

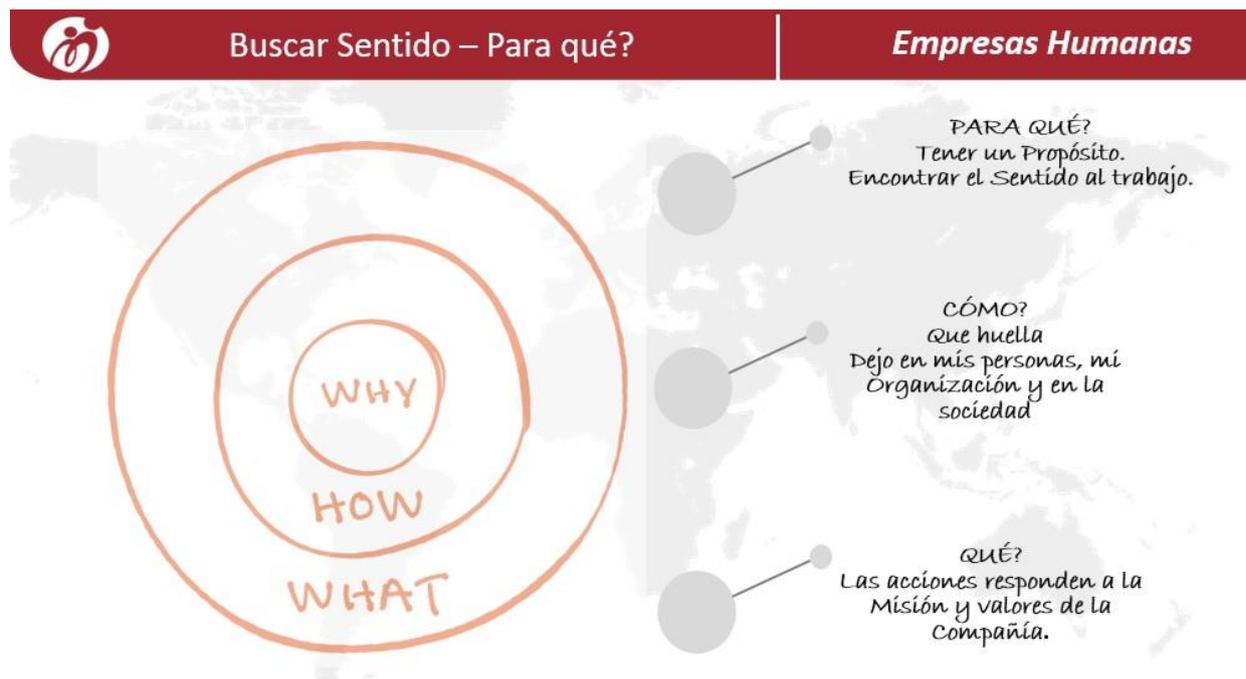
La Red de Empresas de la Fundación más humano organiza una jornada para abordar el tema de la Transformación Cultural en las organizaciones

“La cultura es la manera de sentir, pensar y actuar de una compañía”

- Repsol, Orange y Banco Santander definen nuevos modelos de comportamiento alineados con la misión, visión y valores de su empresa, focalizando en la persona.
- Stephanie Zweifel, directora del Área de Empresas de la Fundación más humano, asegura que “la nueva era exige, tanto a las personas como a las empresas, vivir en un proceso de *continuo aprendizaje, salir de la zona de confort, compartir no competir y aprender del éxito de los otros*”.

Madrid, 18 de mayo de 2017. La [Fundación más humano](#), a través de su Red de Empresas, organiza la jornada “**Revolución cultural: El nuevo escenario empresarial al 2025**” con el objetivo de compartir cómo definir, implantar, medir y comunicar los modelos de gestión basados en las **nuevas formas de trabajar del siglo XXI, humanizando el entorno y poniendo a las personas en el centro de todas las decisiones estratégicas de la organización.**

En estos momentos nos encontramos con un entorno cambiante y en constante evolución donde la innovación es una necesidad imperante en productos, servicios y procesos y en donde existe una convivencia entre nuevos perfiles profesionales: seniors, millennials, generación Z, etc. Todo esto en un **contexto de gran incertidumbre y de alto grado de exigencia social**, tanto en el “¿qué hacemos?”, como en el “¿cómo lo hacemos?”.



“Esta nueva realidad, hace que la persona cobre un protagonismo esencial como elemento clave para el éxito empresarial”, asegura **Manuel Naharro, experto en innovación y miembro del Consejo Consultivo de la Fundación más humano.** “El talento se ha convertido en un bien

escaso que hay que atraer y retener en las organizaciones”, añade.

Así mismo, el consultor considera que adoptar y poner en marcha una cultura más humana permite **desarrollar la innovación y la creatividad, potenciar el talento, generar compromiso y orgullo de pertenencia, aumentar la productividad y fomentar la competitividad de la organización.** “La cultura es la manera de sentir, pensar y actuar de una compañía”, sentencia Naharro.

En la misma línea, **Stephanie Zweifel, directora del [Área de Empresas de la Fundación más humano](#)**, alerta que “la nueva era nos exige a **aprender a aprender, colaborando, no compitiendo y construyendo sobre el éxito ajeno**”.

¿Cómo conseguir una empresa “más humana”?

Durante el evento, todos los ponentes estuvieron de acuerdo en que llevar a cabo la transformación cultural de una organización es un trabajo de largo recorrido, en el que es necesario no solo definir la nueva estrategia organizativa, sino también lograr que toda la entidad se empape de esta nueva forma de hacer.

Desde el **Área de Empresas de la Fundación más humano**, se establecen cuatro pasos para que una entidad sea capaz de llevar a cabo este proceso de transformación:



Para **Isabel Fernández Alba, directora de Talento, Cultura y Comunicación Interna de Repsol**, “las empresas del futuro tienen que ser ágiles, flexibles e innovadoras. **Deben ser eficientes, estar enfocadas en la generación de valor, contar con líderes inspiradores y, también, con un buen gobierno corporativo**”. La directiva explica que, “en estos momentos, en Repsol nos encontramos inmersos en un proceso de reflexión. Ahora tenemos que ser ambiciosos y ponernos grandes retos para trabajar en conseguir el bienestar para todos”.

Y es que, “en una empresa, los resultados de negocio y la salud de la organización son asuntos que han de tratarse con la misma seriedad”, afirma **Ignacio de Orú Sabau, Director General de Personas y Comunicación de Orange**. “Este es un momento para ser valientes, para cuestionar y asumir riesgos”, añade. Orange fue una de las primeras compañías en España que puso en marcha medidas destinadas a mejorar la conciliación de sus empleados, como el horario flexible o el teletrabajo, por ejemplo. Así mismo, recientemente ha rediseñado sus oficinas creando espacios abiertos donde el empleado decide dónde y con quién trabaja cada día. Además, la empresa de telefonía hace especial hincapié en la comunicación interna, tanto entre líderes y empleados, como entre los propios trabajadores:

eventos, *workshops* de co-creación, *open days*...

Por otro lado, **Alberto Baltanás, Director de Comunicación Interna de Banco Santander**, hacía una reflexión acerca de su actual punto de mira: **“Durante muchos años, Santander se ha centrado en el valor al accionista, pero eso ahora ha cambiado. Nuestro foco está en los empleados y, consecuentemente, en nuestros clientes”**. La compañía española se ha propuesto llevar a cabo un gran cambio cultural que le sitúe como un banco *sencillo, personal y justo*. “Las transformaciones tienen que ser retadoras y motivadoras para la compañía”, asegura.

Los participantes de la jornada **“La Revolución Cultural: El Nuevo Escenario Empresarial al 2025”** coincidieron en que por la velocidad y profundidad de los cambios a los que las empresas y la sociedad estamos haciendo frente, ya no se trata de un proceso de transformación, sino de una *Revolución Cultural* para implantar nuevas formas de trabajo, humanizando el entorno y entendiendo el verdadero valor de la persona. **Mónica Torres, Directora de Cultura, Compromiso y Experiencia de Empleo de Santander** concluyó que, **“comportarse con integridad es fundamental, son tan importantes los comportamientos como los resultados”**.

Más información:

Nuria Alonso Martínez-Losa

Directora Comunicación

Fundación más humano

Tel: [91 351 02 71](tel:913510271) / Mov: [608 666 322](tel:608666322)

www.mashumano.org

