Aliados: RH y creatividad

Número 15
Octubre 2015

Boletín Digital de la División Territorial

Asociación Española de Dirección y Desarrollo de Personas

AEDIPE Aragón – La Rioja

PRESENTACION

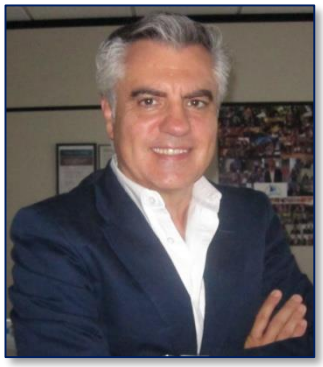
Saludo del Presidente

Sumario

Presentación 2
Noticias breves 3
Análisis 5
Ideas 9
Liderazgo 12
Quién es quién 15
Reflexiones 16

"La creatividad requiere tener el valor de desprenderse de las certezas".
(Erich Fromm, Psicólogo social de estadounidense).

Estimados amigos,



Pascual Bernad, *Presidente de AEDIPE Aragón – La Rioja.*

Tras la vuelta de las vacaciones, que seguro os quedan lejos ya, enfrentamos el último trimestre del año natural.

Son siempre fechas de una intensa actividad, un período acelerado en el que tratar de alcanzar todos los objetivos propuestos hasta Diciembre.

Deseo, desde nuestro Boletín Digital, haceros llegar mi esperanza de que así sea y cumpláis todo lo que os habéis propuesto, para que el fin de año suponga un logro conseguido.

No obstante, no debemos perder de vista las ideas y reflexiones que hemos ido aprendiendo, y por eso las páginas de este número están dedicadas a una cuestión clave: la creatividad.

En un intento de unir esfuerzos para que la presión de intensidad del trabajo no nuble las directrices eficaces que podemos utilizar en nuestra labor profesional, queremos recordar aquí algunas ideas acerca de la creatividad que pueden ponerse en marcha desde Recursos Humanos y explorar otras que pueden ayudarnos a pensar y hacer germinar iniciativas y proyectos.

Confío en que este Boletín Digital os agrade tanto como los anteriores, y agradezco desde aquí las buenas valoraciones que nos hacéis llegar por esta iniciativa desinteresada que intenta ofreceros información y reflexiones que puedan seros de utilidad profesional.

Recibid un cordial saludo.

NOTICIAS BREVES

Aedipe colabora con el ABF 2015

A finales de Septiembre tuvo lugar el **Ayanet Business Forum 2015**, evento que contó con la colaboración de **Pascual Bernad**, nuestro Presidente. En el acto se habló de Coaching, e **Ismael Fuentes** fue el experto invitado.

Permisos de paternidad para retener talento

La compañía **Netflix**, que está transformando la industria de distribución audiovisual, ofrece ahora permisos por maternidad y paternidad ilimitados el primer año, pagados al 100%, y esto se aplica también en las adopciones. El asalariado tiene la opción también de trabajar a tiempo parcial en este periodo.
Con esta medida, la compañía busca retener el talento que ya posee y aumentar sus posibilidades de obtener nuevo talento en el mercado laboral.

El poder de los mandos intermedios

Según un estudio de **Ricoh Europe**, el empleado europeo afirma que sus procedimientos de trabajo están obsoletos, y que en los segundos y terceros niveles directivos no son capaces de materializar una estrategia para potenciar al empleado dentro de la organización. Según **Pilar Jericó**, los mandos intermedios no tienen el poder de ejecución de los directivos, aunque se encuentran muy cerca del empleado: el máximo ejecutivo debería empoderar de verdad a los siguientes niveles y confiar en ellos".

Humor

POR EXPERIENCIA, POR PRESTIGIO, POR SU JUSTO VALOR

MÁSTERPOSTGRADO

Empresa&Marketing

ELIGE ESTUDIOS DE POSTGRADO DE ESIC, AUMENTA TUS POSIBILIDADES DE ÉXITO:
// **50 AÑOS** DE EXPERIENCIA // EL **94%** DE LOS TITULADOS SE ENCUENTRAN **TRABAJANDO**
// MÁS DE **8.000 CONVENIOS** CON EMPRESAS

Máster

EMBA
Executive MBA

GESCO
Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial

MDCI
Máster en Dirección de Comercio Internacional

LOCS
Máster en Dirección de Logística y Cadena de Suministro + Microsoft Dynamics Nav

Programas superiores

PSDF
Programa Superior en Dirección Financiera

PSMD
Programa Superior en Marketing Digital

PSLICE
Programa Superior en Liderazgo Innovador y Coaching Estratégico

PSDV
Programa Superior en Dirección de Ventas (Blended Learning)

ESIC ZARAGOZA
// Vía Ibérica, 28-34. 50012 Zaragoza
// www.esic.edu

Más información
// 976 35 07 14
// info.zaragoza@esic.edu

Madrid · Barcelona · Valencia · Sevilla · Zaragoza · Navarra · Málaga · Bilbao · Granada

ESIC 1965 2015
BUSINESS&MARKETINGSCHOOL
Impulsamos tus desafíos

ANALISIS

Tipos de creatividad para las empresas

Anés Ortigosa *es emprendedor, formador y asesor creativo, dedicado al ámbito de la creatividad.*

La creatividad es algo enorme que nos rodea y nos absorbe. Algo intangible que se materializa gracias a las personas, sus hechos, ideas y opiniones. Cada persona tiene su punto creativo, cada persona es buena en alguna cosa concreta. Precisamente de esta observación partimos para entender que hay diferentes tipos de creatividad. Precisamente esta misma reflexión la tuvo el profesor e investigador Jeff DeGraff.

Para bien o para mal, cada persona somos de una forma. Yo considero que no soy especialmente bueno en nada, siempre hay alguien mejor. Aunque si tengo la habilidad de poder combinar capacidad de observación, reflexión más o menos crítica y transmitir el resultado. Precisamente lo que hago con estas líneas. Para muchas cosas el contenido aséptico está tremendamente bien, pero en otras ocasiones hay que aliñarlo con opiniones personales para generar debates y así conseguir que el resultado sea aun más completo.

"Cada persona tiene su punto creativo, cada persona es buena en alguna cosa concreta".

Intentar definir los tipos de creatividad que existen ya se ha hecho antes, los más populares en esta acción son Maslow, Taft y Guilford. Por ello, para no repetirme mucho, me salto la parte de definirlas en profundidad y me voy un pasito más adelante. Voy a vincular los tipos de creatividad con las personas y lo que puede aportar dentro de las empresas. Algo que actualmente está empezando a despuntar pero que debería ser tan básico como tener una persona que entienda de contabilidad y fiscalidad.

Digamos que lo más conocido es la creatividad publicitaria. Obviamente muy necesaria en el mundo de la empresa. La forma de llegar a los clientes y de como transmitirles nuestros servicios y productos de forma diferenciadora y hacer "que nos elijan" solo se consigue con creatividad.

La creatividad en las grandes empresas.

El mundo de la empresa no es solo publicidad y marketing, existen otros muchos departamentos y áreas. Incluso en las pequeñas empresas y pymes también existen, pero concentradas en una o

ANALISIS

Tipos de creatividad para las empresas

muy pocas personas. De estas pymes hablaré al final de este texto, ahora voy a las empresas donde se puede establecer mejor estas diferencias.

Para las empresas es importante tener I+D, esto no deja de ser pensar de forma diferente o fuera del camino. ¿Lo llamamos pensamiento lateral? El caso es que en este área sobretodo se necesita personas con un gran potencial de desarrollo creativo. Solo así se puede avanzar y desarrollar nuevos servicios, productos, procesos, etc… Aquí viene una nota discordante, estos equipos requieren para funcionar perfectamente de una persona que esté justo en el lado opuesto. Una persona que sea capaz de bajar de las nubes todas las ideas y transformarlas en propuestas en papel.

¿Quienes pueden ser las personas de I+D? Todas aquellas capaces de solucionar cosas tontas en la vida cotidiana. Una especie de manitas. Soluciones simples con lo que tienes a la mano.

En la parte más “aburrida” de las empresas también es vital el poder incluir la creatividad. La detección de talento, la optimización de recursos, la comunicación interna dentro de una misma empresa, la contabilidad. Son partes de una empresa que aparentemente son muy serias y cuadriculadas. La diferencia entre empresas de éxito y el resto, a menudo radica en estas áreas.

“Aplicar creatividad a los recursos humanos, a la gestión, a la administración de la propia empresa. Esto es lo que las hace diferentes y que puedan destacar”.

Aplicar creatividad a los recursos humanos, a la gestión, a la administración de la propia empresa. Esto es lo que las hace diferentes y que puedan destacar. Las personas que consiguen estos cambios en el interior de las empresas tienen una creatividad especial, quizás no son buenos componiendo canciones, ni tienen las ideas de McGyver, aunque si tienen creatividad aplicada a problemas más complejos. Es otra forma de aportar soluciones diferentes a los problemas. Esto también es un tipo de creatividad, difícil de definir pero creatividad a fin de cuentas.

ANALISIS

Tipos de creatividad para las empresas

La creatividad en las pequeñas empresas.

Hasta ahora creo que más o menos hemos definido como encajan los diferentes tipos de creatividad en una empresa consolidada y de estructura amplia. Algo que sería muy deseable tener identificado en sus empleados y contar entre sus filas para sacar el máximo rendimiento. Toca el turno de los autónomos y de las pymes, no me he olvidado. Es más, incluso si no formas parte de este grupo te interesará mucho las siguientes líneas.

Todos nacemos con distintas capacidades, la creatividad es una de ellas que hasta ahora pocas veces se ha dejado desarrollar en la etapa adulta. Por supuesto que aun menos se ha trabajado y potenciado. Los tiempos están cambiando, se está despertando una corriente que apuesta por este concepto. Siempre ha existido, pero antes a este tipo de personas se les llamaba locos. Ahora se les llama emprendedores de startup.

"Los tiempos están cambiando, se está despertando una corriente que apuesta por este concepto".

Lo último que he visto es una empresa que se dedica a comercializar bombones con la forma de tu propio ano. Sin duda es una apuesta creativa en todos los sentidos. Y no es una gran empresa, son unas pocas personas que apuestan por su idea.

La última reflexión que quiero dejarte es que el mundo de la creatividad es tremendamente amplio, y en cada una de sus tipos tiene aplicaciones muy diversas. Rompe con las barreras que te limitan, explora tus propios límites. Aquí he querido poner el foco sobre como puede ser una carta importante mezclarla con tu desarrollo profesional. Es imposible cubrir todas las opciones y personalizarlo en ti que lees estas líneas. Sin embargo si que es muy posible que leyendo te hayas sentido identificado/a en alguna de las situaciones planteadas.

Es momento de preguntarte, ¿Te limitas a solucionar problemas o por el contrario creas soluciones?

Más información:
www.elinvernaderocreativo.com

Consultores en Recursos Humanos

"lo importante son las personas"

SELECCIÓN, HEADHUNTING, EVALUACIÓN

Personalizamos el proceso de selección, adaptándonos a cada necesidad puntual, utilizando las metodologías más eficaces en cada situación.

ESCUCHAR Y COMUNICAR

Desarrollar, implicar y retener el talento de las personas. Nuestro modelo está orientado a la fidelización de empleados y mejora del clima laboral, la comunicación interna y la igualdad de oportunidades en la Empresa.

FORMAR Y DESARROLLAR

Podemos ayudarte no sólo a gestionar un plan de formación global de empresa, sino también a diseñar una formación personalizada, al tiempo que ejecutamos las acciones formativas, procesos de Coaching, etc,...

GESTIONAR Y VALORAR

Te proporcionamos la más novedosa tecnología en gestión de Competencias, Evaluación Desempeño, Dirección por Objetivos, Retribuciones, Software de RRHH, etc... al servicio de tu Empresa.

976 483 575 - 917 376 073

info@thinkingpeople.es

www.thinkingpeoplerecursoshumanos.es

Colores para la creatividad y la productividad

Desde **AmericaEconomía**, nos ofrecen una clave interesante: los mejores colores para incentivar la creatividad y productividad en el trabajo.

No solemos pensar a menudo en la influencia de los colores del entorno sobre nuestra labor profesional, pero a continuación se apuntan algunas posibilidades que quizá susciten algunas ideas efectivas.

Tener empleados más productivos y motivados no sólo radica en implementar iniciativas que redunden en menores horas de trabajo, mejor sueldo o más días libres, sino que parte fundamental en el desarrollo de los profesionales se debe a cómo es su entorno. En ese sentido, integrar en nuestro entorno colores que permitan dar lo mejor de uno mismo puede revelarse como un extraordinario aliado.

"No solemos pensar a menudo en la influencia de los colores del entorno".

Naranja: Cuando usted tenga que mantenerse con mucha energía, ya sea para una reunión o para trabajar de noche, trate que su entorno tenga incorporado el color naranjo. Se dice que impulsa la creatividad y simboliza la resistencia.

Azul: Este color sirve para tranquilizarse y también transmite confianza, por lo que es un color muy efectivo para oficinas legales o contables.

Colores para la creatividad y la productividad

Blanco: Este color ha estado asociado por mucho tiempo con los hospitales, pero cuando se combina con la luz natural da una sensación de espacio.

Rojo: Este color es excelente para tener un control de la frecuencia cardíaca, por lo que es perfecto para zonas con una gran cantidad de actividad física.

Amarillo: Este color entrega una sensación de optimismo.

Verde: Este color permite impulsar el pensamiento creativo. Es un buen color para usar en un espacio en el que usted está tratando generar una lluvia de ideas.

"…integrar en nuestro entorno colores que permitan dar lo mejor de uno mismo puede revelarse como un extraordinario aliado".

COACHING

"OTRA FORMA DE DESARROLLAR PERSONAS"

Ayanet te acerca a **Zaragoza** el mejor programa **ACTP** en Coaching de la mano de **OlaCoach**, empresa experta en Coaching con más de 15 años de experiencia.

ICF
International Coach Federation

ACTP
Accredited Coach Training Program
International Coach Federation

Nivel I (CS)
Coaching Skills

Nivel II (PA) Programa
Avanzado Coaching

Nivel III (PCO)
Programa Certificación

Para cualquier profesional o persona interesada

Profesionales acreditados

AYANET
CONSULTORÍA INTEGRAL

OlaCoach
CORPORATE

info@ayanet.es - Tel. 976 300 480

Cómo convertir a tu empresa en una corporación de cultura creativa

Gabriela Barrera *es periodista y especialista en Comunicación Estratégica Digital de la Universidad Pompeu Fabra. Además es estratega de contenido de* ***evaluar.com***

¿Alguna vez has intentado cocinar una receta creativa? Al momento de innovar en la cocina, no solamente requieres una serie de pasos a seguir e ingredientes "secretos", hace falta una habilidad o "sentido común" que te hará convertir un montón de compras del mercado, en un plato de comida delicioso. Si tu afán es hacer del personal de tu empresa (los ingredientes), un suculento manjar (corporación de cultura creativa), hay ciertos consejos de cultura organizacional que no puedes dejar pasar.

Linda Hill, profesora de Harvard, pasó alrededor de 10 años investigando los departamentos de recursos humanos de empresas con profesionales cuyo perfil encaja con la denominada "cultura corporativa de creatividad colectiva". Te preguntarás, ¿eso con qué se come? La respuesta es simple, es la "pizca de albahaca, azafrán o achiote" que puede convertir tu plato de comida normal, en uno innovador.
Si aún no te queda claro, pero sabes que quieres tener una empresa innovadora al estilo Pixar o Google, te lo simplificamos, esto es lo que NO debes hacer:

-Ya has pasado la vida aprendiendo, ¡es momento de desaprender! Basta de entender al liderazgo como hasta el día de hoy. Para Hill, un líder es el arquitecto social que une a gente dispuesta a trabajar arduo, al tiempo que comparten y combinan sus talentos.

-No se trata de crear una visión e inspirar a otros para que la sigan. Un líder permite que la abrasión creativa surja creando mercados de ideas con gente que discuta por sus puntos de vista. Así que si conoces a alguien que lo haga, ¡contrátalo!

-Olvídate de relacionar a la innovación como la idea de un genio. La innovación surge a partir de un equipo de genios en un clima laboral adecuado.

"…un líder es el arquitecto social que une a gente dispuesta a trabajar arduo, al tiempo que comparten y combinan sus talentos".

LIDERAZGO

Cómo convertir a tu empresa en una corporación de cultura creativa

Por otra parte, Hill comparte los secretos de las organizaciones innovadoras, reunidos en 3 sencillas acciones:

Abrasión creativa
Es decir, optimizar la discusión que se crea a partir del debate de grupos. Esto va más allá de la "lluvia de ideas", es un roce dinámico con participantes que disfruten de la discusión.

Agilidad creativa
El enemigo de la creatividad es la postergación. Empieza a incentivar la búsqueda de ideas valiosas a partir de la dinámica de "prueba y error". No importa si quemas el pastel una vez, la experiencia te regalará la reflexión y el ajuste necesario para volverlo a hornear.

"El enemigo de la creatividad es la postergación".

Resolución creativa
Existe una diferencia abismal entre un experimento y un prototipo. Si tienes algo nuevo que tratar, no busques prototiparlo, ya que si falla, alguien tendrá la culpa. Si lo toman como un experimento, la falla será más plácida.

Por ejemplo, Hill cuenta un caso real de Google. Sucedió cuando el equipo de infraestructura necesitaba resolver un problema de almacenamiento de datos para un nuevo servicio. Para resolverlo, se inició un concurso espontáneo con dos grupos que ofertaban dos opciones de solución distintas. Al final, una de las alternativas era la más propicia para el momento, sin embargo, el aprendizaje del grupo "que no ganó" no se desperdició. Con sus ganas de despegar creatividad y el ambiente propicio, luego de dos años se logró desplegar el sistema de almacenamiento de nueva generación que Google necesitaba para ese entonces.

LIDERAZGO

Cómo convertir a tu empresa en una corporación de cultura creativa

Conclusión: La resolución de problemas de manera cooperativa es la creatividad en su máxima expresión.

Finalmente, al igual que un buen chef nunca revela su secreto, un líder jamás busca la fama. ¿Te has preguntado quien es el CEO de Pixar?, ¿sabes su nombre?, ¿lo reconocerías en la calle? Si tu respuesta es no, es porque un líder crea el espacio propicio, construye el escenario, no actúa en el.

"…un líder crea el espacio propicio, construye el escenario, no actúa en el".

Más información:
http://blogs.evaluar.com/

QUIEN ES QUIEN

Nos acercamos a nuestros Asociados

Miguel Astrain *es Gestor de Capital Humano.*

Conocemos a… Miguel Astrain	
Áreas de interés laboral	Las empresas tendrán que asegurarse de preparar hoy los equipos que necesitarán tener mañana, y por ello estoy desarrollando últimamente proyectos de Employer Branding así como de Planificación y Gestión estratégica del Capital Humano. Y continúo por supuesto con una fuerte incidencia en control de costes así como en Planes Integrales de Control del Absentismo, cuyo repunte esté preocupando mucho, sobre todo a las empresas intensivas en mano de obra.
Aficiones para el tiempo libre	Entreno con un equipo de running, y hago bicicleta de montaña lo que me permite combinar amistad y aire libre. Creo que es imprescindible socializarnos, empaparnos de naturaleza y llevar una vida lo más sana posible. Y siempre, disfrutar de la familia.
Lo mejor y lo peor del día a día en RRHH	Para gestionar personas hace falta sensibilidad y coraje. Lo mejor es ver cómo con acciones en la dirección correcta puedes impulsar un cambio positivo, hacer que las personas se inspiren y crear prosperidad para las empresas. Y lo peor, cuando ves que otros anteponen sus intereses y se desgastan en absurdos conflictos en lugar de aunar fuerzas como equipo.
Un libro	"El hombre en busca de sentido" de Viktor Frankl.
Una película	"Gran Torino" de Clint Eastwood.
Un viaje	Hacer el Camino de Santiago a pie, y en todo lo posible, como un peregrino de la Edad Media. Creo que todo viaje es en parte también un viaje interior, en que conociendo el mundo te conoces mejor a ti mismo.
Un consejo vital	Lo esencial es invisible para los ojos. Hay que mirar con el corazón.

REFLEXIONES

Derribando barreras invisibles

Miguel Egido *es miembro del Consejo Editorial Nacional de AEDIPE y Secretario de la Junta Territorial de Aragón y La Rioja.*

Es muy difícil ser creativo hablando de creatividad. Por eso, no me repetiré afirmando la importancia de la creatividad ni aportando ideas sobre cómo hacerla surgir en nuestro entorno laboral.

En lugar de eso, quiero aprovechar estas líneas para hacer una reflexión: ser creativos nos resulta difícil no porque en sí lo sea, sino porque nuestro entorno nos bloquea. Suena a excusa, lo sé, pero la reflexión está hecha desde el objetivo de mejorar, de darnos cuenta de algunos detalles (que creemos que ya sabemos, pero que no reconocemos con nuestros actos) para allanar el camino y que la creatividad fluya de manera natural y continua.

"Hemos asumido que la creatividad se agota. ¿Por qué?"

Hemos asumido que la creatividad se agota. ¿Por qué? No creo que sea así, sino que es bloqueada. La educación que hemos recibido nos insta a seguir patrones, a imitar al resto, a clasificar las cosas. Es natural, estamos programados para ello y es una estrategia que nos sirve, y mucho. Pero también supone un obstáculo al pensamiento creativo.

El entorno laboral, en el que pasamos tantas horas al día, agota nuestras energías, ocupa nuestro cerebro y nos exige competencia, de uno u otro modo, lo que añade presión y roba la tranquilidad y el espacio necesario para que surjan ideas creativas con fluidez mantenida. ¿Es posible solucionar este punto? No podemos cambiar todo el funcionamiento del mercado laboral, pero podemos intentar crear micro espacios en los que ser creativos y, en el mejor de los casos, favorecer que los otros también sean creativos.

"…podemos intentar crear micro espacios en los que ser creativos y, en el mejor de los casos, favorecer que los otros también sean creativos".

A veces me han preguntado qué se necesita para escribir un libro. Las respuestas acostumbradas como "una buena historia", "una idea genial", etc, son la consecuencia; podemos ir un paso atrás: hace falta tiempo, serenidad y concentración. Cuando realmente alcanzamos ese estado de sin tensión, llega la inspiración. El resto es sólo cuestión de perseverancia.

AEDIPE Aragón – La Rioja

Puede remitir sus preguntas, comentarios o sugerencias sobre el boletín digital a esta dirección de correo electrónico:

comunicaciones_aragon_larioja@aedipe.es