

LGTBIQ+

## McDonald's reivindica la libertad en el Día del Orgullo



En línea con su compromiso con la gestión de la diversidad, la equidad y la inclusión, McDonald's se ha unido a la celebración del Día del Orgullo LGTBQ+ reivindicando la libertad de elegir y la cultura inclusiva, que son parte de su identidad. Así, ha creado camisetas para sus equipos en las que queda de manifiesto su apoyo a la comunidad LGTBQ+ con el hashtag #McDVaContigo.

La cultura inclusiva forma parte del ADN de la compañía desde hace décadas. De hecho, no es posible entender el éxito de McDonald's sin hablar de valores como la diversidad, la equidad y la inclusión, los cuales forman parte de la cultura corporativa y de

finen a todos sus empleados. Como empresa líder a nivel internacional, McDonald's se ha convertido en un agente proactivo del cambio, una posición desde la que fomenta la cultura inclusiva, y el trabajo para identificar y eliminar las barreras que impidan un trato justo para todas y todos.

Para lograrlo, McDonald's ha puesto en marcha un ambicioso Plan de Igualdad que tiene como objetivo identificar y eliminar las barreras que impiden un trato justo a los grupos infrarrepresentados. Este plan pone en marcha más de 35 iniciativas para garantizar que todas las personas dentro de la compañía cuenten con las mismas oportunidades.

Cultura

## El 70% de las empresas españolas cuenta con un propósito



Casi un 70% de las empresas cuenta con un Propósito definido. El 84% de las ellas lo tiene escrito y compartido con los empleados y casi 9 de cada 10 cree que aporta valor al negocio y contribuye a mejorar la rentabilidad de la empresa.

Ésta es la principal conclusión del Primer Barómetro sobre el Propósito Empresarial en España, elaborado por APD y Transcendent, que analiza los resultados de una encuesta realizada a casi 300 directivos para comprender las tendencias y desafíos en la definición, activación, medición y comprensión del valor que el Propósito genera para las empresas

y para sus grupos de interés. En la encuesta han participado empresas de más de 20 sectores.

Aunque el Propósito está muy presente ya en las empresas, según este estudio, el grado de conocimiento es todavía confuso. Para el 39% de los encuestados el Propósito se confunde con los conceptos de visión y misión.

De lo que no hay muchas dudas es acerca de la percepción del Propósito como elemento de valor para la compañía, al menos según el 76% de los encuestados.

Save the Children

## Lidl lanzará una bolsa de tela solidarias creadas por niños



Lidl y la diseñadora española Agatha Ruiz de la Prada, uno de los iconos de la moda de nuestro país, vuelven a unirse en una nueva iniciativa creativa y solidaria con el objetivo de recaudar fondos para colaborar con Save the Children. Se trata del lanzamiento de una colección de bolsas de tela de diseños exclusivos creados por un grupo de niñas y niños de la ONG en colaboración con la creadora.

Así, con el objetivo de darle un protagonismo especial a los más pequeños desde el primer momento, la diseñadora impartió una masterclass, donde pudieron trabajar juntos algunos de los estampados

de la colección de bolsas solidarias, que se pondrán a la venta en las más de 630 tiendas de Lidl en España a partir de noviembre.

La iniciativa pretende contribuir a financiar el programa de lucha contra la pobreza de Save the Children y está enfocada a favorecer la creatividad en los más pequeños haciéndoles vivir una experiencia única. De todos los dibujos, Agatha Ruiz de la Prada hizo una preselección de diez y en los próximos días, serán los empleados de Lidl quienes se encarguen de elegir los diseños que finalmente se plasmarán en las bolsas.