

LABORAL. MÁS DE LA MITAD DE LOS EMPLEADOS NO INTEGRA SU VIDA LABORAL Y PERSONAL

Responsabilidad familiar, método

BOGOTÁ. Aunque la Responsabilidad Social Empresarial está tomando fuerza en las compañías nacionales con políticas que cuidan el medio ambiente y los sectores vulnerables como la niñez, es momento de que las empresas empiecen a aplicar la Responsabilidad Familiar Corporativa (RFC), un método para que los empleados logren integrar sus espacios afectivos y laborales, para no bajar su capacidad productiva.

Según el estudio elaborado por Iese Business School de la Universidad de Navarra y el Inalde, Escuela de negocios de la Universidad de la Sabana, sobre la RFC, que midió la situación de integración de vida laboral, personal y familiar de los empleados en las empresas, más de la mitad de los trabajadores de las compañías (65%) sienten que su entorno les dificulta ocasional o sistemáticamente la conciliación entre estas facetas de su vida.

Sandra Irovo, directora de investigación de Inalde, dijo a LR que la responsabilidad de las empresas está en cuidar a todos los grupos de interés que están en la organización, por lo tanto, esa RFC comienza con quien está en la empresa, específicamente las familias y los colaboradores, partiendo de que en el centro está el trabajador.

"El empleado funciona mejor si su empresa se ocupa de la familia", afirmó Irovo.

Los líderes que promueven la RFC se caracterizan, según el informe, por promover la cultura de las personas, generar políticas y prácticas de conciliación e

igualdad de oportunidades, fomentar el compromiso y satisfacción de sus trabajadores e incrementar la competitividad de la empresa.

Del total de empleados, 10% considera que su entorno es enriquecedor, es decir, un ámbito laboral muy positivo que genera satisfacción y compromiso. Este tipo de entorno, se caracteriza por tener políticas formales bien definidas, respeto por las decisiones de cada persona en relación con su integración con la familia y el trabajo, y a que hay managers que comprenden las demandas familiares de sus trabajadores y procuran facilitar esa conciliación.

Según María Alejandra Pineda, investigadora de RSE del Politécnico Gran Colombiano en Colombia es baja la percepción de un entorno que permita la integración, porque las empresas no se dan cuenta de la importancia de cuidar a la familia.

En la misma medición 25% de los trabajadores se consideran dentro de un entorno laboral favorable, que facilita la integración y que permite enriquecer ocasionalmente los vínculos familiares, personales y laborales, aunque pueden surgir conflictos que los propios empleados afrontan personalmente.

Según Irovo, una de las políticas que puede aumentar a que haya una mayor satisfacción de los empleados es la flexibilidad del espacio y tiempo, con la herramienta de teletrabajo. Y en ese indicador, Colombia le gana al mundo, ya que 32% de hombres y mujeres en el país pueden ha-

cer sus tareas en ubicaciones alternativas, cifra mayor a la que arrojan las estadísticas del planeta, donde cerca de 25% de hombres y mujeres teletrabajan.

Fuera de estas políticas, también se encuentra el apoyo familiar, que se traduce en guarderías para niños en el centro de trabajo o subsidios para cuidado de los menores.

"En Colombia para cuidar el trabajo, los empleados a veces sacrifican mucho de su vida. Los empresarios deben entender que si generan este tipo de políticas, crearán mayores condiciones de vida a los empleados, convirtiéndose esto en un buen negocio que mejorará la eficiencia, y que de paso le permitirá ser un diferenciador en el mercado", afirmó Gustavo Yepes, director del departamento de RSE de la Universidad Externado.

El estado actual de los empleados, que están, en su mayoría en entornos desfavorables y contaminantes, según el estudio, pueden generar una serie de resultados como la intención de dejar la empresa y una mala salud.

Pineda dijo que hoy son contados los ejemplos de empresas que están avanzando en este camino de RFC, pero quienes ya lo han hecho han empezado a ver los resultados crecientes en materia de lealtad y productividad.

GABRIEL FORERO OLIVEROS
gforero@larepublica.com.co



SÍGANOS EN:
www.larepublica.co
Con información sobre los planes de sostenibilidad de las compañías.

GARANTÍAS DE SER UNA EMPRESA RESPONSABLE CON LA FAMILIA

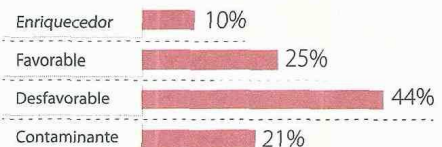


¿Qué líder asume la RFC?

Generan políticas y prácticas de conciliación e igualdad de oportunidades ; Fomentan el compromiso y la satisfacción de los trabajadores

Incrementan la competitividad y sostenibilidad de la empresa

Grados de RFC en las empresas colombianas



Resultados aplicando RFC

Organizativos

- 1 No hay intención de dejar la empresa
- 2 Percepción de apoyo de la organización
- 3 Productividad

Individuales

- 1 Salud general
- 2 Enriquecimiento familia-trabajo
- 3 Satisfacción
- 4 Perfil motivacional



EDUCACIÓN. CONVERSATORIO DE SOSTENIBILIDAD CONVOCÓ A 800 PERSONAS EN CALI

Tanto empresas como clientes deben aportar en RSE

CALI. En la Pontificia universidad Javeriana de Cali con presencia de más de 800 estudiantes, se llevó a cabo un conversatorio protagonizado por Paul Polman, CEO de Unilever y Charly Alberti, ex baterista y cofundador de la banda argentina Soda Stereo.

Estos dos líderes expusieron sus ideas en aras de contribuir con la sostenibilidad del planeta. El eje temático del encuentro fue el rol que deben desempeñar los ciudadanos del común y las grandes organizaciones para que las generaciones venideras tengan un mejor futuro.

Polman se refirió sobre cómo las grandes compañías deben evolucionar en pro de sus consumidores finales, otorgando una mayor importancia, primando temas ambientales y sociales.

"Los modelos de negocio no pueden ser para satisfacer a los accionistas. El origen de las empresas es para servir a la sociedad, no a sus socios. Estamos frente a un problema político empresarial que debe ser eliminado" afirmó el máximo dirigente de la multinacional anglohol-

landesa con presencia en 190 países y un portafolio de productos entre los que se destacan Dove, Rexona, Rama, FAB, AXE y Fructo.

Este evento reiteró el compromiso sostenible de Unilever, que en 2010 se propuso que para 2020, el 100% de las materias primas con las que fabrican sus productos, deben proceder de fuentes sostenibles o reconocidas.

Se destaca que entre las proyecciones de la firma líder en productos de consumo masivo está que para el 2015, el 100% de sus sitios en el mundo dejarán de enviar residuos no peligrosos a rellenos sanitarios.

Alberti resaltó el modelo de negocio que tiene Unilever a nivel global, conocido como el Plan de Vida Sostenible, donde se reconoce la iniciativa como una estrategia de negocio que es transversal a toda la cadena de valor de la compañía, que impacta de manera positiva a más de 1000 millones de personas en el mundo.

Asimismo, afirmó que "el camino es revalorar nuestro poder

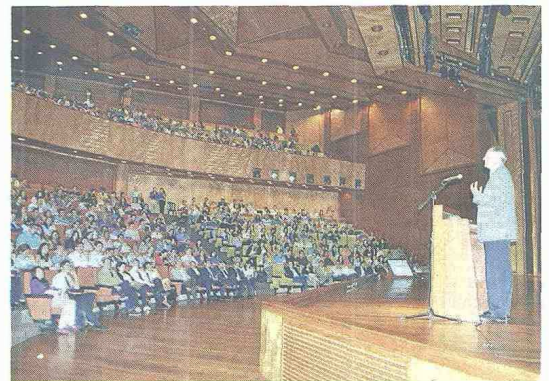
ciudadano. Nosotros somos los que controlamos a las compañías, pues somos sus compradores. Debemos darnos cuenta que el poder y la responsabilidad son absolutamente nuestros".

Entre tanto, el rector de la Universidad Javeriana Cali, Luis Felipe Gómez, se refirió a la reciente inauguración de la planta de Unilever el pasado martes en Palmira.

"La inauguración de la nueva planta de producción de Unilever en Palmira, amigable con el medio ambiente, es algo que celebramos pues estamos en un momento en que debemos unir esfuerzos desde la academia con el Estado y con el sector privado para generar acciones concretas de sostenibilidad ambiental" afirmó Gómez.

Precisamente esta planta que atenderá la producción de más 100.000 toneladas al año para los detergentes en polvo FAB, Puro y Lavomatic cuenta entre otros con un sistema sostenible integral libre de fosfato.

JULIANA RAMÍREZ PRADO
jramirez@larepublica.com.co



CORTESÍA

Paul Polman expuso cómo se puede articular una estrategia de negocio como la de Unilever con las ideas de un artista visionario.

La cara ambiental de la nueva planta

La planta de detergentes recientemente inaugurada en Palmira, no solo responde 15 veces más rápido que otras plantas del mundo y representa para Unilever calidad de producto, sino también brinda un gran aporte ambiental. Por una parte, la infraestructura tiene un ciclo cerrado de agua y hasta los vapores se reutilizan, es decir que no hay ningún residuo que vaya a los rellenos sanitarios y por otra, los productos están libres de fosfato, contaminante común en detergentes.