



OBSERVATORIO DE RRHH

# El proceso de la creatividad también es una ruta de autoconocimiento

Maite Sáenz 24 octubre 2022 5min



**Puede que no todos seamos creativos de nacimiento pero sí que podemos aprender a darle músculo al lado derecho de nuestro cerebro. ¿Cómo? Entrenándonos, por supuesto. Y olvidándonos de nuestras limitaciones, también. La creatividad se manifiesta cuando desconectamos de todo o cuando conectamos con otros, pero en ambos casos responde a un proceso que puede ser a veces más espontáneo y a veces más estructurado,. Lo que sí que necesita es desprenderse de los prejuicios sobre nosotros mismos.**

La creatividad es un proceso que parte de nuestras experiencias y nuestro conocimiento y por eso todos podemos desarrollarla de alguna manera y según nuestra marca personal.

Desde LLYC México nos comparten una aproximación diferente a esta soft skill con siete moldes que hay que romper desde las organizaciones para conocerse a sí mismas y a su talento, perder el miedo -o la inseguridad- y disfrutar de es otro yo desconocido que todos, aunque no lo creamos, tenemos:

1. **Singularidad: abraza tu realidad.** La creatividad no es un proceso lineal y no todas las personas la trabajamos o llegamos a ella de la misma manera. Pero sí hay algo que la potencia: para que la creatividad realmente transforme las

relaciones entre las personas debemos impulsar una búsqueda obsesiva y constante de nuestra propia singularidad, para abrazarla y aceptarla.

2. **Radicalidad: no temas llevarla al extremo.** La radicalidad nos lleva a no limitar el poder de las ideas, a no quedarnos a mitad de camino. Palabras como flexibilidad, autonomía, conciliación, innovación y desarrollo profesional son conceptos que caben en muchas organizaciones. Si no hay algo en ellas que nos diferencie, nos nos sirven. La radicalidad nos ayuda a salir de estos espacios comunes y elevarlos a conceptos mucho más interesantes que tenga un impacto real en nuestra relación con el talento.
3. **Conoce a tu talento: descubre tu contexto como organización y tu empatía.** Las tasas de rotación no paran de crecer, el compromiso de los empleados está en mínimos históricos y el desajuste entre las necesidades de captación y la capacidad de atraer talento es evidente. El poder de decisión se desplaza a los empleados así es que... ¡dales razones para quedarse! El contexto es parte de su compensación, también el que les deja desarrollar su creatividad.
4. **La magia del insight.** El conocimiento de nuestro talento y nuestro contexto deberá darnos el marco para trabajar la “magia del insight”. Leo Burnett, uno de los empresarios más destacados del sector de la publicidad, afirmaba que “*un insight debe ser algo que la gente no sabía que sabía de sí misma*”. Es decir, un insight es una oportunidad de conectar emocionalmente con las personas desde una mirada mucho más cercana. Por lo tanto, el insight no sólo es un dato, sino una intuición que conecta con la realidad. Tampoco es una nueva información, sino una reinterpretación de la información que hace que las personas vean algo como nunca lo habían visto. Un insight es una visión que sorprende y que no podemos negar.
5. **Encuentra tu oportunidad singular.** Más importante que encontrar el insight es decidir lo que hacemos con él. El desafío está en conectar el punto en común entre las compañías y sus profesionales actuales o futuros: “*¿Qué es lo que buscan y qué puedo ofrecerles?*”. Se trata de generar una lista de preguntas provocativas que comienzan con esta estructura. Esta técnica ayuda a descubrir ideas innovadoras, porque favorece el pensamiento lateral y el descubrimiento de soluciones que no se habían probado hasta ahora.
6. **Evita la complejidad innecesaria.** La importancia de la sencillez radica en que lo que es simple es fácil de recordar, de adaptar y de mantener. Porque la complejidad es desorden, es contradicción. Lo complejo nos genera incertidumbre y, casi siempre, desinterés y abandono.
7. **Piensa en los stoppers de tu día a día.** Entre los stoppers más frecuentes para aplicar la creatividad en proyectos de talento se encuentran la falta de tiempo, la cultura de la compañía, la desconexión con las inquietudes y/o intereses de los profesionales y la ausencia de un mensaje claro. Esta última barrera es muy común, porque frecuentemente se intentan comunicar demasiadas cosas en lugar de poner foco en aquello que realmente aporta valor diferencial. Tan importante es identificar lo prioritario como lo que no lo es.

Link: <https://www.observatoriorh.com/orh-posts/el-proceso-de-la-creatividad-tambien-es-una-ruta-de-autoconocimiento.html>