

NOTA DE PREMSA

L'acceleració de la transformació digital causada per la pandèmia provoca un nou paradigma laboral

- ***Les organitzacions associades a la Fundació Factor Humà aposten per un sistema híbrid que combini el treball presencial i el teletreball, tenint en compte les situacions específiques de cada persona i atenent a la conciliació personal i laboral.***
- ***Gebro Pharma, Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya (FGC) i Doga Group afirmen que la comunicació interna i la gestió de les persones se situen entre les tasques més reforçades en aquest nou escenari.***

Barcelona, 6 de juliol de 2020. La pandèmia de la Covid-19 i el conseqüent confinament han canviat radicalment les estratègies de les empreses. Durant els darrers mesos, els Departaments de Recursos Humans han hagut de reforçar la seva activitat per tal de donar una resposta eficient als seus treballadors. D'altra banda, els processos de digitalització, previstos en molts casos a un any o dos vista, s'han accelerat i s'han aplicat en un temps rècord. Ha estat l'única manera de continuar amb l'activitat en unes condicions poc favorables i en moments d'incertesa, provocats per l'alerta sanitària.

Davant d'aquest nou paradigma, la [Fundació Factor Humà](#) analitza com ha estat aquesta acceleració forçada i davant la qual les seves organitzacions associades s'han adaptat amb agilitat: treballant de prop amb les persones i procurant que l'*engagement* entre la persona treballadora i l'empresa només vagi en augment. Tot plegat seguint alguns dels valors més importants de la Fundació, una comunitat de coneixement que té com a objectiu millorar la gestió de les persones i que compta amb 75 empreses i organitzacions adherides.

Apostar per un sistema de treball híbrid

Després de l'experiència viscuda, l'impacte digital en els llocs de treball sembla imparabile i això farà que la tecnologia i les relacions humanes convisquin en harmonia a les empreses. Segons **Anna Fornés, directora de la Fundació**, **“les empreses intel·ligents són les que s'adapten i aquestes són les que aconseguiran una bona entesa entre tecnologia i relacions humanes”**. I és que la brutal acceleració digital ha fet que en tres mesos passin coses inimaginables a les empreses i ha trencat moltes creences.

Així doncs, davant del nou paradigma laboral i aquesta bona entesa que apunta Fornés, cal tenir en compte que, per una banda, es deixaran de fer feines que no aporten valor afegit, ja que estem davant d'una transformació del món laboral i això provocarà canvis en els llocs de treball pels quals caldrà adquirir noves habilitats (*reskilling*). D'altra banda, tot indica que la incorporació del teletreball pot millorar el compromís -o *engagement*- de treballadores i treballadors, tot i que la Fundació aposta per un model híbrid: combinar dos o tres dies de teletreball amb el treball presencial. **“Si les empreses som capaces d'articular bé el teletreball això farà que millori la qualitat de vida de tothom”**, comenta la directora de la Fundació.

De fet, si seguim els resultats de l'enquesta [T treball i Covid](#), on s'analitza l'experiència de les persones assalariades a tots l'Estat davant la pandèmia i que la Fundació ha publicat recentment en col·laboració amb altres entitats de referència del sector dels Recursos Humans, només un 18% han valorat negativament el teletreball. Tot i així, la responsable de la Fundació alerta que **“un treball remot extrem podria comportar grans riscos vinculats amb factors com ara la salut mental, per la manca de pràctica de les relacions humanes”**.

Isabel Salas, directora de Recursos Humans i Comunicació de Gebro Pharma, una companyia associada a la Fundació, també argumenta que els laboratoris deixaran un dia de lliure elecció a la setmana destinat al teletreball, però l'opció preferent és la presencial. **“Quan compartim espais i temps comuns tots els processos de cocreació, alineació, creativitat i sinèrgies són més fluïts”**, assegura. Gebro Pharma, laboratori del Grup Gebro que compta amb 45 treballadors a l'oficina de Barcelona, ha fet front al confinament reforçant la comunicació interna i accelerant la implementació de la tecnologia digital. Segons Salas, “les persones dels nostres equips han incrementat el sentiment de pertinença a l'empresa, gràcies a la implicació de la farmacèutica en la lluita contra la pandèmia i les accions solidàries en què ha participat, ja sigui donant productes o contribuint econòmicament en estudis clínics”.

El posicionament d'una altra entitat adherida a la Fundació, Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya (FGC), amb només un 25% del conjunt de persones que poden desenvolupar el seu treball des de casa, és similar. **Juliana Vilert, directora social corporativa, comenta que “el treball remot serà en un escenari de condicions laborals voluntàries, sempre que el lloc de treball i la persona reuneixin certs requisits”**. I afegeix: “la voluntarietat ha de ser condició indispensable, tret de situacions especials, com en la que ens trobem ara, i la condició laboral del teletreball ha d'aportar a l'organització i a les persones”.

En el cas del sector de l'automoció, analitzem el cas de la darrera empresa adherida a la Fundació **Doga Group**, una organització catalana exportadora en recanvis d'automoció i que actualment té fàbriques a la Xina, a la Índia, a Itàlia i a Polònia i seus no productives als Estats Units, a Mèxic i a Brasil. **Matías Ripoll, responsable de Recursos Humans, apunta que durant la pandèmia han fet accions al voltant de la connexió, la mobilitat i la comunicació**. De la mateixa manera, l'empresa ha fet un gran esforç tecnològic per adaptar les seves necessitats, invertint en diferents programes digitals. “Nosaltres vam enviar a casa al 100% del personal d'oficines. A nivell tècnic estàvem preparats, amb algunes accions complementaries. Després de l'estiu ens hem fixat com a objectiu regular aquest tema d'una manera més estructurada”.

Nous reptes en comunicació interna

La comunicació interna ha estat un factor clau per a la gestió de les persones a les empreses i organitzacions. Així ho han fet **les més responsables i ètiques, que han posat el focus en les persones**, reforçant tant els missatges per part de la direcció com els canals utilitzats. Isabel Salas de Gebro Pharma ho té molt clar: “Hem posat en valor i en agenda des del primer moment la comunicació interna, ja que la incertesa no és fàcil de gestionar i no podíem permetre que es tallés el cordó umbilical entre l'empresa i els treballadors, a causa de la distància”.

Des d'**FGC**, també s'ha fet un esforç enorme en comunicació interna, amb els objectius bàsics de mantenir els seus treballadors i treballadores informats amb total transparència sobre com

evoluciona la situació; de reforçar el missatge de cura personal i col·lectiva; i treballant la sensació de pertinença i cohesió d'equip.

Per a la **Fundació Factor Humà**, la comunicació interna és una necessitat imprescindible, fet que s'ha demostrat en la gestió de la pandèmia i planteja un **nou repte per a les persones responsables de Recursos Humans de les empreses: el "tracte personalitzat"**. Segons Fornés, "ens hem d'adaptar a una nova realitat que reclama treballar amb les persones de forma individualitzada, posant el focus en el seu benestar i desenvolupament per aconseguir el seu rendiment òptim". La Fundació també té clar que s'ha d'actuar tenint en compte la diversitat i fer el teletreball accessible entre homes i dones per igual.

Per a més informació o coordinació entrevistes:

Gabinet de Premsa i Comunicació
LaChincheta Comunicació
Esther Lopera: elopera@la-chincheta.com / Telf. 685.99.04.60