



EMPRESAS  
CONSCIENTES

comunicaciones@empresasconscientes.com  
www.empresasconscientes.com

DIARIO FINANCIERO - MARTES 28 DE AGOSTO DE 2018

# TRANSFORMACIÓN DIGITAL, MÁS ALLÁ DEL CAMBIO TECNOLÓGICO

POR GONZALO DÍAZ MOYA

**L**a digitalización cada vez gana más terreno en diversas organizaciones, lo que obliga estar a la vanguardia y alinearse con los nuevos desafíos que exigen estos tiempos. ¿Qué están haciendo las empresas chilenas en materia de digitalización?

El gerente general de la Fundación País Digital, Juan Luis Núñez, considera que Chile exhibe positivos índices de incorporación de tecnología en la sociedad y las empresas. Sin embargo, advierte que el ritmo de esta adopción tecnológica no necesariamente se presenta de forma homogénea entre las industrias y empresas, los beneficios tampoco aparecen de manera concreta sólo con el uso de las tecnologías, ni son percibidos en el corto plazo.

El ejecutivo es enfático en decir que la transformación digital ya no es una opción. "Cada vez más es necesario para las empresas –independiente de su tamaño– adoptar tecnologías que le permitan simplificar procesos, robustecer la seguridad de los activos y generar mayores ventas", plantea.

Por su parte, el profesor de la Escuela de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez y socio principal de CLA Consulting, Juan Carlos Eichholz, sostiene que "el nivel de digitalización se ha acelerado muy fuerte en el último año, la reacción inicial fue muy aletargada, y se ha producido una suerte de ola donde no existe empresa en la cual no se esté hablando de digitalización. En muchas de ellas se están haciendo cosas concretas, en unos pocos casos algo más avanzado".

El académico es categórico en señalar que la transformación digital



ENAP  
y Banco  
Santander han  
entendido esto y  
entran  
de lleno a la era  
de la industria  
4.0.

no es una transformación tecnológica, sino que es una transformación organizacional generada por un tsunami de nuevas tecnologías. Por tanto, se debe entender como una transformación de orden cultural, que tiene que ver con la forma en cómo trabajan las personas y cómo se relacionan unas con otras, lo que supone es una nueva forma de trabajo.

En este sentido, dice que "el gran desafío está en que no sólo sea un tema donde se introducen nuevas tecnologías a través de expertos que las integran, sino que también se vea de qué forma la cultura tiene que ir migrando también".

## Efectos

Núñez sostiene que adoptar el

proceso de transformación digital en las organizaciones trae consigo la reducción de costos y tiempo, además de innovación y eficiencia en los procesos productivos, lo que decanta en la renovación de su ecosistema productivo. También permite pensar los procesos a largo plazo y de manera integral, ya que los beneficios que produce

traspasan el proceso productivo y permean a toda la empresa.

Añade que "de esa forma, todos los beneficios que nos otorgan las nuevas tecnologías dentro de la futura industria 4.0 necesitan de una visión y una transformación desde la tradicional cadena de valor a una red de valor".

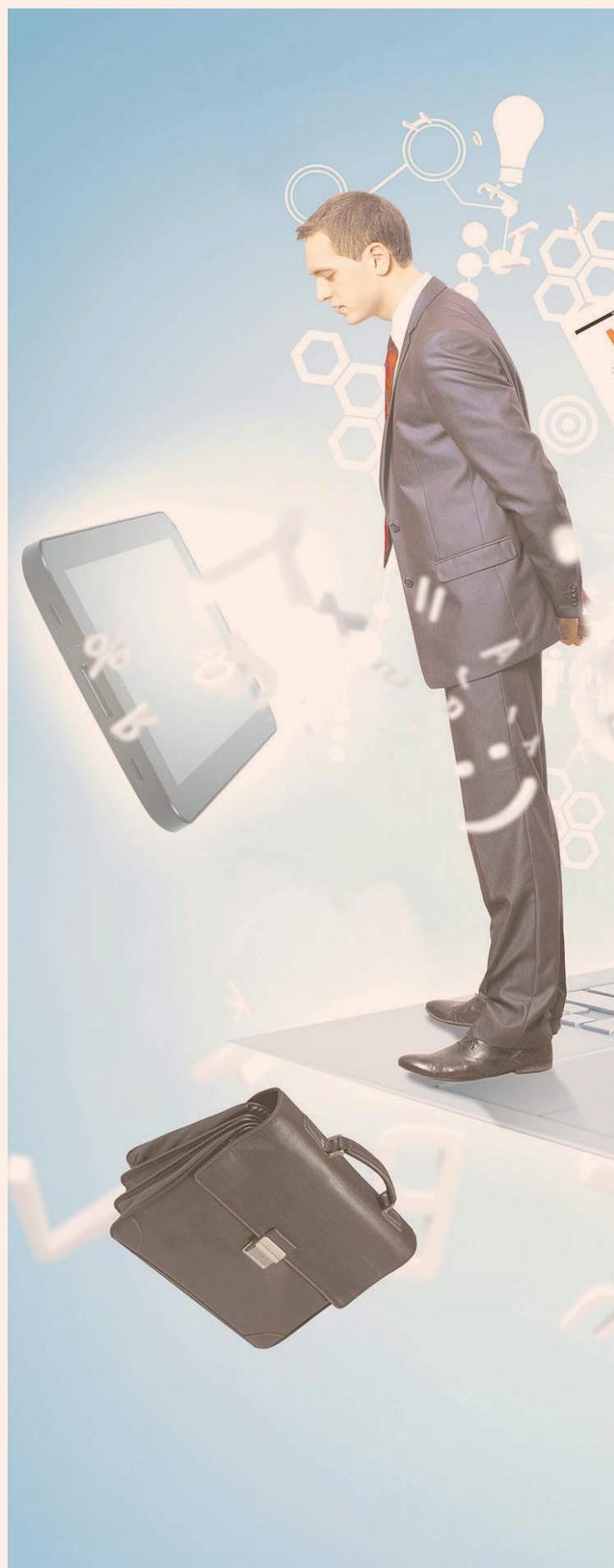
Eichholz va más allá. Visualiza que la digitalización aumentaría los niveles de eficiencia interna, pero eso representa el hecho de ir prescindiendo de gente. En este sentido, plantea que uno de los principales retos se relaciona con el desempleo que generará. "Esto lo ligaría a un desafío a nivel nacional de políticas públicas. Lo que está pasando con esta transformación de la economía, es que aumentará el desempleo. Y la pregunta es, desde el punto de vista de políticas públicas, ¿qué se hace con esto?".

A su vez, explica que la digitalización no es sólo un tema de eficiencia. Uno de los mayores beneficios que representa es el servicio al cliente, y desde ese punto de vista representa una ventaja competitiva para una empresa que está adelantada en relación a otras en esta materia.

## Implementación

A contar de 2017, ENAP institucionalizó un área de innovación tecnológica que es liderada por un comité ejecutivo de la compañía. De esta manera se desarrolla un plan que permite introducir estos conceptos en la operación.

Según comenta su gerente de TICA (Tecnologías de la Información, Comunicaciones y Automatización), Esteban Villaseca, la transformación digital y la innovación tecnológica es un tema fundamental en el ámbito industrial, en particular en el desarrollo de lo que hoy se denomina la



"industria 4.0", que engloba conceptos como IoT, analítica avanzada, realidad virtual, entre otros. "Esto obliga que empresas como ENAP, se transformen digitalmente para asegurar la sustentabilidad, ya sea en los conceptos de eficiencia, seguridad de las personas, medio ambiente u organización interna", declara.

Agrega que "algunos casos exi-

tos son la implementación del primer proyecto privado eLTE en Chile, lo cual nos permitió crear un campo digital en la zona de operación de ENAP Magallanes, en la Isla Tierra del Fuego, donde mediante IoT tenemos remotamente información en tiempo real de nuestra operación en esta zona". Dice que otro caso concreto, es el uso de drones para el monitoreo de sus

operaciones, al cual han sumado el desarrollo de analítica de imágenes con inteligencia artificial para tener alertas preventivas.

El ejecutivo hace hincapié en que el desarrollo de estos temas en conjunto con los trabajadores y el desarrollo de la cultura son los pilares básicos para una transformación digital exitosa. Para ello, señala que han implementado una estrategia en torno a la gestión del cambio. "Vemos beneficios tangibles en retornos para ENAP con procesos más eficientes, reducción del riesgo a las personas y mejoras del control de nuestros compromisos medio ambientales", enfatiza.

Por otro lado, desde Banco Santander manifiestan que desde hace ya algunos años, en Chile se ha visto cómo las diversas industrias comienzan a vivir el proceso de transformación digital. "En Santander hemos impulsado con fuerza este cambio, entendiendo que la irrupción de la tecnología ha modificado los hábitos de la vinculación entre el banco y los clientes. Por esta razón, hemos puesto a disposición de ellos las más avanzadas herramientas digitales que mejoran, a su vez, experiencia, y que han permitido simplificar procesos y lograr mayor eficacia", destacan.

Asimismo, expresan estar conscientes de que la transformación digital no puede darse sin un necesario cambio en el mundo físico. Las sucursales Works-Café Santander son ejemplo de ello, donde se busca combinar lo mejor tanto del mundo digital como del presencial. Así, este tipo de oficinas se convierten no sólo en una nueva forma de hacer banca, sino que también en un espacio que permite esa conexión con el cliente.

## EC HOY

# Medir lo que transforma



**JORGE BIANCHI,**  
PRESIDENTE DE EMPRESAS  
CONSCIENTES

Canción repetida: si no lo mides no lo puedes gestionar. Sin embargo, lo que mides condiciona de manera rotunda lo que gestionas, cómo lo gestionas e incluso de lo que hablas en tu entorno. Es enorme el énfasis en los indicadores de resultado. En las empresas, este tipo de indicadores, sobretodo de tipo financiero, aún predomina, y entonces el foco se va a gestionar los numeradores, denominadores y factores a partir de los cuales se calculan esos indicadores, perdiendo muchas veces de vista la gestión de aspectos esenciales (innovación, cultura organizacional, etc.) que se ubican más lejos de las ecuaciones finales, pero que las determinan. En cuanto al Estado y la Sociedad, el énfasis comunicacional en indicadores de resultado, como lo son por ejemplo el índice de desempleo, nivel de pobreza, distribución de riqueza, etc., motiva un foco excesivo de parte de la ciudadanía hacia lo que se desea lograr y no hacia lo que hay que hacer para lograrlo. Se hace imprescindible un énfasis mucho mayor hacia indicadores de tipo inductor y la gestión en base a estos (son indutores aquellas acciones que ayudarán, directa o indirec-

tamente, a que los resultados se consigan).

Tomemos un ejemplo. En el debate del empleo, podríamos hablar mucho más de cómo medimos y avanzamos en mejorar la empleabilidad de los chilenos en lugar de poner tan marcado énfasis en cómo va la tasa de desempleo. Miremos cómo avanzamos en cuanto a enriquecer las capacidades de las personas, las condiciones de apoyo de su entorno, pues ello nos llevará a más y mejor debate en un contexto de acelerada transformación digital y tecnológica, que ya muchos denominan Cuarta Revolución Industrial por su enorme impacto económico y social. Nos irá mejor en cuanto a empleo en años próximos teniendo este tipo de debate sobre aspectos inductores (empleabilidad) que sobre resultados (nivel de empleo). Hoy el tema de habilidades y competencias de los chilenos se debate con intensidad en ciertos círculos, pero en pocas ocasiones permea el debate público más amplio. Otro ejemplo: en el debate amplio hablamos de productividad (resultado) y no de cómo una persona puede ser más productiva (inductor).

Escuchamos que no estamos en tiempos de cambio, sino en un cambio de tiempos. No vendrán tiempos más tranquilos, por el contrario, el ritmo se acelera. En consecuencia, procedemos a poner más énfasis en conocer y medir aquello que transforma. Seremos más capaces de manejar mejor las velas en contexto de vientos cambiantes.

Ante llegada de Fiestas Patrias

# CCU LANZA CAMPAÑA DE CELEBRACIÓN RESPONSABLE Y SEGURIDAD VIAL

**Desde 1994 la compañía viene impulsando programas de consumo consciente de alcohol.**

**C**CU, Carabineros de Chile y la Comisión Nacional de Seguridad de Tránsito (Conaset) desarrollan en conjunto la campaña “Póngale nombre al 18”, cuyo fin es promover el consumo responsable en estas Fiestas Patrias e incentivar a los automovilistas, ciclistas, peatones y comunidad a celebrar en forma segura, con prevención y seguridad vial.

La campaña se presentó oficialmente el 9 de agosto en Plaza Baquedano de Santiago, y contó con un esquinazo a cargo de la banda de Carabineros. En la oportunidad se dio a conocer el Comité de Celebraciones Unidas y Responsables que

reúne a esta alianza público privada, quienes –por medio de la campaña– compartirán con la ciudadanía diversos mensajes relacionados con las buenas prácticas, mostrando a los “celebradores” de todo Chile.

Como parte de la campaña, se lanzó un concurso en redes sociales que se extenderá hasta el 31 de agosto y premiará a quien proponga el mejor nombre para estas celebraciones ([www.celebradores.cl](http://www.celebradores.cl)). El ganador podrá bautizar un stand en la Semana de la Chilenidad del Parque Padre Hurtado.

La gerente de Asuntos Corporativos y Sustentabilidad de CCU, Marisol Bravo, destaca que “este año nuestra campaña busca acercarnos



**Lanzamiento oficial Campaña (de izquierda a derecha): José Miguel Muñoz; gerente general Semana de la Chilenidad; Diego Rojas, Mayor de Carabineros y Jefe de Comunicaciones; Marisol Bravo, gerente de Asuntos Corporativos y Sustentabilidad CCU y Luis Alberto Steven, secretario ejecutivo de Conaset.**

lúdicamente a las personas, de modo que sean ellas quienes generen parte del contenido interactivo”.

Asimismo, agrega que “el consumo responsable de alcohol es parte integral de nuestra visión de negocio. CCU es un agente activo en la sociedad y entiende el rol que le compete de informar respecto de sus productos, de cómo consumirlos en forma correcta”.

La ejecutiva dice que buscan informar a la sociedad de manera clara y propositiva, con un mensaje positivo que llegue a las personas. Un ejemplo emblemático es “si vas a beber, pasa las llaves”. Es una frase que invita a

una acción concreta de autocuidado y de seguridad vial y que ha permitido a CCU ser reconocida como una empresa que crea experiencias para compartir un mejor vivir, expresa.

Por su parte desde Conaset, comentan que desde que comenzó a regir la Ley de Tolerancia Cero en 2012, se ha reducido el índice de fallecidos por alcohol en conductores en un 15%. La medida tuvo tal impacto que comenzó un cambio cultural, y se puede ver que durante 2017 los fallecidos en el tránsito por presencia de alcohol en los diversos modos de transportes se redujeron en un 27% en relación al 2012.

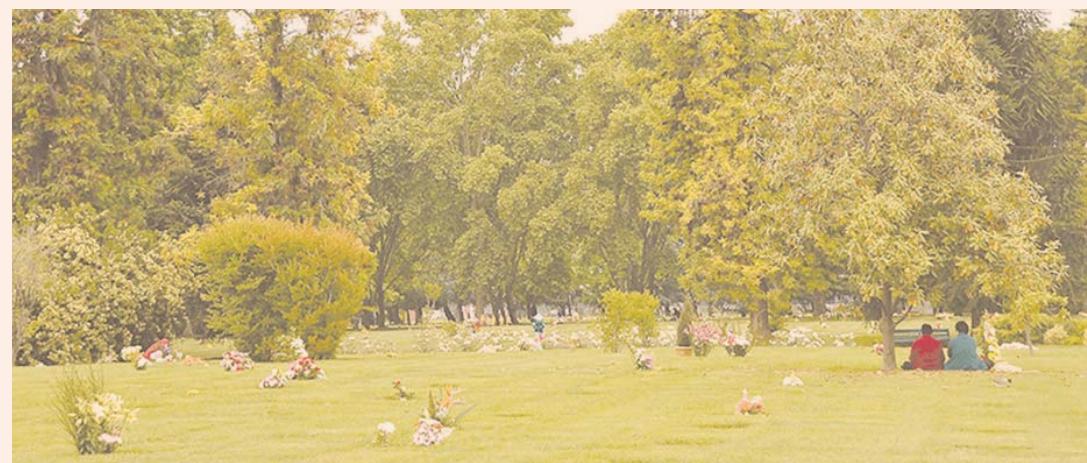
Apoyo para sobrellevar el duelo

## PARQUE DEL RECUERDO IMPLEMENTA PLAN DE ACOMPAÑAMIENTO PARA LAS FAMILIAS

**El segundo semestre de 2017 culminó el proceso de diagnóstico, para conocer su viabilidad.**

**N**l línea con su propósito de ser un lugar de encuentro espiritual para las familias y la comunidad, Parque del Recuerdo estableció una iniciativa que apunta a cómo enfrentar la muerte de algún familiar o ser querido. Para ello, la compañía implementó un Plan de Acompañamiento para ayudar a las personas o familias a sobrellevar su duelo.

Según su gerente de Asuntos Corporativos, Paulina Jaramillo, “el duelo se manifiesta silenciosamente, ya que estamos en una sociedad que evita hablar de sufrimiento. Por otra parte, hay muchas familias que no tienen los recursos económicos suficientes para costear la ayuda de



un profesional, que pueda ayudar a superar un difícil momento”.

Explica que en el segundo semestre de 2017 culminó el proceso de diagnóstico, instancia que les permitió conocer la viabilidad de este proyecto. Así comenzaron a trabajar con los primeros clientes para darles a conocer los alcances del plan de acompañamiento, que es parte del Programa Contigo en el Recuerdo.

Por su parte, la psicóloga especialista en procesos de duelo, Magdalena

López –quien está cargo del plan– destaca que la atención psicológica es un espacio de escucha activa, donde se van normalizando las situaciones que tienen que ver con el duelo. En este escenario, se les muestran a los participantes los cambios que pueden tener en términos conductuales, sociales, físicos y emocionales.

Detalla que trimestralmente están realizando talleres donde se invita a las familias que estén enfrentando una experiencia de duelo. Dice que este

año, por ejemplo, han trabajado con personas que han sufrido la pérdida de un hijo. López añade que con estas acciones se busca incentivar el sentido de comunidad y que los mismos clientes generen una red de apoyo mutuo para sobrellevar momentos de vulnerabilidad emocional.

Respecto del impacto de esta iniciativa, los clientes de los tres parques han participado en el Plan de Acompañamiento, ya sea por medio de consultas o en los talleres de apoyo al duelo. Según encuestas de satisfacción aplicadas a los participantes, el 89% señala que la actividad contribuyó en su bienestar, mientras el 100% aseguró que participaría nuevamente.

Además, en septiembre de este año, se implementará la plataforma web “Contigo en el Recuerdo”, que ofrecerá contenidos de interés para quienes estén viviendo un proceso de duelo. Por ejemplo, cómo enfrentar la pérdida de los padres, sistemas de duelo o cómo apoyar a los familiares, y junto con compartir diferentes experiencias en torno a este tipo de escenarios.

**2,6 MILLONES**  
de personas visitaron Parque del Recuerdo en 2017

# AULA MÓVIL CAPACITA A VECINOS DE RENCA EN HERRAMIENTAS DIGITALES



El Aula Móvil de Claro Chile llegó a Renca para impartir cursos gratuitos en alfabetización digital. En esta oportunidad, benefició a personas en situación de calle de la Fundación Cristo de la Noche y también a las mujeres de la comuna. Se trata de un camión adaptado como una sala de computación itinerante, que busca que los alumnos accedan por primera vez a herramientas digitales básicas, como utilizar documentos de Word, manejo de correos electrónicos hasta elaborar un currículum o tener una plantilla de cálculo para llevar las cuentas de una microempresa.

## REFORESTEMOS Y CGE DESARROLLAN JORNADAS DE EDUCACIÓN AMBIENTAL

La empresa eléctrica CGE, en convenio con Fundación Reforestemos, impartirán ocho jornadas de educación ambiental a colegios de San Bernardo y Padre Hurtado (RM), Paredones y Rancagua (Región de O'Higgins), San Rafael, Pencahue, Río Claro y Pelarco (Región del Maule). Para ello, se desarrollarán módulos teóricos con charlas medioambientales sobre bosques nativos y prevención de incendios forestales, por ejemplo, además de módulos prácticos donde los niños recibirán una inducción forestal y plantarán árboles nativos en sus propios establecimientos.



## Falabella baja huella de carbono en más de 46 mil toneladas de CO2

En su compromiso con el desarrollo sostenible, Falabella ha puesto énfasis en la gestión ambiental, adoptando acciones con las que buscan mayor eficiencia en el consumo energético. Se destacan la automatización de los sistemas de clima e iluminación, y el uso de fuentes de energías renovables no convencionales, como paneles solares. Esto les ha permitido reducir su huella de carbono en más de 46.000 toneladas de CO2 anuales, cifra que calculan, equivale a forestar una superficie parecida a la de la comuna de Santiago.

## Melón Cementos y Giro Limpio firman convenio

El convenio entre Melón Cementos y el Programa Giro Limpio busca certificar y validar la eficiencia energética y la competitividad de la flota de esta compañía, junto con reducir las emisiones y sus costos operacionales, en la línea de los objetivos propuestos por Giro Limpio. Esta iniciativa forma parte de la Hoja de Ruta de Transforma Logística, y es desarrollada por el Centro de Transporte y Logística de la Universidad Andrés Bello, con financiamiento de Corfo, y es apoyada por los Ministerios de Transportes, Energía y Medio Ambiente, entre otras entidades.

## OPINIÓN...

### Los desafíos digitales de las empresas chilenas

Lo que sonaba a futurología hace diez años, hoy se hizo realidad. Big data, IA, blockchain, chatbots, o Internet de las Cosas son algunas de las tecnologías utilizadas por las empresas y que a veces pasan inadvertidas por los clientes, pero que ya son absolutamente necesarias para satisfacer las altas expectativas de los consumidores actuales.

Como empresario no puedo evitar reflexionar sobre qué significa la transformación digital para la sociedad y qué responsabilidad nos toca a los impulsores de ella para lograr una transición ordenada y respetuosa. Todo esto es tan complejo como desafiante y por ello sumamente interesante y atractivo de resolver.

Como Empresas Conscientes y como líderes de éstas tenemos la responsabilidad de mirar al interior de nuestras compañías y elaborar los planes de gestión del cambio para que el impacto de la transformación dé un saldo positivo. Debemos entender que esta transi-



**MAURICIO RÍOS MARTÍNEZ,**  
CEO DE EVERIS NTT DATA CHILE  
DIRECTOR DE EMPRESAS CONSCIENTES

“

ción la encaramos las personas y que como tales tenemos barreas culturales y de formación que hay que considerar para no fallar en nuestra misión. El gran desafío está en cuidar a las personas ya que son los habilitadores del cambio y no un obstáculo para él.

Cuando el liderazgo de una empresa entiende que el fin de la compañía no es sólo la rentabilidad, sino que tiene que haber una devolución a la sociedad en la que opera, ya está dando un paso gigante en esa dirección. Capacitar a las personas que antes hacían un trabajo manual y rutinario para avanzar en su inclusión en el nuevo proceso de automatización es fundamental igual que capacitar a los jóvenes en profesiones del futuro para mejorar

su inserción laboral y mitigar el desempleo. Aunque muchos priorizan el rol del Estado y las políticas públicas, los líderes conscientes deben enfocar los esfuerzos de sus empresas, como protagonistas del desafío evolutivo.

En este sentido, es un imperativo que directores y altos ejecutivos comprendan la magnitud del cambio y delineen planes bajo el contexto de la cuarta revolución industrial. La transformación más grande de las empresas no es digital, sino cultural. Y con “cultural” me refiero a espacios para innovación, creatividad, habilitar la prueba y el error, entre otros. Sólo de esta manera estaremos cuidando el activo más importante de las compañías: el talento humano.

“El gran desafío está en cuidar a las personas ya que son los habilitadores del cambio y no un obstáculo para él”.

Suman 45 mil

# BANIGUALDAD DESARROLLA NUEVO SERVICIO DE MICROSEGUROS PARA SUS EMPRENDEDORES

**Apunta a personas que no tienen acceso a la banca tradicional, y que en la mayoría de los casos están en Dicom.**

**C**on el fin de seguir apoyando a sus emprendedores, que a la fecha suman 45 mil, la Fundación Banigualdad incorporará un seguro a su servicio de microfinanzas que irá en

directo beneficio de las personas que soliciten un crédito.

Según cuenta su gerente de Innovación, Alejandra Castillo, el microseguro no está sólo en Chile, sino que prácticamente en todas las microfinancieras de Latinoamérica.

“La idea nació porque queremos incorporarlo dentro de nuestros microcréditos como una forma de apoyar a los emprendedores a mantener sus negocios y a que salgan adelante cuando le ocurra alguna siniestralidad”.

La ejecutiva destaca que el perfil de los emprendedores de Banigualdad apunta a personas que no tienen acceso a la banca tradicional, y que en la mayoría de los casos están en Dicom, hecho que también les dificulta o imposibilita a la hora de contratar seguros para sus emprendimientos. “Los seguros muchas veces tienen un costo alto si lo comparamos con sus ingresos,

por lo cual prefieren ahorrarse ese dinero, pensando que tienen otras prioridades y necesidades”, dice.

Castillo asegura que tienen casos de personas que se les ha quemado su casa o el negocio y ahí está su principal fuente de ingresos, y no tienen dónde recurrir para poder salir adelante con su microempresa, y lo pierden todo.

Desde la fundación señalan que, si bien aún no está definido el precio del seguro, su valor bordeará los \$1.800 mensuales y se dividirán en cuatro pagos, ya que los préstamos que otorgan se pagan en cuotas semanales.

Asimismo, el seguro –que se lanzaría a fines de este año– cubrirá incendios, muerte accidental, invalidez 3/4, daños materiales, entre otros, y permitirá velar por la estabilidad y continuidad del emprendedor en el caso de que tenga un imprevisto.

**“Los seguros muchas veces tienen un costo alto si lo comparamos con sus ingresos, por lo cual prefieren ahorrarse ese dinero”.**



## OPINIÓN...

### Seamos coherentes

■ En la década del '70 Milton Friedman establecía la responsabilidad social empresarial en maximizar las utilidades para sus accionistas cumpliendo con la ley existente, muchos años más tarde la RSE invita a las empresas a establecer un equilibrio basado en la equidad entre lo económico social y ambiental.

En la actualidad muchas empresas profesan esta tendencia, hoy por hoy, denominada como sostenibilidad o empresa consciente. Pero la verdad que en su relación con la cadena de proveedores eso aún está muy lejos de ser una realidad.

No se puede pretender un impacto transversal y una sostenibilidad completa cuando el factor que dirime una adjudicación es simplemente el menor costo posible.

¿Cómo puede una Pyme proveedora buscar ese equilibrio cuando a la hora de licitar las compañías buscan ese menor costo?



**STEVE WEITZMAN,**  
GERENTE GENERAL LIMPIEZA  
SUSTENTABLE

En Limpieza Sustentable creemos en la coherencia de aquellas empresas que promueven tales valores y principios, es por ello que no hemos esperado que estos conceptos en una licitación sea una obligatoriedad, por lo mismo, hemos querido ser pioneros y hemos realizado una inversión fuerte en lo social y ambiental, demostrando que se puede, al crear una gerencia de calidad de vida para nuestros colaboradores, trabajando codo a codo con ellos, invitando en productos inocuos al medio ambiente y siendo la primera empresa de limpieza en

donar el 30% de sus utilidades anuales a causas sociales.

No queremos ser el padre Gatica que predica y no practica, queremos que se sepa para qué más empresas sigan esta línea y nuestros potenciales clientes apuesten no por el precio más conveniente, sino por la empresa más integral.

Los invito a ser más coherentes y si queremos cambiar nuestro país y ser realmente sostenibles, premiemos al que aporta e invierte y no al que, a la vieja usanza, busca maximizar a costa de lo que sea.

**“Los invito a ser más coherentes y si queremos cambiar nuestro país y ser realmente sostenibles, premiemos al que aporta e invierte y no al que, a la vieja usanza, busca maximizar a costa de lo que sea.”**



## Banco Santander entrega bolsas reutilizables y reciclables

En forma gratuita, Banco Santander está entregando a la comunidad bolsas que son reutilizables y reciclables, las cuales están estampadas con ilustraciones creadas por un emprendimiento local y basadas en especies de la fauna chilena en peligro de extinción. Esta iniciativa tiene el propósito de incentivar el reciclaje y reutilización, junto con generar conciencia en torno de estas especies en peligro de extinción. Más de cuatro millones de bolsas serán obsequiadas de manera progresiva a lo largo de Chile.

## SECTOR PÚBLICO Y PRIVADO DIALOGAN SOBRE EQUIDAD DE GÉNERO

Equidad de género fue la temática central que se abordó en un nuevo encuentro desarrollado por Empresas Conscientes en Casa Natura. En la oportunidad, participaron la encargada Ministerial de Género en el Ministerio del Trabajo y Previsión Social, María José Ochagavía, la gerente de Recursos Humanos de Natura, Sol de Cabo, y la gerente de Sostenibilidad de Falabella, Pamela Lagos, quienes hablaron sobre la Participación Laboral Femenina, gestión salarial, paridad de género, discriminación laboral y violencia de género, conciliación y corresponsabilidad, entre otros tópicos.

## TECHO-Chile lanza campaña en pos de la inclusión

Con el apoyo de Banco Santander, Sodimac y Ripley, Techo-Chile inició su campaña "Ciudad sin límites", con el objetivo de formar un movimiento que busca vivir más juntos, fomentando el encuentro y derribando las fronteras entre unos y otros para lograr una real integración social en las ciudades del país. "Apoyamos con entusiasmo esta iniciativa de TECHO, con quien nos une más de 10 años de trabajo conjunto. Hacemos propio el desafío de construir mejores ciudades, humanas e inclusivas", resaltó el gerente de Sostenibilidad de Sodimac, Juan Carlos Corvalán.

## Cummins es reconocida por su aporte en materia de diversidad

La empresa Cummins fue reconocida por la agencia DiversityInc como una de las mejores compañías en materia de diversidad, ocupando la doceava posición de un listado de 1.000. La lista Top 50 de DiversityInc reconoce a las principales compañías en la gestión de la diversidad y la inclusión, donde se destacan en áreas de contratación, retención y promoción de mujeres, minorías, personas con discapacidades, LGBT, entre otras. Asimismo, la compañía fue nominada en diversidad de proveedores, mujeres ejecutivas y para los consejos ejecutivos de diversidad.

## OPINIÓN...

# Construir felicidad en el trabajo: un deber moral y un buen negocio



**WENCESLAO UNANUE,**  
ACADEMICO ESCUELA  
DE NEGOCIOS UAI

Investigación de más de 40 años ha demostrado consistentemente que la felicidad nos hace bien. A nivel individual, las personas más felices viven más años y tienen mejor calidad de vida (mejores sistemas cardíacos, inmunológicos y endocrinos). A nivel social, son más cooperadoras, confían más y construyen mejores vínculos. A nivel país, luchan más fuertemente por disminuir la pobreza, las desigualdades y por cuidar el medioambiente.

¿Por qué es importante, además, la felicidad en el trabajo?

¡Simple! Porque la felicidad en la vida y la felicidad en el trabajo no se pueden disociar. En una reciente investigación que publicamos en *Frontiers in Psychology*, uno de los journals más prestigiosos del mundo, descubrimos eso. Básicamente, encontramos que la felicidad en la vida impacta substancialmente a la felicidad en el trabajo, y vice-versa.

¿Qué significa lo anterior? Aquellas empre-

sas que generan infelicidad en sus trabajadores, están haciendo que esos trabajadores se lleven la infelicidad a sus vidas. Al llevársela, serán personas con menor calidad de vida, poseerán peor salud, construirán peores relaciones sociales y serán peores ciudadanos del mundo. Por otro lado, si las empresas generan felicidad en sus trabajadores, esa felicidad impactará positivamente sus vidas, lo que los ayudará a ser más sanos, a ser mejores padres y madres, mejores parejas y, en definitiva, mejores ciudadanos del mundo.

Construir felicidad en el trabajo también es un buen negocio. En la UAI, financiado por un proyecto Fondecyt, hemos comprobado que los trabajadores más felices, son también más productivos. Descubrimos que las personas más felices en sus trabajos, en promedio, poseen 50% más de confianza en su organización y en sus estamentos, 22% más de ciudadanía organizacional, casi 3 veces menos de intenciones de renuncia y casi 2 veces menos de inseguridad con sus trabajos. Además, poseen 54% más de engagement, 150% menos de burnout, y entre un 13% y un 20% más de productividad.

George Washington planteaba que la felicidad y el deber moral están inseparablemente conectados. Los datos anteriores reafirman su postura e iluminan un nuevo camino para que las empresas ayuden a construir un mundo mejor. Pero, además, muestran que construir felicidad en las organizaciones es un muy buen negocio.

**“A aquellas empresas que generan infelicidad en sus trabajadores, están haciendo que esos trabajadores se lleven la infelicidad a sus vidas”.**

### ORGANIZAN



### PARTICIPAN

