

Responsabilidad social

CALIDAD DE VIDA



Equidad empresarial, la base de una sociedad sin prejuicios

LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES debe iniciar con los colaboradores, tanto en la diferencia de género, como en la inclusión de personas con discapacidades y comunidad LGBT

REDACCIÓN
Ciudad de México

La equidad es uno de los retos en las estrategias de Responsabilidad Social (RS); sin embargo, en las empresas dominan los programas para dar igualdad de oportunidades a las mujeres —ámbito en el que falta mucho por hacer—, pero suele dejarse de lado a los demás grupos sociales que padecen algún tipo de discriminación, ya sean personas con discapacidad, comunidad LGBT u otros sectores.

La calidad de vida dentro de la estrategia de RS en una empresa es el inicio de una evolución cultural hacia el respeto a los derechos humanos, ya que los colaboradores son los primeros que promueven los valores de una compañía, lo que, además de mejorar el entorno en el que se desenvuelve un negocio, sirve como estrategia comercial. “Con más de 40 nacionalidades representadas en nuestra fuerza de trabajo en América Latina, nuestra propia diversidad nos ayuda a reflejar y ganar con los consumidores... Hemos logrado avances significativos en las iniciativas Equidad de Género y Diversidad e Inclusión”, señaló Juan Fernando Posada, presidente de Procter & Gamble (P&G) para América Latina, al dar a conocer el *Informe de Ciudadanía Corporativa 2017: Historias de América Latina*.

En esa compañía, destacó, “aspiramos a construir un mundo mejor para todos nosotros dentro y fuera de la empresa, libre de prejuicios y con la misma voz y representación; un mundo donde todos nos vemos iguales... Creemos que nuestros esfuerzos de ciudadanía corporativa son una oportunidad no solo para nuestro negocio, sino también para las comunidades en las que vivimos y operamos”.

Cecilia Bauzá, directora asociada de Ciudadanía Corporativa para América Latina, agregó: “Estamos muy orgullosos del impacto positivo que hemos logrado este año y estamos comprometidos a seguir poniendo nuestros esfuerzos”.



Alrededor de 10 mil empleados de P&G en América Latina participaron en actividades para promover el respeto a la diversidad sexual.

180 países es el alcance de la campaña #NosVemosIguales con videos sobre equidad

9 meses dura la capacitación que dan a emprendedoras para que su negocio prospere

DOS ESTRATEGIAS

La empresa divide esos esfuerzos de calidad de vida de los colaboradores en dos estrategias, una de equidad de género y otra de inclusión y diversidad. De acuerdo con los directivos de P&G, “el compromiso con una cultura inclusiva es amplio y profundo. Estamos continuamente mejorando nuestra cultura por medio de políticas, capacitación y sistemas de apoyo a los empleados para satisfacer las necesidades de nuestra fuerza de trabajo cambiante. Nos comprometemos

a lograr una representación de 50-50 de mujeres y hombres en todas las áreas”.

La equidad también apunta a los derechos de los hombres, ya que “continuamos innovando en el área de licencia parental y flexibilidad laboral de los empleados, como brindarles a los padres más tiempo y el espacio que necesitan para que sean los mejores papás que puedan ser”.

Además, desde agosto de 2016 firmaron un compromiso con la Iniciativa Global Clinton para crear el Programa de Desarrollo Empresarial de la Mujer en cuatro países, incluyendo México, donde participaron 15 emprendedoras en una capacitación de nueve semanas.

“Al final del programa las participantes presentaron sus empresas al área de Compras Estratégicas de P&G para recibir comentarios y estar mejor preparadas para unirse a la cadena de valor de las compañías del ramo”, destacaron en el informe.

APOYO LGBT

En la segunda estrategia, el vínculo con la diversidad y la inclusión proviene del compromiso de equipos y personas que piensan de manera diferente, toman la iniciativa, aceptan el cambio y abordan los desafíos. “Desde crear oportunidades para las personas con discapacidades, hasta avanzar en la inclusión LGBT, estamos innovando para el crecimiento de nuestro negocio”, señalaron.

Un ejemplo de ello es que en marzo de 2017 alrededor de 10 mil empleados pudieron participar de celebraciones y discusiones sobre diversidad e inclusión en todas las instalaciones de P&G, enfocándose en promover el diálogo en áreas clave incluyendo sesgos, empatía, personas con discapacidades, comunidad LGBT, representación de género y flexibilidad laboral.

En los Premios Globales de Diversidad e Inclusión las nominaciones de P&G en América Latina representaron 40 por

ciento de las totales, siendo LA GABLE (estrategia de apoyo a la comunidad gay) el equipo ganador.

La empresa también organizó Conferencia LA GABLE en Brasil, reuniendo a 200 empleados de P&G y 40 participantes externos de 10 países diferentes. Ese encuentro “ha ganado la credibilidad dentro de P&G, así como entre socios externos como LinkedIn, Google, Nielsen, Ambev y DOW. Estos líderes están abordando conversaciones importantes como la lucha contra la discriminación y los derechos de las personas transgénero”.

No obstante, concluyó Juan Fernando Posada, “nuestro trabajo no termina ahí: el compromiso se extiende más allá de las paredes de P&G. Estamos impulsando la acción en el escenario mundial para marcar una diferencia significativa, y nos preocupamos profundamente por nuestro impacto, siempre esforzándonos por hacer que el mundo sea un poco mejor por medio de nuestras acciones”. **M**