



7

Compromiso con
la sociedad_



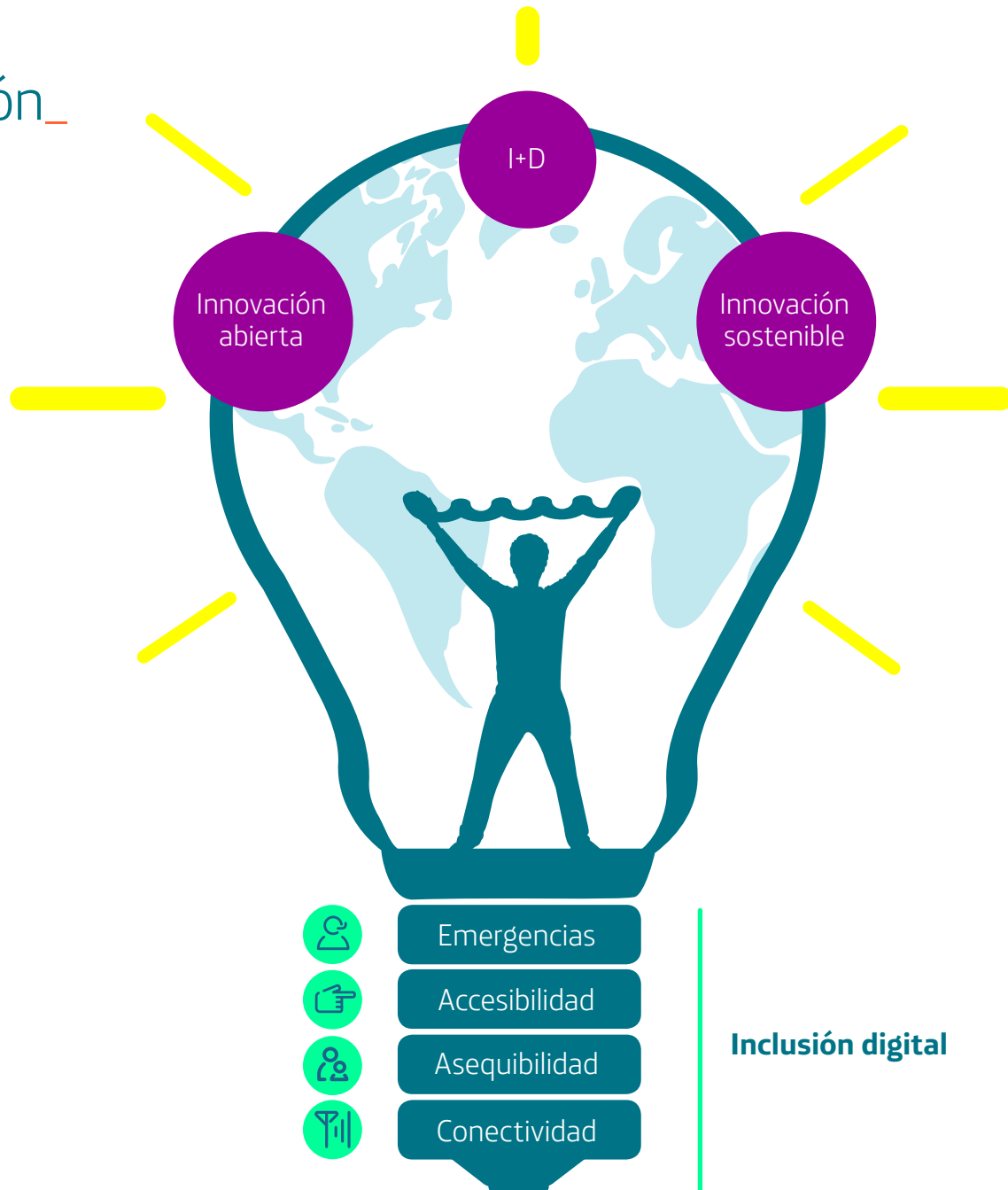
Inclusión digital e innovación

Las nuevas tecnologías digitales son en la actualidad el principal motor de transformación social y económica. Esta premisa es la base sobre la que construimos nuestra visión de Compañía: queremos garantizar el acceso a la vida digital, con la mejor tecnología y sin dejar a nadie atrás.

La conectividad es un aliado para reducir la brecha digital, y es que, gracias a nuestra infraestructura de redes fijas y móviles y a los servicios que desarrollamos sobre ella, ayudamos a progresar a las comunidades en las que operamos.

Para avanzar hacia esta visión, en Telefónica trabajamos en dos frentes fundamentales:

- 1) Asegurar el acceso a la tecnología mediante la inclusión digital, es decir, mediante el despliegue de Red y una oferta accesible y asequible para todos los segmentos de la población.
- 2) Desarrollar servicios innovadores que aporten valor a esa conectividad. Los desarrollamos gracias a la innovación: Big Data, Internet de las cosas (IoT), eSalud, Educación digital, eFinanzas.





Inclusión digital

CONECTIVIDAD Y DESPLIEGUE DE RED

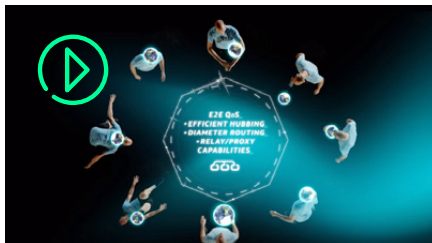
En la última década hemos contribuido de forma sustancial a mejorar el acceso, la capacidad y la calidad de la conexión a Internet gracias a nuestra inversión en infraestructuras para asegurar que cada día más hogares tienen la oportunidad de acceder a los beneficios de la economía digital.

Así, solo en Latinoamérica hemos invertido 130.000 millones de euros en los últimos 25 años, gracias a los cuales en la actualidad prácticamente en todos los hogares tienen acceso a la telefonía y, cada vez más, acceso a Internet de banda ancha, tanto fija como móvil.

Durante 2015 invertimos 9.578 millones de euros a nivel global, lo que supone un incremento del 10% respecto al año pasado y un 20% de los ingresos anuales de nuestra Compañía.

MÁS INFORMACIÓN

Vea el vídeo *Telefonica LTE - Freestyle Football*.



BUENAS PRÁCTICAS

MEJORA DE LA RED 3G EN BRASIL

En los nueve primeros meses de 2015, desde Telefonía Vivo Brasil invertimos aproximadamente 1.619 millones de euros en la mejora de la Red 3G del país y en la activación del servicio 4G en 11 ciudades y en 5 estados más (Ceará, Minas Gerais, Paraíba, Pernambuco y Río de Janeiro). De esta forma, nuestros clientes de Vivo pueden utilizar esta tecnología en 183 municipios, alcanzando a más de 88,7 millones de personas.

MAPA DE COBERTURA MÓVIL 3G/4G SUPERIOR AL 80% DE LA POBLACIÓN EN LOS PAÍSES DONDE TIENE PRESENCIA TELEFÓNICA

Diciembre 2015

- ▶ Cobertura superior al 80%
- ▶ Cobertura inferior al 80%
- ▶ Telefonía no está presente



Cobertura >90% en Alemania, Brasil, Chile, España, Guatemala, Reino Unido y Uruguay



Cobertura >60% en Alemania, Argentina, Chile, España y Reino Unido

Nota: La cobertura en Ecuador es del 79%. La cobertura en El Salvador es del 72%. Fuente: GSMA Intelligence.



El esfuerzo inversor en redes móviles de alta velocidad se ve reflejado en el significativo incremento, durante 2015, del porcentaje de población de los países en los que estamos presentes cubierto con tecnología 3G y 4G:



Gracias a nuestra inversión en infraestructuras de Red, durante el año 2015 logramos un gran avance en cuanto a la penetración de los

servicios de Internet de alta velocidad, tanto con tecnologías fijas como móviles. Los accesos móviles alcanzaron los 247 millones, de los cuales 113 millones correspondieron a smartphones, lo que supone 1,4 veces más que en 2014. Los clientes de LTE se multiplicaron por tres en 2015, alcanzando los 30 millones de clientes. Adicionalmente, contamos con 21 millones de accesos de Banda Ancha Fija. De ellos, 13 millones están en Latinoamérica, casi un 50% de nuestros clientes de telefonía fija en la región. Destaca, además, la progresiva mejora de la calidad del servicio. Así, por ejemplo, en Chile o Perú, un 77% y un 73% de la planta de banda ancha, respectivamente, tienen velocidades superiores a los 4 Mb.

Tenemos 6 millones de accesos de fibra (un 30% más respecto a 2014). Destaca el crecimiento en España, que alcanza los 2,2 millones de clientes de fibra, y de Brasil, donde el 53% de la planta de banda ancha minorista es fibra.

BUENAS PRÁCTICAS

DESPLIEGUE DE RED 3G EN PERÚ

En 2015, a través de Telefónica del Perú desplegamos Red de alta velocidad y 3G hasta Moyobamba y Rioja, en la región San Martín. Con ello, hemos beneficiado a más de 350.000 habitantes, que ahora tendrán un mejor acceso a comunicación y salud, más turismo y oportunidades de negocio a través de la fibra óptica. Esta obra está incluida en el plan de inversiones que hemos anunciado en el periodo 2014-2016 para el Perú y que destina unos 1.639 millones de euros al desarrollo de proyectos de infraestructura de telecomunicaciones.

PRESTACIONES AL SERVICIO UNIVERSAL

Millones de euros	2015
España ⁽¹⁾	17.535.260
Argentina	141.895.234
Brasil ⁽²⁾	84.641.020
Perú ⁽³⁾	23.024.171
Colombia	50.291.295
Venezuela	2.352.881
Ecuador	4.507.146

(1) Se ha realizado un recálculo del Coste Neto del Servicio Universal de 2014 para contemplar las últimas resoluciones de CNMC recibidas.

(2) Dato de 2014.

(3) Incluye servicios de Telefónica Multimedia S.A.C., TIWS Y Media Network S.A.C.

Servicio universal

El servicio universal es un fondo de inversión pública, financiado con impuestos especiales a las operadoras de telecomunicaciones, que tiene el objetivo de garantizar a toda la población la conectividad con una calidad mínima y a unos precios asequibles.

En la actualidad, aportamos fondos de servicio universal en Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, España, Perú y Venezuela, donde se encuentra bajo el control y seguimiento de los organismos públicos designados a tal fin por cada país.



SERVICIO ASEQUIBLE

Somos conscientes de que es importante que los servicios que ofrecemos sean asequibles para toda la población. En especial en Latinoamérica, para los hogares con pocos recursos, el precio puede suponer una barrera insalvable para acceder a los servicios de telecomunicaciones.

En la última década se ha producido una significativa caída de los precios del sector,

especialmente en Latinoamérica. En el mercado móvil, la competencia, la innovación tecnológica y comercial y la inversión privada han permitido que millones de personas accedan a los servicios de telecomunicaciones.

El servicio de prepago móvil, la oferta diferenciada de banda ancha y los paquetes de servicios son herramientas clave para incrementar la penetración en los sectores de la población de menores ingresos.

Otro punto relevante que influye, de forma determinante, en la asequibilidad de los servicios son los teléfonos inteligentes. Este tipo de dispositivos son clave para acceder a Internet ya que su precio es significativamente menor al de otros terminales y tienen una difusión cada vez más alta en la región.

Así, los smartphones son una herramienta clave para la reducción de la brecha de demanda en los sectores económicamente más vulnerables. Además, estos teléfonos inteligentes no requieren de unas habilidades significativas para su utilización, lo que a su vez permite resolver ciertas barreras en la falta de alfabetización digital. Actualmente, un 48,5% de nuestros clientes móviles tienen un smartphone, siendo un 37,5% de ellos prepago.

Oferta diferenciada y adaptada

Al igual que los productos de prepago han sido fundamentales para universalizar el acceso a los servicios móviles, una oferta diferenciada y adaptada a las necesidades de cada cliente fomenta la masificación del acceso a Internet. En este sentido, dentro de los límites de la regulación, trabajamos para diseñar una oferta adaptada a las necesidades y capacidad de pago de cada uno de nuestros clientes.

Estamos convencidos de que es posible ofrecerle a cada cliente, de forma transparente, lo que demanda. Así, activando el paquete de servicios que quieran, a través del terminal inteligente que elijan y adaptándose a la capacidad de pago de la que disponen, los clientes pueden disfrutar de una oferta diferenciada y adaptada a sus necesidades.

En aquellos países que tienen amplios sectores de la población con ingresos relativamente bajos, la existencia de planes diferenciados permite que los clientes cuenten con acceso a Internet en su móvil prepago a un precio ajustado a su capacidad adquisitiva.

Solo en Latinoamérica contamos con más de 130 millones de clientes prepago móvil.

Indicadores de inclusión digital	Dic. 2014	Dic. 2015
Penetración de smartphones	33,6%	48,5%
Prepago	22,4%	37,5%
Contrato	59,2%	71,0%
Smartphones LTE (millones)	9.830,7	29.708,2
Penetración LTE	4,1%	12,5%

130 MILLONES DE clientes de prepago móvil en Latinoamérica

El 37,5% de nuestros clientes con smartphone son de prepago

BUENAS PRÁCTICAS

TARIFA PREPAGO SOCIAL

En Telefónica del Perú, contamos con más de 760.000 clientes con acceso a la tarifa de prepago social, hasta un 50% más económica, y que beneficia a los receptores de los programas sociales del Estado y a funcionarios públicos que trabajan en zonas rurales.



ACCESIBILIDAD

Nuestra estrategia como Compañía accesible se desarrolla principalmente sobre dos vertientes:

- ▶ La primera se dirige a nuestros clientes y a la sociedad donde operamos, y se funda sobre el convencimiento de que el acceso al mundo digital es clave para mejorar la vida de las personas y lo puede ser aún más para un amplio segmento de la población mundial; en concreto, el colectivo que representa las personas con discapacidad y sus familias.
- ▶ La segunda vertiente, enfocada hacia el interior de la organización, se dirige a los empleados de la Compañía y a las instalaciones en las cuales nuestros colaboradores desempeñan su trabajo. Garantizar un entorno laboral accesible y ofrecer igualdad de oportunidades para todos los colectivos es un objetivo indispensable para el cumplimiento de nuestra estrategia.

Diseño Para Todos

Con el objetivo de que todos nuestros productos y servicios sean accesibles para cualquier cliente, trabajamos teniendo en cuenta los atributos del 'Diseño para Todos' desde el estado más inicial del desarrollo, la fase de diseño.

El 'Diseño para todos' es un concepto integrado en toda nuestra cadena de valor, mediante acciones tanto formativas como de prueba y desarrollo, en las que contamos con expertos en materia de accesibilidad, con el fin de integrar este concepto en todo lo que hacemos.

La colaboración con asociaciones referentes nos ayuda a entender las necesidades de los colectivos de personas con discapacidad y a transmitir estas necesidades internamente para que todas las áreas de la Compañía incorporen en su desempeño diario los criterios de accesibilidad que permiten a Telefónica transformarse en una Telco Digital accesible.

PROCESO DE DISEÑO PARA TODOS



BUENAS PRÁCTICAS

ATENCIÓN A CLIENTES CON DISCAPACIDAD EN CHILE

Durante 2015, desde Telefónica Chile implementamos un ambicioso plan para mejorar la experiencia de atención de nuestros clientes con discapacidad. El punto de partida fue el diálogo directo con los diferentes colectivos afectados, lo que nos permitió definir los aspectos que más valoran estos clientes cuando acuden a un servicio de atención. En base a esto, se lanzó un piloto en dos tiendas para ampliar la atención física, visual y auditiva, registrándose excelentes resultados. Así, se ha extendido la experiencia a 6 sucursales, focalizándonos inicialmente en aquellas regiones donde se concentra el mayor porcentaje de personas con alguna discapacidad. Además, nuestro foco de trabajo se ha ampliado a los distintos frentes de la atención: sucursales y tiendas, web, call centers, capacitación y comunicación.



BUENAS PRÁCTICAS

MOVISTAR + ACCESIBLE

En España, la estrecha colaboración con asociaciones como ONCE, CNSE, FIAPAS, CERMI o el Real Patronato sobre la Discapacidad nos permitió comprobar la viabilidad del piloto que hemos lanzado con Whatscine y Movistar +, gracias al cual las personas con discapacidad audiovisual pueden acceder a contenidos accesibles de nuestra plataforma de vídeo, a través de la app de Whatscine.

De esta forma, las películas pueden seguirse gracias a subtítulos, lengua de signos o por medio de audiodescripción utilizando un smartphone o tableta, todo ello sin interferir en las experiencias de usuario de las personas que les rodean.

HITOS 2015

▶ Desarrollamos el **Proyecto de Accesibilidad Multicanal**, con el objetivo de mejorar la experiencia de nuestros clientes, incorporando nuevos criterios de accesibilidad a través de todos nuestros canales: tiendas, canal online y call center. En este sentido, nuestra web cuenta con la certificación AA establecida por el W3C (Consorcio de la World Wide Web). Además, desde diciembre de 2014, nuestras campañas publicitarias de Movistar en España son accesibles para cualquier colectivo.

▶ **ATAM:** Se trata de una iniciativa de apoyo a personas con discapacidad participada por Telefónica y más de 52.000 familias de entre los trabajadores activos y desvinculados. Considerada una entidad de Utilidad Pública, este sistema privado de protección social llegó a más de 17.000 usuarios a través de sus programas de apoyo psicosocial a familias, prevención de la salud, programas de ayudas económicas, integración laboral e innovación.

LAS COMUNICACIONES EN SITUACIONES DE EMERGENCIA

Las tecnologías de la información y la comunicación han permitido mejorar sustancialmente la gestión de situaciones de emergencia. Contar con tecnología punta, segura y eficiente permite optimizar la coordinación de las acciones de rescate y logística, actuar en tiempo real y hacer frente de forma más eficiente a los retos de seguridad que se presentan después de una catástrofe.

Más allá de la conectividad, nuevos servicios digitales basados en el análisis de Big Data o Internet de las Cosas tienen un gran potencial para mejorar la gestión de diferentes situaciones de emergencia, desde la adaptación al cambio climático a crisis migratorias o pandemias.

En Telefónica somos plenamente conscientes de la importancia de nuestras redes y del potencial de los servicios innovadores que ofrecemos para abordar de forma más eficiente los crecientes retos sociales y medioambientales.

En caso de desastres, la respuesta es prioritariamente responsabilidad de los gobiernos. Por ello, impulsamos la colaboración con estos y las organizaciones humanitarias para fortalecer las estrategias

de respuesta. Nuestra política de actuación en estos casos se focaliza en la organización y ejecución de un despliegue puntual de tecnología de telecomunicaciones que ayude y soporte los esfuerzos de preparación y respuesta a los desastres naturales y emergencias.

Proporcionamos el canal de alerta temprana, facilitamos la coordinación de la respuesta de los equipos de emergencia y la coordinación logística y soportamos las comunicaciones vitales entre y hacia las personas afectadas.

Algunas de las iniciativas que hemos llevado a cabo han sido:

- ▶ **España:** Acuerdo con la Unidad Militar de Emergencias (UME).
- ▶ **Brasil:** Acuerdo con el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación y el Centro Nacional de Monitoreo y Alertas de Desastres Naturales (Cemaden).

Por otro lado, a principios de 2016 firmamos durante el [Mobile World Congress el Humanitarian Connectivity Charter, impulsado por el GSMA](#). Este documento busca mejorar la coordinación entre las operadoras de redes móviles antes, durante y después de un desastre.



Nuestra Política de Actuación

La clave para una respuesta rápida y eficaz de los equipos de emergencia ante situaciones catastróficas es la buena gestión de las redes y servicios de telecomunicaciones. Además de establecer los Planes de Continuidad, necesarios para garantizar la prestación normal de servicios a clientes, en todos los países donde operamos, incluimos acciones concretas para completar la ayuda humanitaria:

- ▶ Preparamos simulacros con el objetivo de construir, mejorar y mantener actualizados los procesos, planes de acción, capacidades y prioridades en respuesta conjunta.
- ▶ Establecemos un código básico de ayuda humanitaria en coordinación con los reguladores nacionales para ordenar la participación de las empresas públicas y privadas.

- ▶ Soportamos el acceso a nuestros servicios móviles durante la emergencia, proporcionando acceso simplificado y gratuito a las comunicaciones vitales hasta el punto de reactivar servicios suspendidos o dados de baja.
- ▶ Solucionamos el déficit de infraestructuras de comunicaciones a través de nuestros servicios satélite. Complementamos así el resto de soluciones, ya sea como única posibilidad de comunicación o como soluciones de *backup* 100% diversificadas. Además, podemos ofrecerlo de forma global, independientemente de la geografía, las distancias a nodos o a las centrales, y desplegarlo rápidamente.



MÁS INFORMACIÓN

Consulte la sección 'Telco Accesible' en nuestra web corporativa.

- ▶ Participamos activamente en la Asociación GSMA –organización de operadoras móviles y compañías relacionadas, dedicada al apoyo de la normalización, la implementación y la promoción del sistema de telefonía móvil GSM– con la organización de un grupo de trabajo específico para la 'Respuesta ante Desastres Naturales y de Emergencia'.

BUENAS PRÁCTICAS

FENÓMENO 'EL NIÑO' EN PERÚ

En 2015, desde Telefónica del Perú presentamos ante el Ministerio de Transportes y Comunicaciones un Plan de Continuidad de Negocio (PCN), al que se han destinado 10 millones de soles, teniendo en cuenta todas las áreas claves que podrían sufrir un impacto del Fenómeno el Niño en el país, basado en las políticas globales de Continuidad de Negocio de Telefónica y los procesos de mejora en cuanto a la disponibilidad de los servicios y procesos críticos, y un plan de acción ante cualquier incidencia, anticipándonos a las necesidades de comunicación de nuestros clientes ante esta emergencia.

RETOS 2016

- ▶ Reforzar nuestro compromiso con la inclusión digital, focalizando nuestra inversión en mejorar el acceso a servicios de Internet de alta velocidad y en adaptar la oferta a las necesidades de nuestros clientes.
- ▶ Ampliar la cobertura de LTE en España por encima del 85% (frente al 75% a diciembre de 2015).
- ▶ Ampliar la cobertura de LTE en Brasil hasta el 60% (frente al 46,6% a diciembre de 2015), alcanzando 352 ciudades.
- ▶ Mejorar la accesibilidad de nuestros canales de atención, tanto presenciales como virtuales.
- ▶ Ampliar el alcance de los servicios accesibles de Movistar +.
- ▶ Profundizar en la implementación del 'Diseño para Todos' en todas las áreas de la Compañía.





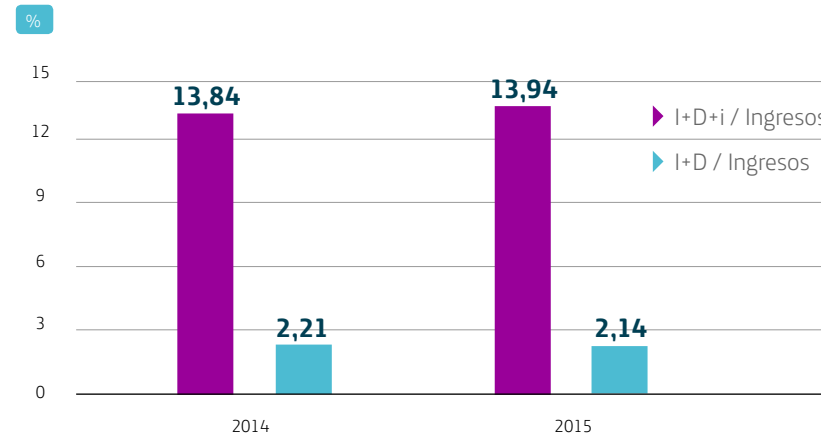
Innovación

Nos comprometemos con la innovación tecnológica como herramienta fundamental para ser uno de los principales agentes en el nuevo universo digital, con capacidad para ayudar a crear un mundo más sostenible y consiguiendo a su vez ventajas competitivas y productos diferenciadores. Mediante la introducción de nuevas tecnologías y el desarrollo de soluciones y procesos de negocio, perseguimos convertirnos en un Grupo más efectivo, eficiente y orientado al cliente.

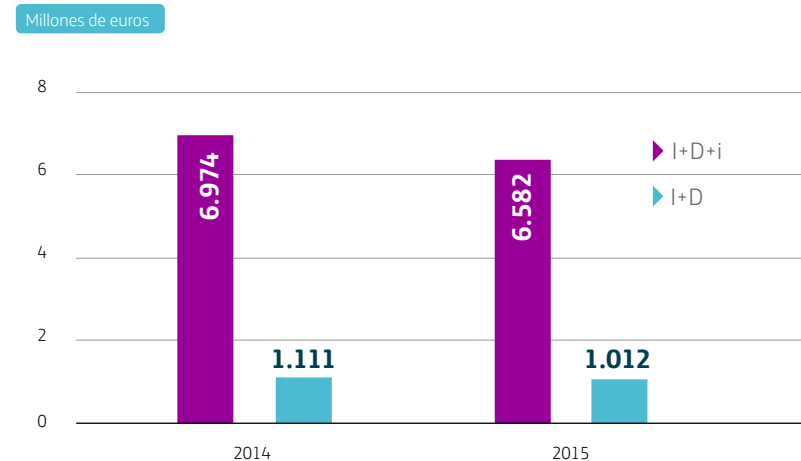
Para ello, basamos nuestra estrategia de innovación en el equilibrio entre: promover nuestras propias capacidades internas de investigación y desarrollo, impulsar la creación de ecosistemas abiertos de innovación y desarrollar servicios sostenibles que generen un impacto positivo en el progreso económico, social y tecnológico de las regiones en las que operamos.

El gasto total en I+D ha sido de 1.012 millones de euros. Cabe destacar que, según el informe *2015 EU Industrial R&D Investment Scoreboard* de la Comisión Europea, somos la cuarta telco mundial que más invierte en I+D y la segunda europea.

Inversión I+D+i / Ingresos



Inversión I+D+i



Nota: Las cifras de 2015 consolidan los resultados de GVT y DTS desde el 1 de mayo de 2015 y consideran, desde el primer trimestre de 2015, las operaciones de Telefónica Reino Unido como operación en discontinuación. Sin embargo, los resultados de 2014 no se han proformado y consideran la aportación de Telefónica Reino Unido y no incluyen GVT ni DTS. Por ello estas cifras no son comparables.

LA I+D EN TELEFÓNICA

Apostar por la innovación es la llave para un negocio responsable y sostenible, ya que permite ponernos en el lugar de nuestros clientes y responder a sus necesidades. Gracias a la investigación y desarrollo de soluciones y tecnologías buscamos dar a nuestros clientes el control de sus vidas digitales.

Una de las principales herramientas de gestión de nuestra innovación interna se articula a través de los centros de excelencia tecnológica. Cinco de ellos están situados en España: Barcelona, Granada, Huesca, Madrid y Valladolid. También existen centros en Estados Unidos, Israel, Brasil y Chile.

El gasto total en I+D ha sido de



1.012 MILLONES DE EUROS



Contamos además con un laboratorio de Experiencia de Usuario, gracias al cual Telefónica puede conocer y entender al cliente, así como trabajar en el diseño de nuevos productos y servicios.

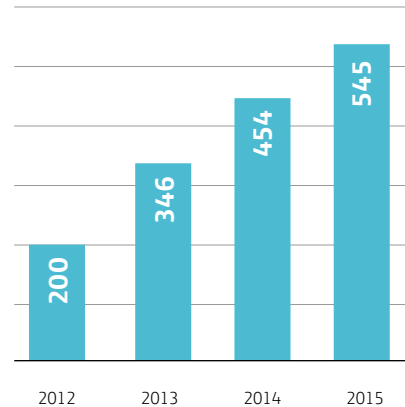
Durante 2015 se ha continuado la implantación de la metodología de innovación interna, denominada Lean Elephants, que ya está siendo reconocida como una de las referencias internacionales en esta materia. Tanto es así, que la Universidad de Berkeley está escribiendo un caso de negocio basándose en ella.

Asimismo, colaboramos con otras operadoras e instituciones europeas. Más de 50 universidades y centros de investigación españoles y extranjeros nos han ayudado a crear una de las redes de innovación más relevantes en el sector de las nuevas tecnologías.

Como resultado de este trabajo, durante 2015 hemos presentado 23 nuevas solicitudes de patentes y modelos de utilidad a través de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM), alcanzando la cifra de 545 concedidas.

Respecto a las principales áreas de investigación e innovación, durante este año se han enfocado principalmente en tres pilares: Big Data, Internet de las Cosas, Innovación en la Red y transparencia.

Evolución de porfolio de patentes concedidas



Big Data

Buscamos estudiar y analizar datos anónimos como herramienta para conocer mejor a nuestros clientes y, con ello, poder mejorar los productos y servicios que ofrecemos. Como muestra de la importancia de esta gestión responsable, durante 2015 se ha creado el área de Chief Data Office, encargada de la estrategia global de Telefónica en materia de Big Data.

Algunos ejemplos de aplicaciones desarrolladas en esta materia han sido Smart Tourism, que permite analizar el comportamiento de los turistas, facilitando el diseño de estrategias para aumentar la captación de clientes, ubicar negocios y elaborar una oferta más atractiva y focalizada; o Drivies, una aplicación que analiza patrones de conducción de los usuarios,

permitiendo a las aseguradoras establecer el coste en función de la conducción real del usuario. De esta manera la prima que paga el conductor se puede determinar en función de la conducción real y no, como hasta ahora, de factores puramente estadísticos. La aplicación tiene un carácter social, puesto que incentiva al usuario a mejorar su conducción. De hecho, el 55% de los conductores mejoraron a los tres meses de usarla.

Además, durante 2015, continuaron las actividades del Data Transparency Lab, que pueden consultarse en el capítulo de **Confianza Digital** de este Informe.

Internet de las Cosas (IoT)

Durante 2015 hemos puesto foco en impulsar el desarrollo del Internet de las Cosas como herramienta clave para mejorar la conectividad y desarrollo de las ciudades (Smart Cities), en este campo hemos diseñado una solución tecnológica avanzada para la gestión integral de ciudades y municipios, convirtiéndolas en urbes inteligentes y conectadas. Nuestra plataforma para Smart City se basa en la tecnología FIWARE desarrollada en el proyecto promovido por la Unión Europea denominado PPP Future of Internet, para aumentar la productividad agrícola o gestionar de forma más eficiente el consumo energético.



MÁS INFORMACIÓN

Consulte la sección 'Big Data' en nuestra web corporativa.

BUENAS PRÁCTICAS

MOBILE CONNECT

A finales de 2015 se ha producido el lanzamiento en los primeros países de **Mobile Connect**, la solución de identificación para servicios de Internet, que patrocina la GSMA. En vez de tener que recordar una infinidad de nombres de usuario y contraseñas, esta solución permite usar nuestro número de teléfono como identificador y una clave única que el usuario introduce en su teléfono. Cabe destacar que en su desarrollo inicial en Telefónica I+D se utilizaron metodologías Lean Startup en el seno de una actividad de estandarización, hecho singular y pionero en el mundo.

MÁS INFORMACIÓN

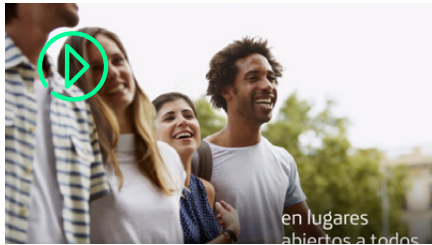
Vea el vídeo *Telefónica galardonada con un Glomo Award por la solución Mobile Connect.*





MÁS INFORMACIÓN

Vea el vídeo *Telefónica es una 'Onlife Telco'. Elige una ciudad llena de posibilidades.*



Durante este año, hay que destacar, además, la inauguración oficial del centro de Telefónica I+D Chile, centrado en la investigación y desarrollo de proyectos de Internet de las Cosas aplicados a la agricultura, a la minería y a los entornos urbanos.

Innovación en redes de comunicaciones

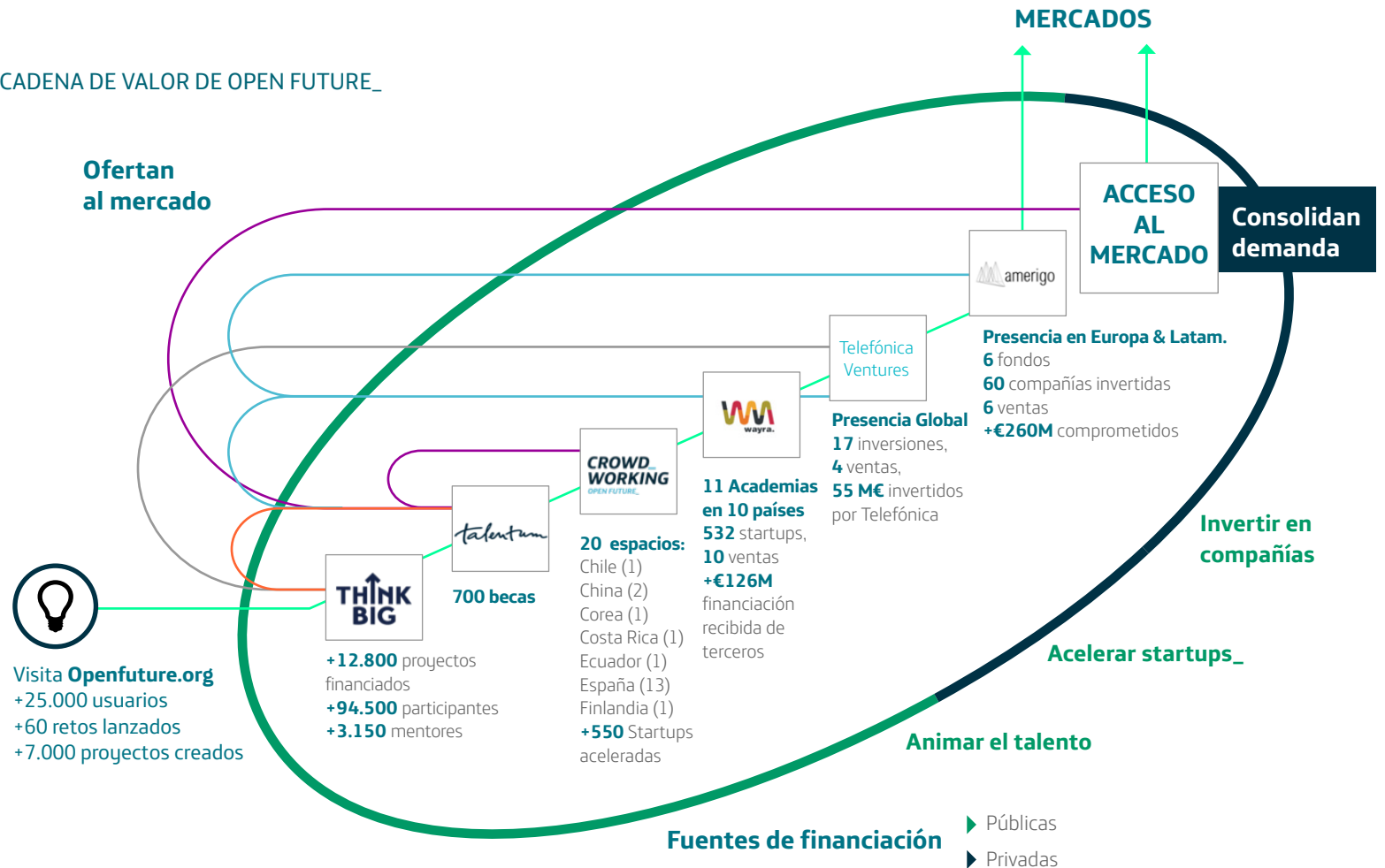
Como complemento a la innovación en servicios, también nos centramos en la innovación y mejora de nuestras redes de comunicaciones. Así, por ejemplo, trabajamos en campos como la virtualización de los elementos de Red (NFV) o las redes basadas en software (SDN), iniciativa que además impulsamos dentro del programa de la Unión Europea PPP 5G.

También hemos participado en el desarrollo y estandarización de las futuras redes 5G. En esta línea, junto a IMDEA Networks hemos creado 5TONIC, el primer laboratorio de excelencia 5G de España, con el objetivo de fomentar un ecosistema abierto de innovación e investigación donde la industria y el mundo académico trabajen juntos para impulsar el desarrollo de las tecnologías 5G y de su entorno de emprendimiento.

INNOVACIÓN ABIERTA: OPEN FUTURE_

Telefónica Open Future es la plataforma global de Telefónica que agrupa todas nuestras actividades, iniciativas y proyectos en el campo de la innovación abierta.

CADENA DE VALOR DE OPEN FUTURE_





A través de herramientas como Think Big, Talentum, los espacios de Crowdfunding, Wayra, Telefónica Ventures, los fondos de capital riesgo de Américo y CIP, se invierte en personas, ideas y proyectos viables basados en tecnología, en cualquier fase de crecimiento, de forma abierta y en conexión con organizaciones públicas y privadas.

Nuestro carácter transformador y abierto es una de las principales características de Telefónica Open Future, cuyas iniciativas cuentan con la colaboración y participación de organizaciones públicas y privadas, universidades, coinversores y otros protagonistas del sector de las telecomunicaciones y otras industrias.

Con un equipo humano de 60 empleados, una Red global de 120 colaboradores y más de 7.000 emprendedores, hemos ayudado a acelerar más de 850 startups e invertido en más de 600. Tenemos presencia directa en 16 países en Latinoamérica, Europa y Asia.

En Telefónica Open Future hemos finalizado el año 2015 como uno de los principales inversores en el ámbito español de innovación abierta y nos hemos posicionado en inversión de Venture Capital como uno de los principales fondos de Europa y Latinoamérica. Además hemos contribuido a crear más de 10.000 puestos de trabajo.

BUENAS PRÁCTICAS

QUANTENNA

Esta startup de Telefónica Ventures ha sido uno de los éxitos de 2015. Actualmente ofrecemos el *chipset* Quantenna en servicios de entretenimiento de banda ancha de próxima generación (IPTV) y las cajas de redes domésticas inalámbricas para la transmisión de vídeo de alta definición en países como Brasil o España.

Hemos impulsado la participación en diferentes startups, lo que nos permite conseguir rotación de las mismas. Así, durante 2015, destacaron algunas salidas como Marfeel, IAMAT y TRUSTEV de Wayra y BOX de Telefónica Ventures.

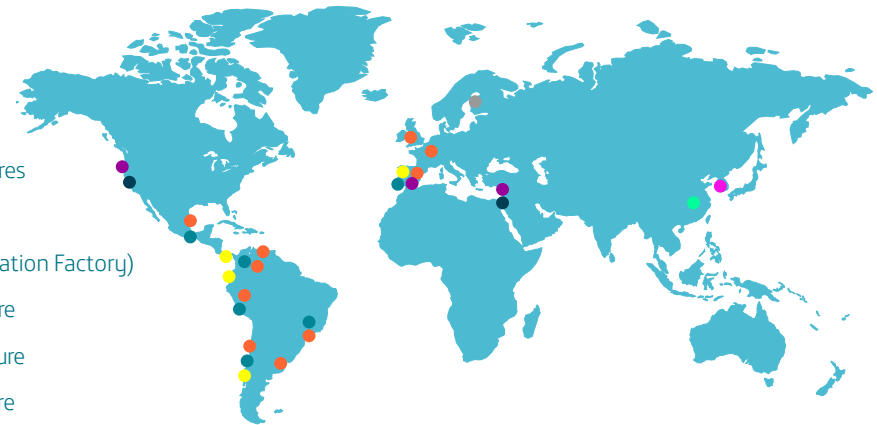
Asimismo, algunas nuevas startups de Américo están escalando con expectativas muy prometedoras, como son los casos de Job & Talent (23M€), Carto DB (21M€), la transferencia Peer (18M€), Packlink (12M€

TELEFÓNICA OPEN FUTURE_ ES UNA RED DE INNOVACIÓN ABIERTA ÚNICA

Fomentamos el talento a nivel mundial transformando ideas innovadoras en empresas de éxito

Iniciativas del programa

- ▶ Crowdforkings
- ▶ Wayra
- ▶ Telefónica Ventures
- ▶ Américo
- ▶ CIP (Open Innovation Factory)
- ▶ China Open Future
- ▶ Finland Open Future
- ▶ Korea Open Future



de retorno), Inbenta (10M€ de retorno), Tadó (45M€ de retorno) y Wallapop (38M€), con unas valoraciones que se acercan a los 150M€ en algunos casos.

Desde Telefónica Open Future generamos beneficios en todos los aspectos de la sociedad.

De acuerdo con el último informe de la Plataforma Europea de startups, en España hemos invertido en casi un tercio de las nuevas empresas y muchos otros están en nuestro flujo de operaciones.





INNOVACIÓN SOSTENIBLE

Durante el año 2015, no solo hemos mantenido nuestro compromiso con la sostenibilidad, sino que hemos seguido impulsando los valores de innovación sostenible en todos los ámbitos de la Compañía, de forma que sea una constante a lo largo del ciclo de vida de las soluciones que ofrecemos.

Para ello, definimos como innovación sostenible aquella innovación cuyo objetivo principal es abordar un reto social o medioambiental, tanto interno a nuestra empresa como externo, generando a su vez valor o, lo que es lo mismo, crear soluciones que, además de crear valor económico, tengan un impacto positivo en la sociedad y el planeta.

Durante 2015 hemos promovido el desarrollo de nuevas iniciativas de innovación sostenible desde las plataformas de Telefónica Open Future, como la primera convocatoria de 'Innovación Sostenible', cuyo objetivo ha sido detectar ideas y proyectos con fuerte impacto social o medioambiental. Del mismo modo, nuestras unidades de investigación y desarrollo han continuado con los trabajos de análisis del potencial que tienen nuestras tecnologías para generar un beneficio social, como el Big Data Social (Big Data for Social Good) o la investigación en soluciones de agricultura.

Aunque la innovación sostenible es considerada un principio transversal dentro de la empresa, y se encuentra integrada dentro de nuestros procesos internos, se han definido una serie de categorías de servicios y soluciones que destacan por el valor que aportan a la sociedad y el impacto positivo que generan, y donde hemos puesto especial énfasis durante este año:

CATEGORÍAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SOSTENIBLES

 <p>SALUD – EHEALTH</p>	 <p>SERVICIOS FINANCIEROS</p>	 <p>MEDIO AMBIENTE Y SOCIEDADES INTELIGENTES</p>
 <p>DIVERSIDAD SOCIOCULTURAL</p>	 <p>SEGURIDAD</p>	 <p>EDUCACIÓN DIGITAL</p>

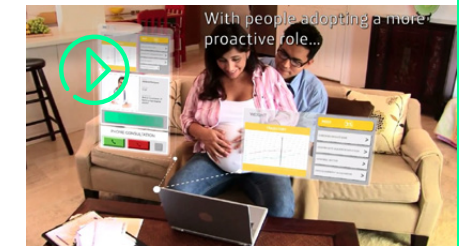


Salud – eHealth:

Las soluciones de eHealth son la herramienta clave para poder afrontar los grandes desafíos derivados de los cambios demográficos, sociales y económicos a los que se enfrenta la sociedad. Por ello apostamos durante el año 2015 por el desarrollo de servicios innovadores en las áreas de la Salud y la Teleasistencia.

MÁS INFORMACIÓN

Vea el vídeo *Telefónica eHealth*.



Servicios como Saluspot han superado los 200.000 clientes en Latinoamérica, permitiendo a sus usuarios resolver dudas relacionadas con la salud y formular preguntas a través del móvil a una comunidad de miles de profesionales de la salud colegiados.

Otros proyectos como Valcronic o iCOR, destinados a pacientes crónicos o con insuficiencia cardiaca, han demostrado una mejora en la atención de estas personas, en las que más de un 80% de los pacientes atendidos expresaron su preferencia respecto a un seguimiento tradicional, además de reducirse en un 30% los ingresos urgentes hospitalarios por estas causas.



MÁS INFORMACIÓN

Consulte la sección 'Innovación sostenible' en nuestra web corporativa.



Servicios financieros:

En los países en vías de desarrollo, los indicadores de inclusión financiera muestran un desfase significativo respecto al resto. Según el Banco Mundial, en Latinoamérica, el 51% de la población dispone de una cuenta bancaria frente a ratios superiores al 95% en los países desarrollados.

Apostamos por impulsar en especial aquellos segmentos más desfavorecidos, colaborando estrechamente con gobiernos e instituciones financieras, y desarrollando ecosistemas que permitan a toda la población el acceso a los servicios financieros. En concreto, hemos lanzado en Brasil la venta de los lectores de **tarjetas iZettle**, unos dispositivos con los que podrán realizar pagos mediante tarjeta de crédito o de débito a través del smartphone o de la tableta. Esta iniciativa ofrece a nuestros clientes la posibilidad de acceder al ecosistema financiero para poder realizar operaciones bancarias cotidianas.



Medio ambiente y Sociedades Inteligentes (Smart Societies):

Dentro de las soluciones denominadas 'Sociedades Inteligentes', cuyo objetivo es promover la sostenibilidad ambiental a través de la gestión y desarrollo de soluciones '**Green TIC**' destacan proyectos como Smart Patrimonio, que pretende transformar el actual modelo de gestión centrado

en la restauración correctiva de los bienes hacia una conservación preventiva más eficiente y sostenible. Una solución dirigida a preservar tanto los lugares históricos como los bienes que estos albergan (escultura, pinturas, mobiliario).



Educación:

Durante 2015, hemos dado un nuevo impulso a **Telefónica Educación Digital**, con una nueva orientación estratégica que nos ha llevado a su expansión en Brasil, Chile, Colombia y Perú. En la actualidad cuenta con más de 300 clientes distribuidos en Europa, EE.UU. y Latinoamérica y da formación a 4 millones de alumnos en distintas plataformas; asimismo, dispone de una factoría de contenidos con más de 40.000 horas al año de producción.

Desde Telefónica Educación Digital impulsamos la educación del futuro a través de distintas plataformas de aprendizaje, entre las que se encuentra MiriadaX, primera plataforma iberoamericana de cursos MOOC, que cuenta con 2.089.986 estudiantes y dispone de una biblioteca con 404 cursos procedentes de 77 universidades e instituciones iberoamericanas. Con el fin de liderar las experiencias más innovadoras y disruptivas en esta área, somos miembros fundadores de primer Comité Mundial de Expertos MOOC, asociación público-privada con base en Washington.



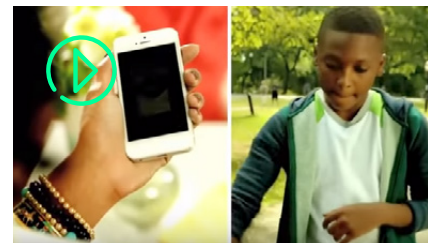
Seguridad:

Por una parte, ofrecemos servicios y productos a través de Eleven Paths, entre los que destacamos durante 2015, Tacyt, un ecosistema de ciberinteligencia móvil que supervisa, almacena, analiza, correlaciona y clasifica millones de apps móviles. Entre sus ventajas destacan la capacidad de detectar las amenazas contra la marca de una empresa y la posibilidad de prevenir fraudes contra clientes o empleados, además de identificar el *modus operandi* que está detrás de los malware.

Además, hemos puesto en marcha proyectos como FILIP, el nuevo teléfono *wearable* con localizador para niños. Un dispositivo diseñado para que lo lleven niños de 4 a 10 años y que dispone de llamadas restringidas, localizador, aviso de zona de seguridad y llamada de emergencia.

MÁS INFORMACIÓN

Vea el vídeo 'Movistar comercializa en España FILIP, el primer reloj inteligente para niños de entre 4 y 11 años'.



Diversidad sociocultural:

Dentro de esta categoría se engloban proyectos que mejoran la accesibilidad física al entorno, así como la atención de colectivos con necesidades especiales.

A través de la entidad social sin ánimo de lucro ATAM y en colaboración con otras entidades y organizaciones, hemos colaborado con la solución VIVE Libre, una herramienta que permite dar apoyo a personas con necesidades especiales a través de una aplicación y un centro de atención especializado.

RETOS 2016

- ▶ Seguir liderando la inversión en I+D en España, como motor de creación de valor y progreso para el sector y la sociedad.
- ▶ Ser el inversor y acelerador de referencia en nuevas empresas tecnológicas en España y en Latinoamérica.
- ▶ Seguir potenciando los valores de innovación sostenible a lo largo del ciclo de vida de los procesos y soluciones que ofrecemos.
- ▶ En 2016 incluiremos métricas de medición del impacto social y medioambiental en servicios clave.



Acción social y cultural

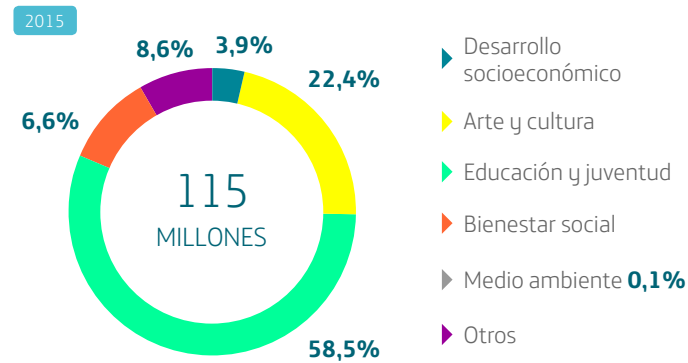
Desde Telefónica impulsamos la acción social y cultural en los países en los que estamos presentes, con el fin de mejorar la sociedad y la calidad de vida de las personas.

Durante 2015 destinamos 115 millones de euros a acciones sociales y culturales, según la metodología del estándar LBG. Esta cantidad supone un porcentaje sobre los ingresos del Grupo del 0,25%, similar a la del año anterior.

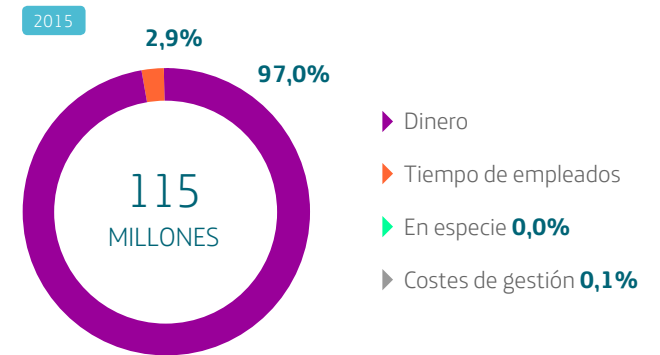
Un 97% de esta cifra ha sido aportación monetaria.

MÁS INFORMACIÓN
Consulte la sección 'Sociedad' en nuestra web corporativa.

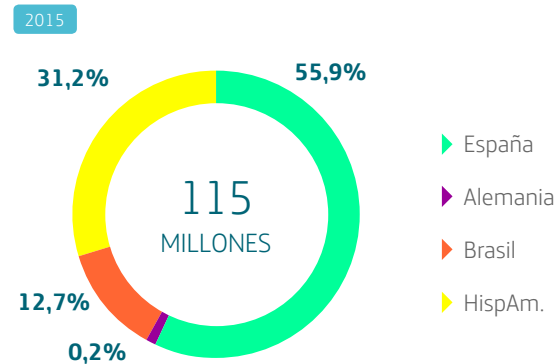
CONTRIBUCIÓN A ACCIONES SOCIALES Y CULTURALES⁽¹⁾



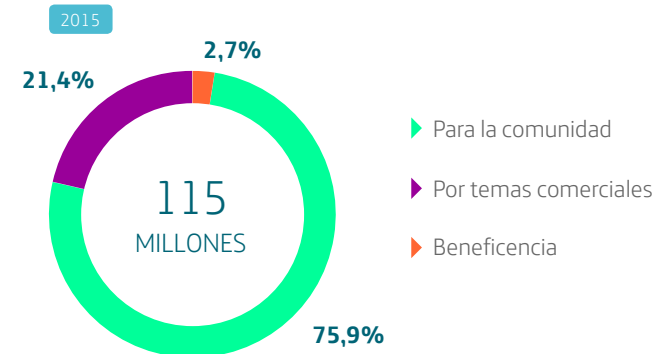
FORMA DE CONTRIBUCIÓN⁽¹⁾



CONTRIBUCIÓN POR ZONAS GEOGRÁFICAS⁽¹⁾



CONTRIBUCIÓN POR TIPO DE ACTIVIDAD⁽¹⁾



(1) Los datos procedentes de Fundación Telefónica y ATAM están pendientes de auditoría a la hora de cerrar este Informe.



BENEFICIARIOS

Más allá de las aportaciones económicas que hacemos a la acción social y cultural, nos preocupamos de los logros obtenidos con nuestra contribución. En este sentido, destacamos que en 2015 los programas de **Fundación Telefónica** han alcanzado directamente a más de tres millones de personas, de las que casi la mitad son niños.

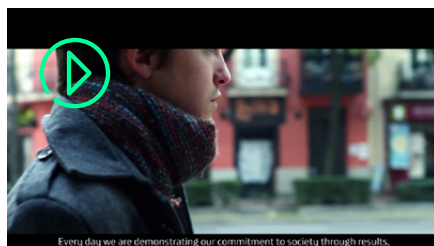
EDUCACIÓN

Desde Telefónica promovemos la educación como una herramienta para contribuir a la igualdad de oportunidades y fomentar la construcción de una nueva sociedad global e inclusiva. Por ello, articulamos nuestra actividad en esta materia enfocándonos en proyectos de impacto social, gracias a Fundación Telefónica, y soluciones de negocio, a través de la compañía **Telefónica Educación Digital**.

Nuestro compromiso se ve reflejado en cifras, por ello somos la tercera empresa del mundo en inversión educativa con una aportación anual de cerca de

MÁS INFORMACIÓN

Vea el vídeo *¿A qué se dedica la Fundación Telefónica?*.



130 millones de euros, según las estimaciones de **la Fundación Varkey y la UNESCO**.

El 65% de los actuales estudiantes de primaria trabajarán en profesiones que hoy aún no existen, en las que los conocimientos digitales tendrán un gran peso. Por ello, desde Fundación Telefónica, formamos a 64.832 profesores, lo que repercutió en la educación de 1.378.403 menores durante el pasado 2015.

Desarrollamos proyectos de acción social en torno a cinco problemáticas comunes a todos los países en los que trabajamos: la Brecha Digital, el Analfabetismo Funcional, la Falta de Valores y Competencias Personales, el Desempleo Juvenil y Modelos Educativos Obsoletos.

VOLUNTARIADO

En Telefónica ponemos el tiempo, el talento y la profesionalidad de nuestros empleados al servicio de las causas solidarias. Voluntarios Telefónica es hoy en día una de las más grandes iniciativas de voluntariado corporativo del mundo.

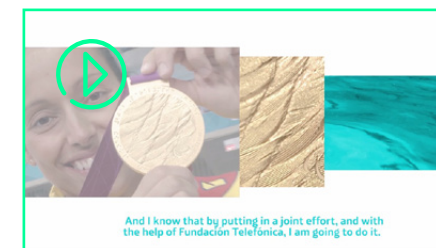
El Día Internacional del Voluntario Telefónica, celebrado el pasado 16 de octubre, es una iniciativa en la que miles de empleados de la Compañía en todo el mundo dedican la jornada a realizar diferentes actividades solidarias. En la edición de 2015 se implicaron cerca de 14.000 personas en las más de 500 actividades que Telefónica programó en 33 países de Europa, Asia y Latinoamérica. Este año, la fecha estuvo marcada por el debate y el apoyo a la llegada a Europa de los refugiados.

Así, se lanzó un doble reto solidario: conseguir 100 voluntarios para apoyar a este colectivo y 80 socios para colaborar con la Comisión Española de Ayuda al Refugiado (CEAR).

Además del Día Internacional del Voluntariado, nuestros empleados realizan otras actividades de voluntariado a lo largo del año, como las comidas solidarias, la campaña de recaudación de fondos para la lucha contra el cáncer, las lanzaderas de empleo en Fundación Telefónica, etc. Todas estas actividades pueden consultarse en **su web** y está abierta a propuestas de los propios empleados.

MÁS INFORMACIÓN

Vea el vídeo *Teresa Perales: objetivo Río 2016*.



	2015
Niñas y niños atendidos en trabajo infantil	71.555
Niñas y niños que reciben formación	280.659
Niñas y niños beneficiarios de las acciones de formación a docentes	1.101.953
Jóvenes que reciben formación	77.239
Otros jóvenes participando activamente en Think Big ⁽¹⁾	5.925
Profesores que han recibido formación de Fundación Telefónica	67.552
Voluntarios que participan en formación	9.076
Adultos que reciben formación (no docentes)	71.007
Asistentes a eventos (solo presencial)	132.491
Asistentes a exposiciones	1.325.849
TOTAL BENEFICIARIOS ⁽²⁾	3.154.635

(1) Think Big: programa de innovación y emprendimiento social dirigido a jóvenes de entre 15 y 25 años.

(2) Estos datos incluyen las actividades de Fundación en Reino Unido.

El total de empleados que participaron en 2015 en los programas de voluntariado de Telefónica fue de

27.110
PERSONAS