

Workshop

Ideas para Comunicación y Cultura

Diario El País, mayo de 2017



Ideación en Comunicación

Contexto / Premisas

Ideación Divergencia

Convergencia Iniciativas

Herramientas

Propósito

El propósito de la sesión es otorgar herramientas a los funcionarios de **El País** con el fin de sumar en el inventario de habilidades de comunicación y que sirvan de base para continuar construyendo la **cultura** de la organización.

Ideación en Comunicación

Contexto / Premisas

Ideación Divergencia

Convergencia Iniciativas

Herramientas

Propósito

El propósito de la sesión es otorgar herramientas a los funcionarios de **El País** con el fin de sumar en el inventario de habilidades de comunicación y que sirvan de base para continuar construyendo la **cultura** de la organización.

Objetivos Específicos

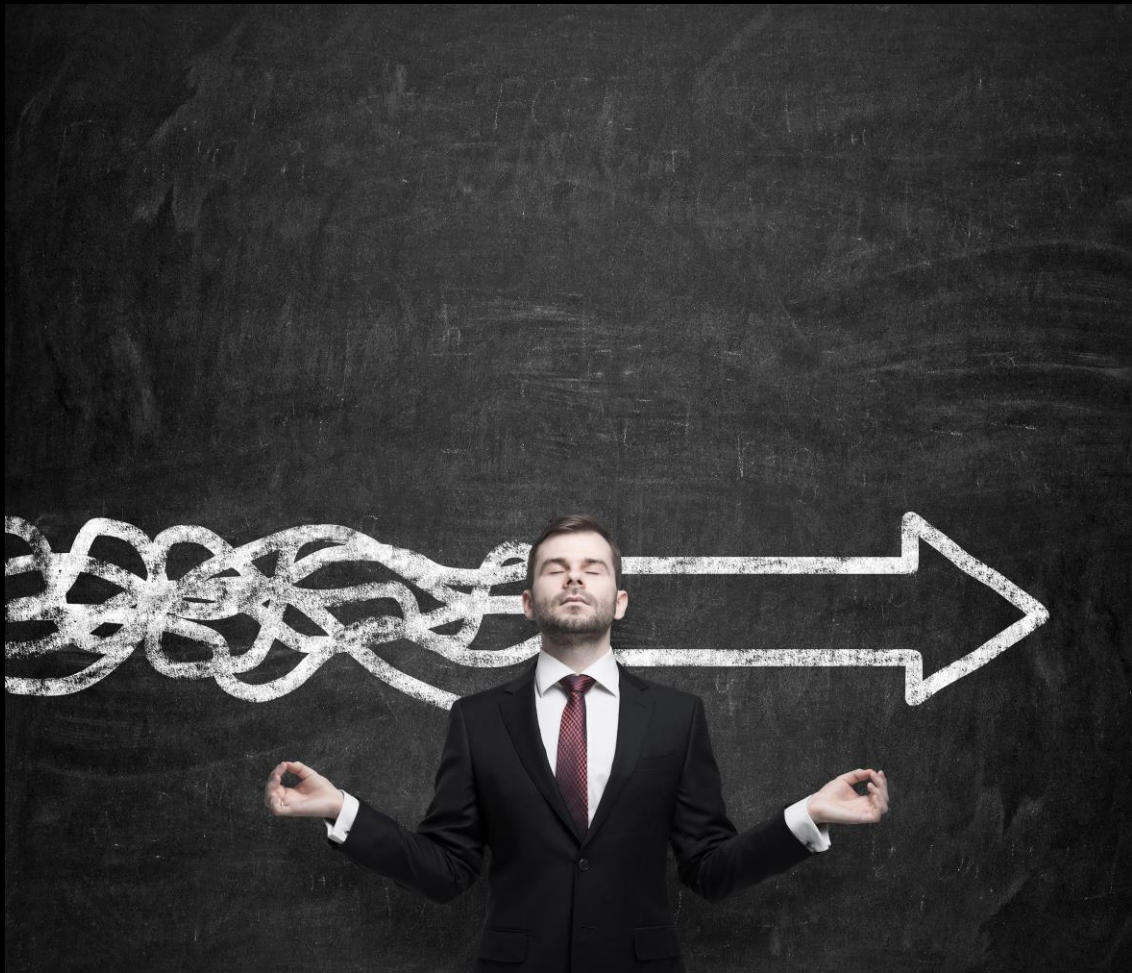
Construir capacidad de cambio personal y organizacional

Establecer un inventario de iniciativas de comunicación ideadas por el grupo

Abrir el diálogo entre miembros clave de la empresa

Desarrollar habilidades para enfrentar el contexto desde el empoderamiento





**El cambio es
una puerta
que se abre
desde
adentro**

ACUERDOS



Los acuerdos
se enmarcan en
Respeto,
Atención,
Participación,
Conexión.
**REALICEMOS
ALGUNOS
ACUERDOS..**



*Si estás deprimido, estás viviendo en el pasado Si estás ansioso, estás
viviendo en el futuro Si estás en paz, estas viviendo el presente* Lao Tse

Reglas de Juego



- Participación**
- Integración**
- Exploración de Ideas
- Estrategia Grupal**
- Análisis
- Apertura
- Respeto**
- Evitar Juicios**

LA RELEVANCIA DE LA CULTURA



Una de las empresas
de mayor
reconocimiento en la
región, con
resultados
extraordinarios en
momentos difíciles
para el mercado

'Bavaria cerró su mejor año desde 2006': Grant Harries

Presidente de la compañía habla del último periodo fiscal y de cómo capotearán incertidumbre global.

Por: MAURICIO GALINDO Y MARCELA HAN ACERO |
© 8:59 p.m. | 30 de abril de 2016



Foto: Mauricio Moreno / EL TIEMPO

El inglés Grant Harries, que creció en Zimbabwe, fue nombrado presidente de Bavaria a fina...

Fenómeno del Niño aceleró facturación de gaseosas y cervezas

Crecieron Bavaria y Coca-Cola.



Dinero ECONOMÍA EMPRESAS PAÍS INVERSIONISTAS INTERNACIONAL FINANZAS PERSONALES COLUMBIANOS

NEGOCIOS | 1/21/2016 12:00:00 AM

Se renueva el mercado de la cerveza en Colombia



El crecimiento de 10% en volumen que reportó el año pasado el mercado cervecero colombiano alienta las expectativas de los grupos que están y los nuevos competidores que traerán sus marcas al país.

LA RELEVANCIA DE LA CULTURA



Luego de años de récords en ventas, en hectolitros, récord en rentabilidad y salud de marca, la empresa entra en un periodo de incertidumbre...

????????

AB InBev y SABMiller son oficialmente una sola compañía

Acción



EL FINANCIERO

El 'rey de la cerveza' vuela en clase económica, usa jeans y ama la presión

Carlos Brito, CEO de AB InBev, es considerado uno de los mejores negociadores en su sector y su estilo de dirección es enérgico y decidido, pues considera que "si quiere sacar lo mejor de las personas, tiene que presionarlas todo el tiempo".

04 AGOSTO 2016

AB Inbev dominará plana directiva tras fusión con SABMiller



La cervecera belgo-brasileña asumirá 18 de 19 puestos claves en el día

Los altos ejecutivos de la cervecera belgo-brasileña **AB Inbev** dominarán la plana directiva de la empresa que resulte de la fusión con la británica **SABMiller**.

De acuerdo con la agencia *Reuters*, que conoció detalles de la operación, la nueva compañía estará a cargo de equipos de "jefes funcionales" y "presidentes de zona", y ambos reportarán al director ejecutivo de AB InBev, **Carlos Brito**. El acuerdo es que 18 de esos 19 puestos sean de AB Inbev.



Carlos Brito dirige la cervecera belgo-brasileña AB InBev, que esta semana adquirió a su rival SABMiller. (Bloomberg)

EL IMPACTO CULTURAL



La empresa declara sus principios de cultura que se constituyen en su credo, un comportamiento esperado en sus funcionarios

DREAM

- 1 Our shared Dream energizes everyone to work in the same direction: Bringing people together for a better world.

PEOPLE

- 2 Our greatest strength is our people. Great people grow at the pace of their talent and are rewarded accordingly.
- 3 We recruit, develop and retain people who can be better than ourselves. We will be judged by the quality of our teams.

CULTURE

- 4 We are never completely satisfied with our results, which are the fuel of our company. Focus and zero-complacency guarantee lasting competitive advantage.
- 5 The consumer is the boss. We serve our consumers by offering brand experiences that play a meaningful role in their lives, and always in a responsible way.
- 6 We are a company of owners. Owners take results personally.
- 7 We believe common sense and simplicity are usually better guidelines than unnecessary sophistication and complexity.
- 8 We manage our costs tightly, to free up resources that will support sustainable and profitable top line growth.
- 9 Leadership by personal example is at the core of our culture. We do what we say.
- 10 We never take shortcuts. Integrity, hard work, quality, and responsibility are key to building our company.

LA CULTURA PREDOMINA

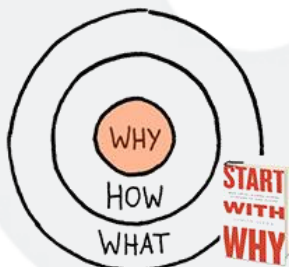
La lealtad casi religiosa de algunos consumidores se sustenta en las bases profundas de la cultura de la organización, no por los productos



CULTURE

Primero Propósito y Cultura

Un factor común que puede diferenciar a las empresas de mejores resultados en el largo plazo tiene que ver con su pilar cultural y la forma en que esa cultura permea



Primero Propósito y Cultura

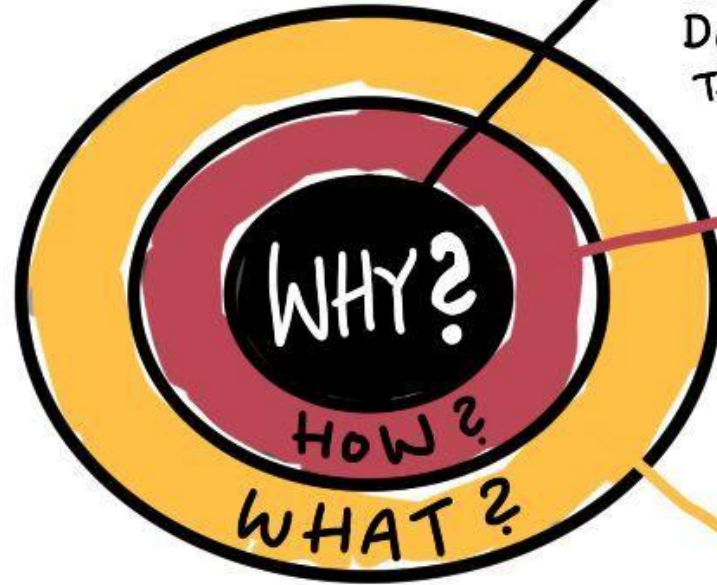
La inspiración inicia con identificación del propósito, una causa mayor.

Para qué (propósito)

Cómo (lo que nos hace diferentes)

Qué (los aspectos obvios de los servicios o productos)

GOLDEN CIRCLE



WHY DO YOU DO WHAT YOU DO? WHAT'S THE PURPOSE?

HOW DO YOU DO WHAT YOU DO?

WHAT THE HELL DO YOU DO?

IDEA: SIMON SINEK

Premisas

Visitar Siempre el
Terreno del Otro



Premisas

Hacerse Cargo



Premisas

Si se verifica que el mensaje llega y el resultado es acorde con la intención: hay comunicación...



Premisas

El Silencio también es
Comunicación



Ideación en Comunicación

Contexto / Premisas

Ideación Divergencia

Convergencia Iniciativas

Herramientas

Propósito

El propósito de la sesión es otorgar herramientas a los funcionarios de **El País** con el fin de sumar en el inventario de habilidades de comunicación y que sirvan de base para continuar construyendo la **cultura** de la organización.

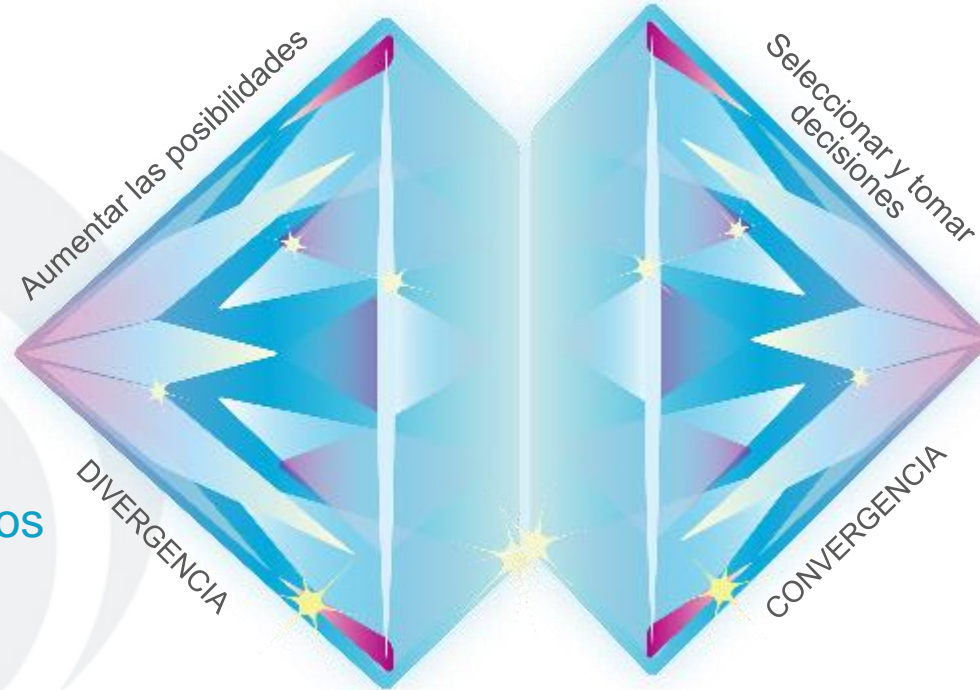
DIVERGENCIA Y CONVERGENCIA

Actividades

- Pensamiento Abierto se evita juzgar.
- Explorar las Opciones.
- Involucrar a muchas personas.
- Generar ideas.
- Investigar más de una posibilidad

Actitudes y Comportamientos

- Explorar
- Cuestionarse
- Ser Creativo
- Abierto



Actividades

- Acordar Prioridades
- Establecer criterio de selección.
- Evaluar la calidad de las ideas y viabilidad de las opciones.
- Tomar decisiones y seleccionar.
- Llevar las mejores ideas a la siguiente etapa.

Actitudes y Comportamientos

- Evaluar
- Cuestionarse
- Ser Crítico
- Ser Selectivo
- Tomar Decisiones

DIVERGENCIA



Imaginar

Ponernos a nosotros mismos en situaciones imaginarias detona nuevas formas de pensamiento. Si fuéramos de Marte ¿cómo sería ese problema?



Asociar

Crear nuevos vínculos en los objetos de manera deliberada. Pensamiento metafórico es muy útil en este elemento, usando cualidades de un objeto para ser usados en otro.



Dar Forma

Cambiar varios aspectos de la situación, brainstorming es una excelente técnica para este elemento de la divergencia.



Preguntar

Preguntas abren puertas, una de las mejores preguntas para abrir nuevas posibilidades es: ¿No sería ideal si..? Tratar de encontrar 10 formas de completar esa pregunta



ACTIVIDAD

Divergencia

Trabajo grupal en los cluster definidos y profundizando en las ideas enviadas en prework.

Ideación en Comunicación

Contexto / Premisas

Ideación Divergencia

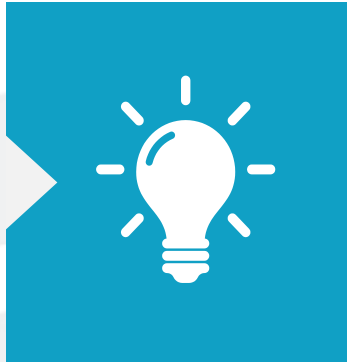
Convergencia Iniciativas

Herramientas

Propósito

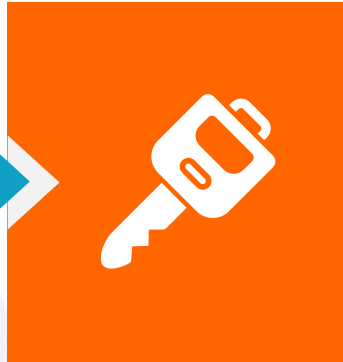
El propósito de la sesión es otorgar herramientas a los funcionarios de **El País** con el fin de sumar en el inventario de habilidades de comunicación y que sirvan de base para continuar construyendo la **cultura** de la organización.

CONVERGENCIA



CLASIFICAR

Para darle sentido a lo que seguramente son miles de posibilidades, agrupar en categorías muy relevantes.



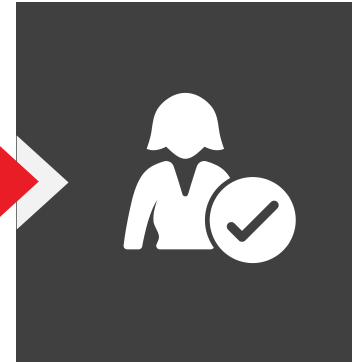
ADAPTAR

Cuando posibilidades probables han sido identificadas, estas se pueden expandir y adaptar para crear nuevas.



PROFUNDIZAR

Para “blindar” una idea primero hay que pensar en todo lo que puede salir mal, o qué headwinds pueden crear una tormenta perfecta para la idea o proyecto.



SELECCIONAR

Las ideas no existen si no son implementadas, para ello necesitamos que haya dolientes que deben ser seleccionados detalladamente.



ACTIVIDAD

Convergencia

Agrupación por temas afines, recurrentes, que sean de común interés.

Ideación en Comunicación

Contexto / Premisas

Ideación Divergencia

Convergencia Iniciativas

Herramientas

Propósito

El propósito de la sesión es otorgar herramientas a los funcionarios de **El País** con el fin de sumar en el inventario de habilidades de comunicación y que sirvan de base para continuar construyendo la **cultura** de la organización.



VIDEO - FORO



**Conversaciones
Relevantes**



Pasos para Desconectar el Ego Y conectar Propósito “Libérate”

1. No te sientas Ofendido
2. Libérate de la Necesidad de ganar

3. Libérate de la Necesidad de tener razón
4. Libérate de la necesidad de ser superior

5. Libérate de la necesidad de tener más
6. Libérate de la necesidad de identificarte con tus logros

7. Libérate de la Fama

Workshop

Ideas para Comunicación y Cultura

Diario El País, mayo de 2017

