

Buen gobierno

Los empleados, eje para ganar competitividad

British American Tobacco mimma las condiciones laborales

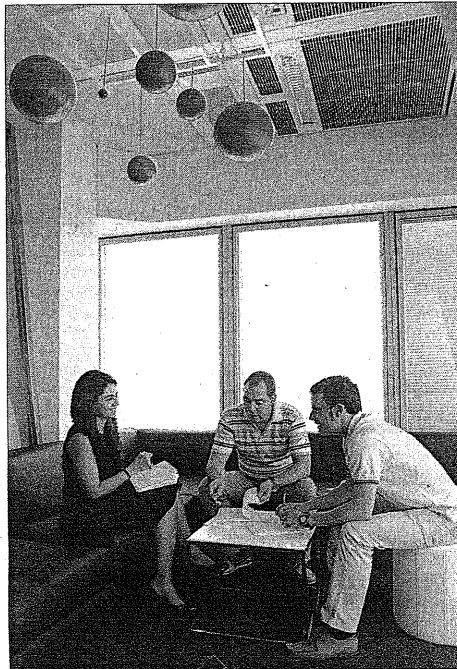
JAVIER CARAZO Madrid

British American Tobacco (BAT), fabricante multinacional de cigarrillos, está presente en 180 mercados y cuenta con más de 60.000 empleados. Con marcas populares como Lucky Strike o Pall Mall, en España se instaló en 1990 y da trabajo a 250 personas. Precisamente, es en el cuidado de estos empleados y de las condiciones laborales donde se centra la política de la compañía en responsabilidad social corporativa (RSC).

BAT busca establecer un ambiente de trabajo amable para los empleados, según Daniel Laya, director de Recursos Humanos de BAT en España. A su juicio, la razón que sustenta este comportamiento es la obtención de ventajas competitivas importantes dentro del sector. "La RSC tiene muchas aristas y una de ellas se basa en la relación constructiva con nuestro entorno, como socios, clientes, proveedores y empleados".

Y BAT ha configurado para los empleados una batería de iniciativas que abarcan muy distintos aspectos. "Nosotros apoyamos a nuestros trabajadores en las diferentes etapas de su vida, para lo que hemos desarrollado, por ejemplo, políticas de conciliación, diversidad o igualdad de género", indica Laya.

Más allá de estos puntos, para Laya la promoción internacional que ofrece una multinacional como BAT es una de las ventajas a tener en cuenta. "En la empresa existen oportunidades para que los empleados desarrollen una carrera internacional que, posteriormente, les puede llevar



Reunión de empleados en una sala de la nueva sede de BAT.

a conseguir puestos de responsabilidad en el país de origen". En este sentido, Laya se pone así mismo como ejemplo. "Soy venezolano y, antes de llegar a España, he estado en Irán e, igual que el mío, hay otros muchos casos".

Las iniciativas que la tabaquera plantea hacia sus empleados van desde un programa de inglés costeado por la empresa, al que ya se ha acogido el 35% de la plantilla, hasta una escuela de ventas que dura tres años. La intención de esta última acción, según resalta el directivo, es

ayudar a incrementar el nivel profesional del área de ventas de la empresa, tanto en liderazgo como en el manejo del negocio.

"Trabajamos en el desarrollo de los equipos, en la relación con los clientes, en la planificación de las visitas, etcétera. Con ello, hemos conseguido un índice de rotación muy bajo. Los trabajadores están muy motivados y, además, se les da la opción de ir a otras áreas profesionales, como relaciones corporativas o a oficinas, con lo que pueden ampliar su perfil".

Un cambio de sede por petición

El director de recursos humanos de BAT recuerda que la compañía lleva tiempo con una cultura de medición de bienestar de los empleados, consistente en una encuesta que se realiza cada dos años. Una de las consecuencias se ha traducido en un cambio de sede. "Nuestras oficinas estaban en la calle Orense de Madrid, pero en ellas no se podía desarrollar el ambiente de trabajo para una empresa moderna, así que nos trasladamos a Torre Espacio en abril del año pasado. Ahora estamos en un edificio más verde, con control de emisiones, con más luz y una distribución más uniforme".

Una de las novedades para este año es la puesta en marcha de la iniciativa *Cultura 2.0*, con cursos de formación online.

Para Laya un punto destacable ha sido la creación de una comisión de igualdad. "Ha sido un paso más para apoyar la política de conciliación, que es clave para que las mujeres se sitúen en un puesto de mayor nivel". Entre las medidas tomadas destacan la implantación de servicios de asistencia al empleado para trámites domésticos (renovación de DNI o la ITV), o el teletrabajo. Este año la empresa cuenta con programas de *coaching* y *mentoring*, "con personas que les ayudan a enfocar su carrera", añade.

Fundación Lealtad medió en proyectos por valor de 1,2 millones en 2010

CINCO DÍAS Madrid

La Fundación Lealtad, dedicada a promover la colaboración de las empresas con las organizaciones no gubernamentales (ONG) a través de servicios e información especializada, actuó el año pasado como mediadora en 105 acciones que tuvieron una valoración económica de 1,22 millones de euros, según se desprende de su memoria de actividades de 2010.

Las principales formas de colaboración fueron la aportación económica, en un 55% de las acciones, y el voluntariado, en un 24%. En total, 350 empresas contactaron con la fundación en 2010 para solicitar información sobre las ONG y cómo colaborar con ellas. De estas, un 47% se comunicaron con la institución por primera vez.

Con el fin de dar respuesta a las solicitudes de las compañías, y ayudarles a identificar el proyecto o la ONG con la que colaborar, redactó 73 informes con información sobre 93 ONG de la Guía de Transparencia con la

que cuenta la fundación. Finalmente, el año pasado analizó unas 37 propuestas solidarias de 34 empresas. Un 32% de estas propuestas fueron para aportaciones económicas, un 19% para la cesión de activos y otro 19% para voluntariado corporativo.

Algunas de estas iniciativas fueron, por ejemplo, en aportación económica, el caso de *Semana Santander eres tú*, donde participaron todos los países en los que el Banco Santander está presente, con 300 actividades. En España, se recaudaron 53.000 euros que se donaron a varias ONG.

En emergencias, la Fundación Ebro Foods donó 10.000 euros a Cáritas Española para apoyar su labor en Haití. Por su parte, el bufete Cuatrecasas, Gonçalves Pereira dio 40.000 euros para proyectos de integración laboral de personas con discapacidad a varias ONG.

Desde 2003, la Fundación Lealtad ha mediado en 500 acciones, con una valoración económica de 9 millones de euros.

Abengoa premia a los proveedores más sostenibles

La Fundación Focus-Abengoa entrega hoy en Sevilla los premios proveedores sostenibles en su primera edición. Con este galardón, la fundación quiere distinguir públicamente a aquellos proveedores de Abengoa que estén desarrollando, o hayan concluido en el último ejercicio, proyectos e iniciativas originales, y también innovadoras, que fomenten los beneficios medioambientales y la lucha contra el cambio climático.

Mutua Madrileña obtiene el sello de accesibilidad online

Mutua Madrileña ha obtenido el sello de accesibilidad AA, otorgado por Technosite, empresa especializada en accesibilidad TIC de la Fundación ONCE, para sus webs según pautas 2.0. Esto significa que las páginas online del grupo cumplen los estándares internacionales de accesibilidad para dar facilidades a todos los usuarios con algún tipo de discapacidad visual, auditiva o física, así como a personas mayores.



40 países.
El mismo viento.
Iberdrola.
Líder mundial
en energía eólica.



IBERDROLA