

Tirada: <b>43.477</b>	<b>Cinco Días</b>	Superficie: <b>96 cm<sup>2</sup></b>	Ocupación: <b>85,88%</b>	Valor: <b>9.838,55 €</b>
Difusión: <b>31.120</b>				
(O.J.D)	<b>Economico</b>	<b>Diaria</b>		
Audiencia: <b>108.920</b>	<b>Economía</b>			
Ref: <b>6369821</b>	<b>2ª Edición</b>	<b>07/08/2015</b>	Página: <b>28</b>	<b>1 / 1</b>



# El empleado sin preocupaciones domésticas rinde más

Las empresas ofrecen servicios que facilitan los asuntos del hogar a sus plantillas

Paz Álvarez Madrid

**I**mpactante. Así se ha recibido en el ámbito de los recursos humanos la decisión de la empresa de contenidos audiovisuales Netflix de ofrecer a sus cerca de 2.000 empleados permisos por maternidad y paternidad, incluidas las adopciones, pagados durante el tiempo que necesiten a lo largo del primer año de vida del bebé. También se aplicará a las adopciones.

Se trata de una medida para atraer y retener el talento. Según avanzó en su blog la responsable de esta tarea en la citada multinacional estadounidense, Tammi Crazz, el objetivo es acabar con una de las preocupaciones que atentan a los empleados que desean ser padres, y que no dan el paso por no poder atender tal responsabilidad o por pensar que su nuevo estado puede suponer una penalización profesional. Porque las cuestiones domésticas suelen ser uno de los principales quebraderos de cabeza de los trabajadores de hoy día. Según asegura Crazz en su diario online, la gente rinde mejor en el trabajo cuando no tiene que preocuparse por los asuntos del hogar.

Es lo que ha llevado a muchas empresas, cada vez más, a incluir entre los beneficios de los trabajadores, además de servicios de guardería o médicos, la atención de determinadas tareas o engorrosos caseros. Por ejemplo, servicio de tintorería, arreglo de desperfectos en el hogar, llevar el coche al taller... Son medidas que favorecen la conciliación porque permiten al empleado ahorrar,

## De vacaciones ilimitadas

El asunto de las vacaciones es otra de las medidas impulsadas por Netflix para incentivar a sus empleados. Y aquí también va un paso más allá, al ofrecerlas por un período ilimitado a aquellos trabajadores que cumplan con los objetivos fijados. Esta medida también la ha adoptado la multinacional de la industria estadounidense General Electric, que ha comenzado a pagar tiempo libre a unos 30.000 empleados, el 43% de la plantilla. Ciertamente que



el sistema de vacaciones en Estados Unidos es muy diferente al de España, que lidera la tabla de países europeos con el perio-

do vacacional más largo.

Según una encuesta realizada por Expedia, España alcanza los 30 días de vaca-

ciones anuales, al igual que Francia, y muy por delante de países como Irlanda (21 días) o Japón (11 días).

**Al trabajador se le mide por los resultados, no por las horas**

sobre todo tiempo. Son los casos de Coca-Cola, Prosegur, Repsol, Vodafone L'Oréal o Kimberly-Clark, que tienen contratados este tipo de servicios con la empresa EasyLife, dedicada a estos menesteres. Como dice un empleado de Repsol, a facilitarle la "vida un montón". O el ejemplo de un trabajador de Coca-Cola, que cuenta su experiencia en la página online de la citada compañía. "Un ejemplo concreto es el del filtro para mi

nevera. Tenía que ir al servicio técnico que está en Alcobendas en un horario absurdo de lunes a viernes, lo que me parecía casi una misión imposible". Con este servicio, "lo tuve en un par de días directamente en la oficina".

Según asegura en su blog el profesor de sistemas y tecnología de la información del IE Business School, Enrique Dans, este tipo de medidas, como el comedor con comida gourmet, lavandería,

la guardería, el gimnasio, la peluquería o hasta el sitio para dejar la mascota, "no son simplemente una manera cortoplacista de asegurar una mayor productividad y que los empleados puedan centrarse únicamente en trabajar, trabajar y trabajar". En su opinión, son formas de hacer más sencilla la vida de sus trabajadores, "por eliminar fricción, por retener el talento asegurando que están a gusto". Supone, prosigue Dans, un enfoque maduro en un entorno que, desde la revolución social, se había caracterizado por el paternalismo, cuando no directamente por una visión de vigilancia.

Frente a este planteamiento, nace una visión más moderna y actual, favorecida por el uso de las nuevas tecnologías, que hace que la presencia del empleado en su puesto de trabajo no sea una prioridad. Al empleado se le mide por los resultados, no por las horas que echa en la oficina. Es por ello que el anuncio de Netflix supone mucho más que el grandísimo beneficio que acarrea para sus trabajadores, ya que da un paso más de madurez en la relación con la plantilla. Porque, según Enrique Dans, cada vez más empresas empiezan a plantearse que se enfrentan a un mercado de trabajo en el que el talento es un recurso escaso y apreciado, "y que su papel es ser capaces de atraer y de retener a ese talento". Esto pasa también por tratar a los trabajadores como personas adultas y responsables, asumiendo que ser productivos y ofrecer lo mejor a la empresa es su prioridad.