



*European Entrepreneurs Campus - Transfer, configuration and development of multidisciplinary model for promoting entrepreneurship in VET and higher education*



Project funded by European Commission LLP Programme – Leonardo Da Vinci – TOI – 2012-1-IT1-LEO05-02794 – CUP G12F12000080006

# EU Camp Guide (Guía del Camp)

**Esta es una guía práctica para organizar un Camp (campamento, jornadas) en el que los estudiantes puedan desarrollar competencias emprendedoras y de innovación.**

**.. en el que los docentes se convierten a facilitadores del aprendizaje, preparados para aceptar la idea de que la creatividad es un concepto que se desarrolla mejor sin competencias específicas y en un contexto ajeno a los juicios.**



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



## EU Camp Guide (Guía del Camp EU)

Formar en el emprendimiento, la creatividad y la innovación requiere competencias de enseñanza no convencionales. Para adquirir capacidades emprendedoras e innovadoras no se pueden solamente aprender nociones *acerca de* estos asuntos, sino que se requiere también ser formado para *ponerlo en práctica*. Los estudiantes deben por tanto sumergirse dentro del proceso de innovación y del concepto de emprendimiento, y no simplemente observarlos a una distancia de seguridad. Deben, por tanto, experimentar directamente sobre su piel qué significan estos términos y no sólo imaginarlos.

La formación en emprendimiento e innovación no debería por ello transmitir conocimientos, sino también desarrollar competencias y una nueva mentalidad.

Como profesor –o mejor, formador—es asimismo importante identificar métodos con los que sea posible dar un paso hacia atrás en el proceso formativo y convertirse principalmente en un mentor o coach del proceso cognitivo de los estudiantes y no como elemento central que tiene control total de la situación.

Aun así las instituciones educativas tradicionales tienen muchas barreras culturales, administrativas y prácticas que deben superar en el momento en el que decidan utilizar métodos innovadores e atractivos con respecto al emprendimiento y la innovación. La inmersión en el proceso creativo requiere tiempo y concentración, elementos que difícilmente se introducen en los programas curriculares, caracterizados más bien del paso secuencial de una materia a otra.

Éste es el motivo del desarrollo del concepto de Camp, en el cual durante un par de días se saca a la gente de la organización tradicional y se trabaja intensamente en el desarrollo de nuevas ideas y conceptos.

La presente Guía del Camp EU proporcionará a todos los que deseen organizar un Camp líneas maestras y una lista de cosas necesarias para realizarlo.

La Guía del Camp EU ha sido elaborada por:



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



## **IDEA Entrepreneurship Centre University of Southern Denmark**

Engstien 1  
DK-6000 Kolding,  
Danimarca  
Tel.: +45 6550 1390  
E-mail: [kontakt@idea.sdu.dk](mailto:kontakt@idea.sdu.dk)  
Web: <http://www.idea-sdu.dk>

Para el proyecto que figura a pie de página.

### **INDICE**

**INTRODUCCIÓN..... 5**



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

EJEMPLOS.....	6
ELEMENTOS CLAVE DE UN CAMP.....	6
<b>ORGANIZACIÓN DEL CAMP.....</b>	<b>8</b>
LÍDER DEL CAMP.....	8
<i>ANTES DEL CAMP.....</i>	9
<i>DURANTE EL CAMP.....</i>	9
FACILITADOR.....	9
<i>LISTA DE TAREAS DEL FACILITADOR.....</i>	10
PARTNERS EXTERNOS.....	10
<i>LISTA DE LAS TAREAS RELATIVAS A LOS EXPERTOS.....</i>	10
PARTICIPANTES.....	11
<i>LISTA DE TAREAS DE LOS PARTICIPANTES.....</i>	11
INDENTIFICAR LA UBICACIÓN.....	11
<i>LISTA DE TAREAS PARA ESCOGER LA UBICACIÓN.....</i>	12
DURACIÓN.....	12
<i>LISTA DE TAREAS PARA DEFINIR LA DURACIÓN.....</i>	13
PRESUPUESTO.....	13
<i>LISTA DE TAREAS PARA DEFINIR EL PRESUPUESTO.....</i>	13
<b>MODELO DE CAMP - EJEMPLO.....</b>	<b>14</b>
PREPARAR UN CAMP.....	15
INTRODUCCIÓN.....	15
DESARROLLO DE LA IDEA 1.....	15
DESARROLLO DE LA IDEA 2.....	16
DESARROLLO DE LA IDEA 3.....	16
DESARROLLO DE LA IDEA 4.....	16
SELECCIÓN DE LA IDEA 1.....	16
SELECCIÓN DE LA IDEA 2.....	16
CONCEPTUALIZACIÓN.....	17
VENDER LA IDEA.....	17
PASOS SUCESIVOS.....	17
PRIMER DÍA - CREATIVIDAD.....	18
SEGUNDO DÍA - CREATIVIDAD.....	23
<i>FASE 2 – INNOVACIÓN – DE LA IDEA AL VALOR.....</i>	26
TERCER DÍA – INNOVACIÓN.....	28
<b>EL MODELO DE CAMP EN LA PRÁCTICA.....</b>	<b>29</b>

## INTRODUCCIÓN



Sacar a las personas de su lugar habitual de trabajo o del entorno educativo y llevarlos a un sitio distinto en donde realizar el Camp puede ser un método eficaz para crear equipo, entrenar la creatividad y promover la capacidad de innovación. La ambientación del Camp favorece el proceso de fortalecimiento de vínculos entre los participantes, incluso por el solo hecho de que se les saca de su vida laboral normal, dominada por la lógica de la obtención del resultado y del comportamiento racional. En el Camp se puede crear una atmósfera de juego que permite un pensamiento original y fuera de los esquemas habituales, y a la colaboración constructiva. Los Camp son una alternativa a las actividades tradicionales, pero son complementarias a ella y representan un medio para dar nuevas formas y reforzar tales actividades.

El modelo del Camp puede ser aplicado a la formación en emprendimiento. Incluso en este caso los Camp no son una alternativa a la enseñanza en el aula, sino que constituyen una actividad complementaria útil, que favorece los procesos creativos, la interacción entre las disciplinas y la implicación de sujetos externos como los emprendedores.

Los Camp de emprendimiento frecuentemente parten de las ideas de los estudiantes, pero también de ideas y desafíos innovadores propuestas por empresas e instituciones educativas. En algunos Camp el foco se pone en la generación de la idea (como en el caso de los denominados “Innovation Camp”), mientras en otros el énfasis se pone en la solución innovadora a los problemas (“Solution Camp”). Unos, además, duran pocos días, mientras otros duran semanas.

Independientemente de su formación específica, en cualquier caso, todas estas tipologías de Camp siguen los mismos principios de aprendizaje e innovación. Tales elementos característicos son: la diversidad, el pensamiento horizontal, el pensamiento lateral la orientación al problema, el aprendizaje activo, la orientación al futuro y el facilitamiento.

En los últimos años, los Camp han salido a escena en la enseñanza del emprendimiento en muchos países. En Dinamarca, el modelo ha florecido con particular intensidad, con al menos 40 Camp organizados en el periodo 2005-2008. Tales Camp se presentarán aquí en detalle. Aunque éstos tengan múltiples diferencias en lo tocante a puntos de partida y duración, han dado similares resultados positivos, del tipo ganar-ganar. Los estudiantes se benefician de la formación en creatividad, o en la aplicación práctica de los conocimientos teóricos, en el hábito de la interdisciplinariedad y del trabajo con individuos externos. Las otras partes implicadas, como el personal de empresas y el de los departamentos de Transferencia Tecnológica de la Universidad, por ejemplo, se benefician de las competencias, de la fantasía y de la energía de los equipos de estudiantes que pertenecen a enseñanzas especializadas, con lo que forman parte de un interesante proceso innovador.

*Descarga el artículo del prof. Torben E. Bager et al. “The Camp Model for Entrepreneurship Teaching” (Inglés)*

<http://idea-camp.eu/wp-content/uploads/2013/10/The-camp-model-for-entrepreneurship-teaching-TOB-091.pdf>

## EJEMPLOS

Para ver ejemplos específicos puedes ver el siguiente video:



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



<http://idea-camp.eu/eu-camp-guide/3-videos-for-illustration/>

## Elementos clave de un Camp

Los elementos clave de un Camp son:

- Presencia de 20-50 participantes y enseñantes/formadores/facilitadores
- Llevar a los participantes a un sitio ajeno a su sitio tradicional de formación/trabajo
- Duración entre 4 y 5 días (posiblemente con pernoctación)
- Creación de grupos interdisciplinarios (si es posible)
- Trabajar intensamente sobre el desarrollo de nuevas ideas y conceptos para resolver el reto presentado
- Presencia de participantes externos como emprendedores, expertos, etc. Su implicación se realiza en los momentos 1) definición del reto/tarea 2) trabajo en grupo de los estudiantes, y 3) Evaluación de las ideas y soluciones
- Presencia de un Camp leader cuya tarea es controlar el proceso
- Presencia de facilitadores que den apoyo a cada grupo
- Interacción entre el Camp leader y los facilitadores con el fin de crear una atmósfera cooperativa, placentera, intensa
- Presentación de un reto bien definido, pero secretismo respecto a los detalles del programa de las jornadas (antes del Camp)
- Presión a los participantes con el fin de aumentar su concentración y producir resultados
- Bloqueo o limitación de la comunicación con el mundo exterior, como los amigos o la familia.

El enfoque del Camp puede variar con base en el tiempo del que se disponga y al reto propuesto en el Camp. Algunos podrán enfocarse al proceso creativo de base y a la generación de muchas ideas; otros sin embargo podrán enfatizar el desarrollo de soluciones reales y a conceptos de emprendimiento.

Los Camp se pueden organizar de diferentes maneras, salvo en lo tocante al mantenimiento de algunos principios comunes, como:

- La idea es que la diversidad de los participantes aumenta el nivel de innovación. La diversidad puede ser obtenida a través de la elección de los miembros del grupo, pero también implicando a expertos externos.
- La importancia del pensamiento horizontal, o sea la capacidad de integrar conocimientos interdisciplinarios
- La alternancia entre el proceso de ideación creativa y el desarrollo de conceptos estructurales, así como la evaluación de los mismos



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



- Centralidad del *Problem Based Learning* (PBL, Aprendizaje basado en problemas), gracias al cual el enfoque se traslada del argumento analizado al problema concreto.
- Centralidad del *Experience Based Learning* (aprendizaje basado en la experiencia, gracias al cual el aprendizaje se produce mediante la acción y la reflexión sobre la experiencia.
- Centralidad del *Facilitating learning process* (proceso de aprendizaje facilitado). En este sistema los facilitadores no son expertos en los contenidos, sino que ayudan en los procesos y estimulan a los participantes, ayudándoles a trabajar en grupo.
- Apertura a los resultados/soluciones presentados
- Identificación de las expectativas, con el fin de poder evaluar el resultado final

## ORGANIZACIÓN DEL CAMP

Organizar un Camp requiere varias personas y roles de éstas:



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

## CAMP LEADER (Líder)

Las funciones del Camp Leader son las siguientes:

- Decidir la fecha y el horario del evento
- Reservar la infraestructura y el alojamiento, adquirir el material
- Establecer la cantidad de comida y bebida
- Invitar, registrar y dar apoyo a los participantes
- Formar los grupos
- Presentarse como Camp Leader
- Nombrar y dar soporte a los facilitadores
- Nombrar a los ponentes (si es necesario)
- Nombrar al jurado
- Nombrar la asistencia profesional (si es necesario)
- Definir métodos creativos e innovadores para el desarrollo del Camp en base al problema/reto
- Preparar un programa/boceto detallado del Camp
- Definir y adquirir los premios (si es necesario)
- Decidir el pago o los regalos para los ayudantes externos
- Establecer el presupuesto del Camp
- Contatar fotógrafos/redactores (s ies necesario)
- Copiar o preparar los materiales

El Camp Leader esatápresente a lo largo de todo el Camp y presenta la jornada. Él deberá:

- Abrir el Camp
- Presentar los ejercicios
- Presentar a los participantes
- Presentar los premios/regalos
- Clausurar el Camp
- Controlar el tiempo transcurrido y verificar que el programa se respeta

## ANTES DEL CAMP

Actividades prácticas que el Camp Leader debe desarrollar antes del Camp:



- Llevar el material de soporte audiovisiva necesario y asegurarse de que funciona correctamente (p.e., proyecto, pantalla, pizarra o pizarra de papeles)
- Llevar las diapositivas y el ordenador
- Llevar impreso el programa del Camp
- Llevar copias del material para distribuir
- Llevar bolígrafos, papel, tijeras, pegamento, post-it...

## DURANTE EL CAMP

- Controlar la organización de las mesas y los soportes audiovisuales
- Controlar el ordenador y el sonido
- Distribuir el material
- Organizar la distribución de las comidas (horario, número de participantes, invitados)
- Presentar las diapositivas de bienvenida con el proyector

## FACILITADOR

El papel del facilitador es el de mantener fluido el transcurso del proceso: hacer arrancar al grupo, devolverlo al camino adecuado si es necesario, recordar las fases, ayudar a razonar fuera de los esquemas habituales y sugerir nuevos métodos e instrumentos.

El facilitador no sugiere ideas para la solución de la tarea a resolver, sino que está continuamente al tanto del proceso en cuestión y ayuda al grupo a concentrar su atención en el trabajo a desarrollar. Todo ello incluye también sugerir pausas cuando sea necesario para recuperar energías.

## LISTA DE LAS COSAS QUE TIENE QUE HACER EL FACILITADOR

Identificar el número de facilitadores necesarios: ¿Cuántos? ¿Cuánto tiempo?

- Encontrar potenciales facilitadores
- Identificar la retribución de los facilitadores
- Organizar una reunión previa con los facilitadores
- Reservar el alojamiento y la manutención de los facilitadores
- Entregar el material didáctico a los facilitadores
- Permanecer en contacto después de cada sesión durante el Camp
- Evaluar las ideas con los facilitadores

## PARTNERS EXTERNOS

El papel de los partner externos puede ser el de:

- **Definir el problema** – el hecho de que el reto presentado durante el Camp sea un problema real presentado directamente por quien lo tiene en la realidad es muy motivador. Si los partner externos no desean revelar sus problemas reales, podrán siempre presentar problemas más generales.
- **Expertos:** un breve discurso o introducción al problema (30-40 minutos) por parte de un experto del sector puede ser muy estimulante para los participantes
- **Asistentes profesionales** – para la visualización o la ilustración del problema puede ser muy importante implicar a asesores profesionales especializados en la materia.
- **Evaluadores** – Contar con un panel de jueces que escuchen las presentaciones y las evalúen al final del proceso puede ser muy motivante por los participantes

## LISTA DE LAS COSAS QUE HACER CON RESPECTO A LOS EXPERTOS

- Identificar partners potenciales apropiados
- Invitar a partners relevantes
- Agradecerles el haber aceptado participar y verificar si éstos se quedan a almorzar/cenar
- Pedir la comida/cena para los expertos
- Preparar el pago o adquirir los regalos
- Presentar a los partners externos en el programa
- Organizar la acogida de los expertos y preparar las instrucciones para ellos
- Presentar a los externos y darles las gracias por haber participado, ofreciéndoles los regalos antes de que abandonen la sesión
- Darles las gracias por email por haber participado en el evento después de que éste haya concluido

## PARTECIPANTES

Seleccione los participantes (si es posible) con un criterio de diversidad. Seleccionar individuos con conocimientos y capacidades diversas y que puedan cubrir todas las competencias necesarias relativas al problema y a sus posibles soluciones.

## LISTA DE LAS COSAS A HACER PARA LOS PARTICIPANTES:

- Identificar las disciplinas en las cuales operan
- Identificar cómo pueden diseminarse el conocimiento del Camp entre los participantes potenciales
- Hacer las invitaciones y preparar el material promocional
- Organizar la modalidad de registro y de seguimiento
- Formar los grupos y definir el modo en que deben constituirse durante el Camp
- Hacer una lista de los grupos y planificar el alojamiento de los facilitadores

## DEFINIR LA SEDE O UBICACIÓN DEL CAMP

Es importante identificar una ubicación que esté fuera del ambiente habitual a fin de aumentar el enfoque hacia el trabajo que debe ser desarrollado.

La ubicación debe consistir en una gran sala (de conferencias, por ejemplo) para las reuniones comunes y diferentes salas pequeñas para el trabajo de grupo. Sería preferible que cada grupo pudiese trabajar en una sala.

La decoración y la infraestructura deben ser flexibles y el Wifi, accesible.

## LISTA DE LAS COSAS QUE HACER PARA ESCOGER LA UBICACIÓN

- Encontrar una localización adecuada  
Precisar el número de participantes y grupos
- Organizar y controlar el equipamiento necesario
- Organizar el check-in (registro de llegada) y el check-out (salida)
- Organizar comida y bebida
- Organizar el soporte audiovisual, el acceso a internet y demás equipamiento necesario
- Regular el horario en función del desarrollo del Camp y definir la lista de los participantes efectivamente presentes.

## DURACIÓN

La duración depende de los objetivos que se desee alcanzar.



Si se pretende trabajar exclusivamente sobre la “ideación”, con media jornada puede ser suficiente. Si también se quiere trabajar sobre el desarrollo, es necesario planificar al menos 24 horas, preferiblemente 48.

Si se pretende hacer trabajar a los participantes también en la elaboración de un plan de negocio, la duración aconsejada es de una semana.

### **LISTA DE COSAS A HACER RELATIVAS A LA DURACIÓN**

- Consensuar los objetivos (cuántos se pretende alcanzar)
- Prever una duración en línea con los recursos disponibles una durata in linea con le risorse disponibili
- Organizar los tiempos de trabajo
- Verificar que los tiempos prefijados concuerden con los horarios de la organización

### **PRESUPUESTO**

El coste del Camp puede variar y depende mucho del nivel de precios de cada país.

En base a la experiencia danesa (país en el que los precios son muy altos), un Camp para 30-40 personas puede ser organizado con un mínimo de 4.000 euros.

La solución más costosa es que una empresa se encargue de organizar el Camp. La más barata, es utilizar recursos propios; por ejemplo recurriendo a estudiantes con experiencia como facilitadores. Y evitando pagar alojamiento.

### **LISTA DE COSAS A TENER EN CUENTA PARA EL PRESUPUESTO**

- Considerar si se quiere implicar personal interno experto en la gestión del Camp o si por contra es necesario recurrir a personal externo
- Piensa: ¿puedes implicar a colegas de tu organización?
- ¿Es posible encontrar partners externos que contribuyan por su propio interés?
- ¿Se puede financiar el Camp con recursos externos?

### **MODELO DE CAMP – Ejemplo**

A continuación presentaremos el ejemplo de un Camp de 48 horas.

El Camp en cuestión es un “Solution Camp” (Camp de Solución), en el que la ideas se generan, desarrollan y transforman en ideas de negocio para empresas/organizaciones.



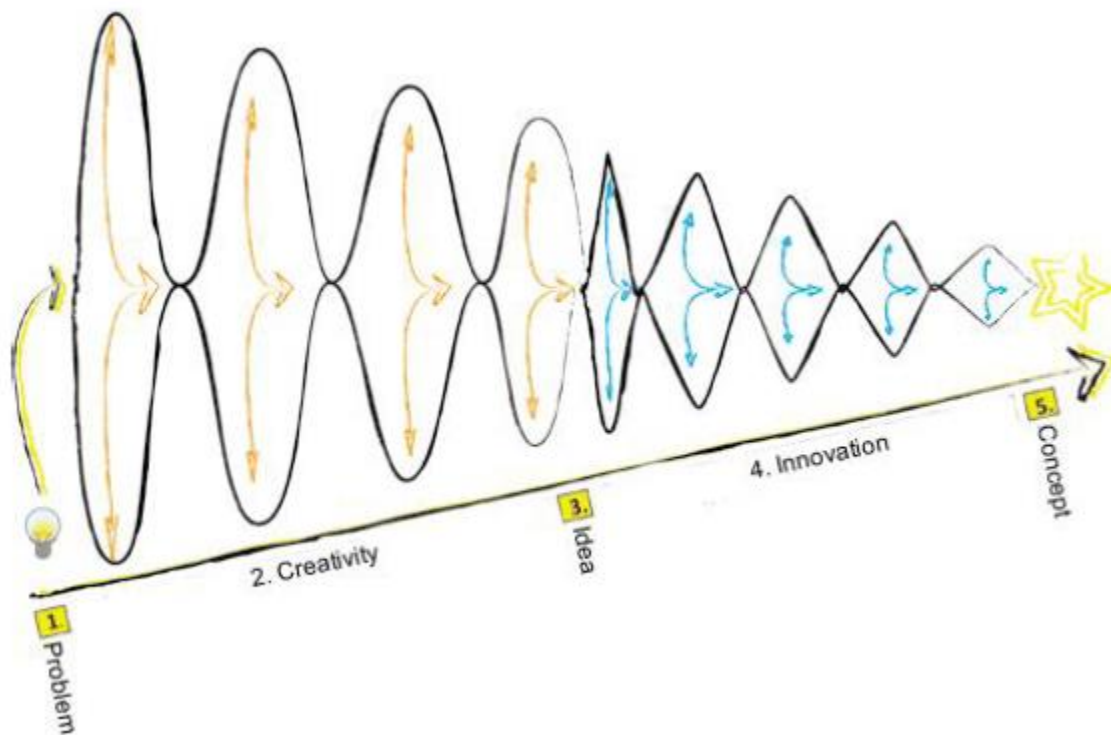
Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

El Camp está dividido en dos aprtes principales:

- La parte creativa – duante la cual las ideas se generan y se desarrollan
- La parte innovadora – durante la cual las nuevas ideas se desarrollan en concpetos que pueden ser lanzados al mercado en ideas de negocio

En ambas fases el trabajo desarrollado oscila entre la creatividad y el pensamietno crítico, como en la figura de abajo



Las fases del Camp son las siguientes:

- Preparar un Camp
- Introducción
- Desarrollo de la idea 1
- Desarrollo de la idea 2
- Desarrollo de la idea 3
- Desarrollo de la idea 4



- Selección de la idea 1
- Selección de la idea 2
- Conceptualización
- Vender la idea
- Próximo paso

## PREPARAR UN CAMP

El Camp debe ser preparado en detalle. En cualquier momento pueden crearse problemas y necesidades. La ausencia de obstáculos permitirá a los participantes estar siempre concentrados en su tarea:

### INTRODUCCIÓN

El objetivo de la introducción es el de presentar la forma en que funciona el Camp y los deberes asignados a los participantes. Es además necesario que los participantes conozcan la información básica de la empresa sobre la que se plantea el reto, las líneas de negocio a seguir o el reto general sobre el que deben trabajar.

### DESARROLLO DE LA IDEA 1

En la primera sesión de Desarrollo de la Idea los participantes deben desarrollar sus ideas a fin de identificar una solución basada en su comprensión del problema que están intentando resolver. Es importante que ellos no pierdan demasiado tiempo haciendo preguntas de aclaración. En esta fase deben estar de hecho concentrados en la generación de ideas basadas en su conocimiento del problema.

### DESARROLLO DE LA IDEA 2

El objetivo de la segunda sesión de Desarrollo de la Idea es la de intentar generar nuevas ideas. Los participantes deben por tanto entender que no es suficiente con tener una buena idea, sino que es necesario tener muchas entre las que escoger.

En esta fase es necesario ayudar al desarrollo de las ideas con técnicas creativas. Al final de esta sesión los grupos se ayudarán unos a otros en el desarrollo de ulteriores ideas.



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



### **DESARROLLO DE LA IDEA 3**

En la tercera sesión de Desarrollo de la Idea el objetivo es el de permitir a los participantes que se ayuden en la creación de nuevas ideas y a utilizar el conocimiento que ya pudiera tener cada grupo.

### **DESARROLLO DE LA IDEA 4**

En el cuarto *round* del desarrollo de la idea el objetivo es el de unir los conocimientos ya adquiridos en el sector del que proviene cada uno con el fin de elaborar ideas completamente nuevas.

### **SELECCIÓN DE LA IDEA 1**

En esta fase el grupo empieza a seleccionar las ideas más prometedoras que hayan surgido del grupo. Identificarán las preferidas y las clasificarán utilizando diversos métodos, entre los cuales está el NAF, en el que la Novedad, el Atractivo y la Factibilidad son los criterios prioritarios de elección.

El grupo entonces presenta la mejor idea.

### **SELECCIÓN DE LA IDEA 2**

En la segunda fase de Selección de la Idea, la mejor idea surgida se presenta frente a todos, y en su caso también ante el panel de expertos.

El objetivo es tener feedback y opiniones de personas externas al grupo – por parte de otros participantes o de expertos.

### **CONCEPTUALIZACIÓN.**

El objetivo de la conceptualización es el de conceptualización es el de construir un concepto de negocio basado en la idea seleccionada por cada grupo.

### **VENDER LA IDEA**

La sesión final del Camp consiste en la presentación oficial de la idea. Dicha presentación debe demostrar claramente las necesidades, las soluciones, el valor para el consumidor y presentar el modelo general de negocio.



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



El objetivo es el de crear una presentación que pueda convencer a los *tomadores de decisión* de la organización que ha presentado el problema.

### **PASO SIGUIENTE**

Inmediatamente después de la presentación el grupo debería identificar y evaluar los objetivos y las motivaciones de los miembros de cada grupo y consensuar acerca de cómo proseguir con el proyecto. Un esbozo de *project plan* puede prepararse y se puede también fijar una reunión posterior.



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



## PRIMER DÍA – CREATIVIDAD

### Fase 1: Preparar el desarrollo de la idea

Tiempo	Actividad	Responsabilidad	Métodos	Lugar	Materiales
	<b>Preparar el Camp</b>				
-	Preparación – antes de la llegada	Camp leader	Presentar a los facilitadores los objetivos principales y los principios del Camp. Supervisar las estancias en las que estarán los participantes		
15 min.	Check in – Infraestructuras	Facilitadores	Los participantes entran en sus estancias, dejan sus maletas y llegan a las aulas de trabajo	Recepción	Kit de bienvenida para todos (bolígrafo y papel) que se usarán en el Camp
30 min.	Identificar los grupos	Facilitadores	Ejercicios: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Sueño infantil</i> (+ cartelito con el nombre del sueño del niño) (entrenamiento)</li> <li>- <i>2 verdades y 1 mentira</i> (entrenamiento)</li> <li>- Hacer <i>5 mandamientos</i> para el trabajo en grupo</li> <li>- Decidir el nombre y el lema del grupo, entrar en la estancia y preparar la presentación</li> </ul>	Área grupos	- Pizarras de papeles móviles - Cartel (badge) donde escribir el nombre - Rotuladores de colores/bolígrafos
1 hora	Bienvenida	Camp Leader	Ejercicios: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Sueño infantil</i> (entrenamiento)</li> <li>- <i>Palmas 1, 2 y 3</i></li> <li>- <i>Habla de tu día de ayer</i> (entrenamiento)</li> </ul>	Área común	Reloj  Señal sonora



			<p>Introducción al Camp:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Método de trabajo</li> <li>- El rol del facilitador, del Camp Leader y del secretario</li> <li>- Presentación de los grupos</li> <li>- Las reglas del Camp</li> <li>- Retirar móviles y relojes</li> </ul> <p>Ejercicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Sí, nos hemos equivocado</i></li> </ul>		
30 min	Reto, problema	Empresa que tiene un problema o Camp Leader	<p>Reto</p> <p>Ejercicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Haz un regalo</i> (entrenamiento)</li> <li>- <i>Organiza un viaje</i> (entrenamiento)</li> </ul>	Área de Grupos	<p><i>Stimuli Cards</i></p> <p>Imágenes</p> <p>Cartas personales</p>



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Tiempo	Actividad	Responsabilidad	Métodos	Lugar	Materiales
	<b>Desarrollo Idea 1</b>				
1 hora	Ideación	Facilitadores	<p>Ejercicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Brainstorming negativo</i> (ejercicio de concentración)</li> <li>- <i>Desarrollra una bici juntos</i> (entrenamiento)</li> <li>- <i>Carta personal</i> (ejercicio de concentración)</li> <li>- <i>Organiza un viaje a la luna</i> (entrenamiento)</li> <li>- <i>Stimuli cards</i> (ejercicio de concentración)</li> <li>- <i>Desarrollar un bus juntos</i> (entrenamiento)</li> <li>- <i>Picture stimuli</i> (actividad de concentración)</li> <li>-</li> </ul>	Área de Grupos	<p>Stimuli Cards</p> <p>Imágenes</p> <p>Cartas personales</p>
1 hora	Selección	Facilitadores	<p>Escoger entre todas las ideas existentes.</p> <p>Colaborar para desarrollar cada idea en ggrupo de dos. Los grupos preparan la presentación de todas las ideas seleccionadas a quien ha expuesto el tema</p>	Área de Grupos	Pizarra de papeles móviles
30 min.	Presentación	Facilitadores y quien ha expuesto el problema	<p>Ejercicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gigante - Troll – Enano (entrenamiento)</li> </ul> <p>Presentación a quien ha expuesto el problema</p> <p><i>Feedback</i> de quien ha expuesto el problema: <i>¿Qué se ha hecho realmente? ¿Qué existe realmente? Feedback</i> deberían incluso</p>		



			aclarar todas las cosas no comprendidas		
1 hora	Ideación	Facilitadores	Ejercicios: - Brainstorming negativo (ejercicio de concentración)	Área de grupos	Stimuli cards Imágenes Cartas personales



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

Tiempo	Actividad	Responsabilidad	Métodos	Lugar	Materiales
	<b>Desarrollo Idea 2</b>				
1 hora	Ideación	Facilitadores	Ejercicios: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Monólogo colectivo</i> (entrenamiento)</li> <li>- <i>Si es.. comunicación</i> (entrenamiento)</li> <li>- <i>Cartas provocadoras</i> (actividad de entrenamiento)</li> <li>- <i>Qué es lo contrario de..</i> (entrenamiento)</li> </ul>	Area de Grupos	Cartas Provocadoras
1 hora	Selección	Facilitadores	Seleccionar una idea existente. Ayúdate de los demás para desarrollar cada idea en grupos de 2. El grupo escoge la idea que se considera con mayor potencial. El grupo prepara una presentación de la idea seleccionada por todos. (incluso quien ha presentado la idea)		
1 hora	Presentación	Camp Leader	Ejercicios: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Cigüeña – rana – mujer embarazada</i> (entrenamiento)</li> </ul> Presentación de todos  Feedback silencioso dado anónimamente por todos (también por quien ha expuesto el problema) en post-it después de las presentaciones.  Los grupos recogen el feedback y los leen.		



			- Los facilitadores concluyen la jornada con los feedback positivos		

## SEGUNDO DÍA - Creatividad

El día comienza con ejercicios energizantes y ejercicios 3D, con el objetivo de devolver a los participantes a la fase creativa

Tiempo	Actividad	Responsabilidad	Métodos	Lugar	Materiales
	<b>Desarrollo idea 3</b>				
1 hora	Ideación	Facilitador	Utiliza: <ul style="list-style-type: none"> <li>- “¿Qué pasa después?”</li> <li>- “Otra vez más”</li> <li>- “Adivina otra vez”</li> </ul> .. respecto al problema. Haz esto mientras escribes las ideas sobre post-it	Área de grupos	Stimuli cards Post-it
1 hora	Selección	Facilitador	Categoriza las ideas: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Selecciona una idea entre todas aquellas que han sido desarrolladas recientemente</li> <li>- Ayúdate de los demás para desarrollar cada idea en grupos de 2</li> <li>- Prepara la presentación al “sister group”</li> </ul>	Area de grupos	Prototipos



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

			Las presentaciones debene implicar al sister-group de manera que éste pueda experimentar cómo la solución funcionaría con ellos		
1 hora	Presentación	Facilitador	<p>Los grupos se organizan en parejas</p> <p>Ejercicio:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¡Mira, un mamut! (entrenamiento)</li> </ul> <p>Presenta todas las ideas seleccionadas por el “sister-group”</p> <p>Los grupos siguen desarrollando ideas utilizando las técnicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué pasa después?</li> <li>- Otra vez</li> <li>- Adivina otra vez</li> </ul> <p>Indovina ancora ..para desarrollar las ideas de los demás</p>	Área de grupos	
1 hora	Desarrollo de la idea	Facilitador	<p>Organiza la sala:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuelga adornos navideños, enciende velas, pon música, etc.</li> <li>- La sala debe dar de nuevo a los participantes la energía para trabajar juntos</li> </ul>	Área de grupos	Velas, adornos...

Tiempo	Actividad	Responsabilidad	Métodos	Lugar	Materiales
--------	-----------	-----------------	---------	-------	------------



	Desarrollo Idea 4				
1 hora	Ideación	Facilitador	Ejercicios: <ul style="list-style-type: none"><li>- <i>Encuentro de nombres</i> (entrenamiento)</li><li>- <i>Principles cards/ cArtas de principios</i> (ejercicio de concentración)</li><li>- <i>Las cosas se encuentran</i> (entrenamiento)</li><li>- <i>Principle cards</i> (ejercicio de concentración)</li><li>- <i>Encuentra los principios</i> (entrenamiento)</li><li>- <i>Las cosas se encuentran con los principios</i> (entrenamiento)</li><li>- <i>Principles cards</i> (esercizio di concentrazione)</li></ul>	Área de grupos	Principles cards Caja con cosas causales



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



## FASE 2 – INNOVACIÓN – DE LA IDEA AL VALOR

Tiempo	Actividad	Responsabilidad	Métodos	Lugar	Materiales
30 min	Selección idea 1	Facilitadores	<p>Selección interna de la idea:</p> <p>Clasifica las ideas en base a los criterios de selección.</p> <p>Ejercicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Criterios definidos autónomamente. Cada partner evalúa las ideas con base en los criterios autónomos y presenta los resultados en grupo.</li> <li>- Método NAF: El grupo selecciona ideas colectivamente con el método NAF</li> </ul>	Área de Grupos	Pizarra de hojas móviles
1 hora	Selección Idea 2	Camp Leader	<p>Selección externa de la idea:</p> <p>Tres ideas seleccionadas se presentan al pleno, a todos.</p> <p>Cada grupo tiene 3-5 minutos para la presentación</p> <p><i>Response cards</i> del grupo en el pleno (sala plenaria)</p>	Sala plenaria	Pizarra con hojas móviles <i>Response cards</i>
2 horas	Desarrollo del concepto	Facilitadores	<p>Construye el concepto de negocio sobre la idea.</p> <p>Usa Business Model Creator (BMC) producido por IDEA</p>	Área de grupos	Business Model Creator (BMC)



			<p>Ejercicios del juego:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Idea de base</i></li> <li>- <i>Perfil del usuario</i></li> <li>- <i>Función</i></li> <li>- <i>¿Quién hace qué?</i></li> <li>- <i>Proteger la idea y el concepto de negocio</i></li> <li>- <i>Competencia</i></li> <li>- <i>Nuevas oportunidades</i></li> </ul> <p>Un grupo en pie escribe los resultados</p>		
--	--	--	---	--	--

### TERCER DÍA - INNOVACIÓN

Tiempo	Actividad	Responsabilidad	Métodos	Lugar	Materiales
1 hora	Vender la idea y el concepto	Facilitadores	<p>Preparación:</p> <p>Idea y concepto de negocio deben presentarse a los decisores de la organización o a los inversores</p> <p>Las presentaciones de venta son preparadas en grupo</p> <p>Las técnicas las da el Facilitador</p> <p>Ejercicios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación de las ventas</li> <li>- Lanzamiento</li> <li>- Prototipación</li> </ul>	Área de grupos	<p>Pizarra hojas móviles</p> <p>Ordenador</p> <p>Powerpoint</p> <p>Instrumentos de prototipación</p> <p>Soporte audiovisual</p>



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.



1 hora	Vender la idea y el concepto	Camp Leader	<p>Conclusión del Camp:</p> <p>Presentar las ideas y los conceptos de negocio ante el panel de jurados que las evaluarán.</p> <p>Presentaciones de 5 minutos</p> <p>Feedback del jurado</p>	Área de Grupos	<p><i>Principles cards</i></p> <p>Caja de cosas varias</p>
1 hora	Paso siguiente	Facilitadores	<p>Haz un acuerdo interno de cada grupo con respecto a los próximos pasos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Objetivos</li> <li>- <i>Project plan</i> de base</li> <li>- Acuerdo próxima cita</li> </ul>	Área de grupos	



Proyecto financiado por la Comisión Europea, programa Life Long Learning– Leonardo Da Vinci.

Este proyecto (2012-1-IT1-LEO05-02794) es financiado por la Comisión Europea. Los autores son los únicos responsables de esta publicación y la Comisión declina toda responsabilidad por el uso que pueda hacerse de la información que contiene.

## EL MODELO DEL CAMP EN LA PRÁCTICA

El principal objetivo del Método Camp es estimular la creatividad grupal. Saber gestionar la creatividad grupal de las personas requiere no sólo la comprensión de la dinámica del propio grupo, de la psicología individual, del proceso de aprendizaje, sino también de una serie de indicaciones generales útiles para iniciar tu propio proceso de aprendizaje en calidad de organizador del Camp y de facilitador:

- Aprende a decir SÍ. Las ideas, y las personas, son vulnerables en las primeras fases, por lo que debes escoger la utilización del “Sí, y...” más que el “Sí, pero...”. Construye sobre las ideas de otros, en vez de criticarlas.
- Cada tipo de conocimiento tiene su valor. Los participantes no deben representar ninguna disciplina en sentido estricto. Todos deben partir de sus propios conocimientos, basándose en sus propias experiencias. Se evita así concentrarse en su formación, su trabajo o su puesto.
- Evita hablar a los miembros del grupo del sector de actividad o de las competencias de los otros y evita hacer presentaciones personales al inicio. De esta manera las ideas no serán juzgadas según la persona que las ha propuesto.
- Permite a los facilitadores canalizar la atención de los grupos sobre la construcción de las ideas a partir de las propuestas de otras personas, más que lanzar siempre nuevas ideas. Anímalos a preguntar “¿Y tú qué piensas de esta idea?” o “¿Y entonces que se podría hacer para esto?”
- Evita discusiones. En las discusiones se intenta siempre ganar y tener razón. Es un juego competitivo, no cooperativo. Los facilitadores deberían intentar sacar las discusiones del grupo y hacerlos cooperativos. Anímalos a ver las oportunidades de analizar los problemas desde distintos puntos de vista.
- Una tarea, un plazo. Da a los grupos una tarea y un plazo cada vez. Y sólo cuando la tarea precedente se haya completado. Así podrán concentrarse mejor, no debiendo preocuparse de la planificación o de la estructuración del proceso completo. Si un grupo está trabajando en más de una tarea, se empezará a utilizar energía para organizarse en compeltar la siguiente. El facilitador debe hacerse cargo del proceso y no permitir al grupo dudar de aquello de lo que es responsable.
- Separa el proceso general en tareas, con el fin de evitar tener que pensar en la planificación y la estructuración. Si el grupo pierde más de 10-20 segundos en comprender la tarea, significa que es demasiado complejo y debe ser dividido en sub-tareas.
- Busca una ubicación en la que los participantes no hayan estado anteriormente, o donde al menos estén menos habituados a estar. Así no tendrán hábitos personales ligados al sitio y se concentrarán más.
- Retira los relojes, los teléfonos móviles y los portátiles antes de empezar el Camp, para evitar interferencias y permitir a todos estar concentrados todo el tiempo.