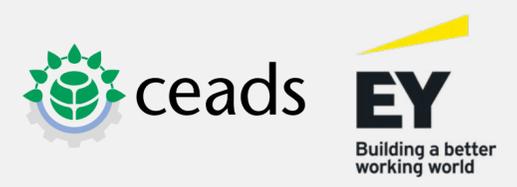




CONECTANDO EMPRESAS CON ODS



# TELEFÓNICA MOVISTAR Y EL DIÁLOGO CON SUS GRUPOS DE INTERÉS



## Objetivo

Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas



## ODS Conexos:

**ODS 8** Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos



## Tipo de Iniciativa

Política empresarial

## METAS QUE ABORDA LA INICIATIVA

**Meta 16.7** Garantizar la adopción en todos los niveles de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades.



## Palabras Clave:

*"Instituciones sólidas", "Respuesta a las necesidades" "Instituciones sólidas", "Respuesta a las necesidades" podríamos incluir "Dialogo con los Grupos de Interés" "Construcción de Confianza" "Panel Asesor" "Panel Central" "Panel Extendido" "Gobernanza"*

# RESUMEN EJECUTIVO

La estrategia de Telefónica para el diálogo con los diferentes grupos de interés busca potenciar la transparencia y el diálogo efectivo para construir relaciones de confianza. Nuestra misión es "Hacer nuestro mundo más humano, conectando la vida de las personas" que - enmarcada en el contexto de la revolución digital que está transformando la economía, la sociedad y nuestras vidas - cobra mayor relevancia al permitirnos brindar el enorme potencial que la tecnología puede brindar a las personas, a las empresas y a la sociedad, para prosperar y disfrutar, sin que nadie se quede atrás. Conseguir la visión del impacto de nuestra actividad, sus riesgos y oportunidades, conocer y atender las demandas de una sociedad interconectada en un entorno complejo, donde todo se mueve en tiempo real, sólo es posible a través de una participación directa y constante

de nuestros principales grupos de interés. A través de la incorporación de sus visiones, expectativas en nuestra planificación, logramos una gestión responsable y sostenible que favorece la construcción de valor para todas las partes implicadas en nuestra actividad. Este diálogo nos permite trabajar conjuntamente sobre aspectos clave de nuestra empresa, sector y coyuntura local, a la vez que damos forma a la sociedad del mañana.

Tomamos al diálogo e involucramiento de partes interesadas también como base para nuestros procesos de innovación, que buscan generar productos personalizados y soluciones que refuerzan la seguridad y experiencia del usuario.



# DESCRIPCIÓN DE LA INICIATIVA

## ESTRATEGIA DE DIÁLOGO

Ponemos a disposición de personas y entidades; canales, redes y servicios para puedan expresarse, compartir, trabajar de forma colaborativa y disfrutar. De esta forma, estructuramos nuestros medios de diálogo y comunicación para que cada área de la compañía pueda adaptarla al perfil del público particular y a sus necesidades.

Estas son:

**Informar/Dar a conocer:** comunicación unidireccional sobre prácticas o nuevos desarrollos que pueden impactarlos o que puedan influenciar, para crear confianza.

**Consultar:** encuestas, focus groups, evaluaciones, audiencias públicas, talleres, foros de debate o líneas directas sobre la perspectiva de nuestros públicos para identificación de tendencias, evaluación de impacto, identificación de riesgos y toma de decisiones.

**Dialogar:** conversación bidireccional y/o multipartita en torno a un propósito común en la que los grupos de interés juegan un papel más importante en la toma de decisiones, y en donde las conclusiones se comparten y escalan dentro de la compañía.

**Colaborar:** comités conjuntos, proyectos en conjunto con partes interesadas, alianzas, negociación colectiva en los que - entre dos o más partes – trabajamos para lograr sinergias y reducir los riesgos combinando recursos y áreas de especialización.

**Empoderar/Involucrar:** espacios formales para influir en el gobierno corporativo y toma de decisiones del Grupo.

## DIÁLOGO TRANSVERSAL PARA DEFINIR TEMAS ESTRATÉGICOS DE GESTIÓN DE TRIPLE IMPACTO

El diálogo activo con nuestros grupos de interés nos permite trabajar conjuntamente sobre aspectos clave de Telefónica y nuestra materialidad. Ellos nos ayudan a identificar los principales temas a los que debemos dar respuesta, alineando así la sostenibilidad a nuestro negocio. Nuestro enfoque de diálogo se basa en los Principios de la norma **AA1000SES (2015)**. Además, con el objetivo de aumentar la comparabilidad y exhaustividad, tenemos presente el análisis de materialidad de **Global e-Sustainability Initiative (GeSI)**, las indicaciones de la Guía del Global Initiative Reporting (GRI), los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y nuestros objetivos de negocio.



Para que este proceso esté sistematizado y llegué a los altos mandos de la compañía, en 2016 constituimos un **Panel Asesor en Negocio Responsable:** una herramienta que nos ha permitido establecer un diálogo estructurado con nuestros principales grupos de interés. Este Panel anual se articula en dos niveles - central y extendido- de forma que estén representadas todos los públicos y se pueden evaluar los temas materiales más relevantes para cada uno. **El Panel Central**, constituido por 12 organizaciones, se reunió 3 veces en 2018 para tratar los siguientes temas: Respeto a los derechos humanos en el nuevo contexto digital, Inteligencia Artificial, y Gestión de talento y diversidad. Dentro del **Panel extendido**, 410 organizaciones a nivel global, con un 38,3% de participación de representantes de Argentina, fueron consultadas en 2018 por temas materiales a través de entrevistas en profundidad y una encuesta online. El tema central de este panel fue la evaluación del conocimiento y percepción del nivel de avance y relevancia de los ODS. Esta metodología de diálogo nos permitió identificar siete aspectos prioritarios en toda nuestra cadena de valor para la sostenibilidad: 1. Confianza digital, 2. Telco como motor

## Descripción de la Iniciativa



de desarrollo, 3. Orientación al cliente, 4. Medioambiente, 5. Comportamiento ético y responsable, 6. Gestión de la cadena de suministro, y 7. Atracción y retención del talento. Actualmente, estamos desarrollando una nueva consulta online con el fin de actualizar los temas materiales y analizar su relevancia en el contexto global y del país en particular.

Durante 2019 apoyándonos en el Panel de Negocio Responsable y en base a una metodología desarrollada internamente e implementada y validada por Ipsos (compañía multinacional de investigación de mercados), hemos actualizado el ejercicio de materialidad realizado hace cuatro años. Dicha metodología permite obtener la matriz de materialidad de acuerdo con las directrices marcadas por el estándar de reporte no financiero GRI (Global Reporting Initiative) en su versión G4 Guidelines. Según estas directrices, el análisis de materialidad debe considerar aspectos que reflejen el impacto de la Compañía en temas económicos, medioambientales y sociales y cómo esos temas influyen la toma de decisiones con respecto a Telefónica. Se identificaron 69 asuntos materiales, consolidados en 18 temáticas y 7 dimensiones. Esto ha facilitado la revisión en profundidad del proceso de materialidad, ganando en comprensión y granularidad de los aspectos materiales identificados.

Los temas más importantes para los grupos de interés de Telefónica en su conjunto son: Seguridad digital, Comportamiento ético, Uso responsable de la tecnología, Promesa cliente, Economía circular, Conectividad inclusiva, Digitalización de la sociedad.

**GOBERNANZA PARA DAR RESPUESTA A LA MATERIALIDAD**  
Contamos con un Plan de Negocio Responsable local, liderado por el CEO de Telefónica Movistar Argentina y coordinado por la Dirección de Negocio Responsable para dar respuesta a los aspectos relevantes a través de la implementación de acciones y programas de gestión. El Plan está articulado por los ejes de la materialidad, y nos permite dar continuidad a las expectativas relevadas en este análisis como también en los otros espacios de intercambio y diálogo con cada actor clave.

### ABORDAJE DE PREOCUPACIONES SOCIALES SOBRE TELCO A TRAVÉS DEL DIÁLOGO

Dentro de los canales de diálogo que generamos con la comunidad, destacamos el **espacio digital "Dialogando"** cuyo objetivo es fomentar un entorno seguro en Internet, informando y concientizando a la sociedad sobre la importancia de aprender a usar la tecnología de manera segura y responsable. El portal es accesible para personas con discapacidad audiovisual y auditiva. Dentro del sitio,

contamos con un canal para que las personas puedan dejarnos sus consultas o comentarios. En 2018 bajo #Elegicuidarte y #Elegicuidarlos, creamos una **plataforma con información para el uso responsable de la tecnología**, donde abordamos temas como ciberbullying digital y una campaña de Seguridad Vial para generar conciencia sobre el uso del celular mientras se maneja. Además, llevamos a cabo la **campaña "Perspectivas"** sobre el ciberbullying, que incluyó 8 talleres de co-creación en escuelas para informar sobre este tema, y concientizar a los alumnos y la comunidad educativa. Por otra parte, el despliegue de red propio de nuestro negocio conlleva un proceso de comunicación con grupos de interés que debe ser controlado. Así, en base a la preocupación social en torno a los posibles efectos que la exposición a campos electromagnéticos de radiofrecuencia puede tener para la salud, desarrollamos el **"Manual Buenas Prácticas: diálogo con las Comunidades"**. Su objetivo es recoger aquellos casos de éxito en las distintas operaciones de Telefónica para que sirvan de guía y apoyo en otras operadoras. En otro aspecto, en nuestro compromiso con los derechos fundamentales de privacidad y libertad de expresión publicamos todos los años un **Informe de Transparencia** de las telecomunicaciones con el objetivo de contribuir a generar una sociedad más abierta y transparente. Durante 2019 lanzamos la campaña **"El Mensaje**

## Descripción de la Iniciativa



**de María"** ganadora entre otros premios de un PLATA en el NY Festival 2020, en el marco de la campaña de violencia de género, para promover el uso de la línea 144. Se trabajó un audio con una particularidad: al escucharlo en altavoz, el mensaje es trivial y positivo, pero al llevar el celular al oído, se escucha otro mensaje; un mensaje sin filtros que relata la historia de una mujer en situación de violencia que pide ayuda.

### HERRAMIENTAS DE RETROALIMENTACIÓN A TRAVÉS DEL DIÁLOGO

Además de estos espacios que abarcan temáticas directamente relacionadas a nuestro negocio, establecemos permanentemente diferentes niveles estratégicos de canales de diálogo con cada público para relevar opiniones y expectativas para nutrir nuestra toma de decisiones de gestión, y atender a sus demandas. Contamos con un **Canal de Negocio Responsable** abierto a todos los grupos de interés, donde pueden consultar o reclamar sobre cualquier aspecto relacionado con nuestros Principios de Negocio Responsable.

Con nuestros **empleados**, para mejorar el ambiente laboral y estar comunicados, lanzamos Workplace: una plataforma colaborativa en la que podemos compartir nuestras voces, ideas, vivencias, buenas prácticas y experiencias, y enriquecer nuestra gestión diaria. Llevamos a cabo hasta

2018 la **Encuesta de clima y compromiso**. Como estaba previsto, en 2019 se migró al Estudio de Motivación y con la participación del 88% de los empleados se implantó **NPS (Employee Net Promoter Score de Bain&Company)** que mide la voluntad de los empleados de ser embajadores de la empresa. En cuanto a **mecanismos de denuncia**, contamos con un Canal de Denuncias para realizar preguntas, buscar consejo y plantear cuestiones, de forma anónima o personal, sobre el cumplimiento de los Principios de Negocio Responsable y normativas asociadas. Además, el área local de Compliance tiene un buzón para realizar consultas sobre asuntos de integridad.

Con nuestros **clientes**, nuestra prioridad es fomentar la confianza digital y la buena experiencia de los clientes desde procesos y sistemas innovadores y seguros. Para ello, nuestra propuesta se focaliza en la **centralidad del cliente** y en disponer de una oferta sencilla, integrada y unificada que llegue al cliente **"con una sola voz"** con canales digitales, telefónicos y presenciales. En 2018 realizamos inversiones en atención al cliente con foco en el **relacionamiento digital**. Asimismo, sumamos funcionalidades a nuestra App Mi Movistar que permite a los clientes consultar información sobre sus consumos y productos. **Aura**, un asistente de inteligencia artificial, permite a nuestros clientes conocer,

gestionar y controlar su vida digital con la compañía y descubrir nuevas propuestas. Por otra parte, pusimos el foco en nuestra aplicación Mi Movistar Negocios, logrando un volumen de 93 mil usuarios activos y 40 mil atenciones vía redes sociales, mientras que nuestros asesores personalizados gestionaron más de 680.000 contactos vía WhatsApp. Además, desde un espacio web, les brindamos a las personas con hipoacusia e impedidas del habla la posibilidad de que puedan dialogar con un asesor de atención al cliente. Desde el Foro Movistar los usuarios pueden consultarse unos con otros, aclarar las dudas y realizar comentarios en una comunidad abierta entre nuestros clientes. Tenemos además otros canales para comunicarnos: redes sociales, Centros de Experiencia de Clientes Movistar, teléfono, mail, canal de atención automático de WhatsApp y página web.

Queremos convertirnos en el mejor aliado de la vida digital de las personas, y para lograrlo la mejor prueba de que estamos avanzando es la satisfacción de nuestros clientes. Para medirla, utilizamos el ISC (**Índice de Satisfacción de Clientes**), reportado de forma periódica al gobierno corporativo de la compañía, sobre aspectos relacionados a gestión del tráfico, infraestructura e inversión en la ampliación y la mejora de la red. Siendo que lograr que nuestros clientes

## Descripción de la Iniciativa



tengan la mejor experiencia es parte del ADN de nuestros empleados, una parte de su remuneración variable está directamente ligada al Net Promoter Score, a nuestro modelo de seguimiento de calidad y satisfacción del cliente. También medimos las **percepciones** de la sociedad sobre nuestro desempeño a través del modelo RepTrak.

Nos esforzamos por conocer la opinión y prioridades de nuestros **proveedores**. Realizamos **encuestas globales a los principales proveedores** para conocer su nivel de satisfacción e identificar fortalezas y oportunidades de mejora. Continuamos con la difusión de temas relacionados con la sostenibilidad en espacios de diálogo como es el **comité de contratistas** que organizamos desde 2017. En estas **reuniones** de proveedores del área técnica y sus referentes de Seguridad e Higiene, se pone en común prácticas, experiencias e inquietudes para tener una visión compartida con la cadena de valor. Durante este año **compartimos buenas prácticas** relacionadas con medio ambiente, diversidad, y seguridad y salud, entre otros.

Desde **Fundación Telefónica Movistar** Argentina llevamos más de dos décadas de trayectoria y sólidos aportes para el desarrollo de la comunidad. A través de nuestro programa de educación con foco en tecnología, queremos contribuir

a potenciar el aprendizaje, multiplicar el conocimiento y conectar a las personas e instituciones; sin que nadie se quede atrás.

### BENEFICIOS GENERADOS A PARTIR DEL DIÁLOGO

Los mecanismos utilizados de diálogo generan los siguientes beneficios operacionales, financieros, sociales y ambientales para el negocio y las partes interesadas:

- Conversaciones inmediatas, continuas y sin límites con una audiencia amplia a partir de diversos canales de comunicación.
- Capacidad de escuchar, aprender y compartir dada por nuestra apuesta a la transformación digital.
- Identificación de los principales temas relacionados a la sostenibilidad que debemos abordar y gestionar.
- Generación de valor económico, social y ambiental al conectar a emprendimientos innovadores con Telefónica para generar oportunidades de negocio conjuntas.
- Abordaje de preocupaciones sociales a través de un diálogo activo con la sociedad.
- Uso de tecnología de forma responsable y obtención de

todas sus ventajas con plataformas colaborativas como "Dialogando".

- Mejor entendimiento del funcionamiento de las telecomunicaciones al poner a disposición de la sociedad información de expertos sobre campos electromagnéticos.
- Fidelización de empleados, utilizando los canales de comunicación para lograr una fuerza de trabajo comprometida y embajadora de nuestra marca.
- Evolución de la oferta a clientes hacia propuestas más innovadoras y flexibles, proporcionando al cliente la posibilidad de disfrutar de un producto a medida.
- Mejora de la gestión de nuestra cadena de suministros a partir de herramientas para conocer la opinión y prioridades de nuestros proveedores.
- Generación de ideas innovadoras y pensamientos creativos con la comunidad con el desarrollo de conversatorios y la participación en congresos, encuentros y foros.
- Sinergias positivas con organismos públicos y privados que permiten multiplicar el impacto y alcance de las acciones.

## Alianzas Estratégicas

- **Trabajo en alianza y difusión de buenas prácticas**

Contamos con **Códigos de Buenas Prácticas para el Despliegue de Infraestructuras de Comunicaciones Móviles en Argentina**, que muestran la importancia de las entidades municipales y administraciones locales como eslabón fundamental en nuestra cadena de diálogo con las comunidades. Creemos que informar es fundamental para que la sociedad conozca sobre **campos electromagnéticos** y entienda el funcionamiento de las telecomunicaciones. Por ello, ponemos a su disposición enlaces de interés e información de expertos en la materia. Nos aliamos con organizaciones de la sociedad civil, cámaras y sector público para construir en conjunto un mercado más responsable e inclusivo, a través del diálogo y la participación activa (Pacto Global de Naciones Unidas, CEADS, AMCHAM, IDEA,

Cámara Española). Además, en 2018 firmamos un **acuerdo de cooperación institucional** con el Instituto Nacional de las Mujeres y adherimos a los "Principios de Empoderamiento de la Mujer" de ONU Mujeres y Pacto Global, y a las "Normas de Conducta para las Empresas" de Naciones Unidas para proteger los derechos de las personas LGTBI. Damos a conocer nuestras mejores prácticas a la sociedad también con la participación de la compañía en **diversos premios y conferencias**. La campaña "Phone Love" Seguridad Vial recibió el premio EIKON al Marketing Social, la campaña Perspectiva recibió los premios Diente, Obrar, RSC Comunicativa, Lápiz de Platino Digital de Editorial Dossier, la campaña "Puerta" sobre la violencia hacia las mujeres fue reconocida con un Bronce en la categoría FILM, ganadora del Wave Festival de Rio y la pieza de comunicación "El mensaje de María", campaña lanzada en 2019, fue reconocida por ADFORUM como la mejor pieza tecnológica

en el mundo. Además, fuimos reconocidos como la mejor empresa del sector para atraer y retener talento, según Merco. Participamos de diversos espacios, grupos de trabajo, medios de comunicación, Foros empresariales y de desarrollo sostenible, difundiendo y concientizando a la sociedad sobre temas como grooming y Cyberbullying, uso responsable de las TIC, economía digital, emprendedurismo, diversidad e inclusión, y conciliación vida laboral y personal. En 2019 participamos en New York de la Cumbre Mundial de UNICEF junto a miembros de Estados, organizaciones y sector privado para analizar y proponer ideas sobre el bienestar de niños y el trabajo del futuro. Así, construimos valor compartido, sumando demandas de los actores clave a nuestra estrategia de negocio, y juntos contribuimos con el desarrollo sostenible desde la conversación y la colaboración.



Esta iniciativa se presentó en el marco del programa  
"Conectando Empresas con ODS" desarrollado por  
CEADS en alianza con EY Argentina.

COPYRIGHT 2020