



Madrid, junio de 2024

Querido stakeholder*:

*Hemos mandado 600 cartas y empezamos jornada intensiva, no esperes un guiño personalizado.

Sabemos que nos estabais esperando. O no.

Como cada año por estas fechas, el olor del Metro se impone a la mejor colonia, los españoles nos echamos nuestras mejores siestas con el Tour y, por supuesto, Harmon pone letra a sus números. Otros, en su comunicación de resultados, hablan de dinero. Nosotros seguimos siendo pobres. Y por eso buscamos otros territorios de conversación.

Al lío. Para sobrevivir al vacío no hay que tener o ser, sino tan solo desear. Y esa ha sido, es y será nuestra hoja de ruta: seguir deseando. Imaginar. Querer.

Queríamos ser alguien. Arrancamos hace tres años con nuestras cuentas de Gmail, y cerramos el año con **105** personas en plantilla (seguimos generando empleo, Gobierno de España). Lo de *start-up* ya no cuela. A ojos de Hacienda, hoy podemos decir que somos una “gran empresa”, por dimensión y por facturación. Podemos decir que somos ese 10% de afortunados que no se ha dado una hostia al emprender. Entrepreneurs de manual.

Queríamos que nuestra gente fuese feliz. Un **96,8%** de las personas que trabajan con nosotros, afirma estar a gusto en Harmon. Al **100%** le gusta su trabajo. El **98,9%** recomendaría Harmon como empresa para trabajar. Parecen datos inventados, pero están en nuestra encuesta de clima.

Queríamos crear escuela. Incorporamos a plantilla a **ocho** becarios, la mitad de los que pasaron por aquí en 2023. Y seguimos reforzando la dirección femenina. Del 50% hemos pasado al **62%** de directoras en Harmon. Ya no somos paritarios (y somos más felices).

Queríamos hacer cosas nuevas. Así que hemos impulsado **tres servicios transversales clientecéntricos** y disruptivos maneras de ganar más pasta: sostenibilidad, narrativas y belleza estratégica, con gente sorprendentemente capacitada a la que jamás pensamos poder engañar. ¿Por qué atreverse a hacer estas cosas? Porque la tierra no es plana y el no-mercado, tampoco.

Queríamos trabajar con más clientes. Cerramos el año con **140**. Nos da para fundar una secta. Y también queríamos cuidarlos. Han venido a los más de **30** encuentros que hicimos en nuestras oficinas en 2023 –se dice pronto– y les regalamos cosas medio raras por Navidad. A veces gustan, otras también.

No queríamos salvar el mundo (ojo con la directiva de *Greenwashing*, que a la mínima te empapelan). A nosotros nos servía con dejarlo mejor de cómo nos lo hemos encontrado. Dimos forma a **Harmon/org**, con **tres** nuevos proyectos y más proteína: un **5%** del tiempo de nuestros consultores dedicado a hacerlo posible.

Y, sobre todo, queríamos pasárnoslo bien. Pero Baudelaire invitaba a trabajar, porque trabajar es menos cansado que divertirse. Qué remedio. Estos son los números de un (otro) año trepidante en la Harmon.

No nos da rubor decirlo: estamos profundamente enamorados de nuestra profesión y de nuestros clientes. Eso no hay número que lo explique, aunque los del registro mercantil nos dicen que la cosa podría ser recíproca. Todavía no nos da para escribir un libro, pero la cosa fluye.

Queríamos. Queremos. Y te queremos.

Harmon.

PD. Estamos subditos, sí. Te mandamos una postal para que nos respondas y nos pongas en nuestro sitio. Desahógate: nada nos haría más ilusión.