

Madrid, junio de 2023

Querido stakeholder(x):

(x)Sea esto lo que sea y seas del tipo que seas.

Queremos compartir contigo nuestros números del 2022. También algunas pistas de lo que está viniendo y vendrá en 2023, nuestro tercer año de operación.

Algunos números.

Somos unos pocos más. Cerramos el 2022 con 62 personas (+200% vs 2021). Spoiler: hoy somos 90.

Todavía no somos, pero intentamos ser paritarios. El 58% de Harmon somos mujeres. 50% en la dirección. Todavía un 37% entre los socios profesionales. Sobra testosterona. Estamos en ello.

Somos jóvenes. Edad media de 31,7 años, clave para dar forma a un equipo retador e inconformista, que entiende qué está pasando e involucra a quien va a dirigir el futuro.

¿Todo becarios? No. En el comité de socios hay dos personas que tienen la edad de Rosalía y C. Tangana. Y otras dos que no vivieron el Mundial 82. Aquí los jóvenes crecen y, sobre todo, toman decisiones. Decisiones que les afectarán a ellos, decisiones que nos afectarán a todos.

Pero hablemos de becarios: de nuestro programa Prometeo de 2022 -el bautismo de jóvenes profesionales en el no-mercado-, hemos incorporado a siete personas a la plantilla.

Números también a lo ancho. Somos internacionales: en 2022 llegamos a Portugal, con Generator. Somos especializados: en 2023 compramos Comco, para pelear el liderazgo de la comunicación financiera. Pasarán más cositas. No se despisten.

Más números, menos habituales.

Un 98,4% de las personas que trabajan en Harmon afirman estar a gusto en la compañía.

Un 96,8% se siente valorado en su trabajo.

Ah, y un 100% de las personas que trabajan aquí recomendarían a amigos y familiares que contraten los servicios de Harmon.

Otro 100% es el de nuestro modelo de teletrabajo: flexibilidad absoluta. Tenemos la posibilidad de trabajar donde queramos, como queramos y cuando queramos. Y nos damos algunos viernes libres para compensar horas extras.

En 2022 publicamos los 10 puntos de nuestro manifiesto, esa biblia profana que nos recuerda que vinimos a hacer las cosas de otra forma. Porque cómo hacemos las cosas define, también, lo que somos.

Otros números.

80. Son los clientes nuevos que ganamos en 2022. Triplicamos el número de conversos al no-mercado con respecto a 2021.

Hemos trabajado en la revisión del propósito con algo más del 30% de nuestros clientes. Transición ecológica, economía de triple impacto y otras cosas que nos ayudan a dejar el mundo más Mr. Wonderful.

Y tenemos ocho proyectos probono (esos proyectos financieramente no rentables para una PYME como nosotros). Y, lo mejor, en territorios que nos molan: vertebración territorial, humanismo digital, transparencia y desinformación.

Balance.

Estos son nuestros números. Los que nos importan. Los otros están en el registro mercantil.

Al lío: en toda decisión hay una apuesta. Esta carta es para daros las gracias a todos los que habéis apostado por la Harmon.

Sabemos que el mundo es raro y el futuro incierto. Pero puedes influir, puedes impactar... si eres capaz de ver la letra en los números.

Eso es el no-mercado, amigo.

Únete a la fiesta.

Te queremos,
Harmon.

PD. Decir que montas equipos transversales es la mejor forma de confirmar que no lo eres. No diremos nada al respecto.