

La creatividad, en el escenario

Se entregaron los premios Meta4 a la innovación en RR.HH.

Cuidar y preservar al empleado, ofrecer mejores condiciones de trabajo o simplificar las tareas. Esas fueron las propuestas de algunas empresas. Y tuvieron su reconocimiento: merecieron el premio Meta4 a la innovación en Recursos Humanos.

El miércoles último, cerca de 200 personas se reunieron para conocer las organizaciones que desarrollaron las mejores prácticas. Se presentaron 70 propuestas y tres fueron premiadas.

Los primeros en subir al escenario fueron las menciones especiales. La firma Edesur trabajó junto con la Organización Internacional del Trabajo e instituciones educativas para contribuir a la mejora de la empleabilidad de los jóvenes por medio de pasantías.

Por su esfuerzo en comunicar a los colaboradores la oferta de beneficios, la empresa TGS recibió también una mención especial. El plan, llamado Plus, buscó generar una comunicación concreta y capaz de generar interés.

El Grupo Carrefour Argentina ideó un noticiero, Todos & Cada Uno, para dar a conocer las novedades dentro de la empresa. ¿El objetivo? Integrar las culturas de dos compañías, Norte y Carrefour, que forman parte del grupo.

Por primera vez, un organismo público, el Ministerio de Trabajo, recibió una mención por un proyecto de integración laboral de personas con discapacidad.

Las firmas destacadas

Luego fue el momento de conocer a los tres premiados. Coca-Cola, de la Argentina, mereció el primer puesto por su programa Life Balance, que intenta equilibrar la vida laboral y personal de los 300 empleados que tiene la firma. Un plan de alimentación, jornadas flexibles para madres, una sala de bienestar, con metegol y sillón masajeador incluidos, forman parte de los beneficios.

“Los propios empleados fueron los ge-

neradores de las iniciativas. Todo esto surge desde sus necesidades”, explicó Soledad Izquierdo, gerenta de Comunicaciones Institucionales.

Uno de los aspectos que tuvo en cuenta el jurado fue que en abril último esta iniciativa fue certificada internacionalmente por la organización alemana Hertie Foundation, con el aval local de la Fundación Compromiso.

Por la excelente presentación y por el método que permitió medir los resultados del proyecto, el segundo premio fue para Unilever, que puso el acento en la gestión del conocimiento.

El concepto se basa en que todas las plantas de distintos países y de una misma categoría (que producen un mismo tipo de producto y que posean similares tecnologías), trabajen como si fueran una sola, con únicos indicadores de desempeño e intercambio de personas, prácticas y conocimientos

Santiago Bianco, gerente de relacio-



Representantes de las firmas ganadoras recibieron el reconocimiento de Meta4

nes industriales, precisó: “El proyecto se desarrolló en 9 fábricas e involucró a la Argentina, Brasil, Chile, Ecuador, México, Colombia y Bolivia. El objetivo es aprender y traspasar los límites de los países”.

El tercer puesto fue para YPF por el impulso al teletrabajo. La petrolera desarrolló un plan especial, que propone

esta forma de trabajo, poniendo cuidado en la calidad laboral y en la satisfacción de sus integrantes.

Se convirtió en la primera empresa en la Argentina en adherir al Programa Piloto de Seguimiento y Promoción del Teletrabajo en Empresas Privadas (Profet), a partir del convenio firmado con la cartera laboral.

Luego de conocer a los premiados y antes de finalizar el encuentro, el público pudo disfrutar de Impro Argentina, un trío de improvisación teatral. Lo cierto es que este grupo dio cátedra sobre cómo ser flexibles, aceptar las reglas de juego y trabajar en equipo.

Sofía Corral