5A EDICIÓ DEL FORO BARCELONA D'AEDIPE CATALUNYA

La marca personal en la gestió del talent

L'Associació Catalana de Direcció de Recursos Humans, Aedipe Catalunya, ha celebrat la cinquena edició del Foro Barcelona per al Desenvolupament del Talent i la Competitivitat, centrat, en aquesta ocasió, en l'anàlisi del *personal branding*, o marca personal.

El president d'Aedipe Catalunya, Ricard Alfaro, durant la seva intervenció en la 5a edició del Foro Barcelona. / *CEDIDA*.

MÓNICA DALUZ

L'Auditori Axa va acollir, el passat 7 de maig, una jornada que proposà un decàleg d'accions per aprofitar el talent a les empreses, amb l'exposició de tres eloqüents ponències que es van teixir amb un fil conductor: la marca personal. Els protagonistes de les dissertacions van ser: el publicista Risto Mejide; Juan Carlos Cubeiro, Head Talent de Manpower Group, i Marcos Urarte, director general de Pharos. El president d'Aedipe Catalunya, Ricard Alfaro, va presentar l'edició 2014 de Foro Barcelona, així com la nova imatge corporativa de l'associació. L'acte va comptar també amb la participació del gerent de Recursos de l'Ajuntament de Barcelona, Joan Angulo, que va parlar sobre la marca Barcelona.

Mejide: "Cada somriure és un esgraó cap a la venda"

De l'anonimat al boom mediàtic

Risto Mejide va presentar la ponència "Marca Personal i Intransferible". Utilitzant l'exemple de la seva pròpia trajectòria, el publicista va anar desgranant com va passar de l'anonimat al boom mediàtic: o el que és el mateix, com va transitar des d'una primera aparició com a membre del jurat al programa de Telecinco, *Operación Triunfo*, on va passar desapercebut, a una segona, on es va proposar destacar -diferenciar-se- amb una estratègia ben clara: incomodar els concursants davant milions d'espectadors. "Després d'allò, ja tenia imitadors", explicà el publicista. I és que, com diu aquesta cita del multidisciplinar Michael Crichton (que va resultar absolutament reveladora per a Mejide): "Si ningú no es queixa, és que no has dit absolutament res".

Cubeiro: "Només la gent feliç és creativa"

Però, què és una marca personal? Mejide va definir el concepte com "la resposta emocional davant d'una imatge, d'un nom o d'una persona", i va afegir als tres elements clàssics associats a la marca personal -autenticitat, diferenciació i notorietat-, les *tres erres*: rellevància, reputació i ressonància. Perquè obtenir rellevància davant la ingent quantitat de marques és, segons el publicista, un dels focus a potenciar. Així com també ho és utilitzar l'enginy per aconseguir ressonància, fent ús de totes les plataformes a l'abast, especialment de les xarxes socials, aprofitant temes d'actualitat o fent servir l'humor. "Cada somriure –afirmà Risto– és un esgraó cap a la venda".

Confiança, respecte i compromís

Pel que fa a la ponència de Juan Carlos Cubeiro, Head of Talent de Manpower Group, titulada "Benvinguts al Talentisme: posa en valor la teva Marca personal i deixa la teva empremta en un món Human Age", l'especialista en RH va enumerar fins a setze conceptes bàsics per a la gestió de persones a les organitzacions. Entre ells, però, va destacar-ne especialment tres: la confiança, el respecte i el compromís, recordant als presents que "el talent és més escàs i més valuós que el capital". Per triomfar en els nous temps, a més, Cubeiro va recomanar esforçar-se per aconseguir que "quan un empleat marxi de la nostra empresa tingui més valor que quan va entrar", i va recordar que una empresa "val tant com la suma dels seus talents".

Un altre valuós consell de Cubeiro va consistir a afirmar que cal tenir un repte i va recordar als presents que "només la gent feliç és creativa".

Viure en entorns volàtils

Quant a Marcos Urarte, director general de Pharos, la seva intervenció va servir per fer una crida a la necessitat d'aprendre a viure en entorns volàtils, incerts, ambigus i complexos, i admetre que el món canvia i que el talent que es necessita és diferent avui que en etapes anteriors. Per aconseguir innovació, l'expert va aconsellar fer les empreses atractives per atreure i retenir talent, creant entorns inconformistes. És a dir, fomentant els "equips amb iniciativa, curiositat, creativitat i capacitat d'observació, per a propiciar la generació d'idees".

Uriarte: "El món canvia i el talent que es necessita és diferent avui que en etapes anteriors"

L'acte es va cloure amb la presentació del 48è Congrés Internacional d'Aedipe, que es celebrarà a Madrid el proper mes d'octubre. ●

L'ERA DEL RESPECTE

"Respecte és la capacitat de veure una persona tal com és; tenir consciència de la seva individualitat única. Respectar significa preocupar-se perquè l'altra persona creixi i es desenvolupi tal com és. Des d'aquest punt de vista, el respecte significa absència d'explotació." Amb aquesta definició, Juan Carlos Cubeiro introdueix el concepte del que anomena Human Age, una nova era i un nou estil d'empreses basat en el respecte envers les persones. Una filosofia contraposada al taylorisme, que preconitza la desconfiança, el control i el supòsit que les persones són mandroses per naturalesa, i que uns manen i els altres obeeixen. Cubeiro recorda la cèlebre cita de Karl Marx: "L'obrer té més necessitat de respecte que de pa." ●