

COMUNICACIÓN



Flor Cid, Directora de FlorCidComunicación.es.

HUMANIZAR LAS OFICINAS: HACIA EL CAMBIO REAL EN RR.HH.

Recientemente, el Palacio de la Prensa de Madrid ha acogido un evento pionero que se convertirá en el acicate de la verdadera transformación que está demandando el sector de los recursos humanos en España, y con la perspectiva de un movimiento internacional. *#Humanosenlaoficina*, es la denominación sencilla a la par que descriptiva escogida por su creador, Miguel Ángel Pérez Laguna, director de talento y comunicación, para abanderar un necesario cambio de la mano de otros directores, mandos medios, responsables, público en general y con el soporte de la prensa y las redes sociales, donde en la actualidad cuenta con 400.000 seguidores.

En definitiva, se trata de fomentar el verdadero compromiso con el talento y el trato humano como valor indispensable y diferencial que sea capaz de generar una cultura de liderazgo real. No obstante, y para hacer de este archiconocido (y no siempre tan bien implementado) liderazgo algo palpable, con resultados y 'revolucionario', la apuesta de Pérez Laguna pasa por huir de slogans y declaraciones de intenciones para convertir la aclamada 'humanización' en una dinámica real y cotidiana que favorezca el desarrollo profesional acorde con el crecimiento de la empresa.

SER FELIZ Y PRODUCTIVO

En el marco de un formato pionero, en tanto en cuanto se ha erigido como el primer espectáculo en España dedicado a las personas en el trabajo, la primera edición de *#humanosenlaoficina* ha reunido a 10 ponentes de primer nivel, pero también 'del mundo real', que han comunicado experiencias y enfoques innovadores. Concretamente, ha contado con las intervenciones de: María Gutiérrez, cofundadora de Citibox; Manu Romero, Fundador del Departamento de Felicidad; Fernando Santiago, experto en Storytelling; Mark Gibson, fundador y director de Programas de Best Institute; Paloma Fuentes, gerente del Departamento de Felicidad de Mahou San Miguel; Fina

Cantos, comunicadora y coach ejecutiva; Sonia Romero y María del Barco, directora, y responsable del Área de Personas y Comunicación Interna en Atrevia, respectivamente; Vanesa Sánchez, directora de RR.HH.; y Adolfo Galán, profesor en ESIC y la Universidad Carlos III de Madrid. Miguel Ángel Pérez ha opinado que, "hemos dado ideas y visiones, queremos avanzar hacia la propuesta de cambio real". Sin duda, su trabajo volverá a dar nuevos frutos en una 2ª edición, en la que ya está trabajando para el mes de octubre, con nuevas voces que van a afinar mucho más las propuestas para humanizar las oficinas.

De hecho, todos los participantes han contado cómo ser personas felices y productivas en el trabajo, un objetivo alcanzable donde la comunicación, de manera especial la comunicación interna, juega un papel insustituible. ¿Por qué? Porque una de las misiones principales de esta modalidad de comunicación en las organizaciones consiste en ser el vehículo transmisor de la confianza necesaria en los diferentes niveles, que conduzca hacia la satisfacción en el desempeño individual y, como consecuencia, que se materialice en el éxito del proyecto empresarial global.

De ahí la importancia de diseñar e implementar verdaderos planes de comunicación ordenados, inclusivos y bidireccionales, en los que ser líder prime sobre ser mero 'jefe' o responsable de algo o de alguien. Y es que hay una clara diferencia entre ambos conceptos, como comenta Pérez Laguna en uno de sus artículos, 'un jefe se gana el respeto únicamente por el cargo que ocupa en el organigrama. Un líder suele ser más abierto a escuchar a las personas y sus problemas, son alegres, transmiten positivismo y ganas de trabajar'.

Como cierre de este movimiento, que dará mucho que hablar porque viene pisando fuerte, no hay que olvidar el hecho de que la verdadera estrategia de comunicación interna comienza desde el propio proceso de selección del candidato. De tal forma, el responsable de selección es una de las figuras clave en todo el proceso pues, como sostiene el experto, su capacidad de relación con un candidato deseado por la compañía resulta crucial, tanto de crearla como de mantenerla. 'Hablamos de ser relaciones públicas para ser expertos en atraer talento desde el momento de la entrevista, incluso antes', señala. Muchos coincidiremos en señalar que, en este contexto, la comunicación es la herramienta 'vip' para alcanzar las nuevas metas. Un horizonte con infinitas opciones innovadoras y humanas, cuya temática puede ser abordada en próximas colaboraciones. ■