



Alberto Ojinaga, Chief Corporate Officer, y **David Meire**, Chief Client Officer, de **Desigual**

Alberto Martín

Pasarlo bien y a la vez tener un alto nivel de autoexigencia es totalmente compatible

Desde su creación en 1984, Desigual ha mantenido una trayectoria marcada por la creatividad y la diversión que impregnan sus prendas y complementos, pero también su forma de acercarse a sus clientes, por lo que su relación con sus trabajadores, el cliente interno, no podía ser diferente. Basándose en uno de sus valores, Fun&Profit, desarrollan una política de gestión de personas que apuesta por la proactividad y el inconformismo de la mano de la eficiencia y los buenos resultados.

¿Cuál es la principal estrategia en materia de gestión de personas de la compañía?

Alberto Ojinaga (A.O.): La estrategia se basa fundamentalmente en la atracción y la motivación del empleado. Para conseguirlo hemos desarrollado, por una parte, el Plan de *Employer Branding* en el que ponemos en valor nuestra cultura corporativa y nuestra propuesta de valor como empleadores. Por otro lado, y con el objetivo de motivar a nuestros empleados –independientemente de su lugar de trabajo– trabajamos continuamente para ofrecer proyectos retadores que impliquen la toma de decisiones, la cooperación entre equipos y el aprendizaje continuo. Todo esto, envuelto en uno de nuestros principales valores, *Fun & Profit*, a través del que demostramos que un alto rendimiento y la celebración de éxitos y el disfrute van de la mano.

¿Qué papel juega aquí Recursos Humanos?

A.O.: El rol del departamento es fundamental para que las personas que forman parte de la organización se sientan comprometidas y empoderadas para tomar las mejores decisiones que les permitan alcanzar los resultados que nos proponemos.

David Meire (D.M.): En *retail* siempre hablamos de *customer centricity*, es decir, poner al cliente en el centro. Cuando hablamos de la organización, los clientes internos son las personas que trabajan en la empresa y, por lo tanto, es fundamental situarlos en el eje central de cualquier decisión. Esta es una de las razones que nos llevó a incluso cambiar el nombre del departamento, de RRHH a *People First*.

¿Cómo ha evolucionado esta función?

A.O.: El simple hecho de cambiar el nombre del departamento ya es muy significativo por su trascendencia. Desigual siempre se ha caracterizado por ser una empresa en la que nos cuestionamos continuamente el statu quo y en el área de personas hemos sido especialmente proactivos en ello. No solo las personas que integran el departamento sino tam-

bién la Dirección de la compañía cree en este departamento como el área fundamental para atraer personas clave en el éxito de Desigual.

D.M.: *People First* se encarga de mantener una cultura y unos comportamientos basados en la autenticidad, el aprendizaje constante en un entorno de trabajo que no tiene por qué estar reñido con el rendimiento. Pasarlo bien y a la vez tener un alto nivel de autoexigencia es totalmente compatible.

¿Cómo definirían a la plantilla de su compañía?

A.O.: Si lo tuviera que hacer con tres palabras serían diversidad, juventud y talento. El 80% de la organización está enmarcada en las generaciones Millennial y Z, con una representación de más de 100 nacionalidades diferentes. Creemos en personas curiosas y apasionadas, con capacidad para cuestionarse el statu quo y plantear soluciones inno-

comportamientos que todos los empleados viven y reflejan. El primero es *Fun&Profit*. Buscamos personas que quieran vivir experiencias en un buen ambiente de trabajo donde cada día es diferente al anterior. Como empresa joven y dinámica, creemos profundamente que disfrutar y trabajar no solo son compatibles sino también necesarios. El segundo es *Test & Learn*. Tenemos el espíritu de una *start-up* en un cuerpo de empresa ya consolidada. Buscamos personas que construyan y aprendan en Desigual y que formen parte de la transformación constante de la compañía. Y el tercero, *Express Yourself & Creative Freedom*. Anteponemos el cuidado a las personas a cualquier cosa, de acuerdo con nuestra creencia de *People First*. En Desigual celebramos la diversidad, fomentamos la creatividad y creemos en la libertad de ser, pensar, decir y decidir.

A.O.: Los tres comportamientos son muy propios de

Somos una empresa en la que nos cuestionamos continuamente el statu quo y en el área de personas hemos sido especialmente proactivos

vadoras. Valoramos a las personas orientadas a la acción, es decir, que tomen decisiones para que los planes se lleven a cabo.

D.M.: Resaltaría la autenticidad en cada una de las personas, la historia personal de cada una que las diferencia. Si nos centramos en sus habilidades, destacaríamos su flexibilidad y adaptación al cambio además de la inspiración que unas ejercen sobre otras. La libertad de crear, de decidir, pensar y actuar es algo inherente a nosotros.

¿Cuáles son los valores que persiguen en sus empleados?

D.M.: Nuestros valores son la vitalidad, el cambio, el inconformismo y el esmero, que traducimos a unos

Desigual desde sus inicios. Son parte del éxito de la marca. El reto es, por lo tanto, mantenerlos para que se promuevan de forma natural.

¿Es difícil hallar los perfiles que buscan?

D.M.: Somos una empresa global con muchos perfiles diferentes, por lo tanto, los retos a veces dependen de la geografía o de funciones concretas. Trabajamos la atracción y retención del talento de forma diferenciada si es para punto de venta o para las oficinas centrales o los centros logísticos, aunque tenemos una propuesta de valor común para todos los empleados fundamentada en la cultura y los valores que mencionábamos anteriormente. El reto es atraerlos y saberlos convertir en embajadores y que

peoplematters

Serrano, 21 - 28001 MADRID - Tel.: 91 781 06 80
www.peoplematters.com



Creamos valor, creamos futuro... desde las personas

