

EOI



MEJORA DE LA METODOLOGÍA DE IDENTIFICACIÓN & PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA A TRAVÉS DE LA INVOLUCRACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS



vodafone

Índice de Contenido



MEJORA DE LA **METODOLOGÍA** DE IDENTIFICACIÓN &
PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA &
A TRAVÉS DE LA INVOLUCRACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Responsabilidad
Corporativa

Grupo Vodafone

Vodafone
España



MEJORA DE LA **METODOLOGÍA** DE IDENTIFICACIÓN &
PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA &
A TRAVÉS DE LA INVOLUCRACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS



Glosario

Responsabilidad Corporativa

Grupos de Interés

Informe de Responsabilidad Corporativa

Norma AA1000APS

Issues



MEJORA DE LA **METODOLOGÍA** DE IDENTIFICACIÓN &
PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA &
A TRAVÉS DE LA INVOLUCRACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

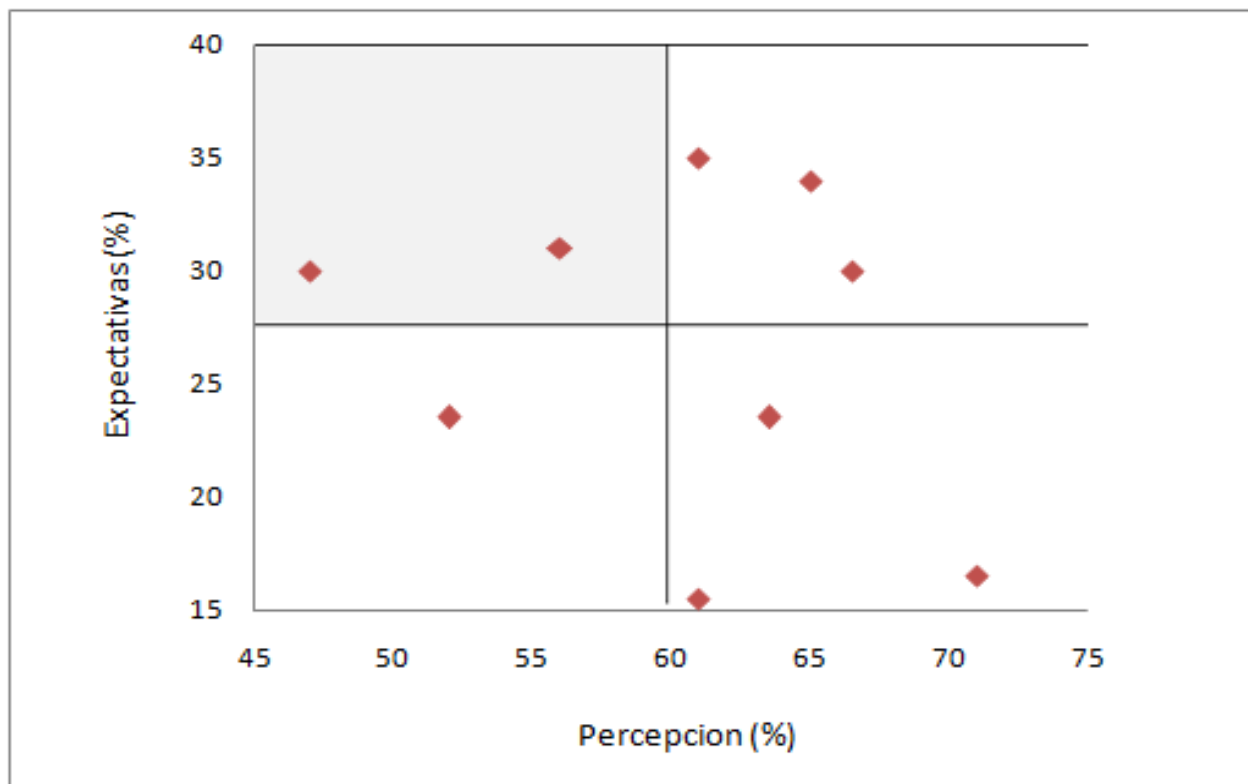
Antecedentes

Valoración Media Grupos de Interes



MEJORA DE LA METODOLOGÍA DE IDENTIFICACIÓN & RESPONDABILIDAD CORPORATIVA & PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA A TRAVÉS DE LA INVOLUCRACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Matriz expectativas/percepción



MEJORA DE LA **METODOLOGÍA** DE IDENTIFICACIÓN & PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA & A TRAVÉS DE LA **INVOLUCRACIÓN** CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Dificultades

Metodología para valorar y priorizar los datos

Escala por rango

Matriz por grupo de interés

Voces de los medios de comunicación

Utilización de percepción parcialmente



MEJORA DE LA **METODOLOGÍA** DE IDENTIFICACIÓN &
PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA &
A TRAVÉS DE LA INVOLUCRACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Mejoras

Tomando en cuenta los datos facilitados, el procedimiento de Vodafone España y la norma de principios de AccountAbility AA1000APS (2008) hemos desarrollado la siguiente metodología para la identificación y priorización de los temas relevantes de responsabilidad corporativa, a través de la involucración con los grupos de interés.



MEJORA DE LA **METODOLOGÍA** DE IDENTIFICACIÓN &
PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA &
A TRAVÉS DE LA **INVOLUCRACIÓN** CON LOS GRUPOS DE INTERÉS



Tabla expectativas medios de comunicación

Medios de comunicación					
Issue	Positivo	Neutro	Negativo	Total Noticias	Expectativa
Issue 1	4	6	19	29	0.07
Issue 2	12	21	44	77	0.18
Issue 3	3	5	10	18	0.04
Issue 4	12	21	19	52	0.12
Issue 5	9	4	3	16	0.04
Issue 6	2	2	4	8	0.02
Issue 7	22	26	27	75	0.18
Issue 8	4	3	13	20	0.05
Issue 9		1		1	0.00
Issue 10	11	5	15	31	0.07
Issue 11	26	24	10	60	0.14
Issue 12	12	6	7	25	0.06
Issue 13	4	3	8	15	0.04
Issue 14				0	0.00
Issue 15				0	0.00
Issue 16				0	0.00



MEJORA DE LA **METODOLOGÍA** DE IDENTIFICACIÓN &
 PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA &
 A TRAVÉS DE LA INVOLUCRACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Tabla percepción medios de comunicación

Medios de comunicación				
Issue	Positivo	Neutro	Negativa	Percepción
Issue 1	8	6	0	0.24
Issue 2	24	21	0	0.29
Issue 3	6	5	0	0.31
Issue 4	24	21	0	0.43
Issue 5	18	4	0	0.69
Issue 6	4	2	0	0.38
Issue 7	44	26	0	0.47
Issue 8	8	3	0	0.28
Issue 9	0	1	0	0.50
Issue 10	22	5	0	0.44
Issue 11	52	24	0	0.63
Issue 12	24	6	0	0.60
Issue 13	8	3	0	0.37
Issue 14				0.00
Issue 15				0.00
Issue 16				0.00



MEJORA DE LA METODOLOGÍA DE IDENTIFICACIÓN & RESPONDABILIDAD CORPORATIVA &
 PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES DE A TRAVÉS DE LA INVOLUCRACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Tabla Voces de GI

Issue	GI 1		GI 2		GI 3		GI 4		GI 5		GI 6	
	Expectativas	Percepción	Expectativas	Percepción	Expectativas	Percepción	Expectativas	Percepción	Expectativas	Percepción	Expectativas	Percepción
Issue 1	49.8	46.5	30.8	65.3	5	2.5	5	2.5	4	1	0.07	0.24
Issue 2	23.8	35.8	35.3	61	4	4	3.5	4	2	3.5	0.18	0.29
Issue 3	34.8	29.5	31	45	3.5	3	5	4	3	4	0.04	0.31
Issue 4	25.3	31.5	24	50.5	3.5	3	3	3	3	3	0.12	0.43
Issue 5	34	49	15.3	70.3	4.5	3	3.5	3	3	3	0.04	0.69
Issue 6	21.8	39.5	32.8	62.5	3.5	3	3.5	3	4	2	0.02	0.38
Issue 7	18.8	37.5	24.8	62.8	4.5	3.5	2.5	4	3	4	0.18	0.47
Issue 8	24.8	31.5	31.8	55	3.5	3	2.5	3	3	4	0.05	0.28
Issue 9											0.00	0.50
Issue 10											0.07	0.44
Issue 11											0.14	0.63
Issue 12											0.06	0.60
Issue 13											0.04	0.37
Issue 14												
Issue 15												
Issue 16												



MEJORA DE LA METODOLOGÍA DE IDENTIFICACIÓN & PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA & A TRAVÉS DE LA INVOLUCRACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Priorización expectativa/percepción

Formulas:

1. Expectativa Bruta 2010 GI 1: 49.8

Rango de Expectativa GI 1: 1-100, siendo el rango máximo: 100

Valor de Importancia de GI 1: 3.5

Se dice que: Expectativa = $(49.8/100) * 3.5 = 1.74$



MEJORA DE LA **METODOLOGÍA** DE IDENTIFICACIÓN &
PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA &
A TRAVÉS DE LA INVOLUCRACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Tabla de priorización Expectativa/percepción

2. Total Percepción = \sum (percepción GI 1+ percepción GI 2+ percepción GI 3...)

Total expectativa = \sum (expectativa GI 1+ expectativa GI 2+ expectativa GI 3...)



MEJORA DE LA **METODOLOGÍA** DE IDENTIFICACIÓN &
PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA &
A TRAVÉS DE LA INVOLUCRACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Tabla de priorización Expectativa/percepción

3. Percepción/expectativa = **total percepción** – total expectativa



MEJORA DE LA **METODOLOGÍA** DE IDENTIFICACIÓN &
PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA &
A TRAVÉS DE LA **INVOLUCRACIÓN** CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Tabla de Priorización Expectativa/percepción

3.5 4.9 4.3 3.9 2.8 4.3

issue	GI 1		GI 2		GI 3		GI 4		GI 5		GI 6		Totales		Percepción/exp pectativa
	Expectativa s	Percepción	Expectativa s	Percepción	Expecta tivas	Percep ción	Expecta tivas	Percep ción	Expecta tivas	Percep ción	Expecta tivas	Percep ción	Expecta tivas	Percep ción	
Issue 1	1.74	1.63	1.51	3.20	4.3	2.15	3.9	1.95	2.24	0.56	0.29	1.04	13.98	10.53	-3.46
Issue 2	0.83	1.25	1.73	2.99	3.44	3.44	2.73	3.12	1.12	1.96	0.78	1.26	10.63	14.02	3.39
Issue 3	1.22	1.03	1.52	2.21	3.01	2.58	3.9	3.12	1.68	2.24	0.18	1.31	11.51	12.49	0.98
Issue 4	0.89	1.10	1.18	2.47	3.01	2.58	2.34	2.34	1.68	1.68	0.52	1.86	9.62	12.04	2.42
Issue 5	1.19	1.72	0.75	3.44	3.87	2.58	2.73	2.34	1.68	1.68	0.16	2.96	10.38	14.72	4.34
Issue 6	0.76	1.38	1.61	3.06	3.01	2.58	2.73	2.34	2.24	1.12	0.08	1.61	10.43	12.10	1.67
Issue 7	0.66	1.31	1.22	3.08	3.87	3.01	1.95	3.12	1.68	2.24	0.76	2.01	10.13	14.77	4.64
Issue 8	0.87	1.10	1.56	2.70	3.01	2.58	1.95	2.34	1.68	2.24	0.20	1.18	9.27	12.14	2.87
Issue 9	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0	0	0	0.01	2.15	0.01	2.15	2.14
Issue 10	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0	0	0	0.31	1.87	0.31	1.87	1.56
Issue 11	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0	0	0	0.60	2.72	0.60	2.72	2.12
Issue 12	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0	0	0	0.25	2.58	0.25	2.58	2.33
Issue 13	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0	0	0	0.15	1.58	0.15	1.58	1.43
Issue 14	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Issue 15	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Issue 16	0.00	0.00	0.00	0.00	0	0	0	0	0	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00

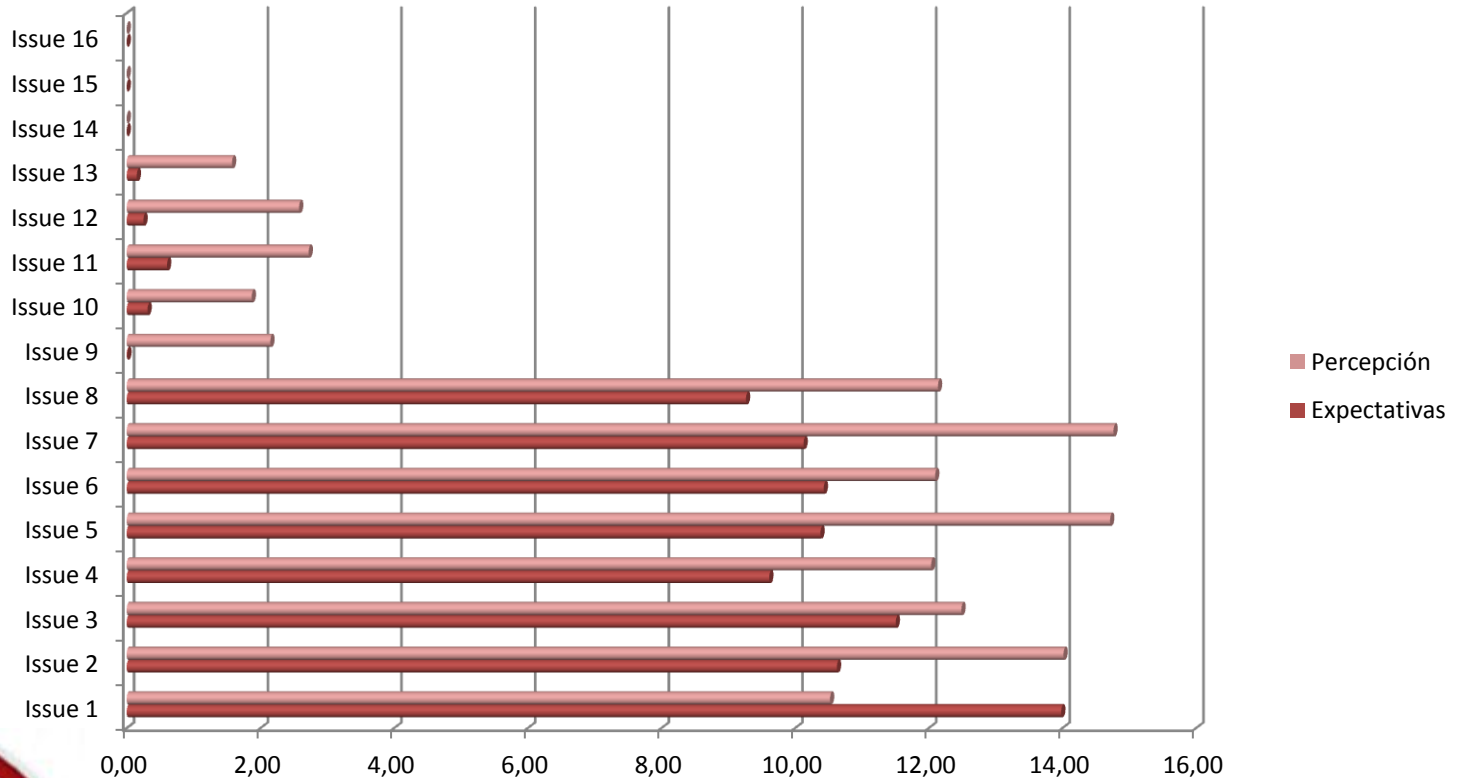


MEJORA DE LA METODOLOGÍA DE IDENTIFICACIÓN & RESPONDABILIDAD CORPORATIVA & PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES DE A TRAVÉS DE LA INVOLUCRACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS



Gráfica de totales

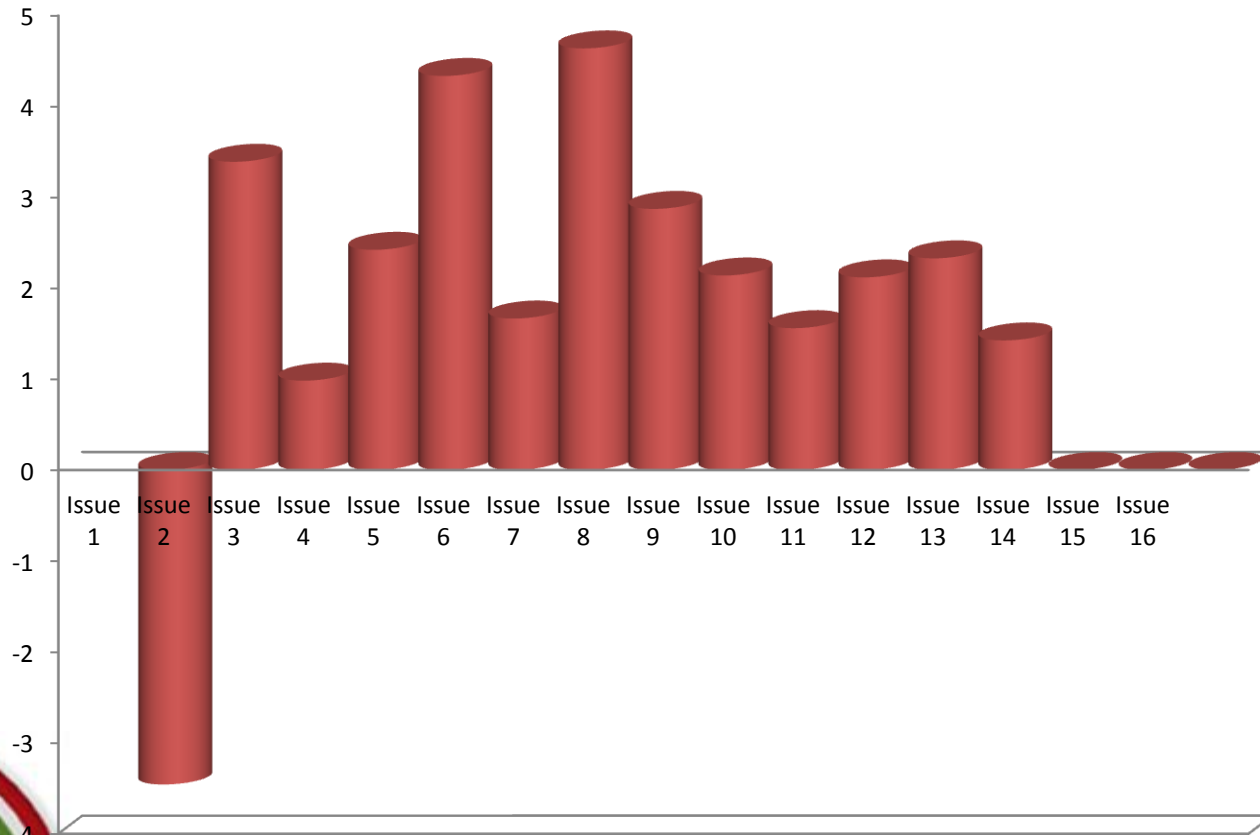
Expectativa y percepción



MEJORA DE LA METODOLOGÍA DE IDENTIFICACIÓN & PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA A TRAVÉS DE LA INVOLUCRACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Gráfica Percepción/ expectativa

Percepción/expectativa



MEJORA DE LA **METODOLOGÍA** DE IDENTIFICACIÓN & PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA & A TRAVÉS DE LA INVOLUCRACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Conclusiones



MEJORA DE LA **METODOLOGÍA** DE IDENTIFICACIÓN &
PRIORIZACIÓN DE LOS TEMAS RELEVANTES DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA &
A TRAVÉS DE LA INVOLUCRACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

EOI

GRACIAS



vodafone