

# Gestión Empresarial



ISTOCK

## Luchar contra la obsolescencia programada sí es rentable

Una fundación reconoce a las compañías que fabrican artículos que sean reparables y tengan un ciclo de vida largo

Sandra Tobar MADRID.

Cada vez es más frecuente que los aparatos eléctricos tengan un ciclo de vida menor. Atrás quedan los famosos eslóganes de algunos productos que hace años garantizaban su uso de por vida: ahora tienen una fecha de caducidad marcada por el fabricante y que obliga a los usuarios a comprar y tirar artículos en cuestión de dos años o a descartar costosas reparaciones. Es lo que se conoce como obsolescencia programada –una práctica poco ética y perjudicial para el medio ambiente– contra la que muchas empresas se han puesto en pie de guerra.

Entre los artículos que más se consumen en menor tiempo destacan los móviles. Así, los españoles cambiamos de *smartphone* con bastante frecuencia, pues el ciclo de vida de éstos es de 20 meses, según la consultora Kantar Worldpanel. En este sector nació en 2013 el fabricante Fairphone, una empresa que lucha contra la obsolescencia programada, ofreciendo teléfonos cuya longevidad supera con creces la media del mercado.

### Un sello acreditador

La Fundación Fenis otorga desde hace años, de forma gratuita, el Sello ISOPP, –innovación sostenible sin obsolescencia programada–, al que puede aspirar cualquier orga-

nización que cumpla con algunas condiciones, tales como que los productos sean reparables por un coste menor al de comprar uno nuevo o que la garantía del artículo sea superior a los dos años obligatorios por ley. De momento, sólo ocho empresas de las 92 que lo han solicitado lo tienen en su haber.

Esta idea surgió del fundador de

### Casio, los relojes de toda la vida

¿Quién no ha tenido un reloj Casio y muchos años después sigue funcionando? La famosa empresa de relojes es todo un ejemplo a seguir en cuanto a la durabilidad en sus productos. En 2010, sacó al mercado una revolucionaria tecnología de proyección que eliminaba el mercurio y que proponía iluminación sin lámpara y con una vida diez veces mayor a la media de estos artículos. Sin embargo, uno de sus mayores logros son los ecoproyectores. El ahorro es tal, que hasta la NASA equipó a los astronautas con ellos en una misión espacial.

la asociación, Benito Muros, quien hizo tambalear los cimientos de la industria eléctrica con la creación de una bombilla que duraba 90 años. Desde entonces, lucha contra la obsolescencia programada con iniciativas como ésta o los puntos de reparación, llamados *No tires, aprende y repara*, “donde enseñamos a reparar todo tipo de productos de forma gratuita”, explica.

Una de las organizaciones que goza de esta distinción es ProsoSphere, que comercializa bombillas LED sin obsolescencia programada o placas solares y térmicas con una vida útil superior a 25 años. Este modelo de negocio es el que defiende el gerente de la empresa, Javier Rioja, quien asegura que “no hace falta programar para que se estropeen los aparatos, ya que conforme se evoluciona tecnológicamente en seguridad y prestaciones, el consumidor se adapta a sus nuevas necesidades y, de esta forma, continúa consumiendo”.

De hecho, luchar contra este problema es rentable para las empresas. “Abandonar esta práctica sólo traería beneficio a los ciudadanos, al medio ambiente y a los recursos naturales. Se crearían puestos de trabajo adicionales, se acabaría con la especulación, con los salarios de esclavitud de algunos países, y se construiría un mundo más justo y más sostenible”, concluye Muros.

## Claves para convertir su empresa en un mejor lugar en el que trabajar

Preocuparse por la faceta personal de los empleados provoca un cambio de actitud

L. M. / S. T. MADRID.

Sólo dos de cada diez españoles se sienten felices con su trabajo. Así se extrae de un estudio de Trabajando.com, Universia, People First y Reputación e Innovación, coincidiendo con el *Día de la diversión en el trabajo*, que se celebra hoy, 1 de abril. Para revertir esta situación, les proponemos seis claves que le ayudarán a convertir su organización en un espacio más acogedor.

### ■ Intraemprendimiento

Fomentar las propuestas de los trabajadores es uno de los aspectos más motivadores. “Los que tienen ideas e innovan son los empleados, por lo que tenemos que darles herramientas para que se sientan partícipes del proyecto empresarial y puedan contribuir a él”, explica Isaac Hernández, director general en España y Portugal de Google for Work. El gigante tecnológico es uno de los mejores ejemplos, pues permite que su plantilla dedique un 20 por ciento de su jornada laboral a desarrollar iniciativas propias.

### ■ Tiempo libre

Conciliar la vida laboral y la personal es una de las reivindicaciones tradicionales de los trabajadores. De hecho, disponer de flexibilidad horaria y poder disfrutar de las aficiones es uno de los aspectos que más se valoran, especialmente la generación *millennial*. “Se le da mucha importancia al tiempo libre, de ahí que se necesiten organizaciones más humanas”, asegura Jaume Gurt, di-

rector de Organización y Desarrollo de Personas Schibsted España.

### ■ Más allá de la oficina

Organizar un taller, una salida al campo o un torneo deportivo aumenta el rendimiento: mejora la comunicación y acelera los procesos, una vez en la oficina. Francisco Sierra, director general de Funding Circle en España cuenta que “para tener un buen ambiente y lograr que el equipo funcione es fundamental que los empleados se conozcan en el plano personal”. Para ello, en su compañía organizan campeonatos de *ping-pong* y una cena al mes.

### ■ Estrechar lazos

El 28,7 por ciento de los españoles tiene buenos amigos en el trabajo, según el estudio. Promover que los trabajadores conozcan las funciones de compañeros de otros departamentos o romper las barreras que existen entre empleados y los altos cargos ayuda a crear climas laborales más positivos. “La cercanía de la dirección general a todas las personas crea organizaciones transparentes, que se mueven por la confianza”, explica Gurt en su libro *Diseña tu futuro*.

### ■ Comunicación y transparencia

Saber transmitir la cultura empresarial de forma coherente es fundamental. “Lo más importante es comunicar primero con los empleados y fomentar la inteligencia emocional en la empresa, y luego salir fuera”, indica Sarah Harmon, consejera delegada de LinkedIn para España y Portugal.

### ■ Llegar a todos los estratos

En una organización, cualquier cambio sustancial debe plantearse de manera transversal, desde la dirección hacia abajo. Instaurar la nueva mentalidad exige que toda la empresa esté implicada.

## Emprendedora y creativa, así es la 'Generación Z'

eE MADRID.

Los jóvenes nacidos entre 1994 y 2009 –la llamada *Generación Z*– se caracterizan por ser autodidactas, creativos y estar sobrepuestas a la información. Así se extrae del estudio *Generación Z: el último salto generacional*, elaborado por la Deusto Business School y Atrevia.

Entre los nuevos valores que poseen estas personas están la justi-

cia social, el cuidado del medio ambiente y el hecho de compartir los bienes.

En este sentido, muchos de ellos quieren ser emprendedores por su propia realización personal, aunque también para ganar dinero.

Además, estos jóvenes hacen un uso masivo de las redes sociales y de la tecnología, y aceptan la incertidumbre laboral a la que se enfrentan.