



La sostenibilidad como motor social y corporativo, a debate en RConversa

La plataforma de discusión online de Telefónica, RConversa, ha acogido este verano el debate "La sostenibilidad, motor para el progreso de las empresas y la sociedad". Entre el 15 de julio y el 1 de agosto, los internautas que participaron en la discusión abordaron qué repercusiones puede tener una buena gestión de la sostenibilidad.

La sostenibilidad corporativa es una fuente clara de competitividad y progreso para nuestra compañía

En la presentación de este debate, el presidente de Telefónica, César Alierta, apuntó que: "En Telefónica vemos en la gestión sostenible el mejor modo de alcanzar nuestra visión de transformar posibilidades en realidad, con el fin de crear valor y oportunidades para empleados, clientes, accionistas, socios a nivel global y para toda la sociedad en general". En consecuencia, Alierta subrayó que "la sostenibilidad corporativa es una fuente clara de competitividad y progreso para nuestra compañía".

El despegue del debate también contó con la intervención del director global de Reputación y Responsabilidad Corporativas de Telefónica, Alberto Andreu Pinillos. Bajo el título "La gestión de nuestra sostenibilidad corporativa", Pinillos escribió que: "En un entorno cambiante y globalizado como el que vivimos, la gestión de nuestra sostenibilidad corporativa será fundamental para asegurar la capacidad de nuestra compañía

para prosperar en el largo plazo". En este sentido, el director global de Reputación de Telefónica hizo hincapié en la capacidad de la sostenibilidad para generar un impacto positivo en la comunidad y para fortalecer la confianza de los grupos de interés de una empresa. Sin embargo, Pinillos recordó también que "la relevancia económica de una buena política de sostenibilidad no se genera exclusivamente en el largo plazo, sino que tiene cada vez consecuencias más evidentes a corto plazo". Así, una buena reputación contribuirá a dar valor a la marca, a atraer a los mejores empleados y a generar una disminución de las primas de riesgo asociadas a los gastos de financiación de las compañías.

En esta ocasión, Telefónica quiso aprovechar su plataforma de web 2.0 para dialogar con sus *stakeholders* y conocer sus opiniones y expectativas acerca de la política de sostenibilidad de la compa-

es una forma de divulgar información sobre este tipo de inversiones entre sus empleados”.

La segunda fase del debate se centró en la sostenibilidad a nivel medioambiental. La discusión condujo a la conclusión de que las grandes empresas “cada vez apuestan más por el medio ambiente y su cuidado”, en palabras de la moderadora del diálogo, Conchi Fernández Alonso. Los participantes en el debate coincidieron en señalar que es necesaria una mayor implicación por parte del sector público para alcanzar mejores resultados.

Además, los participantes en el diálogo indicaron que el sector de las telecomunicaciones ofrece nuevas oportunidades para optimizar la gestión ambiental, gestión que ha de ser comunicada por las empresas a sus stakeholders de manera más adecuada. “Todos estamos de acuerdo en que explicar con mayor claridad cuáles son las acciones que se están llevando a cabo y difundirlas es clave para concienciar a la sociedad en su conjunto de lo que se está haciendo, y de lo que entre todos debemos hacer en materia de sostenibilidad ambiental”, sintetizó Fernández al cierre de la segunda fase del debate. Por su parte, el usuario Fabián García Pastor lamentó que “buena parte de la gente de la calle conoce los temas relacionados con el medio ambiente por los grandes desastres que han sucedido”. “A su vez, son más conocidas las empresas que tienen un impacto negativo que aquellas que contribuyen a una mejor gestión ambiental”, añadió.

Por último, en relación al impacto social y laboral de la sostenibilidad, el internauta José Miguel Roca Chillida propuso estructurar el debate en este ámbito desde una doble vertiente: la de los empleados y la del conjunto de la sociedad. En relación a la primera, Roca Chillida indicó que “los empleados son vitales y tenerlos motivados es clave para la sostenibilidad de la empresa”. Cuestiones como el clima laboral, la conciliación, el compromiso, la formación, la retribución, la comunicación o la transparencia son algunos de los pilares fundamentales para alcanzar el objetivo deseado en esta área. En cuanto a la segunda, Roca Chillida destacó aspectos como la inclusión digital, la integración social, los proyectos y el emprendimiento sociales, y la protección de los derechos humanos y derechos de la infancia.

Coincidiendo con la celebración del debate en RConversa, Telefónica aprovechó para plantear una encuesta a los internautas sobre el interés y satisfacción que suscitan los temas tratados por la compañía en su informe de sostenibilidad. Las áreas que recibieron un mayor número de votos fueron las relativas a la protección de datos y la privacidad; la estrategia Green TIC y medio ambiente; la protección de menores en internet, y la promoción de la sostenibilidad en la cadena de suministro. El 75% de los participantes consideró que la estructura del informe es adecuada para acceder a la información sobre la gestión de la sostenibilidad en Telefónica ■

ña. Por eso, la estructura y contenidos de la discusión estuvieron estrechamente relacionados con el último informe de sostenibilidad de Telefónica, que presenta los avances de la compañía durante 2012 desde una triple perspectiva: económica, ambiental y socio-laboral.

En el transcurso de la primera fase del debate, que se centró en el impacto económico de las políticas de sostenibilidad, la discusión giró alrededor de cuestiones como la seguridad y la privacidad de datos personales, la creación de valor mediante el desarrollo de productos y servicios desde una perspectiva social o la devolución a la sociedad de parte de lo que la empresa recibe de ella. Además, se mencionaron aspectos como la reputación corporativa y el valor de marca, y se señaló que el desarrollo de las políticas de sostenibilidad debe contar con la implicación de los distintos grupos de interés, así como incrementar las relaciones internas y la cohesión dentro de la empresa.

Por otro lado, también se hizo referencia a la importancia que puede adquirir la inversión socialmente responsable (ISR) en la sostenibilidad de una compañía. La internauta Asunción Candelerra recordó que, como se indica en el informe de sostenibilidad de Telefónica, la empresa destinó en 2012 un 2,21% del patrimonio de Fonditel (su fondo de pensiones) a la ISR. En relación con este dato, la participante valoró: “Esta iniciativa me parece relevante bajo dos puntos de vista: en primer lugar, porque la compañía no solo trata de promover la sostenibilidad de su actividad sino también de impulsar la sostenibilidad de otras, apostando por aquellas actividades consideradas con capacidad de generar externalidades positivas a medio/largo plazo; y, en segundo lugar,

La relevancia económica de una buena política de sostenibilidad

tiene cada vez consecuencias más evidentes a corto plazo