



#Maduración
22 de febrero de 2016

Aceleradora en Innovación Social

CICLO TEMÁTICO

-
Agua,
alimentación
y energía

RETO

-
Aqua
Balance

Documento impreso con papel Cyclus Print:
Certificado FSC® Recycled (N° FSC-C021878)
Etiqueta Ecológica Europea (N° FR/011/003)
Ángel Azul
HP Indigo certificado
National Association of Paper Merchants (NAPM)
PCF: Process Chlorine Free – fibras blanqueadas sin cloro
Din 6738: Criterios de permanencia del papel (LDK class
24-85)



Ficha técnica



Fecha 22 / 02 / 2016

Objetivo  IMPLICAR

Nº asistentes 25

Foro Interno

Emplazamiento Espacio CREA

Actividad #Maduración

Título Aceleración sobre Innovación Social

Organizado por SUEZ/DOT/ASHOKA.

Equipo intraemprendedor
 Fran Morente (Coordinador del equipo intraemprendedor, Innovation Partner)
 Anna Inglés (Técnico en Desarrollo Sostenible)
 Nerea Plaza (Responsable de Responsabilidad Social Corporativa)
 Enric Martínez (Técnico de Programas de Escola de l'Aigua)

Participantes

Grupo 1	Clemente Vergara, Patricia Fort , Sonia Hernández, Ferran André, Maria Pi y Enric Martínez.
Grupo 2	Dulcinea Meijide, Joan Miquel Domínguez, Maria Monzó, Roc Fagès y Nerea Plaza.
Grupo 3	Catalina Balseiro, Laura Masa, Vicente Gomez, Ignacio Fonseca, Anna Inglés y Antonio Sánchez Zaplana.
Grupo 4	Maria Salamero, Toni Matabosch, Carmen Piñán, Lola Bravo y Maria Jesus Llorens.
Otros asistentes	José Guerra y Manel Giraldo.



Business is (social) business. Suez organiza una sesión con empleados de la empresa para transformar las estructuras y abrirse a la escucha activa de la sociedad.

Empleados de Suez contribuyen con ideas de innovación social sobre alianzas, conceptos clave, estructura y proyectos sociales como elemento transformador para armonizar personas y recursos. La sesión se enmarcó en el ámbito del Ciclo Temático CREA Agua-Alimentación-Energía.



El espacio Crea acogió la aceleradora en innovación social, cuyo objetivo no era otra que reconectar SUEZ con la sociedad mediante la innovación que genere cadenas de valor híbrido.

Iñigo Blanco, de DOT, inició la sesión presentando algunos elementos sobre la innovación social acompañándolos con ejemplos prácticos para inspirar a los participantes. Después, Enric Martínez y Anna Inglés presentaron casos de éxito en innovación social ya realizados por Suez, entre ellos, tal vez el más importante, el Programa El Buen Vecino de Aguas Andinas. Se incidió en la necesidad de estrategia definida y que la compañía apueste por ella para tangibilizar resultados. Finalmente, Fran Morente presentó el proceso de la dinámica que se seguiría y realizó una breve introducción para cada uno de las 4 temáticas que se abordarían por grupos de 5-6 personas.

Las ideas principales que surgieron de los grupos de trabajo fueron las siguientes:

1) En el grupo 1 se concluyó que para que la gente vea a SUEZ como una empresa de interés para ir a trabajar, ésta

debe mostrarse transparente, con voluntad de cambio, y activa para la inclusión de la innovación social; 2) El grupo 2 estableció que las alianzas multisectoriales de interés para SUEZ pueden darse en ámbitos variados y hace falta ir a buscar aquellos que implican soluciones sostenibles para la sociedad. Por ejemplo, SUEZ podría centrarse en el desperdicio de alimentación en superficies con grandes consumos puntuales (escuelas, universidades, hoteles, restaurantes y mercados); 3) Para lograr un cambio social hace falta involucrar a las personas en estas transformaciones. El grupo 3 propuso crear una cooperativa de trabajo con los vecinos de los barrios desfavorecidos; 4) Por último, el grupo 4 estableció que para aplicar el reto de la innovación social en SUEZ hace falta estructurar la innovación social dentro del funcionamiento de la empresa, escuchar y acompañar.

-
En el paradigma del Social Business la transformación es crucial.



Inspiración sobre innovación social

Respecto a la innovación social, desde Ashoka destacaron que las compañías que promueven el cambio (change-maker companies) pueden actuar en base a cuatro elementos: 1) Social change vision; 2) Societal footprint; 3) Co-creation and alliances y 4) Talent management & team intrapreneurship. Estos cambios deben llegar pronto ya que nos enfrentamos a tres tipos de ruptura: ecológica (es inviable seguir con el modelo actual), social (hace falta entender la sociedad y el colectivo) y la espiritual y cultural (constructivismo a nivel de modelos de sociedad). Estas rupturas solo se pueden gestionar con estrategias vinculadas al futuro emergente. El mundo cambia rápidamente y no podemos basar nuestras acciones solamente en lo aprendido en el pasado.



Detallaron también 7 tendencias de empresas change-maker;

1. Empresas que solucionan retos. Ej: Sustainable food lab (MIT).
2. Ciclos vivos: empresas como agentes sociales. La innovación entra en los procesos propios de la empresa. Ej: Heinz vende la piel de tomate a Ford: where you say tomato I say Tom-Auto.
3. Equipos intraemprendedores como motores de cambio. Ej: MTA, Mandragon Team Academy.
4. Prototipar el futuro emergente. Ej: Ashoka, social entrepreneurship.

5. Entorno osmótico: Mecanismos para el intercambio, empresas más abiertas. Ej: P&G open innovation.
6. Start from your dot o empieza desde tu saber. Ej: Toms dona un par de zapatos cuando tú compras uno.
7. El "qué" marca la diferencia. Ej: Viarco incorporó un código de color en sus lápices para daltónicos.

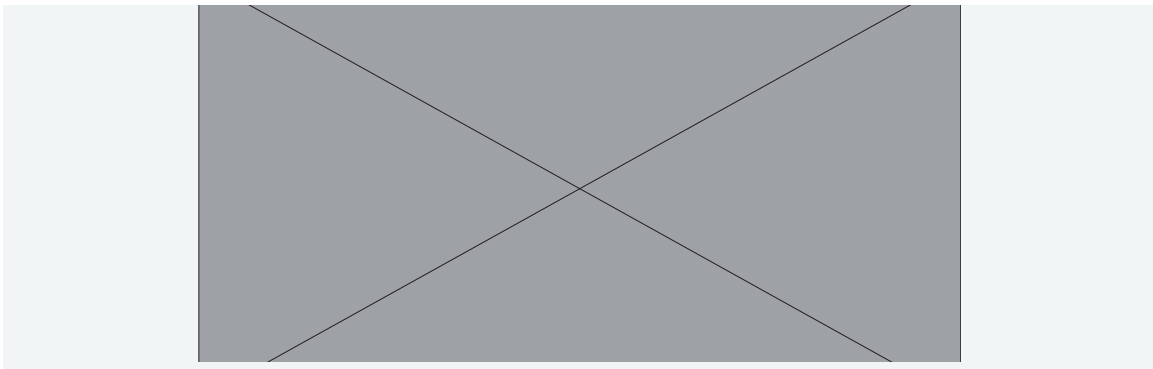
Después de mencionar casos generales, Anna Inglés, Técnico en Desarrollo Sostenible, presentó los ejemplos de proyectos sociales llevados a cabo por Suez:

- Runners de río: Opinión de los ciudadanos entorno a un proyecto.
- Watly: Potabilización de agua + energía + internet para zonas rurales lejanas.
- Fons de solidaritat: fondo de inversión responsable.
- Cargador Smartcities: Estación de carga que genera electricidad a través del agua de la ciudad.
- iBeach: Proyecto para analizar datos de las playas donde se contrataba a personas con síndrome de asperguer (inclusión social y laboral).
- HackatH2On: Proyecto de innovación abierta para desarrollar aplicaciones para aumentar el número de visitantes del Museo del Agua.
- H2O Now: Potenciación de las comunidades locales.
- D38 Transformación cultural: Gestionar la organización de forma participativa.
- Buen Vecino: Inclusión de la comunidad para un proyecto de Aguas Andinas (Chile).

La conclusión de esta presentación de ejemplos fue que Suez tiene varios proyectos innovadores que involucran de una forma u otra a la sociedad. Aún así, falta que la compañía defina un objetivo de innovación social y ponga los medios para alcanzarlo.

Enric Martínez, Técnico de Programas de l' Escola de l'Aigua, presentó el "Golden Circle", es decir, empezar el proceso de la innovación social con el "Por qué", después plantearse el "Cómo" y finalmente crear el "Qué", el producto que dará la solución.

Por último, Fran Morente fue el encargado de introducir los retos para que los grupos trabajaran ideas innovadoras de forma conjunta. Los asistentes se dividieron en 4 grupos de trabajo.





Grupo 1

Energía intraemprendedora renovable: Colas interminables de personas en la oficina central de Suez España para formar parte de la unidad "changemaker alliances" y formar parte de la comunidad más innovadora del país. #IntraemprendizajeSocial #GestionDelTalento #VisionDeCambio #EmpresaChangemaker

Los integrantes del grupo 1 trabajaron de forma conjunta describiendo los perfiles de personas que estarían en la cola para entrar a trabajar en Suez. Ponerse en la piel de distintas personas describiendo sus necesidades y expectativas laborales ayudó a determinar los elementos más importantes hoy en día para entrar a trabajar en una empresa.

Los distintos perfiles creados por el grupo de trabajo tenían en común cierto escepticismo respecto a una empresa tan grande, y su capacidad para innovar y llevar a cabo proyectos sociales.

No sólo se pide el sueldo y el horario sino que la gente está interesada en los programas de la empresa, sus pluses sociales, la sostenibilidad de ésta, el nivel de innovación, los proyectos que se pueden llevar a cabo dentro de la empresa, etc. Se valora la estabilidad pero también la transparencia de la empresa, la voluntad de cambio, la ética y la cultura. A menudo, reflexionó el grupo, es un tema de actitud de la empresa.

El resultado del trabajo de este grupo es la siguiente noticia: Suez lanza el programa de nuevos empleados y voluntariado.



Grupo 2

Alianzas circulares: Suez España revoluciona la gestión integral de las ciudades (y sus habitantes!) con su nueva iniciativa multisectorial del triángulo Agua-Alimentación-Energía creando un nuevo modelo de economía circular. #AlianzasMultisectoriales #IniciativasCirculares #Intercooperación #HuellaHídrica #CuidadoDeLasPersonas y #SostenibilidadPremium

El grupo 2 centró su trabajo en equipo en pensar qué reutilizaciones de productos se podían plantear así como los sectores con más desecho de agua recuperable. Detectaron, como principales generadores de residuos con agua, los siguientes sectores: salud (agua de hospital), desperdicio alimentario en superficies con grandes consumos puntuales como las escuelas y universidades, los hoteles y restaurantes y los mercados. Dando soluciones más sostenibles a estos sectores y proporcionándoles más recursos (por ejemplo la reutilización del agua dentro de los mismos centros) servirán de ejemplo para generar nuevas alianzas.

Por lo tanto, para dar respuesta a la colaboración con estos sectores y generar una economía circular a partir de alianzas estratégicas, los stakeholders con los que se debería trabajar son: Mercados, administración pública, escuelas y universidades entre otros.





Grupo 3

Ideas Worth Spreading: Suez España presenta mañana su nuevo genial proyecto piloto de una nueva cadena de valor híbrida en el TEDxBarcelona Social Innovation de febrero de 2017. #SolucionesAgiles #Prototipos #CadenasDeValorHibrido #NuevosModelosDeNegocio #ResponsabilidadSocial

Este equipo también empezó centrándose en las necesidades de personas de perfiles distintos y su relación con Suez. Una vez detectados se pensó en los que eran preferentes y a los que se daría respuesta a través de la compañía, es decir, cómo la compañía puede acercarse a las necesidades de las personas. Finalmente, se dio importancia a la transformación social y se creó la siguiente propuesta: Crear una cooperativa de trabajo con los vecinos de barrios desfavorecidos para que sean las personas del barrio las que ejecuten su regeneración urbana. De esta forma se implica a la gente en la mejora de sus espacios para tener actuaciones más duraderas en esas zonas.

Se dio importancia a la transformación social y se creó la siguiente propuesta: Crear una cooperativa de trabajo con los vecinos de barrios





Grupo 4

El Eje del bien – a new hope – Spoiler! Suez España aparece en Star Wars Episodio VIII como aliado de Luke Skywalker en su lucha contra el lado oscuro. Esto la convierte en la empresa más longeva de la historia. ¿Qué estrategias de inclusión social, innovación constante y visión de empresa Changemaker han llevado a Suez España un rol tan importante liderando la nueva Era empresarial?
 #Changemaker #NewEra #EmpresaViva
 #EmpresaAlServicioDeLaSociedad
 #leadingchange

El grupo 4 detectó rápidamente que el elemento esencial para que una compañía avance y se adapte a los nuevos tiempos es escuchar al mismo tiempo que se mantiene el know-how y se complementa con el expertise de otros. Se trata de complementar el modelo actual de la empresa: pasar de acción social como “caridad” a acción social “empática”.

El grupo acordó que la dificultad es introducir la innovación social en la estructura de la empresa y que no sea un elemento aislado. Para ello hacen falta recursos económicos y también una estructura y planificación general de la empresa que incluya esta visión. Hace falta también continuidad y retorno. Una idea interesante fue la inclusión de ejemplos reales de trabajo en el programa de liderazgo y que tuvieran una continuidad. Es decir, no solo proponer soluciones sino hacer el acompañamiento y seguimiento de su implementación.

Un punto de encuentro claro entre los integrantes del grupo fue el reto: ¿Cómo aplico el modelo de innovación social? ¿Cómo le doy continuidad?

Para ello hace falta estructurar la innovación social dentro de la empresa, no como un voluntariado sino que la empresa regale horas. También hace falta escuchar y acompañar.

Los elementos esenciales que la empresa debe tener en el año 2236 son: pasión real, compromiso, osmosis con la sociedad, trato personal y alianzas con empresas que complementan nuestro know-how. El modelo de negocio entonces es el valor intangible creado por la acción social local.



Ideas fuerza

- Sin la transformación cultural, una empresa no puede evolucionar al ritmo de la sociedad ni de los mercados.
- Un elemento esencial para la innovación social es escuchar.
- La transparencia de las empresas es importante para la confianza de sus trabajadores y la visión de esta de cara a la sociedad.
- La innovación social no puede ser un elemento aislado, debe formar parte de la empresa y dotarse de recursos.
- La innovación social debe involucrar a la sociedad para que esta se sienta parte del proyecto y se lo haga suyo. De esta forma también se acerca empresa y sociedad.
- No hay crecimiento si no es crecimiento conjunto.





