



Congreso Nacional del Medio Ambiente
CUMBRE DEL DESARROLLO SOSTENIBLE

Esther Trujillo Giménez

Gerente de Responsabilidad
Corporativa. Subdirector General de
Reputación, Marca y RSC.

Telefónica, S.A.

Diálogo con los Grupos de Interés

Metodología y Caso Prácticos

Telefónica

Responsabilidad Corporativa

28 de Noviembre de 2006





01

¿PORQUÉ?
RAZONES PARA EL
DIÁLOGO



02

¿CÓMO?
METODOLOGÍA
DE TRABAJO



03

¿CON QUIÉN?
GRUPOS
SELECCIONADOS

04

RESULTADOS

05

LECCIONES
APRENDIDAS



01

¿PORQUÉ?
RAZONES PARA EL
DIÁLOGO



02
¿CÓMO?
METODOLOGÍA
DE TRABAJO



03
¿CON QUIÉN?
GRUPOS
SELECCIONADOS

04
RESULTADOS

05
LECCIONES
APRENDIDAS



LO PRIMERO
ERES TU

1.- *Está en la esencia de la responsabilidad corporativa*

*“La responsabilidad social corporativa es un proceso a través del cual las compañías gestionan su **relación con los diferentes grupos de interés** que pueden tener una influencia real en su licencia para operar”*

Libro Verde de la Responsabilidad Social, Comisión Europea

¿Quiénes son nuestros grupos de interés?

¿Qué esperan de Telefónica los grupos de interés?

¿Qué puede hacer Telefónica?

¿Cómo gestionar la relación?

¿Qué gana Telefónica con ello?



2.-Ser uno de los principales grupos de telecomunicaciones del mundo implica una gran responsabilidad...

LO PRIMERO
ERES TU

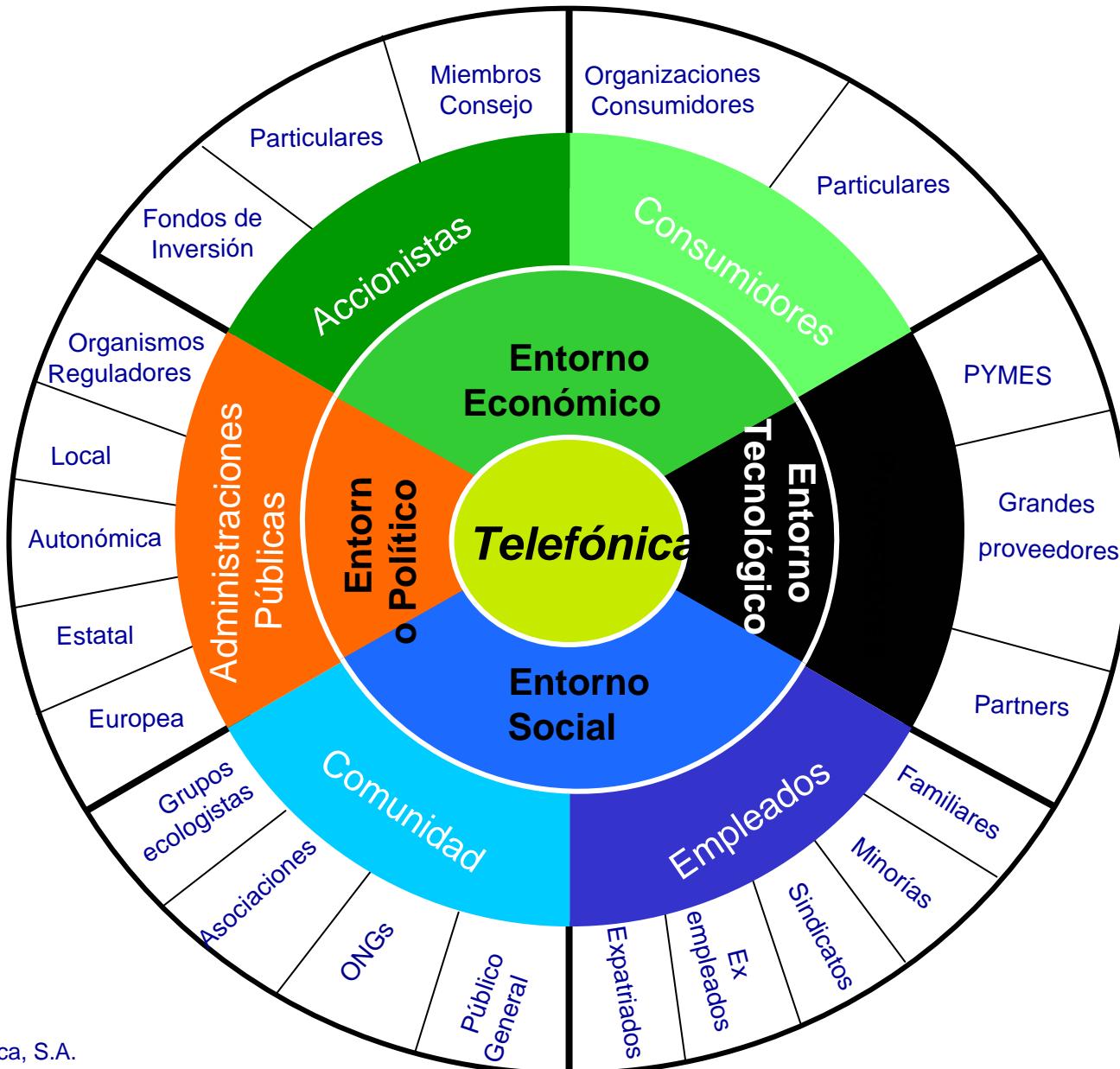
Telefónica

Telefónica

Principales magnitudes a junio 2006

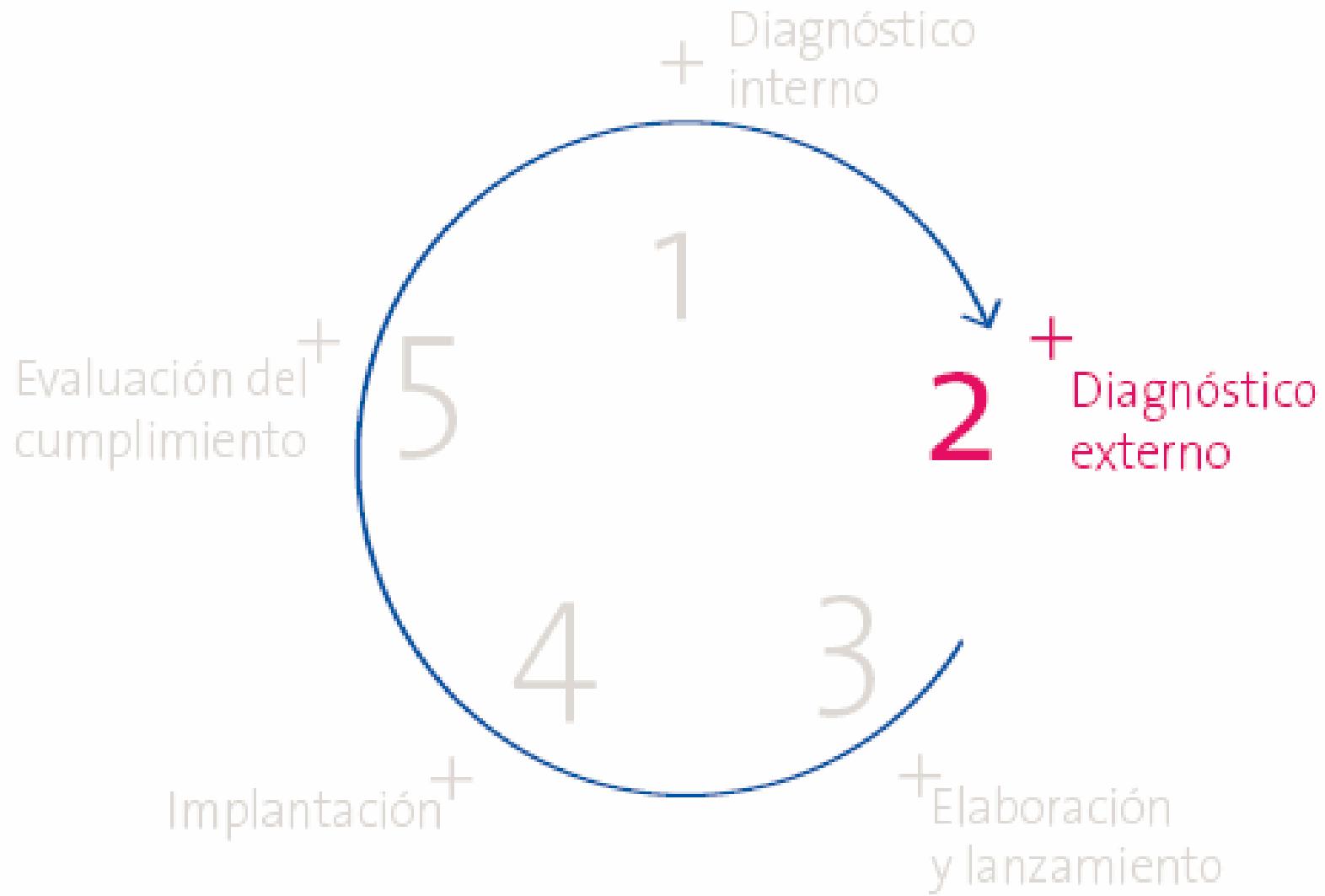
- Clientes**
 - >200 M de clientes
- Países**
 - Presencia significativa en **20 países**
- Empleados**
 - > 210,000 empleados
 - 60% en Latinoamérica
- Proveedores**
 - 18.000 Proveedores
 - 90% aprox origen local
- Comunidad financiera**
 - Es la **5^a empresa telecom del mundo** por capitalización bursátil
 - **1,5 M accionistas**

3.- Tanto la compañía como los grupos de interés necesitan legitimidad





4.- *El diálogo es un paso clave en nuestro sistema de gestión de responsabilidad corporativa*

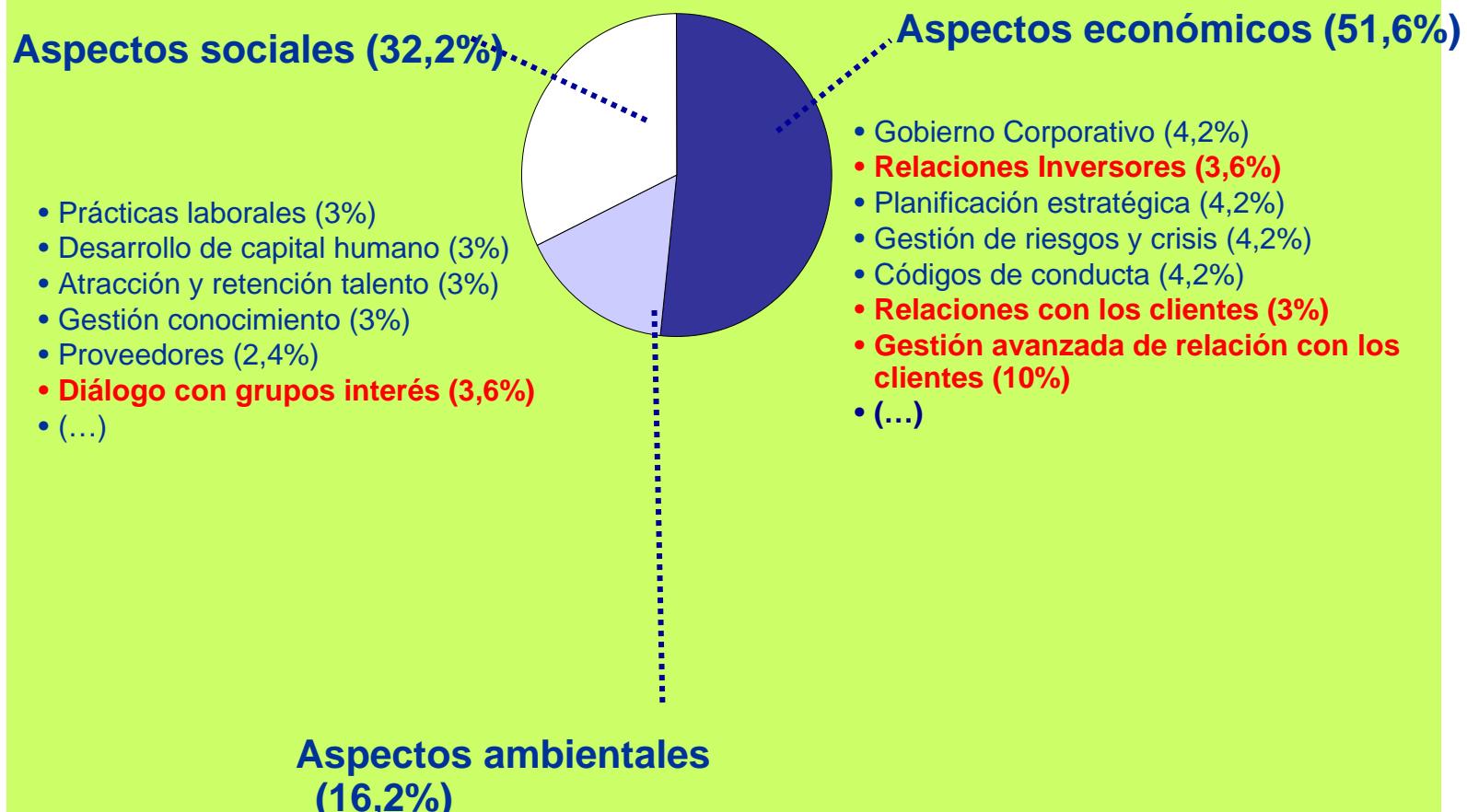




LO PRIMERO
ERES TU

5.- Peso específico dentro de los estándares internacionales

El DJSI analiza las empresas con criterio “BEST-IN-CLASS” cubriendo aspectos ECONÓMICOS, MEDIOAMBIENTALES y SOCIALES ...



Telefónica



01

¿PORQUÉ?
RAZONES PARA EL
DIÁLOGO



02
¿CÓMO?
METODOLOGÍA
DE TRABAJO



03
¿CON QUIÉN?
GRUPOS
SELECCIONADOS

04
RESULTADOS

05
LECCIONES
APRENDIDAS



Metodología avalada por Naciones Unidas

LO PRIMERO
ERES TU



Telefónica



LO PRIMERO
ERES TU

Ejemplo: proceso de selección de grupos piloto

Una de las claves del éxito de todo proceso de implicación de stakeholders es una buena selección de los **públicos objetivos (internos y externos)**.

	C clientes	Accionistas/	E empleados	Sociedad	Proveedores	Medios
Grado de satisfacción con la organización						
Canales de información/comunicación existentes en la organización						
Expectativas de la relación (resultado del ejercicio de identificación de riesgos/posibilidad de completar el ejercicio)						
Riesgos de la relación (resultado del ejercicio de identificación de riesgos)						
Planes existentes /Plan						

Identificación de “quick wins” para el proceso piloto



01

¿PORQUÉ?
RAZONES PARA EL
DIÁLOGO



02
¿CÓMO?
METODOLOGÍA
DE TRABAJO



03

¿CON QUIÉN?
GRUPOS
SELECCIONAD
OS

04
RESULTADOS

05
LECCIONES
APRENDIDAS



LO PRIMERO
ERES TU

4 Grupos Piloto

La Administración Pública como Cliente

Las organizaciones que valoran públicamente la RSC

Colectivos y Prescriptores

Ex - empleados del Grupo

¿Quiénes son?

¿Qué esperan de Telefónica?

¿Cuáles son sus expectativas y preocupaciones?

¿Qué puede hacer Telefónica?

¿Cómo gestionar la relación?

¿Qué gana Telefónica con esta relación?

Telefónica



LO PRIMERO
ERES TU

Objetivo: un plan de acción
conjunto para cada grupo

Telefónica

Telefónica, S.A.
Reputación y Responsabilidad Social Corporativas



01

¿PORQUÉ?
RAZONES PARA EL
DIÁLOGO



02
¿CÓMO?
METODOLOGÍA
DE TRABAJO



03
¿CON QUIÉN?
GRUPOS
SELECCIONADOS

04
RESULTADOS

05
LECCIONES
APRENDIDAS



LO PRIMERO
ERES TU



Resultados del proyecto (I)

Manual

Volumen 1 (Inglés)

Volumen 2 (Inglés)

Español (Enero 2006)

Telefónica

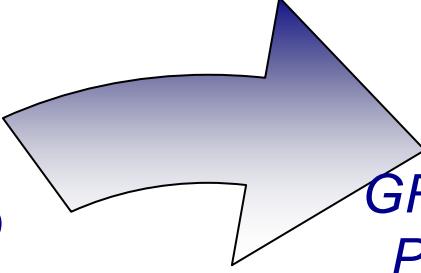
Telefónica, S.A.
Reputación y Responsabilidad Social Corporativas

www.telefonica.es/responsabilidadcorporativa

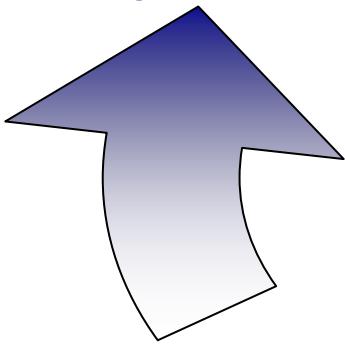


Resultados del proyecto (II)

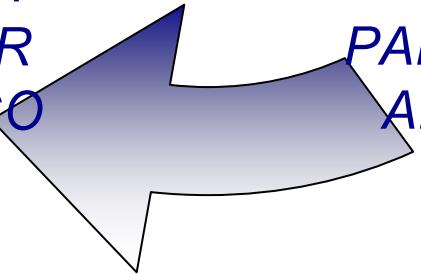
*UN MODELO
DE DIÁLOGO
ADAPTADO A
CADA REALIDAD*



*GRUPOS PILOTO
PARA PROBAR
LA METODOLOGÍA*



*UN PLAN DE
ACCIÓN PARA
PROFUNDIZAR
EN EL DIÁLOGO*



*UN TALLER
PRÁCTICO
PARA COMPARTIR
APRENDIZAJES*

**LO PRIMERO
ERES TU**

Telefónica



LO PRIMERO
ERES TU

Caso 1: Grupo pilotos Ex Empleados

Telefónica

Telefónica, S.A.
Reputación y Responsabilidad Social Corporativas



LO PRIMERO
ERES TU

Caso práctico: *Ex Empleados*

¿Quiénes son?

Tomando en consideración toda la historia de la compañía, el colectivo de ex empleados asciende a un total de 47.600 personas, distribuidas en los programas siguientes:

¿Qué esperan de Telefónica?

Las grandes demandas, en función de los resultados del análisis realizado, eran:

- 1. Información**
- 2. Contacto con antiguos compañeros**
- 3. Club de compras / Actividad comercial**
- 4. Prestaciones sociales**
- 5. Participación/Involucración**



¿Cómo gestionar la relación?

LO PRIMERO
ERES TU

Se trataría de poner a disposición de los colectivos desvinculados una plataforma o herramienta a través de la cual las personas que lo deseen puedan seguir en contacto con Telefónica y donde se puedan satisfacer necesidades derivadas de su nueva situación:

¿Qué puede hacer Telefónica?



Telefónica de España

Comercialización y difusión de productos y servicios: pruebas piloto, base de datos etc.

Oferta Comercial

ERES TU

RRHH. Dpto. Formación

Compartir conocimiento en A+

Dpto. de Comunicación

Infobuzon, ofertas, clasificados

Pleyade

Seguros y reaseguros (automóvil, dental, hogar, asistencia jurídica, etc)

Analizar la viabilidad de incluir al colectivo de desvinculados y en qué condiciones



ATAM

Atención a la dependencia
Discapacidad x edad

ERES TU

Atam

Telefónica

Telefónica

España

Telefónica

España</p

Club Telefónica Senior

[Contáctanos](#)**→ Portada del Club**

- [Noticias](#)
- [Autoservicio](#)
- [Si eres accionista](#)
- [Voluntariado](#)
- [Club de compras](#)
- [Actividades](#)
- [Acerca de Telefónica](#)



Voluntariado Corporativo

¿Quieres dar clases a los niños?

Telefónica ha presentado una serie de propuestas relacionadas con el proyecto Voluntariado Corporativo dirigidas a los antiguos empleados.

**I Congreso de mayores**

Se ha celebrado el I Congreso de Mayores Ciudad de Benidorm, que organiza el Grupo de Mayores de Telefónica en colaboración con la Generalitat.

[\[+\] ver más](#)**Novedad. Club de compras**

Tú eliges. Sólo por recargar desde 10€/mes, tu tarjeta movistar más 20% de ahorro en el precio por minuto de tu modalidad.

[\[+\] ver más](#)**LO PRIMERO
ERES TU****Telefonica****ACTIVIDADES.** Esta semana tienes...

- Restauración de muebles antiguos (Madrid)
- Curso de Bolillos (A Coruña)
- Taller de Psicología (Barcelona)
- Cata de vinos (Castellón)

[\[+\] ver más](#)**Fundación Telefónica**

Visitas *guiadas*
para
antiguos empleados
TRANSFORMACIONES



LO PRIMERO
ERES TU

Caso 2:

Paneles de discusión del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa

Telefónica

Telefónica, S.A.
Reputación y Responsabilidad Social Corporativas



LO PRIMERO
ERES TU

Los paneles de discusión del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa

Razones para el proceso

Los informes de responsabilidad corporativa constituyen uno de los más importantes vínculos de comunicación en materia de responsabilidad con los grupos de interés y, por lo tanto, deben reflejar sus expectativas y cómo la empresa está respondiendo a las mismas.

Los paneles de discusión sobre el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa son una plataforma para la gestión del diálogo con expertos en responsabilidad corporativa representativos de los diversos grupos de interés.

GRI en sus directrices G3 recomienda incluir en las memorias información acerca de cómo se incluido la opinión de los stakeholders (Principio de Inclusividad)



LO PRIMERO
ERES TU

Los paneles de discusión sobre el IRC

Objetivos iniciales

Objetivo General

Conocer el grado de aceptación del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de Telefónica por parte de los stakeholders, y recoger sugerencias, comentarios y opiniones sobre la información reflejada en la misma.

Objetivos Específicos

- 1. Establecer un lugar de encuentro**
- 2. Mejorar la información de la memoria para próximas ediciones.**



LO PRIMERO
ERES TU

Telefónica

Los paneles de discusión del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa

Organizaciones participantes en los paneles 2006

Organizaciones Globales

- ✓ ONU (Naciones Unidas)

Empleados

- ✓ CCOO (Sindicato)
- ✓ Asociación Mayores de Telefónica
- ✓ Fundación + Familia
- ✓ Conexión Social (Auditor Laboral)

Consumidores

- ✓ CECU (Confederación Española de Consumidores y Usuarios)
- ✓ Federación de Consumidores y Usuarios Independientes
- ✓ Federación Española de Hostelería

Personas con discapacidad

- ✓ CERMI (Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad)
- ✓ Fundación ONCE

ONGs medioambientales

- ✓ Fundación CONAMA (Congreso Nacional de Medio Ambiente)
- ✓ ECODES (Fundación Ecología y Desarrollo)
- ✓ Fundación Entorno

ONGs para el desarrollo

- ✓ Fundación CODESPA
- ✓ Cruz Roja
- ✓ Fundación Carolina

Sector financiero

- ✓ FTSE
- ✓ Triodos Bank

Analistas en RC

- ✓ Observatorio de la RSC
- ✓ AECA

Sector académico

- ✓ ESADE
- ✓ Fundación Social Universidad Francisco de Vitoria
- ✓ ICADE
- ✓ IESE
- ✓ Instituto de Empresa
- ✓ UNED
- ✓ Universidad Complutense de Madrid

Organizaciones empresariales

- ✓ AETIC (Asociación Española de empresas de los TIC)
- ✓ CEOE



Los paneles de discusión sobre el IRC

Metodología

¿Qué le
sobra?

¿Qué le falta?

¿Qué te
gusta?

¿Qué no te
gusta?

General + Comentarios por Grupo de Interés



Los paneles de discusión del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa

Resultados de los paneles del mes de marzo

¿ Qué aspectos gustaron más del Informe 2004 ?

Calidad, exhaustividad, estructura y grado de detalle del informe

El informe ofrece una buena visión global de Telefónica y sus grupos de interés

Los casos prácticos

**LO PRIMERO
ERES TU**

Telefónica



LO PRIMERO
ERES TU

Los paneles de discusión del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa

Resultados de los paneles del mes de marzo 06

¿Qué aspectos gustaron menos del Informe 2004?

Excesivamente extenso, denso y de difícil lectura para el público no especializado

Falta de concreción de los objetivos del informe y de los logros de Telefónica

Falta transversalidad en temas horizontales que trascienden un grupo de interés

Cierto tono auto-laudatorio, visión unilateral por parte de la empresa

Escasa utilización de las nuevas tecnologías multimedia

¿Cómo se ha recogido en el Informe 2005?

Resumen ejecutivo + CD con el informe completo

Detalle de los principales hitos 2005 y retos 2006 en RC

Primeros avances: Tabla, Telefónica, motor de progreso para todos

Inclusión de las críticas al IRC04

CD adjunto al resumen ejecutivo + ...

Telefónica



01

¿PORQUÉ?
RAZONES PARA EL
DIÁLOGO



02
¿CÓMO?
METODOLOGÍA
DE TRABAJO



03

¿CON QUIÉN?
GRUPOS
SELECCIONAD
OS

04
RESULTADOS

05
LECCIONES
APRENDIDAS



Hacia la sostenibilidad del Modelo

LO PRIMERO
ERES TU

Hitos 2005

Inclusión del objetivo “líder comprometido y responsable” en el Mapa Estratégico de Telefónica

Publicación de Informes de Responsabilidad Corporativa País (Argentina, Brasil, Chile, Perú)

Proyectos pilotos de diálogo con los grupos de interés
España 2005

Retos 2006

Coordinar la estrategia de RC con O2

Auditoría del Informe de RC bajo la norma AA1000/AS en los países

Proyectos pilotos de diálogo con los grupos de interés
LATAM 2006

Paneles piloto mono-stakeholder (Nov 06)

Paneles temáticos

Paneles sobre el Informe de RC España y Latinoamérica

Innovaciones

Actividades de difusión

Telefónica



LO PRIMERO
ERES TU

Lecciones aprendidas

- **Segmentar para encontrar resultados rápidos.**
- **Diálogo guiado y dirigido.**
- **Facilitador externo, idealmente del entorno académico.**
- **La consulta y el proceso han de estar dirigidos y liderados por una de las partes.**
- **Vigilar el riesgo de sobreprometer. Conocer los límites.**
- **Continuidad en los compromisos.**
- **Sinceridad y transparencia.**
- **Flexibilidad en la posibilidad de redirigir la estrategia**
- **Herramienta de cohesión interna.**



LO PRIMERO
ERES TU

Principal lección aprendida

*El diálogo con los grupos de interés es
un proceso de aprendizaje .*

Telefónica

Telefónica, S.A.
Reputación y Responsabilidad Social Corporativas

Telefónica
