

agenda

EMPRESARIAL


MARTES-1 >>
LIDECO.

18.00 hs. Aspectos prácticos de la compraventa comercial y facturación. En Upaep (Cebollati 1470)


Conferencia → Gestión del clima laboral

Acuerdo

Los empleados son el pilar

Desafío. Según GPTW, para colmar nuevas expectativas hay que centrarse en el clima laboral.

Más allá de todas las estrategias de diferenciación que una empresa pueda implementar para generar un buen resultado del negocio, según una encuesta de Edelman Trust Barometer de este año, los consumidores prefieren realizar sus compras en las empresas que les gene-

Un ambiente de creatividad, esfuerzo y cooperación es una manera de integrar a los empleados


EXPERTOS. Omar Gennari de GPTW Uruguay y Alvaro Cristiani de la UM.

ran confianza, que se comunican con honestidad sobre el estado de la compañía, y que, principalmente, tratan bien a sus empleados.

En esta línea, el gerente general de Great Place to Work Uruguay, Omar Gennari, señaló que ahora las compañías deben enfrentarse a nuevos desafíos hacia afuera, durante una conferencia realizada recientemente en el Instituto de Estudios Empresariales de Montevideo (IEEM) de la Universidad de Montevideo (UM).

El consumidor, la opinión pública, el entorno social, la Responsabilidad Social Empresarial, el medio ambiente y la energía, son

nuevos retos que se suman a los eternos problemas diarios de la competencia, la tecnología, las marcas y la economía.

Para colmar las expectativas de estos nuevos elementos sobre los que las compañías deben enfocarse, existe un paso previo, según Gennari, generar un buen ambiente laboral que se refleje hacia afuera.

CONTRATO PSICOLÓGICO

La idea es entonces generar confianza, y como consecuencia compromiso y orgullo por parte de los empleados de la empresa.

Un ambiente de creatividad, esfuerzo y de cultura de cooperación es una manera de integrar a los empleados, que funcionan a su vez como una especie de vidrieras de la empresa hacia el exterior.

Según el profesor de comportamiento Humano de la Universidad de Montevideo, Alvaro Cristiani, cada empleado establece un contrato psicológico que abarca las creencias individuales que tiene acerca de sus obligaciones con el empleo. Es decir, lo que le debe a la organización, y lo que la organización le debe a cambio.

Este contrato, explicó Cristiani

durante la conferencia, suele diferir con las preferencias personales de las personas.

“Por esta razón el vínculo de confianza se transforma en un sentimiento básico que reafirma la actitud positiva y el buen clima de trabajo”, comentó el docente.

Este vínculo de confianza con los empleados se genera a través de los líderes, y permite que cada empleado sienta que desde su función crea diferencia y “transmita el sentimiento de orgullo al consumidor, que toma confianza con una marca a partir de la actitud de quienes la representan, sus empleados”.

EL DATO

El 93% de los consumidores piensa que una empresa es de fiar según como trate a sus empleados, según un relevamiento de Edelman Trust Barometer

Promoción conjunta para Texaco

Ducsa firmó un acuerdo con Autolider para recomendar la utilización de la reconocida marca de lubricantes

Ducsa, importador y distribuidor oficial de Lubricantes Texaco para Uruguay, firmó un acuerdo con Autolider, con el objetivo de trabajar en conjunto para promover su uso en los vehículos de las marcas que Autolider importa y representa en Uruguay. Es así que los automóviles, utilitarios, camiones y ómnibus Mercedes Benz, los camiones Freightliner y automóviles Alfa Romeo, así como las motos Aprilia y Guzzi tendrán como recomendación el uso de los lubricantes Texaco.

“Éste es uno de los más importantes acuerdos de marcas que Lubricantes Texaco realiza desde que Ducsa se hizo cargo de la importación y distribución de esta importante marca de lubricantes, hace 18 meses atrás, y se realiza con la marca líder del mercado en automóviles de alta gama y en vehículos de servicio pesado”, comentó la distribuidora a través de un comunicado de prensa.

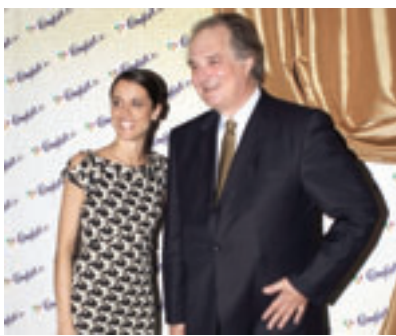
Ducsa fue creada en 2001, con el fin de agregar valor a la gestión de ANCAP, a través de la distribución de combustibles y lubricantes. En 2005 comenzó con la distribución de supergas en todo el país. En 2007, adquirió Chevron Uruguay y su red de concesionarios, asumiendo el rol de importador y distribuidor oficial de lubricantes Texaco.

CC:
CON EL OBSERVADOR
LA SEMANA SEGÚN THE NEW YORK TIMES

A partir del próximo sábado sale gratis con *El Observador* The New York Times International Weekly. Se trata de un suplemento de ocho páginas en español, que será publicado semanalmente. Hoy esta publicación circula en 26 países, llegando a más de un millón y medio de lectores en su versión en español. Ofrece una selección de las historias más destacadas de uno de los diarios más importantes del mundo, sobre temas de actualidad en todas las áreas.

COMFORT
SUAVIDAD EN TRES DIMENSIONES

El suavizante para ropa Comfort presentó su nuevo Concentrado 3D, que actúa en tres dimensiones: la que se ve, la que toca la piel y el perfume que se siente. El lanzamiento del nuevo producto tuvo lugar en el restaurante Rara Avis, en el Teatro Solís. El talento de la bailarina uruguaya María Riccetto coronó la noche. Riccetto, que triunfa en el American Ballet Theatre, expresó a través de su danza la idea de suavidad y tridimensionalidad del nuevo Comfort concentrado 3D.


NOVEDAD
EL TÉ DILMAH DESEMBARCA CON SU CALIDAD PREMIUM

Dilmah, una de las marcas de té más reconocidas, desembarcó en Uruguay. Para posicionarse rápidamente está llevando adelante degustaciones que alcanzarán a más de 10 mil personas. Es el décimo productor mundial y la tercera marca premium, y es producido hace 20 años por la familia Fernando, quien introdujo el concepto de “Té Directo de Origen”. Dilmah es traído a Uruguay por Lucas Calcraft, importadora con más de 130 años de trayectoria.



ORIGEN.
Cosechado en Sri Lanka