Comunicación

Número 18
Julio 2016

Boletín Digital de la División Territorial

AEDIPE Aragón – La Rioja

PRESENTACION

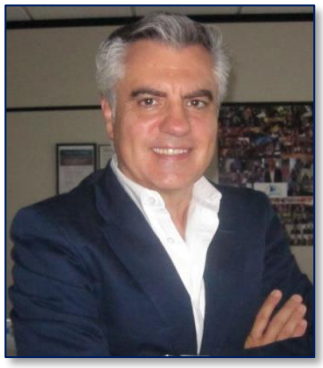
Sumario

Presentación 2
Noticias breves 3
Análisis 5
Ideas 10
Opinión 13
Quién es quién 18
Reflexiones 19
Especial 20

""El mayor problema en la comunicación es la ilusión de que se ha logrado".
(George Bernard Shaw, escritor irlandés, ganador del Premio Nobel de literatura y del Óscar)

Saludo del Presidente

Estimados amigos,



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

Nos hallamos ante el paréntesis de verano, y la mayoría de nosotros aprovechará en los próximos tres meses la ocasión para disfrutar de un merecido descanso.

La oportunidad también nos brinda otras opciones, que el tiempo de vacaciones permite: con la cabeza libre de la intensidad del día a día en el puesto de trabajo y de las cosas que habitualmente ocupan nuestro pensamiento, se abre un espacio para la reflexión y la creatividad. En numerosas ocasiones, las grandes ideas surgen en períodos de libertad reflexiva.

Deseo que podáis disfrutar y dejar la mente en blanco: además de recargar pilas, es el mejor caldo de cultivo para las nuevas ideas. Y confío en que este Boletín Digital pueda aportaros algunas de ellas.

Hemos dedicado este número a la Comunicación, pieza clave en toda función con responsabilidad directiva, pero más aún en la nuestra, cuyo objeto son las personas. No hablamos con máquinas, animales u otros seres vivos: nuestros empleados tienen su propio lenguaje y percepción, ahí está el reto. Debemos dirigirnos a individuos muy diferentes, y elaborar nuestros mensajes pensando en múltiples formas de comprensión, motivaciones y aspiraciones.

Espero que las siguientes páginas os ayuden a reflexionar y, como siempre, puedan aportaros puntos de vista sugestivos para la mejora y la creatividad. Para eso creamos este Boletín Digital.

Recibid un cordial saludo, y que disfrutéis del verano.

NOTICIAS BREVES

Las Comisiones están en marcha

Las **Comisiones de Trabajo de Aedipe Aragón – La Rioja** han comenzado su actividad. En este momento, dos Comisiones se hallan ya plenamente activas, centradas en las áreas de **Formación/Talento** y **Relaciones Laborales**, bajo la coordinación de **Mar Martínez** y **Eva Barrabino**.

Se trata de grupos de trabajo formados por asociados que impulsan la acción de la Asociación y dinamizan su interacción con otros entes sociales. El objetivo es ofrecer valor añadido a los asociados y fortalecer la presencia social de Aedipe.

Otras Comisiones se hallan en proceso de formación, y es previsible que entren en acción próximamente: cualquier asociado interesado en formar parte de ellas puede hacerlo.

Voces para rejuvenecer la plantilla pública

UGT ha lanzado una petición para un Plan de Ordenación de Recursos Humanos con el objetivo de rejuvenecer la plantilla de la Administración. Advierte de que ”la pírrica oferta de empleo público, aplicada por el Gobierno en la AGE en los últimos años de crisis económica, no sólo está reduciendo de forma acelerada la plantilla de empleadas y empleados públicos, sino que también la está envejeciendo paulatinamente", y que la jubilación voluntaria a los 60 años de miles de funcionarios pertenecientes al Régimen de Clases Pasivas también ha contribuido muy decisivamente a la destrucción de empleo público en la AGE.

Auge de las epidemias laborales

La **ansiedad** o la **depresión** afectan al 14,6% de la población adulta española. El **estrés** es ya la segunda causa de los problemas de salud relacionados con el trabajo.

Humor

Reconocer en público, un ejemplo

La empresa **Paconica** crea una plataforma para reconocer de forma positiva a los empleados. A un coste de 1,5 euros al mes por empleado, facilita una plataforma en la que reconocer a los trabajadores mediante la entrega de medallas y un espacio para describir concretamente qué se quiere felicitar, nunca para criticar de forma negativa. “Es un método online gamificado para el desarrollo de las actitudes y las competencias”.

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

ANALISIS

Un salto cualitativo

***Jesús Huertas** es Socio Director de **Huertas Consulting**.*

Echando la vista atrás, uno comprueba con orgullo el impresionante salto cualitativo que han ejercido los Recursos Humanos en lo que llevamos de siglo XXI y más aún si lo comparamos con lo que eran en el siglo anterior:

1. Recursos Humanos era ese departamento que "solo" servía para contratar y despedir. Afortunadamente esta visión poco a poco ha sido sustituida y se ha constatado que es un departamento clave en el éxito personal y organizacional porque debe ser un facilitador del desarrollo y de la progresión de cada trabajador.

2. Recursos Humanos era ese departamento que no se enteraba muy bien de la realidad del negocio, ya que vivían apartados de la realidad del oficio, dentro de una burbuja (es decir, un despacho). Nuevamente esto ha mejorado y me encanta decir que cada vez son más los integrantes de los departamentos de Recursos Humanos que conocen el oficio que realizan.

"…se ha constatado que es un departamento clave en el éxito personal y organizacional".

3. Recursos Humanos era ese departamento que no se enteraba de la realidad económica de la empresa, entre otras cosas porque no había una mínima formación sobre aspectos financieros y sobre cuenta de explotación. Hoy en día, en cualquier master de Dirección de Recursos Humanos esta materia es de obligado cumplimiento y estudio.

4. Recursos Humanos era ese departamento que no participaba en los comités de dirección de las empresas porque lo importante era producir, comprar buenas materias primas, vender el producto y ganar dinero. Afortunadamente, las empresas hoy en día saben que para conseguir estos objetivos tiene que haber equipos humanos que los respalden y los garanticen.

Podríamos seguir con todos los avances que se han producido, pero hoy me quiero detener en un aspecto que para mí es clave:

ANALISIS

Un salto cualitativo

¿Por qué hay departamentos de Recursos Humanos que no asumen el pilotar y dinamizar lo que se realiza en comunicación interna dentro de sus empresas? ¿Por qué están eludiendo esta responsabilidad y la están dejando en manos de marketing o de comunicación?

Considero que tanto la Comunicación Interna como la Responsabilidad Social Corporativa deben ser áreas de responsabilidad de los nuevos departamentos de Recursos Humanos debido a la importancia que tienen en la organización y dinámica interna de la empresa como al impacto que tienen en la visión externa de la empresa.

En mi opinión, el impacto que tiene un buen desarrollo de la Comunicación Interna es totalmente visible en estas cuatro grandes áreas:

1. Generadora de compromiso: las empresas necesitan de un personal motivado y comprometido. Motivación y compromiso son las dos grandes palancas que permiten que una persona rinda al 100% de sus posibilidades y potencialidades. En la motivación son muchos los factores que intervienen externamente (salario, posibilidades de promoción, cercanía al puesto de trabajo, compañerismo, mi jefe/a, calidad de vida) como internamente (las ganas con las que me levanto cada día para enfrentarme a la jornada de trabajo), pero es imposible que generemos compromiso en nuestros equipos de trabajo si no les informamos, si no les comunicamos lo que esperamos de ellos.
¿No debería de ser Recursos Humanos el departamento que pilotara los canales de comunicación dentro de la empresa para generar ese sentido de orgullo y pertenencia a la organización?

"…tanto la Comunicación Interna como la Responsabilidad Social Corporativa deben ser áreas de responsabilidad de los nuevos departamentos de Recursos Humanos".

ANALISIS

Un salto cualitativo

2. Fidelización del talento: es obvio decir que cuanto más tiempo permanezca el trabajador en la empresa más conocimientos irá adquiriendo y más talentoso se convertirá. El talento sigue siendo "la búsqueda del dorado". Compruebo horrorizado cómo a algunas empresas les da completamente igual el no retener a sus trabajadores más implicados y talentosos, porque suponen que será fácil el suplirles. Los empleados con talento son un bien escaso y necesitamos hacerles sentir importantes mediante canales de comunicación que les permitan recibir información, pero también aportar sus sugerencias e ideas.
¿No debería ser Recursos Humanos el departamento que generara talentos personales para producir el talento "organizacional"?

"…a algunas empresas les da completamente igual el no retener a sus trabajadores más implicados y talentosos, porque suponen que será fácil el suplirles".

3. Ahorro de costes: ¿Qué pasaría si el equipo de recepción de un hotel no informara al equipo de restaurante que de las 50 personas que inicialmente habían contratado la cena de hoy, finalmente 20 les habían avisado de que no vendrían porque la excursión que habían contratado para ese día terminaba a una hora en la que el comedor ya estaba cerrado? Probablemente el jefe de sala tendría preparados dos camareros más de los necesarios, en cocina habrá un ayudante de cocina más de lo necesario, tendremos preparados elementos culinarios que habrá que tirar… Lo triste de este ejemplo, es que es un caso real que viví no hace mucho tiempo en uno de mis cursos.
¿No debería ser Recursos Humanos el departamento que demostrara al resto de la empresa que también tenemos la capacidad de tener un impacto directo en el resultado operativo de la empresa? Porque a mayores errores, mayores son los gastos extraordinarios o no previstos y, por lo tanto, peor es la imagen del establecimiento y mayores las pérdidas.

ANALISIS

Un salto cualitativo

4. Impacto en la comunicación externa: ¿qué imagen de marca crees que tienen los clientes de tu empresa? ¿Es mala? ¿O no es tan positiva como a ti te gustaría? Y siguiendo con más cuestiones: ¿conoces alguna empresa con una mala imagen de empresa en la que el ambiente interno sea bueno? Podemos invertir todo el tiempo que queramos a pensar, pero probablemente lleguemos a una conclusión: es prácticamente imposible que no estén alineadas la comunicación externa y la comunicación interna. Cada una de ellas es una prolongación de la otra. ¿Quieres que tus empleados traten adecuadamente a tus clientes? Es fácil: hazles sentir importantes, hazles sentir comprometidos con el proyecto de empresa, dótales de canales para poder recibir y expresar comunicación, y tus empleados serán los que cuiden de tus clientes.

¿No debería ser Recursos Humanos el departamento que dinamizara la excelencia de servicio hacia nuestros clientes facilitando que fuera este componente la gran ventaja competitiva con nuestra competencia directa?

"¿Quieres que tus empleados traten adecuadamente a tus clientes?"

¿Vas a dejar tu selección de personal en manos inexpertas?

- 53.000 candidatos evaluados
- Más de 1.000 procesos de selección
- Más de 15 años de experiencia en el sector
- Empresa Aragonesa

La selección de personal es algo muy serio. El futuro de tu empresa depende de sus trabajadores y su selección será determinante.

Confía en un equipo profesional con experiencia para garantizar el éxito de tu proyecto.

AYANET
CONSULTORÍA INTEGRAL

www.ayanet.es info@ayanet.es 976 300 480

IDEAS

La hermana pequeña en la gestión de RRHH

María José Artal *es Socia-Directora de Human Capital en* ***Thinking People Recursos Humanos****.*

Comunicación Interna, la hermana pequeña en la Gestión de los Recursos Humanos, empieza a CRECER.

La Comunicación Interna, la que se dirige a los trabajadores de la Empresa, es una herramienta estratégica de gran valor añadido capaz de generar una ventaja competitiva a medio y largo plazo. Todo en la empresa es información y toda empresa necesita gestión, la realidad de una Organización nos dice que todo es gestión de información y de comunicación. Por tanto, el problema no son "los problemas de comunicación", el problema no es si la gente está o no satisfecha con la comunicación, el problema es cómo este hecho repercute en su desempeño.

Se empieza a valorar la aportación que la Comunicación Interna puede hacer a la mejora del compromiso y desempeño de los profesionales, y aunque queda mucho por recorrer, cada vez son más las Empresas para las que comunicarse con sus trabajadores ya no es "un lujo" o algo propio de grandes multinacionales, e implantan Sistemas de Comunicación Interna. Cada vez son más las Empresas que saben que para que sus empleados quieran alinearse, movilizarse y aportar es imprescindible que estén informados de lo que pasa y por qué pasa, comprendan que eso tiene algo que ver con ellos, perciban que tienen algo que ganar con todo ello, sientan que son escuchados, que pueden participar y observen que realmente la dirección está siendo ejemplar con ellos.

De esta manera hay Empresas que comprenden que deben informar a sus empleados sobre su estrategia y resultados para lograr una mayor implicación, y ponen en marcha distintos tipo de canales como revistas, áreas de información, notas, de manera más o menos estructurada, a pesar de que las intranets han supuesto un soporte muy importante para la difusión de la Información en la Organización.

"…el problema no es si la gente está o no satisfecha con la comunicación, el problema es cómo este hecho repercute en su desempeño".

IDEAS

La hermana pequeña en la gestión de RRHH

Otras Empresas consideran que la satisfacción profesional de sus empleados es una variable relevante para su gestión, por ello realizan estudios de clima y satisfacción laboral, percepciones y expectativas organizacionales, para utilizarlos como canales para escuchar a sus empleados y conocer sus opiniones en aquellas variables que repercuten directamente en el negocio.

Hay Empresas que comprenden que acciones no estructuradas de información o escucha, no les garantizan la eficacia en objetivos –para implicar- ni en públicos –para influir- y Planificar la Comunicación reforzando su papel como herramienta de soporte de valores culturales.

Finalmente hay Empresas que implantan Sistemas de Comunicación Interna que les permiten disponer de instrumentos de refuerzo del liderazgo en sus Directivos y Mandos Intermedios y de herramientas de influencia vinculadas al desempeño –comportamientos y resultados- de las personas en su puesto de trabajo.

En todos los ejemplos anteriores, las herramientas de Comunicación Interna ayudan a estas Empresas a conseguir sus objetivos, la pregunta que queda hacerse es ¿qué herramientas de Comunicación Interna necesito para mi negocio?

"¿Qué herramientas de Comunicación Interna necesito para mi negocio?"

Si entendemos la Comunicación Interna como una herramienta que pretende influir sobre los comportamientos de los profesionales incrementando su grado de implicación y aportación, cada Empresa debe identificar, en cada momento, las herramientas de Comunicación que mejor van a contribuir a la consecución de sus objetivos. Herramientas en función de su estrategia de negocio, el desempeño requerido de sus profesionales, el estilo de liderazgo de la Empresa, el clima laboral existente, el histórico de Comunicación Interna, etc.

POR EXPERIENCIA, POR PRESTIGIO, POR SU JUSTO VALOR

MÁSTER | POSTGRADO | EXECUTIVE

EMPRESA
MARKETING
ECONOMÍA DIGITAL

MADRID
BARCELONA
VALENCIA
SEVILLA
ZARAGOZA
NAVARRA
MÁLAGA
BILBAO
GRANADA

+50 AÑOS DE EXPERIENCIA

EL 90% DE LOS TITULADOS SE ENCUENTRAN TRABAJANDO

MÁS DE 2.000 CONVENIOS CON EMPRESAS

MBAs - Inicio octubre 2016

| Executive MBA **EMBA**

Máster Especializados - Inicio octubre 2016

| Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial **GESCO**

| Máster en Dirección de Comercio Internacional **MDCI**

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

plan de desarrollo profesional
IMPULSA

Búsqueda **Activa de Empleo**
Orientación y Asesoramiento **Profesional**
Encuentros con **Headhunters**
Actividades de **Networking**

Financiación hasta **8** **años** condiciones preferentes*

Beca hasta **15%**

PARA MATRÍCULAS REALIZADAS ANTES DEL 30 DE SEPTIEMBRE

ESIC ZARAGOZA
Vía Ibérica, 28-34 | 976 35 07 14 | info.zaragoza@esic.edu
www.esic.edu/postgrado

ESIC
BUSINESS&MARKETINGSCHOOL

Impulsamos tus desafíos.

OPINION

¿Esto? ¿Lo tenía que hacer yo? Pues primera noticia

Eva Barrabino *es Consultora de Recursos Humanos*

Esta es, sin duda, una de las frases más repetidas dentro de las organizaciones y que, a nosotros, como Recursos Humanos, nos suscita otra pregunta: ¿cara dura o problemas de comunicación interna?

Obviando la primera opción, resulta sorprendente que en plena era de la información, multitud de conflictos nazcan de una inadecuada comunicación en la definición de las tareas, funciones o responsabilidades a realizar dentro de un puesto de trabajo y, no sólo en puestos de primera línea, sino dentro de toda la estructura organizativa.

A pesar de que somos conscientes de la importancia de la comunicación interna, como valor añadido, como activo, como herramienta estratégica, como mecanismo para detectar y retener el talento y, de todos los beneficios que puede reportar a una organización que cuenta con un sistema de comunicación interna eficaz y eficiente, ésta es uno de los deberes pendientes en la mayor parte de las empresas.

Muchas son las herramientas con las que puede contar un sistema de comunicación interno, desde guías para el empleado hasta el uso de la intranet, dependiendo del tamaño de la organización e independientemente de este, una organización puede tener implementado un sistema de comunicación en apariencia completo y resultar del todo ineficaz.

Por ejemplo, uno de los errores más comunes dentro de la comunicación descendente, es dar por hecho que las personas que están a nuestro cargo conocen todas sus funciones y responsabilidades, por lo que las instrucciones pueden resultar ser vagas, poco precisas y conllevar a equívocos que desembocan irremediablemente en mal clima laboral. Bajo el punto de vista del superior, sus colaboradores “no se enteran de nada”, añadiendo el sentimiento de impotencia e inaptitud que pueden percibir sus subordinados.

“Uno de los errores más comunes dentro de la comunicación descendente, es dar por hecho que las personas que están a nuestro cargo conocen todas sus funciones y responsabilidades”.

OPINION

¿Esto? ¿Lo tenía que hacer yo? Pues primera noticia

Tampoco hay que perder de vista que una de las causas principales por las que también se pueden producir este tipo de incidencias es la sobrecarga de trabajo.

Como solución, a pesar de que el tiempo es un bien escaso y que hay que rentabilizarlo en la consecución de los objetivos o, por ese mismo motivo, jamás se debería escatimar a la hora de explicar el contenido de un puesto de trabajo, sus funciones y la forma de llevarlo a cabo, con la consiguiente autonomía que dependerá del grupo profesional que corresponda.

Dentro de la comunicación interna ascendente, puede surgir la problemática de que determinados conflictos no sean transmitidos, produciendo un "efecto tapón", al objeto de proteger subordinados o la propia imagen personal, por encima de los intereses de la organización.

La realización de una auditoría de comunicación interna anual es fundamental, para detectar este tipo de situaciones y poder evitarlas, estableciendo medidas de mejora. De hecho, cualquier sistema debe ser sistema revisado como mínimo con una periodicidad anual, al objeto de comprobar su funcionamiento y establecer medidas correctoras.

"La realización de una auditoría de comunicación interna anual es fundamental".

En la comunicación interdepartamental, fruto de la inseguridad, se pueden producir problemas de territorialidad que pueden llegar incluso a suponer la ocultación de información clave para el análisis y resolución adecuada de conflictos.

OPINION

¿Esto? ¿Lo tenía que hacer yo? Pues primera noticia

La colaboración es vital para la supervivencia de cualquier organización, por lo que la creación de un comité de comunicación integrado por una persona de cada departamento puede resolver este tipo de problemática. Otra solución o añadida a esta, puede ser asegurarse de que los responsables de cada departamento sean conscientes de la importancia y necesidad del resto, con la finalidad de que se produzca empatía y se llegue al objetivo final, que es el trabajo en equipo de forma global, ya que la percepción del responsable sobre el resto de departamentos afecta de forma sustancial al equipo que dirige.

Por otra parte, no todas las personas que tienen habilidades sociales facilitan la generación de una buena comunicación, por lo que el detectar los individuos que dentro de la organización carecen de estas competencias es importante, para poder proceder a su formación y puedan adquirir dichas capacidades.

Un sistema de comunicación interno no se habrá implementado adecuadamente, si no posee los mecanismos suficientes para funcionar del modo esperado y/o no están establecidas formulas de evaluación que comprueben su funcionamiento o sus posibles áreas de mejora. Esto puede suponer grandes pérdidas económicas a las empresas como mermar su ventaja competitiva dentro del mercado, ralentizar la toma de decisiones, un clima laboral nocivo e incluso, entre otros, un incorrecto análisis de determinadas situaciones.

"No todas las personas que tienen habilidades sociales facilitan la generación de una buena comunicación".

OPINION

¿Esto? ¿Lo tenía que hacer yo? Pues primera noticia

No existen soluciones universales, una situación en apariencia idéntica ya es netamente distinta cuando cambian sus protagonistas por lo que la resolución del conflicto puede no ser la misma.

Decía Frances Bacon que "la información es poder". Sin comunicación no hay información, no hay capacidad de reacción ante un entorno que cambia a una velocidad vertiginosa.

Cuando existe fluidez en la comunicación, una organización reacciona de forma mucho rápida ante cualquier tipo de situación, lo que le permite adquirir una ventaja competitiva en el mercado.

En la resolución de problemas o ineficiencias internas, una buena comunicación nos permite obtener una información más veraz de lo que ocurre realmente dentro de la organización, lo que facilita el análisis y la toma de decisiones que permitan corregirlos con soluciones reales y no meramente cosméticas.

No es una tarea fácil, puesto que se pueden producir multitud incidencias o resistencias, no sólo en la implantación sino también en la adecuada aplicación de un sistema de comunicación interno. Es fundamental no olvidar, en ningún momento, que la base de una comunicación interna eficaz y eficiente parte de la confianza y respeto mutuo.

"Cuando existe fluidez en la comunicación, una organización reacciona de forma mucho rápida ante cualquier tipo de situación, lo que le permite adquirir una ventaja competitiva en el mercado".

PROGRAMAS

SEPTIEMPRE DE 2016-FEBRERO DE 2017

IBERCIDE. CENTRO IBERCAJA DE DESARROLLO EMPRESARIAL ZARAGOZA

PROGRAMAS

INNOVACIÓN EN LA DIRECCIÓN DE VENTAS EN GRANDES EMPRESAS COMERCIALES

Del 21 de septiembre al 14 de diciembre.
Miércoles, de 10 a 18 h.
Coordina: ESAMA e Impulso Coaching.

LA COMUNICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE GESTIÓN EN LA EMPRESA DE HOY. HABILIDADES DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

Del 29 de septiembre al 1 de diciembre.
Jueves, de 9.30 a 18.30 h.
Coordina: Barlovento Comunicación.

GESTIÓN DEL TIEMPO. PRÁCTICO Y TRANSFORMADOR. DE GRACIÁN A HARADA. 3ª EDICIÓN

Del 30 de septiembre al 25 de noviembre.
Viernes, de 8 a 8.45 h.
Coordina: Juan Antonio Díaz Murillo.

BÁSICO DE MINDFULNESS PARA LA MEJORA DEL BIENESTAR Y GESTIÓN DE UNO MISMO EN LOS ENTORNOS DE LA EMPRESA

Del 20 de octubre al 2 de noviembre.
Viernes, de 8 a 10.30 h.
Coordinan: Javier García Campayo y Virginia Gasión.

CONSTRUIR EQUIPOS PARA TRANSFORMAR ORGANIZACIONES

Del 4 de noviembre de 2016 al 8 de abril de 2017.
Viernes, de 15.30 a 19.30 y sábados, de 9.30 a 13.30 h.
Dirige: Azucena Vega.

PROFUNDIZACIÓN EN MINDFULNESS PARA REDUCCIÓN DEL ESTRÉS Y GESTIÓN DE UNO MISMO EN LOS ENTORNOS DE LA EMPRESA

Del 9 de diciembre de 2016 al 3 de febrero de 2017.
Viernes, de 8 a 10.30 h.
Coordinan: Javier García Campayo y Virginia Gasión.

IBERCIDE.
Centro Ibercaja de Desarrollo Empresarial.
Carretera de Cogullada, 127.
976 971 988.
formacion@ibercide.es
ibercide.ibercaja.es

iberCaja Obra Social

QUIEN ES QUIEN

Nos acercamos a nuestros Asociados

Tania** es Responsable de Consultoría RRHH en **Ayanet Recursos Humanos

Conocemos a… Tania Grande	
Áreas de interés laboral	Soy una apasionada del área de RH, pero desde su versión de negocio y desarrollo de personas, aspectos que creo deben ir de la mano. Me encanta el área de selección de personal si vamos al detalle, por la importancia que creo tiene en el negocio de las empresas y en la cultura. También me gusta el área de ventas, desde el punto de vista de desarrollo de negocio y búsqueda de colaboraciones.
Aficiones para el tiempo libre	Me encanta pasar tiempo con mi hijo y mi familia, y es una necesidad practicar deporte (si es al aire libre, mejor). Me gusta mucho leer y una buena charla con una amiga.
Lo mejor y lo peor del día a día en RRHH	En mi caso, lo mejor es la relación que estableces con cliente y el ver que, desde lo que tú haces, puedes ayudarle a mejorar en su gestión. Lo peor de RRHH, creo que es el poco valor que todavía se le da en la mayoría de las empresas: no se ve a Recursos Humanos como un área estratégica, y debería ser así por naturaleza, todavía hay que ganárselo demasiado…
Un libro	Cualquiera de Isabel Allende… me encanta. En concreto, La casa de los Espíritus y El amante Japonés.
Una película	Quedarme con una es muy difícil, porque no soy de las que solo me guste un género, pero creo que he visto más de 15 veces Braveheart.
Un viaje	En concreto, me gustó mucho uno que hice a China, por la diferencia de culturas y por lo que aprendí de ellos. También me quedo, por su paisaje, con una isla que me sorprendió mucho, porque mis expectativas sobre ella eran muy bajas: fue Kotor, es una ciudad costera de Montenegro, y me pareció espectacular.
Un consejo vital	Arriésgate por tus sueños, emociónate y consigue que los demás se emocionen contigo, y vive sintiendo.

REFLEXIONES

¿A quién le interesa la comunicación?

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

La comunicación es vital, eso lo sabemos. En todos los ámbitos de la vida: somos seres sociales y cooperativos. Nada podemos hacer solos, y para colaborar, es necesario intercambiar ciertas ideas.

Esta idea, tan simple, no siempre está adecuadamente asumida. Repito: para que podamos colaborar, es necesario que haya un intercambio de información adecuado y suficiente.

La pregunta del título es literal, un punto sobre el que me interesa centrar la atención. ¿A quién le interesa la comunicación? A aquél que pretenda la colaboración de otros. Llanamente.

En el ámbito laboral, son los directivos quienes necesitan que sus equipos se impliquen y actúen conforme a las ideas que los primeros tienen en sus cabezas. Así que son ellos los interesados en que la comunicación funcione correctamente, con eficacia y efectividad.

Esto supone la anulación de toda asunción respecto al conocimiento previo (o adivinación) por parte de los receptores del mensaje, al menos si queremos evitar consecuencias indeseadas.

En palabras sencillas, que quizá parezcan evidentes pero que el día a día tiende a difuminar: expliquemos los detalles, aclaremos todo lo que sea relevante, no demos por hecho que nuestro equipo sabe lo que pensamos o puede deducirlo. No, si queremos asegurarnos de que no se producen errores debido a una mala comunicación. Si lo hacemos así, pueden surgir errores de ejecución, adversidades fortuitas, etc., pero no habremos dinamitado nuestras posibilidades de éxito, desde el principio, con una transferencia de mensajes equivocados o insuficientes.

La urgencia diaria, la presión, las ideas preconcebidas o incluso la pereza son nuestros enemigos en este punto trascendental. Luchemos contra la trampa de pensar que los demás ven nuestros objetivos con la misma claridad que lo hacemos nosotros. La realidad demuestra continuamente que no es así.

Cuidar a nuestros equipos, que incluye comunicarnos bien con ellos, es vital para nosotros. Así que, ¿a quién le interesa una buena comunicación?

"...para que podamos colaborar, es necesario que haya un intercambio de información adecuado y suficiente".

"La urgencia diaria, la presión, las ideas preconcebidas o incluso la pereza son nuestros enemigos en este punto trascendental".

ESPECIAL

50º Congreso Internacional de Aedipe

Sara Turumbay *es Presidenta de Aedipe Navarra*

En AEDIPE Navarra hemos afrontado la organización del 50 Congreso de nuestra Asociación con entusiasmo y también con mucha responsabilidad. No es la primera vez que lo hacemos, en octubre habrán pasado 10 años desde que se celebró en Pamplona el 41 Congreso de AEDIPE bajo el lema "Innovación en Recursos Humanos: Las personas como generadoras de crecimiento en la empresa".

Todo ha cambiado mucho desde entonces, la economía, la tecnología, la sociedad, las empresas, nuestra asociación y el mundo del trabajo. En estos últimos 10 años hemos vivido cambios profundos, éstos han afectado a las personas, a las empresas / organizaciones y, sin duda, también a nuestra labor de Recursos Humanos. Entonces, en ese pasado ya no tan reciente, no podíamos imaginar cómo iba a transformarse la gestión y el desarrollo de las personas.
Dice Peter Druker: "Estamos en uno de eso periodos históricos que ocurren cada 200 o 300 años en los que la gente ya no entiende el mundo y el pasado no es suficiente para explicar el futuro". Sin duda, el trabajo es una parte importante de ese futuro. Queríamos que el Congreso abordara un tema de actualidad y que nos ayudara a analizar la situación en profundidad y a orientar mejor nuestro trabajo, por ese motivo elegimos el "Futuro del trabajo" como tema principal del Congreso.

"Queríamos que el Congreso abordara un tema de actualidad y que nos ayudara a analizar la situación en profundidad y a orientar mejor nuestro trabajo".

"Desaparecerán muchos de los trabajos que conocemos actualmente y surgirán nuevos puestos que hoy no podemos ni imaginar". Es habitual escuchar opiniones de este tipo cuando tratamos un tema como "**El futuro del trabajo**". Y seguramente seguirá habiendo cambios y los perfiles profesionales tendrán que ir adaptándose a las necesidades del mercado. No obstante nadie puede asegurar qué ocurrirá exactamente. En cualquier caso, en AEDIPE Navarra, estamos convencidos de que es crítico que nos adelantemos, analicemos las tendencias e intentemos prever en qué escenarios estaremos trabajando y qué necesidades tendrán las empresas y también qué necesidades tendrán las personas que las componen.

ESPECIAL

50º Congreso Internacional de Aedipe

El reto está en conseguir el equilibrio entre estos dos tipos de necesidades. Competitividad por un lado (dar respuesta a las necesidades de los mercados y de las empresas / organizaciones) y **progreso social** (lo que las personas necesitan para asegurar un nivel de bienestar que hasta hace poco entendíamos razonable) por otro lado. ¿Complejo? Sí, sin duda, pero es fundamental porque ninguna de las partes sobrevivirá sin la otra.

¿Cuáles son las fortalezas de este Congreso?

Por un lado los **tres OBJETIVOS definidos**:
Queremos que sea un **Congreso abierto**: hablamos del Futuro del trabajo, un tema amplio. Quedarnos encerrados únicamente en nuestra función sería insuficiente. Por eso queremos promover una visión amplia, rigurosa e interdisciplinar, un acercamiento 360º. Para ello necesitamos la participación de las diferentes visiones implicadas. Contaremos con el mundo académico, las direcciones generales, responsables de otras funciones, recursos humanos. Y también con el punto de vista sindical, de emprendedores y jóvenes, de la administración, organizaciones sociales, etc.
Entendemos que todos ellos tienen mucho que decir y aportar en el "futuro del trabajo". Todo ello para crear un espacio de reflexión y debate abierto, respetuoso y enriquecedor.
En segundo lugar, que sea un **Congreso activo**: vamos a reunir a profesionales de diferentes ámbitos y queremos aprovechar esta oportunidad. Nos gustaría que el Congreso fuese un espacio en el que compartir reflexiones, conocimientos y experiencias, además de participar en la formulación de propuestas.
En tercer lugar, queremos que sea un **Congreso global**: nos preocupa que todos los asistentes puedan encontrar referencias válidas para su desarrollo. Por eso hay grandes empresas, pero también pequeñas, de 50 trabajadores. Industriales y de servicios, privadas y públicas, cooperativas y ONG's.

"Queremos que sea un Congreso global: nos preocupa que todos los asistentes puedan encontrar referencias válidas para su desarrollo".

ESPECIAL

50º Congreso Internacional de Aedipe

Otra de las fortalezas es el **HILO CONDUCTOR**:

Ofrecemos un hilo conductor claro para que el paso por ponencias, conversaciones, y actividades no diluya el tema del Congreso, "El futuro del trabajo". En este sentido iremos de lo general a lo particular.
Durante el primer día ampliaremos el foco y presentaremos los desafíos, las tendencias, sus consecuencias, los escenarios futuros: ¿cómo nos van a afectar? ¿Cómo nos están afectando?
Y si reconocemos esos impactos, ¿qué debemos / podemos hacer en nuestras organizaciones y en nuestra economía para combinar competitividad y progreso social?
Y el segundo día, intentaremos asomarnos al futuro de la mano de empresas y organizaciones que quieren compartir su forma de aproximarse a esos escenarios. De nuevo con múltiples perspectivas. Vamos a hablar del futuro del trabajo, por eso tendrán que estar las empresas globalizadas, pero también el sector social, las ONG's o el sector público. Y cómo imaginan el trabajo las nuevas generaciones.
En esta segunda parte, queremos **compartir experiencias reales** que apuntan a los cambios que la transformación del trabajo va a exigir en lo relativo a la gestión de las personas y la aportación de valor en las organizaciones.

"Queremos compartir experiencias reales que apuntan a los cambios que la transformación del trabajo va a exigir en lo relativo a la gestión de las personas y la aportación de valor en las organizaciones".

Sería pretencioso pensar que en día y medio vamos a dar respuesta a cuál será el futuro del trabajo, pero podremos hacer una reflexión, desde distintos puntos de vista, sobre certidumbres que tenemos, intentar prever los cambios principales que habrá en el trabajo a futuro y anticiparnos en la medida en la que seamos capaces. El escenario ha cambiado mucho y seguirá cambiando en los próximos años debido a los avances tecnológicos y las nuevas exigencias del mercado. Decir que, si la economía y la tecnología cambian, así lo hará también el trabajo, es una obviedad. El reto, como hemos dicho, está en conseguir el equilibrio entre la competitividad y el progreso social.

ESPECIAL

50º Congreso Internacional de Aedipe

Y, por último, otra de las principales fortalezas del Congreso son los **ponentes** y profesionales que van participar en los diferentes formatos, unos 34 en total: disfrutaremos de una perspectiva nacional e internacional con ponentes como Raymond Torres de la Organización Internacional del Trabajo que nos hablará de "Los desafíos del empleo en el mundo", Paul Osteman del MIT de Boston con la ponencia titulada Skills, training and HR competing and succeding in the modern economy"o Ángeles Delgado CEO de Fujitsu España que reflexionará sobre "El futuro digital: nuevos talentos, nuevas actitudes". También habrá conversaciones, debates y experiencias concretas.

Todo ello en un gran escenario como es el Palacio de Congresos Baluarte y la ciudad de Pamplona. No dejéis pasar la oportunidad de disfrutar de nuestra querida ciudad, a la que os queremos invitar de forma expresa a todos/as los/as compañeras y compañeros de AEDIPE Aragón y La Rioja.
Os esperamos el 6 y 7 de octubre en Pamplona.

"Disfrutaremos de una perspectiva nacional e internacional".

Puedes consultar el programa completo en:
www.50congresoaedipe.com

Un espacio para nuestros Asociados

El Boletín Digital es uno de los órganos de expresión y comunicación de nuestra división territorial en Aragón y La Rioja. Está abierto a la participación de todos los asociados y colaboradores.

Si deseáis compartir vuestras ideas, opiniones o experiencias, podéis remitir artículos o sugerencias al email de comunicaciones que se mantiene abierto para vosotros:
comunicaciones_aragon_larioja@aedipe.es
Cualquier material recibido será apreciado y valorado para su publicación.

Os animamos a participar activamente en la asociación a través de esta vía: el boletín es una iniciativa que tiene como objetivo compartir ideas y conocimiento, uno de los mayores activos que podemos ofrecer al resto de los asociados y, de este modo, mantenernos conectados para crecer profesionalmente.

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

www.aedipe.es