

ACTA DE REUNIÓN

GRAF CATALUNYA

UBICACIÓN: BANKPIME

FECHA: 26/02/2010

INICIO: 10:30h

FINAL: 14:00h

CONVOCA: Carme Suárez - Bankpime

ASISTEN: Carme Suárez, Adela Martínez y Joan Carles García de Bankpime

Marta Padrós de Caixa Girona
Irene Rodríguez de Citi
Sara Bataller de La Caixa
Patricia Martínez de Caixa Sabadell
Gabriel Esgueva y Isabel de Caixa d'Enginyers
Francesc Contijoch de Caixa Manlleu
Antoni Rodríguez de Caixa Terrassa
Mireia Montoriol de Sabadell Andorra
Miguel Angel Cortés de Banc de Sabadell
Maribel Alvarez y Carlos Aymerich de Caixa Penedès

Se nos unen a la comida :
Ramon Godinez SegurCaixa Holding
Francesc Ventura de La Caixa
Carles Llombart de Deutsche Bank

ORDEN DEL DIA:

- Debate entre los asistentes sobre la situación actual
 - Intervención de Tatum con la presentación de reflexiones sobre el Marketing de RRHH
-

TEMAS TRATADOS:

Reflexión sobre el tema de Marketing interno en RRHH:

- Daniel Primo y Eugenio de Andres, con Meritxell Casellas de Tatum, presentan las conclusiones del libro "Sé InnovadoRH" y nos hacen reflexionar sobre la necesidad y/o oportunidad de aplicar a la función de RRHH las técnicas del marketing centradas básicamente en :
 - Generar un plan estratégico de RRHH tanto a medio/largo plazo, como anual, como habitualmente se realiza en Marketing.
 - Generar información válida y fiable sobre los empleados, comparable con la inteligencia de mercado de Marketing, con la finalidad de que podamos aportar datos, información y valor a la alta dirección. Para ello es necesario segmentar la plantilla y generar estudios, información, evaluaciones de los empleados que aporten valor y faciliten tomar decisiones a la Dirección, por ejemplo mapas de talento, etc.
 - Plantearnos la atracción y fidelización de nuestros empleados bajo el concepto de "marca empleadora". Fomentando la idea de marca en términos similares y con acciones específicas a las de marketing, por ejemplo realizando acciones para nuestros clientes/empleados diferenciales que generen implicación y fidelidad a la marca.
 - Crear experiencias "dignas de ser explicadas" que permitan a nuestros empleados sentirse orgullosos del lugar donde trabajan y sean prescriptores.

El debate se centra en dos aspectos clave:

- La dificultad de siempre de tener datos objetivos, medibles y de valor para la alta dirección y a su vez demostrar a la Dirección que nuestro ámbito de actuación no siempre es 100% medible. Consideramos que es importante evolucionar en los dos sentidos, que RRHH realice un esfuerzo para tener cifras, datos y resultados y que las Direcciones Generales creen más sinceramente en el valor de las personas y que actúen en consecuencia.
- La oportunidad de aplicar de forma más sistemática algunos de los conceptos del marketing que realmente nos pueden ayudar a dar un paso adelante en las políticas de RRHH. Todo y que se viene realizando un esfuerzo desde hace tiempo en esta dirección, realmente se puede avanzar mucho más y desde nuestra función hemos de tomar el compromiso de ser más sistemáticos en este tipo de actuaciones.

Acordamos que para la próxima reunión, prevista para el 15 de abril en las oficinas de CITI, continuaremos trabajando el tema. Para la referida reunión, cada cual traerá un ejemplo concreto de alguna acción en la que se ha trabajado bien desde este enfoque de Marketing Interno (en algún aspecto de los anteriores apartados) para utilizarlos al preparar la presentación para la reunión del GREF del mes de junio.

Fuera de programa asistimos a una comida en la que se incorporan más miembros del Grupo que no han podido asistir a toda la reunión, durante la comida se debate sobre temas de la situación actual.