

Responsabilidad Corporativa

03

Telefónica entiende la responsabilidad corporativa como una manera de gestionar su negocio en relación con todos sus grupos de interés.

En definitiva, se trata de que sea tan importante conseguir los objetivos y resultados económico-financieros como la forma en la que se obtienen estos resultados.

03 01	Responsabilidad Corporativa en Telefónica	94
03 02	Motor de progreso económico, tecnológico y social	100
03 03	Para todos	108

Telefónica, motor de progreso para todos



Progreso económico

Satisfacción del cliente

84% fija España
73% fija Argentina
55% fija Brasil
66% fija Chile
63% fija Perú
>70% móvil LATAM

Evolución de tarifas

Disminución 12% en telefonía móvil en España 2005
Disminución 5,1% anual en telefonía fija de España (desde 1998)

Incrementos productividad

Inversión

>1,5 millones de accionistas

Rentabilidad

+76% de rentabilidad acumulada 2003-2005
0,5 € de dividendo por acción

Resultados 2005

+40% resultados
+24% ingresos
+17 generación libre caja

Empleo

207.000 empleados
60.405 España
14.326 Europa
131.968 LATAM

Compensación

5.045 millones de euros
147.000 empleados con remuneración variable

Planes de Pensiones

94 millones de € aportados por Telefónica a los planes privados
>12% rentabilidad (fonditel)

Progreso tecnológico

Innovación

2.900 millones € en innovación en 2005
533 millones € en I+D
>130 nuevos productos

Funcionamiento

2,18% averías en España
4,17% averías en Latam
95% efectividad mínima redes GSM CDMA

Hogar digital

150 ciudades con cobertura de televisión digital en España a diciembre 2005
(3 en dic 2004)

Web accionistas e inversores

1.182.000 visitas
963.000 descargas

Teléfono atención al accionista

>88.000 consultas

Formación

9,3 millones de horas
48 horas de formación por empleado
20% de formación *online*
>43.000 planes de formación

Teletrabajo

>1.000 teletrabajadores

Carrera profesional

350 vacantes publicadas

Competencias

>78.000 empleos evaluados

Progreso social

Inclusión digital

5,5 millones líneas económicas en América Latina
>300.000 abonos sociales en España

Telefónica Accesible

>30 servicios para personas con discapacidad

Responsabilidad en el servicio

Inversión responsable

48,1 millones de euros invertidos por Fonditel en fondos responsables (1,01% del total)



Prácticas laborales

142.000 empleados en convenios colectivos

Auditoría laboral

26 empresas auditadas 2004
4 empresas auditadas 2005

Integración

1.079 empleados con discapacidad
49,3% mujeres
21,8% mujeres directivas

Contratación

85,4% plantilla con contrato fijo o indefinido

Sociedad

Contribución y proximidad

Impacto económico

(% ingresos TEF sobre el PIB)

2,2% España
1,3% Argentina
1,1% Brasil
1,8% Chile
2,1% Perú
1,6% Venezuela

Administraciones Públicas

8.511 millones € pagados en 2005

Proveedores

Igualdad de oportunidades y beneficio mutuo

Volumen de compras

>13.000 millones €
>18.000 proveedores adjudicatarios
>42.000 proveedores en catálogo

Proveedores locales

90% proveedores adjudicatarios
85% volumen adjudicado

Satisfacción proveedor

67,5% de satisfacción global

Medio Ambiente

Respeto y protección

Inversiones

Distrito C: mayor parque productor de energía solar de Europa sobre techo (21,5 millones €) (16.600 paneles solares)

Apoyo a organizaciones ambientales

10 ONGs reciben apoyo de Telefónica

Medios

Información y transparencia

Inversión publicitaria

47% televisión
19% prensa
18% exteriores
10% radio

Inclusión digital Cobertura ADSL

97,3% España,
89,5% Argentina, 96,8% Brasil,
96,5% Chile, 97,0% Perú

Cobertura móvil

99% España,
92% Argentina, 95% Chile
76% Ecuador, 69% México
62% Perú, 93% Venezuela

Servicios públicos

≈700.000 cabinas

Compra online

>8.000 millones € adjudicados
>20.000 procesos de compra online

Subastas online

685 millones € adjudicados
948 procesos de compra

Innovación conjunta

5.000 personas colaboran con Telefónica

Impacto ambiental de TIC

12 estudios en 2005

Formación interna

3.348 empleados formados en 2005

Desarrollo infraestructuras

Acuerdo con la Federación de Municipios para desarrollo de la Sociedad de la Información

Sala de prensa online

176.000 sesiones en 2005 (82.000 en 2004)

Información sobre productos

42% notas de prensa sobre productos

Acción social

>54 millones de € invertidos

Fundación Telefónica

763 proyectos
31.000 entidades participantes
41 millones de participantes

Capacitación en Internet

>5.000 escuelas conectadas en Chile

Telefónica accesible

Manual de comunicación accesible, en colaboración con CERMI

Estándares éticos en cadena de suministro

90% de los proveedores los apoyan (encuesta)

Cumplimiento plazos de pago

98% facturas
96% importe (datos para España)

Gestión medio-ambiental global

13 países comparten la norma de requisitos mínimos ambientales

Formación a la sociedad

Formación social sobre emisiones electromagnéticas

Transparencia

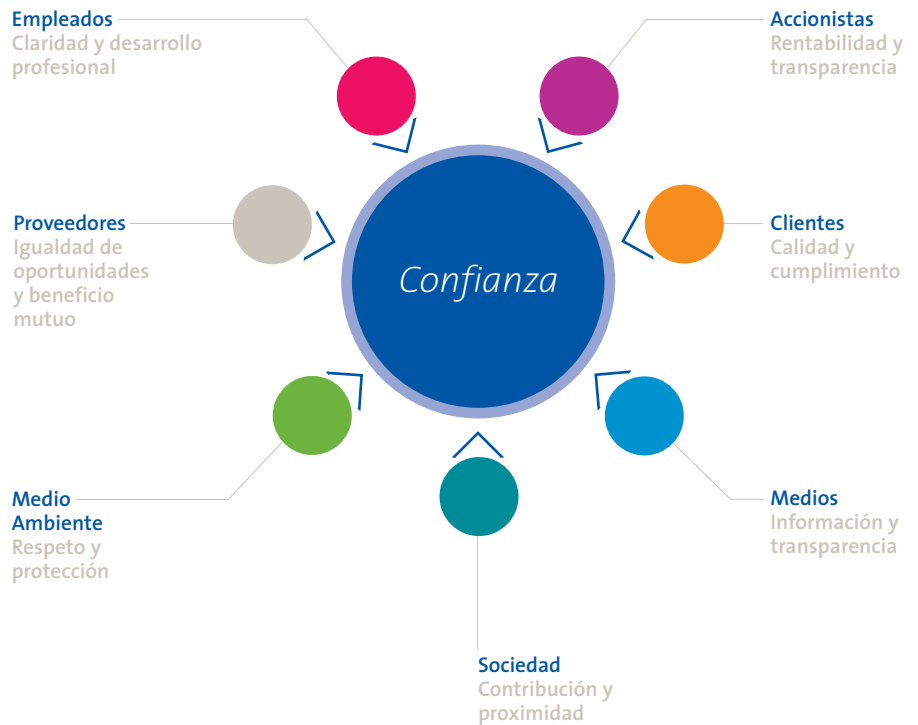
Telefónica, empresa con mejor información en acción social*
1º Telefónica 746 puntos
2º Clasificada 496 puntos
3º Clasificada 465 puntos

*Fundación Empresa y Sociedad



Valores y Código Ético

Los valores de Telefónica



Valores

La aspiración de Telefónica es que sus clientes, empleados, proveedores, accionistas y sociedades de los países donde opera, confíen en ella por su capacidad de cumplir los compromisos adquiridos.

Telefónica es consciente que la confianza no se pide, sino que se gana día a día, adquiriendo compromisos ciertos y cumpliéndolos; demostrando en definitiva que es capaz de hacer lo que dice. Telefónica aspira a lograr este propósito a partir de una actitud de comprensión de las necesidades de sus grupos de interés; de mejora continua en aquello que hace; de la aceptación de las responsabilidades que conlleva el liderazgo; y desde el compromiso con un comportamiento transparente, íntegro y ético.

Código Ético

En Julio de 2005, el Consejo de Administración de Telefónica aprobó un Código Ético que deberá ser observado por los empleados del Grupo Telefónica en su actuación diaria. A este respecto se señala que el Grupo Telefónica Móviles ya disponía de un Código Ético en términos similares al Código aprobado.

En 2005, los Comités de Ética de Telefónica Móviles cumplieron su primer año de funcionamiento. Sumando la actividad del Comité Corporativo y los Comités de Ética de las operadoras, el número total de temas tratados durante el año 2005 alcanzó la cifra de 306. Aunque la clasificación de los temas resulta a veces subjetiva, el 44,5% de las cuestiones tratadas por el comité fueron calificadas en el ámbito de comportamientos, que se refieren a cuestiones de trato de jefes o entre empleados, favoritismo y acoso laboral.

Durante el año 2006 uno de los objetivos clave es la consolidación de la implantación de dicho Código en todo el Grupo Telefónica, así como la alineación entre los "Business Principles" de O2 y el Código Ético de Telefónica.

Anticorrupción y Soborno

Institucionalmente Telefónica en su Código de Ética aprobado por el Consejo de Administración, comunicado a sus empleados y publicado para conocimiento de los distintos grupos de interés, ha manifestado su firme compromiso de actuar conforme a las leyes y normativas nacionales e internacionales que le sean de aplicación. Y en ningún caso, recurrir ni tolerar sobornos de terceros hacia la Compañía o sus empleados, o viceversa.

Asimismo, el Código señala la obligación de sus empleados de rechazar y no ofrecer sobornos, incluyendo en este concepto regalos de los que, por su valor, puedan derivarse obligaciones posteriores.

El Grupo también dispone de canales de denuncias que garantizan la confidencialidad del denunciante y tiene establecidas reglas para su protección. Adicionalmente, la normativa interna del Grupo establece controles en los procesos que ligan la toma de decisiones con las salidas de fondos que permiten disponer de una seguridad razonable de que ningún directivo o empleado podrá, a título individual, realizar pagos indebidos o que, de producirse, sean detectados en tiempo.

Hay que significar que no hay ninguna conclusión en los informes de Inspección elaborados en el Grupo en la que se ponga de manifiesto la existencia de pagos a partidos políticos, sobornos o pagos a personas o empresas que pudieran actuar como intermediarios para destinar fondos a partidos políticos o candidatos.

Responsabilidad Corporativa

Modelo de gestión de Responsabilidad Corporativa en Telefónica



Objetivo estratégico

Telefónica ha incluido en su Mapa Estratégico el objetivo de ser percibido como líder comprometido y responsable por la sociedad en general y los grupos de interés en particular. Los indicadores de seguimiento asociados son:

- Evaluaciones realizadas por analistas y observadores en materia de Responsabilidad Corporativa.
- Encuestas a la sociedad acerca de su percepción sobre Telefónica, para lo que se utiliza el modelo de reputación corporativa RepTrack, elaborado por el Reputation Institute en colaboración con el Foro de Reputación Corporativa.

Organización de la Responsabilidad Corporativa en Telefónica

La gestión de la Responsabilidad Corporativa en Telefónica es competencia de la Subdirección General de Reputación, Marca y Responsabilidad Social Corporativas, integrada en la Dirección General de Comunicación Corporativa.

Dicha unidad cuenta con colaboradores en las distintas áreas de gestión corporativas responsables de la relación con los diferentes grupos de interés, las unidades

de negocio del Grupo y los países en los que se desarrollan actividades.

Para la supervisión de los aspectos de Responsabilidad Corporativa, el Consejo de Administración de Telefónica S.A. cuenta con una Comisión formada por cuatro consejeros no ejecutivos: la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa, órgano de supervisión y control al que se informa con carácter bimensual acerca de los aspectos más relevantes relacionados con la reputación corporativa y su evolución, la Responsabilidad Corporativa y el comportamiento de Telefónica frente a las demandas de sus grupos de interés.

Modelo de Gestión

La gestión de la Responsabilidad Corporativa en Telefónica está basada en cinco principios estructurados en etapas, que constituyen en conjunto, un ciclo de gestión orientado a la mejora continua. Este modelo de gestión (descrito en el Informe completo) busca el equilibrio entre el crecimiento económico del negocio y la satisfacción de expectativas de todos sus grupos de interés.

La gestión de la Responsabilidad Corporativa en la empresa debe responder a un proceso de mejora continua, en virtud del cual se realiza un diagnóstico previo tanto de los

aspectos de riesgo relacionados con la Responsabilidad Corporativa, como de las expectativas de los grupos de interés. Sobre esa base se establecen políticas y acciones de mejora que se adaptan a las particularidades de cada línea de negocio y país. Al evaluar el grado de consecución de los objetivos y comunicarlo a los grupos de interés, se inicia un nuevo ciclo de forma que todo el proceso se repita periódicamente en el tiempo.

Diálogo

En el año 2005, Telefónica ha avanzado notablemente en la fase de diálogo con los grupos de interés, a través de su participación en el debate metodológico y en la aplicación de cuatro casos prácticos. A través del diálogo, la Compañía intenta alcanzar un doble objetivo:

- Que los grupos de interés puedan influir en el desarrollo de los objetivos y proyectos empresariales acometidos por Telefónica, manifestando sus necesidades y su percepción.
- Que las acciones y proyectos que se ponen en marcha en Telefónica sean acordes con las expectativas de los grupos de interés, estén orientadas correctamente, y generen valor.

Hitos y retos

en Responsabilidad Corporativa

- 1 Responsabilidad Corporativa
- 2 Código Ético
- 3 Reputación Corporativa
- 4 Marca

1	Inclusión del objetivo "líder comprometido y responsable" en el Mapa Estratégico de Telefónica	Coordinar la estrategia de RC con O2
	Publicación de Informes de Responsabilidad Corporativa País (Argentina, Brasil, Chile, Perú)	Auditoría del Informe de RC bajo la norma AA1000/AS en los países
	Proyectos pilotos de diálogo con los grupos de interés España 2005	Proyectos pilotos de diálogo con los grupos de interés LATAM 2006
	Estudios sobre impacto de las telecomunicaciones en el desarrollo sostenible	
2	Aprobación del Código Ético para el Grupo Telefónica	Implantación del Código Ético en el Grupo Telefónica
	Implantación del Código Ético en Telefónica Móviles	Alineamiento con los Business Principles de O2
3	Puesta en marcha de RepTrack como herramienta de medición	Mejorar la percepción de Telefónica en las dimensiones más débiles un 5% en los países de LATAM
	Identificación de los factores de riesgos reputacional	Implantación de Modelo Corporativo de gestión del riesgo reputacional
4	Establecimiento del Modelo de arquitectura de Marca de Telefónica	Alineamiento del Modelo de arquitectura de Marca de Telefónica y O2
	Lanzamiento global de movistar, marca comercial de Telefonía Móvil	Lanzamiento de una marca comercial para el hogar digital
	Hito	Reto 2006

5 Clientes

5	Métricas homogéneas de satisfacción del cliente en TdE, TISA y Telefónica Móviles España	Establecimiento de métricas homogéneas para medir la satisfacción del cliente en Telefónica Móviles LATAM
	Proyectos de mejora en la atención por resolución de la incidencia en el primer contacto con el cliente	Servicio de Defensa del Cliente en España
	Progresos en la certificación por resolución de la incidencia en el primer contacto con el cliente	Progresos en la certificación ISO 9001
	Política de Uso Aceptable de los Servicios de Internet	Implantar Política de Uso Aceptable de los Servicios de Internet
	Normativa de Gestión de Contenidos Para Adultos	Implantar Normativa de Gestión de Contenidos Para Adultos
	Manual para entender la telefonía móvil para los clientes España 2005	Manual para entender la telefonía móvil para los clientes LATAM 2006
		Normativa de Gestión del Juego como un contenido

Principales Reconocimientos a Telefónica en Responsabilidad Corporativa

1. Reconocimiento a proyectos de Responsabilidad Corporativa en España

- Premio Empresa y Sociedad a la Mejor Acción Social Internacional.
- Mejor acción social de acuerdo a una encuesta realizada por la Fundación Empresa y Sociedad a 275 expertos.

2. Reconocimiento a proyectos de Responsabilidad Corporativa en América Latina

- Labor social más destacada 2005 (Cámara Española de Comercio de la República Argentina).
- Premio Fundación Codespa a la Empresa Solidaria.

3. Comunicación en Responsabilidad Corporativa

- Premio Europeo de Medio Ambiente en la categoría de Comunicación para el Desarrollo Sostenible (Fundación Entorno).
- Telefónica lidera el estudio de la responsabilidad social en las memorias anuales de las empresas del Ibx 35, (Observatorio de la RSC).

4. Inversión responsable:



6 Empleados

Incrementar más de un 5% la satisfacción de los empleados	Incrementar más de un 5% la satisfacción de los empleados
Publicación global de vacantes en La Intranet para fomentar el desarrollo profesional y la rotación interna	Plan de desarrollo individualizado para todos los empleados
Norma de control de riesgos laborales en contratación de obras y servicios (como medida preventiva tras la auditoría 2004)	3ª y última fase del proceso de Auditoría Laboral del Grupo Telefónica
Más del 75% de los empleados evaluados por competencias	Desarrollo del modelo de Universidad Corporativa
	Homogenización de los beneficios sociales del Grupo para Directivos
	Nuevas formas de trabajo: Oficina dinámica trabajo en movilidad, Política de Conciliación de vida personal y profesional
	Política Corporativa de integración de Personas con Discapacidad de la LISMI
Puesta en marcha Plan Comunicación Interna España 2005	Puesta en marcha Plan Comunicación Interna LATAM 2006

7 Sociedad

8 Medio Ambiente

9 Proveedores

7 Revisión estratégica de las áreas de trabajo de Fundación Telefónica (educared, proniño, forum, voluntariado)	Impulso a los proyectos de Voluntariado Corporativo
Proyecto Telefónica Accesible (España 2005)	Proyecto Telefónica Accesible (2 países de LATAM en 2006)
	Impulso al proyecto de "Inclusión Digital" en LATAM
8 Implantación de la norma "Requisitos Ambientales Mínimos"	Implantación de la norma "Requisitos Ambientales Mínimos" Un paso en cada empresa
	Mejora en los sistemas de gestión de residuos en LATAM
Programas de eficiencia en el consumo del papel	Normativas internas de gestión y control de aspectos ambientales
	Establecimiento de Comités Medio Ambiente por País
	Publicación de una Política Medioambiental para el Grupo Telefónica
9 Encuesta de satisfacción de proveedores	Política de compras responsables del Grupo Telefónica
Incremento del volumen de contratación online	Política de compra a proveedores sociales
Participación en el Grupo sobre Cadena Suministro de GeSI	Participación en el Grupo sobre Cadena Suministro de GeSI





Motor de
progreso

Económico

Tecnológico

Social

Motor de progreso económico

Impacto de la actividad en la economía

Telefónica, como una de las primeras empresas nacionales en cada uno de los países donde está presente, asume su papel de motor de la economía. En 2005, Telefónica se ha convertido en una compañía más regional, consecuencia de su compromiso de inversión y para adaptarse a las necesidades de cada uno de los mercados en los que desarrolla operaciones. Este carácter regional se aprecia en su distribución de ingresos; el 48% de los mismos en 2005 proceden de países diferentes a España (40% en 2004).

Redistribución de rentas

Telefónica tiene un importante efecto redistribuidor de la riqueza que genera entre todos sus grupos de interés; destacando el 45% que aproximadamente se redistribuye entre sus proveedores, el 16% que revierte a las distintas Administraciones Públicas y el 8% en la remuneración a sus más de 207.000 empleados en todo el mundo.

Evolución de las tarifas

Uno de los aspectos que más preocupan a los clientes de Telefónica es la evolución de las tarifas asociadas a los servicios que contratan. La reducción de las tarifas traslada a los consumidores una mayor capacidad de compra y generan un impacto antiinflacionista en la sociedad.

En España, las comunicaciones son el único componente de la cesta de la compra para contabilizar el IPC con evolución constante de precios a la baja desde el año 2000. Adicionalmente, en América Latina, la evolución de los precios de telefonía fija en los últimos años se ha mantenido muy por debajo de la evolución del IPC.

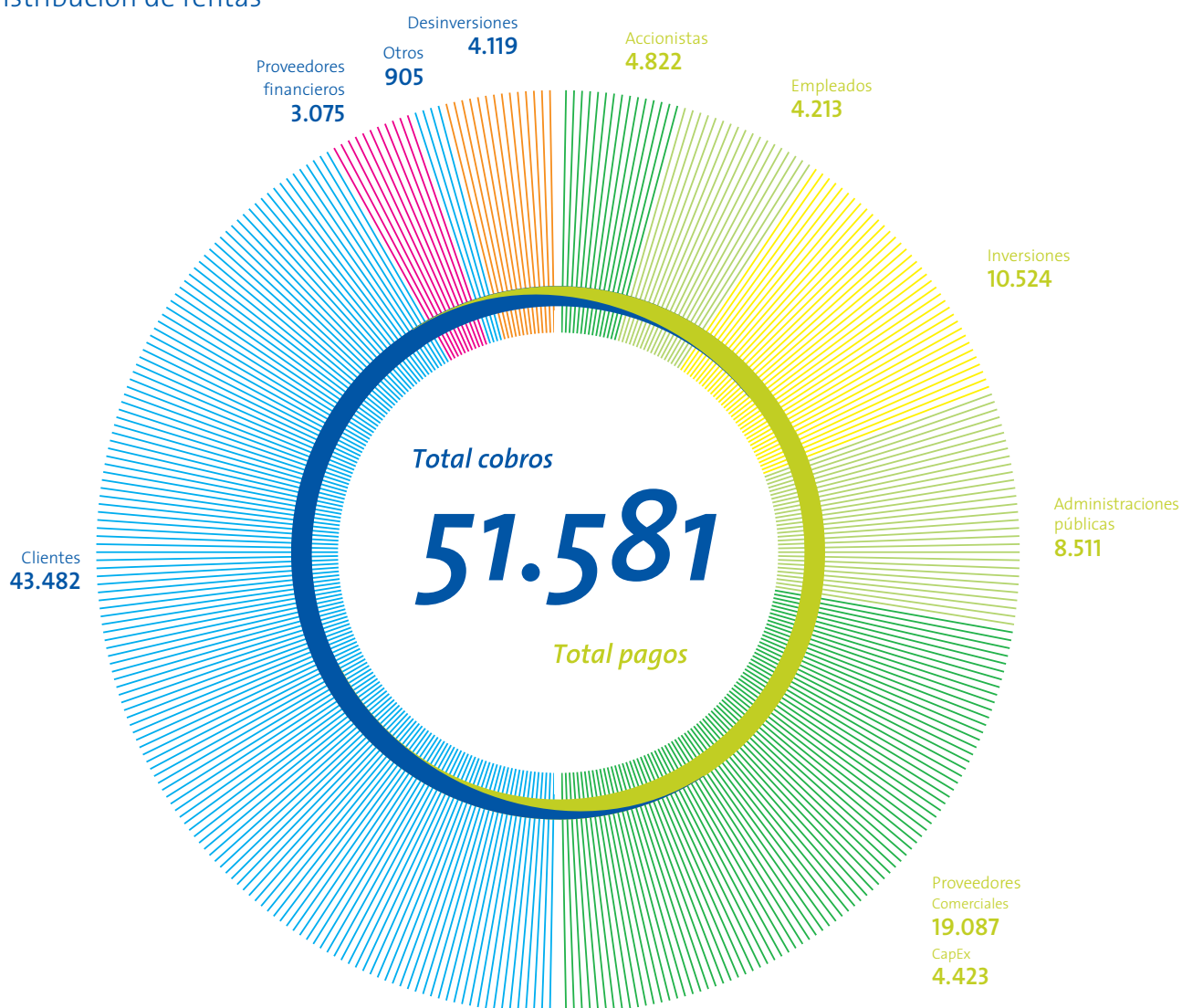
Impacto en la productividad

La adopción y utilización de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) por parte de las empresas parece tener un impacto positivo en la productividad y el crecimiento económico en general. Esto se debe a que las tecnologías han traído consigo la aparición de oportunidades para el desarrollo de nuevos negocios y la mejora de los procesos de negocio de los ya existentes. La posibilidad de reducir costes, la utilización eficiente de recursos y la posibilidad de ampliar mercados ha contribuido a que los ciudadanos se estén beneficiando de productos de mayor calidad a precios más bajos.

Redistribución de rentas

En estas páginas se pretende presentar, de forma resumida, la contribución de la actividad económica de Telefónica a la sociedad. Al examinar la distribución de los flujos económicos en los que interviene el Grupo Telefónica se puede apreciar el efecto redistributivo entre sus proveedores, empleados, administraciones públicas, entidades de crédito, accionistas o clientes.

Redistribución de rentas



Presencia en 19 países

37.882,1 millones de euros de ingresos

>1,5 millones de accionistas

54 millones € en acción social y cultura

154 millones de accesos

18.000 proveedores

207.000 empleados

2.900 millones de euros en innovación

Motor de progreso económico

Colombia

% ingresos TEF:	2,1
% ingresos TEF/PIB:	0,8
CAPEX 2005 ¹ :	275,4
Impuestos pagados ¹ :	111
Miles de accesos ² :	6.036
Empleados:	4.487
Proveedores:	1.272
% adjudicadas a prov. locales:	36,9

Venezuela

% ingresos TEF:	3,8
% ingresos TEF/PIB:	1,6
CAPEX 2005 ¹ :	147,8
Impuestos pagados ¹ :	358
Miles de accesos ² :	6.160
Empleados:	5.983
Proveedores:	1.102
% adjudicadas a prov. locales:	51,4

México

% ingresos TEF:	2,3
% ingresos TEF/PIB:	0,1
CAPEX 2005 ¹ :	266,7
Impuestos pagados ¹ ·*	6.371
Miles de accesos ² :	8.506
Empleados:	590
Proveedores:	590
% adjudicadas a prov. locales:	95,8

*En 2005 hubo devolución de impuestos a Telefónica

Perú

% ingresos TEF:	3,4
% ingresos TEF/PIB:	2,1
CAPEX 2005 ¹ :	175,3
Impuestos pagados ¹ :	399
Miles de accesos ² :	6.668
Empleados:	11.548
Proveedores:	2.338
% adjudicadas a prov. locales:	83,4

Chile

% ingresos TEF:	4,2
% ingresos TEF/PIB:	1,8
CAPEX 2005 ¹ :	310,7
Impuestos pagados ¹ :	265
Miles de accesos ² :	8.189
Empleados:	12.375
Proveedores:	1.693
% adjudicadas a prov. locales:	74,3

Argentina

% ingresos TEF:	5,2
% ingresos TEF/PIB:	1,3
CAPEX 2005 ¹ :	260,4
Impuestos pagados ¹ :	450
Miles de accesos ² :	13.769
Empleados:	18.856
Proveedores:	1.514
% adjudicadas a prov. locales:	83,4

Brasil

% ingresos TEF:	18,2
% ingresos TEF/PIB:	1,1
CAPEX 2005 ¹ :	1.068,4
Impuestos pagados ¹ :	2.894
Miles de accesos ² :	46.406
Empleados:	63.743
Proveedores:	2.161
% adjudicadas a prov. locales:	98,8



(1) Millones de euros

(2) Fijo + móvil + ADSL + TV

La información publicada en esta página ha sido obtenida de fuentes internas de la evolución de caja del Grupo Telefónica, y contrastada por el auditor de este informe. Los datos mencionados, pudieran verse afectados por acontecimientos posteriores y efectos evolutivos que, pudieran producir modificaciones a su contenido. Dicha información se ha consolidado con criterio de devengo, mientras que la de redistribución de rentas se ha hecho con criterio de caja.

Para un análisis pormenorizado de los estados financieros consolidados del Grupo Telefónica, la información auditada está incluida en las cuentas anuales.

Se han incluido aquellos países que suponen más de un 2% de la facturación de Telefónica. Por ingresos de Telefónica en el país se ha considerado la aportación en ingresos del país al consolidado de Grupo Telefónica.

País

% ingresos TEF: Porcentaje que supone el país sobre los ingresos de Telefónica, calculado sobre la aportación de ingresos al consolidado del Grupo. (%)

% ingresos TEF / PIB: Ratio entre los ingresos de Telefónica (aportación del país al consolidado de ingresos del Grupo Telefónica) y el PIB estimado para el país. (%)

CAPEX 2005: Inversión consolidada en el país por parte de Telefónica en el ejercicio (millones de euros).

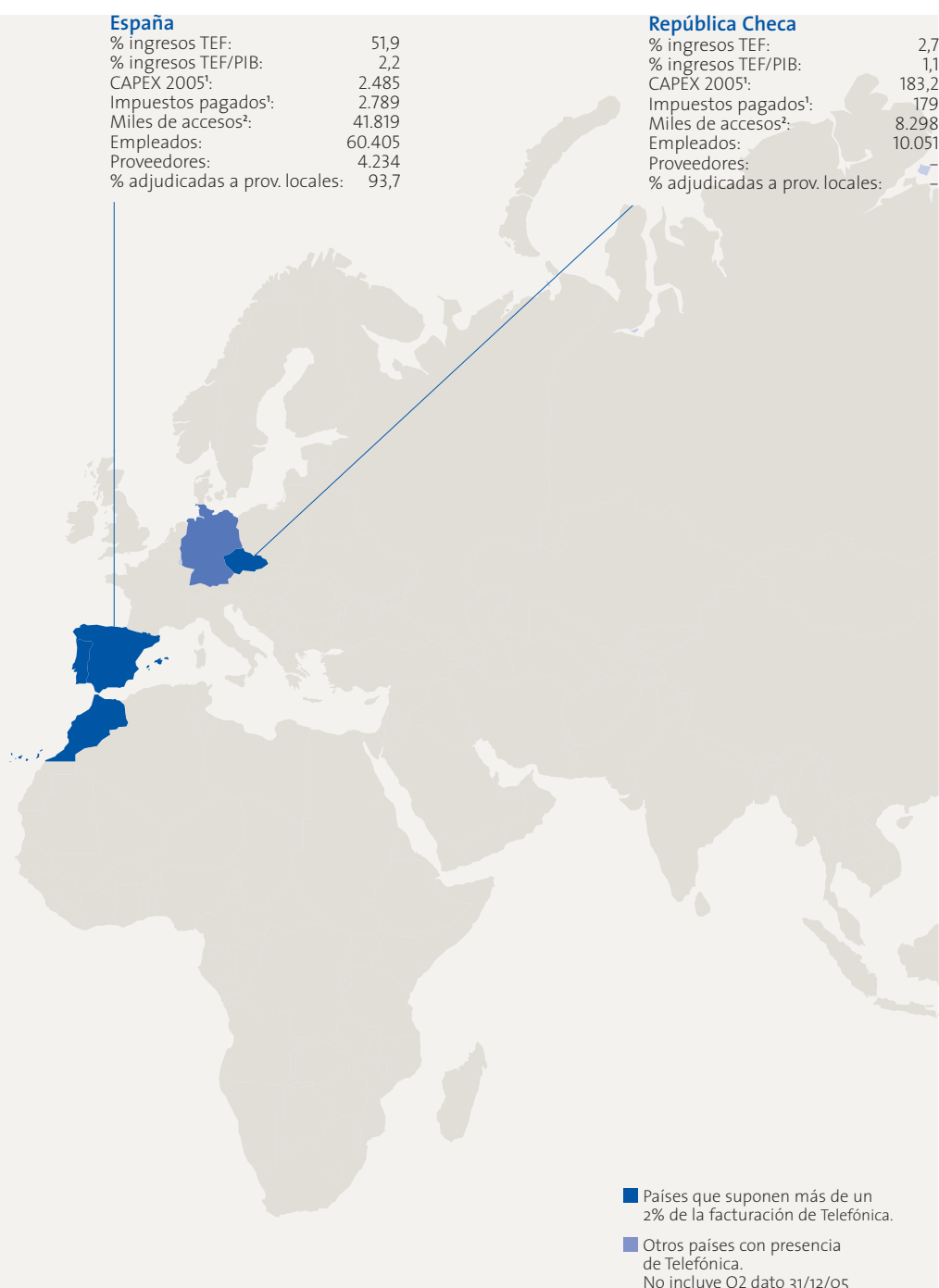
Impuestos pagados: Impuestos pagados en el país durante el ejercicio (millones de euros).

Miles de accesos: Equivale al número de accesos fijos + móviles + ADSL + TV (miles).

Empleados: Empleados directos del Grupo Telefónica en el país (plantilla física a 31 de diciembre de 2005)

Proveedores: Proveedores que fueron adjudicados en el país en 2005.

% adjudicadas a prov. locales: porcentaje de adjudicaciones realizadas a proveedores domiciliados en el país sobre el total de adjudicaciones, basado en el volumen de adjudicación.



Motor de progreso tecnológico

Sociedad de la Información

La clave para impulsar la Sociedad de la Información es hacer realidad la transformación de sus beneficios potenciales en beneficios reales para sus usuarios. Para conseguirlo, Telefónica desarrolla, en colaboración con otras empresas, servicios orientados a impulsar la productividad de los diferentes sectores empresariales y Administraciones Públicas. Las actuaciones se clasifican en:

- Hogar e inclusión de ciudadanos
- Competitividad e innovación
- Educación en la era digital
- Servicios públicos digitales
- Contexto digital

I+D+i

Para Telefónica la innovación constituye la clave del desarrollo de la sociedad de la información. Innovar es transformar ideas en productos y servicios rentables que aporten valor al cliente.

En 2005 Telefónica dedicó a innovación tecnológica, utilizando los criterios de la OCDE, 2.900 millones de euros. Esto supone un incremento del 20,9% respecto al ejercicio anterior debido fundamentalmente a la incorporación de los nuevos negocios en Latinoamérica y en la República Checa. Un 45% de este esfuerzo se refiere a innovación tecnológica realizada en España, un 23% a la realizada en Brasil y un 6% en Argentina. Telefónica Móviles es, nuevamente, con un 52% del total, la empresa del Grupo que proporcionalmente invierte más en innovación.

Telefónica considera que para lograr un mejor posicionamiento en un mercado cada vez más complejo, la innovación no se puede

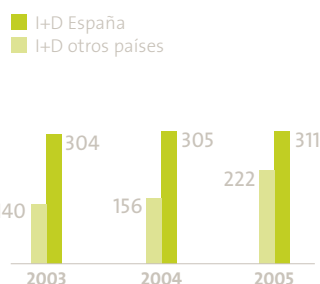
basar sólo en la adquisición de tecnología. Es necesario que las actividades de investigación y desarrollo se conviertan en eje y enfoque del resto de la innovación para garantizar una diferenciación frente a los competidores. Durante 2005, se ha incrementado todavía más el esfuerzo en I+D un 15,6% llegando a los 311 millones de euros en España y más de 533 millones en todo el mundo. Esta última cifra supone un 1,41 % de los ingresos totales de Telefónica.

Telefónica genera empleo para más de 6.800 personas en el campo de la innovación tecnológica, siendo 1.800 profesionales de empresas del Grupo Telefónica y 5.000 empleados de empresas colaboradoras. La Cartera de productos propiedad de Telefónica está compuesta por 3.055 patentes, modelos y diseños industriales.

Telefónica cuenta con Telefónica I+D, cuya misión es contribuir a la mejora de la competitividad de Telefónica mediante la innovación tecnológica, teniendo siempre presente que los resultados de la I+D deben ser trasladables a los clientes. En 2005, Telefónica I+D trabajó en 1.800 proyectos (1.660 en 2004) dedicándose al desarrollo de productos, servicios y procesos para los negocios de Telefónica, así como a la investigación aplicada.

Distribución de la I+D por países

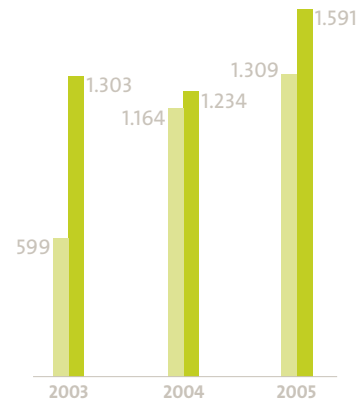
Cifras en millones de euros



Distribución de la innovación por países

Cifras en millones de euros

- Innovación España
- Innovación otros países



Colaboración con la Universidad

Telefónica es consciente de la necesidad de estar en contacto con todos los agentes que intervienen en dicho proceso. Por ello, el fomento de la relación Universidad-Empresa es un objetivo prioritario. Las iniciativas puestas en marcha por Telefónica en este campo apoyan tanto la investigación básica como la aplicada, potencian la formación de los futuros profesionales, y ayudan en general a que el uso de las nuevas tecnologías se extienda al entramado económico del país.

En España, el Grupo Telefónica llevó a cabo en el año 2005 más de 100 iniciativas con Universidades y Escuelas de Negocio en España y favoreció la concesión de 1.100 becas a estudiantes de diferentes Universidades del país. El esfuerzo económico del Grupo Telefónica orientado al apoyo de la formación en la Universidad ha sido en el último ejercicio superior a los ocho millones de euros.

La línea de las Cátedras Telefónica lleva en funcionamiento desde el año 2001 y en este quinto año la actividad ha continuado con su proceso de consolidación. En 2005, cerró el ejercicio con 12 Cátedras Telefónica y 2 masters en diferentes Universidades españolas.

Colaboración Institucional

Telefónica colabora en asociaciones y organismos de prestigio y representatividad a nivel mundial, contribuyendo al desarrollo de estándares tecnológicos y a la profesionalización de la función empresarial. Las principales asociaciones y foros en las que Telefónica participa activamente son aquellas relacionados con las telecomunicaciones, principalmente en las zonas de operaciones de la Compañía (España, Latinoamérica y Europa).

Motor de progreso social:

Telecomunicaciones y desarrollo sostenible

Las telecomunicaciones siempre han presentado un papel protagonista en el impulso de nuevos modelos de relación entre las personas y en las empresas. Adicionalmente, y de manera creciente, van a adquirir un papel protagonista para reducir el consumo de recursos ambientales en la actividad empresarial, y en la inclusión social de las personas a través de la inclusión digital. Para que todo esto sea realidad, es necesario concienciar a la sociedad de que estos impactos positivos son mayores que el coste de vencer las barreras para su implantación o la suma de los impactos negativos colaterales.

Para más información, los estudios completos se encuentran en:
www.telefonica.es/responsabilidadcorporativa

	Aspectos positivos	Barrera a su implantación
Uso de la energía en la sociedad digital	<ul style="list-style-type: none"> Eficiencia energética de las redes Sustitución de transporte Uso de las TIC como medio de sensibilización 	<ul style="list-style-type: none"> Producción y uso de los equipos Consumos de equipos en stand-by Uso de energía de los operadores de red
Hogar digital	<ul style="list-style-type: none"> Mejora de la calidad de vida Mejor asistencia sanitaria en el hogar Mayor seguridad del hogar Mayores posibilidades de ocio 	<ul style="list-style-type: none"> Consumo eléctrico Inversiones por parte de los ciudadanos
Administración electrónica	<ul style="list-style-type: none"> Rapidez, comodidad y flexibilidad Simplificación de trámites burocráticos Mayor cercanía y participación ciudadana Mayor capacidad de seguimiento de trámites Reducción de errores y mayor eficacia 	<ul style="list-style-type: none"> Necesidad de conectividad Usabilidad y accesibilidad Falta de experiencia y desconocimiento Seguridad y falta de confianza Inversiones por parte de la administración
Telecomunicaciones al servicio de emergencias	<ul style="list-style-type: none"> Prevención y alerta temprana Sistemas de aviso y rapidez en la respuesta Ayuda en labores de coordinación Movilización y canalización de ayuda 	<ul style="list-style-type: none"> Vulnerabilidad de los sistemas Dependencia del entorno geográfico
Inclusión de las personas con discapacidad	<ul style="list-style-type: none"> Acceso universal a la información Mejores oportunidades (estudio, trabajo...) Soluciones para la integración de discapacidad 	<ul style="list-style-type: none"> Diseño "para todos" Dificultades de implementación Coste de adaptación de servicios
Tele-educación	<ul style="list-style-type: none"> Mayores recursos formativos para los alumnos Acercar la educación a grupos excluidos Mejorar la educación en países en desarrollo Flexibilidad y alcance para las universidades 	<ul style="list-style-type: none"> Necesidad de infraestructuras Falta de motivación de los alumnos Falta de formación de los profesores Formación a lo "largo de la vida"
Uso del papel en la sociedad digital	<ul style="list-style-type: none"> Eficacia en el entorno de trabajo Movilidad y colaboración Trámites administrativos sin papeles Desmaterialización 	<ul style="list-style-type: none"> Malos hábitos de imprimir Dificultad de implantar la firma electrónica Cansancio de lectura en los monitores Necesidad de equipamientos y tecnologías
Comercio electrónico aplicado al turismo	<ul style="list-style-type: none"> Reducciones de los precios del viaje Disponibilidad de información sobre el destino Oportunidades para el desarrollo regional 	<ul style="list-style-type: none"> Desconfianza hacia la seguridad de compra Emissiones de gases de efecto invernadero Adaptación a las necesidades del viajero
Nuevas tecnologías al servicio de la salud	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de urgencias (diagnóstico precoz) Formación de los profesionales sanitarios Mejor gestión hospitalaria Atención al paciente donde y cuando lo necesita 	<ul style="list-style-type: none"> Inversiones iniciales en equipamiento Interoperabilidad entre centros sanitarios Adaptación del personal sanitario Desconfianza ante la seguridad de los datos





Clientes
 Accionistas
 Empleados
 Sociedad
 Proveedores
 Medio Ambiente
 Medios

Clientes

Mercados

Evolución del mercado global

Telefónica ha experimentado en 2005 un fuerte incremento de los accesos totales (+24,3% interanual) impulsados por la expansión de los clientes celulares y los accesos de banda ancha, cerrando el ejercicio 2005 con 153,5 millones. Incluyendo los clientes de O2, cuya adquisición se ha materializado en 2006, la base de clientes del Grupo Telefónica ascendería a 180,9 millones.

Telefonía fija en España

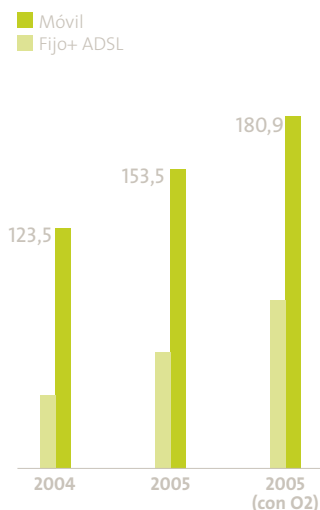
En España, Telefónica de España tiene unas cuotas estimadas de mercado del 85% en accesos de telefonía fija, 66% de tráfico de voz, 89% de accesos fijos a Internet de banda ancha y 55% para los accesos minoristas a Internet de banda ancha.

Telefónica de España cumple con 12 de los 16 objetivos de calidad establecidos por el regulador. De acuerdo al estudio realizado por la Secretaría de Estado, Telefónica de España ofrece mejor calidad promedio que los operadores alternativos en los trece parámetros medidos.

Durante 2005 Telefónica de España hizo frente a varios expedientes sancionadores, consecuencia de su condición de operador incumbente, tal y como se detalla en el informe completo.

Total accesos de Grupo Telefónica

Cifras en millones de accesos



Telefonía fija en América Latina

Telefónica ofrece servicios de telefonía fija en Argentina, Brasil (Estado de Sao Paulo), Chile y Perú; siempre bajo la estricta supervisión de los niveles de calidad ofrecidos por parte de los organismos reguladores.

- Durante el ejercicio 2005, TeleSP en Brasil firmó la renovación de su contrato de concesión, comprometiéndose a cumplir las nuevas condiciones establecidas.
- Telefónica del Perú está en el proceso de renovación de su contrato, ante lo cual el informe del regulador reconoce un nivel de cumplimiento de los objetivos en 18 de las 24 metas marcadas.
- En Argentina, las operaciones se están desarrollando en un contexto de actividad y consumo crecientes, y en un marco de tarifas congeladas.
- En Chile existe una denuncia significativa contra Telefónica ante el Tribunal de la Competencia.

Telefonía móvil

Los mercados de telefonía móvil se caracterizan por una mayor intensidad competitiva en casi todos los mercados, siendo las cuotas de mercado de Telefónica inferiores a las de telefonía fija. En España, la cuota de mercado de Telefónica Móviles se sitúa en torno al 50% del total de accesos.

Las distintas operadoras también cumplen con las diferentes condiciones establecidas por las autoridades regulatorias. En concreto, Telefónica Móviles España lideró cuatro de los seis parámetros evaluados en el estudio sobre la calidad de los servicios de telefonía móvil en España, elaborado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

De los asuntos legales relevantes iniciados durante 2005 ante Telefónica Móviles SA, once correspondieron a regulaciones nacionales sobre la prestación de servicios de telecomunicaciones.

Calidad y cumplimiento

Procesos críticos de relación con el cliente



Relación con el cliente

Telefónica tiene el objetivo de optimizar la satisfacción con sus clientes. Dentro de este esfuerzo por una mayor orientación al cliente, es fundamental la motivación y el convencimiento de los profesionales y colaboradores de la Compañía. Este es el objetivo de los programas “Compromiso Cliente” de Telefónica Internacional y “meta:cliente” de Telefónica de España.

En su relación con sus clientes, Telefónica presta atención a:

Estudios cualitativos

Telefónica mantiene un diálogo fluido con un buen número de asociaciones de consumidores y usuarios, algunas de ellas especializadas en el ámbito de las nuevas tecnologías. En el caso de España, Telefónica colabora activamente con un total de 16 asociaciones, 12 de ellas de ámbito nacional y 4 autonómicas.

En América Latina, Telefónica tiene consolidados canales de diálogo permanente con las distintas asociaciones de consumidores.

Para Telefónica esta relación tiene una gran importancia, ya que permite trasladar los clientes, en forma de mejoras en los productos y servicios ofrecidos, las muchas sugerencias que recibimos de estas asociaciones. Durante 2005 se han tratado las preasignaciones irregulares, los redondeos en la telefonía, la calidad en el acceso a internet o las nuevas ofertas y paquetes de ADSL, entre otros.

Procesos críticos de relación

Comercialización

En 2005, Telefónica orientó su estrategia hacia el cliente a la comercialización de productos adaptados a sus necesidades. Algunas de las iniciativas desarrolladas en este sentido son:

- La duplicación gratuita de velocidad del servicio ADSL, las ofertas combinadas Dúo y Trío, las soluciones ADSL.
- Hacer llegar a los clientes los terminales y las aplicaciones que pueden aprovechar la mayor potencialidad y ancho de banda de las nuevas redes móviles.

En cuanto al número de establecimientos comerciales, el Grupo Telefónica ofrece sus servicios tanto a través de establecimientos propios (104 de Telefónica de España, 124 de TeleSP, 51 de Telefónica de Argentina y 815 de Telefónica Móviles en el mundo) y canales de venta indirectos (más de 30.000 puntos de venta de Telefónica Móviles o 2.500 de Telefónica de España).

Cabe destacar los esfuerzos realizados por Telefónica (en especial de Telefónica Móviles España) en actividades de fidelización. En 2005, se registraron cerca de 4,5 millones de canjes en el programa de puntos de movistar.

Provisión del servicio

Telefónica de España instaló en 2005 más de 1.100.000 líneas telefónicas y cumplió con el compromiso de instalación establecido por los clientes en un 99,17% de los casos. El tiempo medio de instalación de una línea es inferior a 10 días (9,68 días).

En América Latina, Telefónica se esfuerza por realizar la instalación de las líneas en el menor tiempo posible, adecuándose a las

expectativas de los clientes y alcanzando un tiempo promedio de 5,67 días en 2005 (6,84 en 2004).

En España, Telefónica de España instaló en el ejercicio 2005 más de un millón de líneas ADSL, con un tiempo promedio de instalación de 11,53 días (9,8 en 2004).

En América Latina, el tiempo medio de instalación del servicio de banda ancha para el segmento residencial se situó en 5,53 días en diciembre de 2005 (4,8 en 2004).

Funcionamiento

Todas las empresas del Grupo Telefónica Móviles mantienen un control de calidad constante a través de una serie de indicadores que permiten la comprobación periódica del estado de las redes y servicios.

El valor interno de efectividad de las redes GSM y CDMA de Telefónica Móviles en el mundo se situó en un 92% incluyendo las operaciones que se incorporaron al Grupo en 2005.

Durante el ejercicio 2005, el número de averías promedio por cada 100 líneas de telefonía básica se situó en 2,18 para Telefónica de España (2,07 en 2004). A nivel latinoamericano, el porcentaje de averías promedio en telefonía básica en América Latina se situó en el 4,17% frente al 4,49% del ejercicio anterior.

Uno de los aspectos que se ha identificado como una de las mayores preocupaciones por parte de nuestros clientes es el ratio de averías. Por eso Telefónica Internacional pretende medir el porcentaje de averías reiteradas sobre el total de averías en la región. En diciembre 2005 este dato alcanzó el 19,4% (23,11% en 2004).

Satisfacción general del cliente con Telefónica

Datos en porcentaje

	Telefonía fija Segmento residencial		Telefonía móvil	
	2005	2004	2005	2004
España	84	81		
Argentina	73	68		
Brasil	55	51		
Chile	66	61		
Perú	63	58		
España Global			-	86
Lationamérica contrato ¹			-	70
Lationamérica prepago ¹			-	78

¹ Calculado de forma ponderada respecto al número de clientes en cada país. No se han incluido los datos de México ni Uruguay, por no disponer de estudios de este tipo con metodología homogénea

En Junio de 2005, la Asociación de Internautas realizó su tercer estudio sobre la velocidad en acceso a Internet que mantenía el servicio ADSL de Telefónica como el más rápido y regular frente al resto de operadoras de ADSL y cable, con una velocidad que supera a otras alternativas hasta en un 32%.

Facturación

El porcentaje de reclamaciones sobre facturas de Telefónica de España en el cuarto trimestre de 2005 alcanzó el valor de 3,48 por mil, siendo el valor objetivo establecido por el regulador del 5 por mil.

Telefónica Internacional alcanzó en 2005 un porcentaje de reclamaciones sobre facturas de telefonía básica del 1,28% (1,59% en 2004). Si se determina el porcentaje de esas reclamaciones que concluyen en ajustes a favor del cliente, este valor se situó en el 65,47% para la región.

Telefónica Móviles España alcanzó 1.655 reclamaciones por cada 1.000 facturas en el cuarto trimestre de 2005.

Atención al cliente

El teléfono es el medio más utilizado por los clientes de Telefónica para comunicarse con la Compañía y hacer llegar sus preguntas, solicitudes y reclamaciones, como demuestra el hecho de haber atendido más de 600 millones de llamadas en 2005.

El objetivo de los Centros de Atención Telefónica es dar respuesta de manera efectiva a las demandas del cliente en el menor tiempo posible y en el primer contacto. La calificación que ofrecieron los clientes al servicio ofrecido por Telefónica España alcanzó un valor de 67,7% considerando que el cliente responde justo antes de completar la comunicación.

Servicio técnico

El tiempo medio de resolución de averías de una línea telefónica básica en España se sitúa en 16 horas en 2005, valor idéntico al obtenido en 2004. En América Latina, este valor se sitúa en 42 horas en promedio (42,75 en 2004).

El tiempo medio de resolución de averías de una línea ADSL en España se sitúa en las 14,15 horas (10,36 en 2004). En el caso del ADSL en América Latina, el tiempo medio de resolución de averías se sitúa en 21,8 horas (19,45 en 2004).

Satisfacción del cliente

La satisfacción de sus clientes es el objetivo prioritario del Grupo Telefónica y el eje central de toda su estrategia. Con el fin de conocer la evolución de esta satisfacción y comprobar los efectos de las distintas medidas adoptadas por Telefónica, las empresas del Grupo realizan seguimientos periódicos de los niveles de satisfacción a través de encuestas.

Priorización de los puntos críticos de mejora

Los aspectos críticos de mejora se determinan en base a la importancia relativa concedida por los clientes a cada proceso y de la calificación de Telefónica frente a la competencia.

Los procesos de comercialización y de atención al cliente son aquellos en los que Telefónica debe seguir trabajando para adaptarse a las necesidades de sus clientes.

Implantación de los proyectos de mejora de la calidad del servicio

El objetivo es conseguir mejoras significativas en la percepción por parte del cliente de la calidad ofrecida en los diferentes procesos que componen la actuación de la Compañía hacia el cliente. Telefónica de España tiene en marcha 250 iniciativas de mejora, mientras que Telefónica en Latinoamérica tiene más de 150. Una de las metodologías más extendidas en el Grupo Telefónica es Seis Sigma.

Certificación

La obtención de certificados de calidad permite contrastar la operativa interna con la opinión de entidades externas independientes que aplican normas internacionales estandarizadas.

- Telefónica de España dispone de un Sistema de Calidad implantado y certificado desde 2001, con ámbito de aplicación en todos los procesos de la organización y en todo el territorio donde opera la empresa.
- Telefónica Latinoamérica avanzó notablemente en la certificación de sus procesos de calidad bajo la norma ISO 9001. Dichos procesos de certificación en la región involucraron a más de 5.000 profesionales del Grupo.
- Telefónica Móviles también está avanzando en los procesos de certificación de sus procesos en todos los países de América Latina en los que desarrolla operaciones.

A pesar de las innumerables ventajas que ofrece Internet a sus usuarios, también puede presentar algunas amenazas. La extensión de las redes a escala global hace posible que los usuarios reciban ataques externos como spam, intrusión, ataques a la propiedad intelectual, contenidos inadecuados, pornografía infantil, fraude, phishing, injurias...

Responsabilidad en el servicio

Abusos de Internet

Telefónica considera clave proteger a sus clientes frente a estos abusos. En marzo de 2004, Telefónica puso en marcha una iniciativa corporativa para coordinar las políticas y procesos utilizados en la detección y resolución de incidencias IP en las redes. En 2005, se desarrollaron y aprobaron la "Política de Uso Aceptable de los Servicios de Internet" y las "Obligaciones de las Empresas del Grupo Telefónica relacionadas con la Gestión de Abusos en los servicios de Internet".

Además de regular su comportamiento, la colaboración de Telefónica en esta materia incluye consejos acerca de cómo utilizar Internet a los clientes, canales de recepción de denuncias y oferta de herramientas y servicios para proteger los equipos de los clientes.

Protección de datos

Las normativas y procedimientos de las empresas de Telefónica para proteger la información personal de los clientes, estipulan que sólo se suministre información a los titulares de la línea y únicamente se procesan solicitudes referentes al servicio realizadas directamente por ellos. La petición de información sobre clientes realizadas por terceras personas se atiende únicamente con autorización judicial o de la autoridad competente en cada país.

En el Informe completo se detallan las denuncias y procedimientos contra Telefónica cursados entre las Agencias de Protección de Datos.

Protección a la infancia

Durante el año 2005, Telefónica lideró diversas actividades de concienciación acerca del buen uso de Internet por los menores en escuelas y reuniones con educadores y padres de alumnos, en coordinación con el Defensor del Menor.

La Comisión de RRHH y Reputación Corporativa del Consejo de Administración de Telefónica informó favorablemente acerca de la Normativa de Gestión de Contenidos para Adultos elaborada por el Grupo Telefónica en 2005. Dicha norma viene a establecer diversos controles en la oferta de contenidos a menores, que ya se estaban estableciendo en diversos paquetes comerciales como CanguroNet (ADSL) o PlayPack (Telefonía Móvil).

Junto a estas acciones, Telefónica desarrolló en 2005 diversas acciones en contra de la exhibición de la pornografía infantil, resultando en una reducción del 99% de estos delitos conforme a las autoridades españolas.

Defensa de la propiedad intelectual

Telefónica manifiesta su total apoyo a promover la utilización lícita de contenidos en la Sociedad de la Información y su frontal rechazo a la realización de actos criminales o de infracción de derechos de terceros a través de redes digitales. En este sentido, durante 2005 se ha colaborado en iniciativas gubernamentales y sectoriales en España, además de trasladar a la "Política de Uso Aceptable" un capítulo expreso acerca de la protección de la propiedad intelectual.

Robo de terminales

A lo largo de 2005, las operadoras de Telefónica Móviles han seguido trabajando en el programa de control de robo de terminales. La tramitación del bloqueo se realiza mediante una aplicación que valida la relación IMEI/MSISDN y si hay conformidad se bloquea el terminal en todos los operadores nacionales que comparten los acuerdos. En España y como dato significativo, el número total de terminales robados denunciados superó el medio millón, y el 18,5% de los mismos fue deshabilitado por el sistema.

Fomento del uso responsable por parte de los clientes

A pesar del importante consenso social acerca del impacto positivo de las nuevas tecnologías en la sociedad, las telecomunicaciones están ejerciendo un impacto fundamental sobre los estilos de vida de las personas, pudiendo tener en ocasiones impactos negativos. Este impacto negativo suele estar asociado al mal uso de la telefonía móvil, en particular en lugares públicos como cines, teatros, iglesias, conferencias, lugares académicos... A pesar de la creciente sensibilización social, son muchos los conductores que simultanean el uso del teléfono móvil y la conducción, con consiguientes riesgos para su integridad y la del tráfico.

Por esta razón, diversas operadoras de Telefónica Móviles han realizado esfuerzos informativos dirigidos a sensibilizar a los clientes acerca de cómo utilizar la tecnología. Para ello, en España, Chile, Nicaragua, Colombia o Perú se ha desarrollado campañas a través de la web, de la publicación de folletos, soportes publicitarios o encartes en factura.

Rentabilidad y transparencia

Rentabilidad por acción 2003-2005

	Nº acciones	Importe neto euros
Valor de 100 acciones el 1 de enero de 2003	100	853,00
Dividendo en efectivo (total) durante 2003 - 2005		129,55
Valor de 108 acciones el 1 de enero de 2006	108	1.372,68
Rentabilidad		76,11%

Las 100 acciones de 2003 se vieron ampliadas por la entrega de 8 acciones durante el período 2003 - 2005.

Accionistas

Telefónica tiene
1.570.039 accionistas
(3 de abril de 2006)

Rentabilidad

La política de remuneración al accionista en 2005 ha continuado progresando y se sitúa como una de las más atractivas del sector, reafirmandose después de la compra de O2. En 2005 se ha pagado un dividendo correspondiente al ejercicio fiscal 2004 de 0,59/acción, se han distribuido acciones propias de Telefónica S.A., representativas del 4% del capital social, en la proporción de 1x25, y se ha progresado en el programa de recompra de acciones.

A pesar de la evolución bursátil registrada en 2005 que afectó a todo el sector de las telecomunicaciones, la rentabilidad total acumulada para un accionista que hubiese invertido en Telefónica el primero de enero de 2003, ascendió al 76%.

Transparencia

Telefónica creó en 1997 el Servicio de Atención al Accionista con el objetivo de establecer una comunicación transparente y fluida con los accionistas particulares. Actualmente se registran en este servicio un total de 194.784 accionistas, que cuentan con toda la información del Grupo Telefónica, tanto de resultados como de cualquier hecho societario que pueda ser relevante para su inversión.

El área de Relaciones con Inversores por su parte mantiene la comunicación con los mercados financieros e inversores institucionales.

Web accionistas e inversores

El número de sesiones realizadas en la web de Accionistas e Inversores se elevó a 1.182.729, lo que supone un incremento estimado del 150% respecto a la cifra del año anterior.

Teléfono de atención al accionista

Telefónica dispone de un Teléfono Gratuito de Atención al Accionista que respondió 88.251 consultas en el año 2005. Junto a las llamadas al teléfono de atención gratuita se han atendido 3.139 consultas recibidas a través de correo electrónico y/o correo postal.

Informe Anual

El eje de la comunicación con analistas e inversores es el Informe Anual, que en su edición de 2005 tuvo más de 20.000 consultas a través de la web y 300.000 descargas de archivos, además de una tirada en papel de más de 18.000 ejemplares. Todos los informes anuales publicados por Telefónica, desde su fundación en 1924, están disponibles en su página web.

Revista "Acción Telefónica"

El soporte físico utilizado para comunicar periódicamente con los accionistas registrados es la revista trimestral llamada Acción Telefónica, de la que en 2005 se han enviado trimestralmente 165.000 ejemplares a domicilio.

Junta General de Accionistas

La Junta General de Accionistas de 2005 fue celebrada el día 31 de mayo, contando con un quórum de asistencia del 59,163% del capital social. Los accionistas cuentan con el apoyo de la Oficina de Servicio de Atención al Accionista en todas las cuestiones referentes a la Junta General de Accionistas.



Empleados

Descripción de la plantilla

Telefónica cerró el ejercicio 2005 con una plantilla física de 207.641 profesionales, lo que supone un incremento del 19% respecto al año anterior:

- 85,4% tiene un contrato fijo o indefinido.
- 4,3% de directivos y mandos intermedios.
- 37,2% está dedicado a funciones comerciales, el 48,3% a producción y el 14,4% a apoyo (sin Atento).
- 47% de mujeres en el Grupo.
- 7,3 años de antigüedad media.
- 32,7 años de edad media.

Entre los movimientos más destacables se incluye la continuidad del Expediente de Regulación de Empleo en Telefónica de España. El Plan se rige bajo los principios de voluntariedad, universalidad y no discriminación. Durante el año 2005, un total de 1.945 empleados solicitaron su adhesión, que se suman a las 7.906 solicitudes de desvinculación acumuladas hasta 2004.

Clima laboral

En 2005, han participado en la encuesta 66 empresas (19 más que en 2004) y se ha obtenido una participación del 71% (10 puntos más que en 2004). Para 2005 se estableció el objetivo de incrementar un 5% el Índice de Satisfacción Global y se ha sobrepasado, incrementado un 7,11% (3,91 puntos porcentuales, pasando de 55% a 58,91%).

Compensación

Los gastos de personal del Grupo Telefónica en 2005 han totalizado 5.045,15 millones de euros (4.346 millones de euros en 2004). De ese total de gastos el Paquete Retributivo supone un 78%. Adicionalmente, Telefónica ha destinado 611,20 millones de euros a costes de reestructuración de plantilla.

En 2005, tanto para la retribución fija como para la retribución variable, el Grupo Telefónica ha establecido un marco retributivo global y común para todos sus directivos. Para el general de la plantilla de Telefónica las condiciones de compensación de los empleados están descritas en los distintos convenios colectivos vigentes. A cierre de 2005, más de 142.700 empleados del Grupo Telefónica tienen reguladas sus condiciones en base a convenios colectivos, (120.000 en 2004).

Más de 147.000 empleados (105.000 en 2004) están sujetos a retribución variable en base a cumplimientos de objetivos individuales, de empresa y de grupo.

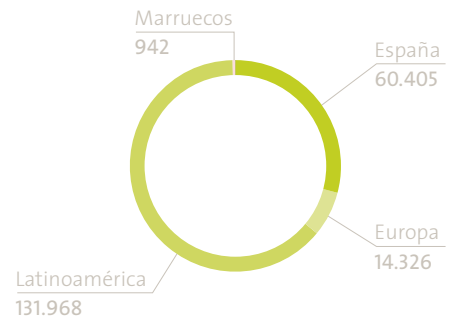
Desarrollo profesional

Rotación dentro del Grupo

Mediante la publicación global de puestos vacantes en La Intranet, Telefónica pretende dar a conocer a todos los empleados las oportunidades profesionales que existen en las diferentes empresas del Grupo. La primera fase del proyecto se puso en marcha en marzo de 2005; desde entonces se han publicado más de 350 vacantes en el Grupo. Esta herramienta está disponible para la publicación de vacantes directivas y no directivas.

Plantilla física por región

Datos en empleados



La rotación de directivos ofrece oportunidades de desarrollo profesional a los empleados al originarse vacantes directivas que han de ser cubiertas prioritariamente de forma interna. A lo largo del ejercicio 2005, 171 directivos han rotado internamente (12% del total) y 54 han salido de Telefónica (4% del total).

Formación

Los profesionales del Grupo Telefónica dedicaron más de nueve millones de horas de formación en el año 2005, lo que supone un crecimiento absoluto del 5%. Por líneas de negocio, destaca un año más el esfuerzo de Atento con más de cinco millones y medio de horas de formación a sus empleados. Si se considera el Grupo Telefónica sin contar con Atento el crecimiento absoluto en horas de formación se sitúa en el 15%.

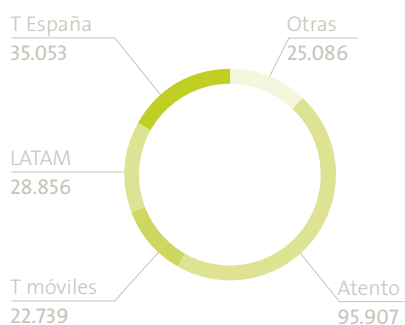
Telefónica ha mantenido su apuesta de los últimos años por la teleformación. En 2005, los profesionales del Grupo Telefónica (sin Atento) han desarrollado el 20% de su formación a través de herramientas *online*.

Competencias

En 2005, las empresas del Grupo Telefónica participaron en un proceso de valoración que consistió, en la autoevaluación y en la valoración por parte de sus responsables jerárquicos. El resultado de esta valoración permitió la identificación de las áreas de mejora de cada empleado y de las acciones adecuadas para desarrollarse cada año. Durante el año 2005, más de 78.361 empleados del Grupo Telefónica fueron evaluados en base a sus competencias, lo que supuso la consolidación del modelo frente a los 68.677 de 2004 y los 35.758 de 2003.

Plantilla física por negocio

Datos en empleados



Profesionales y personas

Desde las distintas áreas del Grupo Telefónica se desarrollan diversas iniciativas orientadas a la garantía de los derechos humanos, a la igualdad de oportunidades, la conciliación de la vida personal con la profesional y la máxima protección de la seguridad y salud.

Derechos humanos

Como continuación al proceso iniciado durante el ejercicio 2004, durante 2005 se han seguido llevando a cabo auditorías laborales en empresas de Telefónica con objeto de asegurar el cumplimiento de la legislación laboral aplicable, de las políticas y procedimientos básicos de recursos humanos, así como conocer, evaluar y corregir potenciales contingencias laborales.

Como medida correctiva a nivel corporativo se aprobó en febrero de 2005 una Instrucción Conjunta (Auditoría y RRHH) Corporativa con criterios de actuación para el control de riesgos laborales en la contratación de obras y servicios. El reto para 2006 es completar la tercera y última fase de la auditoría laboral en Telefónica.

Libertad de asociación

La libertad de asociación es un derecho de los empleados de Telefónica, como se demuestra en los más de 45.000 empleados con afiliación sindical. Por empresas, Telefónica de España con 15.876, Telefónica Internacional con 13.227 y Atento con 7.579, son las que cuentan con mayor número de personal afiliado. Por países, destaca España con 16.246, Argentina con 12.275 y Chile con 3.957 empleados afiliados.

Horas de formación por empleado y compañía 2005

Horas promedio

	Directivos	Mando interm	Resto
Negocio fija España	46	187	44
Negocio fija Latinoamérica	29	69	32
Negocio móviles	54	38	39
Negocio directorios	27	67	30
Grupo T-Gestiona	21	57	31
Otras empresas	13	12	7
Negocio Atento	-	-	64

En este sentido, el acuerdo firmado en julio de 2003 entre la empresa y los sindicatos mayoritarios se ha demostrado eficaz durante el ejercicio 2005. El diálogo social y la negociación colectiva son instrumentos insustituibles para la gestión y gobierno de las relaciones laborales, así como para conseguir la adaptabilidad de la negociación colectiva a los cambios que se van produciendo en las empresas. Su buen funcionamiento se pone de manifiesto en las reuniones que periódicamente han tenido lugar entre las partes.

Igualdad de oportunidades

En promedio, el 49,32% de la plantilla del Grupo Telefónica está compuesto por mujeres, lo que supone un incremento frente al 48% del ejercicio 2004. Por líneas de negocio destaca Atento, con un 67% de mujeres en la compañía, siendo las empresas de telefonía fija aquellas en las que el porcentaje de mujeres es menor. Sin considerar el efecto amplificador de Atento, el porcentaje de mujeres en la Compañía es del 33%. En lo que respecta a niveles directivos, hay más de 1.700 mujeres en puestos de dirección y de mando intermedio en la Compañía, representando un 21,83% del total.

Actualmente, 1.079 profesionales con discapacidad trabajan en el Grupo Telefónica, que suponen el 0,54% de su plantilla en el mundo. El número de empleados con discapacidad es un 9,6% superior al del año 2004, a pesar de que la nueva regulación brasileña ha elevado los requisitos para considerar a una persona como profesional con discapacidad. Dentro de su plan integral de apoyo a las personas con discapacidad (Telefónica Accesible), la Compañía está desarrollando una serie de medidas orientadas a favorecer la integración de las personas con discapacidad en la plantilla.

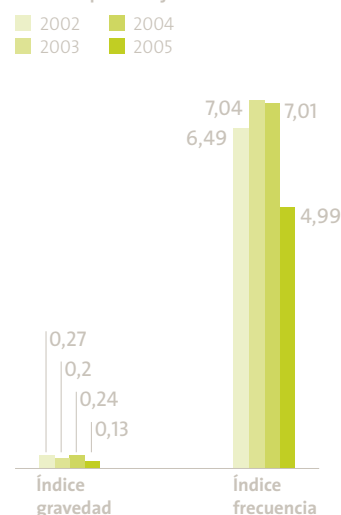
Seguridad y salud

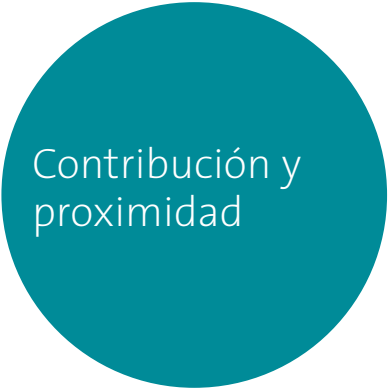
El compromiso en la promoción de la salud, se estructura en España a través del Servicio Mancomunado de Prevención de Riesgos Laborales, en líneas de acción destinados a mantener e incrementar la Prevención de Riesgos.

En el resto de países se aplican diversas políticas de gestión de la seguridad y salud, siempre de acuerdo a la situación regulatoria vigente. Durante el año 2006, el Grupo Telefónica se ha marcado el objetivo de homogenizar determinados procedimientos en la gestión de la seguridad y salud en el mundo.

Accidentabilidad laboral en España

Datos en porcentajes





Contribución y proximidad

Sociedad

Inclusión digital

Brecha geográfica

España

El esfuerzo inversor de Telefónica de España ha llevado a incrementar la ya significativa cobertura del ADSL hasta el 96% de las líneas y 97% de los hogares, lo que sitúa a España en una posición cada vez más próxima a la accesibilidad total de la banda ancha. El ejercicio 2005 ha sido decisivo para extender la oferta de televisión digital a más de 150 ciudades españolas, cuando únicamente estaba disponible en tres de ellas en 2004.

Telefónica de España está sustituyendo la tecnología TRAC que se utiliza para ofrecer servicios en zonas rurales por otras tecnologías diversas (LMDS, GSM/GPRS, satélite o especialmente cobre), para lo cual ha invertido hasta diciembre de 2005 146,24 millones de euros. Los accesos pertenecientes a provincias establecidas como "Objetivo 1" de la Comisión Europea reciben subvenciones europeas que ayudan a su puesta en marcha (31 millones de euros procedentes de fondos FEDER).

Telefónica Móviles fue uno de los dos operadores en suscribir junto al Ministerio de Industria el Plan de Extensión de Telefonía Móvil, que situará la cobertura a la cabeza de los países europeos con un 99%. El plan, vinculado a la concesión del concurso de frecuencias de la banda GSM de 900 MHz (junio 2005) incluye una inversión conjunta de 833 millones de euros.

La tecnología no es la causa de la brecha digital: los principales factores que la causan son la dotación de las infraestructuras de comunicaciones en todo el territorio, así como el nivel de ingreso y la capacitación para usar las nuevas tecnologías.

En 2005, Telefónica se sumó a la iniciativa Connect the World, lanzada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT).

Latinoamérica

El esfuerzo inversor de Telefónica en Latinoamérica para impulsar la banda ancha se refleja en la digitalización de la planta de telefonía que alcanza el 100% en Argentina, Brasil y Chile, y el 97% el Perú. Esta digitalización de la red ha permitido alcanzar una elevada cobertura de los servicios de banda ancha sobre la red de telefonía fija, que alcanza el 97% en São Paulo (Brasil), Perú y Chile, y 89,5% en Argentina.

Telefónica del Perú ha puesto en marcha el proyecto Llaqt@red, para integrar a las zonas rurales del país y ofrecerles acceso a información, satisfaciendo las necesidades y expectativas de sus ciudadanos. La primera etapa del plan integró 17 poblaciones, proporcionando acceso a Internet de forma permanente, con tarifa plana.

En América Latina, Telefónica Móviles ha reforzado su posición como el principal operador de la región, ampliando la cobertura en todos los países en los que desarrolla operaciones.

Cobertura de telefonía móvil en América Latina

Cobertura sobre población (%)	2005
Argentina	92
Chile	95,7
Colombia	68
Ecuador	76,1
El Salvador	77,4
Guatemala	56
México	69
Nicaragua	25
Panamá	-
Perú	61,6
Uruguay	80
Venezuela	93,3

Fuente interna

Brecha económica

Es imprescindible realizar una oferta de productos y servicios acorde con la realidad social y económica de los países y así atender las necesidades de aquellos sectores que, por motivos económicos, no pueden acceder a servicios de telecomunicaciones.

Tarifas para rentas bajas en América Latina

En América Latina el crecimiento del servicio de telefonía básica en los segmentos más desfavorecidos de la sociedad está sustentado en el desarrollo y oferta de productos adecuados a sus necesidades de consumo y a sus posibilidades económicas.

Las más de 5,5 millones de líneas prepago y control del consumo en América Latina ya suponen más del 25% de la planta. Si se compara este porcentaje con el de ingresos generados por las líneas, y también con los ingresos generados por la comercialización de tarjetas prepago, se puede apreciar que este tipo de servicios está ofreciendo una alternativa real a los estratos de menores recursos de la sociedad.

Telefonía de uso público

La telefonía pública es una opción más al teléfono en el hogar para facilitar el acceso a las comunicaciones de toda la población, evitando la necesidad de pagar una cuota de conexión o de mantenimiento.

Terminales de uso público, América Latina

Miles	2003	2004	2005
Argentina	107	105	121
Sao Paulo (Brasil)	327	331	330
Perú	118	129	137
Chile	33	28	24

Fuente interna

Líneas de prepago y control del consumo en Latinoamérica

Datos en miles de accesos

	2004	2005	% sobre Planta total ⁵
Brasil	1.945	2.294	18,60
Argentina ²	1.200	1.328	29,30
Chile ³	409	534	21,90
Perú ⁴	1.157	1.385	58,90
Telefónica Internacional	4.720	5.541	25,60

¹ Incluye la Línea de economía

² Incluye líneas Control, Cero y Recuperación

³ Incluye línea económica y supereconómica, full variable, línea control, plan solución...

⁴ Incluye Fonofácil plus, popular, límite de consumo, líneas sociales...

⁵ El cálculo incluye los teléfonos de uso público

Telefonía móvil

A nivel general, el sistema de facturación basado en la modalidad de prepago y el servicio de coste reducido SMS, han sido factores determinantes para la extensión de la telefonía móvil celular a todas las capas sociales, como prueban las cifras de utilización de estos servicios.

La oferta comercial que acompañó el lanzamiento de la nueva marca unificada incluyó una amplia variedad de productos, facilitando que cualquier perfil de cliente pueda tener acceso a la telefonía móvil.

Telefónica Móviles Perú, estudió diferentes alternativas para lograr que los segmentos de menores recursos en el país pudieran acceder a la telefonía móvil. El coste del terminal se identificó como principal barrera. Mediante el proyecto Rentas Bajas se han evaluado planes alternativos, nuevos canales de distribución no tradicionales, planes especiales en llamadas originadas en zonas de bajos recursos, así como la creación de casillas para recibir mensajes y luego poder adquirir el terminal conservando el mismo número telefónico.

Abono social

Telefónica de España ofrece el Abono Social, con el objetivo de facilitar el acceso a los servicios básicos de telecomunicaciones en España. El número de líneas beneficiadas por el Abono Social en España a diciembre de 2005 era de 327.243 (386.430 en 2004).

Brecha de capacitación

Las barreras tecnológicas no son las únicas que pueden provocar la aparición de la brecha digital. Existen barreras de capacitación y de conocimiento que pueden ser más altas que las tecnológicas, especialmente en países en vías de desarrollo y en colectivos de personas mayores o discapacitadas. Telefónica, en colaboración con su Fundación, viene desarrollando programas orientados a capacitar a la sociedad en el uso de las nuevas tecnologías.

Telefónica colabora con diferentes organismos reguladores y organizaciones que buscan el acercamiento a las nuevas tecnologías de la población. En este sentido, destaca la estrategia publicitaria adoptada por el Grupo Telefónica en Perú presenta aplicaciones y servicios concretos que transforma la vida de las personas, bajo el lema "sin darnos cuenta, la vida se nos ha hecho más fácil".

En el caso concreto de Chile, "Internet en las Escuelas" hay 3.435 colegios con acceso de banda ancha y 2.265 colegios con servicio conmutable. En 2005, el aporte de Telefónica Chile en concepto de ingreso no realizable fue equivalente a 3,6 millones de US\$.

Telefónica impulsa el uso de las tecnologías entre la comunidad escolar en cada uno de los países en los que desarrolla operaciones. "EducaRed" a nivel global, "Huascarán" en Perú o "Escuelas y Ciudadanía" en México son otros ejemplos de este compromiso, orientado a capacitar en el uso de Internet a estudiantes de los ciclos primario y medio de escuelas públicas y privadas.

Contribución al Servicio Universal

En España, Telefónica de España está asumiendo en exclusiva, el coste neto de la prestación del Servicio Universal, que además de abarcar el servicio telefónico comprende una serie de obligaciones de carácter eminentemente social, como el abono social o algunos servicios especiales para personas con discapacidad; un servicio de información telefónica a precio asequible y gratuito desde cabinas; la elaboración de una guía telefónica gratuita para los usuarios y una oferta suficiente de cabinas en vía pública.

El coste neto de las obligaciones del servicio universal en 2004 ascendió a 131 millones de euros de acuerdo con Telefónica de España.

La Comisión de Mercado de Telecomunicaciones (CMT) aún no se ha pronunciado sobre cual será la cifra definitiva del Coste Neto incurrida por Telefónica en el año 2004. El coste neto no incorpora la totalidad del coste que supone realmente el cumplimiento de estas obligaciones para Telefónica de España. Así, por cuestiones metodológicas establecidas por la CMT, se compensan las pérdidas asociadas al mantenimiento de 18.949 cabinas en lugares donde su uso no cubre el coste de mantenimiento, que ascenderían a 62 millones de euros.

En Latinoamérica, las empresas de Telefónica colaboran con las diferentes iniciativas públicas de universalización del servicio, con una contribución a los fondos de universalización superior a los 65 millones de euros en 2005.

Inversión en acción social y cultural de Telefónica

Datos en miles de euros

	2005	2004	2003
Fundación Telefónica ¹	28.999	25.011	23.447
ATAM ¹	9.069	8.983	9.111
Otros proyectos de acción social y cultural	16.045	12.500	14.271
Total	54.113	46.494	46.829

¹ Aportación de Telefónica al presupuesto de Fundación Telefónica y de ATAM.

Acción social

Fundación Telefónica

Fundación Telefónica desarrolla en España, Argentina, Brasil, Chile, Marruecos México y Perú distintos proyectos en colaboración con organizaciones sociales. Para Fundación Telefónica, la aplicación de las nuevas tecnologías es el componente fundamental a través del cual se persigue mejorar los procesos educativos, con especial atención a los menores más desfavorecidos.

Durante el ejercicio 2005, Fundación Telefónica ha completado un proceso de revisión estratégica de su actividad. A partir de 2006 va a centrar sus actividades en el apoyo a la educación (EducaRed), la integración social de niños en América Latina (Proniño), el impulso a la sociedad del conocimiento y la gestión de los programas de voluntariado corporativo.

Fundación Telefónica destinó 29 millones de euros al desarrollo de 763 proyectos. Dichas actividades se han desarrollado con el apoyo de 489 entidades colaboradoras, que han permitido beneficiar a más de 31.000 organizaciones y más de 41,5 millones de personas. El 69% de este porcentaje de beneficiarios corresponde a personas que accedieron a contenidos, servicios o información social a través de Internet, lo que refleja el papel de las nuevas tecnologías como motor de desarrollo social.

La finalidad principal de EducaRed es contribuir a mejorar la calidad de la educación y fomentar la igualdad de oportunidades mediante la aplicación de las nuevas tecnologías a los procesos de enseñanza y aprendizaje. En España,

Argentina, Brasil, Chile y Perú, EducaRed ha puesto a disposición de la educación primaria y secundaria la tecnología educativa más avanzada en términos de utilidad, aplicaciones, intercambio de conocimiento y búsqueda inteligente de información. Estas herramientas han reunido en comunidades virtuales a alumnos, docentes e investigadores del ámbito iberoamericano.

El programa Proniño fue creado en 2001 por las operadoras de telefonía móvil en América Latina, con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo infantil en la región. En 2005, el programa se ha incorporado a las líneas estratégicas de Fundación Telefónica, impulsando el proyecto en colaboración con Telefónica Móviles. Durante 2005, más de 11.500 niños se han beneficiado del programa.

Toda la información detallada acerca de los proyectos desarrollados por Fundación Telefónica se puede encontrar en la Memoria de Fundación Telefónica 2005 o en www.fundacion.telefonica.com.

ATAM

ATAM (Asociación Telefónica de Asistencia a Personas Discapacitadas) se financia en gran medida con las aportaciones solidarias y voluntarias de cerca de 61.000 empleados de 22 empresas del Grupo Telefónica. Los trabajadores aportan el 2 por mil de sus retribuciones fijas y las empresas doblan dicha aportación. Las cuotas aportadas a ATAM por todas las empresas del Grupo Telefónica en 2005 ascienden a 9.069.072 que beneficiaron directamente a cerca de 4.000 personas.

Los detalles de su actividad se pueden encontrar en la página web www.atam.es.

Otros proyectos de acción social y cultural

Las empresas del Grupo Telefónica desarrollan diversos proyectos de acción social y cultural que complementan las actividades de Fundación Telefónica.

Durante el año 2005, se han identificado proyectos de este tipo por un presupuesto superior a los 16 millones de euros.

Magnitudes de acción social Fundación Telefónica

Número de personas (plantilla)	70
Número de proyectos	763
Número entidades colaboradoras	489
Número entidades beneficiarias	31.108
Número personas beneficiarias a través de Internet (Miles)	28.707
Número personas beneficiarias en otros entornos (Miles)	12.891

En 2004, Telefónica da forma al programa Telefónica Accesible como un proyecto integral para las personas con discapacidad. Este programa tiene por objeto hacer de Telefónica un Grupo plenamente accesible en todos sus procesos y contribuir activamente a la plena igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad.

Telefónica Accesible[®]

Colaboración

Para el desarrollo del Plan Integral Telefónica Accesible, Telefónica suscribió un Acuerdo de Colaboración con el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI), la plataforma que agrupa a las principales organizaciones de personas con discapacidad y sus familias, y que representa las realidades de este colectivo de 3,5 millones de españoles y sus familias. En virtud de dicho Acuerdo, las personas con discapacidad y sus representantes participan en los diferentes desarrollos, proyectos y acciones que el Grupo Telefónica lleva a cabo, aportando su opinión, validando los contenidos y asesorando a la Compañía.

Concienciación

Dentro de Telefónica Accesible se contemplan acciones dirigidas a sensibilizar y concienciar a la sociedad acerca de las necesidades y preocupaciones de las personas con discapacidad. En este sentido, el Grupo Telefónica pone a disposición de las personas con discapacidad su capilaridad social y sus canales de comunicación con los grupos de interés, que alcanzan a un gran parte de las sociedades en que está presente. Durante 2005 se han promovido y realizado diversas actividades entre las que destaca el "Manual de comunicación accesible" en colaboración con CERMI.

Productos y servicios

La labor realizada por el Grupo Telefónica con la puesta en marcha de Telefónica Accesible supone una mejora en la calidad de vida de todas las personas, especialmente la de aquellas con alguna discapacidad, a través de unas telecomunicaciones para todos. Telefónica trabaja de manera constante para mejorar la accesibilidad de sus procesos, productos y servicios, y para hacer que sean, en definitiva, una mejora en la inclusión social y laboral de las personas con discapacidad.

Telefónica Móviles España ha editado el "Catálogo de servicios móviles para la integración social", que incluye más de 30 servicios ya operativos orientados a facilitar la inclusión social y a mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad, de las personas mayores, de las víctimas de la violencia doméstica, de las personas con problemas de salud y de las personas extranjeras residentes en España. Por su parte, Telefónica de España ha desarrollado productos bajo el concepto de diseño para todos permiten a todo tipo de usuario tener acceso a los servicios de telefonía fija y banda ancha.

Telefónica Soluciones informa sobre la accesibilidad de los productos a través del Observatorio de Accesibilidad en Nuevas Tecnologías y ha desarrollado diversas soluciones que facilitan el acceso de las personas con discapacidad al ordenador y a la comunicación.

Integración laboral

El Grupo Telefónica cumple con la obligación legal marcada por la LISMI de cuota de reserva del dos por ciento de la plantilla para personas con discapacidad. Además, junto con ATAM y otras empresas del Grupo Telefónica se están impulsando políticas de

integración laboral de discapacitados como Mercadis, centros especiales de empleo en Atento o los centros especiales de empleo de ATAM.

www.telefonica.es/accesible

Telefónica ha desarrollado el portal "Telefónica Accesible", como una herramienta puesta a disposición de la sociedad en la que se puede ver qué está realizando el Grupo Telefónica en el ámbito de la discapacidad, así como todo aquello que puede ser de interés para este colectivo de personas y sus familias, como un centro de formación y legislación, noticias relacionadas con el sector, o acceso a publicaciones especializadas.



ATAM

ATAM es la principal referencia de las empresas del Grupo en todo lo relacionado con la discapacidad, como asociación experta e integrada en dicho sector. Los detalles de su actividad se pueden encontrar en la página web www.atam.es.



Respeto y
protección

Medio Ambiente

Compromiso medioambiental

Telefónica asume el compromiso de respeto al medio ambiente como una parte esencial de su Responsabilidad Corporativa. En este sentido el Grupo Telefónica suscribió en 2002 el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, obligándose así, a través de sus principios ambientales a trabajar desde un enfoque preventivo, fomentar la responsabilidad ambiental, y favorecer el desarrollo tecnologías respetuosas con el medio ambiente. Así mismo participa también en diversas iniciativas internacionales enfocadas a promover el Desarrollo Sostenible, como GeSI o el grupo de sostenibilidad de ETNO.

Igualmente, diversas empresas del grupo han ido concretando políticas y compromisos ambientales. Telefónica ha establecido el objetivo de aprobar una política medioambiental corporativa en 2006.

Gestión Medioambiental

Bajo la norma interna de "Requisitos Mínimos Ambientales", Telefónica tiene como objetivo avanzar en la gestión medioambiental con una metodología común para todo el Grupo, asegurando un comportamiento responsable con el medio ambiente. Para facilitar el cumplimiento de la norma se han establecido 5 pasos de actuación, basados en el compromiso, requisitos de aplicación, mejora del comportamiento, implantación de sistemas y certificación.

Existe un seguimiento de avance de la implantación de la norma interna ambiental en cada una de las empresas del Grupo Telefónica, con el fin de garantizar la correcta implantación de la norma. Para facilitar la implantación de la norma a lo largo de 2006 se establecerán los Comités Medio Ambiente País.

La formación y sensibilización del personal es una de las condiciones necesarias para asegurar una correcta gestión ambiental. A lo largo de 2005, 3,348 profesionales del Grupo Telefónica recibieron formación en materia ambiental.

Telefónica, además de gestionar el impacto de sus propias operaciones en el medio ambiente, contribuye a la promoción de prácticas responsables en su cadena de suministro. Por esta razón, se viene incluyendo en los contratos entre Telefónica y sus proveedores cláusulas medioambientales que obligan al cumplimiento de la legislación medioambiental, y, especialmente, a la relacionada con la gestión de residuos.

1

Compromiso ambiental

Comunicación del compromiso ambiental, evaluación preliminar, indicadores ambientales, sensibilización y formación...

2

Identificación de requisitos legales

Identificación, seguimiento y cumplimiento de los requisitos ambientales aplicables a la organización Metodológica

3

Seguimiento y medición

Identificación y evaluación de los aspectos ambientales, establecimiento de objetivos y establecimiento de los controles operacionales

4

Mejora del comportamiento

Definir responsabilidades, generar planes y registros, documentar los procesos derivados de la gestión ambiental, establecer cauces de comunicación, capacidad de respuesta frente a emergencias

5

Certificación SGMA

Auditorías para verificar el grado de implantación, sistema de gestión de las desviaciones detectadas

Aspectos ambientales relevantes por el sector de Telecomunicaciones

	Telefonía fija	Telefonía móvil
Emisiones electromagnéticas		●
Impacto visual		●
Consumo de energía	●	●
Residuos de baterías de plomo	●	●
Ruidos procedentes de equipos electromagnéticos y/o equipos de climatización	●	●
Vertidos de Grupos electrógenos	●	●
Consumo de postes	●	

Control y seguimiento de los aspectos ambientales

A lo largo de 2005 la mayor parte de las operadoras de fija y móvil realizaron un diagnóstico ambiental preliminar, con el fin de identificar aquellos aspectos ambientales relevantes para su actividad, sobre los que realizan un control y seguimiento.

Emisiones electromagnéticas

Las empresas del Grupo Telefónica asumen dos líneas de actuación:

- En primer lugar asegurar que los niveles de emisión electromagnética cumplen todas las normas y recomendaciones internacionales. Durante 2005 se midieron un total de 6.900 emplazamientos de telefonía móvil y 44 de infraestructura radioeléctrica de las redes de Telefonía Fija. Dichas mediciones suponen un incremento del 32% respecto a las realizadas en 2004, siendo importante destacar que en el 100% de las muestras se cumple ampliamente con las reglamentaciones existentes.
- En segundo lugar, se mantiene un diálogo constante con los diferentes grupos de interés informando sobre el funcionamiento de la telefonía móvil, mediciones realizadas, grado de cumplimiento etc.

Impacto de las Instalaciones

La planificación, construcción, mantenimiento y funcionamiento de estas instalaciones lleva asociados aspectos ambientales tales como el impacto visual o la ocupación del suelo. La evaluación de estos aspectos, previo a su instalación, se realiza a través de estudios de impacto ambiental. Durante el 2005 se han realizado 1.098 estudios, dando así cumplimiento a los requisitos legales marcados por las distintas

administraciones, o por requisito voluntario cuando se instale en zonas protegidas o de interés natural.

Otro de los aspectos controlados es el ruido generado por los equipos de aires acondicionado de las casetas y edificaciones que contienen los equipos, para la verificación de los niveles durante 2005 se han realizado medidas en 1.617 emplazamientos, y se trabaja en el ámbito preventivo, y correctivo en los casos que sea necesario.

Gestión de Residuos

El control y la adecuada gestión de residuos es otro de los principales aspectos ambientales generados por las actividades de las empresas. Dependiendo de las actividades, se generan exclusivamente residuos urbanos y residuos de oficina (papel, cartuchos de tóner, equipos ofimáticos, etc.) generarse otro tipo de residuos específicos de la actividad como son los residuos eléctricos o electrónicos, y en menor cantidad residuos peligrosos, como son las baterías. Durante 2005 se han gestionado, 17.626Tn de residuos no peligrosos, 2.627Tn de los peligrosos, y 3.839Tn de residuos eléctricos y electrónicos.

Consumo Energético

El consumo energético es un aspecto que por su repercusión sobre el medio ambiente, se les viene prestando cada vez más atención en las políticas mundiales, europeas y nacionales.

Telefónica está realizando importantes acciones en el desarrollo de mejoras de eficiencia energética en sus oficinas y redes, fomentando el uso de energías renovables, como es el caso de su nueva sede, y desarrollando campañas de concienciación interna dirigidas a sus empleados para fomentar el ahorro de las mismas. Estas

acciones de optimización de consumos trae pareja una reducción de las emisiones de CO₂. El consumo ha aumentado en un 8% en las operaciones de red respecto al año anterior.

Consumo de Papel

Durante el ejercicio 2005, Telefónica ha puesto en marcha en España el Proyecto "Eficiencia en el Uso del Papel y de la Información Electrónica en el Puesto de Trabajo", destinado a mejorar la movilidad y efectividad del trabajo y contribuir a la reducción del impacto ambiental.

Para ello, se constituyó el Comité de Eficiencia del Papel, que se reunió durante 2005 en 14 ocasiones y se desarrollaron acciones como, eliminación de 7.269 impresoras personales, reducción en un 14% la recompra de papel, 51% de la compra de papel fue reciclado.

Impacto ambiental de los Servicios de Telefónica

Telefónica publica en su página web mensualmente una serie de artículos que, analizan la relación del uso de las nuevas tecnologías con la sostenibilidad.

La página 13 de este informe presenta los beneficios para el medio ambiente de las nuevas tecnologías. Como ejemplo, se estima que aproximadamente un 50% de la energía utilizada en los procesos de fabricación de productos en la U.E-15 se ahorraría en 2020, gracias a la posibilidad que ofrecen las TIC a los usuarios para acceder a un servicio en lugar de adquirir el producto.

Igualdad de
oportunidades y
beneficio mutuo

Proveedores

Volumen de compra

El volumen de compra adjudicado por el Grupo Telefónica en 2005 ascendió a más de 13.000 millones de euros (12.000 en 2004). Dicho volumen de compras fue adjudicado a más de 18.000 proveedores en todo el mundo (15.500 en 2004).

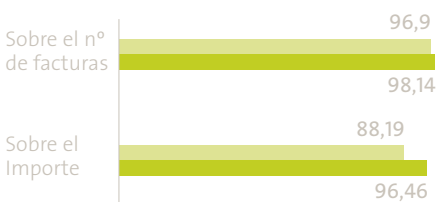
Telefónica es una compañía comprometida con el progreso económico y social de los países en los que está presente. Este compromiso se concreta en el alto volumen de adjudicaciones a proveedores ubicados en el propio país, cuya media fue del 86% en 2005 (92% en 2004).

La mayor partida suele estar destinada a la categoría de productos de mercado (incluye terminales móviles), que junto con servicios y obras suponen más del 60% de las compras. La parte restante se distribuye entre infraestructura de redes, sistemas de información y marketing.

Cumplimiento de plazos de pago en facturas de terceros

Datos en porcentajes

■ 2004
■ 2005



Datos correspondientes a facturas de más de 700.000 facturas de telefónica de España y Telefónica Móviles España, por un importe superior a los 9,389 millones de euros.

Distribución de compras por países

	Volumen compra		Compra local	
	2004	2005	2004	2005
Argentina	4,8%	6,7%	79%	83%
Brasil	32,1%	8,8%	98%	99%
Chile	4,1%	6,0%	76%	74%
Colombia	-	4,6%	-	38%
España	45,8%	52,3%	93%	94%
México	-	4,6%	94%	96%
Perú	4,1%	4,4%	86%	83%
Venezuela	-	5,6%	-	52%
Resto Países	9,1%	4,0%	68%	53%

% de compra local por volumen.
% de compra respecto al total.

Satisfacción del proveedor

Para comprobar el nivel de satisfacción de los proveedores con Telefónica, en 2005 se realizó por primera vez una encuesta *online*. Se recibieron más de 2.700 respuestas, lo que estableció una base significativa de resultados para España, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú.

Satisfacción del proveedor

Sobre 10	2005
España	6,14
Argentina	6,98
Brasil	6,95
Chile	6,39
Perú	6,56
México	7,34
Colombia	7,92
Total	6,75

Compras online

La gestión electrónica de ofertas para determinados productos y servicios es ya una realidad en España, Brasil, Argentina, Perú, Chile y México. El volumen de compras negociado en el año 2005 a través del mercado electrónico de Adquiria fue de 8.000 millones de euros (3.990 en 2004), correspondiente a 20.612 procesos de compra (12.675 en 2004).

Desde 2004, se implantó en Telefónica una nueva modalidad de negociación de compras a través de subastas electrónicas, que proporciona una mayor transparencia y objetividad en el proceso de compra, plena igualdad de oportunidades para todos los proveedores oferentes, además de aportar mayor agilidad y de simplificar la gestión de la compra. En 2005 se adjudicaron por este sistema 685 millones de euros, a través de 948 procesos de compra.

Prácticas responsables en la cadena de suministro

El Grupo Telefónica quiere contribuir a la promoción de prácticas responsables en toda su cadena de suministro, a través de la colaboración con otras empresas y otras iniciativas que exceden los requisitos legales.

- En el caso de los proveedores comunes del sector de las telecomunicaciones (típicamente las líneas de producto de "productos de mercado", "infraestructura de redes" y "sistemas de información") destaca su colaboración con el grupo de trabajo de cadena de suministro de GeSI.
- En el caso de proveedores locales y de menor tamaño (típicamente los proveedores de "servicios y obras"), Telefónica establece directamente condiciones particulares a sus proveedores para asegurar un comportamiento responsable por parte de los mismos.

Los resultados de la encuesta de satisfacción de proveedores mostraban que 9 de cada 10 proveedores de Telefónica estaban de acuerdo con la incorporación de condiciones de Responsabilidad Corporativa en la cadena de suministro.

En el informe completo se detallan los requisitos en materia laboral, de derechos humanos, igualdad de oportunidades y protección medioambiental.

Información y transparencia

Medios

Información y transparencia

El Grupo Telefónica impulsa una política de comunicación basada en la veracidad y la transparencia, mediante una interacción permanente con los medios de comunicación. La relación informativa con los medios es una herramienta determinante para el Grupo Telefónica como vía de comunicación abierta con todas sus audiencias: clientes, accionistas, equipo profesional y la sociedad en general. En este sentido, Telefónica, consciente de su Responsabilidad Corporativa, mantiene una política de comunicación basada en la cercanía con los medios, el rigor y la transparencia informativa.

El área de Comunicación Corporativa realiza una tarea de coordinación para garantizar la coherencia de los mensajes estratégicos, financieros y operativos. Trabaja en estrecha relación con las áreas de Comunicación de todas las filiales, y ente todos sustentan una política de comunicación continuada, planificada y consensuada, que permite que la información fluya de manera regular y constante entre la Compañía y los medios de comunicación. Fruto de esta estrategia basada en comunicar desde la cercanía, en España el Grupo Telefónica ha realizado más de 300 encuentros con los medios divididos en ruedas de prensa, desayunos informativos y actos sociales organizados estos últimos a través de Fundación Telefónica.

Entre las más de 3.000 notas de prensa distribuidas por el Grupo Telefónica a los medios de comunicación en 2005, destaca la difusión de información relacionada con los productos y servicios que ofrece la Compañía (42,2%), seguida por la información financiera (20,1%) y la estratégica y relacionada con la capacidad inversora de la Compañía (10,8%). Los acuerdos con terceros, ya sean proveedores o socios tecnológicos, entre otros, son también objeto de difusión informativa.

Por lo que se refiere al tratamiento periodístico de la información procedente del Grupo Telefónica en España por parte de los medios de comunicación, un 92,69% adquiere el formato de noticia. Otros formatos como el reportajes (3,13%) y la opinión (3,06%) son igualmente utilizados, pero a gran distancia con respecto a la noticia.

Inversión publicitaria

Telefónica es una empresa que desarrolla una intensa actividad publicitaria, lo que le convierte en uno de los principales inversores en los medios de comunicación. Toda la actividad inversora se canaliza a través del área corporativa de medios, siguiendo criterios de máxima eficacia publicitaria.

Para ello se ha fijado una política de negociación y contratación de medios publicitarios unificada en el grupo, donde participan conjuntamente el área técnica de los Departamentos de Marketing y el Departamento de Compras de cada país. Por tipo de medios, la televisión es el soporte más utilizado con el 47% de la inversión publicitaria del grupo, seguido de la prensa (19%), soportes exteriores (18%) y la radio (10%). Por países, atendiendo al carácter eminentemente comercial de la publicidad, España concentra el 56,5% de la inversión

Distribución notas de prensa por líneas de negocio

	2004	2005
Telefónica S.A.	55	71
Telefónica de España	206	53
Telefónica Móviles	1.313	1.747
Telefónica Latinoamérica	765	1.045
Fundación	65	70
TPI	25	21
Cesky Telecom*		130
Eurotel*		53

* Tanto Cesky Telecom como Eurotel se incorporaron al Grupo Telefónica en junio de 2005

publicitaria, seguido por Brasil con 10,2%, México con el 8,9%, Argentina con el 5,6% y Chile y Venezuela con el 4,6% cada una de ellas.

Sala de Prensa Online

Con el objetivo de fomentar la transparencia y hacer más accesible la información, el Grupo Telefónica ofrece a los periodistas y a los medios una Sala de Prensa Online:

www.telefonica.es/saladeprensa

Este canal recibió 176.052 sesiones de usuarios en 2005 (82.073 en 2004), lo que es muestra de su interés creciente, siguiendo criterios de máxima eficacia publicitaria.



INFORME DE VERIFICACIÓN DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2005 DE TELEFÓNICA, S.A.

A la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa del Consejo de Administración de Telefónica, S.A.:

De acuerdo con los términos de nuestra Carta de encargo de fecha 1 de febrero de 2006, hemos llevado a cabo la verificación, con el alcance y procedimientos acordados y que se indican en el apartado siguiente, del Informe de Responsabilidad Corporativa 2005 de Telefónica, S.A. cuya preparación es responsabilidad exclusiva de Telefónica, S.A.

Nuestra responsabilidad por la prestación de este servicio profesional es, únicamente y exclusivamente, ante la Dirección de Telefónica, S.A. y de acuerdo con los términos establecidos para la verificación de su Informe Anual de Responsabilidad Corporativa.

Alcance

De acuerdo con el alcance solicitado, la verificación del Informe de Responsabilidad Corporativa 2005 de Telefónica, S.A. se ha realizado con un doble perímetro:

- Perímetro global del Grupo Telefónica bajo los estándares del Global Reporting Initiative (GRI).
- Perímetro de las actividades desarrolladas en España bajo los principios establecidos en la norma AA1000 Assurance Standard emitida por AccountAbility, Institute of Social and Ethical Accountability.

Asimismo, se han seguido las directrices establecidas en la norma ISAE 3000 aplicable a la verificación de informes no financieros, así como las normas profesionales de general aceptación en España relativas a procedimientos acordados.

Las verificaciones, por tanto, han consistido en:

• Verificación del cumplimiento de los estándares del GRI

1. La adecuación de la estructura y contenido del Informe a los principios y directrices establecidos en la Guía de Referencia GRI versión 2002.
2. La adecuada trazabilidad de la información y los datos correspondientes a los indicadores centrales y adicionales y el Suplemento sectorial de Telecomunicaciones, así como la razonabilidad del criterio seguido para su consideración, en su caso, como no aplicables.

• Verificación bajo la consideración de la norma AA1000AS

Los procedimientos de verificación se han desarrollado para valorar, para el perímetro de las actividades desarrolladas en España, el Informe de Responsabilidad Corporativa bajo los siguientes principios:

1. Materialidad o Relevancia de la información proporcionada en función de las necesidades o requerimientos de los grupos de interés.
2. Integridad en la identificación, entendimiento y gestión de los impactos a través de los sistemas y procesos, incluidos los procesos de compromiso con los grupos de interés.
3. Capacidad de respuesta ante los objetivos y expectativas de los grupos de interés y de la adecuada y oportuna comunicación de los planes dirigidos a ellos.

Procedimientos de verificación

Los procedimientos efectuados han consistido en:

1. Realización de entrevistas con una selección de directivos y personal clave de la Corporación y de las unidades operativas significativas de cada uno de los países (en adelante Telefónica o el Grupo, salvo que se mencione expresamente alguna de las compañías) para obtener un entendimiento de los objetivos establecidos en el Grupo en materia de responsabilidad corporativa, relativos a aspectos sociales, éticos y medioambientales. Asimismo, se ha obtenido un entendimiento del seguimiento y aseguramiento interno de tales objetivos.
2. Revisión de información relevante de Telefónica, tal como transcripciones literales de actas de las reuniones del Consejo de Administración en las que se han adoptado acuerdos relacionados con la Responsabilidad Corporativa, así como de los extractos de las actas correspondientes a los aspectos tratados en esta misma materia en las reuniones celebradas por la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa.
3. Revisión de los procesos y sistemas a través de los cuales el Grupo Telefónica establece sus compromisos con sus grupos de interés, así como la identificación y establecimiento de los aspectos claves a incluir en el Informe.
4. Revisión de una muestra de noticias publicadas en prensa durante el ejercicio 2005 en relación con cualquiera de los aspectos relativos a la responsabilidad corporativa de Telefónica o relacionados con sus grupos de interés para comprobar su adecuado tratamiento en el Informe.
5. Revisión de la elaboración del Informe de Telefónica, S.A. de acuerdo a los estándares del GRI 2002, verificando que:
 - Contiene información relativa a la visión y estrategia, el perfil y estructura de gobierno y de los sistemas de gestión.

- Incluye un índice de contenidos.
 - Contempla información concerniente a cada uno de los indicadores establecidos por el GRI o la justificación de su omisión.
 - El criterio seguido para la consideración de alguno de los indicadores como "no aplicables" es razonable.
 - La información contenida en dicho Informe es consistente con los principios del GRI.
 - Contiene una declaración firmada por Presidente del Grupo confirmando que el Informe ha sido preparado de acuerdo con los estándares del GRI.
6. Realización de entrevistas con una selección de directivos y personal clave de las entidades españolas representantes de las líneas de negocio de telefonía fija y de móviles, para obtener un conocimiento de cómo los objetivos y políticas corporativas son puestos en práctica e integrados en las estrategias de las entidades, en relación con los estándares AA1000AS.
7. La verificación de la información, tanto cuantitativa como cualitativa, contenida en el Informe se ha realizado mediante pruebas muestrales. La selección de las muestras se ha efectuado entre los datos relativos a las siguientes entidades en España (Telefónica de España, S.A.U., Telefónica Móviles España, S.A., Telefónica I+D, Telefónica Móviles, S.A.; Telefónica, S.A., Atento Teleservicios España, S.A), Argentina (Telefónica de Argentina, Telefónica Móviles Argentina, Atento Argentina), Brasil (Telesp, Atento Brasil), Chile (Telefónica CTC Chile, Telefónica Móviles Chile, Atento Chile) y Perú (Telefónica de Perú, Telefónica Móviles de Perú, Atento Perú), en función de su relevancia para cada uno de los indicadores.

Adicionalmente, cuando se ha estimado necesario por su relevancia, se ha procedido a la verificación de información correspondiente a otros países en los que opera Telefónica.

8. Verificación de otras informaciones, no requeridas por el GRI, contenidas en el Informe con documentación soporte acreditativa, a través de fuentes externas siempre que ha sido posible o internas, en caso contrario.

Nivel de verificación

Dado que en la actualidad la AA1000 Assurance Standard no establece normas sobre los niveles de verificación o aseguramiento, hemos planificado y diseñado los procedimientos aplicados para la obtención de la información y las explicaciones que hemos estimado necesarias para el establecimiento de nuestras conclusiones bajo dichos estándares, dentro de los términos acordados con la Dirección de Telefónica, S.A., teniendo en cuenta asimismo las directrices de la ISAE 3000 para la realización de verificaciones con alcance limitado.

Limitaciones de nuestra revisión

- La extensión de nuestro trabajo ha consistido en la verificación de las muestras obtenidas según lo descrito en los puntos 7 y 8 anteriores para los datos correspondientes al ejercicio 2005. Los datos de ejercicios anteriores que figuran en el Informe no han formado parte del alcance de nuestros procedimientos, habiéndose comprobado únicamente su coincidencia con los recogidos en el Informe 2004 elaborado por Telefónica, S.A. y que fue verificado por otra entidad independiente.
- Ernst & Young no ha participado en las actuaciones de diálogo que Telefónica ha llevado a cabo con sus grupos de interés, por ello nuestras conclusiones sobre el principio de materialidad o relevancia y de capacidad de respuesta están basadas en la revisión de los documentos, facilitados por Telefónica, resultantes de dichas actuaciones.

Nuestras conclusiones

En base a los resultados obtenidos de los procedimientos de verificación aplicados, a continuación recogemos nuestras conclusiones y aspectos de mejora más relevantes en relación con cada uno de los principios de la AA1000, así como del cumplimiento de las directrices del GRI. Dichas conclusiones deben ser tomadas en consideración, junto con las limitaciones expuestas con anterioridad.

a) Materialidad o relevancia

Principio: *El Informe de RC presenta los aspectos relevantes concernientes al desempeño económico, social y medioambiental.*

El Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005 proporciona información equilibrada de las actuaciones llevadas a cabo por Telefónica en esta materia, habiéndose incorporado al mismo aspectos reclamados por los grupos de interés en las actuaciones de diálogo realizadas, tal como se pone de manifiesto en el apartado "Diálogo con grupos de interés" del capítulo 11 del Informe.

En relación con ciertos indicadores de la Tabla GRI 2002 que se adjunta a continuación, y que forma parte integrante de este Informe de Verificación, se pone de manifiesto la no disponibilidad aún de información para algunos países o algunas de las actividades llevadas a cabo por Telefónica. Como línea lógica de avance sería adecuado incorporar progresiva y sistemáticamente tal información para todo el perímetro del Grupo Telefónica.

b) Integridad

Principio: La organización dispone de mecanismos y sistemas que le permitan conocer las expectativas de los grupos de interés e identificar la información relevante a incorporar al Informe de RC.

En base a nuestra revisión:

No hemos observado declaraciones erróneas realizadas a lo largo del Informe ni aspectos materiales excluidos del mismo distintos de los mencionados en el apartado a) anterior. En el desarrollo de los procedimientos aplicados, no se ha puesto de manifiesto la exclusión de informaciones correspondientes a las actuaciones sociales y medioambientales de unidades de negocio relevantes, salvo las descritas con anterioridad.

Hemos recibido información o explicaciones que soportan y evidencian las afirmaciones reflejadas en el Informe y que han sido objeto de selección por nuestra parte para su verificación.

Como líneas de consolidación de los procesos y procedimientos puestos en marcha por Telefónica se recomiendan las siguientes actuaciones:

- Extensión progresiva del modelo de diálogo y comunicación con sus grupos de interés a todos los países y líneas de negocio que integran sus actividades.
- Continuar en la integración de los objetivos en materia de Responsabilidad Corporativa en los objetivos estratégicos de las distintas Áreas y países del Grupo, mediante sistemas de gestión e indicadores únicos.
- Reforzar los sistemas implantados para gestionar la trazabilidad de los datos comunicados.

c) Capacidad de respuesta

Principio: La organización dispone de procesos efectivos para gestionar e informar de la respuesta dada a las expectativas de sus grupos de interés

En base a nuestra verificación:

El Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005 de Telefónica incluye los aspectos materiales relativos a las expectativas de sus grupos de interés puestas de manifiesto en las actividades de diálogo llevadas a cabo durante el ejercicio y cuyos resultados han sido puestos a nuestra disposición. A los efectos de esta conclusión se debe tener en cuenta lo indicado en el apartado a) anterior.

A lo largo de su Informe, Telefónica recoge las políticas, normas, programas y actividades aprobadas y desarrolladas a lo largo del ejercicio. En cada uno de los capítulos, se hace mención a la situación o grado de desarrollo e implantación en cada caso.

En línea con lo indicado en el párrafo anterior se anticipan como líneas de actuación recomendables las siguientes:

- Extender el avance que ha supuesto la implantación del Código Ético en Telefónica Móviles al resto del Grupo. Esta extensión supondrá desarrollar y aprobar nuevas políticas concretas que permitan el adecuado desarrollo e implantación de los principios recogidos en dicho Código, así como de otros requerimientos de sus grupos de interés.
- Optimizar los procedimientos de cumplimiento, seguimiento y reporte de la totalidad de las políticas y normas ya aprobadas por Telefónica, de forma estandarizada y sistemática.

Concordancia del Informe Anual de RC con los estándares GRI

En base a los resultados obtenidos de los procedimientos aplicados sobre la información publicada y disponible, según se indica en el apartado a) anterior, consideramos que el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de Telefónica, S.A ha sido elaborado de acuerdo con el GRI Sustainability Reporting Guidelines 2002 y el Suplemento sectorial de Telecomunicaciones.

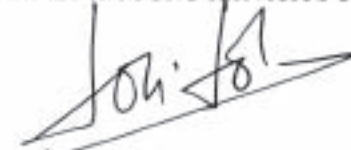
El alcance de nuestro trabajo ha consistido en la realización de los procedimientos específicos que se describen en este informe. De haberse aplicado procedimientos distintos a los indicados o haberse ampliado el tamaño de los muestreos analizados, se podrían haber puesto de manifiesto aspectos significativos adicionales a los contemplados en el presente informe.

Nuestra Independencia

Las políticas de independencia de Ernst & Young son de aplicación a la Firma, socios y sus profesionales. Estas políticas prohíben cualquier interés financiero en nuestros clientes que pudieran comprometer nuestra independencia. Cada año, los socios y el personal son requeridos para confirmar el cumplimiento de las políticas de la Firma.

Por otra parte, como auditores de las cuentas anuales de Telefónica, S.A. la prestación de nuestros servicios ha sido aprobada por la Comisión de Auditoría y Control para garantizar nuestra independencia, tal como establecen los procedimientos del Grupo y que se describen en el capítulo de Gobierno Corporativo del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa.

ERNST & YOUNG SERVICIOS CORPORATIVOS, S.L.



José Luis Solís Céspedes
Socio

Madrid, 15 de mayo de 2006

Acerca del Informe

Departamentos que han colaborado en la elaboración del informe completo.

01 Gobierno Corporativo

Secretaría General / Auditoría Interna

02 Identidad

Comunicación (Marca, Reputación y RSC) / Secretaría General / Recursos Humanos / Patrocinios / Auditoría Interna

03 Motor de progreso

Finanzas (Consolidación, Control de Gestión) / Fiscal / Regulación / Innovación / Telefónica I+D / Relaciones Institucionales / Sistemas de Información / Relaciones con Inversores

04 Clientes

Desarrollo Comercial Corporativo / Áreas de calidad, marketing y atención al cliente de las principales líneas de negocio (Telefónica de España, Telefónica Móviles, Telefónica Latinoamérica) / Asesoría Jurídica / Comunicación / Seguridad

05 Accionistas

Oficina del Accionista / Relaciones con Inversores / Secretaría General

06 Empleados

Recursos Humanos Corporativos / Recursos Humanos de las principales líneas de negocio (Telefónica de España, Telefónica Móviles, Telefónica Latinoamérica, TPI, Terra, Atento, *tgestion*) / Comunicación / Seguridad / Fundación Telefónica / ATAM / Fonditel

07 Sociedad

Principales líneas de negocio (Telefónica de España, Telefónica Latinoamérica, Telefónica Móviles) / Relaciones Institucionales / Regulación / Reputación y Responsabilidad Social Corporativa / Fundación Telefónica / ATAM / Patrocinios

08 Medio Ambiente

Auditoría Interna / Reputación y Responsabilidad Social Corporativa / Áreas de Medio Ambiente de las principales líneas de negocio (Telefónica de España, Telefónica Móviles, Telefónica Latinoamérica)

09 Proveedores

Compras / Auditoría Interna / Reputación y Responsabilidad Corporativa

10 Medios

Comunicación

Acerca del Informe

Reputación y Responsabilidad Corporativa

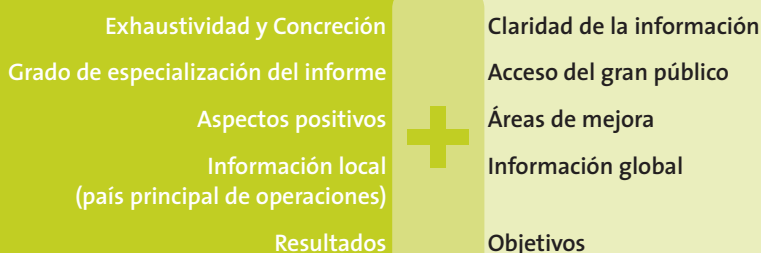
Verificación independiente

Ernst & Young

Coordinación

Reputación, Marca y Responsabilidad Corporativa (D.G. Comunicación)

De acuerdo con los grupos de interés, los informes de RC deben alcanzar el equilibrio entre...



Diálogo con los grupos de interés

En marzo de 2006, Telefónica convocó dos paneles integrados por expertos en responsabilidad corporativa representativos de los diversos grupos de interés de Telefónica con el objetivo de conocer su opinión en relación al "Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2004", y recoger sus sugerencias y comentarios.

En el diálogo participaron más de 40 personas expertas en responsabilidad corporativa, y que forman parte de casi treinta organizaciones e instituciones relevantes dentro de los grupos de interés de Telefónica en España. En el Informe de Responsabilidad Corporativa se incluye el detalle acerca de las recomendaciones de los grupos de interés sobre el Informe, así como las mejoras introducidas por Telefónica en 2005.

Principios de reporte

En la elaboración de su informe de Responsabilidad Corporativa 2005, Telefónica ha aplicado los principios propuestos por el GRI a la hora de tomar decisiones acerca de los contenidos y la estructura del informe.

Nota sobre la verificación independiente:

Telefónica encargó a Ernst & Young (como entidad independiente) la verificación del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005. En este informe ejecutivo se transcribe literalmente el Informe de Verificación (no incluyendo las tablas GRI), que se refiere al Informe de RC en su versión completa y no a este Resumen Ejecutivo. Tanto el Informe de RC completo como el Informe de Verificación de Ernst & Young se incluyen en el CD adjunto.

Perímetro del Informe

Desde la publicación de su primer informe de responsabilidad corporativa en 2002, Telefónica ha tenido siempre la intención de presentarse ante sus grupos de interés como una empresa multinacional. Ésta es la razón por la que, desde ese primer informe, siempre se hayan incluido datos de sus operaciones fuera de España.

En la elaboración del informe de Responsabilidad Corporativa 2005 se incluye el desempeño de las operadoras de telefonía fija y móvil en España y América Latina sobre las que Telefónica tiene control. Este criterio ha sido tomado sobre la aplicación de los principios de relevancia del impacto de las empresas y sobre el grado de control existente en las mismas.

Con el ánimo de fomentar la máxima transparencia, Telefónica expone en este capítulo la manera en que se consolida la información de los diferentes capítulos y aspectos incluidos en el informe, en la cadena de suministro.