



DIVERSIDAD

UNILEVER Chile
Abril 2017

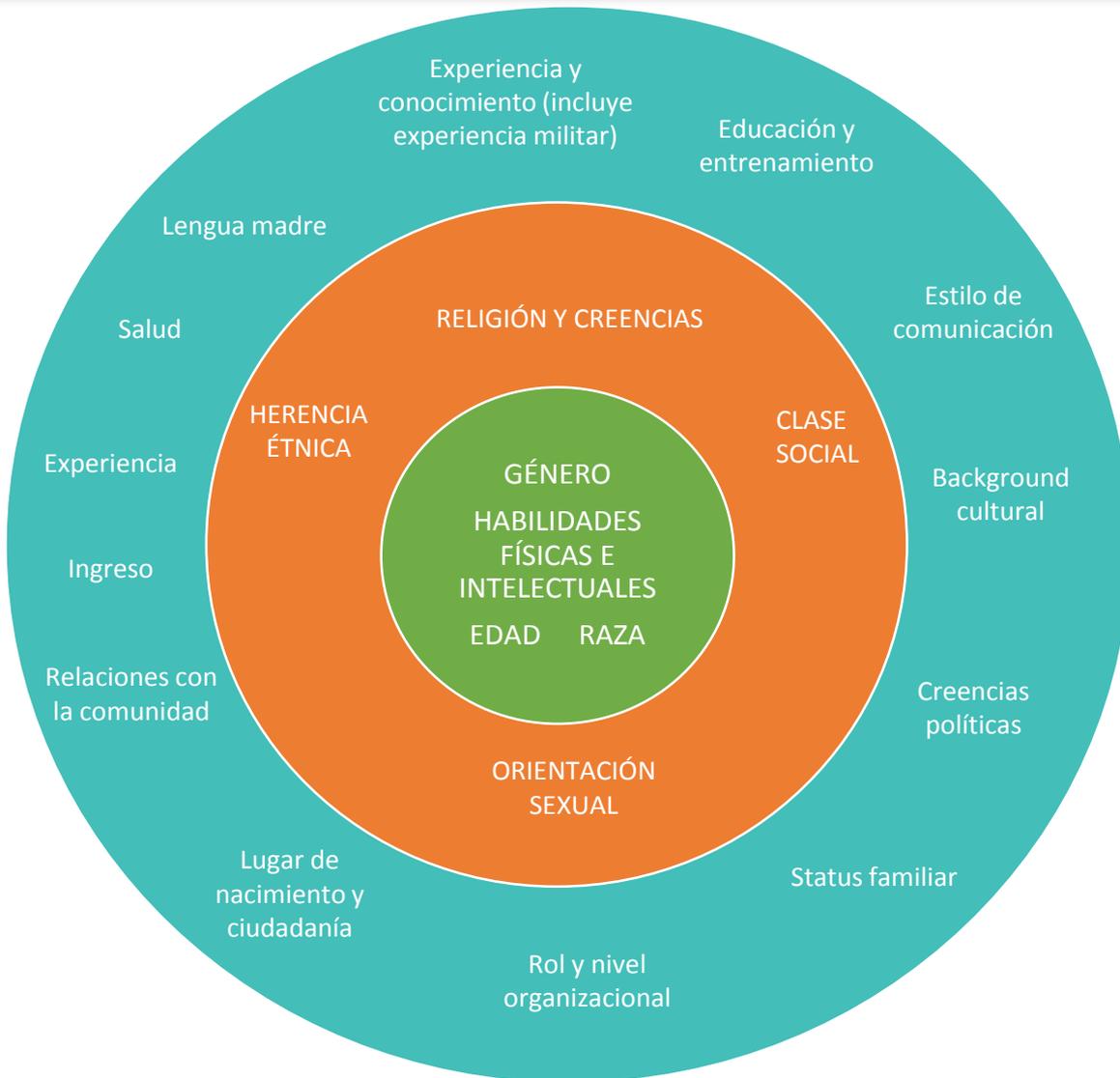
@Hans_ebeni

La diversidad
está en el ADN
de nuestra
cultura



Unilever

Nuestros principios



El círculo virtuoso de DIVERSIDAD

Desde aquello que es más visible, como el género y la edad ... Hasta distintas universidades, experiencias e idiomas.

-
-  Dimensiones de diversidad más visibles
 -  Dimensiones de diversidad típicas menos visibles
 -  Dimensiones de diversidad secundarias

El business case de Unilever

1.
MEJORA
RESULTADOS
FINANCIEROS



2.
IMPACTO
POSITIVO EN
EL NEGOCIO
Y REPUTACIÓN



3.
AUMENTA
PARTICIPACIÓN
DE MERCADO



4.
POTENCIA LA
INNOVACIÓN



5.
ATRACCIÓN DE
TALENTO



El business case de Unilever

1.

MEJORA

RESULTADOS



El precio de la acción ha crecido más de

70% desde 2010

Las empresas con mayor diversidad en sus directorios, tienen un ROE 53% más alto.

McKinsey

Las empresas lideradas por mujeres tuvieron rendimientos superiores al mercado, en un 28%.

Forbes

Las compañías con 3 mujeres en su directorio tienen un rendimiento financiero más alto.

Fortune 500 – Catalyst



Unilever

El business case de Unilever



POSITIVO EN
EL NEGOCIO
Y REPUTACIÓN

ÍNDICE SUSTENTABILIDAD DOW JONES:

2016: Líder de la industria de productos de cuidado personal

2015: Líder en la industria de alimentos



69% de las empresas con políticas activas sobre diversidad, mejoraron su reputación.

Comisión Europea



Unilever

El business case de Unilever

Success



**TOMORROW'S SUCCESS STARTS
BY GETTING STAINED TODAY**

..... ★ ★ ★ ★ ★



AND NOW YOU CAN LET HIM!
BECAUSE OMO IS UNBEATABLE AT
REMOVING THE TOUGHEST STAINS,
EVEN IN A QUICK WASH.

Dove



os que reflejan la realidad de sus
entienden mejor las necesidades de



El business case de Unilever

4.

POTENCIA LA
INNOVACIÓN



Elimina la homogeneidad de pensamientos y visiones, uno de los principales obstáculos para la innovación.

En 2016 Unilever fue #8 entre las empresas más innovadoras del ranking Forbes

La diversidad en su definición más amplia (no sólo enfocada en el género) permite destrabar el potencial de los equipos.



Unilever

El business case de Unilever



Entre las 10 empresas más atractivas para trabajar
de Merco Talento
2ª mejor empresa para padres y madres,
Fundación Chile Unido y El Mercurio





Presencia en 190 países
169 mil colaboradores





“Voy a continuar usando mi voz en el negocio para motivar el compromiso de nuestros empleados, hijos, maridos, hermanos y padres; que apoyen acciones para el cambio”.



HeForShe

Paul Polman
CEO Unilever

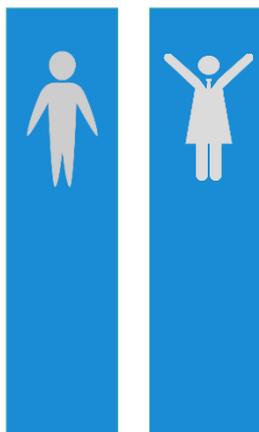
Directorio Diversidad: gobernanza para el cambio

Su misión es crear las condiciones para que las personas de Unilever puedan contribuir al crecimiento de manera exitosa y en el largo plazo





50%



Todas las geografías han crecido en equidad

Entre 2010 y 2015 las mujeres en Unilever pasaron de 38% a 45%.

Hoy el 44% del Directorio Cono Sur está conformado por mujeres.

En Latam la representación femenina en cargos gerenciales es de 48%.



El negocio en Chile



80

35

14

CATEGORÍAS

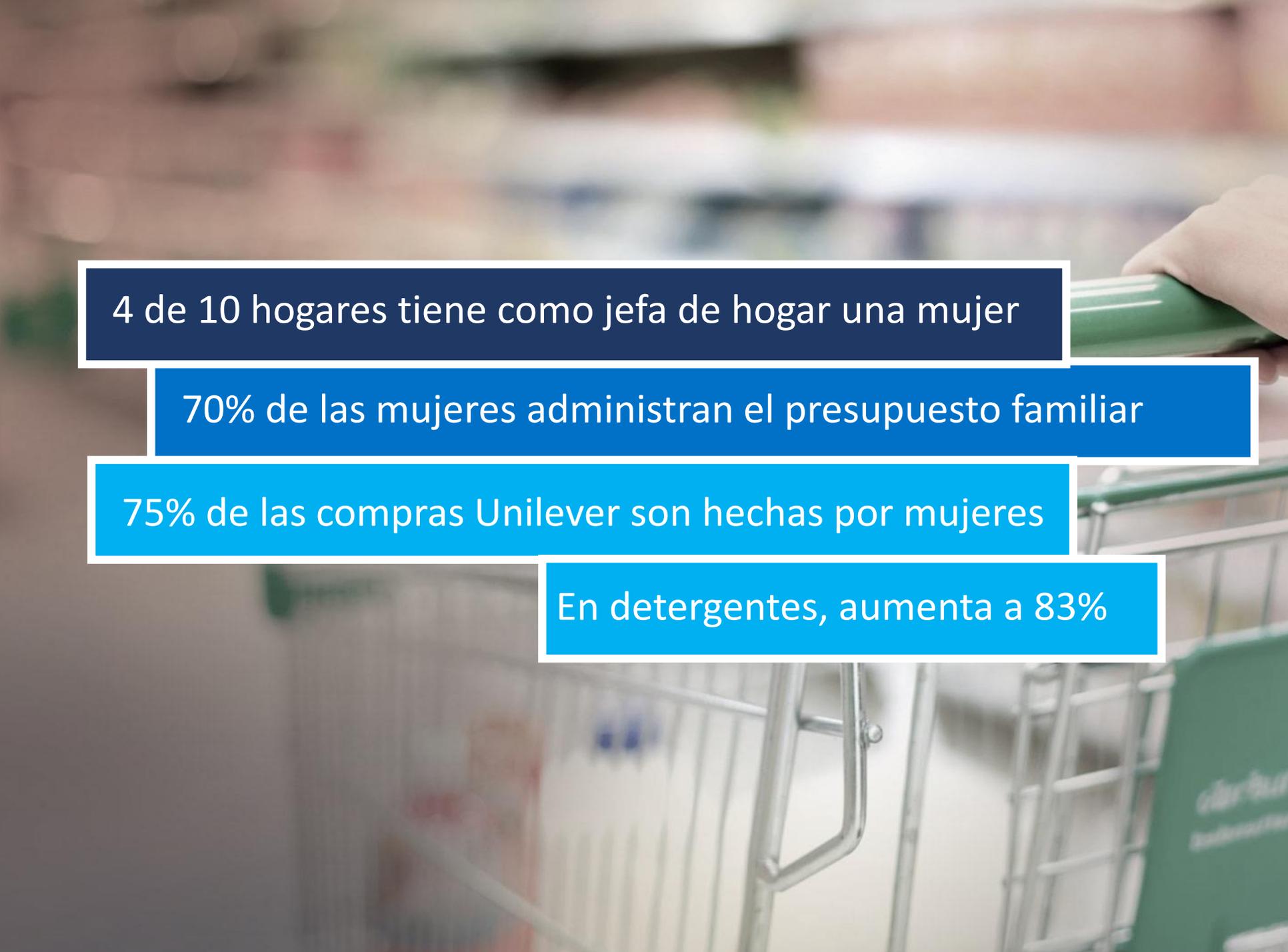
AÑOS

MARCAS

Omo, Pepsodent, Rexona, Quix, Sedal, Cif, Bonella, otras.

IMPECABLE A LOS 50 (LAVADOS)



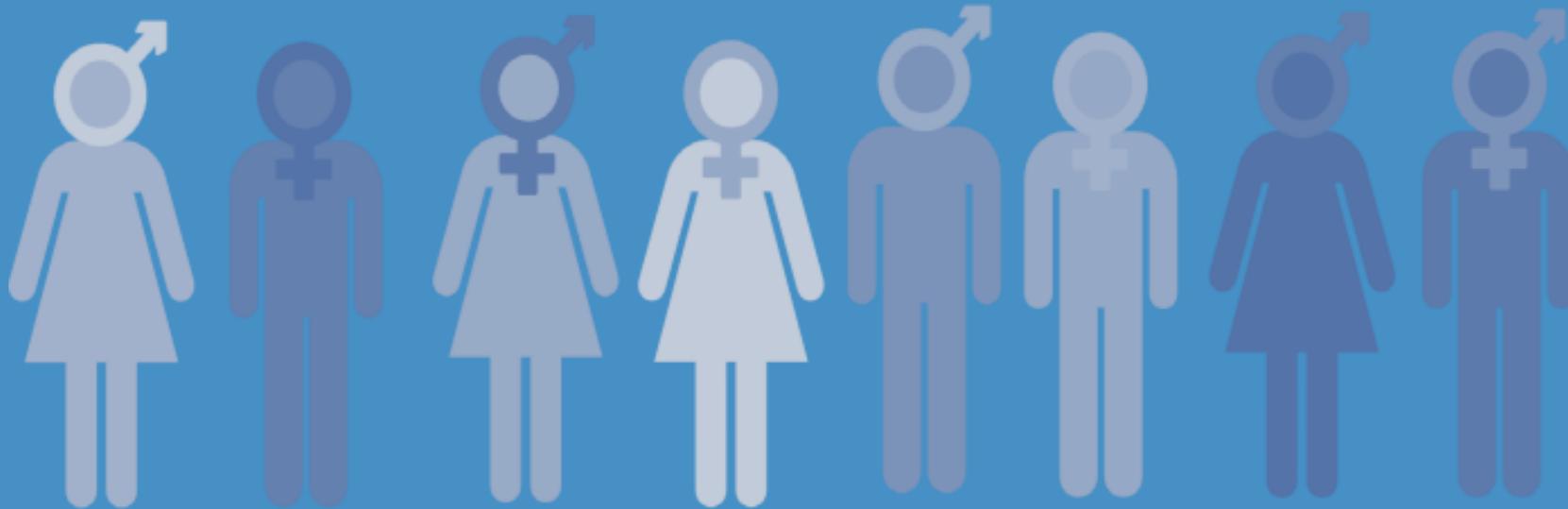


4 de 10 hogares tiene como jefa de hogar una mujer

70% de las mujeres administran el presupuesto familiar

75% de las compras Unilever son hechas por mujeres

En detergentes, aumenta a 83%



1

Eliminamos las barreras de entrada

Eliminamos barreras de entrada

1

CARRERAS - UNIVERSIDADES

2

IDIOMAS: inglés ya no es requisito

3

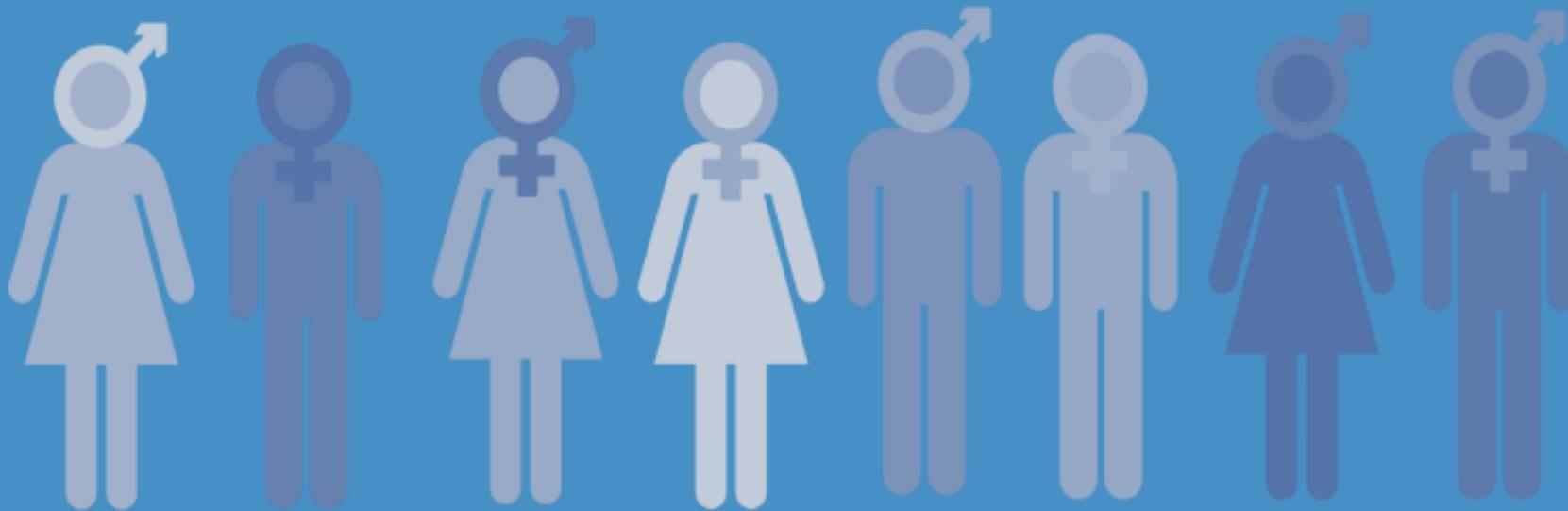
NACIONALIDADES: contratación o intercambios

4

DIVERSIDAD SEXUAL

5

IGUALDAD DE OPORTUNIDADES



2

No creemos en beneficios especiales...

Pero sí, en facilidades para TODOS

Facilidades para todos

**HIJOS:
CONCILIACIÓN**



**DÍA A DÍA:
FLEXIBILIDAD**



**AGILE
WORKING**
PERFORMANCE
UNLIMITED

**CRECIMIENTO:
DESARROLLO
PROFESIONAL**

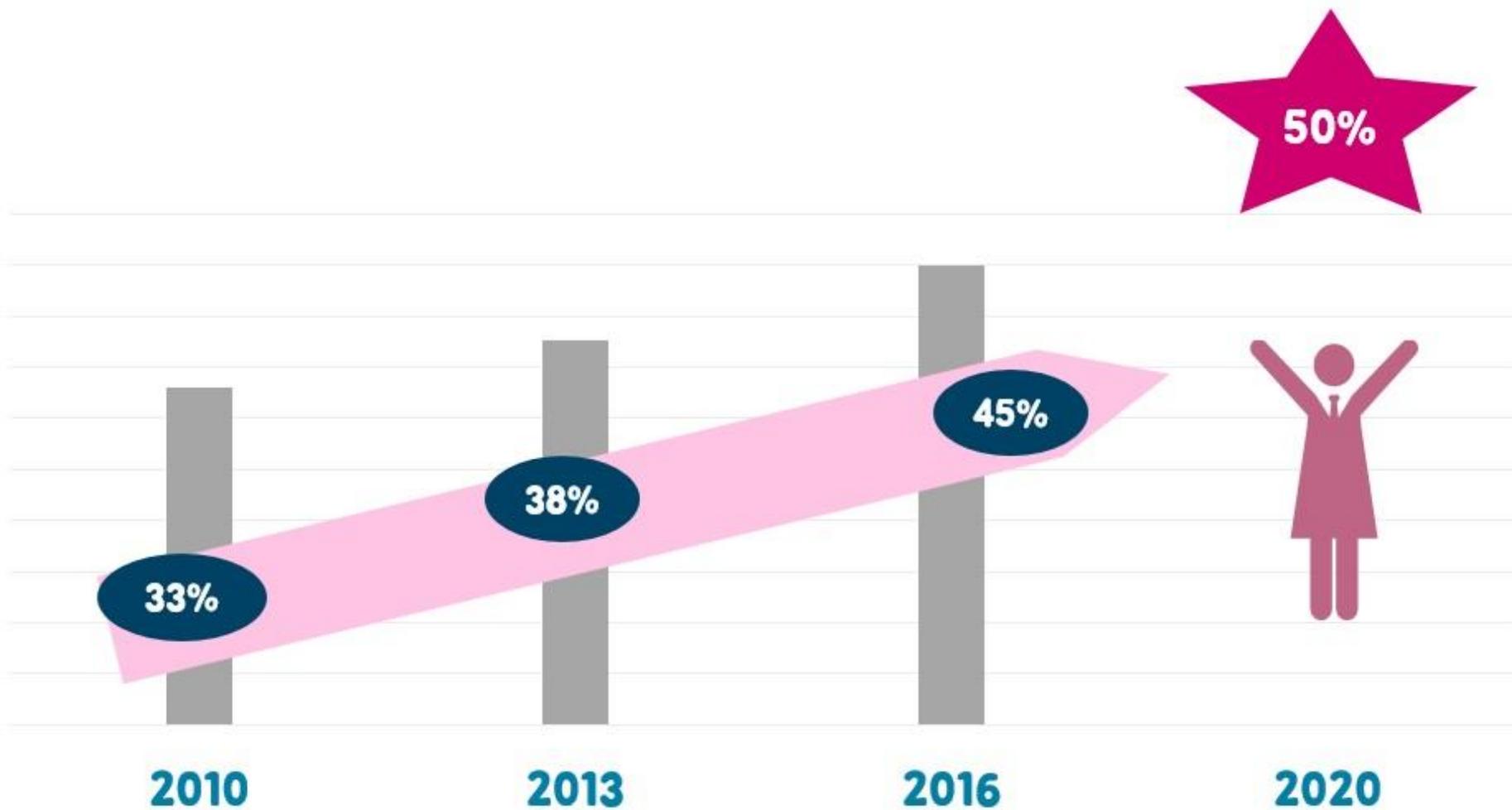
Job share

Puestos part time

Pool de talento

Career by choice

Nuestra meta en Chile: 50% al 2020





Nicole Konar

Gerente de Investigación & Desarrollo Conosur



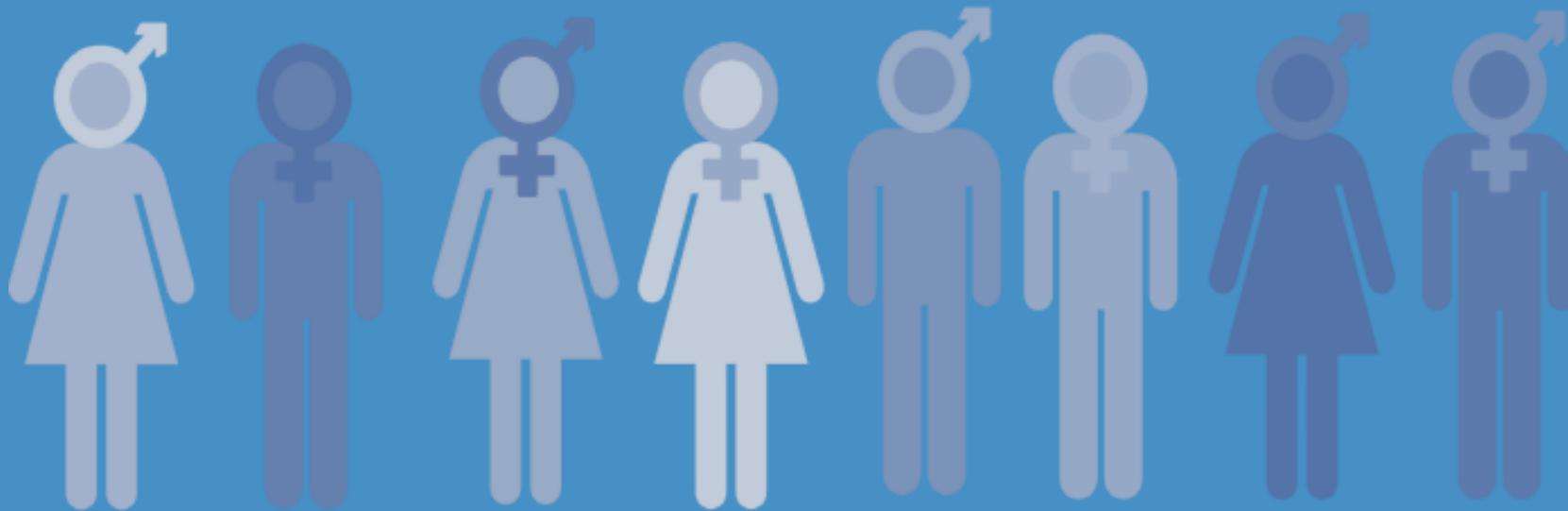
María Lourdes Casal

Gerente Fábrica Detergentes



Verónica Hollstein

Gerente Manufactura Detergentes



3

Y trabajamos por eliminar prejuicios

Víctimas de nuestros sesgos inconscientes



#unstereotype

#Unstereotype-cambio de mentalidad

Los mayores obstáculos son nuestros prejuicios



40%

De las mujeres no se identifica con las modelos que ve en comerciales. #Porunveranoreal



¿Y AHORA QUÉ?



Gracias

@Hans_ebeni