

EL AJUSTE DE PRECIOS AYUDA A MANTENER LA TRADICIÓN

50,8%

de las empresas celebra la Navidad



-9%

Facturación hostelera

La caída es similar a la de 2007 aunque el número de reservas se mantiene con una pérdida sólo del 2%

-12%

Cestas de navidad

En total, el descenso en la elaboración de lotes ha caído algo más de un 30% desde 2007

-15%

Felicitaciones en papel

Éste es el sector con quien mejor se ha aliado Internet. Sólo los crismas solidarios, se salvan

-20%

Regalos corporativos

En la mayoría de las empresas son los más perjudicados por la crisis a favor de cenas y cestas

Beneficios

El sector de la hostelería será el menos perjudicado por el ahorro de la empresa, que prefiere recortar en cesta, regalo o felicitación

El esfuerzo de la pyme contrasta con la austeridad y cautela de las grandes empresas

Laura de Cubas

Finales de diciembre por la tarde, salida de la oficina o la fábrica. En las paradas de transporte público no cabe ni un alma, siquiera el frío. A los pasajeros habituales se les suman los que por el riesgo del exceso no cogen coche y las decenas de bultos de mano que han duplicado su tamaño y tienen forma de caja de vino o de regalo «con encanto»...

Esta era, grosso modo, la imagen del Fin de Año de la bonanza que, entre la niebla y las deslumbrantes luces de los comercios, devolvía la ilusión hasta al empleado con menos espíritu de fiesta: «Al menos nos dan cesta». Hoy, sin embargo, el estipendio se ha convertido en ahorro, y ese sabroso fantasma de las Navidades pasadas no vendrá a compensar los últimos meses ni impedirá que muchos lleguen a casa sin pasar por el restaurante y con las manos más que vacías.

Pero la crisis no acabará del todo con la tradición, no al me-

nos en este año, un 2009 en el que, a diferencia del anterior, se ha preferido el recorte a la renuncia. Según Sodexo, empresa especializada en soluciones de recursos humanos, el 50,78% de las compañías españolas mantendrá la tradición del detalle navideño,

frente al 63% que lo hizo el pasado, y el gasto por trabajador, que entonces marcaba los 77 euros, caerá hasta los 70 en el mejor de los casos —y hasta los 30 en el peor—. En este sentido, al menos, un dato para la esperanza: los sectores con mayor interés en

mantener la costumbre, aunque sea con ajustes, son los de la banca, la automoción y la construcción. ¿La razón? Varias. La primera, la tradición, más arraigada que en otros; la segunda, la retención, y la tercera y demoledora, que en muchos casos el aguinaldo se

incluye sorprendentemente en el convenio colectivo.

Sin entrar en qué es o no derecho adquirido —«porque un cheque de guardería no es lo mismo que uno de regalo», como comenta Ricardo Díez desde Deloitte—, sí que podemos afirmar que muchas empresas, sobre todo pymes, están haciendo el esfuerzo de agasajar a sus empleados con, al menos, una celebración. Por ejemplo, del lado de la restauración y concienciados anfitriones y comensales, los ágapes corporativos de 2009 darán más ardores de estómago de los previstos gracias a nuevos menús y a ofertas de última hora. «Aunque con un ligero descenso, las reservas se mantienen en líneas generales», confirma José Luis Guerra, presidente adjunto de la Federación Española de Hostelería (FEHR), que apenas cifra en un 2% la caída en el número de grupos, apuntando a la anterior como la principal de las causas. «Son dos noticias —explica Guerra—. La posi-

La solidaridad declara una tregua a la crisis durante las fiestas

Cestas de comercio justo, felicitaciones solidarias, cheques de donación... La responsabilidad social empieza a hacer mella en los gestores y, pese a la recesión económica, no ha habido un recorte significativo en la tendencia a convertir la celebración de la Navidad de la empresa española en un gesto hacia los que más lo necesitan. Desde Ayuda en Acción, Fernando Morón, su responsable para Empresas, reconoce que «la compra de crismas ha caído cerca de un 15% debido al retraso en la

llegada del frío y, sobre todo, la recesión». «Sin embargo, sí que hemos notado que cada vez hay más empresas que renuncian a sus cestas y donan la asignación correspondiente a alguna ONG», destaca.

Oscar Massó, director de Marketing de Sodexo, apunta a las cestas solidarias de Intermón Oxfam, que ofrecen dentro de sus «Regalos a medida», como las segundas más demandadas: «Cada vez es más habitual, sobre todo si incluye un donativo para algún proyecto solidario».



va, que las pequeñas y medianas empresas creen necesario mantener este vínculo con el empleado, y la negativa, que el hacerlo no significa que se vaya a gastar tanto». Ni que vayan a preocuparse de reservar con antelación, porque, mientras que «antes, si uno se despidaba, se quedaba sin sitio», ahora, más de dos se pueden permitir el lujo de tardar para buscar el precio más asequible. En cifras, este ajuste generalizado de cinturón, supondrá cerca de un 9% menos en una de las facturaciones más fuertes del año. Otra más, que, sumada a la del 2008, generará una pérdida para los hosteleros del 15% con respecto a la última gran Navidad de la empresa española.

Y un jamón...

Las que no reproducen la euforia pero sí ahorran algún que otro desliz de protocolo laboral, las cestas de Navidad, tienen peores perspectivas este año. Aunque su descenso es menor que el pasado —entre un 10 y un 12% frente al 20% de 2008— la industria de este sector se va a ver bastante más resentida por la revisión de costes que el de la restauración y acumulará, frente a 2007, una pérdida de más de la tercera parte de sus ingresos.

La Asociación de Empresas Elaboradoras de Cestas y Lotes de Navidad de la Comunidad Valenciana (ASLOVAC), que exporta el 70% de las unidades que se entregan en España, concreta este descenso en la caída del precio medio de éstas de 30 a 25 euros. «Todos hemos rebajado —comenta

Mil millones en gasto

Según la Escuela Superior de Organizadores de Eventos, las empresas han reservado este año cerca de mil millones de euros para la celebración de las fiestas con sus empleados y clientes, un 18% de media sobre el presupuesto general de sus departamentos de marketing.

Emi Climent, su presidenta—. Proveedores, elaboradores, clientes... hemos mantenido la calidad, pero sí que hemos tenido que hacer descender la cantidad y, por tanto, el margen de negocio». Dura noticia para los más de 3.000 empleos directos que genera el sector —y para otros 5.000 indirectos—, pero también para las familias de los trabajadores receptores, porque, como insiste Climent, «lo que antes era un extra, ahora supone un ahorro total en el carro de la compra». Al menos, y según desde Aslovac, cuatro millones y medio de familias no lo harán. Las mismas que, según previsiones, todavía gozarán de su cesta de Navidad.

Menos suerte correrán las acostumbradas al regalo que

no se come ni se bebe y que registran el descenso más importante, un 20% menos según la Escuela Superior de Organizadores de Eventos. Desde Valentín del Barrio, la tienda responsable de las carteras que los ministros lucen al tomar su cargo, reconocen que la crisis se ha notado y mucho: «Hemos pasado de diez pedidos grandes en 2007 a sólo dos en 2009, y en la época que hacemos un tercio de la facturación...»

Su situación es la de muchos minoristas que se van a tener que unir, o ya lo han hecho, a empresas de soluciones integrales y que, en el caso de Sodexo, mantienen el nivel de ventas o incluso las aumentan (en un 25%) gracias a su servicio de asesoramiento y gestión de estos extras. Su director de Marketing, Óscar Massó, da las claves: «Ayudar a las compañías a ahorrar en beneficios periódicos para poder hacer algo en estas fechas, y plantear "soluciones a medida", que pueden ir de la clásica cesta al regalo solidario pero también incluir experiencias, cursos, tecnología...». En definitiva, una amplia oferta, incluso en plena crisis, derivada del vínculo entre grandes empresas y los tradicionales proveedores que se apoya «en una comunicación fuerte vía Internet». En ese sentido, el qué dependerá del presupuesto y, el cómo de un factor del que nadie habla, pero que todos tienen presente: que muchos de los compañeros no habrán llegado, como se dice triste y vulgarmente, a comer el turrón en la empresa.

Entre el derecho adquirido, la crisis y los que no están

Clima laboral

Ricardo Díaz Sánchez, socio del área de Human Capital de Deloitte, insiste en que, de ninguna manera, un aguinaldo se puede comparar a los paquetes retributivos, sean o no en especie y, ni mucho menos, a un derecho adquirido, merecido por el trabajador. «De hecho —puntualiza— cuando llegan momentos de crisis, lo más habitual es que se recorte por esta parte, algo que la empresa debe saber articular». «Por un lado, es un detalle ante el esfuerzo del trabajador pero, por otro, si ha habido expediente de regulación o despidos, puede parecer un gesto de mal gusto», explica. No tanto lo han visto así

los sectores más afectados por la crisis, como la construcción o la industria del automóvil, que suponen el 14% de las empresas que este año sí van a agasajar a sus empleados. O las pymes que, a diferencia de las grandes corporaciones, que han optado por la austeridad, han visto, sobre todo en las cenas de Navidad, la mejor compensación a sus empleados. «Afortunadamente tenemos una amplia variedad de productos en nuestra gastronomía que nos permiten ajustar precios, y no me refiero a cambiar ibéricos por patatas viudas», comenta José Luis Guerra, presidente adjunto de la Federación Española de Hostelería.



Este año, muchos brindarán por los que se han marchado.

Opinión

LAS COMIDAS DE EMPRESA SON EL MEJOR REGALO



MARIO JOSÉ DE LAS MUELAS
Director General
de Terra Consultoría de Incentivos

Las cenas de Navidad son uno de los eventos más delicados del año, donde lo normal es que el trabajador invitado sienta una mezcla de ilusión y temor cuando se sienta a la mesa. Mucha comida, más bebida y lugares muy selectos son las premisas principales de estas cenas. Eso sí, los comensales de la

mesa son los mismos que en la oficina; compañeros, jefes, directivos...

Para mucha gente son un verdadero drama y una extensión de la jornada laboral donde no deben sólo ser, sino parecer. Por ello, no debemos olvidar que estas comidas son una parte más de nuestro día a día laboral y debemos siempre representar lo mejor de nosotros mismos y evitar situaciones de compromiso, tanto con compañeros como con nuestros directivos. Para su organización lo primero que se debe tener en cuenta es el objetivo, reunir a todos los trabajadores para celebrar las fiestas como segunda familia que son. En el caso de que se delegue está función es más importante aún tener muy claro qué se pretende, las edades de los asistentes y su antigüedad en

la empresa. También ayuda el comunicar qué otras acciones se han hecho y, sobre todo, el presupuesto con el que cuentan.

Las comidas de Navidad son un buen momento para que la motivación entre en juego y más en un año como el que hemos vivido, aunque no debe considerarse como un incentivo. El éxito del evento radica en crear un buen ambiente y se puede saber si ha sido un triunfo o no a través del boca a boca, porque son los propios empleados quienes, al final, comunican a los jefes si les ha gustado. El grado de implicación del personal con la empresa, su compromiso o la motivación es un dato que puede sacarse desde el punto de vista de la asistencia, ya que si la mayoría falta, algo malo pasa.

Sin embargo, su celebración no suele ser negativa porque es el momento perfecto para que todos se conozcan fuera del contexto laboral. El buen rollo y la alegría predominan en el ambiente, incrementados por las fechas en las que se suelen celebrar. Por tanto, eliminar y sustituir estas celebraciones puede estar de moda pero se ha comprobado que aquellas empresas que lo han hecho han visto devaluada su imagen de cara al trabajador.

La cena o comida es un regalo de la empresa al empleado y no hacerla, incluso cuando la asistencia es mínima, puede ser contraproducente. Por eso, el número de empresas que se suman a esta tradición aumenta año tras año, incluso en este en el que la crisis ha sido un factor determinante.



De izquierda a derecha, Jorge Carreño, de Randstad; Ana Abril, de Red Eléctrica de España, y Agustín López-Boado, de Endesa

TERCER ENCUESTO SECTORIAL INFOEMPLEO.COM - RANDSTAD

El empleo en las eléctricas se mantiene a resguardo de la crisis

Desayuno de trabajo

Los responsables de Recursos Humanos de Endesa y Red Eléctrica de España se dieron cita en la sede de Infoempleo.com en Madrid

Aunque en 2009 la demanda de electricidad ha disminuido un 4,4%, estas empresas conservan sus procesos de contratación abiertos

L. de Cubas / C. Martín Frutos

El consumo de energía eléctrica en España desde el 1 de enero al pasado 15 de noviembre alcanzó los 218.423 millones de kilovatios por hora, según un reciente informe de la patronal Unesa. Otra cifra que da una pista sobre el volumen

de negocio del sector son los 1.200 euros anuales que, por término medio, gasta cada hogar en energía, lo que supone un total de 15.000 millones de euros. Con estos datos sobre la mesa, no es de extrañar que las compañías energéticas, encargadas de dar este servicio universal en el que se apoya

cualquier actividad de la vida diaria, se consideren «afortunadas» frente a las que han sido, y están siendo, vapuleadas por la crisis. Sin embargo, estas mismas empresas no niegan que la situación económica les está influyendo —los datos de Unesa demuestran que la demanda se ha contraído un 4,4% con respecto a 2008— y, por eso mismo, están teniendo que tomar cartas en el asunto.

Este planteamiento fue el punto de partida del encuentro que esta semana Infoempleo, en colaboración con Randstad, organizó en su sede de Madrid y en el que participaron los responsables de Recursos Humanos de dos de las empresas más representativas del sector energético, Red Eléctrica de

España (REE) y Endesa, con el fin de analizar el panorama que afrontan desde el punto de vista de la gestión de personas. «La crisis nos está afectando, pero no nos está hundiendo. La estabilidad te permite abordar los procesos con serenidad», expuso Agustín López-Boado, director de políticas y 'reporting' de Recursos Humanos de Endesa. En esta línea, Ana Abril, jefe de gestión de RR.HH. de Red Eléctrica de España, confesaba que tanto estas dos compañías como sus competidoras más directas «se pueden sentir privilegiadas», algo que refrenda Jorge Carreño, 'key account manager' de Randstad: «A excepción de lo relacionado con hidrocarburos, el sector energético está

resistiendo. Todos quisiéramos estar en su piel...»

El síntoma más claro de la estabilidad a la que se referían los invitados, que también puede ser considerado como una repercusión directa de la misma, son las previsiones de contratación de cara a 2010. En Red Eléctrica, que actualmente cuenta con más de 1.500 personas, tienen previsto reclutar a 86 trabajadores para las islas (Canarias y Baleares) y otros 30 para la península. Por su parte, Endesa prevé aumentar su equipo —formado por 12.600 profesionales en España y 26.600 en todo el mundo— en 190 empleados. Una buena noticia que, sin embargo, Agustín López-Boado matiza: «Es verdad que seguimos

contratando, pero en los últimos tres años, la media de incorporaciones duplicaba a esta previsión». De igual manera ha sucedido en REE; entre 2003, año en que comenzó a comprar activos de otras empresas, y 2008 ha aumentado un 60% su plantilla, una progresión espectacular que se frenará el próximo año.

En cuanto al perfil de los candidatos, en Endesa calculan que «un 25% de la oferta es para ingenieros superiores industriales; otro 25% para ingenieros técnicos de la misma rama; un 40% para profesionales de FP y un 10% se dedica a licenciados en ADE, Derecho, Económicas...». Por puestos, se limitan a cubrir vacantes en áreas estratégicas de negocio.

La juventud del sector, que hasta 1997 no se liberalizó, también ha determinado las líneas del departamento. «En estos 12 años —comentó López-Boado—, hemos trabajado sin prisa pero sin pausa, sobre todo en Recursos Humanos, donde nos hemos encargado de optimizar las plantillas, externalizar algunos servicios, motivar a nuestros empleados...».

Esta política también ha dado un vuelco en Red Eléctrica: «En 2006 comenzamos a potenciar nuestra marca de empleador porque no nos conocía mucha gente. Activamos la 'web' externa; acudimos a los foros de empleo de ICAI,

Previsión

La falta de profesionales cualificados es algo que preocupa al sector. A medio plazo, prevén que para 2015 la demanda de este tipo de candidatos supere a la oferta, ya que el consumo de electricidad se recuperará de aquí a cinco años. A largo plazo, y según la Agencia Internacional de Energía, hasta 2030 la demanda de este bien subirá un 45%. Si bien la distribución de este porcentaje no será lineal, los implicados confiesan que es necesario comenzar a preparar ese escenario cuanto antes.

UPM, Formación Profesional; estamos involucrados con becas Erasmus...», explicó su jefe de gestión de RR.HH., quien recordó que, con anterioridad, en el año 2000 y en 2005, tuvieron que realizar dos expedientes de regulación de empleo por el cierre de plantas de control y para favorecer el relevo generacional.

Abril también subrayó que esta evolución se deja notar en otros programas concretos como el de promoción interna —«el 90% de las sillas de directores está ocupada por alguien de la casa»—, otro de integración... «Se trata de reinventar continuamente», apuntó, ya que, como señaló su compañero de mesa: «Las herramientas que usamos todos son ya conocidas, los ingredientes son los mismos y, siguiendo con el símil, las diferencias se establecen en cómo se mezclan y en el punto de cocción».

Pese a las continuas iniciativas, tanto López-Boado como Abril reconocieron que se han tomado medidas coyunturales, como los límites en contratación o la congelación salarial de la alta dirección. «Los dos únicos aspectos de Recursos Humanos que no se han tocado ni se van a tocar, y en todo caso se reforzarán —afirmó el director de políticas y 'reporting' de Endesa—, son la prevención de riesgos laborales y la formación».

Y también dijeron...



Ana Abril
JEFE DE GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS DE RED ELÉCTRICA

«Ofrecemos estabilidad, pero eso no significa que seamos funcionarios, es un empleo estable pero requerimos el compromiso. Y, sobre todo, buscamos buenas personas. Alguien que no lo sea no puede desarrollarse profesionalmente ni llegar a ningún sitio dentro de nuestra empresa».



Agustín López-Boado
DIRECTOR DE POLÍTICAS Y REPORTING DE RECURSOS HUMANOS DE ENDESA

«La igualdad de géneros es un reto en un sector como éste, que era tradicionalmente masculino. A finales de 2007 un 81,5% de la plantilla estaba formada por hombres. No era una situación de recibo, así que en 2008 incorporamos un plan de igualdad y conciliación del que nos sentimos especialmente orgullosos».



Jorge Carreño
KEY ACCOUNT MANAGER DE RANDSTAD

«Las eléctricas nos demandan muchos profesionales de FP, potencian estos perfiles y los necesitan, son su base. En este sentido, hemos pasado de la escasez absoluta de este tipo de candidatos a una presencia relativa, aunque queda mucho por hacer. Lo que cada día recibimos más son currículum de licenciados...»

INFORME INTERNACIONAL DE ERNST & YOUNG

El peligro de un antiguo trabajador despechado

Riesgos

Las represalias de los ex empleados y la falta de presupuesto para la seguridad informática preocupan a la mayoría de los directivos

R. S.

El 75% de los ejecutivos está preocupado por las acciones que podrían emprender los antiguos empleados que acaban de dejar la compañía. Las represalias de los ex y la escasez de presupuesto para implantar un buen plan de prevención en seguridad constituyen en estos momentos los mayores quebraderos de cabeza de los directivos

encargados de gestionar la seguridad en las empresas. Así se pone de manifiesto en el informe de Ernst & Young «2009 Global Information Security Survey», en el que han participado ejecutivos de 1.900 organizaciones de más de sesenta países de todo el mundo.

«En una economía en recesión, muchos empleados que han sido despedidos podrían mostrar resentimiento hacia su



ANTONIO DE TORRE

Sólo el 41% de las empresas cifra sus ordenadores portátiles

empresa y actuar en consecuencia. De hecho, cada vez hay más casos en los que los sistemas de información y los datos de las compañías son objeto de robo o manipulación por parte de los ex empleados. Para combatirlo, lo primero que deberían hacer las empresas es un ejercicio de evaluación de sus riesgos, identificar su potencial

exposición y tener preparada una respuesta en caso de que dicho riesgo se haga efectivo», afirma Marc Martínez, socio del área de Información Technology Risk Advisory de Ernst & Young.

Sin embargo, todavía son muy pocas las organizaciones que toman medidas, incluso las que tienen a su alcance y

no requieren grandes presupuestos, para protegerse. Por ejemplo, sólo el 41% de las encuestadas cifra sus ordenadores portátiles. El año próximo, un 17% adicional piensa introducir este sistema de control. El dato sorprende, dado el creciente número de incidentes derivados de la pérdida o robo de portátiles.

SE INSPIRA EN LA FIGURA PÚBLICA QUE NACIÓ EN SUECIA EN EL SIGLO XIX PARA PROTEGER LOS DERECHOS CIVILES

Un defensor sólo para el empleado

Tendencias

El 'ombudsman' ofrece un canal alternativo para tramitar quejas y sugerencias

Sus mejores armas, la confidencialidad y la independencia

Cristina Martín Frutos

Ni el departamento de Recursos Humanos, ni el sindicato, ni tan siquiera el jefe más directo. En muchas ocasiones, al trabajador le gustaría contar con otro canal, más informal, independiente de la gerencia o la política y, sobre todo, confidencial, para exponer sus quejas, resolver sus dudas o comentar sus sugerencias. En otras palabras, contar, como lo hacen el consumidor, el lector de un periódico y el ciudadano, con su propio defensor.

Pero esta figura no es ninguna quimera, existe y se llama 'defensor del empleado', aunque también es conocida como 'ombudsman corporativo' —aludiendo al término sueco en el que se inspira y se refiere al «funcionario público encargado de proteger los derechos fundamentales de los ciudadanos ante los poderes públicos»—. Esta persona representa una vía alternativa para que el empleado exprese sus reclamaciones, dificultades o propuestas, siempre bajo el paraguas de la confidencialidad, la independencia y la neutralidad.

Sin embargo, su implantación se suele ceñir a algunas multinacionales o empresas relacionadas con Estados Unidos, donde sí es habitual la figura, sobre todo desde la aprobación de la Ley Sarbanes-Oxley, que surgió tras casos como los de Enron o Worldcom, y que obliga a instaurar herramientas de control y buen gobierno. Dada su todavía escasa presencia en España, así como la inexistencia de reglas fijas sobre sus funciones, no resulta sencillo definir el rol de este defensor, que puede tomar tantas formas como empresas existen. Por ejemplo, en BP América implementaron un programa con matices casi jurídicos que, en solo un año, tramitó numerosos asuntos sobre seguridad



Los temas más comunes que suele exponer el empleado tienen que ver con sugerencias sobre el puesto y las instalaciones

laboral. En cambio, en Sonae Sierra concibieron su creación como parte de su política de RSC. «Atiende las solicitudes e investiga cómo están funcionando las relaciones entre trabajador y compañía», aclaran desde esta empresa especializada en centros comerciales.

Francisco de Miguel ocupa, desde hace un año, el puesto de «defensor del empleado» en Sundyne Marelli. Esta empresa se formó el año pasado después de que la norteamericana Sundyne Corporation adquiriera a Bombas Marelli, de capital español. Uno de los cambios que trajo consigo la matriz estadounidense fue la imposición del 'ombudsman'. El elegido fue este malagueño que llevaba tres años trabajando en la sede de Sundyne en Colorado y que actualmente ocupa el puesto de 'assistant controller'. «Yo ya conocía el programa Dialog —donde se enmarca esta figura— por mi experiencia en Estados Unidos, así que terminé asumiendo esta responsabilidad», explica y confiesa que existen grandes diferencias entre el uso en los dos países. «Noto que en España hay mucho miedo: a que yo no sea independiente, a que vayan a salir malparados —sostiene—. Creo que es un tema de cultura». Por este motivo no es de extrañar que en doce meses sólo haya recibido

Ética

El 'ombudsman' también funciona como vehículo de denuncia. En Sonae Sierra destacan que una de sus tareas es «promover el cumplimiento del código de conducta y difundir los principios éticos de la compañía». Por su parte, Ernst & Young cuenta con un canal de denuncia, EY/Ethics, disponible para que el empleado comunique comportamientos que, en su opinión, no son éticos, ni legales.

dos comentarios formalizados, «aunque todo el mundo recurre a mí para contarme sus cosas». Posteriormente, el defensor debe ponerse en contacto con la persona, entrevistarse con ella y gestionar el problema. Francisco de Miguel explica que no se ha enfrentado a situaciones complejas pero si se diera el caso de que alguien se quejara de su jefe, debería poner en aviso a la dirección, para que trabaje en mejorar su liderazgo.

Condiciones de trabajo

Entre los temas más comunes que gestiona el 'ombudsman', De Miguel señala las preguntas sobre condiciones de trabajo, sugerencias sobre las instalaciones («¿por qué no cambiamos la nevera?», «¿por qué no se instala un aparcamiento?...»), y dudas con el sueldo. «También hay cuestiones sobre cómo afecta el tema de proveedores, por ejemplo, si pueden aceptar regalos o no», comenta Francisco, que recuerda que uno de los últimos conflictos ha tenido que ver con la cesta de Navidad: «Hay varias personas que no pueden comer jamón ni otros embutidos, mi labor ahora es investigar con Recursos Humanos si hay solución para ellos». Lo único que no puede tramitar son los temas directamente relacionados con su departamento, el de finanzas,

ya que se pondría en peligro la neutralidad del puesto.

¿Cree que realmente funciona su papel? «Creo que es importante poder opinar en tu empresa. Pero aquí hay reticencia a sugerir cambios, a contar los problemas e, incluso, a preguntar. Aquí nos quejamos por lo bajo», lamenta.

Suspicias a un lado, Marcos Sanz, director académico del Executive MBA de ESCP Europe, aconseja a la empresa «diseñar con sentido y con un rol muy claro esta figura para que pueda ser útil y eficaz». Sanz detecta una variante del defensor del empleado en la que el responsable no sólo se limita a escuchar y gestionar, sino que trabaja activamente. «Si hay un conflicto podría intervenir en él, siempre que antes le haya llegado la noticia, pero además debe pensar en nuevas fórmulas o programas para satisfacer al empleado». Para este caso, el 'ombudsman' debería dedicarse casi exclusivamente a esta tarea. «Es una concepción interesante ya que, en ocasiones, la gente de recursos humanos se centra en la equidad interna o en la legislación, y, con el paso de los años, se convierte en la policía de Recursos Humanos».

Otra tendencia que subraya este experto consiste en limitar el papel de este defensor a ciertos colectivos críticos.

Nombramientos



Juan Cesáreo Ortiz Úrculo
DIRECTOR DE PENAL ECONÓMICO
EN CREMADES CALVO & SOTELO

El ex fiscal general del Estado también ha sido Inspector General de Servicios del Ministerio de Educación, jefe de la Fiscalía Especial contra la Droga y presidente de la Asociación de Fiscales. Además se ha dedicado a la docencia durante más de veinte años.



Didier Tisserand
PRESIDENTE DE L'ORÉAL EN ESPAÑA

Sustituye en el cargo a Luis del Valle, que dejará la compañía tras 25 años en ella. Tisserand trabaja en el grupo de cosmética desde 1991 y, tras desarrollar su carrera internacionalmente, llegó a España como director general de la división de Productos Gran Consumo.



Alfonso Mª Ruiz-Mateos Jiménez de Tejada
PRESIDENTE DE LA SOCIEDAD
ESPAÑOLA DE MÉDICOS ESCRITORES

El psiquiatra Ruiz-Mateos, teólogo, escritor y profesor —que además es Caballero de la Soberana Orden de Malta— fue elegido por unanimidad como nuevo presidente de la Sociedad Española de Médicos Escritores el pasado 9 de diciembre.



Carmen Ansotegui
PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN
ESPAÑOLA DE FINANZAS

La profesora de ESADE asumirá a partir de enero la presidencia de AEFIN. Ansotegui ha combinado sus tareas como docente con las de investigación, especializándose en mercados de valores y análisis de factores de riesgo.



Aranzazu Temprano
DIRECTORA DE OUTSOURCING
DE GRUPO RANDSTAD

Su vinculación profesional con Randstad comienza en 2005 en el área de 'outsourcing', como responsable de las zonas Centro y Sur. Temprano asume este cargo tras la integración de Randstad y Vedior.



María Luisa Jordá
DIRECTORA DE AUDITORÍA INTERNA DE
SOS CORPORACIÓN ALIMENTARIA

Jordá también ha sido recientemente nombrada consejera independiente de Jazztel. Con anterioridad ha ocupado cargos de responsabilidad en Metrovacesa, ONCE y Sando.



Carlos Echalecu
DIRECTOR DE ORGANIZACIÓN
DE NEO METRICS

Licenciado en Económicas y Derecho por la UC3M, máster en Dirección Financiera por IDE-CESEM y MBA y máster en Asesoría Fiscal, Echalecu comenzó su carrera profesional en la firma de consultoría Deloitte. Posteriormente fichó por Synovate como controller financiero.

Opinión

DULCE NAVIDAD: SUPERAR LA CRISIS Y LOS CRISOLES



José Medina

Presidente de Odgers Berndtson Iberia

Decía Cervantes que cuando las desventuras y desasosiegos se prolonguen excesivamente en tu vida, no te aflijas ni entristezcas, sino, muy al contrario, regocíjate: bonanzas y desventuras se suceden en la vida como bajamares y pleamares, de tal manera que cuando una de ellas dura mucho, señal es de que se va a acabar. Todo pasa.

También el inolvidable Padre Cobos, maestro jesuita de pura raza y noble estirpe, como un San Ignacio del siglo XX, nos decía que siempre hay que ser fuerte en las adversidades: «Te las manda el Señor para probarte a ti y a tu fortaleza y fe». Y añadía algo muy divertido y práctico: «Pero si estas adversidades son tantas que te llegan a abrumar, no dudes en ofrecerle parte de ellas al Señor y pedirle orientaciones: Él te ayudará tanto en las que tú puedas como en las que tú no puedas».

También mi abuelo solía contar: «Quien ha perdido el dinero o la hacienda no ha perdido nada. Quien ha perdido la salud ya ha perdido algo importante, pero debe seguir adelante. Quien ha perdido la esperanza ha perdido todo. Tiene que recobrarla para seguir adelante».

Optimismo, valentía, fuerza, fe y esperanza (sin olvidar la caridad) son palancas que deben mover permanentemente nuestra vida.

Aunque ya hemos oído muchas veces, al menos una cada mes, que lo peor de esta crisis ya ha pasado, no hay duda de que este 2009 será un año para pasar página. Todos hemos aprendido de las adversidades. A pesar de todo, las necesitamos para también poder disfrutar de épocas de bonanza, y no pensar que todos los caminos están llenos de pétalos de rosas. Lo más importante es ser muy optimista y muy realista: no quitar importancia ni trivializar las dificultades. Hay que tratar de absorberlas, convencidos de que, al final, las superaremos. Las crisis son crisoles.

En química, un crisol es un recipiente de porcelana resistente al fuego donde se funden y combinan entre sí metales u otros productos para dar lugar a un nuevo compuesto. Era el vaso donde los antiguos alquimistas trataban de obtener el oro a partir de otros metales.

La carrera profesional y la vida, ese gran laboratorio donde trabajamos, son también una secuencia de crisis y crisoles donde podemos transformar en oro las aleaciones complicadas de sucesos que, a veces, nos sobrevienen. En cada uno de ellos se va forjando nuestra personalidad y carácter: unos resultan fortalecidos y otros tienden a derretirse. Los cambios suelen tener lugar a altas temperaturas y, a veces, a altos dolores. En ellos brotan en altorrelieve las esencias más exquisitas de nuestro liderazgo.

En definitiva, la auténtica, la verdadera experiencia, no consiste en lo que nos sucede, sino en lo que nosotros hacemos con lo que nos sucede. La aleación de metales que nos viene en el crisol es, con frecuencia, de composición desconocida, pero de nosotros depende transformarla en oro. A veces, sin poder evitar alguna quemadura, pero, ante todo, sin derretirnos ni fundirnos con la mezcla.

La Navidad y el nuevo año 2010 nos traerán, seguro, nuevas oportunidades.

Una semana de empleo

Redes sociales

Más conectados desde la oficina

Tres de cada diez usuarios de las conocidas como redes sociales confiesan conectarse desde su puesto de trabajo. En concreto, y de acuerdo con un reciente estudio de Nielsen Online, el uso en la oficina de las 'social networks' se ha incrementado un 16% con respecto al año pasado. Las páginas de Facebook y Blogger se sitúan a la cabeza de las más consultadas por los trabajadores.

Directivas

La crisis ralentiza la incorporación de consejeras

En diciembre de este año, el número de consejeras en las empresas del IBEX 35 asciende a 50, seis más de las contabilizadas hace un año. Este

incremento de seis resulta escaso si se compara con el aumento que se registró en 2008, cuando el número de consejeras pasó de 30 a 44, según los datos de la consultora Add Talentia.

Este frenazo aleja cada vez más el horizonte de la paridad que la actual normativa española recomienda alcanzar a la altura del año 2015.

Mercado laboral

Un nuevo trabajo por Navidad

De acuerdo con una encuesta elaborada por Adecco entre más de 500 personas, a muchos trabajadores les gustaría cambiar de empleo. De hecho, un 46,6% de los con-

sultados asegura que pediría a los Reyes Magos un nuevo puesto. El sondeo también muestra que el realismo se apodera de los profesionales. Entre los deseos laborales toma fuerza el ascenso profesional (para un 18%). La subida salarial es anhelada por el 36% de los encuestados frente al 50% del año pasado.

CONCHA GARCÍA CAMPOY periodista

«Hice prácticas desde el campanario de una iglesia»



MAITE BARTOLOME

Así empezó

A los 14 años entró a trabajar en una agencia de viajes y con su primer sueldo compró un regalo a sus padres

Rosario Sepúlveda

Si hubiera que escoger un solo adjetivo para definir a Concha García Campoy (Tarrasa, Barcelona, 1958), ése sería precoz. Se echó novio a los 12 años, firmó su primer contrato de trabajo a los 14 y se casó a los 19. Pero si uno repasa con ella su biografía, lo más llamativo no

es su precocidad, sino su capacidad para madurar tan aprisa sin dar traspies y, lo que es aún más difícil, un disgusto a sus padres. Esta catalana de padres andaluces criada en Ibiza acepta sin chistar el calificativo de «loca responsable», porque se sabe en posesión de un «sentido de la responsabilidad tremendo», aunque trufado con

un «carácter muy aventurero». En la actualidad, Concha García Campoy presenta el magacín matinal «Las Mañanas de Cuatro» y es portavoz de la Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión. Recientemente, ha sido reconocida por la Federación de Mujeres Directivas, Profesionales y Empresarias (FEDEPE) con el Premio Mujer Profesional 2009.

¿Cuál fue su primer empleo remunerado?

Un trabajo a tiempo parcial en una agencia de viajes de Ibiza, donde yo vivía. Yo tenía 14 años, pero ya entonces pensaba que estudiar era poco, así que

por las mañanas estaba en el instituto, y, por las tardes, en la agencia. Aquello me duró un par de años más o menos. Luego, como mis padres tenían un restaurante, trabajaba con ellos en verano mientras estudiaba en la universidad. Siempre contribuí a pagarme los estudios. **¿Recuerda su primer sueldo en la agencia y el primer capricho que se concedió gracias a él?** Sí, ganaba 3.500 pesetas al mes. Recuerdo que deseaba con muchísima ilusión hacer un regalo a mis padres. Así que con mi primer sueldo les compré una figura muy sencilla y muy cursi que representaba a una pareja de enamorados en una farola. Fue como un tributo a mis padres, con los que siempre me he llevado muy bien. Para mí no compré nada. He sido tan práctica toda mi vida que lo mío ha sido mucho más de ahorrar.

¿De dónde surgió su vocación por el periodismo?

Yo tenía claro que quería trabajar en contacto con la gente, pero fue un amigo con clara vocación de periodista, José Manuel Piña, quien me convenció de que el periodismo también era lo mío; aunque yo vivía en Ibiza, allí no había universidad, y no pensaba que mis padres pudieran costear mis estudios en otra ciudad. Pero ellos hicieron un esfuerzo muy grande, apostaron por mí y terminé matriculándome en la Facultad de Ciencias de la Información en Barcelona. Cuando estaba a mitad de carrera, pensé que no me interesaba demasiado —la carrera, no la profesión— y me matriculé en Económicas. He empezado tres carreras: Económicas —hice tres cursos—, Filología Hispánica y Periodismo. Al final, me entró tal ansiedad por ese afán de estudio que

mis padres me aconsejaron que dejara todo y estudiara Periodismo. Y ése ha sido el mejor consejo que me han dado en mi vida, porque me desbloqué y, a partir de ese momento, empecé a desarrollarme.

¿Cómo fue su desembarco en la profesión?

Fue muy bonito. Hice prácticas en la Cadena Cope, la única radio que había en Ibiza. Cuando estaba en cuarto de carrera, me casé con un chico de Ibiza, que era abogado, con el que salía desde los 12 años. Me casé muy jovencita, con 19 años, y volví a la isla. Allí hice el último año de carrera y empecé con las prácticas, que se hacían desde el campanario de una iglesia. Veía las cigüeñas todo el día.

¿Hizo prácticas en un campanario?

Sí, porque la Cope no tenía sede y en el campanario de la iglesia había un local destinado a la radio. Luego, pasamos a otras dependencias, que también eran de la Iglesia. Pero, al principio, todo fue muy divertido y muy épico.

Modestia aparte, ¿qué cualidades reúne para ser merecedora del premio a la mujer profesional del año?

Es difícil decirlo de uno mismo, pero creo que deben haber valorado la credibilidad y la coherencia. Llevo 30 años trabajando y conseguir que la gente confíe en ti como profesional no es fácil. Que a lo largo de este tiempo haya mantenido unos principios morales y vitales con las tentaciones y los riesgos que tenemos... A mí, cuando salieron las privadas, casi me ofrecen ser Mama Chicho. Yo he dicho dos o tres «no» muy importantes, y eso es lo más difícil, porque son decisiones que pueden cambiar tu vida.

ESTUDIO GLOBAL 'TOP COMPANIES POR LEADERS 2009'

BBVA, la cuarta mejor empresa europea en desarrollo de líderes

Reputación

Por segunda vez consecutiva, forma parte del 'ranking' que publica la revista Fortune

R. S

El estudio global de liderazgo que publica la revista Fortune incluye, por segunda vez consecutiva, al Grupo BBVA entre

las cinco mejores empresas europeas en desarrollo de líderes. La lista a escala europea forma parte del estudio global 'Top Companies for Leaders', que también ha clasificado a

las mejores empresas en otras regiones del mundo: Asia-Pacífico, Latinoamérica y Norteamérica. A partir de las distintas clasificaciones regionales, se elaboró un 'ranking' a escala mundial con las 25 mejores que está coronado por la tecnológica IBM.

El estudio, en cuya edición de 2009 han participado 537 compañías de todo el mundo, 87 de ellas europeas, no pre-

mia liderazgos individuales ni reconoce a protagonistas concretos, sino que valora el estilo que se proyecta y practica en la organización en su conjunto. Se trata, en definitiva, de analizar todo lo que tiene que ver con la reputación de cada compañía, así como con el desarrollo de la siguiente generación de líderes.

En el 'ranking' europeo, BBVA figura en una cuarta posición, por detrás de la griega Titan Cement Company, la holandesa TNT y la alemana MAN. BBVA, el único banco en la lista, imparte distintos programas de liderazgo que se adaptan a cada etapa de desarrollo, desde que el profesional empieza a dirigir un

primer grupo de colaboradores hasta que necesita programas más estratégicos para acceder a puestos más altos en la dirección.

En la confección del estudio, patrocinado por la consultora de recursos humanos Hewitt, han participado jueces independientes vinculados al mundo académico y al del periodismo especializado. El resultado final toma en cuenta tanto la información proporcionada por las empresas participantes como las entrevistas que se hicieron a sus directivos y su rendimiento financiero en comparación con su sector.

La lista 2009 de 'Top Companies for Leaders' se encuentra disponible en Fortune.com.