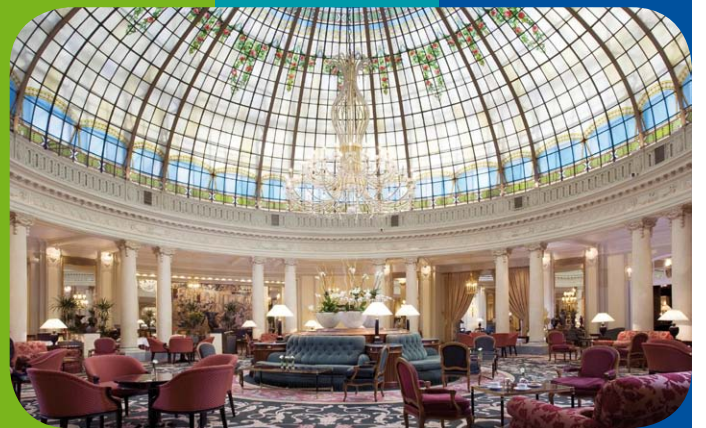




Innovación Sostenible para la Salud y el Bienestar

Informe de Sostenibilidad Philips España 2011

PHILIPS
sense and simplicity



Sumario

Carta del presidente de Philips Ibérica	2
Hitos	4
1. Philips	7
2. Crecimiento y sostenibilidad	16
3. Innovación sostenible al servicio de las personas	19
4. Cuidado del entorno	31
5. Desarrollo del equipo humano	38
6. Apoyo a la comunidad	45



Carta del presidente de Philips Ibérica

El dilema de la innovación: ser sostenible o no ser

En 2007, Philips lanzó su estrategia de construir una compañía centrada en el ámbito de la salud y el bienestar y capaz de liderar este ámbito. Con una idea clara de los muchos retos que el mundo afronta, desde el envejecimiento de la población hasta la necesidad de un uso más eficiente de la energía, iniciamos una transformación para pasar de ser un grupo dedicado a la electrónica a una compañía global en el ámbito de la salud y el bienestar en tres negocios: sanidad, alumbrado y estilo de vida; tres negocios en los que los retos globales se entrelazan.

Visión 2015 es una evolución de esta estrategia, basada en el convencimiento de que podemos seguir haciendo una contribución a la vida de las personas, mediante innovaciones significativas. Esta es nuestra misión como compañía. Misión que expresamos esforzándonos por construir un mundo más sano y sostenible a través de la innovación, con el ambicioso objetivo de impactar positivamente la vida de 3000 millones de personas al año para 2025, construyendo el mejor entorno posible de trabajo para aquellas personas que compartan esta pasión y, así generar valor para clientes, consumidores y grupos de interés.

En 2011 cumplimos 120 años de innovación que se iniciaron con la producción de bombillas, símbolo por antonomasia de las ideas, de la invención. Y 120 años después hay varias premisas que son inseparables de nuestra forma de entender la innovación.

La primera, que toda innovación debe ir precedida de la comprensión del mundo que nos rodea. Para mejorar la calidad de vida de la gente, intentamos descubrir cuáles son sus motivaciones, los dilemas a los que se enfrentan y cómo podemos ayudarles de la mejor forma posible.

La segunda premisa es que a pesar de ser una de las mayores compañías de investigación y diseño del mundo con más de 60.000 patentes, somos conscientes de que la mayor parte de la innovación se genera fuera de Philips. De ahí nuestra filosofía de Innovación Abierta que ha derivado incluso en la creación de Servicios de Consultoría para ayudar a otros innovadores en el proceso desde la generación del concepto hasta la puesta del producto o servicio a disposición de la sociedad. De ahí también nuestra colaboración con



entidades públicas y privadas en investigación o en la aplicación de productos y servicios en el campo del alumbrado o de la tecnología sanitaria adaptada a las necesidades de nuestro país.

Y la tercera premisa es que la innovación ha de ser sostenible, o no ser. En 2010, las inversiones acumuladas de Philips en Innovaciones Sostenibles ascendieron a mil millones de euros, superando su objetivo con dos años de antelación. Es tan decidida la apuesta de negocio en este sentido que Philips destinará 2.000 millones de euros a Innovación en Productos Verdes hasta 2015 con el fin de acelerar los negocios sostenibles en los tres sectores de su compañía.

Como resultado del compromiso continuado de la compañía con la innovación sostenible, el 39% del total de las ventas de 2011 fue generado por Productos Verdes.

El Informe que el lector tiene ante sí condensa esas tres premisas de la Innovación en Philips.

Este informe pretende transmitir la filosofía y el compromiso de Philips con la sostenibilidad a nivel medioambiental, social y económico, siempre con el foco puesto en las personas y sus necesidades. Además pretende proporcionar una instantánea de la contribución de Philips a nivel internacional y en nuestro país desde el punto de vista de la innovación y la sostenibilidad, desde la generación de conocimiento hasta el desarrollo de productos y servicios innovadores y sostenibles, pasando por el respeto al medioambiente y el desarrollo y el bienestar de las personas que componen nuestra organización.

En estos momentos de incertidumbre y dificultades creemos que la innovación sostenible es un binomio ganador para las empresas y para la sociedad, un tándem en el que Philips cree firmemente desde el enunciado mismo de su misión. Creemos en la innovación sostenible en nuestras inversiones, en nuestro proceso de diseño de productos, en la manera de aplicar nuestros productos y servicios a la realidad del mercado español y por supuesto en la gestión de nuestro negocio.

Porque la innovación será sostenible... o no será.

Ignacio Ayerdi Salazar
Presidente de Philips Ibérica



HITOS

Un año más presente en Global 100, la lista de las empresas más sostenibles del mundo, elaborada por Corporate Knights (2012).

En la categoría de Bienes Personales y de Uso Doméstico, reconocida por el Índice Dow Jones de Sostenibilidad como líder del súper sector (2011-2012).

28 galardones en la XI edición de los IF Product Design Awards.

Por cuarto año consecutivo, 'Premio a la gestión responsable de la cadena de proveedores' de la Asociación Holandesa de Inversores por el Desarrollo Sostenible.

Premio 'Gigaton' otorgado por Carbon War Room.

Accésit en los IX Premios Expansión & Empleo.

Finalista en los II Premios Corresponsables.

Desarrollo del programa EcoVision con ambiciosos objetivos en materia de sostenibilidad de cara a 2015.

Desarrollo del Club de Innovación Urbana.

Incremento de casi el 40% en la venta de Green Products.



PHILIPS

sense and simplicity



Adquisición de la compañía Indal.

Desarrollo del programa Bienestamos, dirigido a la plantilla.

Integración en la Plataforma para la Eficiencia Energética.

Introducción de EcoMoods, una gama de luminarias domésticas que combinan el diseño con el ahorro energético.

Implementación de 'Guardianes de la salud', un proyecto de voluntariado corporativo para concienciar a la infancia sobre hábitos saludables.

En colaboración con el CNIC se ha puesto en marcha del laboratorio de imagen para investigación cardiovascular más avanzado del mundo.

Estudio SchoolVision sobre el impacto de la luz en el rendimiento escolar.





I. Philips

Fundada en 1891, Royal Philips Electronics es una empresa diversificada y dedicada a la salud y al bienestar, que tiene como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas mediante innovaciones significativas. Como líder mundial en productos relacionados con salud, estilo de vida e iluminación, Philips integra tecnologías y diseño en soluciones pensadas para las personas y basadas en las necesidades de los clientes.

Philips es una compañía orientada a las personas y a la evolución del mercado. Enfocada a las tendencias de la sociedad y a las necesidades de la vida diaria de las personas, la compañía hace de estas necesidades personales el eje de su negocio.

El objetivo de Philips es tener un impacto positivo en la calidad de vida de las personas mejorando su salud y bienestar, entendidos estos términos en su sentido más amplio. Por 'salud' Philips no entiende solamente los aspectos médicos sino todo aquello relacionado con un estilo de vida saludable. Con respecto al 'bienestar', la compañía lo concibe como un aspecto multidisciplinar, sentirse bien en todos los ámbitos: comodidad, seguridad, etc., es decir, sentirse bien con uno mismo en todos los entornos: en casa, en el trabajo, en la carretera o incluso de compras.

Con su sede mundial en Amsterdam (Holanda), Philips tiene una plantilla de aproximadamente 122.000 empleados en más de 100 países. En 2011, su cifra de ventas ascendió a 22.600 millones de euros.

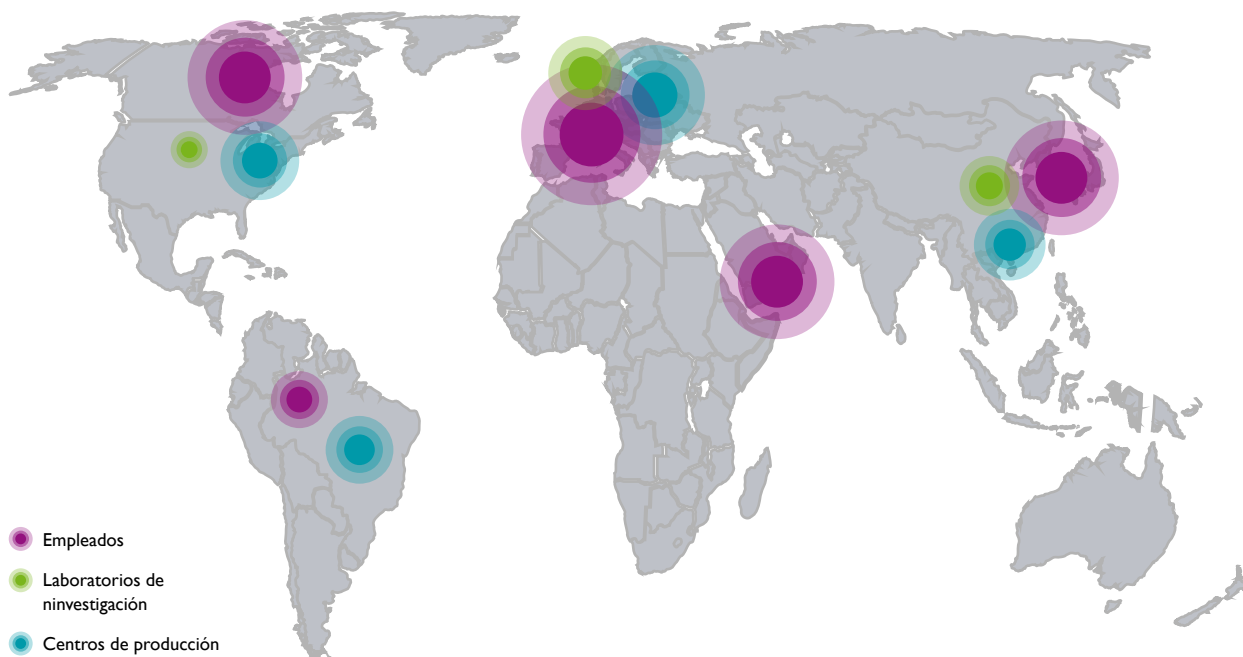


35%
femenino

118
centros de
producción

100
países con puntos
de venta y servicio

7
laboratorios de investigación repartidos
en Europa, América del Norte y Asia



50.000
derechos de
patente

3.900
nombres de
dominio

36.000
marcas comerciales
registradas

63.000
derechos de
diseño

3
incubadoras

Philips en España

Philips llega a España en marzo de 1926. Desde entonces ha estado al lado de generaciones de familias españolas de profesionales y organizaciones públicas y privadas, que han confiado en sus servicios y productos.

Su sede en España se encuentra en Madrid (c/María de Portugal I, 28050) y emplea a cerca de 800 personas.

Philips adquiere la compañía española Indal

En junio de 2011, Royal Philips Electronics alcanzó un acuerdo para adquirir Indal, compañía española líder en luminarias profesionales centrada principalmente en soluciones de alumbrado exterior. Esta adquisición permite acelerar el crecimiento de Philips en soluciones de alumbrado profesional y supone también una plataforma para fortalecer la posición de la compañía en el mercado europeo.





I.1 Misión y visión

Misión

La misión de Philips es mejorar la vida de las personas a través de innovaciones significativas.

Visión

Philips se esfuerza por hacer del mundo un lugar más saludable y sostenible a través de la innovación. Su objetivo es mejorar la vida de 3.000 millones de personas cada año hasta 2025. La compañía pretende ser el mejor lugar para trabajar para aquellas personas que compartan su pasión. Busca ofrecer un valor superior a sus clientes y accionistas.

I.2 Comportamientos

Como compañía impulsora del cambio cultural, y siempre en consonancia con los Principios Generales de Negocio (GBPs) de la compañía, Philips trabaja basándose en tres comportamientos divididos en varios puntos:

Decididos a ganar

- Perspectiva de fuera hacia dentro: servir a sus clientes.
- Adaptación a la diversidad de negocios y mercados.
- Velocidad de actuación: quiere adelantarse a la competencia.
- Empleo de los recursos necesarios para ganar y conseguir el liderazgo a largo plazo.

Asumir la responsabilidad

- Decisiones valientes.
- Capacitación y responsabilidad mutua para dar resultados.
- Ejecución rigurosa de las acciones, perseverancia.
- Enfoque en los resultados por encima de las actividades.

Trabajo en equipo para lograr la excelencia

- Diálogo abierto y firme. Obtención de conclusiones productivas
- Colaboración, apoyo mutuo.
- Celebración de los éxitos.
- Aprendizaje, mejora y desarrollo.



I.3 Especializados en la salud y el bienestar de las personas

Philips tiene como objetivo mejorar la salud y el bienestar de las personas y se abre paso en los mercados profesionales y de consumo a través de tres sectores: Cuidado de la salud, Alumbrado y Consumo y Estilo de vida.



Cuidado de la salud: Philips combina su experiencia clínica con un punto de vista humano para desarrollar soluciones que aportan valor: desde la prevención de enfermedades a través de su tratamiento y su seguimiento, hasta la gestión de la salud (tanto en el hospital como en casa). Las áreas clave de su negocio son: **Sistemas de Imagen, Salud en el Hogar, Cuidado del Paciente e Informática Clínica y Servicio al Cliente.**



Consumo y estilo de vida

Philips diseña los productos centrados en los usuarios y su calidad de vida, sumando experiencia y en contacto con las necesidades sociales y emocionales de los consumidores. Las áreas clave de su negocio son: **Salud y Bienestar (cuidado dental y productos para madres y bebés), Pequeño electrodoméstico, Afeitado y Belleza, Audio y Multimedia y Periféricos & Accesorios.**



Alumbrado

La iluminación busca mejorar la calidad de vida a través de la luz. En Philips observan y escuchan a sus clientes y a los usuarios finales, identificando sus verdaderas necesidades y expectativas: junto con los arquitectos, los diseñadores de iluminación, los urbanistas, las autoridades públicas y los consumidores en sus hogares, buscan crear productos innovadores energéticamente eficientes y soluciones que verdaderamente sirvan para mejorar la vida de las personas a través de la luz. Las áreas clave de su negocio son: **Fuentes de luz y electrónica, luminarias de consumo, Lumileds, Automoción y Soluciones de Iluminación profesional.**

A través de su gama de productos y servicios, la compañía demuestra su capacidad de innovación al transformar las necesidades de los clientes en tecnología y aplicaciones útiles que mejoran la calidad de vida de las personas.



Reconocimientos

- Por cuarto año consecutivo, Philips recibe en 2011 el **'Premio a la gestión responsable de la cadena de proveedores'**, entregado por la Asociación Holandesa de Inversores por el Desarrollo Sostenible.
- Gracias al EcoDiseño, Philips se ha hecho en 2011 con el **premio 'Gigaton'**, otorgado por Carbon War Room.
- En 2011-2012, reconocida por el Índice Dow Jones de Sostenibilidad como **líder del súper sector, en la categoría de Bienes Personales y de Uso Doméstico**.
- Según Newsweek's 2011 Green Rankings, Philips es la **9ª compañía más verde del mundo**.
- En 2011, reconocida como una de las **'50 Marcas Verdes'**, por Interbrand.
- En la categoría de 'Bienes de consumo', **compañía mejor puntuada en el 'Global 500 Report 2011'**, del Carbon Disclosure Project.
- Philips recibió en 2010 cuatro **premios EISA (European Imaging & Sound Association)**, que han distinguido a cuatro de sus productos y que se suman a los 22 galardones de este tipo conseguidos en toda su trayectoria.



TOP 100
BEST GLOBAL
BRAND 2011

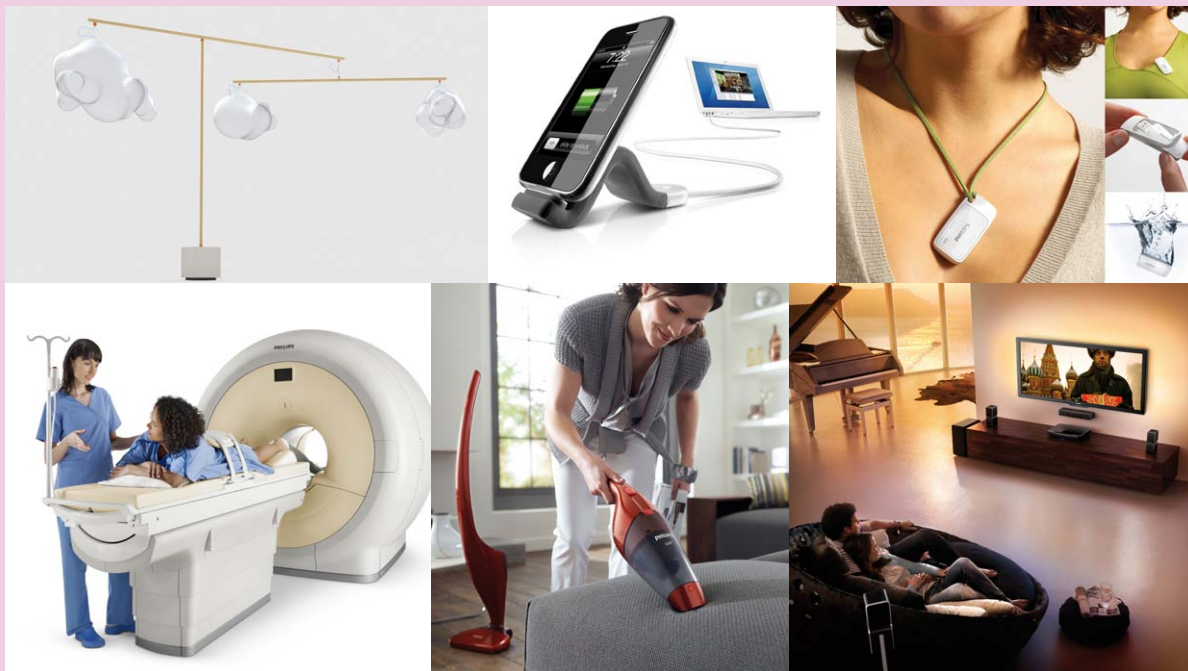
Interbrand



Diseño

El diseño es otro de los puntos fuertes de Philips, tal y como lo demuestra la **concesión de 28 galardones a la compañía en la undécima edición de los IF Product Design Awards (2011)** batiendo el récord de su historia. Estos premios se han consolidado internacionalmente como uno de los certámenes más prestigiosos en el área del diseño industrial, y también como una garantía de buen diseño para los productos ganadores y las compañías que optan a los mismos.

Además, la compañía de investigación independiente KLAS ha concedido al Portal IntelliSpace de Philips el primer puesto en sus Premios Best in KLAS a los 20 mejores Software y Servicios Profesionales de 2008 y 2010 dentro de la categoría de Visualización Avanzada. Este galardón, votado por clientes y empresas, reconoce la labor de Philips en el desarrollo de soluciones asistenciales integradas en el campo de la visualización avanzada.





El diseño de Philips ha sido galardonado en 2011 con 28 premios en la undécima edición de los IF Product Design Awards



I.4 Dirección y organización

A nivel internacional, Philips ha ampliado su equipo de gestión mediante el establecimiento de un Comité Ejecutivo. Éste consta de los seis miembros del Consejo de administración y de cinco líderes con experiencia, gracias a los cuales, las funciones, los negocios y los mercados están representados en los niveles más altos de la empresa.

Las funciones, los negocios y los mercados representados son: innovación, estrategia, recursos humanos, asuntos jurídicos, sectores de Philips y mercados globales, con una representación exclusiva para el creciente mercado de China.

Bajo la presidencia del presidente/director ejecutivo, los miembros del Comité Ejecutivo comparten poderes y responsabilidades en la gestión de la empresa, la ejecución de sus estrategias y políticas, y el logro de sus objetivos y resultados.

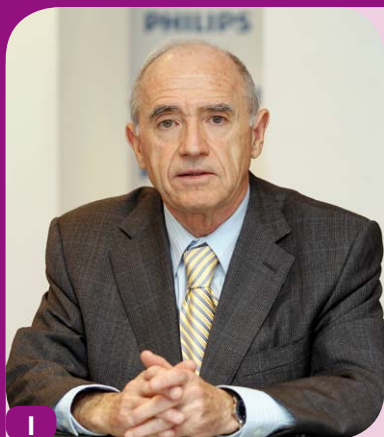
Con arreglo a la estructura corporativa de dos niveles que dicta la legislación holandesa, el Consejo de Administración es responsable de su funcionamiento ante una Junta de supervisión autónoma e independiente, que controla las políticas de la gestión ejecutiva y el curso general de los acontecimientos de Philips, y aconseja a la dirección ejecutiva sobre ellos.

Comité de Dirección General en Philips Ibérica S.A.U.

La Dirección Ejecutiva de Philips Ibérica Sociedad Anónima Unipersonal (S.A.U.) recae sobre el presidente del Comité de Dirección General, compuesto por:

- 1 Ignacio Ayerdi, presidente del Comité de Dirección General y director general de Philips Cuidado de la Salud.
- 2 Alejandro Cidón, director general de Philips Consumo y Estilo de Vida.
- 3 Eduardo Mataix, director general de Philips Alumbrado.
- 4 José Manuel Torre, vicepresidente y director Financiero (CFO).
- 5 Manuel Eugenio, presidente Philips Portuguesa
- 6 Pilar Guitián, directora de Recursos Humanos.
- 7 Ángeles Barrios, directora de Comunicación y Marketing Corporativos y RSC.

Bajo la dirección del presidente, los miembros del Comité Ejecutivo comparten potestades y responsabilidades en la gestión de la compañía, el desarrollo de su estrategia y políticas y también en la consecución de los objetivos.



1



2



3



4



6



5



7

Comité de Supervisión Internacional

La labor de este Comité consiste básicamente en la supervisión tanto de la gestión de los diferentes Comités ejecutivos como del curso general de todos los asuntos relacionados con Philips.

Se trata de un órgano completamente independiente que otorga a los stakeholders de la compañía un papel destacado. Prueba de su independencia es que sus miembros no pueden formar parte de Philips.

El Comité está formado por el presidente, J. van der Veer, el vicepresidente y secretario, J.M. Thompson, y seis miembros más.

Cada miembro procede de un sector empresarial distinto, como el financiero, el farmacéutico o el de la alimentación.





2. Crecimiento y sostenibilidad

Para Philips, la sostenibilidad consiste en mejorar la salud y el bienestar de los individuos y las comunidades, minimizando el impacto negativo a nivel social y ambiental. En colaboración con empleados, socios comerciales, gobiernos y organizaciones no gubernamentales, la compañía trabaja para ofrecer a las personas soluciones sostenibles y útiles para su día a día.

Al mismo tiempo, la multinacional holandesa trabaja para reducir el impacto ecológico de sus productos, así como también para impulsar la innovación sostenible y las buenas prácticas de negocios en toda la cadena de suministro.

A pesar del difícil entorno económico que estamos atravesando, Philips ha mantenido su orientación hacia la sostenibilidad en 2011. Esto se debe a su profunda convicción de que la sostenibilidad es un factor clave en el crecimiento económico y ofrece oportunidades de innovación.

Precisamente por ello, la compañía se apoya en la innovación para lograr un mundo más saludable y sostenible. Esto se traduce en la creación de productos sostenibles y con una menor huella de carbono.

EcoVision5

A través de su programa EcoVision5, Philips aborda sus objetivos de cara a 2015 en materia de sostenibilidad. EcoVision es un programa iniciado en 1998 que comprende tres indicadores de desempeño en liderazgo sostenible respecto a tres ámbitos: impacto en la calidad de vida, eficiencia energética y materiales.

A lo largo de 2011, los objetivos de EcoVision5 han experimentado un sólido progreso. Y es que en este período, Philips ha invertido 479 millones de euros en Innovación Sostenible, y un 39% de las ventas ha correspondido a 'Productos Verdes'.



Productos Verdes (Green Products)

Los **Productos Verdes** son aquellos que tienen una mejor puntuación (10%) en al menos una Zona Focal Verde: Eficiencia Energética, Embalaje, Sustancias peligrosas, Peso, Reciclado y Eliminación o Fiabilidad a lo largo del ciclo de vida del producto, en comparación con un competidor o producto predecesor en la familia de productos en particular.

Respecto a las ventas de Productos Verdes, éstas se han incrementado hasta convertirse en el 39% de las ventas totales de la compañía durante 2011.

El sector de Cuidado de la Salud ha logrado en este ejercicio el mayor crecimiento de ventas nominales de Productos Verdes, con un 25%, mientras que Alumbrado ha presentado más de 4.000 nuevos productos de este tipo. Esto se traduce en que este sector ha supuesto en 2011 más del 60% del gasto total en Innovación Sostenible, con la inversión de una cantidad récord de 291 millones de euros. Los esfuerzos en el sector de Consumo y Estilo de Vida se han centrado en 2011 en cerrar el ciclo de materiales a través del lanzamiento de productos realizados materiales reciclados.





EcoDiseño

Philips desarrolla un modelo de innovación que presenta dos enfoques. Por un lado, la innovación de producto y proceso orientada al sentido y sencillez de los productos y que se establece en torno a un eco-sistema de innovación y, por otro lado, la innovación social y de base de la pirámide.

En relación al primer enfoque, cabe destacar el diseño orientado al cliente, que debe ser partícipe del proceso de investigación y desarrollo de los productos. Además, el producto ha de ser avanzado, adaptable e interpretativo, lo que refuerza su nivel de calidad, accesibilidad e inteligencia.

Este enfoque se ha llevado a los criterios internos de evaluación de la calidad, diseño, marketing y tecnología de cualquier producto en cualquier división de la compañía en sus distintas fases de producción.

Philips se centra en la creación de valores para personas y empresas, y por ello trabaja siguiendo su exclusivo proceso de diseño avanzado, un enfoque integrado que reúne todas las ventajas del diseño tradicional, además de otras características relacionadas con el diseño que responden a la complejidad y a los retos del presente y futuro.

Durante más de 20 años, el desarrollo sostenible ha sido un factor fundamental en el enfoque de Philips Design. Gracias a la exhaustiva investigación de contextos sociales y medioambientales, los productos que ofrece resultan totalmente apropiados para estilos de vida y costumbres particulares.

Además, desde 2005, la multinacional holandesa trabaja para desarrollar proyectos humanitarios enfocados a problemas sociales y medioambientales que afectan a los sectores más frágiles de la sociedad. Investiga soluciones de mejora de la salud y el medio ambiente en las sociedades en vías de desarrollo, en colaboración con diferentes organismos, como ONG, entidades públicas o agentes sociales con experiencia y valores complementarios.



Philips, un año más en la lista verde de Davos

En 2012, Philips ha vuelto a estar presente en **Global100**, la lista de las empresas más sostenibles del mundo que cada año elabora la firma Corporate Knights. En la última edición, que se da a conocer como todos los años en el Foro Económico Mundial en Davos (Suiza), Philips ocupa el puesto número 12. La compañía no es nueva en este ranking, ya que desde hace varios años que se encuentra entre las empresas más sostenibles, pero ha experimentado un avance significativo desde el puesto 58.





3. Innovación sostenible al servicio de las personas

La innovación al servicio de las personas es uno de los pilares de la actividad de Philips. La compañía apuesta por la investigación y el desarrollo a través de sus productos, como aliado de otras organizaciones y contribuyendo a la generación de conocimiento a través de diferentes iniciativas.

3.1 Investigación y generación de conocimiento

‘Philips Index: Bienestar y salud en España 2010’

Los datos de este estudio promovido por Philips revelan que el sobrepeso, la falta de descanso y el estrés son las asignaturas en las que peores puntuaciones obtienen los españoles. Este informe, elaborado a partir de una encuesta realizada por la consultora TNS entre 1.700 españoles de más de 18 años, ofrece una perspectiva global del bienestar y la salud de los ciudadanos españoles, así como también del impacto de la tecnología en estos ámbitos.



**Philips Index:
Bienestar y salud en España 2010**

PHILIPS
sense and simplicity

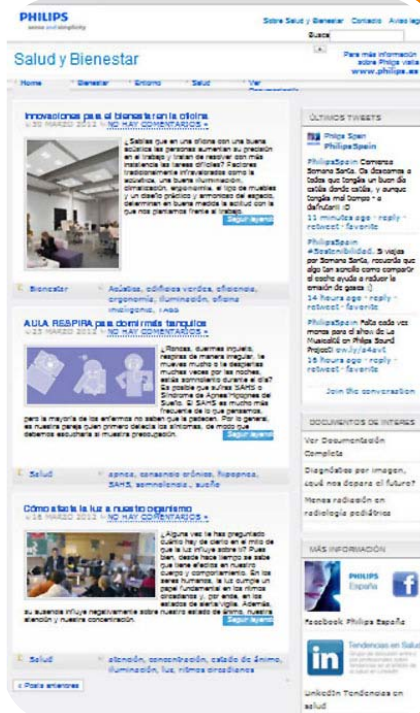


Centro Philips de Salud y Bienestar

Philips impulsa el Centro de Salud y Bienestar, una iniciativa de la compañía que pretende, mediante la promoción y generación de conocimiento y debate, ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas de todo el mundo.

El Centro responde al deseo y la prioridad común de todos los individuos de tener una buena salud y estar libre de enfermedades. Además, entiende el término 'bienestar' no sólo como el sentimiento de disfrutar de la vida, sino también desde el ámbito de la comunidad y la seguridad que se siente con el entorno.

Entre las principales iniciativas del Centro destaca el estudio del impacto de las tendencias sociales y demográficas en los sistemas de la salud, así como también la investigación acerca de cómo las ciudades cambiarán y se desarrollarán debido a la imparable urbanización de muchas partes del mundo.



Club de Innovación Urbana

El IE Business School, con el impulso de Philips, ha lanzado el Club de Innovación Urbana, una iniciativa a la que se han unido ya varias compañías, como Accenture, Aguirre Newman, FCC, IBM, Indra y Redex, cuyo objetivo es reivindicar la necesidad de aplicar la innovación y la sostenibilidad a los modelos de gestión urbana, de hacer un uso eficiente de los recursos y de facilitar servicios cercanos al ciudadano. A través de un Manifiesto, el Club de Innovación Urbana establece las prioridades e iniciativas que el sector empresarial ofrece a los ayuntamientos para, en conjunto, crear núcleos urbanos adaptados al ciudadano:

- 1 Abordar la crisis del modelo actual.
- 2 Es tiempo de innovación urbana: un nuevo modelo de gestión municipal.
- 3 Hacer visibles los costes de los servicios urbanos.
- 4 La segunda descentralización: un nuevo marco institucional.
- 5 La búsqueda de la eficiencia (I): más por menos.
- 6 La búsqueda de la eficiencia (II): hagamos las cosas de otro modo.
- 7 El espacio sigue teniendo un valor.
- 8 Hacer ciudad, un sector de futuro y con acento español.
- 9 Un nuevo modelo de participación: las TICs y la ciudad.
- 10 Ir más allá de la política.



Socios Fundadores





Innovación sostenible en el tándem de la competitividad

En colaboración con el Observatorio Zeltia y Forética, Philips ha presentado este trabajo de investigación sobre la vinculación entre la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) e innovación como tándem de la competitividad, junto con casos de éxito de diferentes empresas. El proyecto también incluye el desarrollo de un site <http://innovacionsostenible.foretica.org>, en el que se expone un análisis de la situación de los principales clúster empresariales de innovación que están incorporando una visión responsable y sostenible en su estrategia de negocio.

Ésta es la primera fase de un proyecto a tres años que se inició en 2010 con el objetivo de impulsar la innovación vinculada a la RSE como factores clave para la productividad y la competitividad empresarial. Así, el objetivo último de esta iniciativa es incorporar en las organizaciones una cultura de innovación basada en la sostenibilidad.



Cuidado de la salud

Patrocinio del IDIS

Philips patrocina desde 2012 el Instituto para el Desarrollo e Integración de la Sanidad (IDIS), que tiene como misión lograr la integración, la dinamización y la transparencia en el sector de la sanidad privada. Pretende impulsar la innovación, la diversificación, y llegar a ser una institución de referencia en la sanidad nacional e internacional. El Instituto apoya valores tales como la confianza, el compromiso, la responsabilidad, la calidad y la excelencia asistencial.





Investigación sobre el Alzheimer

Philips y el Instituto de Investigación del Hospital de la Santa Creu i Sant Pau han firmado un acuerdo marco de investigación a partir del que pondrán en marcha diversos proyectos colaborativos de investigación para la aplicación clínica de la imagen diagnóstica. Los estudios de imagen con PET o RM ofrecen una oportunidad única para la caracterización y diagnóstico más precisos de pacientes con Trastorno Cognitivo Leve, considerado un estadio previo al Alzheimer.



Cátedra Philips de Imagen Médica

En colaboración con la Universidad Católica de Valencia, Philips ha puesto en marcha en 2011 la Cátedra Philips de Imagen Médica. La cátedra busca fomentar actividades formativas y estimular la creación de publicaciones y estudios que contribuyan a una mejor formación de los profesionales sanitarios en el ámbito de la Imagen. Además, pretende promover la investigación sobre imagen médica.





Implantación de desfibriladores en zona públicas

La Fundación Gaspar Casal, con el asesoramiento y la supervisión del Consejo Español de Resucitación Cardiopulmonar y el apoyo de Philips, ha realizado el estudio 'La implantación de desfibriladores en zonas públicas: protocolos de uso y recomendaciones' con el objetivo de incrementar el conocimiento de la población sobre las paradas cardíacas y los protocolos de actuación.



Alumbrado



'SchoolVision'

Philips y la Universidad Antonio de Nebrija han realizado el estudio 'La influencia de la luz en el rendimiento escolar', para evaluar la novedosa solución de iluminación dinámica 'SchoolVision', a través de la que los profesores pueden controlar el ambiente de la clase para crear la atmósfera idónea para el aprendizaje y la actividad escolar.

El objetivo es comprobar los efectos de este tipo de iluminación sobre el rendimiento escolar. La primera conclusión extraída del estudio es que dicho sistema tiene un impacto positivo tanto en rapidez y comprensión lectora como en participación y concentración de los estudiantes en clase.



El impacto de la luz en el trabajo

En colaboración con World Office Forum, Philips ha desarrollado en España un estudio sobre 'Luz en el trabajo' basado en encuestas a más de 400 empresas de todo el territorio nacional, con el objetivo de conocer el impacto que la luz tiene en el puesto de trabajo. De los resultados se desprende que la iluminación es el factor más valorado entre los que componen el puesto de trabajo individual y con un impacto importante a nivel físico y emocional. Además, los encuestados destacaron que la interacción entre luz natural y el alumbrado artificial en el puesto de trabajo es un problema por resolver.



Estudio 'Luz y ciudad'

En colaboración con el Instituto de Empresa (IE), Philips ha desarrollado el estudio 'Luz y ciudad', un informe que pretende analizar el rol del alumbrado urbano y cómo lo perciben los ciudadanos.

Una de las principales conclusiones es que los ciudadanos consideran la iluminación como el segundo factor más importante en la construcción de imagen de la ciudad. Además, los resultados demuestran que los ciudadanos asocian la iluminación pública como un servicio de valor, por lo que genera insatisfacción si no funciona correctamente. La presentación del estudio tuvo lugar en un seminario previo al congreso 'Smart Cities', patrocinado por Philips y celebrado en Alicante en noviembre de 2011.





3.2 Desarrollo de productos y servicios

Cuidado de la salud

Primera innovación en diagnóstico por imagen en 10 años

Philips ha recibido la certificación de marca CE por el primer sistema de diagnóstico por imagen PET/RM de cuerpo entero, el equipo PET/RM Ingenuity TF. Desde hace diez años no se presentaba una innovación de esta relevancia en esta área. El Centro Nacional de Investigación Cardiovascular (CNIC) ha incorporado el primer PET/RM de España y el tercero de Europa para la investigación traslacional.



El Hospital Nuestra Señora del Rosario, centro piloto mundial de un software sobre imagen angiográfica

El Hospital Nuestra Señora del Rosario (Madrid) será el centro piloto a nivel mundial de un software sobre imagen angiográfica. Este software, en fase de investigación, se ha instalado en el equipo de electrofisiología Allura FD biplano de Philips. Gracias a este software se agilizará la evaluación de las intervenciones cerebrales y la toma de decisiones de los especialistas, mejorando así la calidad asistencial y la eficiencia.





Calidad asistencial y sostenibilidad financiera gracias a la innovación sanitaria

Philips, como compañía líder en tecnología sanitaria, entiende que su responsabilidad en la actual coyuntura va más allá de la innovación tecnológica más eficiente, segura y cómoda para los pacientes y profesionales, sino también en modelos de negocio. Philips lidera nuevos modelos de colaboración público-privada como los de 'pago por uso', 'gestión de servicios' o 'socio tecnológico'. Este último ha tenido su principal exponente en el acuerdo de diez años con el Hospital de la Santa Creu I Sant Pau, para el nuevo departamento de imagen. El acuerdo incluye diseño del proyecto, provisión de tecnología, financiación, formación, mantenimiento y renovación de tecnología según las necesidades del centro, además de proyectos conjuntos de investigación. Este acuerdo es un ejemplo de cómo el partenariado público-privado en salud garantiza la calidad asistencial y apoya la sostenibilidad financiera del sistema sanitario.



Alumbrado

'Ríos de Luz' de Valladolid

'Ríos de Luz' es una ruta cultural y turística basada en la luz, que proporciona a la ciudad estancias hoteleras y mayor turismo de fin de semana al impulsar su atractivo nocturno. La ruta ha iluminado de manera singular un total de 33 edificios, 14 más que anteriormente, reduciendo en un 45% el consumo energético de media. En algunas zonas, como la Plaza Mayor, el ahorro fue de un 84%.

La Ruta, basada en la versatilidad y eficiencia del LED, ha valido a Valladolid el premio internacional 'City.people.light', el Oscar de la iluminación urbana. Se trata de un proyecto conjunto con Indal, compañía española de iluminación recién adquirida por Philips.





'LumiMotion' en Móstoles

Philips ha puesto en marcha en Móstoles la primera experiencia piloto en iluminación inteligente para municipios. Fruto de un acuerdo con el ayuntamiento de la ciudad, se ha instalado la solución 'LumiMotion', una tecnología que detecta la actividad humana y regula la intensidad de la luz de las luminarias en función de la proximidad de los individuos. Esta novedosa instalación de alumbrado público, basada en tecnología LED y en controles de actividad humana, es la primera de España y tercera en el mundo, después de Francia y Holanda. Su uso permite reducir hasta un 90% el consumo energético, manteniendo la sensación de seguridad y confort en el ciudadano.



Las ciudades apuestan por la luz como atracción turística

Philips ha desarrollado con diversos ayuntamientos de España diferentes proyectos para mejorar la atracción turística mediante la luz. Así, el Ayuntamiento de Toledo ha encargado a Philips la iluminación del Alcázar y otros edificios emblemáticos de la ciudad, basándose en la cantidad y calidad de la luz y en parámetros medioambientales. La incorporación de este nuevo alumbrado supone un ahorro de casi dos tercios en el consumo eléctrico con respecto al alumbrado anterior. Philips ilumina el edificio con LED. La nueva iluminación ha cambiado además el paisaje nocturno de la ciudad, convirtiéndolo en un elemento de atracción turística.

En este sentido, Valdepeñas (Ciudad Real) también ha instalado este alumbrado para cubrir todo el Casco Antiguo. Mientras que el Ayuntamiento de Úbeda (Jaén) ha desarrollado el proyecto 'Itinerarios Turísticos Nocturnos'. Gracias a esta nueva iluminación sostenible, se crea una ruta nocturna por el centro histórico en la que los visitantes son guiados por los monumentos más emblemáticos de la ciudad. La instalación consiste en 234 puntos de luz con tecnología LED. La sustitución de las tradicionales fuentes de luz de vapor de sodio por placas LED de última generación de 31W y la incorporación de reguladores en los diferentes puntos de luz, se traducen en un ahorro energético superior al 70%.

Otro ejemplo ha sido 'La Noche en Blanco' en Badajoz, donde Philips ha colaborado mediante la aportación de su tecnología LED, protagonista de la iluminación decorativa creada para la ocasión, de diversos monumentos y edificios del casco antiguo.





Salobre: hacia un alumbrado inteligente y CeroCO²

Philips ha colaborado con el Ayuntamiento de Salobre (Albacete) para optimizar sus niveles de iluminación, con un ahorro energético del 75%. Este ahorro ha sido posible gracias a la tecnología LED y a la incorporación de CityTouch, sistema avanzado de telegestión inteligente de alumbrado; a la vez, se proporciona al municipio una adecuada iluminación en zonas residenciales y una iluminación más representativa en las vías de acceso y plazas.

Además, será el primer municipio español con Alumbrado CeroCO₂ gracias al acuerdo entre Philips y ECODES, con el que se facilita al municipio la compensación de emisiones de CO₂ debidas al alumbrado público.



Consumo y estilo de vida

Productos Verdes

Philips está centrado en mejorar el bienestar de las personas y de las comunidades en las que viven. Eso significa esforzarse para mejorar el rendimiento medioambiental de sus productos y llevar la sostenibilidad a toda la cadena de suministro.

Desde el Flat TV con retroiluminación regulable hasta las baterías recargables que duran un 20% más entre carga y carga, Philips ofrece productos que permiten ahorrar energía cada día. Otros utilizan menos embalaje o son fáciles de desmontar para el proceso de reciclado. El objetivo de Philips es ofrecerles a los consumidores una elección más sostenible.

Las ventas de Productos Verdes del sector de Consumo y Estilo de Vida ascendieron en 2011 a 1.571 millones de euros, y la inversión en Innovación Verde fue de 67 millones de euros en el mismo año.

La compañía evita el uso de sustancias potencialmente nocivas en sus productos del área de Consumo y Estilo de Vida, además de dedicar importantes esfuerzos a cerrar el ciclo de los materiales. Philips ha continuado con la introducción de productos libres de PVC y de BFR (sustancias ignífugas con bromo), como las gamas de afeitadoras PowerTouch y AquaTouch, los Esterilizadores Eléctricos a Vapor o la cafetera Senseo Viva Café Eco.



Eficiencia Energética

Philips mantiene un foco permanente en la mejora de la eficiencia energética de sus productos de consumo:

- La plancha a vapor EcoCare usa un 25% menos de energía que su predecesora.
- En el caso de algunos de los sistemas de blu-ray home theatre, la reducción en la potencia eléctrica llega al 50%.
- Los cargadores de algunos de los productos de Philips de cuidado personal, como los cortapelos, utilizan un 80% de energía menos que sus predecesores.







4. Cuidado del entorno

En su trabajo y preocupación por el cuidado del medio ambiente, Philips ha cerrado 2011 con un sólido progreso en su programa EcoVision. Y es que la venta de los Productos Verdes roza ya el 40% del negocio total de la compañía (un 39% a finales de 2011), con el objetivo de alcanzar el 50% en 2015.

La apuesta de Philips por el cuidado del entorno es ambiciosa y firme, como lo demuestra su estrategia EcoVision en sus, hasta ahora, 5 oleadas, que comprenden tres indicadores de desempeño del liderazgo sostenible relacionados con la atención y el cuidado, la eficiencia energética y los materiales. Respecto a estos tres indicadores, se establecen tres objetivos para 2015 en torno a tres ámbitos:

Llevar la atención a las personas

Objetivo: impactar positivamente en la vida de 500 millones de personas para 2015.

Mejorar la eficiencia energética de los productos de Philips

Objetivo: mejora del 50% para 2015 (de media en el total del portfolio) en comparación con 2009.

Cierre del ciclo de los materiales

Objetivo: duplicar la recogida global de residuos y el reciclaje, así como la cantidad de materiales reciclados en los productos para el año 2015 respecto a 2009.



La apuesta de Philips por la eficiencia energética no es nueva. La compañía lleva ya años esforzándose por aportar soluciones de iluminación sostenible y responsables con el entorno.

- Philips lanzó la primera bombilla de bajo consumo en 1981.
- En diciembre de 2006, Philips lideró un programa conjunto con Gobiernos, compañías energéticas, ONG y todo el sector para reemplazar las tradicionales bombillas incandescentes con alternativas de bajo consumo. Philips cuenta con campañas de ahorro energético en todo el mundo.
- Philips incluye en el desarrollo de todos sus productos políticas de respeto y protección al medio ambiente desde que lanzara su programa EcoDesign en 1994 y ha ido ampliando su gama de Productos Eficientes (Green Products) año tras año.

En 2010 y 2011, Philips ha seguido trabajando para mejorar el rendimiento energético de sus productos, así como colaborando con iniciativas externas y otras organizaciones en la lucha contra el cambio climático.

Ledino

La gama de luminarias para el hogar Ledino, cuya primera generación vio la luz en octubre de 2008, combina un diseño vanguardista y minimalista con un importante ahorro energético. El uso de la tecnología LED en estas luminarias domésticas proporciona ahorros del 80% y una vida útil del producto de hasta 20 años.



‘Green Products’

Philips tiene un sistema de etiquetado para todos sus Productos Eficientes (‘Green Products’). El logo aparece en productos de consumo y alumbrado, de manera que el cliente puede reconocer fácilmente durante el proceso de compra que son productos de bajo consumo y respetan el medio ambiente. Los productos que incorporan este logo son certificados cada año por terceros.



asimpleswitch.com



Estrategias

Plataforma para la Eficiencia Energética

Philips participa, desde su creación en 2011, en la Plataforma para la Eficiencia Energética, promovida por Endesa y compuesta por otras seis empresas más: Renfe, Cepsa, Sol Meliá, Telefónica, Toyota España y Unibail Rodamco España. Se trata de la primera agrupación de grandes empresas multisectoriales que busca promover actividades conjuntas orientadas hacia el fomento de la eficiencia energética a través de la promoción y el desarrollo de acciones dirigidas al ahorro energético y a la reducción de la huella de carbono. Dentro del acuerdo, Philips se compromete a conseguir internamente y entre sus clientes ahorros energéticos a lo largo de los próximos años, así como a reducir y/o compensar las emisiones de CO₂ al medio ambiente.

Además, también con el cuidado del entorno en el punto de mira, en estos dos años Philips ha implementado diversas acciones en colaboración con importantes actores del sector medioambiental.



Acuerdo con The Climate Group

Royal Philips Electronics firma en 2010 un acuerdo con la entidad no lucrativa 'The Climate Group'. El objeto de esta colaboración es el desarrollo de políticas y tecnologías que reduzcan las emisiones a la atmósfera y que ayuden a avanzar hacia una economía más sostenible con menor índice de contaminación por CO₂.

A través de este acuerdo, Philips se compromete a aplicar su conocimiento para futuros proyectos que lleve a cabo The Climate Group, como Smart 2020, que pretende demostrar cómo las ciudades pueden llegar a ser más eficientes energéticamente a través de la utilización de infraestructuras urbanas y tecnologías de la comunicación más inteligentes y eficaces.

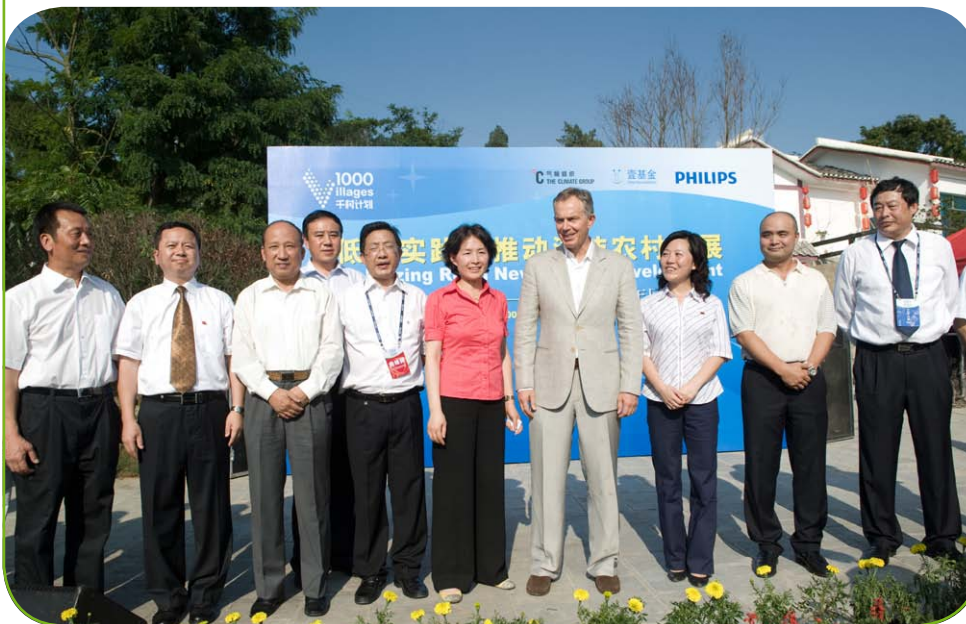




Proyecto 1000-Village Solar LED

Philips se ha unido al Proyecto 1000-Village Solar LED, una iniciativa puesta en marcha por The Climate Group y la Fundación Uno, para proporcionar iluminación LED generada eficientemente mediante energía solar en zonas rurales de China.

Iniciado en agosto de 2009 en la ciudad de Guiyang, este programa tiene como objetivo la promoción del uso de tecnologías limpias, mediante la aportación de soluciones tecnológicas verdes y promoviendo la creación de políticas ambientales en la región. El objetivo a cinco años es implantar soluciones medioambientalmente sostenibles en 1.000 pueblos de China así como en otros países, con el reto a corto plazo de instalar sistemas de iluminación LED en más de 40 aldeas de las zonas rurales de China en un año.



Acuerdo con Gas Natural Fenosa

Philips ha firmado un convenio de colaboración con Gas Natural Fenosa para desarrollar actuaciones que fomenten el ahorro y la eficiencia energética, así como la promoción y divulgación de productos eficientes y la realización de proyectos de renovación de alumbrado público, dentro del marco de la Estrategia Española de Eficiencia Energética (E4+). A modo de ejemplo, durante el primer trimestre de 2011, los consumidores han recibido junto a su recibo descuentos de hasta cinco euros para la adquisición de soluciones de iluminación de Philips como bombillas halógenas de bajo consumo Ecoclassic o LED.





Acuerdo con Fundación + Árboles

Philips y la Fundación + Árboles firman un convenio de colaboración para la plantación y mantenimiento de especies arbóreas seleccionadas. Las plantaciones, que se realizan gracias a una cesión de terreno por parte del Ayuntamiento de Marbella, incluyen como objetivo final la creación de un arboretum.



EL BOSQUE PARA LA GENTE
ÁREA DE RECURSOS AMBIENTALES

CO2 capturado hoy por los árboles de Arboretum Marbella
000,0113486
Toneladas de CO2 acumuladas



Impactos

‘La Hora del Planeta’

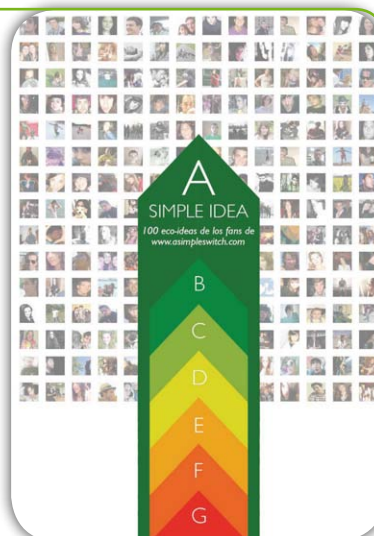
Philips se unió en 2011 a la campaña internacional de WWF (World Wide Fund) ‘La hora del planeta’ con la que se pretende que individuos, escuelas, organizaciones, empresas y gobiernos apaguen sus luces durante una hora para votar a favor de la acción sobre el cambio climático. La compañía apagó las luces de su sede en Madrid la hora estipulada e informó e incentivó a sus empleados para que hicieran lo mismo en sus hogares. Además, convocó un concurso de relatos cortos cuyo principal requisito fue que la historia narrada transcurriera durante el día en el que tiene lugar ‘La Hora del Planeta’. El concurso se repitió también a nivel interno entre todos los empleados de Philips.





Un e-book para 'A simple switch'

Philips ha llevado a cabo un proyecto pionero a través del cual busca concienciar a la sociedad en torno a la importancia de cuidar el medio ambiente. Dentro de su plataforma online www.asimpleswitch.com, la compañía trata de proponer a la población pequeños gestos con los que todo el mundo pueda aportar su granito de arena a favor del cuidado del Medio Ambiente. En esta ocasión, un libro virtual titulado "A Simple Idea", que se puede descargar en dispositivos electrónicos (teléfonos móviles, ordenadores portátiles, tablets) aporta 100 eco-ideas elegidas entre todas las enviadas por los fans en Facebook de A Simple Switch. Estas ideas tocan aspectos como el reciclaje, el uso racional de los recursos naturales, el alumbrado eficiente y la importancia de la educación en la concienciación de la sociedad.



Alumbrado CeroCO₂

CeroCO₂ es una iniciativa que propone acciones concretas para el cuidado del clima, facilitando y promoviendo la implicación de todos los actores sociales. Las herramientas CeroCO₂ permiten calcular la huella de carbono, reducirla y compensar la que no se ha podido evitar hasta el momento. El objetivo es reducir el impacto en el clima de entidades, ayuntamientos, productos o servicios, o el de las diferentes actividades que llevan a cabo las entidades y las personas de manera individual.

Philips quiere ir más allá en su propuesta de reducción de las emisiones de CO₂ que emiten sus productos, haciendo hincapié en dos aspectos: por un lado, una acción integral en cambio climático que permita no solo la reducción de las emisiones de CO₂ por la sustitución de la luminaria tradicional por luminaria LED, sino también la compensación de las emisiones de CO₂ del consumo del nuevo sistema de iluminación, consiguiendo así un sistema CeroCO₂. Además entiende como fundamental el trabajar en la sensibilización y comunicación de las acciones que se han de llevar a cabo, para conseguir involucrar a todos los grupos de interés en las acciones de sustitución de luminarias. Para integrar los pilares de compensación y sensibilización Philips colabora con ECODES, una ONG con amplia experiencia en temas de sostenibilidad y cambio climático, y promotora de la iniciativa para el cuidado del clima CeroCO₂.





‘A Simple Switch’ trata de proponer a la población pequeños gestos con los que todo el mundo pueda aportar su granito de arena a favor del cuidado del Medio Ambiente



5. Desarrollo del equipo humano



Philips Ibérica es una empresa cuyas actividades cubren todos los aspectos relacionados con el cuidado de la salud y el bienestar con el objetivo de mejorar la calidad de vida de las personas, ofreciéndoles las innovaciones necesarias en el momento adecuado. Esta cultura corporativa también está presente en la filosofía de trabajo de la compañía, dirigida a crear un ambiente de trabajo que satisfaga y estimule a los empleados para desarrollar su talento y para que consigan lo mejor tanto en su trabajo como en su vida personal.

5.1 Visión de equipo

A finales de 2011, Philips cuenta en España con un equipo de 769 personas. A pesar de la crisis económica, el número de empleados se ha mantenido este año. Además, el número de contratos fijos ha aumentado en relación a 2010:



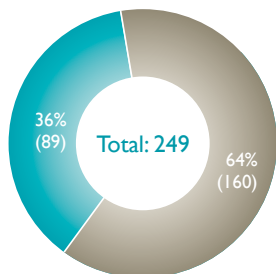
	12/2011	12/2010
Nº empleados	769	769
Varones	513	510
Mujeres	256	259
Contratos fijos	733	724
Contratos no fijos	36	45
Media edad	39,41	39,54

Del total de la plantilla, 515 empleados se encuentran en Madrid, 146 en Barcelona y 108 en el resto de España.

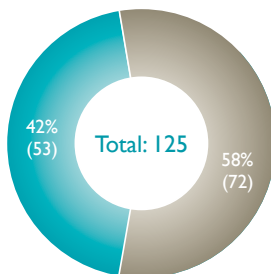
Los 769 trabajadores están cubiertos por un convenio colectivo. En 2012, debido a la adquisición de Indal (empresa española especializada en iluminación exterior e interior) por parte de Philips, entra en vigor un nuevo convenio: el XXV Convenio Colectivo de Philips Ibérica, SAU, 2011-2012.

DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR SECTORES

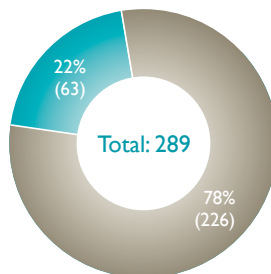
Alumbrado



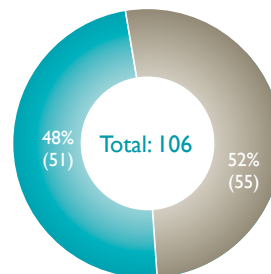
Consumo y Estilo de Vida



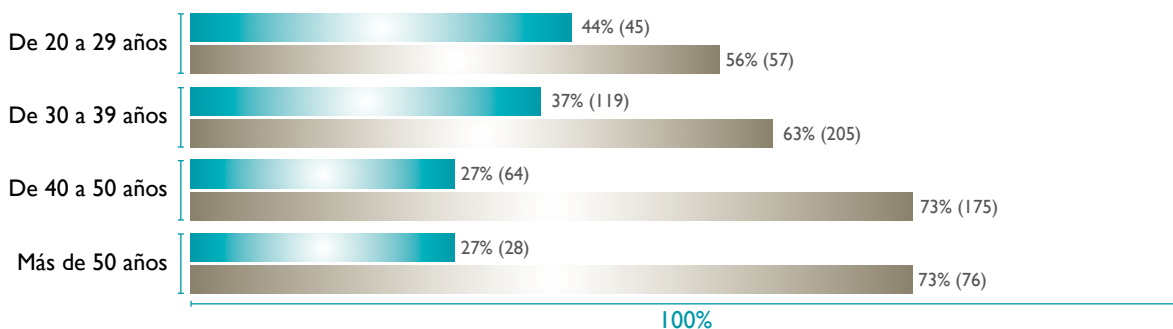
Cuidado de la Salud



GMS (servicios corporativos)



DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTILLA POR EDADES



● Mujeres ● Hombres

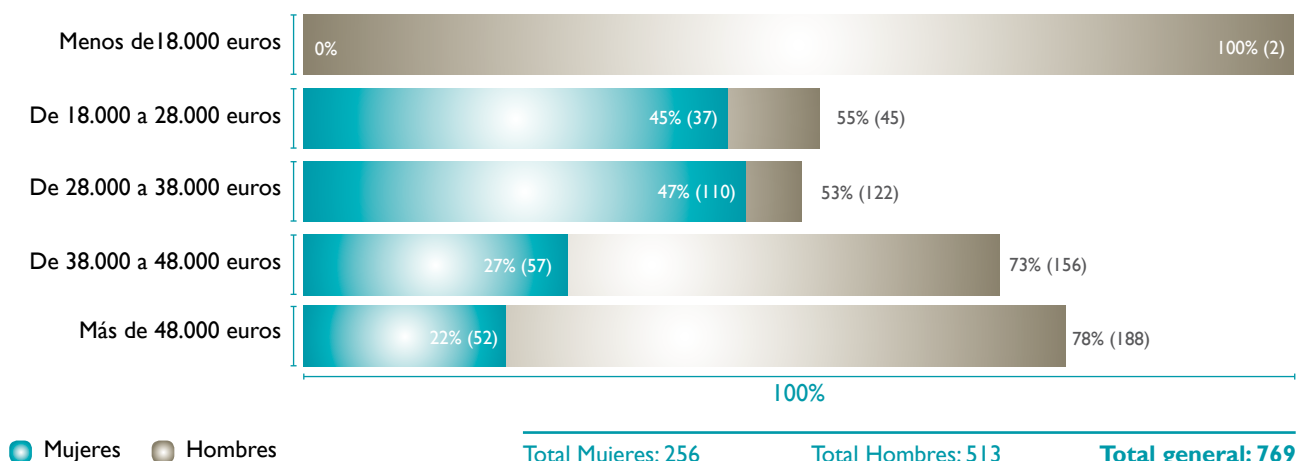
Total Mujeres: 256

Total Hombres: 513

Total general: 769



POR RANGO SALARIAL



5.2 Formación y desarrollo profesional

El promedio de horas de formación recibidas en 2010 por cada empleado es de 7,4. Con respecto a los programas formativos, existen multitud de opciones: marketing, proyectos, Personal Effectiveness...

Además, el 100% de los trabajadores de Philips son sometidos a evaluaciones regulares de desempeño y desarrollo profesional.

Puesto que los trabajadores son uno de los principales activos de la compañía, con el fin de motivarles y de que se impliquen todavía más en el proyecto empresarial, Philips lanza en 2011 la iniciativa 'Recognition @Philips'. Se trata de un programa de reconocimiento a aquellos empleados que mejor representen los valores de la compañía. Los trabajadores van acumulando puntos, que después pueden cambiar por multitud de productos.

RECOGNITION
@ Philips





5.3 Programa ‘Bienestamos’

El programa ‘Bienestamos’ surge de la voluntad de Philips de satisfacer muchas de las peticiones de sus empleados, que quieren convertir la compañía en un lugar más saludable. Se trata de una iniciativa dirigida a los trabajadores de Philips, al cuidado de su salud y al fomento de buenos hábitos.

‘Bienestamos’ se divide en seis áreas con diferentes actividades en cada una:

1 ‘Bienestamos’ Cheques de salud



- Reconocimientos médico obligatorios para empleados en puestos de mayor riesgo.
- Chequeo anual gratuito para todos los empleados.
- Información concreta y experta sobre diferentes patologías: migrañas, diabetes, colesterol, tensión, alergias...

2 ‘Bienestamos’ Bienestar físico y mental



- Entre otras iniciativas se encuentran los talleres de cuidado de la espalda, el entrenamiento emocional, la flexibilidad de horarios de entrada y salida; la posibilidad de reducción de jornada, la asesoría personal y familiar, las ayudas por nacimientos, los cheques guardería o el servicio de comedor subvencionado.

3 ‘Bienestamos’ Consejos saludables



- Este punto dota a los empleados de una serie de sencillos consejos para que lleven una vida más saludable.

4 ‘Bienestamos’ Educación para la salud



- Se ofrecen charlas de líderes de opinión y especialistas de diferentes ámbitos e información acerca de los diferentes días mundiales relacionados con la salud.

5 ‘Bienestamos’ Comer bien



- Destacan, entre otros, el estreno en el comedor del ‘Menú Verde’, la incorporación en los desayunos de pan con aceite de oliva y tomate, fruta, yogures y bollería sana o la aportación de información sobre el aporte calórico de los alimentos de la comida.

6 ‘Bienestamos’ Edificio saludable



- Se ofrecen tanto cambios en las zonas de trabajo como consejos para mejorar el entorno laboral.



5.4 Fomento de la conciliación

En la búsqueda del bienestar de sus trabajadores, Philips ha obtenido en noviembre de 2011 el distintivo efr (Empresa Familiarmente Responsable), que Fundación Más Familia otorga a aquellas organizaciones que fomentan la conciliación de la vida laboral y familiar.

El sello efr es el resultado de un análisis que la compañía empezó en noviembre de 2010 para conocer los beneficios que daban ya en materia de conciliación a sus empleados y sus necesidades actuales, que se han dividido en calidad en el empleo, flexibilidad laboral, sobre todo en el fomento del teletrabajo, apoyo a la familia, desarrollo profesional e igualdad de oportunidades. Así, ha creado el Programa de Beneficios para Empleados “A mano”.

Philips ha reforzado la comunicación con los empleados en materia de conciliación, vía Intranet y boletines, y ha abierto un canal de comunicación para recibir sugerencias y necesidades.





Una de las mejores 50 empresas para trabajar en España

Philips ha sido elegida en 2011 como una de las 50 mejores empresas para trabajar en España, según el Instituto Great Place to Work. En su primer año de participación, Philips Ibérica ha alcanzado el quinto puesto entre las organizaciones de 500 a 1.000 empleados de todos los sectores.

Según el Instituto Great Place to Work, un 87% de los empleados de Philips Ibérica se siente orgulloso cuando dice que trabaja en Philips. Además, un 84% dice querer continuar su carrera profesional en la misma compañía por mucho tiempo.



De todos los empleados encuestados, un 75% confía en la labor que desarrollan sus superiores y un 76% considera que éstos son accesibles y que es fácil hablar con ellos. Además, un 89% de los empleados cree que sus jefes confían en ellos a la hora de hacer un buen trabajo sin una supervisión directa y controlada. El respeto es otra de las claves a la hora de conseguir un buen entorno laboral y el 85% de los empleados de Philips considera que recibe un buen trato por parte de la compañía, independientemente de su posición en la empresa. Asimismo, un 71% cree rotundamente que Philips es un lugar psicológica y emocionalmente saludable para trabajar. De hecho, la compañía cuenta con uno de los ratios de baja voluntaria más bajos, menos de 1%.

Respecto a la conciliación laboral, Philips Ibérica demuestra flexibilidad con sus trabajadores, y un 86% reconoce que no tiene obstáculos cuando necesita emplear tiempo de trabajo para atender asuntos personales. En cuanto al trato y a la igualdad de condiciones para todos, el 89% de los empleados se siente tratado de forma justa independientemente de la raza, sexo y orientación sexual.

Accésit en los IX Premios Expansión&Empleo

Philips Ibérica se ha hecho con uno de los accésit otorgados en la IX edición de los Premios Expansión&Empleo. Estos galardones, organizados por el diario Expansión y bajo la dirección técnica del IE Business School, reconocen cada año la innovación empresarial en el ámbito de los recursos humanos.



Finalista en los II Premios Corresponsables

Philips Ibérica ha sido finalista en la categoría de Gran Empresa de los II Premios Corresponsables, organizados por la Fundación Corresponsables, y que se entregaron a principios de noviembre de 2011, con los que la Fundación quiere destacar las iniciativas en materia de Responsabilidad Social de grandes empresas, Administraciones Públicas, pymes y entidades no lucrativas.







6. Apoyo a la comunidad

De acuerdo con su herencia de compromiso social, Philips emplea sus capacidades para mejorar las vidas de las personas y de la sociedad en general, a través de diferentes iniciativas que buscan mejorar la salud y el bienestar.

Club de Voluntariado

El Club está formado por unos treinta empleados. Algunos de ellos son ya voluntarios veteranos, mientras que otros han ido uniéndose al grupo por recomendación de algún compañero. Los voluntarios realizan acciones de todo tipo, desde participar en actividades de RSC que organiza la compañía, como el campeonato deportivo en colaboración con Special Olympics o el proyecto escolar 'Guardianes de la Salud', hasta la participación en sorteos y fiestas benéficas que la compañía organiza cada año con fines solidarios.

Además, algunos de los miembros del Club colaboran también como voluntarios de manera independiente. Así, participan con diferentes ONG y otras organizaciones, como la Asociación de Padres de Niños con Cáncer (ASION), Fundación Theodora o UNICEF.



**Aulas Respira: SEPAR y Philips.****'Que corra el aire. Reduce, reutiliza y recicla'**

Con motivo del Día Mundial del Medio Ambiente (5 de junio), la Sociedad Española de Neumología y Cirugía Torácica (SEPAR) y Philips han organizado las Aulas Respira, una serie de aulas formativas que buscan concienciar a adolescentes y preadolescentes sobre los riesgos de la contaminación atmosférica en la salud de las personas y del planeta.

Bajo el lema 'Que corra el aire. Reduce, reutiliza y recicla', se han desarrollado distintas actividades en las que han participado alrededor de mil estudiantes de entre 11 y 14 años. Durante las sesiones se han abordado aspectos como la búsqueda de soluciones para frenar la degradación de la calidad del aire o las medidas que cada persona puede adoptar en su vida cotidiana para cuidar el aire que respiramos.

Esta iniciativa se ha merecido el reconocimiento por parte de Diario Médico que, en la categoría de Política Profesional, ha incluido a la Red Aulas Respira entre 'Las Mejores Ideas del año' (2010).

Hospitales de la RED AULAS RESPIRA participantes:

- Hospital Universitario de Gran Canaria Dr. Negrín.
- Hospital Dr. Passet de Valencia.
- Complejo Asistencial Universitario León.
- Hospital Virgen del Camino de Pamplona.
- Consorci Sanitari Integral Dos de Maig, en Barcelona.
- Hospital Plato de Barcelona.
- Hospital Comarcal de Laredo, en Santander.
- Hospital Clínico Universitario de Santiago de Compostela.
- Hospital Universitario San Juan de Alicante.

**'Guardianes de la salud'**

En línea con la filosofía de cuidado de la salud y el bienestar de las personas, Philips lanza 'Guardianes de la salud', un proyecto de voluntariado corporativo que busca concienciar a los más pequeños sobre la importancia de llevar una vida sana en un entorno medioambiental adecuado.

Esta iniciativa, que también se ha puesto en marcha en otros países bajo el nombre 'SimplyHealthy@Schools', se enmarca en España en un proyecto más amplio de colaboración con el mundo escolar, y que aborda aspectos relacionados con la salud, el medio ambiente y la iluminación desde diferentes perspectivas.

La iniciativa está orientada a niños de 3º, 4º y 5º de Primaria. Entre las actividades que se enmarcan en este proyecto destaca la realización de un estudio para conocer el impacto de la iluminación adecuada sobre el bienestar, el nivel de atención y el aprendizaje de los niños. Completa el programa la puesta en marcha de diferentes talleres para padres y profesores sobre el impacto biológico de la luz y su influencia en el sueño y el aprendizaje, así como aspectos medioambientales y de eficiencia energética en el uso del alumbrado en casa y en la escuela.





Aula abierta Nebrija-Philips de comunicación e investigación sobre el impacto social de las tecnologías



Nebrija Universidad

La Universidad Antonio de Nebrija y Philips Ibérica han firmado un convenio de colaboración al ser conscientes de que la ciencia, las nuevas tecnologías y el medio

ambiente representan un activo y, por tanto, un área de conocimiento merecedora de investigación y difusión entre los diferentes grupos de interés que conforman la sociedad civil.

Apuestan su conocimiento, divulgación y promoción entre el mundo académico y periodístico, al estar convencidos de que la formación del personal es importante para alinearse con la sensibilidad ciudadana.

Proyectos y objetivos del Aula abierta Nebrija-Philips:

- Realización de proyectos y estudios de investigación aplicada, así como actividades formativas y divulgadoras de carácter académico, comunicativo y profesional.
- Refuerzo de la presencia de Philips Ibérica y de la Universidad Antonio de Nebrija en organismos e instituciones nacionales e internacionales.
- Constitución de un foro de encuentro entre el mundo académico, los medios de comunicación, el ámbito empresarial y la sociedad, en todo lo relacionado con el desarrollo de la ciencia y tecnología, la salud y el medio ambiente.

Convenio con EFE Verde y Fundación EFE



Philips firmó en 2011 un convenio de colaboración con EFE Verde y Fundación EFE para la creación de 'I Becas Internacionales de Especialización en Información multimedia sobre Tecnología Ambiental y Eficiencia Energética'. Estas becas están dirigidas a estudiantes portugueses de Periodismo que residen en España.

Premios Philips Ciudades Habitables

En su afán por fomentar la sostenibilidad, Philips convoca los Premios Philips Ciudades Habitables, una iniciativa diseñada para generar ideas prácticas y asequibles con el fin de mejorar la salud y el bienestar de las personas que viven en las ciudades. Estos premios, con una dotación de 125.000€, están dirigidos tanto a particulares como a comunidades, instituciones, grupos no gubernamentales y empresas de ámbito internacional.

Los galardones, convocados por la compañía a nivel internacional, incluyen tres categorías: Bienestar fuera del hogar, Vida independiente y Estilo de vida saludable en el hogar y en el trabajo.





‘Fiesta de la luz’, en colaboración con Silk&Soya

El restaurante madrileño Silk&Soya instala un nuevo tipo de iluminación en su terraza y en los espacios interiores del local, basada en la tecnología LED de Philips. El objetivo del cambio es reafirmar la clara apuesta por la sostenibilidad medioambiental de ambas empresas, pues los ahorros respecto a la iluminación anterior son del 67%, amortizando la inversión en tan solo cuatro meses.

Y coincidiendo con la inauguración de la nueva iluminación, las dos compañías organizaron la “Fiesta de la luz”, un evento solidario que destinó toda la recaudación obtenida a ASION (Asociación de Padres de Niños con Cáncer).



‘Un paseo de sonrisas’, en colaboración con Fundación Theodora

Philips organizó el evento ‘Un paseo de sonrisas’ en el parque de la Casa de Campo de Madrid, para dar a conocer la labor de la Fundación Theodora y recaudar fondos para su causa.

Este acto fue un aperitivo de La Semana de la Salud y el Bienestar de Philips, unas jornadas dedicadas a sensibilizar a los empleados sobre la importancia de esos dos aspectos de la vida cotidiana con los que Philips está altamente comprometido.



Encuentro Autonómico de Pruebas Motrices, en colaboración con Special Olympics

Philips colabora anualmente con la organización Special Olympics a través de su participación en el Encuentro Autonómico de Pruebas Motrices. Este Encuentro, al igual que la entidad promotora, pretende favorecer la inclusión social de personas con discapacidad intelectual y mejorar su calidad de vida mediante la práctica de actividades deportivas.

En el encuentro pueden colaborar como voluntarios todos aquellos empleados de Philips que lo deseen. Algunas de las funciones que llevan a cabo los voluntarios son, entre otras, el desarrollo de cada una de las pruebas, el acompañamiento a los deportistas dentro de cada grupo de centro, la megafonía, etc.





Philips en la red:

Página corporativa:

www.philips.es

Blog Salud y Bienestar:

www.philips.es/saludybienestar

Páginas dedicadas a sostenibilidad:

www.asimpleswitch.com

www.philips.es/productosverdes

Perfiles en redes sociales:

Corporativos

 @PhilipsSpain

 www.facebook.com/philips.spain

Salud

 Tendencias en Salud

 @salvemosvidas

 www.facebook.com/salvemosvidas

Sostenibilidad

 @simpleswitch_ES

 www.facebook.com/asimpleswitch.es

PHILIPS

sense and simplicity

Philips España

Royal Philips Electronics

C/ María de Portugal, 1

28050 Madrid (España)

Tel.: +34 91 566 95 25

www.philips.es