

BBVA, Repsol YPF, Telefónica y Agbar impulsan planes para reforzar su imagen de compañía

## Las empresas apuestan por la reputación para atajar la crisis de confianza

Los recientes escándalos financieros que han sacudido la economía internacional han puesto sobre la mesa la necesidad de que las entidades inviertan en construir una reputación corporativa sólida. Pese a que en España el fenómeno está todavía en su inicio, varias compañías ya han puesto planes en marcha para reforzar su imagen y su cultura empresarial. Telefónica, Repsol, BBVA y Agbar explicaron con detalle los suyos en la clausura de las jornadas sobre reputación corporativa.

Natalia Sanmartín Madrid

Hemos puesto en marcha más de 100 planes de acción en todo el mundo, con 160 monitores que formarán a nuestros 20.000 directivos. Serán ellos, a su vez, quienes transmitirán nuestra nueva identidad corporativa a los 76.000 empleados que forman la plantilla".

Así explicaba Ángel Alloza, director de comunicación y responsabilidad corporativa de BBVA, el modo en que el banco va a difundir entre sus empleados la nueva imagen corporativa que se presentó el pasado 28 de febrero bajo el eslogan "Adelante". Alloza, que participó en las jornadas sobre responsabilidad corporativa del Foro de Responsabilidad Corporativa y el Reputation Institute, en

las que se presentó el Informe Merco 2003 que **Cinco Días** publicó el viernes, resumió en siete principios los pilares de esa nueva cultura del BBVA: orientación al cliente, creación de valor para el accionista, impulso al equipo humano, estilo innovador de gestión, ética, innovación y responsabilidad corporativa.

La iniciativa del BBVA no es un hecho aislado, sino una muestra más de un fenómeno que está generándose ahora mismo en el seno de las compañías. Según Alberto Andreu, subdirector general de responsabilidad corporativa de Telefónica, cuyo departamento se creó hace tan sólo 14 meses, "queremos volver al principio, es decir, a dar prioridad a los clientes, a los empleados y a la sociedad".

Así, la compañía ha decidido hacer depender el área de reputación corporativa del propio consejo de administración, como una forma de subrayar la importancia de esta materia en la organización. Otra de las iniciativas será la publicación de una memoria de intangibles, junto a la memoria anual el próximo mes de abril, en la que se recogerán la visión corporativa y la acción social de la compañía. También se publicará un código de conducta del empleado y se pondrá en marcha una Oficina del Código de Comportamiento, que gestionará y dis-



Antonio López, presidente de Dircom; Joaquín Garralda, del Instituto de Empresa; Justo Villafañe, director del Merco; Javier Moreno, director de Cinco Días, y Eduardo Moreno, director general de Villafañe y Asociados.

tribuirá las solicitudes o necesidades "de todos nuestros grupos de interés".

Repsol YPF es otra de las compañías que está inmersa en la organización y gestión de su departamento de responsabilidad corporativa, aunque, como se encargó de señalar su director de responsabilidad corporativa, José María García Perrote, "eso no quiere decir que antes no hubiera iniciativas en este ámbito". Repsol, que publicó su primera memoria social el

pasado mes de noviembre, presentará la segunda junto a la memoria anual y el informe medioambiental el próximo abril. Entre las iniciativas de la compañía, que ha creado un comité de responsabilidad corporativa y un ambicioso plan de actuación en este ámbito que desarrollará a lo largo de este año, figura acceder al FTSE4 Good para la sostenibilidad y participar en foros y plataformas internacionales sobre esta cuestión.

"Trabajamos en relación directa con el medio ambiente. En nuestro sector no se tolera más de un error", explicó Juan Ras, de Agbar. La compañía también ha impulsado una serie de iniciativas, como la creación de un código ético para los empleados, la elaboración de memorias de sostenibilidad desde 1998 y la potenciación de la Fundación Agbar en el área medioambiental y social, a la que destinaron 10 millones de euros en 2002.