

EMPLEO RETRIBUCIONES

Los sindicatos se conjuran para subir el SMI a 1.000 €

Y revertir la pérdida de poder adquisitivo de los trabajadores en la crisis || Exigen una igualdad real entre hombres y mujeres



Representantes sindicales durante una protesta en Lleida.

I. CHIVA

LLEIDA | CCOO y UGT encaran 2018 con el objetivo de revertir la pérdida de poder adquisitivo que han sufrido los trabajadores en los años de crisis. Ambas organizaciones sindicales se han marcado como meta que el salario mínimo interprofesional (SMI) alcance los 1.000 euros. En este sentido, la secretaria general de CCOO en Lleida, Cristina Rodríguez, explicó que el acuerdo firmado en 2017 entre sindicatos, Gobierno central y patronal, que prevé incrementar en un 4% este año el SMI fijándolo en 850 euros en 2020, es insuficiente. Por ello, "continuaremos luchando para que el SMI sea de 1.000 euros, el 60% del salario medio, tal y como establece la carta social europea". Rodríguez también adelantó que su organización pretende incorporar "importan-

tes incrementos salariales" a los convenios colectivos a negociar en 2018 en Lleida. Igualmente, evidenció la necesidad de regular la contratación a tiempo parcial, ya que "se abusa de esta figura contractual". En la misma línea, la secretaria de Organización de UGT en Lleida, Demelsa Mateos, denunció que los contratos a tiempo parcial "están precarizando a los jóvenes". Del mismo modo, dijo que "como mínimo todo el mundo debe cobrar 1.000 euros" y se mostró favorable a implantar la jornada laboral de 35 horas semanales. Mateos, además, criticó la "excesiva" temporalidad en el empleo y pidió una igualdad real entre hombres y mujeres en el empleo. Así, subrayó que, en teoría, unos y otros perciben lo mismo, pero en la práctica aseguró que "los hombres tienen complementos salariales".

LIDERAZGO

PAU SAMO*

(*) PAU SAMO es experto en Branding, Posicionamiento Personal y Corporativo. Lecturer, speaker y consultor de INGENIO, Leadership School.



¿Transformación, postureo o disfraz?

La transformación digital es quizás el tema sobre el que más hablamos en las organizaciones y menos sabemos cómo llevar a cabo. Además, en los departamentos comerciales es un tema especialmente crítico. Salvo honrosas excepciones, claro, vamos muy perdidos. Seguramente la causa de ello es que no disponemos de un manual, un modelo a seguir o ejemplos de terceros que podamos aplicar. Siempre hay algún aspecto que chirría.

Yo tampoco voy a decirle cómo debería hacerlo usted, se necesitan más de unos pocos artículos para ello y ser un experto en su campo, pero me atrevo a dar dos pistas. Transformación Digital implica dos cosas: transformarse y digitalizarse. Obvio, ¿no?

Pues vamos por partes:

Transformación: ¿a qué empresa le gusta transformarse? Si la suya hoy es rentable, no tiene motivos para ello y, si no lo es, ya tiene bastante con sobrevivir. Somos inmovilistas por naturaleza y transformarse implica asumir riesgos, ir a lo desconocido, exponerse ante los demás y un largo etcétera de situaciones incómodas.

Digitalizarse: esto sí que nos gusta. Tener aparatos táctiles, acceso a internet, tener todo disponible en cualquier lugar y en cualquier momento, perfiles en todas las redes sociales, web nueva y ordenadores personales de última generación. ¿A quién no le gusta vivir así en su trabajo?

¿Cuál está siendo la consecuencia? Las tendencias de la gran mayoría de procesos

de transformación digital han hecho lo siguiente:

Digitalizarse sin transformarse. Es decir, hacemos exactamente lo mismo que hacíamos antes, pero con aparatos caros, softwares caros y pendientes del posturo en redes sociales de nuestra empresa y de la competencia. A esta estrategia deberíamos llamarla algo parecido a *Disfraz Digital*. Únicamente le hemos puesto un vestido falso por encima.

Digitalizarse sin transformarse es hacer exactamente lo mismo que hacíamos antes, pero con aparatos y softwares caros

Koetler lo resume muy bien: "Una empresa vieja con tecnología no es una empresa moderna, es una empresa carísima." A pesar de ello, es admirable que por lo menos se ponga empeño en ir por este camino, sabemos que tampoco es un camino de rosas. El esfuerzo debe ser admirado siempre.

Transformar una compañía implica transformar a las personas que la integran, incluyendo a la CEO y a la operaria que acaba de llegar. Es una cuestión de cultura corporativa. Casi

todas las expertas coinciden en que es necesario poner a los empleados y al cliente en el centro de todo y estos, hoy en día, tienen infinitas posibilidades de influir sobre nuestra empresa, desde las opiniones en foros a las comunidades de cocreación de nuevos productos. Ya no es que debamos dejar de ser silos herméticos entre los departamentos de nuestra compañía. Es que deberíamos dejar de ser silos con los *stakeholders* de nuestra industria. ¿Cómo vamos a usar el Big Data si solo disponemos de nuestros propios datos? ¿Cómo vamos a usar la Inteligencia Artificial si no sabemos gestionar la enorme inteligencia de las personas que trabajan en la empresa? ¿Cómo vamos a robotizar la atención al cliente si no sabemos qué le preocupa con total detalle? Quizás un modelo de apertura total sería atrevido pero muy adecuado para dejar fluir información, dejar explotar el talento de las personas dentro de la compañía y participar activamente en el proceso de liderazgo transformador de tu sector... casi nada. Pronto está dicho. Hay muchas incógnitas y pocas respuestas.

Personalmente me quedo con dos preguntas: ¿qué puedo transformar en mi empresa hoy? Y yo, ¿me he transformado o me he disfrazado?

CFC - UNIVERSIDAD DE LLEIDA

PROGRAMAS de DESARROLLO DIRECTIVO y del LIDERAZGO
"Formación para directivos líderes"

www.ingenioschool.com



Aquest dissabte, 20 de gener

Formació tecnològica: alta demanda, poques vocacions

Entrevista:
Ramon Grau, degà d'Enginyers Lleida, Col·legi d'Enginyers Graduats i Enginyers Tècnics Industrials de Lleida (CETILL)

Taula rodona:
Cristian Solé, sotsdirector de l'Escola Politècnica Superior de la Universitat de Lleida
Jordi Rosell, enginyer i professor de Formació Professional
Nicolau Galdeano, formador i inspector d'Ensenyament

EL DEBAT DE  **LLEIDA ACTIVA**

CADA DISSABTE 15.00
red. DIUMENGE 22.00
DIMECRES 16.30

Amb Josep Maria Sanuy

