

co-session#16

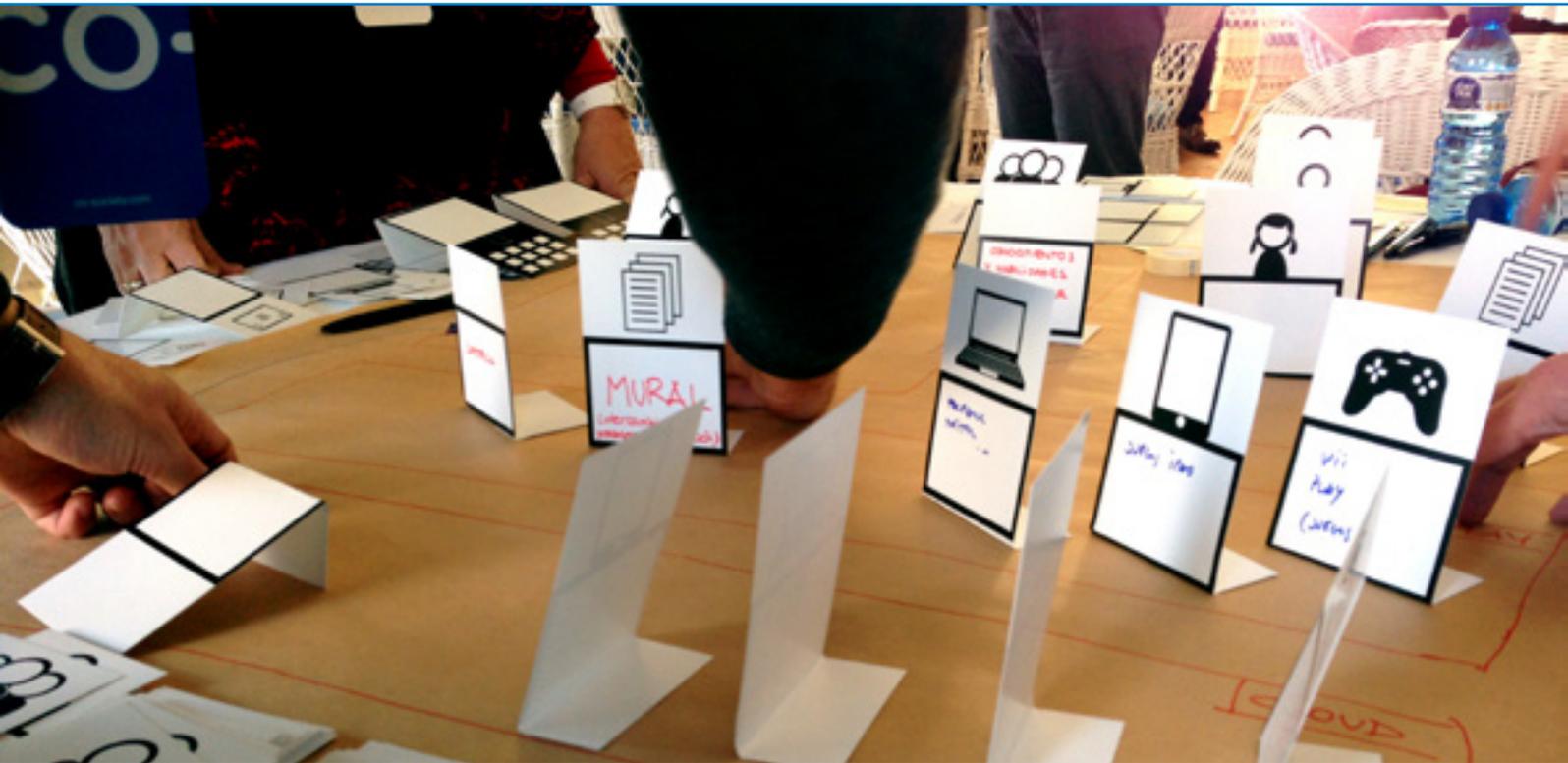
Co-creation made real

25/11/2013



co-designing our
summer school

Business Origami Grupo 1



Proceso enfocado a la resolución de problemáticas concretas y dividido en cuatro áreas diferenciadas:

- A) **“Cloud”**, en la que se definen los perfiles de las personas que van a participar en el curso a partir de la presentación de uno o dos participantes por parte de cada compañía. También cada empresa presenta una problemática concreta que serán las que se trabajarán durante el Summer Camp.
- B) **Play Zone**, cuyo objetivo principal es la creación de un entorno de socialización y de relajación antes y durante el tiempo de trabajo. Puede ser una cafetería, una zona con fútbolín, iPads, etc. Es la zona en la que pueden presentarse los proyectos, o tener un mayor conocimiento del resto de participantes.

Las otras dos zonas son las áreas propiamente de trabajo:

- C) **Área de Formación**, en la que participa gente veterana de las empresas que aportarían su conocimiento experto y experiencia.
- D) **Área de Workshop**, en la que los diferentes grupos trabajarían el reto o problemática asignada con la ayuda de un tutor/coordinador.

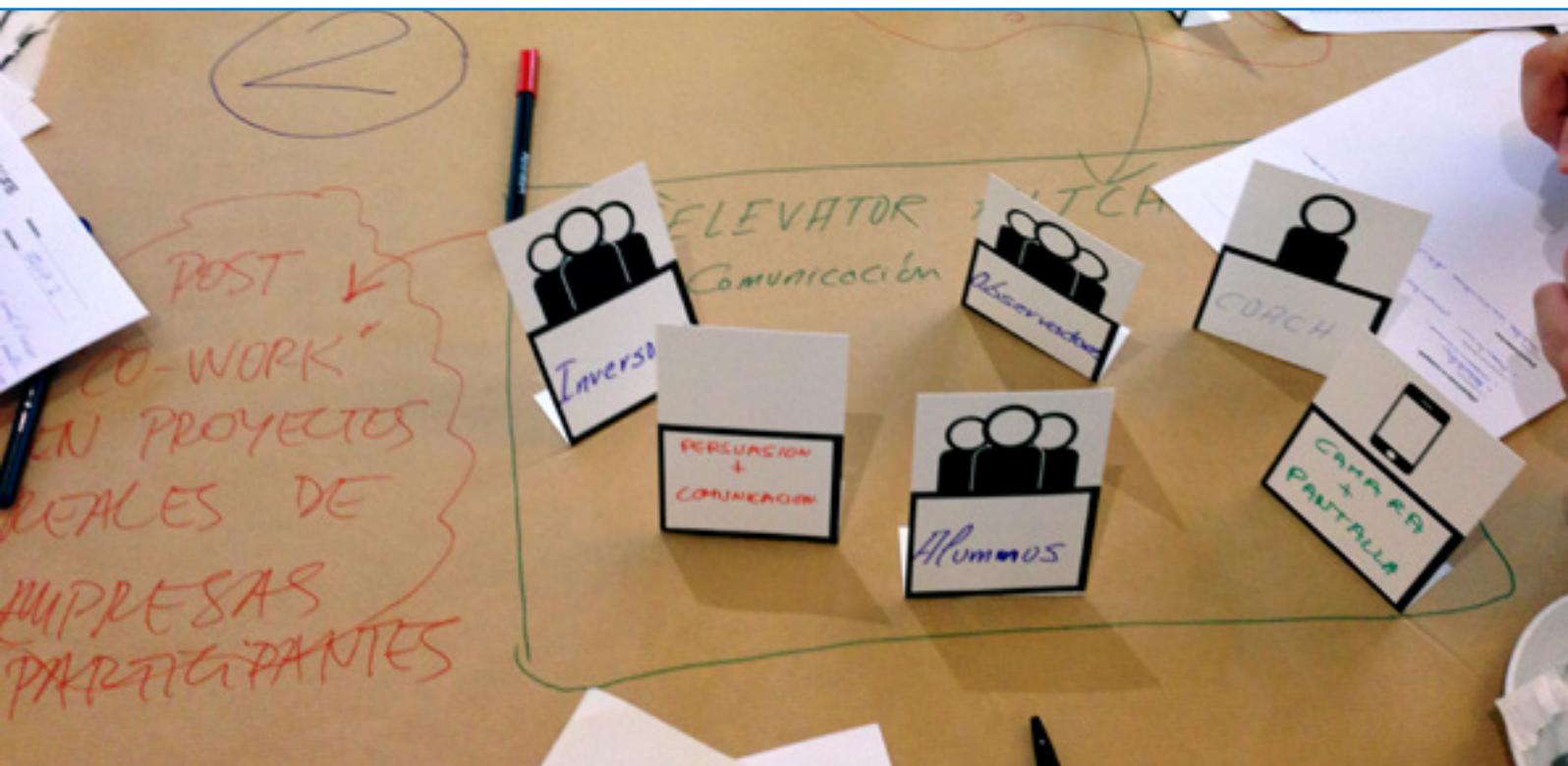
La relación entre las diferentes áreas sería totalmente interactiva. Ha de ser posible pasar en cualquier momento de la zona de trabajo a la de formación o a la de juego/relajación.

Al final del trabajo realizado en los talleres cada grupo tendría su oportunidad para presentar su solución o soluciones al reto planteado. El ganador sería decidido por votación online por parte de todas las empresas participantes y recibiría como premio una invitación para poder participar en el mejor evento de innovación a nivel global.

El objetivo de este Summer Camp ha de ser doble:

- › **Para los participantes:** Formación en innovación y mayor conocimiento del resto de empresas co-society®
- › **Para las empresas:** Una serie de posibles soluciones a la problemática presentada

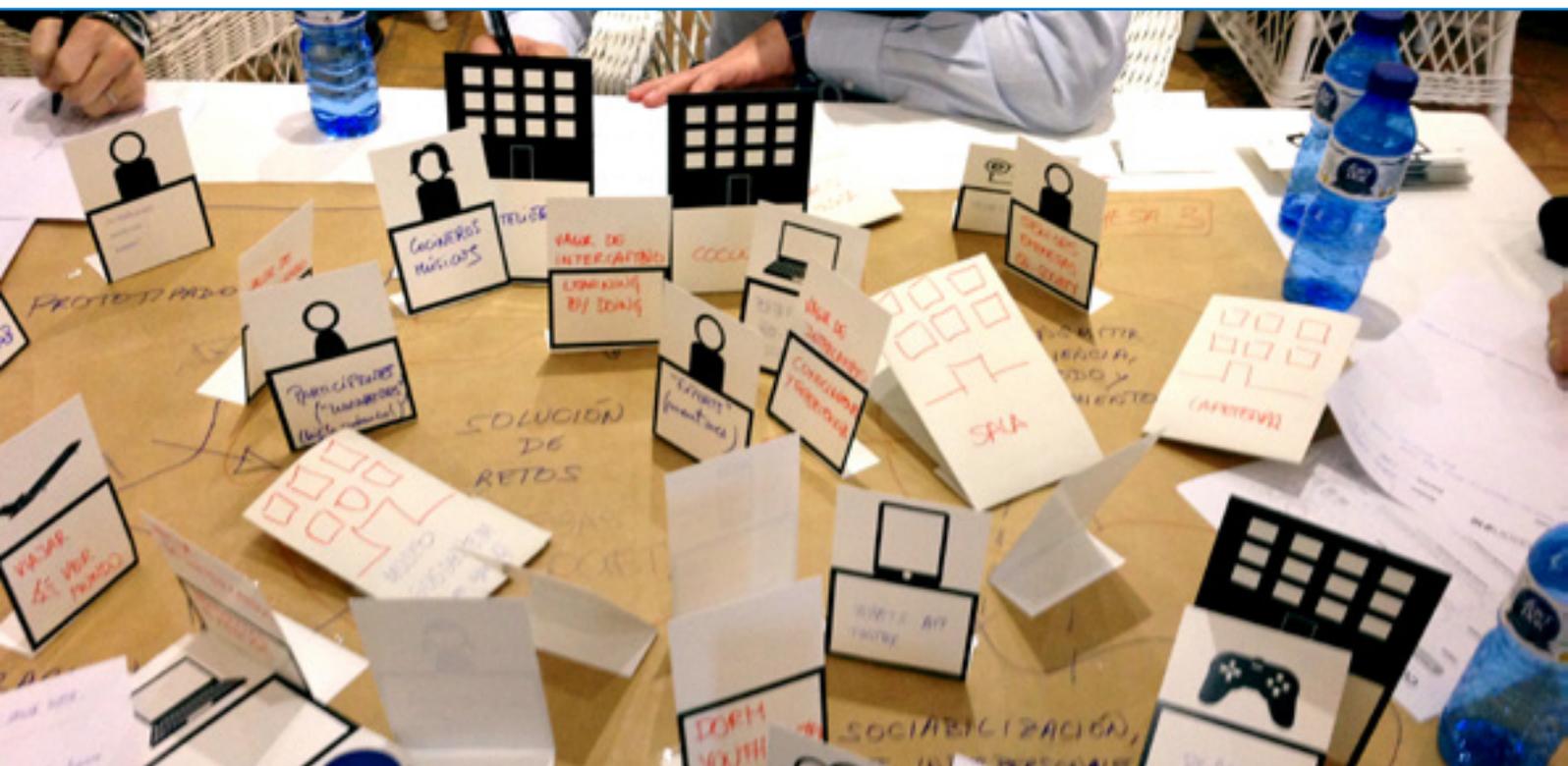
Business Origami Grupo 2



Proceso dividido en tres diferentes fases en base a tres diferentes competencias que los participantes deberían obtener en el co-society® Summer Camp:

- 1) **Zona Aula:** Formación/experiencia en metodologías de Innovación
 - 2) **Zona Campo de Juego:** Aprender a trabajar en equipo de forma eficaz
 - 3) **Zona Elevator Pitch:** Fomentar la capacidad de "vender" las ideas
- Además de la configuración de estas tres diferentes áreas, se tendrán también en cuenta tres diferentes ámbitos temporales en relación a la celebración del evento:
- a) **Pre Summer Camp:** Selección de los participantes y de los retos que se proponen
 - b) **Summer Camp:** Trabajo con los retos
 - c) **Post Summer Camp:** Posibilidad de continuar trabajando de forma conjunta y a posteriori los retos planteados por las empresas participantes o incluso otros nuevos.

Business Origami Grupo 3

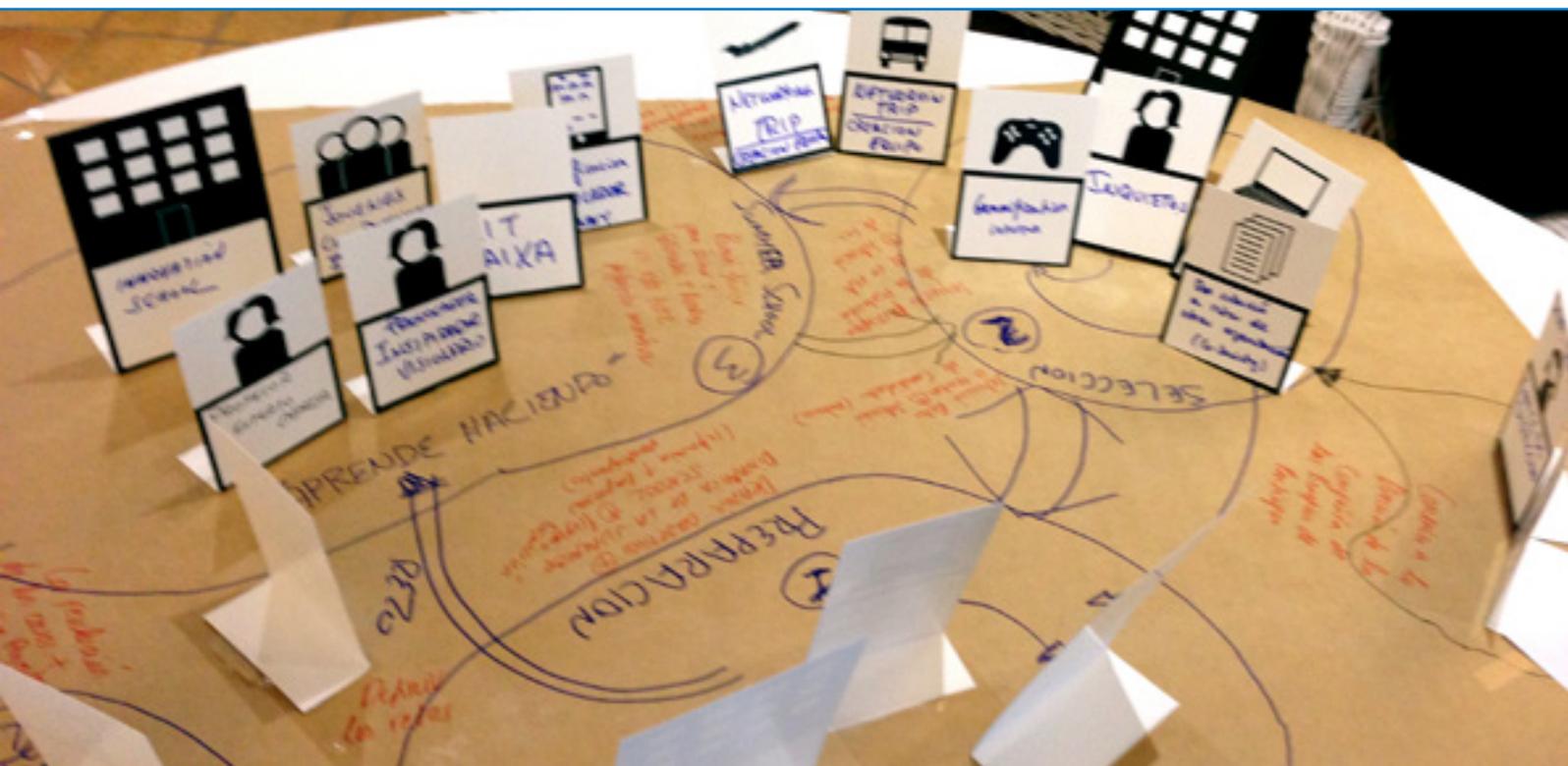


Proceso basado en ofrecer una solución a retos planteados por las empresas de co-society® o por los propios participantes.

Se plantean varias áreas o cápsulas de formación: Exploración, prototipaje, talleres de creatividad, transmisión de experiencia y conocimiento, sociabilización/fomento de las relaciones interpersonales,..

La idea principal de esta propuesta es que esos diferentes recursos se ponen a disposición de los participantes para que puedan ser utilizados libremente por parte de éstos en forma de autoservicio y con el objetivo de encontrar una solución a los retos planteados

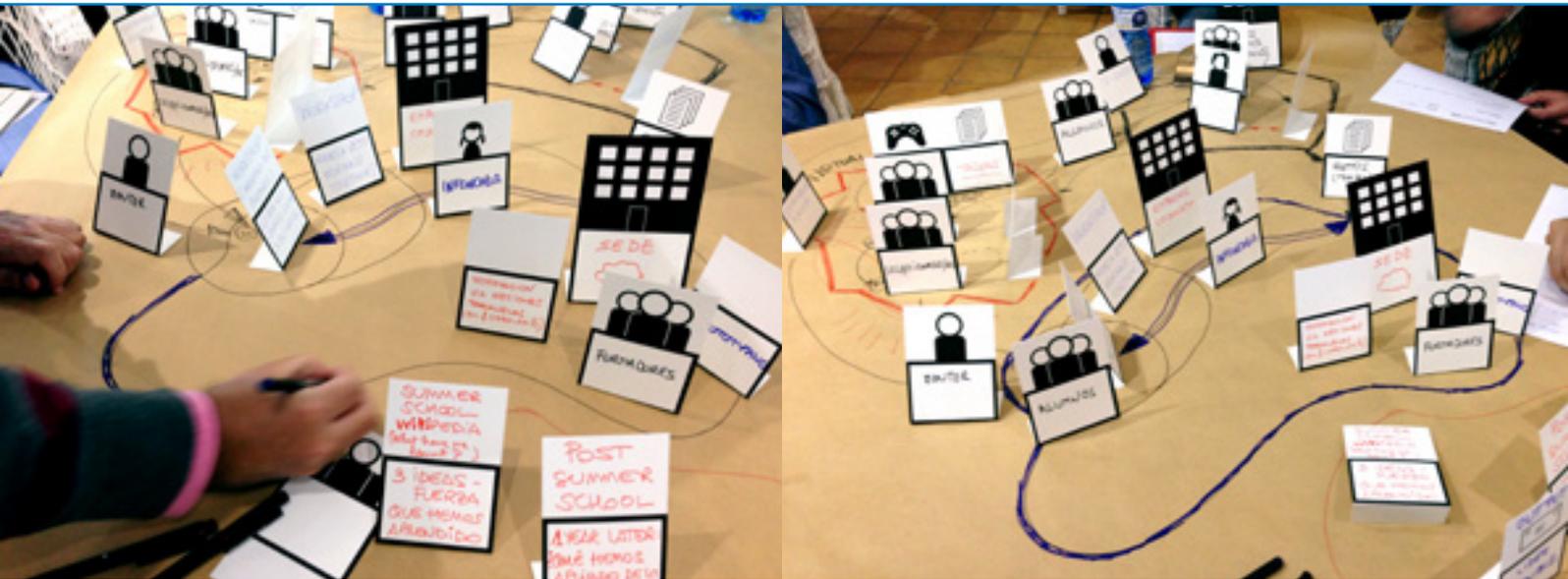
Business Origami Grupo 4



Proceso planteado en cuatro fases:

- 1) Identificación de los retos del Summer Camp
- 2) Convencer a los comités de dirección y departamentos RRHH de empresas co-society® de la idoneidad de participar en esta escuela y ofrecer problemáticas reales, con el doble objetivo de formación de los participantes pero también de resolución de los retos planteados.
- 3a) Selección de los candidatos
 - › No necesariamente han de ser los “high potential” identificados por RRHH. Se buscaría a personas dentro de cada organización con mayor predisposición o interés por la innovación, así como las habilidades que pueden ser necesarias en la resolución de los retos.
 - › Para ello se plantearía dentro de cada empresa un reto interno que identificara estos perfiles. También podría darse un intercambio/cruce de retos entre las empresas de co-society® (profesionales de una empresa se ocupan de resolver un reto de otra)
- 3b) Resolución de retos
 - › Subfase de socialización / “romper el hielo” antes de crear los equipos de trabajo
 - › Subfase de estimulación/formación
 - › Subfase de resolución de casos
- 4) Creación de una comunidad post-summer camp donde los mejores soluciones a los retos se gestionen de forma conjunta entre diferentes compañías, incluyendo incluso pequeños stages de empleados de empresas co-society® en otras empresas co-society®.

Business Origami Grupo 5



División del Summer Camp en cuatro espacios temporales:

1. Espacio (previo al Summer Camp) de las empresas co-society®. En este espacio intervienen varias figuras:

- › Dirección General, al que hay que convencer de la necesidad del Summer Camp y de sus beneficios, aunque sea a cambio de un intangible de futuro. Se cuenta para ello con la figura de Alfons Cornella.
- › Departamentos legales, con los que es importante tener una colaboración/conexión, especialmente en el caso de determinadas empresas y negocios.
- › Comité académico, grupo de personas que trabajará en la selección de los participantes

2. Espacio (previo al Summer Camp) de la selección de participantes

- › Proceso con elementos de gamificación
- › Proceso que ha de incluir trabajo de campo (salir fuera de la oficina).
- › Proceso que ha de seleccionar a aquellas personas que muestren capacidad y disposición para trabajar en un entorno de innovación colaborativa.

3. Espacio del Summer Camp. Todavía por determinar pero proponemos...

- a) Que una parte de los talleres sean impartidos por los propios participantes (por ejemplo, formación de los jóvenes a los veteranos).
- b) Determinar de forma eficiente la adscripción de determinados perfiles a cada reto.

- c) Formación en sesiones paralelas con diferentes materiales o activos.

4. Espacio post Summer Camp.

- › Construir una especie de documento de lo aprendido (Summer Camp wikipedia).
- › Hacer balance un año después sobre qué hemos aprendido (recoger feedback a largo plazo puede ser interesante).

Outputs deseables:

- a) Líder sostenible (aprender a cómo hacer que un liderazgo transformador dentro de una organización pueda mantenerse en el tiempo).
- b) Gente con ganas de experimentar, de no tener que pedir permiso, que esté dispuesta a correr riesgos en un experimento significativo en su área de acción.

Reflexión previa:

Es importante que el summer camp se plantee en base a la resolución de retos presentados por las empresas, pero dudamos sobre la conveniencia de utilizar estos retos como un elemento de "venta" del summer camp a las empresas ya que existe un riesgo alto de que este retorno no obedezca a expectativas. Ha de quedar claro que el principal objetivo es formativo.

Business Origami Grupo 6



Proceso planteado en base a una distribución temporal Pre / Presencial / Post

Fase Pre:

- › Proceso de selección de participantes por parte de la empresa según diferentes criterios
- › Trabajar a priori algún concepto teórico, con necesidad de un coordinador o dinamizador que impulse esos trabajos previos

Sesión Summer Camp:

- › Tiene lugar en dos tipos de espacios diferenciados, uno de trabajo y otro de socialización
- › Los tutores no sólo deberían aportar conocimiento/experiencia sino que han de desempeñar un cierto papel/criterio de business angel, han de ser capaces de decidir si la idea tiene potencial para invertir
- › Objetivo formativo: exponer a los candidatos a la experiencia completa de creación de un negocio. Se ha de trabajar en el diseño de un negocio de tal manera que se permita experimentar en todas sus diferentes fases de creación.
- › Inclusión de elementos de gamificación que impli-

quen cierto riesgo personal (inseparable del emprendimiento). Por ejemplo, que a los miembros de la idea mejor considerada le paguen las cervezas los miembros de la idea con menos votaciones.

Fase Post:

- › Creación grupos whatsapp, facebook para mantener el contacto
- › Documentar las lecciones aprendidas
- › Poner en marcha algo que fomente la conexión de los participantes a las empresas co-society® (además de la suya propia) o a la concreción de las soluciones a los retos.
- › Poner valor a las ideas aportadas, lograr la colaboración entre empresas participantes en base a las ideas o a las relaciones establecidas

Ideas conceptos más repetidos

1

Principal objetivo ha de ser formativo: Learning by doing en base a resolución de retos reales de las empresas.

2

Creación de un espacio/tiempo para la socialización.

3

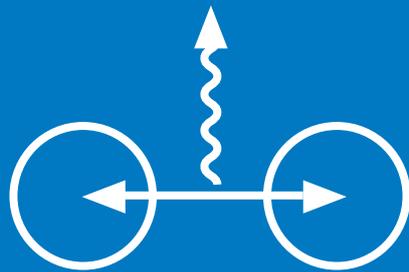
Creación de un sistema (concurso, comité, etc.) con el objetivo de filtrar los perfiles más adecuados para la participación en el Summer Camp.

4

Tras su celebración, continuación del Summer Camp con algún tipo de actividad o proceso Post-evento.

5

Importancia de la implicación de Dirección y RRHH en el proyecto.



**CONNECTING SMARTS TEAMS
IN DIFFERENTS INDUSTRIES
TO GENERATE NEW BUSINESS.**

co-society[®]

Contact us at: info@co-society.com
More info: www.co-society.com