

# La importancia de la comunicación en la prevención de riesgos laborales

Caso de éxito

Telefónica

# Algunos datos

- El Grupo Telefónica cuenta con unos 130.000 empleados cuya media de edad es de 41 años
- Está presente en 21 países
- En el equipo de trabajadores del Grupo Telefónica, cuenta con 101 nacionalidades.
- El 95% del personal tiene contratos laborales indefinidos, lo que demuestra su apuesta por las políticas de trabajo sostenibles.

# Prevención de Riesgos Laborales en Telefónica

- La Prevención de Riesgos Laborales en Telefónica ha tenido como uno de sus objetivos **la promoción y la mejora de las condiciones de trabajo** dirigida a elevar el nivel de protección de la seguridad y salud de los trabajadores en el desempeño de sus funciones.
- La Prevención de Riesgos Laborales en Telefónica, tiene una larga tradición y se ha caracterizado , por la sensibilidad en esta materia de la **Dirección de la Empresa, y por el alto grado de implicación y participación tanto de los trabajadores como de sus Representantes.**
- La casuística y complejidad del Grupo Telefónica implica disponer de una organización interdisciplinar que permita el desarrollo de las actividades preventivas de forma homogénea en las Empresas que forman parte del Grupo Empresarial.
- En 1998, Telefónica acuerda, tras consulta a la representación de los trabajadores, la constitución, junto con las Empresas del Grupo Telefónica, del **Servicio Mancomunado de Prevención de Riesgos Laborales** que atiende a diversas empresas del Grupo en España y asesora a aquellas empresas ubicadas en los países en los que opera con más de 120.000 empleados.

# Servicio de Prevención de Riesgos Laborales

- El Servicio Mancomunado tiene como fin mantener un criterio coherente y unificado en la ejecución de las leyes que afectan a la actividad de la empresa y a su relación con terceros.

# Principios de actuación

- En materia de seguridad y salud ofrecemos a nuestros empleados un entorno laboral seguro.

# Principios de actuación

- La seguridad y la salud es uno de los derechos más básicos de nuestro equipo. Para garantizarlo, contamos con un sistema de gestión de prevención de riesgos laborales, que afecta tanto al Grupo como a las empresas que trabajan en sus procesos y servicios.
- Además, vamos más allá de los requisitos legales y ayudamos activamente a los empleados a mejorar su bienestar a través de hábitos saludables. Por ello, hemos puesto en marcha **Feel good**, un programa corporativo sobre nutrición, salud y actividad física.

<https://www.telefonica.com/es/web/sostenibilidad/nuestros-compromisos/empleados>

# La Comunicación

## Comunicación Externa

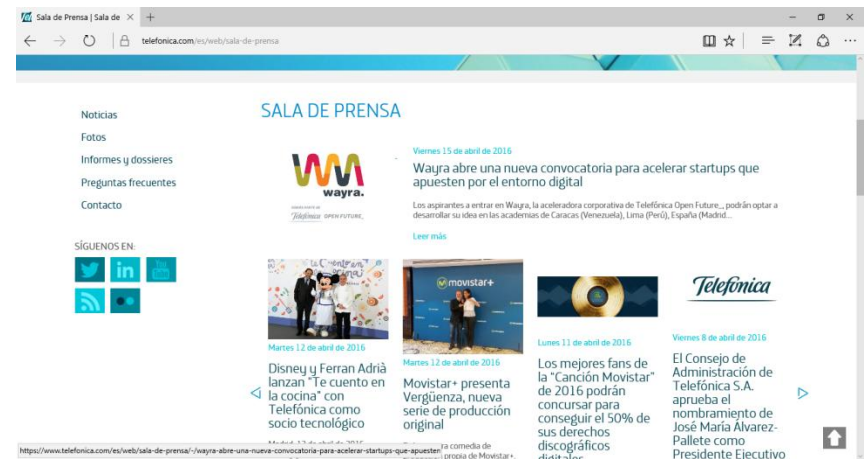
- Sala de prensa
- Redes sociales
- Blogs

## Comunicación Interna

- Intranet
- El diario
- Correo electrónico
- TV on-line
- Pantallas TV
- Red Yammer

# Sala de prensa

- Es el canal informativo que difunde a los principales públicos toda la actividad de la compañía. Es un canal adaptado a la nueva realidad de la empresa
- 251 notas de prensa en español
- 82 notas de prensa en inglés
- 266.000 visitas
- 406.094 páginas vistas





## 2. Redes sociales

Twitter es uno de los canales online más activos en nuestra comunicación, aunque nuestra presencia en redes sociales se extiende también a Youtube, Facebook, Tuenti, Google+, Flickr y LinkedIn.



Twitter

- 117 perfiles de los distintos negocios y divisiones de la compañía
- El número de seguidores del perfil @telefonica ha crecido un 223% en el año 2015.
- @telefonica tiene 32.100 seguidores y ha publicado 6.500 tuits en algo más de un año.

Telefónica Digital

RC y Sostenibilidad

Cátedras Telefónica

Public Policy

Bluevia

Fundación Telefónica

Telefónica I+D

Telefónica Learning Services (TLS\_elearning)

Wayra

Telefónica Global Solutions



Youtube

- 48 canales de los distintos negocios y divisiones de la compañía
- Telefónica corporativo cuenta con:
  - **196 vídeos subidos**
  - **442.000 reproducciones**

Telefónica

Telefónica I+D

Fundación Telefónica

Telefónica Digital

Cátedras Telefónica

RC y Sostenibilidad

Wayra



LinkedIn

- 32 perfiles de la compañía
- El LinkedIn de Telefónica cuenta con 231.061 seguidores, 25.000 más (un 12%) desde que se comenzó a publicar en español (octubre de 2015)
- En este periodo se han publicado 200 posts y se han alcanzado los 5,2 millones de impactos

Telefónica

Telefónica Cloud

Servicios Digitales de Telefónica

Telefónica Business Solutions

# Blogs

Para apoyar el proceso de transformación de la compañía contamos con un blog que difunde contenidos sobre tecnología e innovación, es el blog Think Big, muy valorado por periodistas, estudiantes, profesores.

The image shows a screenshot of the Blogthinkbig.com website. At the top, there is a navigation bar with language options (ES, EN, BR), a search bar, and social media icons for Facebook, Twitter, and Google+. Below the navigation bar, the website title "Blogthinkbig.com" is displayed in a large, bold, teal font, followed by the Telefónica logo in a script font. A horizontal menu contains the categories: Futuro, Digital, Negocio, Educación, Iniciativas, and Conocimiento. The main content area features a large, teal-tinted image of a person wearing a helmet and goggles, looking forward. Overlaid on this image is the text "Hacia la adquisición de conocimiento mediante la estimulación cerebral" in white, with left and right navigation arrows. At the bottom, there is a teal footer bar with social media icons and text: "Síguenos en Facebook", "Síguenos en Twitter", and "Síguenos en Google+".

# Comunicación Interna

La comunicación interna en Telefónica es una herramienta de información, comunicación y estímulo del diálogo con y entre los empleados, que apoya el liderazgo directivo para fomentar los valores y los comportamientos que mejor ayuden al logro de los objetivos de negocio

*Estimular el compromiso*

Comunicación e impulso de la  
**TRANSFORMACIÓN CULTURAL** de  
Telefónica

Fomento y facilitación de la **COMUNICACIÓN**  
**INTERNA** de **DIRECTIVOS**

*Alineamiento con la estrategia*

Comunicación y apoyo en la implementación de  
la **ESTRATEGIA** de **NEGOCIO**

Fomento y facilitación de la **COMUNICACIÓN**  
y **COOPERACIÓN TRANSVERSAL**

# Comunicación Interna

## Canales

### **Estructurados**

- Intranet
- El Diario
- Correo electrónico
- Tv On line
- Pantallas TV

### **No estructurados**

- Dirección
- Mandos intermedios
- Redes sociales Red Yammer
- Videomensajes y cartas online

# Comunicación Interna 2.0

## Yammer, la red social interna de Telefónica

- \_ **Fomenta la motivación y el liderazgo.**
- \_ **Impulsa el cambio de la cultura empresarial hacia lo colaborativo y digital.**
- \_ **Fortalece el sentido de pertenencia a la empresa**
- \_ **Agiliza el proceso de comunicación interna y de *feedback*.**
- \_ **Conecta áreas y recursos distantes geográfica u organizativamente.**
- \_ **Cuenta con 90.000 usuarios dados de alta**

# Algunas iniciativas hacia el exterior

Martes 2 de septiembre de 2014

## **Telefónica, Saluspot y el alpinista diabético Josu Feijoo vuelven al Everest por tercer año consecutivo**



Madrid, 20 de enero de 2015

## **SARquavitae y Telefónica lanzan “Te Acompaña”, un novedoso servicio de telesistencia móvil**

Madrid, 8 de mayo de 2000

## **Telefónica fomenta entre sus empleados la prevención de enfermedades oncológicas**

Madrid, 12 de mayo de 2005

## **Telefónica pone en marcha el servicio de cardioproteccion más avanzado para combatir la muerte súbita cardiaca**



# Feel Good, un programa que impulsa el bienestar entre los trabajadores

Feelgood - Telefonica

feelgoodtelefonica.com

Telefonica

Feel good

Persona Salud Nutrición Actividad física Beneficios exclusivos Calendario Galería de eventos Contacto

## Cuidamos de ti

Conoce nuestro programa de Wellness Corporativo, diseñado para equilibrar tu vida personal y profesional.

- Feel good Persona**  
Propicia el bienestar emocional
- Feel good Salud**  
Cuidado de salud y prevención de enfermedades
- Feel good Nutrición**  
Crear nuevos hábitos de alimentación saludable
- Feel good Actividad Física**  
Activar el movimiento como fuente de bienestar

http://www.feelgoodtelefonica.com/contacto

© Telefonía S.A.

# Feel Good, un programa que impulsa el bienestar entre los trabajadores

- En 2014 Telefónica presenta a sus trabajadores Feel Good, un programa global de bienestar corporativo para incentivar a los empleados y a su entorno a incrementar su nivel de bienestar y salud y que además promueve la toma de conciencia y el aprendizaje para que incorporen hábitos saludables en su vida.
- El programa Feel Good, se dio a conocer a los empleados , en Madrid y posteriormente se presentó en diferentes ciudades del mundo, donde la operadora tiene actividad mediante actos presenciales, actividades deportivas, concursos en redes sociales...
- Con la implementación del programa entre todos los empleados, Telefónica busca ser referente dentro de la filosofía de Wellness Corporativo.



# Feel Good

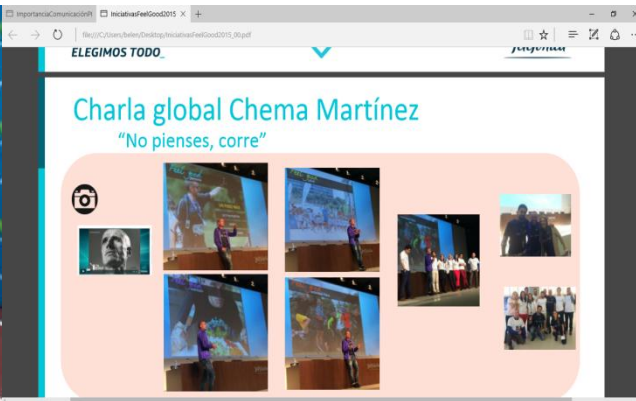
- **Feel Good nutrición** que impulsa actuaciones para crear hábitos de alimentación saludable y ofrece herramientas para poder tomar mejores decisiones respecto a la alimentación.
- **Feel good actividad física** que pretende activar el movimiento como fuente de bienestar, desde pequeños ejercicios o paseos a grandes retos deportivos.
- **Feel good persona** que incluye programas de bienestar emocional y liderazgo personal.
- **Feel good salud** cuyo principal objetivo es impulsar acciones para la prevención de enfermedades y su detección precoz.

# Cómo lo contamos: Reto en Distrito

- Feel good se dió a conocer a los empleados a través del plan piloto: “reto en distrito”.
- Los medios internos jugaron un papel relevante pues ayudaron a difundir el programa y a seleccionar a 300 empleados dispuestos a mejorar sus hábitos y conductas de vida.
- La intranet. Red Yammer, entrevistas en el Diario.
- En una semana se recibieron más de 4000 solicitudes de adhesión al plan.
- Reto en distrito duró seis meses.
- Las herramientas:
  - Pulsera fit bit . Reconocimiento médico. Visita al nutricionista
  - Entrenador físico.
  - La Red Yammer
  - 25 Talleres de especialistas
  - \*Plataforma única para registrar datos y resultados



# Recomendaciones de expertos



# Acciones de Comunicación

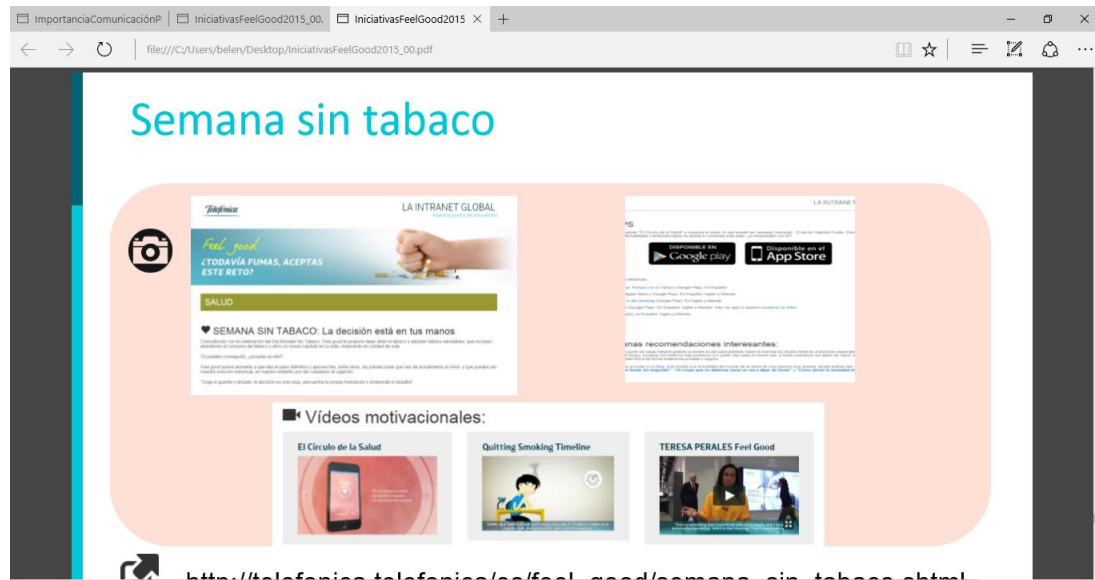
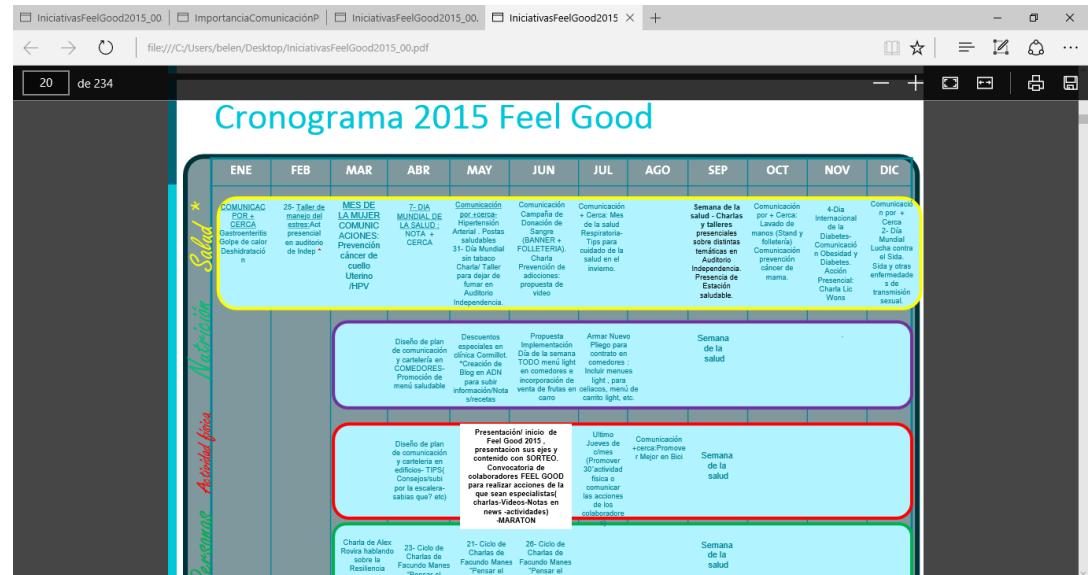
Cada país ha elaborado un plan de comunicación para difundir sus acciones

A lo largo del año se realizan campañas de comunicación sobre prevención de salud con el propósito de generar conciencia sobre diferentes enfermedades y potencia la prevención.

Iniciativas:

- Campañas de vacunación de gripe;
- Seguridad vial;
- Cursos específicos en riesgos según la actividad de cada colectivo;
- Escuela de espalda;
- Campaña de hidratación;
- Mejora del sueño;
- Campañas para prevenir diversos tipos de cáncer, de mama, colon,
- Campañas para dejar de fumar;
- Programas de entrenamiento de la atención
- Charlas de bienestar personal

\*Alertas para realización de reconocimiento médico anual



<http://telefonos.telefonos.co/feel-good/semana-sin-tabaco.html>

# Comunicación Externa

- El plan se contó a los medios mediante un encuentro con prensa especializada
- Se generó una nota de prensa, gestión de entrevistas y permitió a Telefónica reforzar su papel como referente mundial dentro de la filosofía de Wellness Corporativo
- La acción ha despertado interés en varias empresas por conocer el plan



# La acción en los medios





# 300 iniciativas para mejorar la vida



**FEEL GOOD**

RR. HH. Global  
E-Health  
Comunicación Global  
Patrocinios  
RR.PP.

# 200

¿Cuerpo o mente?

## ¡Saltamos de felicidad 200 veces más alto que nunca!

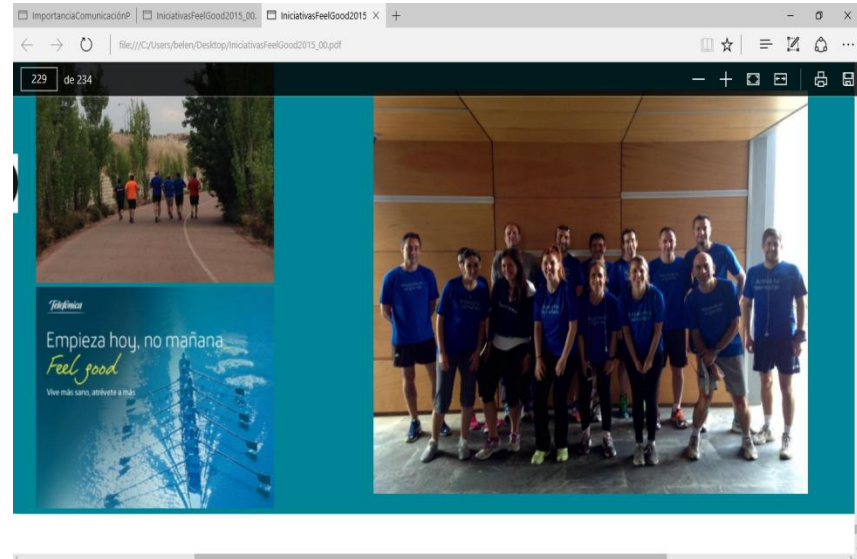
Y es que en nuestro reto por fomentar la **cultura wellness** y mejorar nuestro bienestar en el entorno de trabajo, hemos lanzado más de **200 iniciativas** desde todo el mundo en los ámbitos de nutrición, salud, actividad física y personas. Porque lo que te hace bien, nos hace bien a todos.

¡Qué bien sienta Telefonía! Descubre las iniciativas vigentes ahora en [telefonía.es/feelgood](http://telefonía.es/feelgood)

 Actividad física <b>23%</b>	 Persona <b>31%</b>	 Salud <b>29%</b>	 Nutrición <b>17%</b>
--	---	---	---

**ELEGIMOS TODO\_**

*Telefonía*



Importancia/ComunicaciónP IniciativasFeelGood2015\_00 IniciativasFeelGood2015 X +

file:///C:/Users/belen/Desktop/IniciativasFeelGood2015\_00.pdf

229 de 234

*Telefonía*

Empieza hoy, no mañana  
*Feel good*  
Vive más sano, ambiente a tu lado

229 de 234

# Comunicar una acción en la que todos ganan

- La incorporación de este tipo de programas en las empresas contribuye a mejorar el rendimiento de los empleados; de su calidad de vida; refuerza el índice de orgullo de pertenencia, se consolida el grado de compromiso de los empleados y contribuye a mejorar la retención de talento o la reputación de las compañías. Según The Workplace Wellness Alliance ( World Economic Forum)
- Igualmente las empresas que adoptan estas iniciativas ven reducir los índices de absentismo; bajas laborales, se reducen los niveles de estrés, la rotación y la presencia de enfermedades.
- “Está demostrado que una plantilla sana es clave para la competitividad, la productividad y el bienestar de un país. Más del 50% de la población que trabaja pasa la mayoría del tiempo en el trabajo. Si el lugar de trabajo ofrece una oportunidad única para concienciar así como para guiar e incentivar a las personas para que adopten hábitos más saludables. Algo que tiene un efecto multiplicador al integrar los empleados estos hábitos en sus familias y comunidades.” ( Klaus Schwab, Presidente Ejecutivo del World Economic Forum)
-



# Reflexiones sobre Comunicación

- La comunicación es un actividad inseparable de la Prevención de Riesgos Laborales
- La comunicación establece la puesta en marcha de sistemas eficaces para el intercambio de ideas y la búsqueda de sinergias.
- La comunicación fomenta la corresponsabilidad.
- La comunicación permite a la dirección y a los responsables de prevención ser eficaces
- La comunicación reduce la resistencia a los cambios
- En materia de prevención de riesgos facilita un intercambio de información, impulsa el intercambio de inquietudes, sinergias y soluciones en materia preventiva.
- Los procesos de comunicación son un motor de innovación social y económica.
- Cuando un plan de comunicacion es eficaz, ésta se convierte en una ventaja competitiva y de creación de valor.
- Los medios pueden ser el mejor aliado para difundir los planes de las organizaciones