

HUNE: Humanismo y Negocios cosidos en un proyecto común



Joaquina Fernández es Master en Comunicación y experta en Comunicación por Dale Carnegie además de experta en Gestión de la Formación a Distancia y coach por la Escuela de Coaching.

Es Socia-Fundadora y Directora General de HUNE, Escuela Superior de Humanidades y Negocios (www.hune.org), una institución para la que ha diseñado y creado junto a otras universidades (Alcalá, Politécnica...) e instituciones (Asesco...) programas como el Máster en Comunicación Integral, el Master en Inteligencia Creativa, Comunicación y Diseño, el Master de People & Business Management o los Cursos de Experto en Comunicación no verbal, en Formación Familiar, en Inteligencia Emocional, en Coaching o en Oratoria.

Asimismo, ha impartido formación a numerosas empresas como Baker & MacKenzie, Cemex. Banca privada Altae o CNI, entre otras. Y también ha participado como ponente en numerosos Foros y Congresos -uno de los últimos de ellos, el Manager Business Forum-, y en ponencias a empresas como Telefónica, Gillette, Sanitas, Caja Madrid o Feticio.

Tanto a Zapatero como a Rajoy les falta empatía y conexión emocional con los ciudadanos. Están demasiado centrados en sí mismos.

FRANCISCO ALCAIDE: ¿De dónde viene, dónde está y hacia dónde camina HUNE?

JOAQUINA FERNÁNDEZ: HUNE surge de un proyecto de desarrollo personal que nace en 1998 con el nombre de Centro de Estudios para el Crecimiento Personal (CECP), en el que impartíamos diferentes programas enfocados en la persona. En el año 2003, la Universidad de Alcalá se pone en contacto con nosotros porque entiende que la labor de CECP tiene un gran impacto social y ve oportuno desarrollar alguno de estos programas en el ámbito universitario que es un entorno donde existen demasiadas rigideces para poner en marcha con agilidad programas de formación. A partir de entonces comenzamos a trabajar con ellos en un Máster de Comunicación que cubriese un espectro más amplio de lo que entendemos habitualmente por Máster en Comunicación, muy vinculado al periodismo. El programa incluye inteligencia emocional, comunicación no verbal, coaching, etc. En la primera edición se apuntaron 80 alumnos y, por tanto, contábamos con un presupuesto muy grande que nos permitió hacer muchas cosas, como por ejemplo, invitar a ponentes de la talla de Iñaki Gabilondo, Juan José Millás o el actual Ministro de Cultura, César Antonio Molina. Surge entonces un gran interés en el tema y nos empiezan a solicitar que parte de las materias del Máster en Comunicación se aborden como módulos independientes. De aquí surge el Curso de Experto en Inteligencia Emocional; luego el de Comunicación

No Verbal y posteriormente el de Coaching y otros más.

Hace un año aproximadamente, además de la formación que impartíamos más enfocada en el individuo, decidimos que queríamos influir también en el ámbito de la empresa. El planteamiento fue el siguiente: si además de hacer más humano a un estudiante conseguimos el mismo resultado con un directivo que tiene a su cargo un número importante de personas cuyas decisiones y comportamientos tienen un impacto mayor, mucho mejor. Nos planteamos entonces hacer una serie de Másters y cursos de Expertos Universitarios en los que incluimos una carga importante en Humanidades (filosofía, antropología, historia, comunicación...) centrado en las personas y el desarrollo personal pero con aplicación al mundo empresarial. En este punto es donde nace HUNE (Humanidades y Negocios) con un enfoque que no sólo universitario sino también dirigido a las empresas. Además, creamos nuevas áreas como el área de Consultoría, de Live Training (Vivencias experienciales) y un departamento de I+D+i con el objetivo de volcar las ideas conceptuales en aplicaciones concretas.

En HUNE somos muy conscientes de que las empresas no quieren sólo cerebros que sepan de números sino que existe una parte humana que no se puede obviar y que cada vez es más importante. Si no tienes habilidades emocionales (empatía, capacidad de trabajar en equipo, etc.) es más difícil hacer crecer a una empresa.

HUNE tiene como objetivo que la universidad aprenda de la empresa y que la empresa aprenda de la universidad.

Nuestro objetivo es que la universidad aprenda de la empresa y que la empresa aprenda de la universidad. Se buscan que los planteamientos de formación sean cada vez más prácticos de tal modo que lo aprendido se puede aplicar casi de manera instantánea pero sin perder la profundidad intelectual y teniendo presente sólidos fundamentos más allá de modas. Ésta es una de nuestras ventajas competitivas se obtiene gracias a nuestra plantilla de profesores, más de 100, que saben combinar ambas cosas.

F. A.: ¿Cuál es el perfil de alumnos que acuden a HUNE?

J. F.: Podemos hacer una distinción entre los estudiantes que quieren aprender para su propio desarrollo personal y, por otro lado, los profesionales que quieren aplicar lo que aprenden a su actividad profesional. Las edades están comprendidas entre los 24 y 53 años y desde el punto de vista de las disciplinas de los asistentes son de lo más variadas: abogados, arquitectos, ingenieros, directores de RR.HH...

F. A.: A Vd. le gusta reflexionar y dedicar tiempo a pensar. Háganos una radiografía del mundo en que vivimos.

J. F.: Pienso que el mundo es la cocina en la que se están cocinando todos los asuntos que permiten que se elabore un plato final exquisito en el que todos podemos comer. Creo que una de las cosas más importantes que se está realizando actualmente es la reubicación de intereses. El mundo habitualmente

camina muy deprisa y llega un punto en que se da cuenta que muchas de que las cosas que ha hecho con anterioridad no han sido las más oportunas. Entonces, frena, hace una reconsideración, de alguna manera se reinventa y decide un cambio que le conduce a un nuevo avance. Hasta ahora hemos vivido obsesionados con los resultados y nos hemos olvidado de las personas. En el momento actual estamos reubicando dos cosas: la importancia de la persona y la importancia del entorno en el que vive la persona. Son los dos elementos que hay que revisar para que todo vaya mucho mejor. De la visión egocéntrica centrada exclusivamente en los resultados estamos teniendo más conciencia de que vivimos en un mundo que de alguna manera debemos reformular para seguir avanzando.

F. A.: Si echamos la mirada hacia atrás podemos observar un gran progreso social y económico respecto a tiempos pasados. Sin embargo, todo avance va acompañado inevitablemente de amenazas y peligros que parecen que ensombrecen esta evolución. En términos generales, ¿Vd. cree que el ser humano como individuo progresa o no?

J. F.: Pienso que el hombre evoluciona más socialmente que personalmente. En estos momentos la necesidad de logro manifestada de manera acusada desde muy temprana edad en la época infantil ha hecho que se estén cometiendo los mismos errores que en el

El amor a uno mismo y a los demás debería ser una referencia vital de todas las personas.

pasado. Lo que decía Heráclito hace 2.500 años se sigue produciendo hoy día. Los padres tienen con sus hijos problemas generacionales (como siempre), las empresas tienen problemas de resultados (como siempre), etc., etc. No obstante, creo que las personas evolucionamos hacia una voluntad más grande de conocernos a nosotros mismos y al entorno que nos rodea, lo que debe permitirnos progresar hacia cambios importantes como seres humanos. Existe una gran preocupación por parte de muchas personas de buscarnos y encontrarnos y así poder conocer la esencia de nuestra gran humanidad. Estamos en un momento muy poco aristotélico. Estamos muy lejos de la virtud de Aristóteles. Pienso que estamos lejos del punto medio. Procesamos demasiada información que nos aleja del equilibrio, tan necesario en la toma de decisiones, mucho más cuando hablamos de crisis y de focos problemáticos económicos. Estamos demasiado desbocados en la consecución de nuestros intereses. Quizá hasta podríamos decir que estamos un poco enfermos de ava-

ria. A pesar de todo soy optimista.

F. A.: Y respecto al nivel de satisfacción del ser humano, ¿estamos más, menos o igual de satisfechos respecto a periodos pasados?

J. F.: Creo que hoy el hombre está mucho más insatisfecho porque tiene mucha menos resistencia para responder a la frustración y a las expectativas no cumplidas. Hemos crecido mucho en la conciencia material y hemos perdido la conciencia espiritual, el crecimiento del individuo sabiendo desapegarse de las cosas. Nos falta desprendimiento de expectativas. Vivimos en el mundo de la imagen, que exhibe de manera permanente imágenes de logros, y cuando no accedes a ellos, debido a las limitaciones que de una u otra manera todos tenemos, nos sumimos en una continua insatisfacción. Hay mucha más gente frustrada por no conseguir logros que gente que los haya alcanzado.

F. A.: Lo que nos dice es un poco preocupante, porque si el ser humano está menos satisfecho que en el pasado y la

felicidad consiste en estar contento con uno mismo... ¿Cuáles diría Vd. que son las tres claves determinantes de la felicidad entendida como satisfacción con uno mismo?

J. F.: La primera clave es el desprendimiento de las expectativas, que no quiere decir ser conformista. La segunda clave está en un conocimiento mucho más profundo de uno mismo y de la sociedad en la que participamos. La tercera y para mí la más importante, amar por excelencia todo lo que nos rodea. El amor a uno mismo y a los demás debería ser una referencia vital de todas las personas.

F. A.: En su experiencia recurrente con muchas personas a lo largo de su carrera, ¿qué es lo mejor y lo peor que ha aprendido del ser humano?

J. F.: Lo mejor que he aprendido es su capacidad de entregarse; y lo que menos me ha gustado es la envidia a los logros del otro.

F. A.: Entre las áreas de formación de HUNE están la comunicación, la inteligencia emocional, la oratoria, la comunicación no verbal etc. Teniendo en cuenta estas habilidades, ¿cómo ve Vd. a los dos principales líderes políticos españoles, Rajoy y Zapatero, tanto en fortalezas y debilidades?

J. F.: Zapatero es un hombre muy enfocado en las personas que le preocupa tener atractivo personal con la gente. Rajoy, sin embargo, está mucho más preocupado por ser reconocido profe-

“El hombre está hoy más insatisfecho que en épocas pretéritas porque vivimos en una sociedad de logros en la que las expectativas son excesivas, y cuando no se cumplen, la persona se frustra.”

sionalmente. Diría que Zapatero tiene una imagen más humanista y Rajoy más profesional. Los dos son introvertidos y, por tanto, tienen algunas dificultades para captar la atención y el interés de las personas a través de su comunicación. Pienso que deberían profundizar en cómo llegar a los ciudadanos por medio de sus discursos ya que están demasiado centrados en sí mismos. Uno (Rajoy) es demasiado memorístico y el otro (Zapatero) porque es demasiado conceptual. A ambos les falta la vibración humana y la conexión emocional con la audiencia. Carecen de empatía con los ciudadanos. Dicho esto, ambos tienen una cosa muy buena, no son nada prepotentes.

F. A.: ¿Y sobre Obama?

J. F.: Mi visión acerca de Barack Obama es absolutamente ilusionante. El hecho de que acceda al poder una persona con unas características que hace unos años eran impensables me parece maravilloso. Desde el punto de vista de la comunicación no verbal, es una persona con gran empatía. Entre sus puntos débiles destacaría que su discurso era muy electoralista, preparado para llegar a la gente. Además, creo que va a encontrarse con ciertas dificultades para cumplir todos los retos y expectativas que tiene Estados Unidos, entre otras cosas porque quizá no se lo van a permitir y, por tanto, pienso que no podrá alejarse excesivamente de los modelos anteriores. En todo caso Estados Unidos necesitaba este cambio

que a todos nos beneficia. Ahora sólo queda esperar la estrategia que Obama decidirá para realizar los grandes cambios que el mundo está esperando.

F. A.: Vd. pudo seguir una de las pocas entrevistas en televisión que se han hecho recientemente a Mario Conde y analizar sus gestos y comunicación no verbal. ¿Qué conclusiones pudo extraer de una persona que pasó de todo a nada de la noche a la mañana?

J. F.: Es un personaje que le sigo desde que empezó. Me parece que dentro del mundo de la empresa ha sido un hombre brillante al que la avaricia de poder le traicionó. En aquella entrevista vi a un hombre renovado y transformado que se ha dado cuenta que conocerse así mismo y desarrollarse personalmente es el foco en el que hay que centrarse, tanto él como cualquier persona en el poder. A fecha de hoy es mucho más cercano a la gente y a los mundos en los que tenemos que penetrar ahora. Si tuviéramos que elegir un modelo de lo que significa una crisis y el cambio que hay que dar sería la imagen de Mario Conde. En la comunicación no verbal hay un cambio radical en su persona. Cuando era Presidente de Banesto, su gesto era más altivo que ahora, sin embargo es importante señalar que no es la mirada de un hombre derrotado sino de un hombre que ha aprendido una lección, sobre lo que es esencial en la vida y lo que no. Ahora da la sensación que habla desde el corazón. El mío al menos lo tocó ■

Íntimo y personal

1. Una lección que le haya enseñado la vida:

A entregarme.

2. Una lección que le haya enseñado el mundo de la empresa:

A confiar.

3. Una lección que le haya enseñado el mundo de la formación:

A aprender.

4. Defina con una frase el mundo en que vivimos:

Un mundo lleno de oportunidades.

5. Lo que más echa de menos en la sociedad:

El compañerismo.

6. Un consejo para los jóvenes:

Que sigan siendo como son.

7. Cualidad más importante del directivo del siglo XXI:

El talante de cambio.

8. Cualidad más importante del empleado del siglo XXI:

Aceptar el cambio.

9. El mayor enemigo del hombre es:

La envidia.

10. El mayor aliado del hombre es:

La amistad.

11. Si fuese Presidente del Gobierno, cuál sería la primera decisión que tomaría:

La de no serlo.

12. Con qué personaje, histórico o actual, le gustaría mantener un “mano a mano”:

- Histórico: Marco Aurelio.

- Actual: Mario Conde.

13. “El hombre es bueno por naturaleza” (Rousseau) o “el hombre es un lobo para el hombre” (Hobbes):

El hombre es bueno por naturaleza.

14. Un libro y una película que recomendaría a los directivos:

- Libro: El Principito, de Antoine de Saint-Exupéry

- Película: Matrix de Larry y Andy Wachowski (sólo la primera)

15.: A qué persona le gustaría realizar Coaching:

- Histórico: Napoleón Bonaparte.

- Actual: José Luis Rodríguez Zapatero.

16.: Una frase/cita que refleje su filosofía de vida:

Una de Albert Einstein: “Con las mismas actitudes no podemos obtener resultados diferentes”.