteriores, incluido el apoyo a la incubación, la aceleración y la integración de la perspectiva de género. Para lograr el objetivo de esta edición, Banj se asoció estratégicamente con dos organizaciones clave: Kingston Creative en Jamaica y UTH Avanza en Honduras.

Vídeo de recapitulación : [¡Aquí!](#)





CTL 2.0 : Programa piloto en Jamaica s Honduras

Lanzado el 25 de septiembre de 2023, el programa contó con una cohorte diversa, incluidos 12 participantes de Honduras (25% mujeres) y 10 de Jamaica (60% mujeres). Las sesiones de formación, en las que participaron 19 ponentes, abarcaron diversos sectores, como el ecosistema creativo jamaicano, la propiedad intelectual en las artes, las criptomonedas, el desarrollo de productos innovadores, las estrategias de marketing tecnológico y consejos para tener éxito en el proyecto CTL. Se presentaron siete proyectos, de los que se seleccionaron cinco para su posterior desarrollo.

Los Build Days, las sesiones de mentoring y el pitching de proyectos culminaron con una ceremonia de clausura híbrida el 20 de octubre de 2023. La iniciativa llegó a 1.838.134 personas a través de las redes sociales, con un índice medio de satisfacción del 76% entre los participantes. Cabe destacar que los participantes consiguieron puestos en programas de pitching, lo que ilustra el impacto tangible de las competencias adquiridas en diversos sectores.





CTL 2.0 : Lecciones aprendidas del programa piloto

Durante el proyecto piloto CTL 2.0 en Jamaica y Honduras aprendimos 5 lecciones clave de la experiencia:

1. Gestión holística del tiempo para el éxito de la CTL:

- Coordinar los horarios fue todo un reto y puso de relieve la necesidad de una gestión eficaz del tiempo.
- En futuros CTL habrá que tener en cuenta la disponibilidad individual y los distintos horarios.
- Las pausas y transiciones claras son fundamentales para un entorno de aprendizaje eficaz y agradable.
- La gestión proactiva del tiempo anticipa y prepara las diferencias culturales y de horarios.





CTL 2.0 : Lecciones aprendidas del programa piloto

2. Adaptación a la realidad post COVID:

- La pandemia puso de manifiesto la necesidad de soluciones tecnológicas.
- La flexibilidad y la disponibilidad de tiempo son esenciales para que los participantes se comprometan.
- Adaptación dea cambiantes contextos y permitiendo participantes a equilibrar sus responsabilidades.

3. Asignación de recursos para mejorar las campañas:

- Reforzar la asignación de recursos para la promoción mejora la diversidad de los participantes.
- Para movilizar el ecosistema son esenciales amplias asociaciones con los medios de comunicación, las instituciones y las partes interesadas.



CTL 2.0 : Lecciones aprendidas del programa piloto

4. Fomentar una comunicación eficaz: Un enfoque lingüístico unificado:

- Organizar el CTL tanto en inglés como en español planteó dificultades para la creación de redes y el trabajo en equipo.
- La barrera lingüística dificulta la colaboración y el intercambio eficaz de ideas.
- Sugiere un cambio hacia un enfoque lingüístico unificado para futuros CTL.
- Realizar el programa en un solo idioma agiliza la comunicación, mejora la dinámica de equipo y fomenta la inclusividad.

5. La percepción cultural como pilar para el éxito del lanzamiento del CTL:

- Dos culturas diferentes pusieron de relieve la importancia de realizar un estudio cultural antes de lanzar un CTL.
- Comprender el panorama cultural es fundamental para diseñar un programa culturalmente sensible y pertinente.





CTL 2.0 : Lecciones aprendidas del programa piloto

6. Importancia de los derechos de autor

- La importancia de conocer los derechos de autor para una colaboración fluida.
- La necesidad de una comunicación clara antes del bootcamp para garantizar una fase posterior centrada.
- La importancia de un entendimiento común de los derechos de propiedad intelectual entre los participantes.

7. Gestión de actividades híbridas

- El reto de equilibrar la participación en línea y presencial en un formato híbrido.
- La necesidad de estrategias específicas como la comunicación transparente, la interacción equilibrada y el uso adecuado de la tecnología.
- La importancia de abordar las posibles diferencias entre los participantes físicos y virtuales.





CTL 2.0 : Lecciones aprendidas del programa piloto

8. Requisitos de las pruebas y directrices para las plataformas en línea:

- Las plataformas en línea pueden fallar durante las sesiones por motivos técnicos.
- Necesidad de pruebas y directrices rigurosas antes de realizar actividades a través de plataformas digitales.
- Necesidad de establecer unas directrices claras para el uso de plataformas digitales que garanticen un entendimiento común y minimicen el riesgo de fallos.





2

Planificación y preparación





Planificación y preparación

- Exploración de temas para su CTL
- Elegir un formato de bootcamp
 - En persona
 - Virtual
 - Híbrido
- Creación de equipos
- Movilizar el ecosistema
- Conseguir proveedores
- Comunicación y marketing
- Plantilla de herramientas
 - Cronología
 - Programa del campamento de entrenamiento
 - Herramientas de marca
 - Presupuesto





Exploración de temas para su CTL

El objetivo del CTL es reunir a creativos y desarrolladores. Creativos y desarrolladores necesitan unirse por una causa. Se necesita un tema. Puede elegir una industria, un sector, una tecnología o una comunidad específicos para elegir el tema adecuado para su CTL. Las soluciones específicas para un sector se diseñan para una industria concreta; los enfoques específicos para un sector adoptan una perspectiva más amplia y abarcan múltiples industrias dentro de un sector específico; las herramientas específicas para una tecnología se adaptan a áreas tecnológicas concretas; y las iniciativas específicas para una comunidad abordan las necesidades únicas de grupos concretos basándose en características o intereses compartidos.

Por ejemplo, en CTL Jamaica, tuvimos la industria musical, que es una industria específica. En la edición de Trinidad y Tobago, tuvimos el carnaval como sector específico.





Exploración de temas para su CTL

A. Específicos de la industria: He aquí 9 industrias identificadas por Discovery Creatives careers fundamentales (<https://discovercreative.careers/about/>) como para la economía creativa:

- Música, artes escénicas, como la interpretación, y artes visuales, como la pintura.
- Artesanía, como tejido, fabricación de muebles y joyería
- Cine, TV, animación, efectos visuales, vídeo, radio y fotografía
- Videojuegos, realidad virtual y realidad ampliada
- Museos, galerías y patrimonio, como casas señoriales y catedrales
- Edición y bibliotecas
- Diseño, incluido el diseño de productos, el diseño gráfico y la moda
- Arquitectura
- Publicidad y marketing



Exploración de temas para su CTL

- B. Sector específico: Ej. Carnaval, Turismo, Desarrollo urbano, etc.**
- B. Tecnología específica: Ej. Inteligencia Artificial, Tecnologías de la Información, Entretenimiento, Blockchain, Fintech, etc.**
- B. Comunidad específica: Ej. Transregional, asociación creativa, municipio, club de promotores, etc.**

La elección de su tema debe ser investigada para asegurarse de que aborda un problema relevante en el ecosistema en el que está implantando su CTL.



Exploración de temas para su CTL

Tras seleccionar cuidadosamente un tema que se ajuste a sus expectativas, el siguiente paso es integrarlo perfectamente en su propia CTL. Esto implica una serie de acciones estratégicas:

1. Asegúrese de que el equipo esté formado por expertos, facilitadores y organizadores que posean las aptitudes y conocimientos necesarios relacionados con el tema elegido.
2. Asegúrese de que el equipo no sólo tenga experiencia, sino que también sienta pasión por la causa, ya que su entusiasmo será contagioso y motivador.
3. Establecer contactos con organizaciones, grupos comunitarios y personas que se ocupan activamente del mismo problema.



Exploración de temas para su CTL

Otras acciones estratégicas:

1. **Elabore una lista exhaustiva de los temas que se tratarán durante las sesiones de creación de redes y formación que estén estrechamente relacionados con el tema seleccionado.**
2. **Ofrecer a los participantes una visión completa y pertinente, dotándoles de los conocimientos y habilidades necesarios para influir de manera significativa en el área específica de interés.**
3. **Anímeles a participar activamente en el programa ofreciéndoles oportunidades de aprendizaje práctico, proyectos de grupo y tutoría.**
4. **Hacer hincapié en la aplicación en el mundo real de sus conocimientos y habilidades para crear soluciones tangibles dentro del tema elegido.**



Elegir un formato

Un CTL puede ser presencial, virtual o híbrido.

- Los bootcamps presenciales requieren que todos los asistentes se encuentren en un lugar físico en el momento del bootcamp
- Los bootcamps virtuales son aquellos en los que todo el mundo asiste en línea
- El bootcamp híbrido integra elementos presenciales y en línea, ofreciendo algunos componentes del programa físicamente y otros virtualmente.

Debe identificar el formato del bootcamp para facilitar la planificación de las distintas actividades, así como el modo de comunicación.



Formato presencial

Si opta por un formato presencial, deberá tener muy en cuenta los siguientes requisitos:

- **Un espacio seguro que reúna a la gente:**
 - Sala de plenos (para la ceremonia de apertura y clausura)
 - Salas de reunión (para equipos)
- **Acceso a un sistema de sonido que incluye una pantalla para que los participantes puedan presentar su prototipo.**
- **Acceso a la comida durante toda la sesión, que incluye**
 - Acto inaugural
 - Formación
 - Salas de descanso
 - Actos oficiales
- **Acceso a un aparcamiento para los participantes**
- **Fotógrafos y videógrafos seguros**



Formato presencial

La elección del formato presencial puede ofrecer las siguientes ventajas e inconvenientes:

- **Ventajas**
 - Proporciona cara a cara interacciones y oportunidades para entablar relaciones.
 - Los participantes están físicamente presentes, lo que aumenta su compromiso.
 - Comentarios en tiempo real sobre presentaciones y prototipos.
 - Promueve la unión de los equipos y un ambiente animado.
- **Desventajas**
 - Limitado a participantes que puedan desplazarse al lugar del evento.
 - Requiere gastos de local, catering y viajes.
 - La coordinación de la logística física puede ser compleja.
 - Preocupaciones por la salud y la seguridad: Especialmente relevante durante pandemias o crisis sanitarias.



Formato virtual

Si eliges un formato virtual, debes tener muy en cuenta los siguientes requisitos:

- **Acceso a una plataforma de comunicación que permite a los usuarios conectarse por vídeo, audio, teléfono y chat (ej. zoom, meet, teams...)**
- **Para cada actividad, la invitación debe enviarse a través de la misma plataforma**
- **Tener un técnico preparado para gestionar el zoom**
- **Si necesita traducción, es recomendable utilizar el zoom ya que permite**
- **Los participantes deben tener acceso a Internet**
- **Los participantes deben tener acceso a un ordenador portátil con la última tecnología**
- **Los participantes deben tener acceso a la plataforma de comunicación**



Formato virtual

Elegir el formato virtual puede tener las siguientes ventajas e inconvenientes:

- **Ventajas**

- Los participantes pueden unirse desde cualquier parte del mundo, lo que aumenta la diversidad y la inclusión.
- Menores gastos de local, catering y viajes.
- Permite flexibilidad de horarios, adaptándose a distintas zonas horarias.
- Reduce la huella de carbono asociada a los desplazamientos.

- **Desventajas**

- Pueden carecer de las conexiones personales y las interacciones espontáneas de los eventos presenciales.
- La dependencia de la tecnología puede provocar fallos técnicos y problemas de conectividad.
- Los participantes pueden cansarse de la pantalla y reducir su compromiso con el tiempo.



Formato híbrido

Si opta por un formato híbrido, deberá tener muy en cuenta los siguientes requisitos:

- Un espacio seguro que reúna a la gente (promotores, creativos)
- Acceso a una plataforma de comunicación que permite a los usuarios conectarse por vídeo, audio, teléfono y chat (ej. zoom, meet, teams...)
- Para cada actividad, la invitación debe enviarse a través de la misma plataforma
- Tener un técnico preparado para gestionar el zoom
- Si necesita traducción, es recomendable utilizar el zoom ya que permite



Formato híbrido

Si opta por un formato híbrido, deberá tener muy en cuenta estos otros requisitos:

- Los participantes deben tener acceso a la plataforma de comunicación
- Utilice un montaje único para la presentación final
- El anfitrión puede proporcionar comida y café
- Acceso a las salas de descanso
- Las salas tienen que estar equipadas con una gran pantalla y un sistema de comunicación que permita a los participantes permanecer conectados
- Los participantes deben tener acceso a un ordenador portátil con la última tecnología.



Formato híbrido

Elegir un formato híbrido puede aportar las siguientes ventajas:

- **Sinergia de formatos:** El formato híbrido maximiza los beneficios de los componentes virtuales y presenciales, creando un entorno de aprendizaje sinérgico que se adapta a diversas preferencias.
- **Flexibilidad para los participantes:** Los participantes disfrutan de la flexibilidad de elegir el modo de participación que prefieran, lo que fomenta la inclusión y se adapta a diversas limitaciones de horario.
- **Interacciones inclusivas:** Al involucrar a participantes remotos manteniendo al mismo tiempo interacciones críticas en persona, el enfoque híbrido garantiza un mayor alcance sin sacrificar la riqueza de la participación cara a cara.
- **Rentabilidad:** Un formato híbrido suele suponer unos costes totales inferiores a los de un evento totalmente presencial, lo que lo convierte en una solución rentable sin comprometer la calidad del programa.



Formato híbrido

Elegir un formato híbrido podría plantear los siguientes retos:

- Exige una planificación meticulosa para una integración perfecta, teniendo en cuenta la logística, la programación y la asignación de recursos.
- Requiere una cuidadosa consideración para alcanzar el equilibrio tecnológico adecuado, abordando las disparidades en el uso de la tecnología entre los participantes.
- Las disparidades en el acceso a la tecnología pueden dificultar la plena participación, lo que exige medidas proactivas para una participación equitativa.
- Poner en marcha sólidos planes de comunicación, apoyo tecnológico y medidas de accesibilidad es esencial para superar los retos y mejorar el éxito general.
- Mantener un compromiso coherente entre los participantes virtuales y los presenciales puede resultar difícil, lo que repercute en la participación general.



Formato híbrido

Elegir un formato híbrido podría plantear los siguientes retos:

- **Una mala conexión a Internet, un mal funcionamiento del software o fallos en los equipos pueden interrumpir la integración y provocar retrasos y frustración.**
- **Preservar la interactividad plantea un reto, ya que los participantes virtuales pueden sentirse aislados en comparación con sus homólogos presenciales.**
- **Adaptar el contenido a ambos formatos requiere una cuidadosa consideración para garantizar la misma participación y eficacia.**
- **Gestionar la seguridad de las interacciones en línea se convierte en algo crucial, especialmente con información sensible, que requiere medidas de privacidad de los datos.**
- **Coordinar la logística se convierte en una tarea intrincada, alinear las necesidades de los participantes virtuales y presenciales añade complejidad.**
- **La diferente familiaridad de los participantes con las herramientas virtuales requiere una formación y un apoyo adecuados.**



Creación de equipos

En el dinámico panorama del Laboratorio de Tecnología Creativa (CTL), el éxito depende de la fuerza y la cohesión de los equipos que impulsan sus diversas iniciativas.

Reconociendo el papel fundamental que desempeña la formación de equipos, hacemos hincapié en la importancia de crear equipos diversos y capaces de desenvolverse con eficacia en las complejidades del programa.

Presentaremos algunos equipos básicos y describiremos algunos perfiles clave que debería tener en cuenta. Aunque no se trata de una lista exhaustiva, los equipos y los miembros de los perfiles pueden adaptarse en función de los temas del CTL y de su contexto.

Creación de equipos



- **Equipo de coordinación**
- **Equipo de Inclusión de Género**
- **Equipo de marketing y comunicación**
- **Equipo financiero**
- **Equipo de informes**
- **Equipo logístico**
- **Equipo de Aprendizaje y Participación Comunitaria**
- **Clave del equipo Perfil Miembro**





Equipo de coordinación

El Equipo de Coordinación de la CTL 2.0 es una fuerza de liderazgo clave encargada de orquestar todo el programa. Su responsabilidad es supervisar cuidadosamente la ejecución del programa para garantizar un funcionamiento fluido y satisfactorio. Compuesto por perfiles clave como el de Director de Proyecto, Experto en la Metodología del Design Thinking, Facilitador y Coordinador Técnico, este equipo dinámico reúne un conjunto diverso de habilidades y conocimientos esenciales para dirigir el CTL 2.0 hacia sus objetivos. Sus esfuerzos de colaboración contribuyen a la eficacia general del programa y encarnan la esencia de la coordinación y el liderazgo en el dinámico campo de la tecnología creativa.



Equipo de coordinación

El equipo de coordinación debe:

- **Dar forma y perfeccionar la estrategia del programa CTL 2.0 en consonancia con los problemas y objetivos.**
- **Proporcionar un liderazgo estratégico que fomente la colaboración y una cultura de alto rendimiento.**
- **Servir de punto central de coordinación para una colaboración fluida entre equipos.**
- **Desarrollar y mantener relaciones sólidas con socios y partes interesadas.**
- **Asignar estratégicamente recursos para apoyar las actividades del programa.**
- **Elaborar y gestionar un calendario de ejecución exhaustivo en coordinación con las partes interesadas.**



Equipo de coordinación

El equipo de coordinación debe:

- **Abordar con prontitud los retos y ajustar las estrategias para el éxito general del programa.**
- **Recopilar y analizar datos para la evaluación del programa con el fin de perfeccionar las estrategias de eficacia.**
- **Elaborar informes exhaustivos sobre el progreso, los resultados y el impacto del programa.**
- **Impulsar la innovación del programa investigando las tendencias y tecnologías emergentes.**
- **Garantizar una comunicación clara y eficaz con los miembros del equipo y las partes interesadas.**
- **Fomentar una cultura de mejora continua perfeccionando las estrategias en función de los comentarios y las tendencias del sector.**



Equipo de Inclusión de Género

El Equipo de Inclusión de Género de CTL 2.0 desempeña un papel fundamental a la hora de garantizar un entorno diverso e inclusivo en CTL 2.0. Con especialistas en inclusión de género, defensores de la diversidad y enlaces de comunicación, este equipo trabaja conjuntamente para fomentar un ambiente que valore y acoja perspectivas diversas, garantizando un programa accesible y enriquecedor para todos.

El Equipo de Inclusión de Género debe :

- Abogar por la inclusión de la perspectiva de género en la iniciativa CTL.
- Defender los principios de diversidad e inclusión.
- Servir de enlace de comunicación para los esfuerzos de inclusión de género.
- Colaborar con otros equipos para garantizar la integración de la igualdad de género en todos los aspectos del programa.
- Orientar sobre la creación de un entorno inclusivo para personas de todos los sexos.



Equipo de Inclusión de Género

El Equipo de Inclusión de Género debe :

- Realizar evaluaciones periódicas para medir la eficacia de las iniciativas de inclusión de género.
- Mantenerse informado sobre las mejores prácticas y la evolución de las conversaciones relacionadas con la inclusión de género.
- Aplicar estrategias para abordar los retos relacionados con el género y fomentar un entorno propicio.
- Colaborar con las partes interesadas para recabar opiniones y puntos de vista sobre los aspectos del programa relacionados con el género.
- Contribuir a la mejora continua de las estrategias de integración de la perspectiva de género en CTL.



Equipo de Marketing y Comunicación

El equipo de Marketing y Comunicaciones es la voz y la imagen del programa e incluye a profesionales como el Director de Comunicaciones, el Creador de Contenidos, el Especialista en Redes Sociales, el Diseñador Gráfico y el Responsable de Relaciones Públicas. Este equipo elabora y difunde mensajes de forma estratégica, aprovechando la creatividad y la experiencia en comunicaciones para amplificar el impacto y el alcance de CTL 2.0.

El equipo de marketing y comunicación debe:

- Gestionar las comunicaciones internas y externas de CTL.**
- Cree contenidos atractivos para múltiples plataformas.**
- Supervisar la presencia y el compromiso en las redes sociales.**
- Diseñar gráficos visualmente atractivos para promocionar el programa.**
- Gestionar las relaciones públicas para aumentar la visibilidad del programa.**



Equipo de Marketing y Comunicación

El equipo de marketing y comunicación debe:

- **Desarrollar una estrategia de mensajería coherente que se ajuste a los objetivos del programa.**
- **Genere contenidos atractivos adaptados a distintos públicos.**
- **Garantice el atractivo visual con gráficos bien diseñados para las promociones.**
- **Supervisar las plataformas de medios sociales para aumentar la visibilidad del programa.**
- **Aplicar estrategias para aumentar el compromiso y la interacción.**
- **Gestionar las comunicaciones externas para aumentar la visibilidad del programa.**
- **Fomentar relaciones positivas con las partes interesadas mediante unas relaciones públicas eficaces.**
- **Promover eficazmente los eventos de CTL para maximizar la asistencia.**



Equipo financiero

El equipo financiero, dirigido por el Director Financiero, trabaja con un Analista Presupuestario y un Coordinador de Subvenciones y Financiación. Su cuidadosa gestión financiera garantiza la asignación eficaz de recursos, la sostenibilidad y la financiación estratégica, contribuyendo al éxito general y la estabilidad de CTL.

1. El equipo financiero debe :

- Gestionar los aspectos financieros del programa.
- Realizar análisis presupuestarios para una asignación eficaz de los recursos.
- Coordinar las subvenciones y las actividades de recaudación de fondos.
- Garantizar el cumplimiento con financiera normativa y requisitos de información.
- Seguimiento y control de los gastos para no salirse del presupuesto.
- Proporcionar información financiera y recomendaciones para fundamentar las decisiones estratégicas.
- Colaborar con otros equipos para alinear los objetivos financieros con los objetivos del programa.
- Aplicar medidas rentables para optimizar la utilización de los recursos.

Equipo de informes



El equipo de elaboración de informes, dirigido por el Gestor de Informes, incluye a profesionales cualificados como el Analista de Datos y el Especialista en Evaluación. Recopilan y analizan datos para elaborar informes críticos sobre el progreso, los resultados y el impacto del programa, que son esenciales para la mejora continua y la comunicación con las partes interesadas. El equipo de elaboración de informes debe:

- Supervisar la recogida y el análisis de datos para la evaluación del programa.
- Gestionar la presentación de informes sobre el progreso, los resultados y el impacto de los programas.
- Evaluar la eficacia de la iniciativa CTL.
- Garantizar la presentación de informes precisos y puntuales a las partes interesadas y los socios.
- Identificar clave rendimiento indicadores y desarrollar métricas para la evaluación.
- Aplicar estrategias de mejora continua basadas en los resultados de las evaluaciones.
- Comunicar las conclusiones y recomendaciones para mejorar el programa.

Equipo logístico



El equipo de logística desempeña un papel fundamental en el programa CTL, dirigido por un coordinador de eventos virtuales y apoyado por un gestor de la plataforma en línea, un facilitador de la experiencia híbrida, un especialista en TI, desarrolladores de software, soporte técnico y un gestor de actividades presenciales. Este equipo diverso se dedica a maximizar la accesibilidad y el impacto en todos los formatos del programa, garantizando una experiencia fluida y atractiva para los participantes, ya sea en persona o virtualmente.



Equipo logístico

El Equipo logístico debe :

- **Gestionar la ejecución sin fisuras de las actividades del programa CTL.**
- **Supervisar la coordinación de las experiencias virtuales y presenciales.**
- **Maximizar la accesibilidad y el impacto a través de múltiples formatos de programa.**
- **Garantizar una experiencia atractiva y cohesionada para los participantes.**
- **Proporcionar apoyo técnico y fomentar la innovación.**
- **Aplicar estrategias eficaces de logística y coordinación de eventos.**
- **Facilitar el buen funcionamiento de los componentes digitales para las actividades en línea y presenciales.**
- **Asigne responsabilidades y funciones para optimizar el rendimiento del equipo.**

Equipo de Aprendizaje y Participación Comunitaria



El equipo de Aprendizaje y Participación de la Comunidad, que puede incluir profesionales como un coordinador de formación, un especialista en educación, un diseñador de experiencias de aprendizaje, un coordinador de divulgación comunitaria, un enlace de asociaciones y un especialista en participación de las partes interesadas, funciona como una unidad dinámica. Este equipo cohesionado dirige activamente los componentes educativos, diseña experiencias de aprendizaje impactantes, fomenta la colaboración con la comunidad, crea asociaciones y garantiza la perfecta integración de CTL 2.0 en el ecosistema más amplio.

Equipo de Aprendizaje y Participación Comunitaria



Equipo de aprendizaje y compromiso con la comunidad debe :

- Gestionar los aspectos educativos del CTL 2.0.
- Diseñar e impartir experiencias de aprendizaje eficaces.
- Fomentar la colaboración comunitaria.
- Crear y mantener asociaciones.
- Garantizar una integración perfecta con el ecosistema más amplio.
- Coordinar las iniciativas de formación.
- Mejorar la experiencia global de aprendizaje de los participantes en el CTL.
- Implicar a las partes interesadas para garantizar el éxito general del programa.



Miembro del perfil clave del equipo

Le animamos a crear equipos diversos para lograr una mayor productividad e innovación. Sin embargo, en función de su experiencia, los temas de la edición o el nivel de impartición (híbrido, en línea o presencial), puede llevar a cabo un programa piloto de CTL con un único equipo que incluya diferentes perfiles, como por ejemplo :

- Un jefe de proyecto
- Un experto en metodología de pensamiento de diseño
- Un moderador
- Un diseñador gráfico
- Un técnico
- Un responsable de comunicación
- Un creador de contenidos
- Un gestor de informes



Miembro clave del equipo

Director del proyecto

El director del proyecto es la fuerza motriz que impulsa la ejecución satisfactoria del programa CTL.

El director del proyecto debe:

- Tener conocimientos sobre el tema del reto
- Preocuparse por la industria creativa
- Experiencia demostrada en gestión de proyectos, incluida la planificación, ejecución y entrega de proyectos a tiempo y dentro del presupuesto.
- Dominio de programas y herramientas de gestión de proyectos.
- Tener una gran capacidad de organización y de realizar varias tareas a la vez.
- Tener excelentes dotes de comunicación y liderazgo.
- Tener una excelente capacidad de comunicación y de gestión de equipos.



Miembro del perfil clave **Experto en metodología de** **diseño y perfeccionamiento**

El experto en metodología de design-thinking es la fuerza motriz de la aplicación eficaz de los principios y estrategias de design-thinking.

El experto en metodología de pensamiento de diseño debería:

- **Tener conocimientos sobre el tema del reto**
- **Preocuparse por la industria creativa**
- **Poseer una gran experiencia en metodologías de pensamiento de diseño, con un historial demostrado de aplicación a retos del mundo real.**
- **Ser capaz de facilitar talleres de pensamiento de diseño y guiar eficazmente a los participantes en el proceso de ideación y creación de prototipos.**
- **Se valorará positivamente el conocimiento de las tendencias y las mejores prácticas de diseño específicas del sector.**



Equipo Clave Perfil

Miembro Moderador

El moderador es un elemento central y define la energía de todo el bootcamp.

El moderador mantiene motivados a los participantes durante más de 70-100 horas de trabajo en 2 meses.

El moderador debería:

- **Tener conocimientos sobre el tema del reto**
- **Preocuparse por la industria creativa**
- **Ser capaz de relacionarse con el estilo de trabajo de los desarrolladores**
- **Tener mucha energía**
- **Ser capaz de mantener una buena presencia en línea**



Equipo Clave Perfil Miembro Moderador

El moderador debe :

- **Tener capacidad para utilizar Zoom o cualquier otra herramienta de webinar en línea**
- **Ser capaz de interactuar activamente con los participantes a través de un grupo de WhatsApp o cualquier otra aplicación de mensajería.**
- **Comprender la metodología del bootcamp y ser capaz de comunicarla fácilmente.**
- **Ser capaz de hablar la lengua de los participantes**
- **Tener experiencia en la creación de comunidades en línea**



Team Key Profile

Member Diseñador gráfico

Utilizando las directrices de la marca como herramienta, el diseñador gráfico será responsable de crear diseños de contenidos que promuevan el programa CTL.

El diseñador gráfico deberá :

- Dominio de programas de diseño gráfico como Adobe Creative Suite.
- Disponer de una sólida cartera de trabajos en diseño gráfico.
- Ser capaz de crear materiales visualmente atractivos y coherentes con la marca.
- En el sentido de los detalles y la capacidad de trabajar en en plazos ajustados.



Equipo Clave Perfil Miembro Técnico

El Técnico es la espina dorsal técnica del funcionamiento del CTL. Se asegura de que todas las herramientas tecnológicas utilizadas para aplicar el programa CTL funcionen correctamente.

El Técnico debe:

- **Tener experiencia técnica en herramientas de seminarios web en línea (por ejemplo, Zoom, Webex, Microsoft Teams).**
- **Tener capacidad de resolución de problemas técnicos en tiempo real.**
- **Familiarícese con las herramientas de transmisión y grabación de seminarios web.**
- **Tener excelentes dotes de comunicación para guiar a los participantes a través de los retos técnicos.**



Miembro del perfil clave del equipo Responsable de Comunicación

El Director de Comunicación dará forma a la imagen pública y a la narrativa del CTL para mantener al ecosistema al tanto de lo que ocurre en el programa CTL.

El responsable de comunicación debe:

- Pruebe experiencia en aplicación de elaboración de estrategias de comunicación.
- Tener fuerte escritura y edición habilidades para social sociales, comunicados de prensa y material promocional.
- Ser capaz de gestionar cuentas de redes sociales y realizar un seguimiento de las métricas de participación.
- Tener un pensamiento creativo para desarrollar campañas de marketing atractivas.



Miembro del perfil clave del equipo Creador de contenidos

El creador de contenidos teje historias y mensajes convincentes para nuestra audiencia.

El creador de contenidos debe:

- **Tener una capacidad excepcional para escribir y contar historias.**
- **Tener experiencia en la producción de diversos tipos de contenidos, como entradas de blog, vídeos, podcasts o infografías.**
- **Tener conocimientos de SEO y estrategias de marketing de contenidos.**
- **Ser capaz de adaptar los contenidos al público destinatario.**



Gestor de informes de los miembros del perfil clave del equipo

El gestor de informes es un profesional experto en datos capaz de generar informes y recomendaciones perspicaces mediante el análisis de datos.

El responsable del informe debe:

- **Dominio de las herramientas de análisis de datos y de los programas informáticos de elaboración de informes.**
- **Tener una gran capacidad analítica y de interpretación de datos.**
- **Tener capacidad para generar informes y recomendaciones perspicaces.**
- **Tener conocimientos de diseño de encuestas y metodologías de recopilación de datos.**



Movilizar el ecosistema

**Movilizar el ecosistema es un paso crucial para el éxito de su CTL.
Este paso le permitirá:**

- **Conectar con socios potenciales**
- **Identificar a los oradores**
- **Colaboración con desarrolladores y creativos**
- **Identificación de los miembros del jurado**
- **Encontrar más recursos**
- **Comprender todo el ecosistema**
- **Promociona tu bootcamp**



Movilizar el ecosistema

Identificar a los mejores socios puede mejorar la experiencia del CTL.

Se pueden identificar socios en los siguientes ámbitos:

- Incubadoras (Debe tener al menos una incubadora como socia para tener éxito en una edición CTL 2.0)
- Empresas creativas
- Las universidades se centran en la tecnología y el sector creativo (podría aportar talentos)
- Sector público (Ej : Ministerios de TIC, etc)
- Empresas tecnológicas
- Medios de comunicación

Este paso es crucial para la ejecución de su CTL, que implica la sensibilización, la capacidad de ejecución y el apoyo posterior a la CTL para los proyectos/startups que se crearán.

Movilizar el ecosistema



Las asociaciones son el alma del CTL y contribuyen a su eficacia general de varias maneras cruciales:

- Los viveros de empresas desempeñan un papel vital en el desarrollo de las nuevas empresas más allá del campamento de entrenamiento, ofreciendo orientación y recursos para un crecimiento sostenible.
- El acceso a las universidades tiene un valor incalculable, ya que proporciona una nueva cantera de personas con talento en los sectores tecnológico y creativo, lo que contribuye a la sostenibilidad del programa a largo plazo.
- La colaboración con empresas tecnológicas y creativas enriquece el programa al aportar profesionales experimentados que pueden orientar y guiar a los participantes.
- Las asociaciones con los medios de comunicación amplifican el alcance y la repercusión de su CTL, desde las campañas de marketing hasta la puesta de relieve de los éxitos.
- El sector público y otros socios pueden proporcionar un apoyo financiero esencial, garantizando la viabilidad del programa, al tiempo que aportan valiosos ponentes y conocimientos especializados.



Movilizar el ecosistema

Debe contar con un plan para la identificación de ponentes/mentores/miembros del jurado dentro del ecosistema.

Los necesitarás:

- Durante tu bootcamp lanzando como ponentes; personas experimentadas con alto conocimiento de los sectores
- Durante la serie de formaciones para desarrolladores y creativos; para aumentar sus conocimientos.
- Como mentor; puede estar a disposición de los participantes para resolver dudas o proporcionar otros recursos de conocimiento.
- Como miembros del jurado, le ayudarán a seleccionar a los participantes de la cohorte y los proyectos que se presentarán en la ceremonia de clausura.



Conseguir proveedores

Si planea celebrar un evento híbrido o presencial, debe tener en cuenta estos puntos:

- Un equipo multimedia con fotógrafo y videógrafo
- Impresión de material de marca
- Impresión de camisetas para los participantes
- Una empresa de radiodifusión si es necesario



Comunicación y Marketing

Creación de herramientas de comunicación y contenidos

Es importante que CTL resulte atractiva para los creativos. La marca de CTL es una expresión de creatividad en la elección de colores y coherencia en la creación de contenidos, sobre todo porque se está considerando la posibilidad de ampliar la herramienta. Se creó una directriz de marca para que un diseñador gráfico pueda adaptarla con el mínimo esfuerzo.

Enlace a las directrices de la marca : [Descargar aquí](#)



Comunicación y Marketing

Ser activo en las redes sociales

La publicación de contenidos sobre la edición del CTL que organice en las redes sociales es fundamental desde el momento en que se anuncia el programa hasta después de la ceremonia de clausura. Para facilitar este proceso, todo el contenido de CTL en las redes sociales debe enviarse utilizando el formulario facilitado al menos una semana antes de la fecha de publicación deseada. El gestor de la plataforma CTL se encargará de la publicación en el momento oportuno.



Instrumentos

- **Plantilla de calendario en la que describen las tareas para su CTL**
: Para evitar presiones de gestión del tiempo durante el campamento de entrenamiento y disponer de tiempo suficiente para movilizar el ecosistema y lanzar una gran campaña de marketing, asegúrese de planificar con antelación el tiempo suficiente para cada tarea.
 - ◆ **Descárguela aquí:** [Calendario para la CTL](#)

- **Agenda del campamento de entrenamiento** : *Al diseñar la agenda del campamento de entrenamiento, priorice la disponibilidad de los participantes y las partes interesadas, favoreciendo los fines de semana y limitando las actividades diarias a un máximo de 3 horas.*
 - ◆ **Descargar aquí:** [Programa piloto](#)



Instrumentos

- **Herramienta de marca** : *Para gestionar mejor el tiempo, planifica y crea todas las obras con antelación, como las destinadas al dream team, las sesiones de formación, el networking, los jueces y las sesiones informativas. Terminales una vez que la fecha y los invitados estén confirmados.*
- ◆ **Descárguela aquí:** [Herramienta de marca](#)

- **Plantilla de presupuesto** : *Ponte en contacto con todos los posibles proveedores, presta atención a cada detalle y asegúrate de que tu presupuesto sea lo más realista posible.*
- ◆ **Descárguelo aquí:** [Presupuesto](#)



3

Operaciones





Operaciones

- Cree su cuenta en www.creativetlab.com
- Creación de la página de destino
- Documentación
- Acceso a Google Drive





Crear una cuenta en el sitio web oficial de CTL

www.creativetlab.com

El sitio web ofrece funciones para que cada anfitrión de CTL tenga sus propias páginas de aterrizaje con una descripción del reto CTL e información pertinente, así como la posibilidad de recibir a creativos y desarrolladores interesados en unirse.

Si desea unirse a nosotros organizando un CTL, visite nuestro sitio web: creativetlab.com



Cómo crear una cuenta

www.creativetlab.com

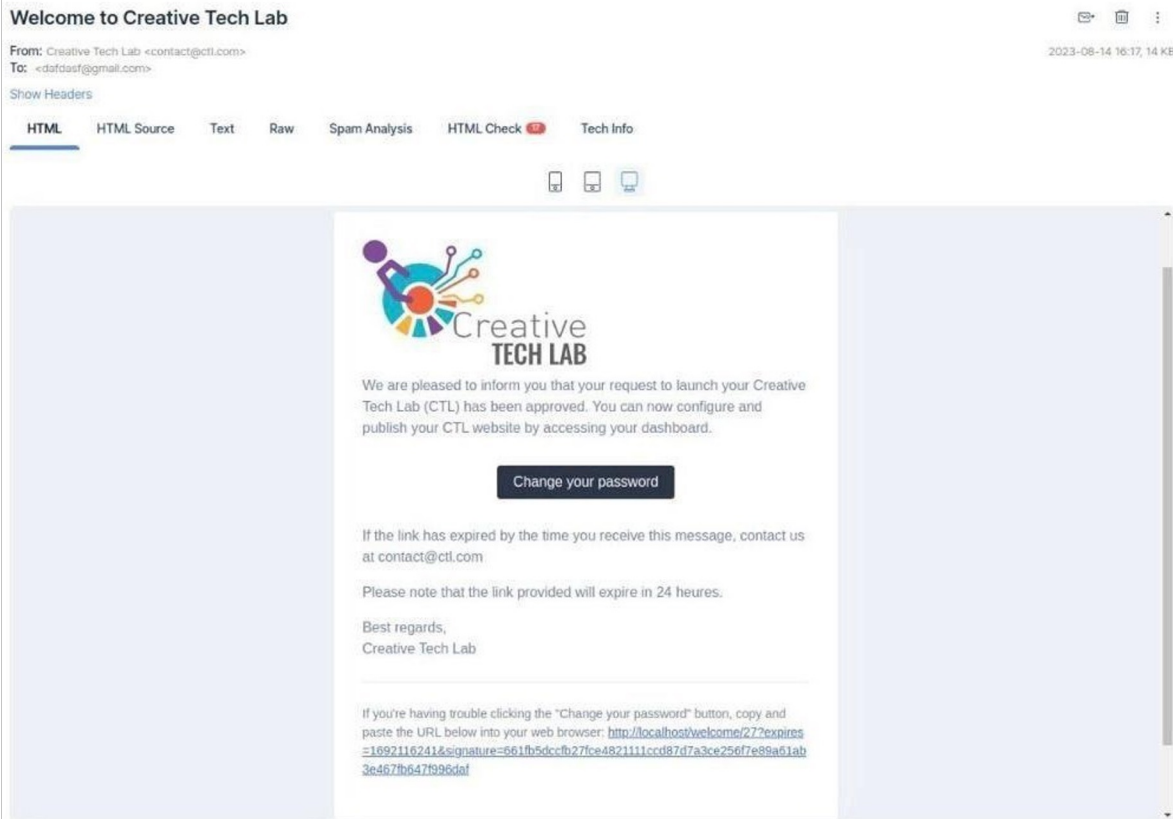


The screenshot shows the CreativeTech Lab website. The logo is in the top left corner. The navigation menu includes HOME, OUTCOMES, TOOLKIT, COMMUNITY, NEWS, and LEARNING MATERIALS. The main heading reads "Launch your own CTL cohort". Below this is a contact form with four input fields: Full Name *, Email *, Phone *, and Institution name *. A vertical scrollbar is visible on the right side of the page, and a purple button with an upward arrow is at the bottom right.

Para crear su cuenta en www.creativetlab.com, sólo tiene que ir a la sección "Toolkit" del sitio web y desplazarse hacia abajo para acceder al formulario "Contact Us", que deberá cumplimentar.

Cómo crear una cuenta

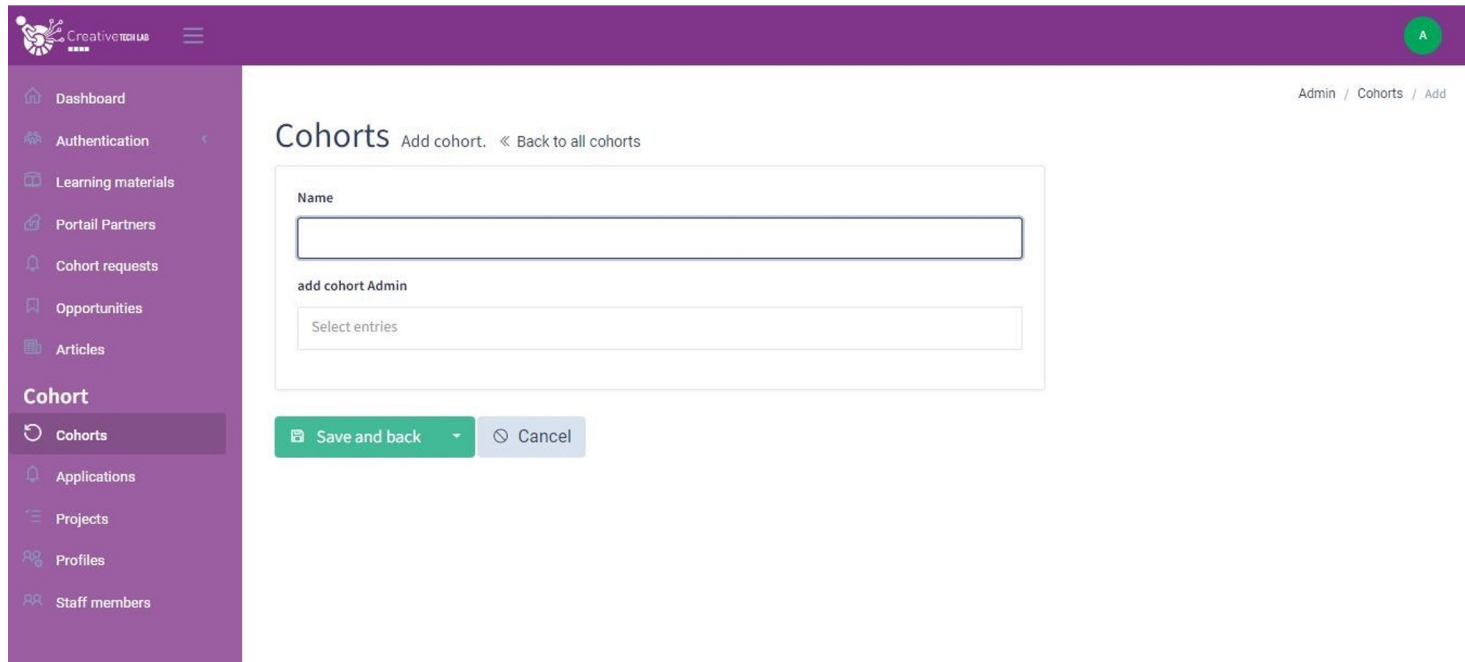
www.creativetlab.com



Una vez que haya enviado el formulario, nuestro equipo de gestión de la plataforma lo revisará rápidamente para comprobar que cumple los requisitos. A continuación, recibirá un correo electrónico de confirmación.

Cómo crear su página de aterrizaje

www.creativetlab.com



The screenshot shows the 'Creativetlab' Admin interface. The left sidebar contains navigation options: Dashboard, Authentication, Learning materials, Portail Partners, Cohort requests, Opportunities, Articles, Cohort (highlighted), Applications, Projects, Profiles, and Staff members. The main content area is titled 'Cohorts' and includes a breadcrumb trail 'Admin / Cohorts / Add'. Below the title, there is a form with the following elements:

- A 'Name' label above a text input field.
- An 'add cohort Admin' label above a 'Select entries' dropdown menu.
- At the bottom of the form, there are two buttons: 'Save and back' (green) and 'Cancel' (grey).

Quando reciba el correo electrónico de confirmación, se le pedirá que rellene un formulario de seguimiento. Este formulario es un paso crucial en el proceso, ya que le permite crear su página de destino personalizada y establecer su cohorte.

Documentación



Es importante que todos los participantes, incluidos desarrolladores y creativos, tengan una idea general de la industria creativa. Deben tener conocimientos básicos de las tecnologías digitales y de los términos técnicos que se tratarán a lo largo del programa. Por ello, tras ser seleccionado, cada participante deberá documentarse. Se pondrá a su disposición un enlace con documentos y vídeos explícitos que les permitirán disponer de lo estrictamente necesario para el futuro. Esta fase de documentación tiene por objeto preparar a cada participante para afrontar mejor esta gran aventura que le espera.

Este es el enlace a la documentación : [Documentación](#)





Acceso a Google Drive

Acceda a la unidad aquí: [Haga clic aquí](#)





4

Inclusión de género





Inclusión de género

- Descripción
- Principales recomendaciones
- Inclusión de la perspectiva de género en :
 - Proceso de selección
 - Red
 - Campo de entrenamiento
 - Recogida de datos





Descripción

La inclusión de género se refiere al compromiso y el esfuerzo para garantizar que las personas de todas las identidades de género, incluidas las mujeres, participen activa y eficazmente en el programa Creative Tech Lab (CTL). Significa crear un entorno en el que todos, independientemente de su género, se sientan bienvenidos, respetados y capacitados para participar plenamente en el programa. Para facilitar la inclusión de género, consulte las recomendaciones clave disponibles en la siguiente diapositiva.





Principales recomendaciones

Para asegurarse de que el CTL sea inclusivo, la institución anfitriona deberá :

- Organizar sesiones informativas para las comunidades infrarrepresentadas, incluidas las mujeres.
- Incluir imágenes y lenguaje inclusivos en los materiales de comunicación.
- Ser consciente de los matices culturales para evitar el lenguaje o las imágenes excluyentes.
- Proporcionar recursos y formación adaptados a las necesidades específicas de grupos diversos.
- Invite como ponentes a representantes de las minorías, creativos o desarrolladores.
- Incluya encuestas de opinión al principio, a la mitad y al final del programa.
- Recopilar datos lo más desglosados posible por sexo, etnia, país, etc.
- Conecte a los participantes de todos los CTL, incluidos los antiguos alumnos.
- Anime a los participantes tímidos a hablar durante el laboratorio.
- Controlar a todos los participantes en todas las fases de los bootcamps.





Inclusión de la perspectiva de género

En cada parte del programa, puede asegurarse de que el programa sea muy inclusivo:

- **Proceso de selección**
 - Debe organizar sesiones informativas dirigidas específicamente a los grupos infrarrepresentados para señalar que CTL es un espacio acogedor para ellos y traer a ponentes modelo con los que puedan identificarse.
- **Red**
 - Debe utilizar sesiones de networking aleatorias o controladas en las que las personas que se sienten más cómodas en grupos más reducidos puedan conectar o no quedarse sólo con las personas que les miran.





Inclusión de la perspectiva de género

- **Campo de entrenamiento**
 - Hay que centrarse en las necesidades de las propias participantes para que compartan cuáles son sus carencias. Las mujeres deben poder compartir cuáles son sus necesidades cuando son seleccionadas.
- **Recogida de datos**
 - Debe recopilar datos lo más desglosados posible para que CTL pueda comparar muestras en función del sexo, las etnias, los países, etc.





5

Proceso de selección





Proceso de selección

- **Convocatoria de participantes**
 - **Criterios de admisibilidad**
 - **Formulario de solicitud**
- **Campañas de comunicación**
 - **Marca y redes sociales**
 - **Sesiones informativas**

- **Jurado**
- **Selección de criterios**
- **Tarjeta de puntuación**
- **Selección final**





Convocatoria de participantes

En este paso, debe desarrollar un proceso de selección de participantes para implantar un CTL. Tenga en cuenta que :

- Los Creativos y Desarrolladores deben cumplir los criterios de elegibilidad.
- La edad o el sexo no importan.
- Los jóvenes y las mujeres deben animarse a presentarse.
- Los participantes son creativos y Desarrolladores.
- Los criterios de elegibilidad pueden ser Referencias y proceso público : Considere la posibilidad de seleccionar el 50% de los participantes mediante convocatorias abiertas y la otra mitad mediante referencias. Las convocatorias abiertas atraen a personas jóvenes, con talento y motivadas, mientras que las remisiones proporcionan acceso a profesionales creativos experimentados de alto nivel basados en nuestra experiencia.



Criterios de admisibilidad



Basándonos en nuestra experiencia, le sugerimos que utilice estos criterios de elegibilidad para inspirarse a la hora de crear los suyos propios para seleccionar a los participantes :

- **Estar disponible en línea y en persona cuando sea necesario para trabajar y participar en todas las actividades del programa.**
- **Enlace en línea a un sitio web personal o a un CV en el que se describa el trabajo realizado**
- **Al menos dos años de experiencia en desarrollo de software (para desarrolladores)**
- **Al menos un año de experiencia en trabajos creativos (para creativos)**
- **Los desarrolladores y creativos deben presentar una idea de proyecto en la que estén interesados en colaborar para hacerla realidad.**
- **Debe tener experiencia trabajando con lenguajes como Java, PHP, Python, R o Ruby**
- **Los desarrolladores y creativos deben presentar su candidatura individualmente (no en grupo)**
- **Enlace(s) en línea a proyectos anteriores creados o en los que se haya trabajado**



Formulario de solicitud



Para ajustarse a los temas y criterios de admisibilidad especificados, tendrá que crear un proceso de solicitud a medida en el sitio web de CTL. Esto implica desarrollar dos formularios de solicitud distintos: uno diseñado para tecnólogos y otro para creativos. Estos formularios especializados garantizarán que los solicitantes puedan transmitir con precisión y eficacia sus cualificaciones e intereses en función de sus respectivos conocimientos y experiencia.

Diseñe los formularios de solicitud en la lengua oficial del público destinatario. Evite utilizar una segunda lengua en cualquier elemento de la aplicación. Asegúrese de que los formularios estén claramente diferenciados para tecnólogos y creativos para evitar confusiones.

Ejemplo de formulario de solicitud para tecnólogos :

[Formulario de solicitud para tecnólogos](#)

Ejemplo de solicitud para creativo : [Formulario de solicitud para creativo](#)



Campaña de comunicación - Branding Social Media

- ■ ■ ■ Para garantizar un amplio conocimiento del programa, es esencial una estrategia promocional integral. Esto incluye el desarrollo de material gráfico visualmente atractivo para iniciar el proceso de solicitud, la creación de vídeos promocionales atractivos y la programación de sesiones informativas para invitar e implicar a todo el ecosistema en la participación en el programa.

Aprovechar las redes sociales como principal canal de difusión es fundamental para la movilización de la comunidad. A este respecto, es crucial respetar las directrices de la marca para mantener una identidad visual cohesiva. Además, la creación de un conjunto de herramientas para los medios de comunicación es imprescindible para racionalizar estos esfuerzos. Estas herramientas deben incluir elementos esenciales como el comunicado de prensa, el plazo, el público objetivo, la metodología, los criterios de elegibilidad, los criterios de selección, las condiciones, etc.

Para que una campaña tenga éxito, se necesita una media de dos meses para atraer a los medios de comunicación y las instituciones, lo que da tiempo a los participantes a informarse sobre la CTL y solicitarla.





De Experto

Traer a expertos en la materia para que expliquen mejor las oportunidades que ofrece CTL



De los socios

Incorporar socios al principio puede ser una buena manera de generar confianza en las iniciativas.



De Datos

Es necesario disponer de información sobre el

Sesión informativa

Las sesiones informativas o eventos anunciarán y promoverán la apertura de candidaturas para Desarrolladores y creativos interesados en unirse para crear soluciones que puedan ayudar a crear una experiencia sostenible.

Ejemplo de sesión informativa: [Libera tu genio creativo y tecnológico interior](#) [Inscríbete en el Creative Tech Lab](#)

Sesión informativa

- **El anfitrión puede organizar varias sesiones informativas para explicar qué es una CTL.**
- **El anfitrión puede organizar una sesión para mostrar el potencial y pedir a los socios que se unan.**
- **Los anfitriones también pueden utilizar esta sesión para tratar temas que quieran mostrar.**
- **Estas sesiones pueden celebrarse en línea o en una dirección física, pero se recomienda re transmitir las en línea para atender a una mayor audiencia.**



Jurado

- **Tras recibir las solicitudes, debe crearse un jurado para evaluarlas. El jurado debe estar compuesto por expertos de tres categorías:**
- **Creativos con experiencia:** Personas con una sólida formación creativa que entienden los retos y oportunidades del sector y tienen un historial de proyectos de éxito.
- **Desarrolladores experimentados:** Profesionales con amplia experiencia en desarrollo de software, incluidos conocimientos de Java, PHP, Python, R, Ruby y lenguajes afines, y un historial de resolución innovadora de problemas.
- **Socios identificados:** Representantes de los principales socios del programa
- **Los jueces deben evaluar las solicitudes basándose en los criterios de selección disponibles en la siguiente diapositiva, pero sin limitarse a ellos.**



Selección de criterios



1. Desarrolladores

- Experiencia en el uso de la tecnología para resolver de forma creativa problemas del mundo real o implementar soluciones de software
- Calidad de los trabajos anteriores presentados (uso de las últimas tecnologías, UX, UI)
- Experiencia experimentando con nuevas tecnologías
- Pruebas de haber trabajado con Java, PHP, Python, R, Ruby o lenguaje relacionado
- Participación previa en hackathons o Design Sprints

2. Creativos

- Potencial de la idea de proyecto presentada para influir en la industria creativa.
- Nivel de comprensión de los problemas del sector creativo
- Calidad de la cartera presentada
- Al menos un año de experiencia generando ingresos a partir del trabajo creativo
- Experiencia experimentando con tecnologías o colaborando entre sectores
- Desarrollo de marca/imagen y presencia/seguimiento visibles en el sector





Tarjeta de puntuación

Basándose en los criterios de selección, debe crear un cuadro de mando para evaluar a los candidatos. He aquí un ejemplo de cuadro de mando: [Aquí](#)

Criterios	Asignación de puntuación máxima	Peso asignado
Potencial de la idea de proyecto presentada para repercutir en la industria creativa y grado de vinculación con las últimas tecnologías.	5	0,1
Nivel de comprensión de los problemas del sector creativo	5	0,2
Nivel de comprensión de los problemas del sector creativo	5	0,3
Al menos un año de experiencia generando ingresos a partir del trabajo creativo	5	0,1
Experiencia experimentando con tecnologías o colaborando entre sectores	5	0,1
Desarrollo de marca/imagen y presencia/seguimiento visibles en el sector	5	0,2
Total	30	1



Selección final



Tras la evaluación de la ficha de puntuación por parte del jurado, la institución anfitriona es responsable de proceder al sitio web para aceptar oficialmente las solicitudes de los participantes seleccionados.

Los participantes recibirán entonces un correo electrónico automático confirmando su aceptación en el programa CTL. Para disponer de la lista definitiva de la cohorte, la institución de acogida también deberá añadir los perfiles de los participantes remitidos al sitio web.

Tendrás que crear una lista de correo electrónico con todos los participantes y crear un grupo de WhatsApp o Telegram para facilitar la comunicación puntual, la creación de redes y la colaboración.

Garantizar que la cohorte sea inclusiva, es decir, que haya una representación equilibrada de hombres y mujeres, una presencia adecuada de desarrolladores y creativos, y una representación justa de otras categorías infrarrepresentadas.





6

Campo de entrenamiento





Campo de entrenamiento

- Descripción
- Red
 - Meetup de Creativos y desarrolladores
 - Acto inaugural Anuncio de los participantes
- Formación
- Proyectos
 - Creación de equipos y jurado
 - Selección de criterios y cuadro de mando
 - Selección final
- Días de construcción
- Ejercicio de validación del mercado
- Evento final





Descripción del curso intensivo

El bootcamp implica entre 70 y 100 horas de compromiso entre los creativos y desarrolladores recién seleccionados. La institución anfitriona debe tener en cuenta las siguientes perspectivas para el bootcamp:

- Vincular más el CTL al espíritu empresarial ofreciendo a estos prototipos una vía concreta para convertirse en startups de carne y hueso, conectándose con incubadoras, aceleradoras, subvenciones y/o inversores.
- Ver los bootcamps como una forma de que los creativos contraten a desarrolladores.
- Ver los bootcamps como un camino hacia asociaciones más fuertes entre creativos y desarrolladores para co crear otras cosas después del bootcamp.



Descripción del curso intensivo

- Convertir a los participantes en CTL en creadores de ecosistemas que luego organizarán otros CTL.
- Exponer a los creativos a oportunidades como ser el centro de atención y convertirse en un recurso que otras industrias puedan utilizar para innovar.
- Exponer a los creativos a oportunidades como ser el centro de atención y convertirse en un recurso que otras industrias puedan utilizar para innovar.
- Exponer a los promotores a oportunidades como la de ser el centro de atención y convertirse en un recurso que otras industrias puedan utilizar para seguir innovando.

Networfiing



El networking consistirá en sesiones generales y sesiones de grupo basadas en muestras y temas. Los participantes mantendrán encuentros con desarrolladores y creativos, seguidos de un debate de 2 horas sobre diversos temas para fomentar las conexiones. Cada encuentro, en el que participarán desarrolladores y creativos, durará 4 horas, con un total de 6 horas de puro networking.



Con the Coordination
Team



Con Creatives y
Developers

Meetup con Creatives y Developers



En esta primera reunión, tendrán la oportunidad de presentarse, compartir sus experiencias y expectativas sobre el CTL, interactuar y relacionarse con otros creativos y Desarrolladores interesantes que formarán un equipo sólido para la realización del proyecto.



Con Expert

Traer a expertos en la materia para que expliquen mejor las oportunidades que ofrece el CTL



Con Partners

Incorporar socios al principio puede ser una buena manera de generar confianza en las iniciativas.



Con los participantes

Conectar a los participantes para iniciar el onboarding: Creativos y desarrolladores

Acto inaugural Anuncio de participantes



- **Debe organizarse un acto de lanzamiento (durante dos horas) que reúna a todos los socios clave de los ecosistemas y a los participantes para debatir los principales objetivos del programa.**
- **El acto puede ser en línea o híbrido sobre la ubicación de la mayoría de los participantes.**
- **El acto es una forma de reunir a creativos y desarrolladores y exponerlos al público.**

Formación



La formación incluirá ponentes externos, así como participantes en el CTL, y los temas procederán de los autodiagnósticos de los participantes tras el proceso de selección. Se impartirán entre 10 y 25 horas de formación, con sesiones individuales de un máximo de 2 horas. Esto requerirá un mínimo de 10 sesiones de formación para garantizar que los participantes reciban los conocimientos y habilidades esenciales antes de empezar las jornadas de construcción.

Ejemplo de sesión de formación: [La propiedad intelectual en el arte](#)

Proyectos



En la fase posterior a la formación, los moderadores del CTL desempeñan un papel clave a la hora de facilitar los debates con los participantes para explorar y perfeccionar posibles proyectos que les impulsen a la fase de construcción posterior. Como piedra angular del CTL, los proyectos tienen un peso significativo, ya que dan forma al resultado global de la edición. Es esencial que estos proyectos no sólo se ajusten perfectamente al tema central del CTL, sino que también demuestran la capacidad de abordar retos específicos y añadir un valor significativo al diverso panorama de los sectores creativos. El diálogo en torno a la selección de proyectos es un momento crucial para fomentar la colaboración y la innovación, y garantizar que cada proyecto seleccionado se ajuste a los objetivos generales del Creative Tech Lab.

Edificio Teams



A algunos participantes se les pedirá (por parte de los moderadores y los participantes) / o pueden ser voluntarios para asumir el papel de jefe de equipo y proponer ideas de proyectos que les gustaría desarrollar con un equipo que han reunido. Lo ideal es que estos equipos estén formados por 3-5 personas e incluyan tanto desarrolladores como creativos. Los líderes de equipo son responsables de presentar la solicitud de proyecto en el sitio web. Los moderadores tendrán que promover al líder del equipo como "líder del equipo" en el sitio web. A continuación, el líder del equipo deberá añadir a otros miembros del grupo en el sitio web.

Jurado



Debe formarse un jurado con personas que pertenezcan a las siguientes categorías: creativos experimentados, desarrolladores experimentados y socios identificados. Los jueces utilizarán la tabla de puntuación de la siguiente diapositiva para seleccionar los proyectos que pasarán a los días de construcción.

Tarjeta de puntuación Criterios de selección



Basándose en los criterios de selección que presentamos en este cuadro de mando, debe evaluar el proyecto de los participantes.

Criterios	Asignación de puntuación máxima	Peso asignado
Claridad del proyecto presentado	5	0,2
Creatividad de la solución propuesta	5	0,2
Utilidad de la solución	5	0,1
Viabilidad en 1 año	5	0,2
Fuerza del equipo (combinación de perfiles y capacidad para trabajar juntos)	5	0,3
Total	25	1



Selección final



Tras la evaluación del jurado, la institución anfitriona es responsable de proceder a la aceptación oficial de los proyectos de los grupos seleccionados en el sitio web. A continuación, los moderadores deben compartir orientaciones sobre los días de Builds.

Días de construcción



Los días de construcción deben tener lugar en línea usando Discord (o cualquier plataforma que facilite la colaboración entre Desarrolladores y creativos) y se dedicarán a construir un prototipo completo en 4 días (preferiblemente en 4 días consecutivos), con cada día comprendiendo al menos 6 horas de trabajo en equipo intensivo.

Durante los Build Days, los participantes participarán en talleres intensivos a través de zoom o discordia centrados en el diseño de productos, la tutoría en grupo y la creación de prototipos.

Días de construcción



Los Build Days ofrecieron oportunidades para interacciones colaborativas e individuales con el objetivo de facilitar el desarrollo de ideas y mejorar las capacidades técnicas y creativas de los participantes.

Los Build Days concluyeron con sesiones de clausura dirigidas por facilitadores en las que se resumieron los esfuerzos de colaboración y los progresos realizados durante los talleres.



Ejercicio de validación del mercado

Durante esta fase en el Creative Tech Lab, los equipos deben centrarse en tres aspectos clave:

- ❑ **Comprobación de la adecuación del producto al mercado** : Los equipos evaluarán si su prototipo satisface las demandas del mercado y las preferencias de los usuarios recabando opiniones, realizando estudios de mercado e introduciendo las mejoras necesarias.
- ❑ **Pulir el prototipo**: Los equipos perfeccionaron sus prototipos, mejorando la experiencia del usuario, el diseño, la funcionalidad y la calidad general para mostrar el potencial del producto.
- ❑ **Formación en presentación**: Los miembros del equipo participarán en sesiones de formación para comunicar eficazmente el valor, el impacto y el potencial de su proyecto durante la presentación final, crucial para conseguir apoyo o inversión.





Escaparate final del evento

Un acto (durante una media de 4 horas) que reúna a todos los participantes en CTL de forma híbrida en asociación con espacios que deseen acoger watch parties o en los que haya más de 1 participante en CTL. Los socios deberán poder ofrecer refrescos. El acto final de presentación contará con ponentes de los principales socios y la presentación de los prototipos construidos. Se invitará a miembros de la comunidad de capital riesgo o de la incubadora a dar su opinión sobre lo que presenten los participantes. Cada participante deberá grabar un testimonio en vídeo de su experiencia en el bootcamp que se utilizará para un vídeo de recapitulación.

Piense en el acto de clausura como una oportunidad única para mostrar los resultados del laboratorio en las principales plataformas de medios de comunicación, conectar a los participantes con otros y aprovechar el ecosistema para obtener más oportunidades.





Escaparate final del evento

Durante la ceremonia de clausura, la institución anfitriona debe contar con un representante que dé las gracias a todos, incluidos el personal, los participantes, las partes interesadas, los patrocinadores, los ponentes y los socios. Es posible dar a algunos de ellos regalos, como blocs de notas con la marca del CTL. Tras la ceremonia de clausura del CTL, es esencial enviar un correo electrónico de agradecimiento a todos los asistentes, ponentes, participantes, socios y partes interesadas.

Durante o después de la ceremonia de clausura, la institución anfitriona deberá entregar certificados a los participantes que hayan completado el programa de CTL.

Plantilla de certificado: [Plantilla de certificado de CTL](#)





7 Informes





Informes

- Descripción
- Ejemplo de informe CTL
- Contenido multimedia
- Evaluación
 - [Encuesta de evaluación previa al bootcamp](#)
 - [Evaluación a mitad del curso](#)
 - [Encuesta de evaluación posterior al curso de formación inicial](#)
 - [Evaluación del impacto de la acogida](#)





Descripción

Tras la ceremonia de clausura, es esencial elaborar un informe sobre el CTL, que comience con una breve introducción y una visión general de las actividades de la cohorte. Proporcione detalles específicos sobre eventos como el lanzamiento de solicitudes, los procesos de selección y las sesiones de formación. Documente la experiencia de los participantes a través de los resultados de las encuestas, los comentarios en las redes sociales y la participación de las partes interesadas, e incluya información sobre oportunidades externas. Incluya una hoja de cálculo de los participantes, resúmenes de los prototipos desarrollados y reflexiones sobre las lecciones aprendidas en el taller. Evalúe el impacto del programa de formación en sensibilización de género, presente estadísticas de la campaña, comparta cualquier comunicado de prensa y concluya el informe con un vídeo de recapitulación y una entrada de blog para obtener un registro completo. Además, elabore un resumen conciso del campamento de entrenamiento que recoja los elementos clave para mejorar la reflexión y facilitar una comunicación eficaz.





Ejemplo de informe CTL

Debe redactarse un informe detallado de CTL basado en este formato [Plantilla de informe de CTL](#) y subirse a la plataforma para ayudar a compartir conocimientos con la comunidad.



Contenido multimedia



Se recomienda encarecidamente que se produzca un vídeo de recapitulación para mostrar lo que se ha hecho y las reacciones de los participantes. Las imágenes, los vídeos y cualquier otro contenido multimedia deben cargarse en CTL institución anfitriona debe enviar un Drive y la responsable de la plataforma CTL a más tardar un mes después del acto de clausura para informarle de que todo el contenido multimedia está disponible en CTL Drive.

Enlace para cargar contenidos multimedia : [Contenido multimedia de CTL](#)

Evaluación



Los informes incluyen una evaluación de cada paso del programa de formación.

Mantener una estrecha comunicación con los participantes para invitarles a completar las evaluaciones y proporcionarles tiempo suficiente para completarlas a fondo.

Asegúrese de elaborar un análisis minucioso y exhaustivo que permita a la comunidad comprender el impacto del bootcamp en la cohorte.

Pre bootcamp encuesta de evaluación



Estas encuestas formularán preguntas sobre las sesiones de formación necesarias, pero también incluirán preguntas de autoevaluación y expectativas del programa. Los datos recogidos deberán desglosarse por sexo, etnia, edad, tipo de participante y país.

Enlace de la plantilla : [Encuesta de evaluación previa al bootcamp](#)

Mid-Bootcamp evaluación



Esa encuesta evaluará lo aprendido hasta la fecha y los retos a los que puedan enfrentarse los participantes en este momento, así como en qué medida el programa está cumpliendo las expectativas y las posibles medidas correctivas antes de los días de construcción. Los datos recopilados deberán desglosarse por sexo, etnia, edad, tipo de participante y país.

Enlace de la plantilla : [Evaluación a mitad del Campamento](#)

Post Bootcamp evaluación



Esa encuesta evaluará toda la experiencia del CTL y las conclusiones extraídas. Los datos recogidos deberán desglosarse por sexo, etnia, edad, tipo de participante y país, y se utilizarán para el informe final del programa.

Enlace de la plantilla : [Post bootcamp survey assessment](#)

Evaluación del impacto de la acogida

- ■ ■ ■ Esta encuesta se administra directamente en el sitio web de CTL al término del bootcamp y mide el impacto que el anfitrión ha tenido en el ecosistema tras acoger un CTL. La información se utiliza para documentar el impacto de la metodología en la construcción de comunidades más fuertes mediante la conexión de desarrolladores y creativos, y también para ayudar a los responsables de la toma de decisiones a comprender mejor y realizar un seguimiento de cómo CTL está contribuyendo como una herramienta para la formulación de políticas más fuertes en la región.



8 Incubación





Incubación

- Descripción
- Cualidades de la incubadora
- Áreas de interés durante la incubación





● Descripción

La incubación es un proceso estructurado en el que una institución incubadora apoya y nutre proyectos, startups o ideas innovadoras para fomentar su crecimiento y desarrollo. Durante la fase de incubación, la atención se centra en perfeccionar y hacer avanzar los prototipos, ajustar los productos para satisfacer las demandas del mercado, optimizar los modelos de negocio y las estrategias de ingresos, y facilitar los planes de escalabilidad.

En el caso del CTL, surgirán varios proyectos como resultado. Estos proyectos requerirán el apoyo de una incubadora para facilitar su crecimiento. Por lo tanto, es fundamental establecer una asociación con una incubadora, ya que esta colaboración proporcionará un apoyo inestimable y recursos esenciales para el desarrollo y crecimiento con éxito de los proyectos que surjan de una cohorte CTL. Las siguientes diapositivas ofrecen orientación para ayudarle a identificar la incubadora adecuada con la que asociarse.



Cualidades de la incubadora



Una incubadora de instituciones estratégica es esencial para apoyar el éxito del CTL 2.0. Busque estas cualidades:

- **Conocimiento profundo de los sectores creativo y tecnológico para proporcionar orientación pertinente.**
- **Éxito demostrado en la promoción de nuevas empresas y proyectos innovadores.**
- **Conexiones sólidas con posibles inversores, mentores y agentes del sector.**
- **Capacidad para ofrecer asistencia personalizada en función de las necesidades de cada proyecto.**
- **Acceso a financiación, espacio de trabajo, herramientas y tecnología.**

Cualidades de la incubadora



- Ofrecer mentores experimentados para guiar a los participantes en el crecimiento empresarial.
- Apoyo a mercado de mercado, producto desarrollo, y escalabilidad.
- Crear un entorno de colaboración para el aprendizaje compartido y la creación de redes.
- Regular evaluación y retroalimentación mecanismos para medir los progresos.
- Valores y misión compartidos con CTL 2.0 para garantizar un apoyo cohesionado.

Áreas de interés durante la incubación



Durante la fase de incubación, la institución incubadora debe centrarse en estos aspectos:

- Ayudar a perfeccionar y desarrollar más los prototipos o proyectos.
- Ayudar a probar y ajustar el producto a las demandas del mercado.
- Perfeccionar los modelos de negocio, las estrategias de ingresos y los planes de escalabilidad.
- Emparejar a los participantes con mentores experimentados para ofrecerles apoyo continuo.
- Preparar los proyectos para posibles oportunidades de inversión o financiación.

Áreas de interés durante la incubación



- **Asesoramiento jurídico para la creación de empresas, contratos, etc.**
- **Preparar a los participantes para lanzamientos y presentaciones a inversores.**
- **Conectar a los participantes con posibles socios, clientes y consumidores.**
- **Ofrecer talleres para seguir desarrollando las capacidades empresariales.**

El socio de la incubadora que haya sido identificado deberá firmar un acuerdo que incluya el apoyo que se prestará a los proyectos creados.

Gracias

