

2012

**Informe de Sostenibilidad  
Corporativa**

# El futuro es compromiso

*Telefonica*

---

# Índice

**1\_**  
**Carta del Presidente** 04

**2\_**  
**Acerca de este Informe**

- Principios para la elaboración del Informe 06
- Perímetro de consolidación de la información 08
- Estructura del Informe 10

**3\_**  
**Análisis de materialidad**

- Metodología de diálogo con los grupos de interés 12
- Matriz de materialidad 14

**4\_**  
**La Sostenibilidad, herramienta de creación de valor** 16

**5\_**  
**Dimensión económica**

- Telefónica como motor de progreso en las comunidades en que está presente 18
- Telefónica como inversor responsable 22
- Gestión de Riesgos 24
- Código ético de Telefónica: Principios de Actuación 26
- Gestión de las relaciones sostenibles con clientes 30
- Protección de datos y privacidad 34
- La privacidad como elemento clave en los negocios digitales 40
- Buen uso de Internet para la infancia 44
- La innovación en Telefónica 48
- 'Wayra', el fomento de las ideas 52
- Sostenibilidad de la cadena de suministro 54
- Programa 'Aliados': una colaboración sostenible 60
- Relaciones con los accionistas 64
- Cumplimiento normativo y competencia 66

**6\_**  
**Dimensión ambiental**

- Green TIC y medio ambiente 68
- Green TIC Global 70
- Green desde las TIC 74
- Green a través de las TIC 78
- Medio ambiente 82

**7\_**  
**Dimensión social**

- Nuestros profesionales: política laboral y plantilla 88
- Clima laboral, conciliación y compromiso 90
- Formación y gestión del talento 94
- Atracción y retención del talento 96
- Retribución justa y reconocimiento al trabajo 98
- Gestión de la diversidad 100
- Libertad de asociación y diálogo social 102
- Comunicación y transparencia con los empleados 104
- Seguridad, salud y bienestar en el trabajo 106
- Inclusión digital 110
- La innovación social ante la discapacidad 114
- Los 'Ability Awards' de Telefónica 116
- Integración social de personas con discapacidad: ATAM 118
- Acción social y voluntariado 120
- Fundación Telefónica 122
- Respuesta a situaciones de emergencia 124
- Impacto de los servicios de telecomunicaciones 126
- Stakeholder engagement 130

**8\_**  
**Impacto de la actividad de Telefónica en derechos humanos** 134

**9\_**  
**Indicadores Telefónica** 144

**10\_**  
**Tabla de hitos y retos** 146

**11\_**  
**Reconocimientos a la excelencia** 148

**12\_**  
**Referencias GRI** 150

**13\_**  
**Referencias al Pacto Mundial de Naciones Unidas** 162

**14\_**  
**Verificaciones y validaciones** 164

**15\_**  
**Glosario de términos** 168

# Nuestro compromiso con la Sostenibilidad

César Alierta Izuel | Presidente & CEO



Es un placer para mí dirigirme a ustedes y presentarles el undécimo Informe Anual de Sostenibilidad de Telefónica correspondiente al ejercicio de 2012, que publicamos como muestra de nuestro ineludible compromiso por la transparencia con todos nuestros grupos de interés, y con el objetivo de poner en valor la integridad y sostenibilidad de nuestra gestión.

En Telefónica vemos en la gestión sostenible el mejor modo de alcanzar nuestra visión de transformar posibilidades en realidad, con el fin de crear valor para empleados, clientes, accionistas, socios a nivel global y para toda la sociedad en general.

En definitiva, la sostenibilidad corporativa es una fuente clara de competitividad y progreso para nuestra Compañía. En la relación con los clientes, porque aumenta el valor de marca y diferencia a Telefónica. Con nuestros empleados, porque ayuda a fidelizarlos y ofrecerles un proyecto estable en nuestra Compañía. De cara a la sociedad, porque afianza nuestra legitimidad a la hora de ofrecer nuestros servicios digitales y permite el desarrollo sostenible de las comunidades en las que operamos.

En Telefónica participamos activamente en el debate para impulsar la sostenibilidad como parte de las agendas públicas a nivel internacional y regional. Es por esto que venimos publicando nuestro informe de acuerdo con los principios del Pacto Mundial y bajo estándares internacionales tales como *Global Reporting Initiative (GRI-G3.1)*, al igual que en años anteriores, nuestro Informe está verificado externamente bajo los criterios de la AA1000. Adicionalmente, nos hemos adherido a nuevas iniciativas como el *International Integrated Report* o la plataforma *Global Compact Lead*, un proyecto formado por cerca de 50 compañías multinacionales que buscan impulsar

la idea de la Sostenibilidad bajo el impulso de las Naciones Unidas.

En este informe, abordamos los importantes avances en sostenibilidad de nuestra Compañía en 2012, desde una triple perspectiva: económica, ambiental y social.

En la dimensión económica, entre los temas que se abordan, destacamos el avance realizado en metodología de identificación y cuantificación de riesgos reputacionales. En cuanto al ámbito de los Principios de Actuación del Grupo, hay que señalar cómo Telefónica sigue trabajando en la implantación y difusión del código ético, que es la base para la creación de una cultura corporativa apoyada en la transparencia y la integridad.

En cuanto a la protección de datos y privacidad, en 2012 la labor de la Compañía en este ámbito ha girado fundamentalmente en torno a cuatro pilares, la creación de un entorno seguro, la inclusión de la seguridad en los nuevos productos, el desarrollo de iniciativas relacionadas con el uso responsable de las TIC, y la colaboración con organismos internacionales.

En el terreno medioambiental, Telefónica basa su estrategia en la gestión de riesgos ambientales, la promoción de la eco-eficiencia interna y la búsqueda de oportunidades de negocio, a través de servicios TIC que fomenten una economía baja en carbono.

En concreto, en el año 2012 Telefónica se posicionó entre las cinco empresas de Telecomunicaciones líderes del mundo en el *Carbon Disclosure Project (CDP)*, el mayor índice de inversión en temas de energía y cambio climático a escala global. Además,

destacan los avances llevados a cabo en materia de eficiencia energética, que suponen un ahorro energético directo de 5 millones de euros. Adicionalmente, Telefónica estableció un nuevo objetivo de reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> por cliente, de un 30%, para el año 2020.

En el terreno social dentro del informe se abordan, entre otros, aspectos tales como el clima laboral, compromiso, seguridad y salud, diversidad, inclusión digital y proyectos sociales.

En esa ocasión quiero destacar alguno de nuestros proyectos de inclusión digital, como la iniciativa llevada a cabo en Perú para identificar las mejores iniciativas de inclusión en zonas rurales basadas en las TIC. También resulta destacable *Wanda*, la empresa creada junto a MasterCard para el desarrollo de pagos móviles en Latinoamérica para las personas con menos recursos que, disponiendo de un móvil, no tienen acceso a una cuenta bancaria. Por otra parte, se puso en marcha el proyecto *M-Inclusion*, cofinanciado por la Comisión Europea, para poner en marcha la primera Plataforma de Inclusión Social a través de soluciones móviles para Europa y Latinoamérica.

Durante 2012, hemos profundizado en la evaluación del impacto del Grupo en temas de derechos humanos. Relacionado con este último punto, se firmaron los Principios Rectores de Libertad de Expresión y Privacidad del Sector TIC y se desarrolló la Guía metodológica para identificación y evaluación de riesgos de trabajo infantil.

Una vez más quiero reiterar mi agradecimiento a todos los que cada día colaboran con nosotros, con el proyecto de Telefónica, porque entre todos conseguimos una empresa y una sociedad más sostenible.

# Principios para la elaboración del Informe

Telefónica presenta el Informe de Sostenibilidad Corporativa 2012, un documento que recoge los avances producidos durante el ejercicio en aspectos sociales, ambientales y de buen Gobierno.

Telefónica es uno de los operadores integrados de telecomunicaciones líder en el mundo en la provisión de soluciones de comunicación, información y entretenimiento, con presencia operativa en Europa y Latinoamérica. La Compañía está presente en 24 países y cuenta con una base de clientes que supera los 315 millones. Es una empresa constituida en España en 1924, totalmente privada y con más de 1,5 millones de accionistas directos. Telefónica cotiza en el mercado continuo en las bolsas españolas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia, así como en las de Londres, Nueva York, Lima y Buenos Aires. El Grupo ocupa en el mundo la octava posición en el sector de telecomunicaciones por capitalización bursátil, la primera como operador europeo integrado y la decimoquinta en el ranking Eurostoxx 50, que agrupa las mayores compañías de la zona Euro.

Telefónica dispone de uno de los perfiles más internacionales del sector al generar una cifra superior al 75% de su negocio fuera de su mercado doméstico. Movistar (para España y Latinoamérica, a excepción de Brasil), Vivo (en Brasil) y O2 (en Reino Unido, Irlanda, Alemania, República Checa y Eslovaquia) son las principales marcas bajo las que se articula su oferta comercial.

Este Informe cubre los avances producidos en materia social, medioambiental y de buen Gobierno durante el ejercicio 2012, así como los objetivos marcados para 2013. Para la recopilación de la información cualitativa y cuantitativa se han utilizado herramientas y desarrollos informáticos internos y externos, destacando eSIF para temas relacionados con recursos humanos y Credit 360 para los asuntos de clientes, comunidad y medio ambiente. Este

proceso ha permitido el autodiagnóstico y la verificación de cada dato desde su división de origen, así como seguir su trazabilidad, desviación y confianza a distintos niveles de agregación. Toda la información publicada ha pasado a su vez por dos procesos de chequeo y verificación tanto interna (Control de Gestión/CFO en algunos países y la Dirección de Medio Ambiente y Sostenibilidad corporativa), como externa (Ernst & Young, Aenor, LBG).

## Según los estándares GRI y APS

El Informe utiliza los principios de Global Reporting Initiative (GRI) y AA1000 (APS), los estándares más contrastados y utilizados en la elaboración de informes de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa. Se hace así para facilitar la comprensión, la comparabilidad y la máxima transparencia ante sus grupos de interés.

Este libro se ha elaborado bajo los principios generales G3.1 dictados por el Global Reporting Initiative (GRI). En este capítulo se expone cómo se han aplicado sus normas y se detallan las que determinan el contenido y la calidad, que garantizan una presentación equilibrada y razonable del desempeño de la organización. Todo este proceso se ha hecho teniendo en cuenta tanto la experiencia y el propósito de Telefónica, como la utilidad para sus grupos de interés. Asimismo, la verificación llevada a cabo por Ernst & Young se ha desarrollado bajo los principios definidos por la Norma AA1000AS (2008), unos valores que buscan "garantizar la calidad del Informe de Sostenibilidad de la organización y de los procesos, sistemas y competencias que sirven de base para su ejecución por parte de toda la organización".

## Según Global Reporting Initiative (GRI)

### En cuanto al contenido

→ **Materialidad.** La información contenida en el Informe cubre los aspectos e indicadores que reflejan los impactos significativos sociales, ambientales y económicos de Telefónica. También incluye los datos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de sus grupos de interés. Se tienen en cuenta tanto factores externos como internos.

→ **Inclusividad de los grupos de interés.** Telefónica ha identificado sus stakeholders y describe cómo responde a sus expectativas e intereses razonables.

→ **Contexto de Sostenibilidad.** La Compañía presenta su desempeño dentro del contexto más amplio de este término. Telefónica ofrece su entendimiento sobre el significado del desarrollo sostenible y lo incluye en los asuntos tratados en este Informe. Utiliza información disponible y objetiva así como las mediciones de desarrollo sostenible, las condiciones y objetivos, la relación con la estrategia de Telefónica, los riesgos y oportunidades a largo plazo, los debates con grupos de interés y el desempeño en los distintos contextos geográficos en los que está presente.

→ **Exhaustividad.** Los indicadores y aspectos materiales, así como la definición de la cobertura de este Informe resultan suficientes para reflejar los impactos sociales, económicos y ambientales significativos. Permiten también que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño del Grupo durante el ejercicio 2012.

### En cuanto a la calidad

→ **Equilibrio.** El Informe refleja los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para permitir una valoración razonable del desempeño general.

→ **Comparabilidad.** El Informe y la información que contiene puede compararse con carácter anual a través de gráficos y tablas indicando, cuando procede, las variaciones significativas

de perímetro y cobertura que se han producido. Asimismo, ATLAS RC favorece la comparabilidad de los indicadores considerados más relevantes en la gestión de la Responsabilidad Corporativa en Telefónica.

→ **Precisión.** La información que contiene este Informe es precisa y suficientemente detallada en datos, fuentes, técnicas de medición, bases de cálculo, hipótesis y estimaciones, como para que los diferentes grupos de interés puedan valorar el desempeño de Telefónica. Los datos publicados están contrastados con un informe independiente de Ernst & Young.

→ **Periodicidad.** Este Informe se presenta siguiendo un calendario periódico para que los grupos de interés puedan tomar decisiones con la información adecuada.

→ **Claridad.** La información se expone de una manera comprensible y accesible para los grupos de interés de Telefónica.

→ **Fiabilidad y verificación.** La información y los procedimientos seguidos en la preparación de este Informe han sido recopilados, registrados, compilados, analizados y presentados a examen externo.

## Según AA1000 (APS)

→ **Inclusividad.** Se refiere a la participación de los grupos de interés en el desarrollo y logro de una respuesta responsable y estratégica hacia la Sostenibilidad.

→ **Relevancia.** A través de ella, Telefónica ha determinado la importancia de temas para los grupos de interés.

→ **Capacidad de respuesta.** Es la reacción de Telefónica a las demandas de sus grupos de interés, traducido en los hitos y retos de la Compañía en términos de Sostenibilidad.

Este Informe ha sido elaborado por el equipo de la Dirección de Reputación y Sostenibilidad Corporativas de Telefónica, S.A. bajo la dirección de Silvia Guzmán Araña.

### Para más información sobre este Informe:

- [responsabilidadcorporativa@telefonica.es](mailto:responsabilidadcorporativa@telefonica.es)
- [www.rcysostenibilidad.telefonica.com/es](http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/es)
- [www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blogs](http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blogs)
- [www.youtube.com/rcysostenibilidad](http://www.youtube.com/rcysostenibilidad)
- [www.twitter.com/rcysost](http://www.twitter.com/rcysost)
- [www.facebook.com/rcysostenibilidad](http://www.facebook.com/rcysostenibilidad)

### Si prefiere dirigirse a nosotros por correo postal:

Reputación y Sostenibilidad Corporativas Telefónica, S.A.  
Distrito Telefónica. Ronda de la Comunicación S/N  
Edificio Oeste 2. Planta 1. 28050 Madrid

# Perímetro de consolidación de la información

Los datos que aparecen en este Informe, de periodicidad anual, recogen los hechos y políticas más relevantes del año 2012 en cuanto a Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa en Telefónica, S.A.

Para elaborar esta publicación, Telefónica cuenta con un sistema online para la coordinación y consolidación de la información recibida de cada país para cada uno de los indicadores cualitativos y cuantitativos. Este mecanismo permite analizar cada uno de los países en los que la Compañía opera de manera comparable, ponderada y medible y usar esos datos como herramienta de gestión.

El Informe Anual de Sostenibilidad describe claramente el alcance de las operaciones del Grupo. Además de esta publicación, Telefónica edita también informes de Sostenibilidad locales de Telefónica en Alemania, Reino Unido, República Checa, Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, México, Panamá, Perú y Venezuela. Están en <http://Atlas.telefonica.com>.

En 2012 se ha asentado la estructura de Telefónica, S.A. iniciada a finales de 2011, que divide la Compañía, básicamente, en cuatro grandes áreas operativas: Telefónica Europa, Telefónica Latinoamérica, Telefónica Digital y Telefónica Digital Services. Por ello, la información sobre el negocio de prestaciones de servicios de telecomunicaciones se presenta en dos grandes regiones: Telefónica Europa (España, Reino Unido, Alemania, Irlanda, República Checa y Eslovaquia) y Telefónica Latinoamérica (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela). Para mantener el criterio de transparencia y comparabilidad con el año anterior en todos los proyectos e indicadores, se ha reagrupado la información referente al año anterior de Telefónica España y Telefónica Europa, que el año pasado fueron presentadas como dos unidades de negocio separadas. Toda la información referente a Telefónica Europa incluye la de Telefónica España. El origen de la información que se presenta es el siguiente:

→ **Gobierno Corporativo y accionistas.** Procede de las mismas fuentes que elaboran la información que se incluye en el Informe Anual de Gobierno Corporativo 2012.

→ **Información económica y financiera.** Proviene de las mismas fuentes que elaboran la información que se incluye en el Informe Financiero 2012, auditado por Ernst & Young.

→ **Innovación.** Se consolida a través del área corporativa de Innovación de Telefónica Digital, en colaboración con Telefónica I+D y Telefónica Global. Las fuentes de los datos de estos capítulos proceden de los sistemas de compras y son consolidados sin aplicar ningún criterio de proporcionalidad.

→ **Clientes.** Procede de los sistemas de control de calidad de Telefónica y de los de operaciones de Telefónica Latinoamérica y Telefónica Europa. El número de accesos totales de la Compañía no tiene por qué coincidir con la suma parcial de los mismos, país a país, ya que, con criterios de homogeneización, el área de Control de Gestión corporativa estandariza algunos criterios de contabilización de accesos. El criterio de estandarización se expresa en el capítulo correspondiente.

→ **Empleados.** La cifra procede de los sistemas de gestión de recursos humanos. En este Informe se utiliza el concepto de personas en lugar del de empleado, término que se suele utilizar en los informes financieros. En los casos en los que la información se presenta consolidada, se utiliza la cifra de empleados como factor de proporcionalidad.

→ **Medio ambiente y cambio climático.** La información llega de las áreas de Medio Ambiente y Operaciones de cada país a través de cuestionarios online y otros soportes informáticos. Los datos se consolidan por suma simple y, en el caso de cambio climático, se tienen en cuenta los factores de emisión del GHG Protocol.

→ **Proveedores.** Proviene del sistema de adjudicación de contratos a través de las áreas de compras. La consolidación de la información se realiza sin aplicar ningún criterio como factor de

## Perímetro de consolidación Informe Sostenibilidad 2012

	Telefónica Europa	Telefónica Latinoamérica	Telefónica Digital	Telefónica Global Services	Atento Venezuela <sup>(*)</sup>	Resto de Atento <sup>(*)</sup>	Otras filiales	Centros corporativos
<b>Dimensión económica</b>								
Telefónica como motor de progreso	●	●	●	●	●	●	●	●
Telefónica como inversor responsable							●	
Gestión de Riesgos	●	●	●	●				●
Código ético de Telefónica	●	●	●	●	●	●	●	●
Gestión de relaciones sostenibles con clientes	●	●	●	●				
Protección de datos y privacidad	●	●	●	●				
Buen uso de Internet para la infancia	●	●	●	●			●	●
La innovación en Telefónica	●	●	●	●	●	●	●	
Sostenibilidad de la cadena de suministro	●	●	●	●	●	●	●	●
Relaciones con los accionistas								●
Cumplimiento normativo y competencia	●	●	●	●	●	●	●	●
<b>Dimensión ambiental</b>								
Green TIC Global	●	●	●	●				●
Green desde las TIC	●	●	●	●				●
Green a través de las TIC	●	●	●	●			●	●
Medio ambiente	●	●	●	●			●	●
<b>Dimensión social</b>								
Nuestros profesionales	●	●	●	●	●		●	●
Inclusión digital	●	●	●	●				
Respuesta a situaciones de emergencia	●	●	●	●				
Acción social y voluntariado	●	●	●	●	●		●	●
Impacto de los servicios de telecomunicaciones	●	●	●	●			●	●
Stakeholder engagement	●	●	●	●				●

<sup>(\*)</sup> El Grupo Atento fue vendido por Telefónica en diciembre de 2012, con la excepción de Atento Venezuela.

proporcionalidad y se presenta desglosada por países o líneas de negocio. El capítulo destinado a ellos incluye todo el perímetro económico del Grupo Telefónica. Es importante destacar la diferencia entre los datos de "aprovisionamientos" en las cuentas consolidadas de los estados financieros (de acuerdo al criterio de devengo y el perímetro de consolidación contable de Telefónica, S.A.) y el criterio de "compras adjudicadas" utilizado en distintos apartados de este Informe y que se refiere a las compras que son aprobadas en el periodo, independientemente de su criterio de contabilización y periodificación como gasto.

→ **Inclusión digital.** La información llega de los sistemas de control de calidad, operaciones y regulación de Telefónica Latinoamérica, Telefónica Europa, Telefónica Digital y Fundación Telefónica.

→ **Acción social.** Los datos proceden de los sistemas de control de gestión y comités de patrocinios de Fundación Telefónica, ATAM y Telefónica, S.A. y se integra bajo verificación LBG en soporte informático conjunto. Al cierre de este Informe, los datos de Fundación Telefónica no

han concluido su proceso de auditoría por lo que se presentan como provisionales.

→ **Tipos de cambio.** Toda la información de este Informe se presenta en euros corrientes, salvo indicación contraria. Los tipos de cambio son los medios anuales de cada periodo.

### Excepciones al perímetro

No se incluyen los datos de algunas operadoras cuando el porcentaje de la Compañía en ellas es muy inferior al 50%.

→ **China Unicom:** Telefónica tiene una participación estratégica del 5,01%.

→ **Telecom Italia:** Telefónica tiene una participación estratégica del 10,50%.

De acuerdo al criterio de impacto relativo, las unidades de Atento, Telefónica de Contenidos y otras de escaso volumen de actividad no se incluyen, salvo en los casos en que se indica específicamente en la tabla adjunta.

# Estructura del Informe\_

Al igual que en los ejercicios anteriores, Telefónica presenta su Informe de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa 2012 construido sobre los pilares de credibilidad, rigor y transparencia.

En las páginas de este Informe, Telefónica incorpora las mejoras y avances realizados en materia de Sostenibilidad, seguimiento de indicadores y valoración del cumplimiento de los objetivos y retos. El Informe recoge además los compromisos asumidos por la Compañía para los próximos años.

Este documento presenta, en primer lugar, el **análisis de materialidad** basado en las recomendaciones de la norma AA1000 para identificar los aspectos más relevantes para la Sostenibilidad de Telefónica, así como el **posicionamiento estratégico** de la Compañía en esta materia y su estructura organizativa global.

A continuación, se presenta la información desde la perspectiva de la **triple cuenta de resultados** (económicos, ambientales y sociales). En todos ellos, se aportan indicadores e Informes de gestión de los avances más significativos producidos en la Compañía. Para ordenar las distintas categorías y subcategorías, se ha tenido en cuenta la clasificación estándar de Robeco SAM para el índice mundial Dow Jones Sustainability Index (DJSI) del sector de los servicios de telecomunicaciones. La intención última: proporcionar al lector una comparación de los impactos fácil y práctica.

Para una rápida representación cuantitativa de la evolución de los aspectos materiales, se ofrece una **tabla con los datos correspondientes a los indicadores básicos (KPIs)** en los últimos tres años, atendiendo a los principios de transparencia y comparabilidad.

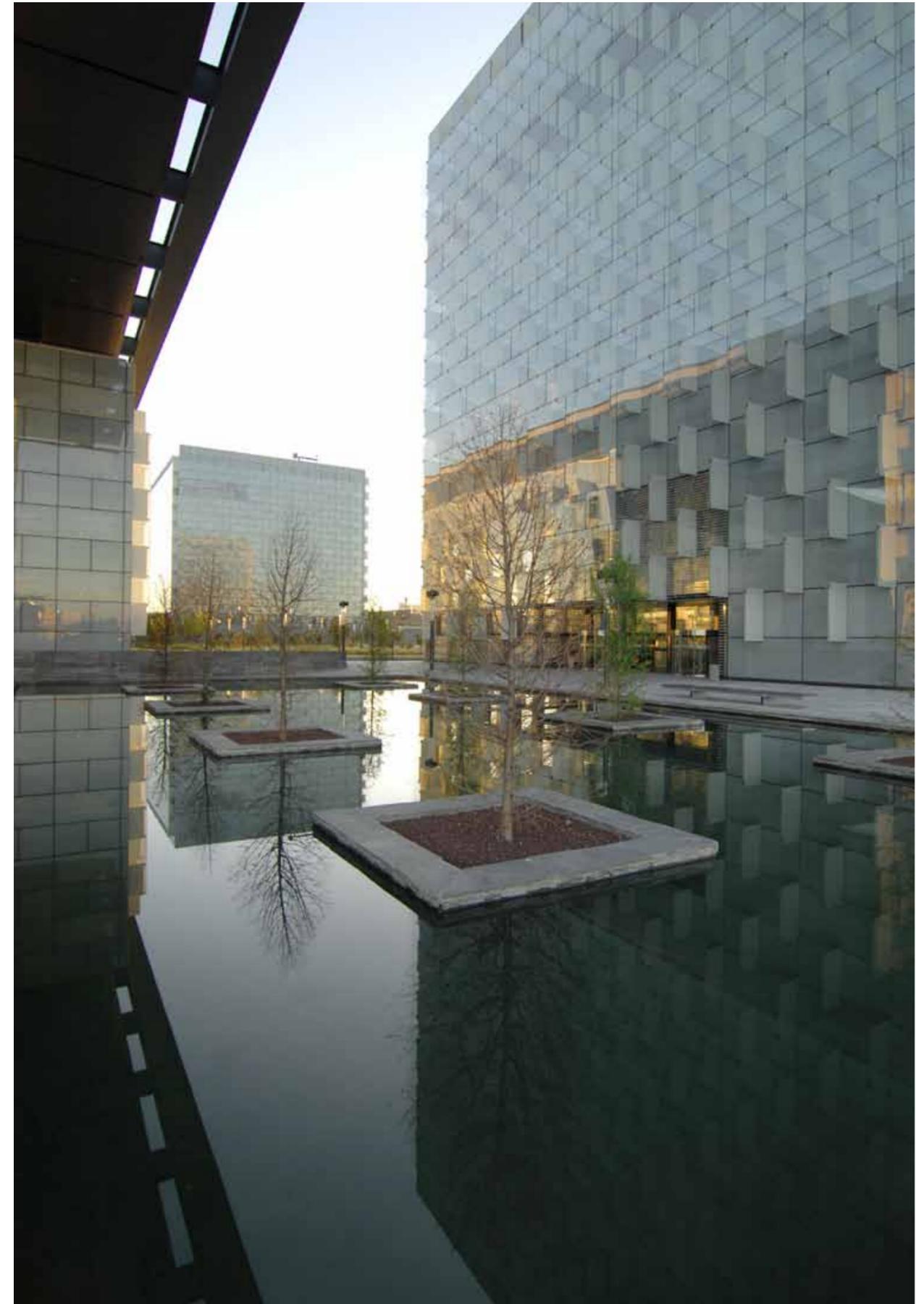
Posteriormente, se indica la correspondencia de cada proyecto con los **Principios del Pacto Mundial**, de los que Telefónica es signataria. Se pretende mantener un criterio general, global e intersectorial que permita al lector la comparabilidad, mejore la transparencia de las acciones realizadas y refleje los avances en la gestión, siguiendo el espíritu de Naciones Unidas, institución precursora de esas buenas normas.

El análisis de todos los impactos se fundamenta en los principios de inclusividad, materialidad y respuesta (principios del estándar AA1000), así como en la guía de elaboración de Informes de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.1, que se adjunta en este Informe y refiere a las respuestas ofrecidas en los distintos capítulos que conforman el Informe.

Asimismo, se adjuntan las cartas de verificación externa de la información ofrecida a lo largo de todo el Informe.

El documento final ofrece un compendio de las políticas y acciones de Telefónica en defensa de los derechos humanos.

Para profundizar en los asuntos de Gobierno Corporativo y del comportamiento financiero de Telefónica, este documento se refiere en ocasiones al Informe de Gobierno Corporativo 2012 e Informe Financiero 2012, que el lector puede consultar en <http://informeannual2012.telefonica.com/informe-financiero.html> y <http://informeannual2012.telefonica.com/informe-gobierno-corporativo.html>, respectivamente.



# Metodología de diálogo con los grupos de interés

Conocer los temas que más preocupan a los stakeholders de Telefónica es la base sobre la que se asientan los proyectos de Sostenibilidad de la Compañía.

Para Telefónica resulta imprescindible el diálogo continuado con sus grupos de interés para identificar y mitigar riesgos, pensar y desarrollar nuevas oportunidades de negocio y ayudar así a generar un valor sostenible. El resultado de estas relaciones a largo plazo, que se han establecido bajo los criterios de transparencia y responsabilidad, es una de las bases utilizadas para el análisis de materialidad que aparece en este Informe de Sostenibilidad Corporativa 2012.

Entre los grupos de interés se encuentran todas aquellas personas, asociaciones e instituciones que afectan a la actividad de Telefónica o son afectadas por la misma. Entre ellos se distinguen: clientes, empleados, inversores y proveedores, así como las distintas organizaciones sectoriales, gubernamentales y no gubernamentales con las que la Compañía mantiene una estrecha colaboración para el desarrollo de las comunidades en las que opera.

En el capítulo *Stakeholder engagement* se puede encontrar información más detallada acerca de cómo Telefónica concreta las acciones de diálogo habitual con sus grupos de interés.

## Sobre los aspectos materiales para públicos expertos

En enero de 2012 se realizó una encuesta online a públicos expertos sobre los asuntos de materialidad de Telefónica en *Diario Responsable*. Durante tres semanas estuvo a disposición de los lectores y se enlazó en todos los canales de comunicación y redes sociales de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa de Telefónica en los distintos países en los que opera para conocer, desde la perspectiva de dichos públicos expertos, las valoraciones y posibles mejoras en los indicadores de materialidad para los Informes de Sostenibilidad de la Compañía.

La encuesta fue cumplimentada por 334 expertos, de los que el 32% fueron profesionales del campo de la Sostenibilidad y la RSC; el 22% de la enseñanza; el 21% de la comunicación y, finalmente, un 12% del Tercer Sector (ONGs). Del total de esas 334 personas, el 58% contestó desde España, el 27% desde Latinoamérica y el resto, desde otros países europeos.

Las conclusiones que emanaron de este estudio son que los indicadores presentados como base para realizar la matriz de materialidad de Telefónica están en clara sintonía con la escala de relevancia dada por los expertos consultados, y que la gran mayoría de los temas que se tratan son considerados, en un alto porcentaje, como muy o bastante importantes.

Los indicadores más destacados por los expertos fueron, por este orden: protección de menores, transparencia en tarifas, privacidad y *Green TIC*. Por contra, los que generaron menos consenso fueron los relativos a campos electromagnéticos y marketing responsable.

Por lo que respecta a las respuestas no sugeridas sobre los temas de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa asociados a Telefónica, los más destacados fueron: transparencia, aspectos vinculados a las políticas de empleo de la Compañía y otros relacionados con la atención al cliente.

La transparencia se ha vinculado en las respuestas sobre todo en cuanto a la retribución de los Consejeros y Directivos de la Compañía. Sobre este tema, Telefónica ofrece una completa información en el Informe de Gobierno Corporativo y el Informe sobre la Política de Retribuciones del Consejo de Administración de Telefónica.

Grupos de interés identificados	Principales herramientas de diálogo	Algunos ejemplos
<b>Cientes</b>	Los canales de comunicación que Telefónica establece en el momento de la venta y de los servicios de atención al cliente, seguimiento de la satisfacción, SDC, así como de las direcciones de marketing y estudios de mercado, foros de debate y áreas de encuentro para conocer la experiencia de consumo de los productos y servicios de la Compañía en materias de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa.	<a href="http://info.telefonica.es/es/servicio_defensa_cliente/html/">http://info.telefonica.es/es/servicio_defensa_cliente/html/</a> <a href="http://www.telefonica.com.br/residencial/atencaoacliente/faleconosco/ombudman/">http://www.telefonica.com.br/residencial/atencaoacliente/faleconosco/ombudman/</a> <a href="http://forum.o2.co.uk/">http://forum.o2.co.uk/</a> <a href="http://www.movistar.com.mx/Contacto-Foro-Conectados#ForoConectados">http://www.movistar.com.mx/Contacto-Foro-Conectados#ForoConectados</a> <a href="http://www.movistar.com.ar/foro/web/guest/foro">http://www.movistar.com.ar/foro/web/guest/foro</a> <a href="https://twitter.com/#!/search/users/Telef%C3%B3nica">https://twitter.com/#!/search/users/Telef%C3%B3nica</a> <a href="https://twitter.com/#!/search/users/O2">https://twitter.com/#!/search/users/O2</a>
<b>Empleados</b>	La encuesta anual a todos los profesionales. En ella figuran cuestionarios específicos sobre materias de Sostenibilidad, mesas de diálogo interno sobre Principios de Actuación, canales internos de denuncias diversas. Aparte, funcionan como canal de comunicación la intranet, los blogs de Telefónica y sus cuentas de Twitter.	<a href="https://twitter.com/#!/UniversitasTef">https://twitter.com/#!/UniversitasTef</a> <a href="http://www.observatoriocomunicacioninterna.es/Imagenes/ponencias/PresentacionTelefonica-EstrategiadeComunicacionInternaOnline.pdf">http://www.observatoriocomunicacioninterna.es/Imagenes/ponencias/PresentacionTelefonica-EstrategiadeComunicacionInternaOnline.pdf</a>
<b>Accionistas</b>	Las reuniones, individuales y colectivas, con inversores institucionales y analistas sectoriales. Además, Telefónica se apoya en los canales online para conocer los temas que resultan más relevantes a la comunidad inversora y responder a sus preguntas.	<a href="http://www.telefonica.com/es/shareholders_investors/jsp/home/home.jsp">http://www.telefonica.com/es/shareholders_investors/jsp/home/home.jsp</a> <a href="http://serviciosaccionistas.telefonica.es/Registro.do?idioma=es">http://serviciosaccionistas.telefonica.es/Registro.do?idioma=es</a> <a href="http://www.telefonica.com/es/shareholders_investors/html/presentaciones/confinversores.shtml">http://www.telefonica.com/es/shareholders_investors/html/presentaciones/confinversores.shtml</a> <a href="http://www.telefonica.com/es/shareholders_investors/html/presentaciones/index_foros.shtml">http://www.telefonica.com/es/shareholders_investors/html/presentaciones/index_foros.shtml</a>
<b>Proveedores</b>	La encuesta bianual de satisfacción de proveedores y las evaluaciones de calidad incluidas dentro de los sistemas de calidad de las distintas operadoras.	<a href="http://www.telefonica.com/es/suppliers/html/modelo_compras/como_ser_proveedor.shtml">http://www.telefonica.com/es/suppliers/html/modelo_compras/como_ser_proveedor.shtml</a>
<b>Organizaciones sectoriales</b>	Telefónica participa en foros y asociaciones en los que se debaten los temas particulares de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa que afectan al sector de la telefonía para mejorar las mediciones, estandarizar indicadores y compartir experiencias.	GGlobal e-Sustainability Initiative (GeSI) GSMA y GSM Europa CSR Europa International Telecommunication Union (ITU)
<b>Organizaciones gubernamentales</b>	La comunicación se articula principalmente por geografías, agrupando a los diferentes interlocutores según su ámbito de acción (locales, regionales, nacionales y globales). Dentro de cada campo de actuación se mantiene un diálogo fluido con los responsables de los servicios de telecomunicaciones, innovación, consumo, educativos, sociales, reguladores, económicos, etc., y se participa activamente en el desarrollo de debates en torno a las políticas públicas por medio de las oficinas de Telefónica en Bruselas, Nueva York...	<a href="http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blogs/2011/02/03/eclm-2012-promueve-la-continuidad-de-la-atencion-social-y-sanitaria/">http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blogs/2011/02/03/eclm-2012-promueve-la-continuidad-de-la-atencion-social-y-sanitaria/</a>
<b>Organizaciones no gubernamentales y fundaciones</b>	Acuerdos de colaboración y diálogo continuo. Son los principales prescriptores de productos y servicios desarrollados en Telefónica para personas con alguna discapacidad.	ONCE y su Fundación ASPAYN Granada CNSE y su Fundación FIAPAS FAPS CERMI
<b>Público profesional</b>	La opinión de los públicos expertos en temas de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa resulta muy constructiva para la identificación de asuntos materiales. Se encargó una encuesta en la revista profesional <i>Diario Responsable</i> ; Telefónica recibió 334 cuestionarios sobre los indicadores de materialidad de la Compañía y su política de transparencia, así como nuevas áreas de interés.	<a href="http://www.diarioresponsable.com/portada/ultimas/14945-cuestionario-on-line-sobre-materialidad-telefonica-diario-responsable.html">http://www.diarioresponsable.com/portada/ultimas/14945-cuestionario-on-line-sobre-materialidad-telefonica-diario-responsable.html</a>

# Matriz de materialidad

El análisis de materialidad de Telefónica se fundamenta en el sector, la estrategia de la Compañía y las expectativas de los grupos de interés.

Para la elaboración del 10º Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad, y dando continuidad a ejercicios pasados, se ha elaborado un análisis de asuntos materiales (conforme a la norma AA1000AS). El objetivo es abordar los temas que son relevantes, atendiendo a las demandas e inquietudes de los grupos de interés de la Compañía.

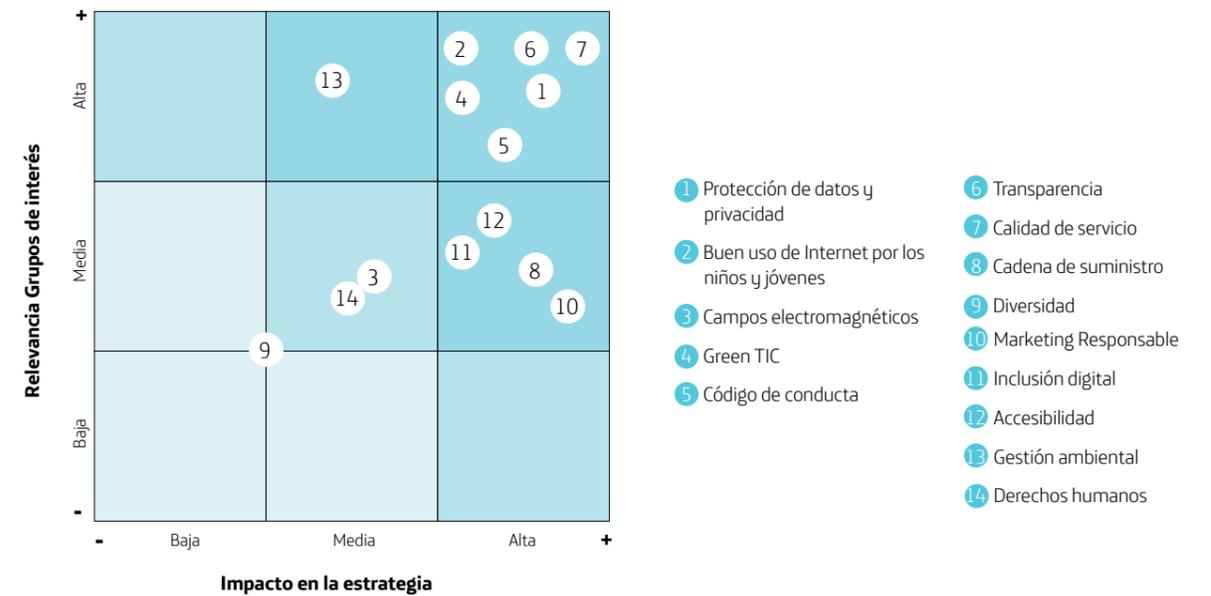
En Telefónica se realiza el estudio de materialidad en dos fases diferenciadas. La primera es un análisis del sector de telecomunicaciones, donde se disecciona la estrategia como Compañía y las expectativas de los grupos de interés. Ese trabajo permitió detectar hasta 48 asuntos relevantes.

Para este análisis se utilizaron las siguientes fuentes:

- Exigencias y requisitos de organismos internacionales como la OCDE, OIT, Comisión Europea y Agendas Digitales.
- Índices de inversión como el *Dow Jones Sustainability Index* y *FTSE4Good*.
- Asociaciones del sector y público experto.

Posteriormente, se realiza un segundo análisis más focalizado en la realidad de Telefónica. En él se incorporan fuentes internas, como los informes de los expertos de la industria, los análisis de riesgos de Telefónica y de los resultados financieros, el impacto en los Principios de Actuación Corporativa y factores locales y el estudio de los resultados del indicador de reputación RepTrack. Ese trabajo permitió a Telefónica priorizar sobre 18 proyectos clave.

## Matriz de materialidad



Se ha realizado además una encuesta con público experto que se ha tenido en cuenta este año

Otra fuente de información importante es —además de los paneles de diálogo multistakeholder, realizados en la mayoría de los países sobre el Informe de Responsabilidad Corporativa— la que proviene de los medios digitales. En 2010 se consolidaron los canales de diálogo 2.0 (web, blogs, Twitter, YouTube, Flickr).

Entre 2011 y principios de 2012 se realizó una encuesta sobre materialidad entre público experto, que se ha tenido en cuenta este año.

En una fase posterior, los resultados obtenidos se priorizaron en función de dos variables:

1. Impacto actual o potencial en la estrategia de la Compañía, para capturar las oportunidades digitales, reforzar la rentabilidad y Sostenibilidad del negocio y agilizar la toma de decisiones y simplificar los procesos.
2. Según el nivel de interés de los stakeholders.

# La Sostenibilidad, herramienta de creación de valor\_

En Telefónica se entiende la Sostenibilidad como el mecanismo para crear valor mediante la gestión activa de los riesgos y oportunidades económicos, ambientales y sociales que su actividad genera.

## Estrategia

La transparencia empresarial y la gestión de la integridad a través de los Principios de Actuación de Telefónica permiten generar confianza en los mercados y, en general, entre los grupos de interés de la Compañía. La Sostenibilidad corporativa es una fuente clara de competitividad y progreso: ayuda a reducir la prima de riesgo en los mercados financieros, aumenta el valor de marca y la diferenciación ante los clientes, facilita la fidelización de los empleados, garantiza un proyecto estable como empresa, y, de cara a la sociedad, afianza la legitimidad para operar y permitir el desarrollo sostenible de las comunidades en las que Telefónica está presente.

En Telefónica, los proyectos de Sostenibilidad se analizan desde una perspectiva de valor con tres líneas principales: crecimiento en la actividad, incremento en la rentabilidad y reducción del riesgo.

Esto se traduce en 13 proyectos en clave de Sostenibilidad —muchos de ellos transversales en la organización— vinculados a la toma de decisión basada en el código ético establecido en los Principios de Actuación. A lo largo de este Informe se reporta cómo se ha trabajado en ellos.

Continuando con la política de transparencia, desde hace dos años se decidió virar el Informe tradicional de Responsabilidad Corporativa hacia un modelo de Sostenibilidad bajo la triple cuenta de resultados —dimensión económica, social y ambiental—, dando respuesta de forma integrada al DJSI y GRI A+. Este Informe es verificado externamente bajo el criterio de la AA1000.

Para evaluar el cumplimiento del objetivo estratégico, además de los indicadores internos de gestión, la Compañía cuenta con dos índices de seguimiento, el *Dow Jones Sustainability Index (DJSI)* y el *Carbon Disclosure Project (CDP)*, enfocados ambos desde una óptica de negocio.

## Estructura organizativa

En Telefónica, la gestión de la Sostenibilidad corporativa forma parte de las competencias de la Dirección de Asuntos Públicos y Corporativos.

Para afianzar estos asuntos dentro de la organización, de modo que formen parte de su ADN, la Compañía cuenta con una Comisión en el Consejo de Administración. De hecho, Telefónica fue la primera empresa del Ibex-35 con este órgano, creado en junio de 2002. La Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa está compuesta por cinco Consejeros (cuatro independientes y uno dominical), y se reúne periódicamente y siempre que el Consejo solicite su intervención.

## Funciones de la Comisión

### Impulsar la implantación de los valores de la Compañía

- Fomentar la correlación de los valores con la identidad de Telefónica.
- Supervisar la incorporación de los valores en las operaciones, especialmente en las áreas vinculadas con la gestión de los intangibles.

## Proceso de Gestión de Riesgos



## Índice sistémico

- Conocer y controlar el grado de identificación de los grupos de interés con los valores.

### Potenciar el desarrollo del proyecto de Reputación Corporativa

- Monitorizar los riesgos de reputación.
- Gestionar la percepción de los grupos de interés.
- Trasladar los resultados de estudios de reputación al Consejo de Administración.
- Fomentar la participación de Telefónica en iniciativas y foros, especialmente la presencia de la Compañía en índices de inversión socialmente responsable.

### Asegurar el comportamiento ético y responsable de Telefónica

- Supervisar la difusión e implantación de los Principios de Actuación en todas las líneas de negocio y países en los que el Grupo opera.
- Impulsar la adopción de políticas corporativas comunes en materia de Responsabilidad Corporativa que derivan de los Principios.

### Impulsar la verificación del Informe de Responsabilidad Corporativa o balance de activos intangibles del Grupo

- Activar la medición del desempeño de Telefónica en la gestión de los activos intangibles (ética, valores, Sostenibilidad, identidad...).
- Impulsar la transparencia a través de los Informes de Responsabilidad Corporativa, monitorizando el cuadro de mando de indicadores que afectan a las relaciones de Telefónica con sus grupos de interés.
- Informar al Consejo de Administración de los resultados alcanzados, así como el reporte de los mismos en los órganos de Gobierno.
- Recibir de los verificadores externos sus opiniones sobre la verificación de los informes de Responsabilidad Corporativa.

Por otro lado, cabe destacar que para desempeñar su labor, el equipo de Reputación y Sostenibilidad Corporativas Global tiene presencia internacional a través de colaboradores directos en los países en los que Telefónica desarrolla operaciones.

En Telefónica, la gestión de la Sostenibilidad forma parte de las competencias de la Dirección de Asuntos Públicos y Corporativos



## Motor de desarrollo

La Compañía ha mostrado una mejora significativa de su flexibilidad financiera gracias a la gestión de sus activos y a la generación de caja.

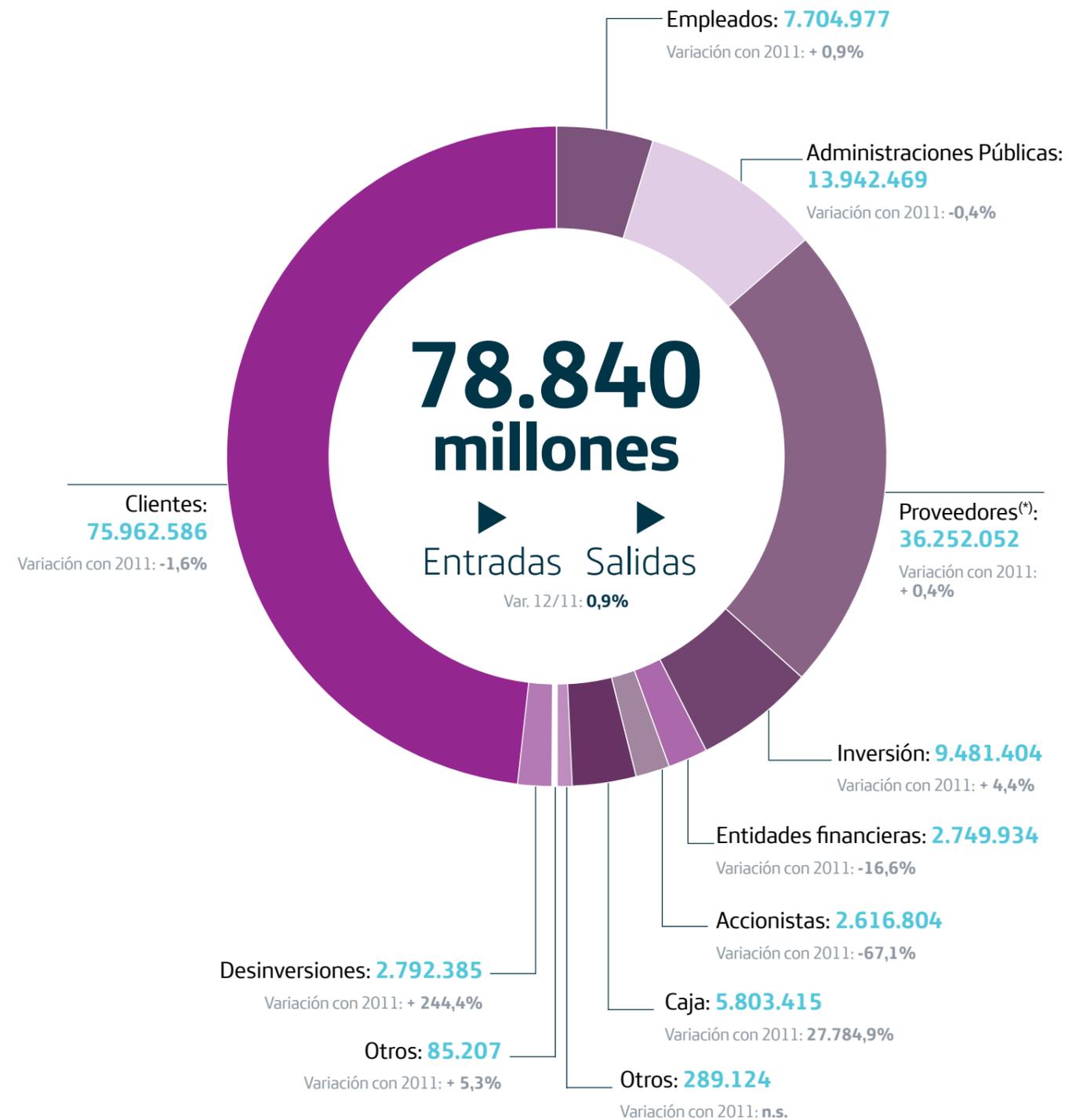
En 2012, la cantidad total distribuida por Telefónica aumentó en un 0,9% hasta alcanzar los 78.840 millones de euros. Respecto a las entradas, es importante destacar que una parte relevante de esta cantidad proviene de las desinversiones financieras permanentes en China Unicom y Atento. Ambas ventas eran compromisos ya anunciados en el pasado por Telefónica para mejorar la flexibilidad financiera y asegurar la cobertura de los compromisos de la Compañía con sus grupos de interés en 2013. Hay que destacar que estos movimientos compensan la caída de los ingresos netos producida en el periodo, principalmente impactados por el entorno complejo de operaciones en Europa, tipos de cambio y la regulación.

Dicha flexibilidad financiera se ha traducido en un importante aumento de la posición de liquidez de la Compañía, que alcanza los 5.803 millones de euros a 31 de diciembre y reduce la ratio de deuda neta sobre OIBDA de 2,46x a 2,36x. Además, se ha conseguido reducir la salida hacia entidades financieras por una mejor gestión de la deuda, lo que ha permitido disminuir la tasa efectiva de interés de la Compañía de un 5,50% a un 5,37%.

Al igual que en el ejercicio anterior, destacan también las desinversiones en torres no estratégicas. Constituyen una serie de iniciativas desarrolladas para optimizar el uso del capital y hacer energéticamente más eficiente la provisión de servicios a los clientes de Telefónica.

## Impulso y progreso

En miles de euros



**Notas:**

(\*) La información de este gráfico está calculada con criterio de pagos y toma en cuenta el perímetro de consolidación contable auditado en los estados financieros de Telefónica.  
 (\*\*) Los salarios de empleados no coinciden con los incluidos en la tabla de indicadores, donde aparecen netos de pagos a la Seguridad Social.  
 (\*\*\*) Incluye proveedores por interconexión.

## Contribución al progreso

■ Ingresos ■ Aprovisionamientos ■ Salarios ■ Aportaciones fiscales ■ Inversión

Todos los datos económicos, en millones de euros

	Impacto económico	Ingresos/PIB <sup>(*)</sup>	Magnitudes
<b>España 2012</b>			
Ingresos	15.173,3	1,5%	Empleados 37.014
Pagos	3.602,6 2.864,3 2.899,9 1.692		Proveedores locales 2.137
			% compras locales 88,8%
			Accesos (miles) 43.140,3

## Alemania 2012

Ingresos	5.514,9	0,2%	Empleados 5.792
Pagos	2.098,6 481 497 609		Proveedores locales 1.701
			% compras locales 62,3%
			Accesos (miles) 25.372,8

## Irlanda 2012

Ingresos	620,6	0,4%	Empleados 965
Pagos	186,5 74,7 69,2 192		Proveedores locales 481
			% compras locales 87,9%
			Accesos (miles) 1.572,7

## Reino Unido 2012

Ingresos	7.235,1	0,4%	Empleados 11.256
Pagos	3.692,4 659,8 555,9 748		Proveedores locales 1.553
			% compras locales 72,5%
			Accesos (miles) 23.842,2

## República Checa 2012

Ingresos	1.787,8	1,2%	Empleados 5.869
Pagos	518,9 231,1 302,4 248		Proveedores locales 134
			% compras locales 92,2%
			Accesos (miles) 7.900,1

## Eslovaquia 2012

Ingresos	188,6	0,3%	Empleados 416
Pagos	72,8 13,7 21,5 19,6		Proveedores locales 16
			% compras locales 48,0%
			Accesos (miles) 1.354,2

## Argentina 2012

Ingresos	3.912,5	1,1%	Empleados 16.792
Pagos	931,7 795 1.175,7 519		Proveedores locales 1.228
			% compras locales 91,7%
			Accesos (miles) 24.136,0

## Brasil 2012

Ingresos	14.303,5	0,8%	Empleados 21.863
Pagos	3.134,7 1.813,2 5.905,4 2.444		Proveedores locales 3.261
			% compras locales 81,5%
			Accesos (miles) 91.369,8

## Chile 2012

Ingresos	2.576,9	1,2%	Empleados 5.363
Pagos	617,2 301,2 280,8 606		Proveedores locales 1.367
			% compras locales 74,6%
			Accesos (miles) 13.147,0

## Colombia 2012

Ingresos	1.778,6	0,6%	Empleados 3.452
Pagos	503,2 161,9 372,4 352		Proveedores locales 646
			% compras locales 71,8%
			Accesos (miles) 14.126,1

## Contribución al progreso

■ Ingresos ■ Aprovisionamientos ■ Salarios ■ Aportaciones fiscales ■ Inversión

Todos los datos económicos, en millones de euros

	Impacto económico	Ingresos/PIB	Magnitudes
<b>Ecuador 2012</b>			
Ingresos	473,4	0,9%	Empleados 1.328
Pagos	130 47,6 92,4 85		Proveedores locales 331
			% compras locales 66,2%
			Accesos (miles) 5.019,6

## El Salvador 2012

Ingresos	130,2	0,7%	Empleados 311
Pagos	54,5 16 17,1 21,1		Proveedores locales 156
			% compras locales 43,8%
			Accesos (miles) 1.959,1

## Costa Rica 2012

Ingresos	50,3	0,1%	Empleados 263
Pagos	37,1 12 2,9 25,6		Proveedores locales 101
			% compras locales 70,5%
			Accesos (miles) 423,2

## Guatemala 2012

Ingresos	177,3	0,5%	Empleados 517
Pagos	74,4 24,7 21,7 21,2		Proveedores locales 253
			% compras locales 58,3%
			Accesos (miles) 3.304,3

## México 2012

Ingresos	1.742,5	0,2%	Empleados 3.024
Pagos	634,6 230,2 191,7 427		Proveedores locales 735
			% compras locales 90,1%
			Accesos (miles) 20.326,9

## Nicaragua 2012

Ingresos	153	2,5%	Empleados 398
Pagos	54,3 8,5 28,6 22,9		Proveedores locales 157
			% compras locales 55,3%
			Accesos (miles) 2.367,2

## Panamá 2012

Ingresos	166,8	0,6%	Empleados 440
Pagos	53,4 17 19,7 40		Proveedores locales 146
			% compras locales 66,5%
			Accesos (miles) 1.660,2

## Perú 2012

Ingresos	2.470	1,6%	Empleados 9.369
Pagos	538,4 382,2 589,3 378		Proveedores locales 1.166
			% compras locales 73,1%
			Accesos (miles) 20.299,9

## Uruguay 2012

Ingresos	254,8	0,7%	Empleados 384
Pagos	60,2 19,6 36,1 28		Proveedores locales 359
			% compras locales 36,3%
			Accesos (miles) 1.843,5

## Venezuela 2012

Ingresos	3.388,5	1,3%	Empleados 7.022
Pagos	870 338,5 696,5 463		Proveedores locales 932
			% compras locales 88,5%
			Accesos (miles) 11.664,6

# Telefónica como inversor responsable

A lo largo de 2012 las inversiones socialmente responsables del fondo de pensiones de la Compañía (Fonditel) alcanzaron los 71,11 millones de euros, cifra que representa el 2,21% de su patrimonio total.

Los fondos de pensiones de empleo del Grupo Telefónica, Empleados de Telefónica de España, F. P. y Fonditel B, F. P., que integra los planes de pensiones de otras empresas del Grupo en España están considerados como inversiones socialmente responsables (ISR), ya que tienen en cuenta los criterios ambientales, sociales y de buena gobernanza. El año pasado, la Compañía invirtió en este concepto 71,11 millones de euros.

## ¿Qué es Fonditel Pensiones EGFP?

Se trata de la entidad gestora de los fondos de pensiones de Telefónica en España y de uno de los miembros fundadores del Foro Español de Inversión Socialmente Responsable (SPAINSIF). Esta asociación sin ánimo de lucro está constituida por 32 entidades fundadoras que comparten un objetivo: promover la inversión socialmente responsable. Todas ellas crean una plataforma en la que se integran entidades financieras y gestoras, proveedores de servicios

ISR, organizaciones sin ánimo de lucro y sindicatos que trabajan en este campo.

## Principales hitos en 2012

Fonditel Pensiones patrocinó las XVIII Jornadas del Plan de Pensiones de Empleados de Telefónica, un foro divulgativo sobre la gestión de los riesgos extrafinancieros. El evento contó con un programa íntegro en materia de ISR/Responsabilidad Social Empresarial.

Además, Fonditel participó en el proyecto de investigación sobre el compromiso y el diálogo activo entre el accionariado. España y Francia trabajaron de forma conjunta en esta iniciativa. Lo hicieron por medio de la Universitat Jaume I de Castellón, el Laboratorio de Economía de la École Polytechnique de París, la Cátedra FDIR Finance Durable et Investissement Responsable (París) y L'Association Française de la Gestion Financière (AFG).

# 71,11 M€

Las inversiones socialmente responsables alcanzaron 71,11 M€ durante el ejercicio 2012

## En apoyo a la sociedad

26,31 M€

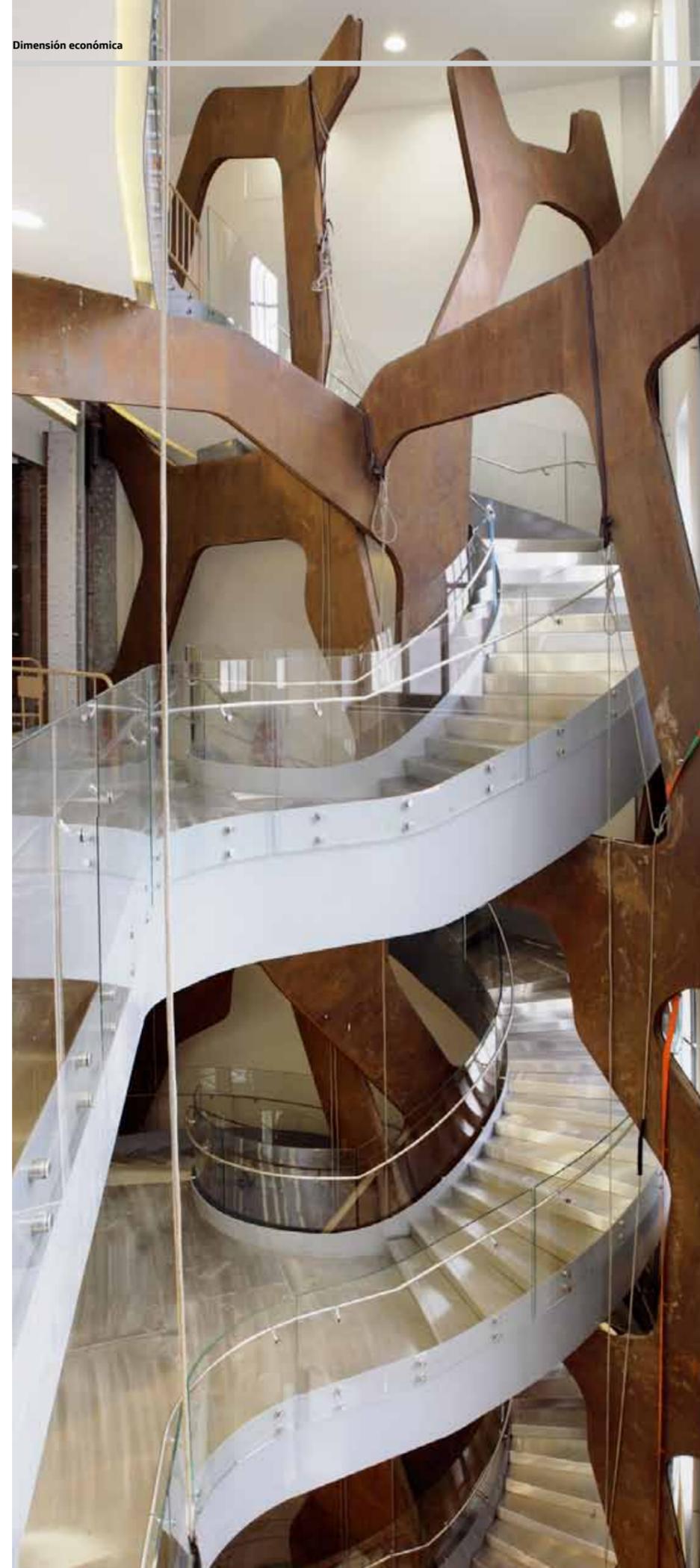
**37,37%**  
en sociedades y fondos medioambientales, de energía renovable, agua, forestales

36,12 M€

**50,08%**  
en sociedades dedicadas a vivienda social para alquiler

8,68 M€

**12,55%**  
en fondos de buen Gobierno Corporativo



# Gestión de Riesgos

Una metodología común permite a Telefónica gestionar de forma consistente y efectiva los riesgos identificados en el Grupo, y evaluar tanto el impacto económico como reputacional de cada uno de ellos.

Basándose en las mejores prácticas en Gestión de Riesgos existentes en el mercado, Telefónica ha desarrollado un Modelo de Gestión de Riesgos que aplica en toda la Compañía. Esa metodología ha permitido definir un total de 60 tipos, divididos en cuatro grandes categorías: de negocio, financieros, operacionales y globales. Para enfrentarlos de la forma más óptima, todos se responden con la siguiente metodología.

- **Proceso de identificación.** Se basa en un enfoque de autoevaluación (*Risk Self Assessment*), donde cada uno de los gestores es responsable de la identificación y análisis de los riesgos que afectan a su área de responsabilidad. Una vez identificados, se clasifican según las categorías del Modelo de Gestión de Riesgos para proceder a su evaluación.
- **Fase de evaluación.** Permite obtener una cuantificación de la exposición de Telefónica a los riesgos identificados. Se consideran dos variables, la probabilidad de ocurrencia y su impacto.
- Dada la evaluación realizada, Telefónica define la mejor **respuesta a cada uno de los riesgos establecidos** y desarrolla los planes de acción que eviten, mitiguen o transfieran sus efectos negativos sobre la Compañía.
- Por último, de manera periódica, la Compañía revisa el grado de implantación de dichos planes, así como la evolución y cambios de los riesgos analizados. Su **seguimiento** permite actualizar el **reporte** a los órganos de Gobierno de la Empresa, en línea con la tendencia natural de los riesgos.

## Riesgos reputacionales

A lo largo de 2012, en busca de la mejora continua de los procesos, la Compañía actualizó su metodología de Gestión de Riesgos reputacionales.

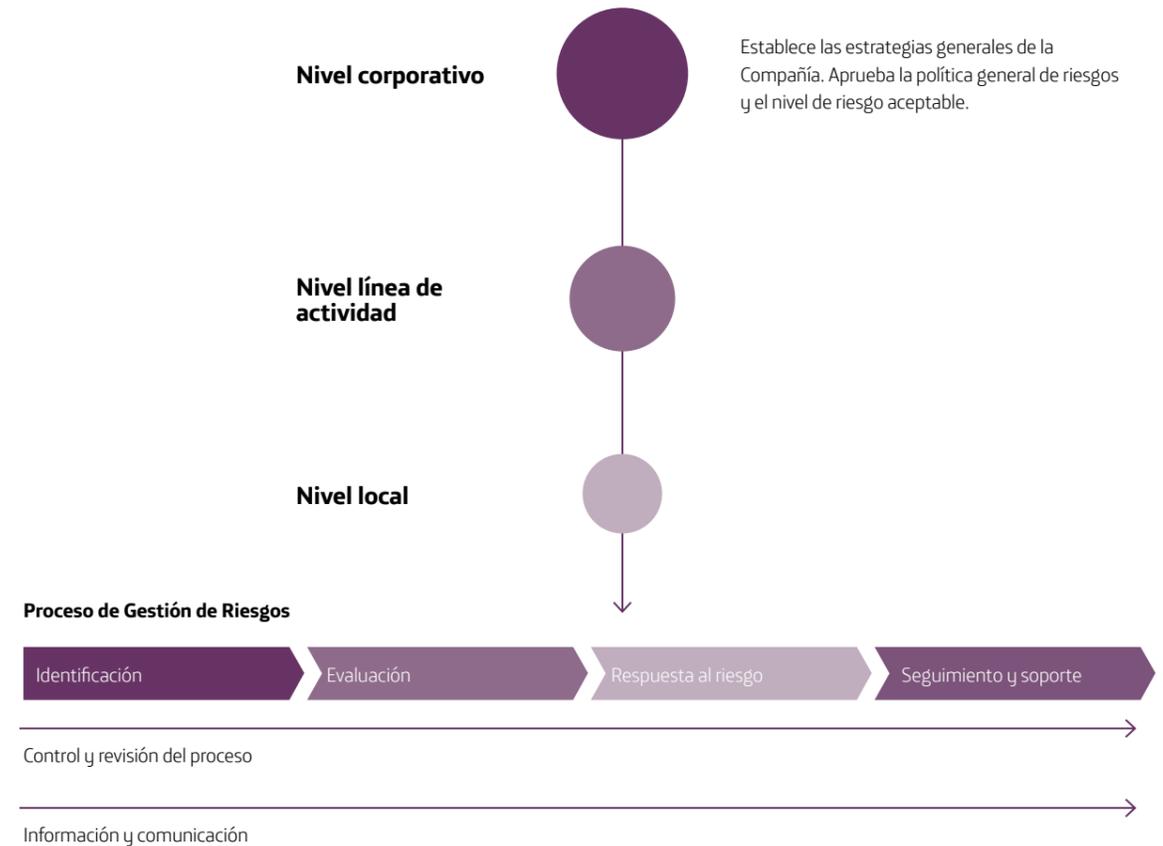
El objetivo es que los gestores, además de evaluar el impacto económico, puedan analizar si los riesgos identificados tienen impacto en la reputación de Telefónica. Para ello, cuentan con el apoyo de las Áreas de Reputación de cada uno de los países.

Los posibles riesgos de este tipo identificados pueden derivarse a:

- Eventos de riesgos de negocio, financieros u operacionales con impacto en la reputación.
- Eventos de riesgos reputacionales puros, tales como: posibles ataques directos y /o bulos de agentes externos sobre la gestión de Telefónica o actuaciones inadecuadas por parte de alguna de las operadoras del Grupo o de alguno de sus *partners*.
- Eventos que supongan posibles incumplimientos de los Principios de Actuación de la Compañía y de políticas y normas internas que no hayan sido recogidos como factores derivados de riesgos de negocio, financieros u operacionales.

Para su evaluación, al igual que para el resto de riesgos, Telefónica considera dos variables, la probabilidad de ocurrencia y la cuantificación de su impacto reputacional. Dicha cuantificación viene determinada por la visibilidad y relevancia del evento entre los diferentes grupos de interés (accionistas, clientes, proveedores, empleados...).

En Telefónica, se trabaja desde 2005 en el análisis de la reputación de la Compañía y sus palancas a través del modelo RepTrak™. Para calcular su relevancia entre los grupos de interés se tienen en cuenta los pesos para las diferentes dimensiones y atributos según el modelo establecido. El posible daño en la reputación se cuantifica según la variación negativa de su valoración en una o varias de las siete dimensiones (oferta, innovación, trabajo, integridad, ciudadanía, liderazgo y



finanzas). Durante los últimos meses, la Compañía ha trabajado en la implantación progresiva de esta metodología en los diferentes países para, en 2013, poder actualizar los mapas de riesgos reputacionales y así centrar sus esfuerzos en proyectos específicos para mitigarlos.

## Mapa de riesgos de la Fundación Telefónica

Uno de los pilares de la actuación de Fundación Telefónica es el alineamiento con las mejores prácticas de la Compañía. En esta línea, en abril de 2012, el Comité de Estrategia de la Fundación Telefónica España aprobó incorporar a sus procesos la Política Corporativa de Gestión de Riesgos. Este compromiso refuerza su posicionamiento por dotar de la máxima transparencia y control a todas sus actividades y disponer de las mejores herramientas de gestión.

→ **En una primera fase** se trabajó en la adaptación del Modelo Corporativo de Gestión de Riesgos a la realidad específica de la Fundación como entidad sin ánimo de lucro (en su caso, redujeron a 50 los posibles tipos

de riesgos, se redefinieron algunos de ellos y ajustó la metodología de cuantificación del impacto). Tras esta adaptación, se comenzó su implantación en España. El año se ha cerrado con el registro de riesgos de cada una de las áreas de la Fundación, lo que ha permitido levantar su primer mapa de riesgos, incluyendo los reputacionales. Así, para cada uno de los 20 riesgos que conforman su mapa, se han marcado sus respectivos planes de acción, que se desarrollarán a lo largo de este año con el fin de reducir sus efectos negativos, tanto sobre su actividad como su reputación.

→ **En una segunda fase** se ha comenzado con la implantación de este mismo proceso en las fundaciones locales, empezando por Argentina, Colombia, Brasil y México. El resto de países se irán incorporando progresivamente a lo largo del año, cumpliendo así con el objetivo de poder levantar el mapa de riesgos de cada una de las Fundaciones Telefónica.

El modelo de gestión de Telefónica recoge 60 tipos de riesgos

# Código ético de Telefónica: Principios de Actuación

Sobre la base de los Principios de Actuación, Telefónica construye su reputación, se hace merecedora de la confianza de sus grupos de interés y maximiza el valor a largo plazo de sus accionistas y la sociedad en general.

Telefónica sigue trabajando en la implantación y difusión del código ético, base para la creación de una cultura corporativa apoyada en la transparencia y la integridad. Gracias a este trabajo continuo, la percepción que los profesionales tienen sobre las actuaciones de la Compañía ha mejorado en 10 puntos porcentuales en el último ejercicio.

Externamente hay que destacar la puntuación obtenida por Telefónica en el *Dow Jones Sustainability Index 2012* en el apartado de Código ético/ Cumplimiento/ Corrupción y soborno. La Compañía obtuvo 96 puntos porcentuales, a sólo un punto del *best in class*, y a 18 de la media del sector.

Durante 2012, la Oficina de Principios de Actuación, que reporta al Consejo de Administración de Telefónica a través de la Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa, mantuvo tres reuniones. Se ocupó del seguimiento de la implantación del código ético en las nuevas operaciones, así como de su observancia a través de la formación continua, los canales de denuncia y la aprobación de normativas que aseguren un entorno de control adecuado.

Así, tras la compra de Vivo en julio de 2010, y dentro del proceso de la integración de las áreas de operaciones fijas y móviles, han sido aprobados los Principios de Actuación en la operación en Brasil. Esta ratificación es el resultado de un análisis exhaustivo y pormenorizado del anterior código ético de Vivo y de Telefónica, en el que se han buscado sinergias y compatibilidades entre

ambos. Durante el ejercicio 2013, la Oficina trabajará en la aprobación del código ético en Costa Rica, donde recientemente se han iniciado operaciones comerciales.

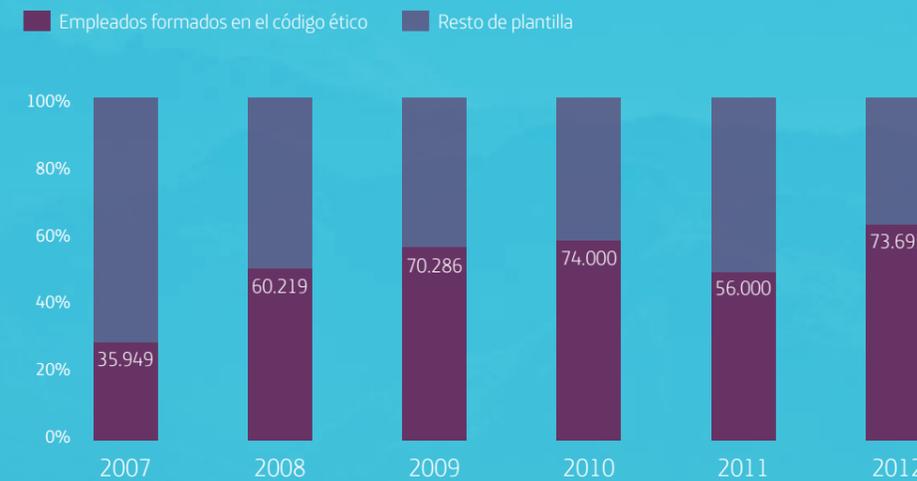
## Formación

La Oficina de Principios de Actuación ha continuado dando a conocer el código ético a todos los profesionales que integran Telefónica, incluyendo su personal de seguridad, mediante un curso de formación online obligatorio, incluido en los planes de inducción. A diciembre de 2012, cerca de 73.700 profesionales habían superado el curso de Principios de Actuación (el 63,43% de la plantilla). Por regiones, en Europa han sido formados 45.171 empleados (el 78% de la Compañía). En Latinoamérica, el porcentaje es de un 50%, que se traduce en 28.524 trabajadores que han superado la formación.

Además de la formación online, las oficinas de Principios de Actuación local, que apoyan a la Oficina Corporativa en las labores de implantación en todos los países de América Latina donde Telefónica está presente, han elaborado actividades formativas presenciales. Esta formación desarrolla algunos de los aspectos o principios contemplados en el código ético, con objeto de ofrecer un conocimiento más detallado sobre su aplicabilidad.

En este sentido, destacan los talleres ofrecidos en México, las charlas éticas ofrecidas por el área legal en Nicaragua y los cursos impartidos en Colombia por los miembros de la Oficina de Principios de Actuación local. Estos últimos se realizaron en las áreas donde el resultado en

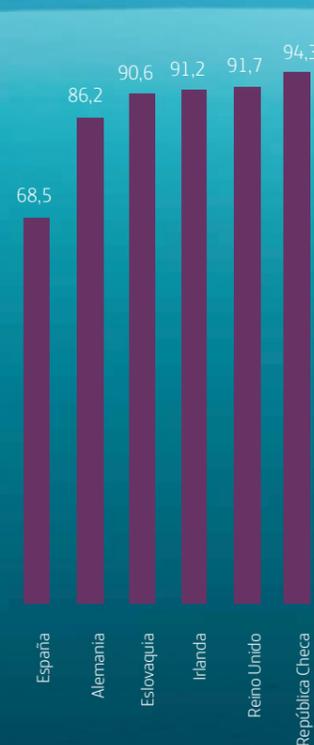
## Evolución de la formación en el código ético



## Formación en Europa

Porcentajes

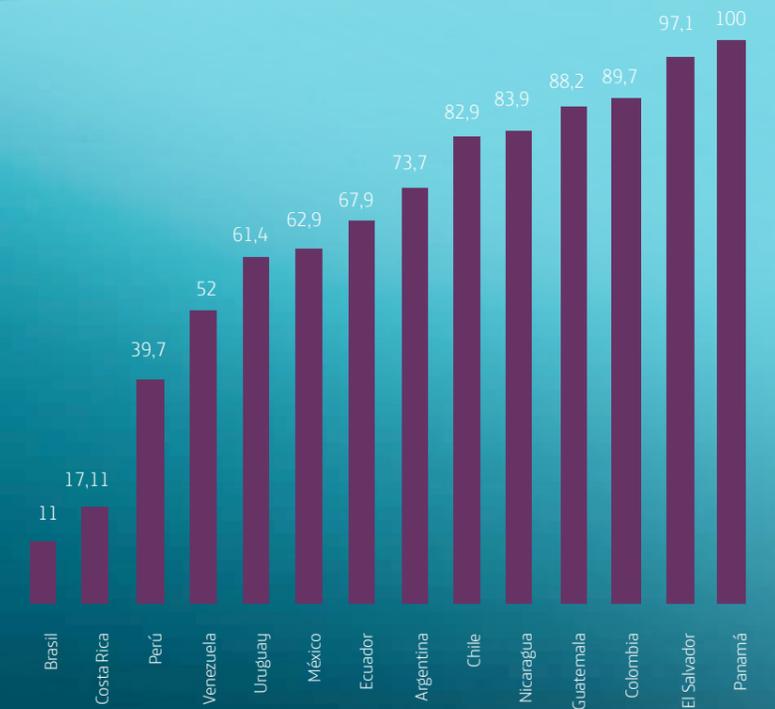
En 2012, en Europa han sido formados 45.171 empleados, el 78% de la plantilla en la región.



## Formación en América Latina

Porcentajes

En Latinoamérica, el porcentaje es de un 50%. Un total de 28.524 trabajadores han superado el curso en 2012.



### Comunicaciones recibidas a través del Canal Confidencial



En 2012, la Oficina de Principios de Actuación Corporativa recibió, a través del Canal Confidencial, un total de 65 comunicaciones

el indicador ético fue inferior a la puntuación obtenida en la encuesta de clima y compromiso.

Junto a esta formación presencial, se han realizado campañas de comunicación masivas a todos los empleados para temas específicos en diferentes soportes: nóminas a empleados, comunicados internos, revistas a empleados, intranet, merchandising, etcétera.

#### Línea confidencial

La Oficina de Principios de Actuación Corporativa recibió en 2012, a través del Canal Confidencial, un total de 65 comunicaciones, cerrándose la investigación de un total de 34. De estas últimas, sólo siete se consideraron procedentes, siendo una de ellas por corrupción y ninguna por discriminación. Entre las medidas adoptadas se incluyeron dos despidos.

Todas las comunicaciones recibidas fueron tratadas conforme a los principios de respeto y confidencialidad, informándose a la Comisión de Auditoría y Control, en los casos en los que se identificó alguna irregularidad.

En Telefónica todos los profesionales tienen la posibilidad de realizar preguntas, buscar consejo y plantear cuestiones asociadas al cumplimiento de los Principios de Actuación y normativas asociadas, de forma anónima o personal. El Canal Confidencial está disponible en la intranet para empleados y en los portales habilitados para la relación con los diferentes grupos de interés.

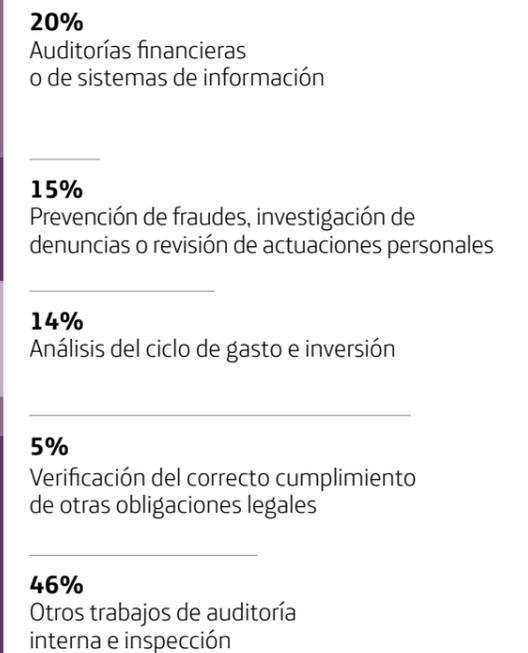
#### Integridad y transparencia

Junto a los Principios de Actuación, en Telefónica existen toda una serie de elementos organizativos, normativos y de seguimiento que conforman un entorno adecuado y de total intransigencia hacia la corrupción.

Los Principios de Actuación contemplan los principios de conflicto de interés, corrupción, rechazo de regalos y sobornos, y el principio de neutralidad política, no habiendo constancia durante 2012 de donativos a partidos políticos, una vez realizado el análisis de las bases de datos de pagos.

# 950

trabajos de auditoría interna e inspección



Además, en febrero de 2012, en Telefónica se aprobó la normativa corporativa sobre regalos, invitaciones y gastos de representación. El documento establece pautas de comportamiento respecto a la aceptación u ofrecimiento de regalos e invitaciones para evitar que los empleados puedan incurrir en conductas que puedan ser consideradas corruptas o cercanas a la corrupción. Esta normativa tiene carácter de mínimos.

Dentro del entorno de control, en 2012 se llevaron a cabo cerca de 950 trabajos de auditoría interna e inspección. Entre los realizados, un 20% fueron auditorías financieras o de sistemas de información, destinadas, fundamentalmente, a la revisión de la existencia y eficacia de controles sobre los procesos financieros que soportan la información de las principales cuentas contables del Grupo. Además, Telefónica emitió una certificación sin debilidades materiales o significativas en relación con el cumplimiento de la Ley Sarbanes-Oxley y el auditor externo atestiguó tanto los resultados como la eficacia del proceso de revisión.

Otro 15% fueron trabajos dirigidos a la prevención de fraudes, investigación de denuncias o revisión de actuaciones personales. Otro 14% analizaron total o parcialmente los procesos relacionados con el ciclo de gasto e inversión y, finalmente, un 5% fueron destinados a verificar el correcto cumplimiento de otras obligaciones legales.

En estos trabajos se detectaron casos de mal uso o apropiación de los bienes de la empresa que fueron origen de 121 despidos. Ninguno de ellos presentó especial relevancia, y en ningún caso hubo implicaciones de altos directivos de las empresas relevantes del Grupo.

Telefónica no tiene actividades en paraísos fiscales, según el listado de paraísos fiscales contemplados en la disposición adicional 1ª Ley 36/2006 de medidas para la prevención del fraude fiscal y tras las modificaciones por la entrada en vigor de los Convenios de Doble Imposición y de Intercambio de Información.

# Gestión de las relaciones sostenibles con clientes

Telefónica avanza hacia una relación con sus clientes más transparente, con una gestión más eficaz de las reclamaciones y una mayor simplificación de las tarifas.

Movistar Fusión se ha convertido en la mejor oferta convergente del mercado español, alineada con las necesidades de los clientes

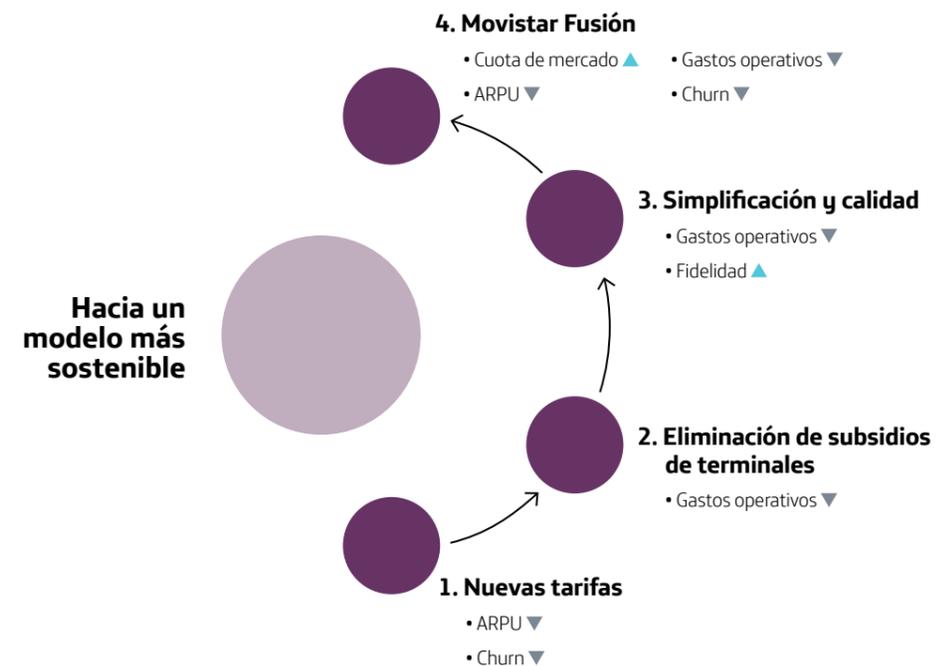
Telefónica apuesta por la mejora continua de la experiencia de cliente y el vínculo emocional de sus marcas. Desde el punto de vista de la Sostenibilidad de las relaciones con sus clientes, Telefónica reconoce el valor fundamental de una comunicación transparente, medida en la que destaca la simplificación de las tarifas. El objetivo es claro: facilitar la percepción de la competitividad de sus productos y servicios, así como su seguridad y alta flexibilidad para adaptarse a las verdaderas necesidades de sus clientes. De esta manera, Telefónica ha consolidado una cultura de trabajo colaborativo y de compartición que ha permitido a lo largo de los últimos años intercambiar las mejores prácticas comerciales y de experiencia de cliente e implantarlas en aquellos países en los que está presente en Europa y Latinoamérica.

En este sentido, el lanzamiento de Movistar Fusión a finales de 2012 supuso para **Telefónica España** un paso clave para poner al cliente en el centro de toda la actividad y escuchar sus demandas a través de multitud de encuestas y entrevistas. Movistar Fusión tiene como señas de identidad el ahorro, la transparencia y la sencillez. Se trata de la primera oferta verdaderamente integrada del mercado español: una sola factura aúna el fijo, el móvil, la banda ancha fija y móvil e incluso la televisión en un único producto. Y por primera vez, con la cuota de abono incluida en el precio.

Es importante destacar que productos como éste contribuyen a un modelo más sostenible en las relaciones con los clientes. De hecho, implican unas caídas significativas tanto del gasto total efectuado por el cliente como del *churn*, lo que favorece la disminución de los costes operativos para la Compañía y el incremento de la cuota de mercado.

En el **resto de Europa**, destacó el éxito que supuso el esfuerzo de atención realizado en los Juegos Olímpicos y Paralímpicos de Londres 2012, que se convirtieron en las primeras olimpiadas completamente multimedia. Dicho esfuerzo permitió acercar la marca Telefónica y sus gurús a todos los clientes en las diferentes tiendas preparadas para el evento. Durante 2012, además, se puso en marcha en Alemania el centro de atención al cliente en Facebook. Se trata de un servicio completo, con una nueva aplicación de contacto directo.

En **Latinoamérica**, resaltó la implantación en Brasil de la figura de los gurús en las tiendas, que ya estaba operativa en los países de Telefónica Europa y Colombia. La función de estos expertos es educar e inspirar a los usuarios con el uso de la tecnología para que, en definitiva, su experiencia resulte más satisfactoria. De este modo, las tiendas Vivo se convertirán en un punto de referencia tecnológico y de soporte en Brasil, así como en un canal online de atención.



## Telefónica en cifras

Los accesos totales de la Compañía crecieron un 3% interanual, hasta alcanzar los 315,7 millones a cierre de 2012, con un aumento significativo de clientes de contrato y de banda ancha fija y móvil. Destaca la evolución del parque de clientes en Latinoamérica (67% del total), que aumentó un 6% respecto a diciembre de 2011. También es llamativo el crecimiento sostenido del segmento contrato de servicios móviles (+7% interanual), que representa ya el 33% del total de accesos celulares (52% de la ganancia neta del año).

Los clientes de Telefónica se han decantado este año con mayor fuerza por los *smartphones*, que han representado una ganancia neta de 15,4 millones en 2012 (+20% interanual) y muestran ya una penetración del 19% sobre la base de accesos móviles (+6 puntos porcentuales interanuales). Merece la pena destacar también el incremento de los clientes de banda ancha móvil, que ya se sitúan en 52,8 millones a diciembre de 2012.

## Satisfacción del cliente

En Telefónica se concede mucha relevancia a la metodología de análisis de satisfacción de sus clientes CSI (Customer Satisfaction Index). Como muestra de dicha relevancia, su indicador se reporta de forma periódica junto con el resto de información de gestión al Consejo de Administración de la Compañía. Además, la

Compañía cuenta con una comisión específica dedicada a la Calidad del Servicio y Atención Comercial. Ésta se reúne trimestralmente para reforzar la orientación al cliente del Grupo.

En 2012, el Índice de Satisfacción del Cliente (ISC) de Telefónica fue 7,12, muy similar al del año anterior. Donde se ha producido una mejora sustancial ha sido en la comparación con sus competidores, donde la distancia respecto a su principal competidor ha mejorado en 0,09 puntos, hasta alcanzar un 0,13. Esto se debe, fundamentalmente, a la buena evolución del indicador en Brasil. El porcentaje de clientes insatisfechos mantiene también un nivel similar a 2011, y se localiza en torno al 11%.

Movistar volvió a ser la compañía española con mejor atención al cliente en 2012, según el último informe de la Asociación Pro Derechos Civiles, Económicos y Sociales (ADECES). El informe analiza, para los operadores, todos los aspectos relacionados con la atención comercial y la asistencia técnica que ofrecen a los clientes. El último estudio, realizado a través de 1.132 llamadas, vuelve a situar a Telefónica como la mejor marca comercial con una puntuación de 3,24 sobre 5. Este dato supone una ligera mejoría con respecto al 3,23 conseguido en el ejercicio 2011.

## Cifras destacadas

- Los accesos totales de la Compañía crecieron un **3%** interanual, hasta alcanzar los **315,7 millones** a cierre de 2012.
- Destaca la evolución del parque de clientes en Latinoamérica (**67%** del total), que aumentó un **6%** respecto a diciembre de 2011.
- Los *smartphones* han representado una ganancia neta de **15,4 millones** en 2012 (**+20%** interanual).
- Cabe resaltar el incremento de los clientes de banda ancha móvil, que ya se sitúan en **52,8 millones** a diciembre de 2012.



Movistar España es la operadora con menos reclamaciones del sector para telefonía fija, acceso a Internet y paquetes de voz y datos

### Reclamaciones y servicio de defensa del cliente

La resolución satisfactoria de las reclamaciones es crucial para la reputación de Telefónica. Resolver las quejas tiene una influencia decisiva tanto en los índices de insatisfacción de los consumidores como en la recomendación de los servicios entre clientes. Por estos motivos, Telefónica cuenta con equipos profesionales dedicados en exclusiva a atender cualquier reclamación, ya sea por email, teléfono o correo ordinario. Durante 2012, el Grupo ha trabajado intensamente para reducirlas con un programa formado por diversas iniciativas en cada uno de los países en los que está presente.

Los criterios utilizados en cada país para medir las reclamaciones son muy distintos y no son comparables ni consolidables entre sí. La oscilación se debe a que los datos se verifican de acuerdo a los criterios que usan los diferentes reguladores en sus países y que varían notablemente entre unas regiones y otras. De esta manera, mientras en algunos países solo se tienen en cuenta las reclamaciones en segunda instancia (como el caso del Reino Unido), en otros se consideran todas las llamadas recibidas en los centros de atención al cliente que han exigido una acción por parte de la Compañía. Este es el caso del mercado más material para la Compañía, España, donde representan un 2,7% y un 1,5% del parque de clientes para negocio Fijo y negocio Móvil respectivamente, para el último trimestre de 2012. Estas cifras suponen una mejora de entre el 39% y el 25% respectivamente, en relación a los datos de inicio de 2012. Este éxito ha sido un ejemplo de trabajo transversal de multitud de áreas de

la Compañía. Se han realizado seguimientos semanales de avance en un esquema de comités operativo y ejecutivo, se ha contado con la implicación de la Alta Dirección de la Compañía y el trabajo de proveedores y tiendas.

Según datos de la Oficina de Atención al Usuario de las Telecomunicaciones de España, Movistar es la operadora con menos quejas del sector para telefonía fija, acceso a Internet y paquetes de voz y datos. En el caso de la telefonía móvil, por ejemplo, solo es superada por un operador. Hay que destacar, finalmente, que durante 2012 los paquetes de voz y datos Movistar presentaron un índice de reclamaciones de solo 2,15 por cada 10.000 clientes. Esta cifra es la cuarta parte de la que presenta el operador que ocupa la tercera posición. Toda la información sobre el comportamiento de las reclamaciones está disponible en <http://info.telefonica.es/es/calidad/html/home/setsi.shtml>.

Telefónica sobresale como la única operadora de telecomunicaciones en España que ha creado de forma voluntaria una segunda instancia para la gestión de reclamaciones. Se trata del Servicio de Defensa del Cliente (SDC), un área independiente del negocio a la que acudir como instancia superior en el supuesto de no haber recibido una respuesta satisfactoria por parte de las áreas de atención del negocio. Las resoluciones del SDC están fundadas en criterios de equidad e independencia, son vinculantes para el negocio de Telefónica y se reportan a la Comisión de Calidad y Atención Comercial del Consejo de Administración de Telefónica. En el ejercicio 2012, el SDC de España gestionó 5.852 expedientes siendo, tras

el año 2011, el de mayor actividad desde su nacimiento en 2006. De estos expedientes, se admitieron a trámite un 77% de los mismos y el 87% de ellos se resolvieron de manera favorable a los intereses del cliente.

Telefónica también ha mantenido las vías de comunicación con diversos organismos de consumo y con el regulador. Así, se han producido encuentros con la Asociación General de Consumidores (ASGECO), la Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones y diversas Oficinas Municipales de Información al Consumidor (OMIC).

### Marketing responsable

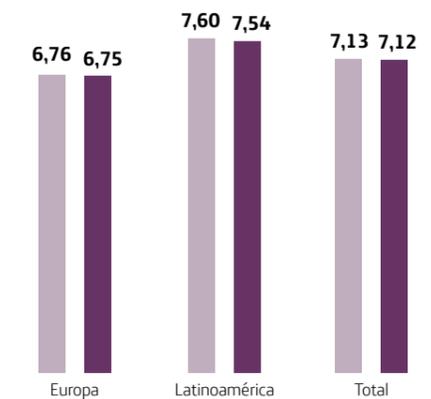
Telefónica España es socio de Autocontrol, lo que implica que asume en todas las comunicaciones su Código de Conducta Publicitaria, basado en el Código de Buenas prácticas Publicitarias de la *International Chamber of Commerce*. Todo ello certifica la Responsabilidad Social Corporativa de la Compañía en esta materia así como la ausencia de sanciones en relación con el cumplimiento de las resoluciones del Jurado de la Publicidad de Autocontrol.

En la web <http://www.telefonica.com/> están disponibles las nuevas ofertas comerciales que la Compañía ha puesto en marcha en cada uno de los mercados en los que opera. Asimismo, en la web <http://info.telefonica.es/es/calidad/html/te/> se pueden encontrar todos los certificados de calidad de los productos y servicios que ofrece Telefónica en España.

### Índice de Satisfacción del Cliente

(ISC)

■ 2011 ■ 2012



### Accesos

Datos no auditados (en miles)	Diciembre 2012	% Var. interanual
Accesos clientes finales	310.010,8	2,9
Accesos de telefonía fija <sup>(1) (2)</sup>	40.002,6	(0,3)
Accesos de datos e Internet	19.402,6	1,4
Banda estrecha	653,2	(28,2)
Banda ancha <sup>(3)</sup>	18.596,2	2,9
Otros <sup>(4)</sup>	153,1	(3,5)
Accesos móviles <sup>(5)</sup>	247.269,5	3,6
Prepago <sup>(6)</sup>	165.759,7	2,2
Contrato <sup>(2) (7)</sup>	81.509,8	6,5
TV de pago <sup>(8)</sup>	3.336,2	0,8
Accesos mayoristas	5.731,3	8,2
Bucle alquilado	3.308,8	13,0
Bucle compartido	183,5	(10,5)
Bucle desagregado	3.125,3	14,7
Mayorista ADSL <sup>(9)</sup>	800,6	(5,7)
Otros <sup>(10)</sup>	1.621,8	6,8
<b>Total accesos</b>	<b>315.742,1</b>	<b>3,0</b>

<sup>(1)</sup> RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI; Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo. Incluye la totalidad de los accesos *fixed wireless*. Incluye Voz sobre IP y ADSL Libre. A partir del primer trimestre de 2012, los accesos de telefonía fija incluyen 384 mil clientes de VoIP en Alemania y 65 mil líneas fijas en el Reino Unido para homogeneizar estos accesos a los criterios de Telefónica.

<sup>(2)</sup> Recoge la reclasificación en el cuarto trimestre de 2012 en Argentina de 157 mil accesos *fixed wireless* anteriormente reconocidos como accesos móviles del segmento contrato.

<sup>(3)</sup> ADSL, satélite, fibra óptica, cable módem y circuitos de banda ancha.

<sup>(4)</sup> Resto de circuitos minoristas que no son de banda ancha.

<sup>(5)</sup> En el primer trimestre de 2012 se dieron de baja 2,0 millones de accesos inactivos en España.

<sup>(6)</sup> En el primer trimestre de 2012 se dieron de baja 1,2 millones de accesos inactivos en España. En el tercer trimestre de 2011 se dieron de baja en Chile 360 mil accesos inactivos. En Brasil se dieron de baja 1,0 millones de accesos inactivos en el cuarto trimestre de 2011 y 1,6 millones de accesos inactivos en el segundo trimestre de 2012.

<sup>(7)</sup> En el primer trimestre de 2012 se dieron de baja 800 mil accesos inactivos en España.

<sup>(8)</sup> Incluye 150 mil clientes de TVA a partir de junio de 2011.

<sup>(9)</sup> Incluye bucles alquilados por T. Alemania y T. Reino Unido.

<sup>(10)</sup> Circuitos cuyo cliente final son operadoras. Incluye Alquiler Mayorista de Línea Telefónica (AMLT) en España.

# Protección de datos y privacidad

Construyendo una Internet abierta, privada, segura y transparente.

## El compromiso

La privacidad es un derecho fundamental que recoge la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Telefónica la entiende como el ámbito de la vida personal y familiar —esto es, de la vida privada—, que el ciudadano tiene derecho a proteger frente a cualquier intromisión por parte de un tercero, ya sea ilegítima o simplemente no consentida.

La Compañía es además consciente de que sus clientes "quieren disfrutar de una Internet abierta, privada, segura y transparente", como ha apuntado César Alierta, su Presidente Ejecutivo. En un contexto en el que el uso universal de la Red ha multiplicado la cantidad y el tipo de información a la que tanto compañías como usuarios tienen un fácil e inmediato acceso, cobra mayor relevancia la responsabilidad con que empresas como Telefónica gestionan en su día a día los datos de carácter personal.

Los Principios de Actuación de Telefónica, vigentes desde 2006, establecen las pautas comunes de comportamiento de todas las empresas del Grupo. En este campo, señalan textualmente:

- "Protegemos la confidencialidad de la información que nos ha sido confiada, sea de la Compañía, de clientes, accionistas, empleados o proveedores".

- "Facilitamos a nuestros grupos de interés (clientes, empleados, proveedores, accionistas, etcétera) información relevante sobre cómo usamos y almacenamos sus datos personales. Asimismo les informamos sobre el modo de acceder y corregirlos. Mantenemos sus datos personales con las medidas de seguridad adecuadas. Si en algún momento esta seguridad se ve comprometida, actuamos de forma rápida y responsable".

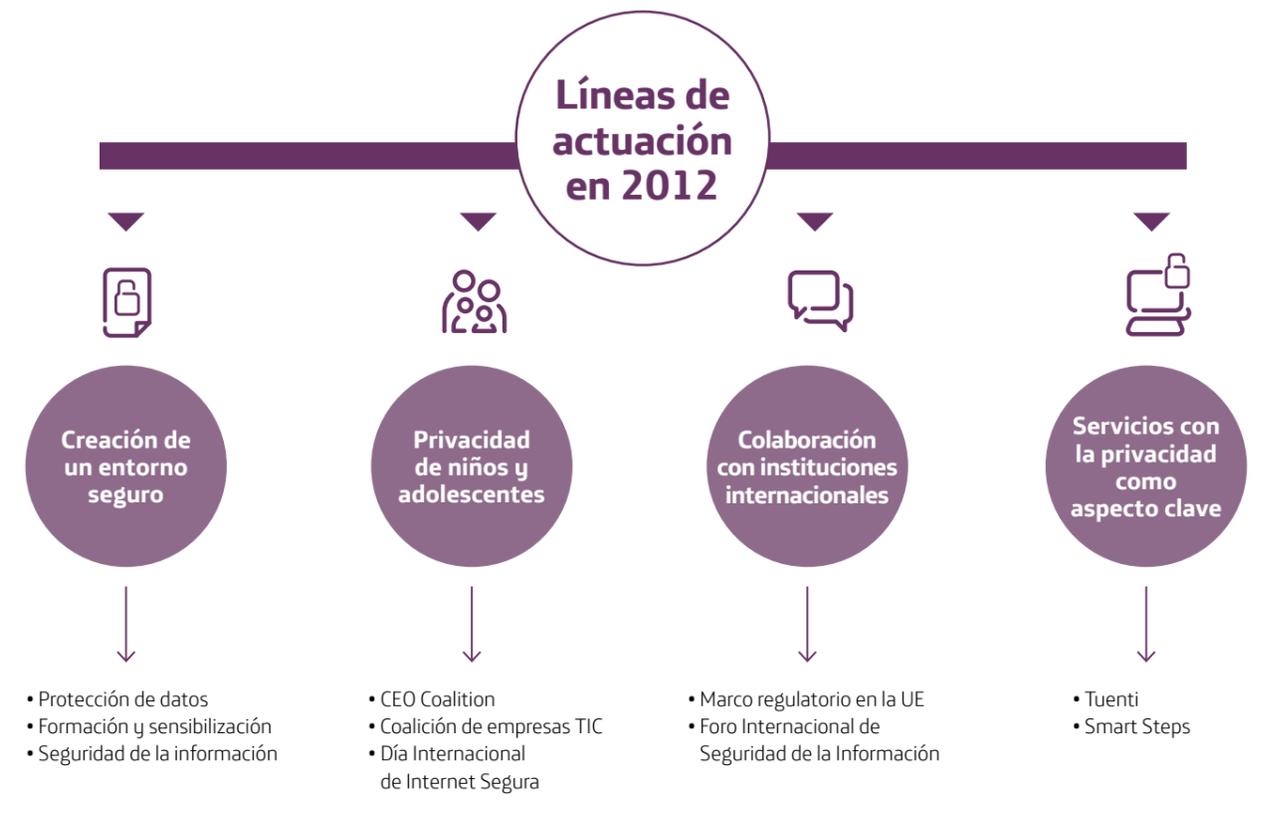
## Líneas de actuación en 2012

Durante el ejercicio, la labor de Telefónica en este ámbito ha girado en torno a cuatro pilares:

- Creación de un entorno seguro.
- Inclusión de la seguridad en los nuevos productos.
- Desarrollo de iniciativas relacionadas con el uso responsable de las TIC.
- Colaboración con organismos internacionales.

### Creación de un entorno seguro

Además de la implantación de una política de seguridad global en el Grupo, se han reforzado las auditorías y la preparación de los empleados en materia de protección de datos, formación y seguridad.



### a) Protección de datos

La Compañía respeta los estándares internacionales de calidad y seguridad para la protección y el uso de los datos personales. Cumple con el marco legal de los países en los que está presente y da respuesta a los requerimientos de sus clientes, empleados, accionistas y Principios de Actuación.

Por ello, en 2012, Telefónica redobló el esfuerzo realizado el año anterior. Incrementó en un 47% las auditorías internas en materia de protección de datos y aumentó su alcance. Un 43% de ellas se dirigieron a entidades colaboradoras en siete países de Latinoamérica y el 57% restante, a sus empresas tanto en España como en Latinoamérica.

Entre los aspectos revisados, cabe destacar la aplicación de las medidas de seguridad en el tratamiento de estos datos; el control de acceso; la calidad de la información; el consentimiento para su tratamiento; y la posibilidad de que los afectados puedan ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.

### b) Formación y sensibilización

Durante 2012, Telefónica continuó con el plan iniciado en 2011 previo para concienciar y formar a sus trabajadores en este ámbito.

- **Telefónica Europa.** Cerca de 35.000 empleados disponen de formación actualizada en materia de privacidad y protección de datos. Esto supone más del 80% de los empleados de O2 a los que va dirigido el curso. Estos empleados procedían de Reino Unido (9.932), Alemania (4.170), República Checa (5.718) e Irlanda (862). Asimismo, en España las personas formadas alcanzaron las 14.000.

- **Telefónica Latinoamérica.** Se reforzaron las acciones de concienciación y formación a los empleados, con varios cursos de seguridad de la información y protección de datos. Entre ellos, destacaron:

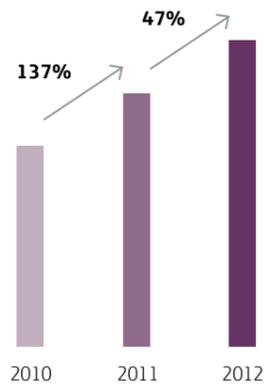
- **Brasil,** donde se instruyó a más de 4.000 personas en prevención del fraude, seguridad de la información y documentoscopia.
- **Chile,** con más de 2.246 profesionales formados a través de *elearning*.
- **México,** con una iniciativa para la atención de los derechos ARCO (acceso, rectificación, cancelación y oposición). Se estructuró en 13 cursos que atendieron 160 personas.
- **Ecuador,** donde 100 ejecutivos recibieron formación presencial.

Telefónica protege la confidencialidad de la información que le ha sido confiada



**34.682** empleados han recibido formación actualizada de Telefónica Europa en protección de datos y privacidad

#### Auditorías internas en materia de protección de datos



En 2012, el centro Nemesys gestionó 6,4 millones de correos con alertas y quejas referidas a la seguridad, fraudes y abusos en Internet

#### c) Seguridad de la información

Telefónica dedica grandes esfuerzos a garantizar la protección de las comunicaciones y de la información, tanto de la Compañía como de sus clientes. Para ello, ha implantado de forma global en sus operaciones una política de seguridad que se basa en su propia experiencia y en los principales estándares internacionales.

Asimismo, el Grupo maneja soluciones de seguridad locales y también infraestructuras globales críticas, además de colaborar con los gobiernos y cuerpos de seguridad internacionales especializados en el intercambio de experiencia y en la protección frente a posibles ciberamenazas.

También coopera con otros proveedores de servicios de Internet (ISPs) y organismos de certificación (CERTs) a través de su participación en organizaciones y consorcios sectoriales como GSMA, FIRST, ETIS, ETNO...

#### » 'Nemesys'

El centro Nemesys (acrónimo de *network, messengers, systems, security* de Telefónica España) tiene como principal responsabilidad la gestión de los incidentes de seguridad,

fraude y abusos en los que se ven implicados los clientes en su utilización normal de Internet.

Nemesys administra notificaciones por problemas de virus, *spam*, ataques informáticos, contenidos ilícitos, distribución de *malware*, fraudes de tipo *phishing* (consisten en adquirir información confidencial de forma fraudulenta), *copyright*, injurias, etcétera. Se trata en todos los casos de abusos en Internet que afectan a los usuarios, a la red de la Compañía o a las páginas alojadas en sus servidores.

El trabajo se coordina entre las direcciones de Operaciones, Ingeniería y Asesoría Jurídica, y las diferentes unidades de negocio de Telefónica, junto a otros operadores y organismos que velan por la seguridad en Internet. Creado hace más de una década, Nemesys ([www.movistar.es/nemesys](http://www.movistar.es/nemesys)) fue en su día una iniciativa pionera en el mundo. Con el tiempo, ha evolucionado al ritmo vertiginoso de la tecnología: en 2012 se ocupó de más de 6,4 millones



de correos con alertas o quejas, de los que 4,5 millones se referían a descargas de música, películas o juegos, es decir, prácticas que atentaban contra la Ley de Propiedad Intelectual (LPI).

#### » Certificaciones en Ecuador

Siguiendo el proceso iniciado el año anterior, Ecuador certificó en 2012 bajo el estándar ISO 27000: 2005<sup>(1)</sup> los siguientes procesos:

- La provisión y soporte del servicio de datos fijos e Internet dedicado al segmento de grandes empresas.
- Servicio de recargas electrónicas, desde la solicitud hasta la confirmación al cliente.

#### Privacidad de niños y adolescentes

La vicepresidenta de la Comisión Europea, Neelie Kroes, ha declarado: "Estoy convencida de que los niños pueden disfrutar del mundo online y de que su seguridad es responsabilidad de

todos. Quiero que tanto ellos como sus padres y profesores dispongan de herramientas de protección sencillas, transparentes y coherentes para aprovechar al máximo su experiencia online y hacer frente a sus riesgos".

En sintonía con estas palabras, Telefónica mantiene un férreo compromiso con la protección de la privacidad de uno de los colectivos más vulnerables en el uso de las TIC: los niños y los adolescentes. Al igual que Kroes, la Compañía es consciente de que éstos se benefician de toda la potencialidad de Internet por su condición de *nativos digitales*, pero también de que tienen una alta exposición a riesgos, ya que son más proclives a revelar información personal sin reparar en los futuros usos que pudiera hacerse de ella.

En 2012, Telefónica llevó a cabo numerosas iniciativas para promover un uso responsable y seguro de las tecnologías de la información y la comunicación en la infancia y adolescencia. Entre ellas, destacaron:

"Estoy convencida de que los niños pueden disfrutar del mundo online y de que su seguridad es responsabilidad de todos"

**Neelie Kroes**  
Vicepresidenta de la Comisión Europea

<sup>(1)</sup> ISO 27000: conjunto de estándares desarrollados - por ISO (International Organization for Standardization) que proporcionan un marco de gestión de la seguridad de la información.



Telefónica, entre otras compañías, ha impulsado la certificación 'eSafety Label', destinada a centros escolares

**a) Coalición de los CEOs para una Red mejor para los niños (CEO Coalition)**

Esta alianza nació en diciembre de 2011 con el propósito de definir un plan de actuación en doce meses. A lo largo del ejercicio 2012, Telefónica ha participado activamente en el desarrollo de recomendaciones para cada una de las cinco líneas de trabajo que establece:

- Facilitar mecanismos sencillos de reporte de denuncias.
- Implementar configuraciones de privacidad adecuadas a la edad del usuario.
- Usar la clasificación de contenidos.
- Ofrecer herramientas de control parental.
- Mejorar los procedimientos para la eliminación de los contenidos de abuso a menores.

Más información en <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/news/better-internet-kids-ceo-coalition-1-year>.

**b) Coalición de las empresas TIC**

Telefónica es una de las cerca de 30 compañías del sector TIC en Europa que ha suscrito una serie de normas para conseguir que niños y jóvenes se beneficien de las ventajas que brinda la Red sin estar expuestos a los posibles malos usos. Se basan en aspectos como los contenidos, el control parental, la gestión del abuso o el uso inadecuado, los contenidos de pornografía infantil, el control de la privacidad y la educación y la concienciación. Están en: [http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blogs/wp-content/uploads/2012/01/Principios\\_TIC.pdf](http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blogs/wp-content/uploads/2012/01/Principios_TIC.pdf)

**c) Día Internacional de la Internet Segura**

El 7 de febrero, Telefónica quiso sumarse a esta iniciativa con actividades alrededor del mundo:

- En España promovió el congreso *Joven y en red*, junto a la asociación *Protégeles*<sup>(2)</sup>. Participaron más de mil jóvenes de 11 a 16 años.

→ En Irlanda, empleados de Telefónica impartieron charlas en colegios sobre el buen uso de Internet.

→ En Reino Unido, la Compañía organizó debates con diferentes grupos de interés y dio a conocer la nueva versión de su web. El *site* alberga consejos actualizados y respuestas a los interrogantes que pueden tener las familias sobre Internet.

→ El broche de la jornada fue la presentación en Bruselas del proyecto *eSafety Label*. Promovida por diversas compañías —Telefónica, Kaspersky Lab, Liberty Global y Microsoft— y los ministerios de educación de varios países —Bélgica, Italia y Portugal—, esta certificación se estructura a través de la European Schoolnet, una organización financiada por la Comisión Europea y dedicada a la inclusión de las TIC en la educación a través de los centros escolares.

Más información sobre el uso seguro de las TIC por niños y adolescentes en el capítulo dedicado a ello de este Informe, *Buen uso de Internet para la infancia*.

**Servicios con la privacidad como clave**

La Compañía considera que la privacidad debe incorporarse desde el diseño y por defecto en sus productos y servicios. Ejemplo de ello es Tuenti, su plataforma de comunicación social, o los productos de la unidad Telefónica Digital, como *Smart Steps*.

Para acceder a más información, se puede consultar el capítulo: *La privacidad como elemento clave en los negocios digitales*.

**Colaboración con instituciones internacionales**

En todo el mundo, la normativa en materia de privacidad y protección de datos está en plena evolución. Por ello, tanto de forma individual como a través de asociaciones sectoriales, Telefónica ha participado activamente en el debate institucional de cara a la creación de un marco regulatorio que contemple las



necesidades de los consumidores y de la industria en esta materia.

**a) Marco regulatorio en la Unión Europea**

En Europa, la Comisión Europea presentó sus propuestas al respecto el 25 de enero de 2012. El paquete de reforma está compuesto por:

- Comunicación general.
- Propuesta de Reglamento General de Protección de Datos.
- Directiva de Protección de Datos Personales en el marco de la prevención, investigación, detección o enjuiciamiento de infracciones penales o de ejecución de sanciones penales.

Telefónica elaboró un exhaustivo y detallado análisis de la propuesta de la Comisión, así como numerosas enmiendas que, según considera, deberían incorporarse al texto final.

Además, a lo largo de 2012, la Compañía intervino en numerosos ámbitos para dar a conocer esta propuesta y así conseguir un marco normativo que proporcione seguridad jurídica y facilite el desarrollo de nuevos servicios:

- En marzo participó, junto con la Comisaria europea de Justicia, Viviane Reding, en un debate sobre protección de datos organizado por European Voice.

→ En abril colaboró en un debate de la European Internet Foundation (EIF) sobre la reforma europea, junto a Françoise Le Bail, Directora General de Justicia de la Comisión Europea; Alexander Alvaro, Vicepresidente del Parlamento Europeo; y el eurodiputado Jan Philipp Albrecht, ponente para el Reglamento.

Telefónica ha completado estas intervenciones con otras actuaciones individuales y en el seno de diferentes asociaciones del sector:

- Dirige el grupo de trabajo de Protección de Datos, Confianza y Seguridad de la European Telecommunications Network Operators' Association (ETNO).
- Lidera una coalición sectorial, compuesta por las principales asociaciones europeas de empresas (GSMA Europa, ECTA, Cable Europe y ETNO). A través de esta alianza, se ha preparado una serie de documentos acerca de las preocupaciones compartidas respecto a la propuesta de reglamento y sus oportunidades.

Estas declaraciones conjuntas gozan de una alta estimación por parte de la Comisión, los miembros del Parlamento Europeo y otros grupos de interés, ya que les permiten conocer la opinión de la industria a través de una sola voz, especialmente en un asunto que incide de forma tan importante en la competitividad de las compañías de la UE (ver <http://www.gsma.com/gsm europe/gsma-etno-briefing-papers-on-the-data-protection-regulation/>).

**Foro Internacional de Seguridad de la Información**

En marzo de 2012, Distrito Telefónica albergó el Foro Internacional de Seguridad (ISF por sus siglas en inglés), del que Telefónica forma parte desde 2007 y que cuenta ya con más de 300 miembros.

El objetivo de estas reuniones anuales, integradas por miembros del Consejo y del Comité Ejecutivo del ISF, es avanzar en la definición de una estrategia global, así como en el *set* de herramientas y utilidades ofrecidas a sus miembros.

En la edición celebrada en Madrid se alcanzaron acuerdos relevantes, como la puesta en marcha de un proyecto para evaluar el riesgo de la información en servicios *cloud* y la gestión de la privacidad en sistemas externos de la nube.

<sup>(2)</sup> Organización sin ánimo de lucro que viene operando como línea de denuncia contra la pornografía infantil y demás contenidos ilegales en Internet. [www.protegeles.com](http://www.protegeles.com).

# La privacidad como elemento clave en los negocios digitales

La sociedad de la información requiere y propicia una ingente cantidad de datos. Para Telefónica, la protección de los datos de carácter personal es una máxima que aplica en todos sus procesos y actividades.

Las personas cada vez son más conscientes de la importancia de preservar su intimidad y proteger sus datos personales. De hecho, la privacidad se ha convertido en uno de los valores más importantes en la sociedad digital. Pero, al mismo tiempo, los usuarios impulsan la sociedad de la información mediante el aporte, la compartición y la creación de contenidos, lo que favorece el acceso a un número inmenso de sus datos.

En este contexto es fundamental que los proveedores de los nuevos servicios digitales garanticen que la información personal está segura protegiendo y garantizando la privacidad de los usuarios.

Telefónica considera que la garantía de la privacidad debe incorporarse por diseño y defecto en el desarrollo de productos y servicios. Claros ejemplos son Tuenti, su plataforma de comunicación social, y los productos que desarrolla a través de su unidad Telefónica Digital como *Smart Steps*.

En palabras del Director Jurídico y de Privacidad de Tuenti, Óscar Casado: "A diferencia de otras redes sociales, Tuenti parte de una premisa básica: la información es propiedad del usuario y, por tanto, el usuario es el único con derecho a controlar la recogida, uso y revelación de cualquier información sobre sí mismo".

## **tuenti**: sinónimo de seguridad y confianza

Nacida en 2006, Tuenti es la plataforma de comunicación web y móvil de Telefónica. Durante 2012, además de lanzar la operadora móvil virtual (OMV) Tuenti Móvil, emprendió su internacionalización con el lanzamiento global en beta de su aplicación multiplataforma en 12 idiomas. En diciembre de 2012, Tuenti contaba con 15 millones de usuarios registrados, más de 10 millones de usuarios activos<sup>(1)</sup> y más de 6 millones de usuarios únicos mensuales en sus aplicaciones móviles.

En ese contexto cobra especial relevancia el posicionamiento de Tuenti como la red social más segura y privada del mercado porque otorga al usuario el máximo control sobre sus datos personales y no los comercializa con terceros. Como reflejo de este compromiso, la red social ha introducido diferentes medidas de mejora de la privacidad y ha desarrollado acciones de sensibilización en colaboración con una gran variedad de organizaciones. Como resultado, las incidencias de privacidad en perfiles y fotos se redujeron un 52% en los dos últimos años.

Durante el ejercicio 2012, las principales actuaciones en cuanto a privacidad fueron:

<sup>(1)</sup> Conforme ComScore.

<sup>(2)</sup> A noviembre de 2012 ya se habían emitido más de 25 millones de DNle en todo el país. El Gobierno español calcula que para en 2015 toda la población española tendrá Documento Nacional de Identidad electrónico.

→ En enero se convirtió en la **primera red social en disponer de mecanismos de verificación de la identidad de usuarios a través del DNI electrónico**, un hecho significativo especialmente en España, el país con mayor implantación de este tipo de documento<sup>(2)</sup> en el mundo.

→ En mayo **reforzó su política de privacidad** (<http://corporate.tuenti.com/es/privacy>) hasta convertirse en una de las más restrictivas del mercado. Entre sus puntos fuertes destacan:

- Sólo permite identidades reales y verificadas.
- Todos los usuarios tienen activado por defecto el máximo nivel de seguridad.
- No indexa los perfiles de los usuarios en buscadores.
- "Chatea con todos; comparte sólo con tus amigos". Mantiene el concepto cerrado de seguridad para compartir con amigos pero introduce el concepto de contactos, lo que permite a los usuarios chatear con sus contactos sin que estos puedan acceder al contenido de su perfil. Así, por ejemplo, los padres pueden comunicarse como un contacto más con sus hijos sin necesidad de estar considerados como amigos y, por tanto, respetando los ámbitos de comunicación más privados.
- Implanta el protocolo de monitorización proactiva y reactiva para revisar perfiles sospechosos de no cumplir las instrucciones de uso. Los contenidos y conductas de usuarios que pueden ser constitutivos de delito se reportan directamente a los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad.

→ En septiembre **presentó el centro de ayuda y seguridad online** ([www.tuenti.com/privacidad](http://www.tuenti.com/privacidad)) con recursos para usuarios, padres, educadores y la sociedad en general. Es un espacio abierto a todos,

sin necesidad de ser miembro de Tuenti. Asimismo, se realizó un vídeo educativo en colaboración con 15 instituciones que trabajan en el ámbito de la privacidad y seguridad online: la Policía, la Guardia Civil y la Agencia Española de Protección de Datos, entre ellos. Esta iniciativa se convirtió en la primera acción del Comité Asesor de Expertos en Seguridad y Privacidad.

### → **Promoción del uso responsable de la red:**

Tuenti desarrolló diferentes proyectos durante 2012, algunos de continuidad con la labor que ya venía desarrollando previamente y otros iniciados por primera vez con nuevos colaboradores. Destacan las siguientes:

- En enero, Tuenti y la Plataforma de Infancia de España firmaron un acuerdo de colaboración con objeto de promocionar la participación activa y responsable de los jóvenes en Internet.

"La información es propiedad del usuario y, por tanto, él es el único con derecho a controlar la recogida, uso y revelación de cualquier dato sobre sí mismo"

### **Óscar Casado**

Director Jurídico y de Privacidad de Tuenti

netiquétate  
Netiqueta Joven para Redes Sociales

## Campaña 'Netiqueta'

Decálogo de buenas prácticas en la red

1. **Pide permiso antes de etiquetar** fotografías subidas por otras personas.
2. **Mide bien las críticas** que publicas.
3. **Pregúntate qué información de otras personas expones** y asegúrate de que no les importa.
4. **Facilita a los demás el respeto** de tu privacidad e intimidad.
5. **Ante algo que te molesta**, trata de reaccionar de manera calmada y no violenta.
6. **Evita el 'software malicioso'** y cuida tu contraseña.
7. **Presta atención a cómo te presentas** y cómo te perciben las demás personas.
8. **Eres responsable de lo que haces**, también en Internet.
9. **Piénsatelo bien antes de publicar** algo en la red, incluso si es en una zona privada.
10. **No creas que lo dominas todo** y que tú decides siempre.

→ En febrero, Tuenti inauguró las actividades celebradas con motivo del *Safer Internet Day* (Día Internacional de Internet Segura) en España, promovido por la Comisión Europea. En España fue organizado por el Centro de Seguridad en Internet: *Protégeteles*.

→ En mayo firmó con la Fundación Maia y la Confederación de Asociaciones de Consumidores y Usuarios de Madrid (CECU) acuerdos para fomentar el conocimiento de los derechos de los consumidores así como comportamientos responsables en Internet, especialmente en jóvenes y menores de edad.

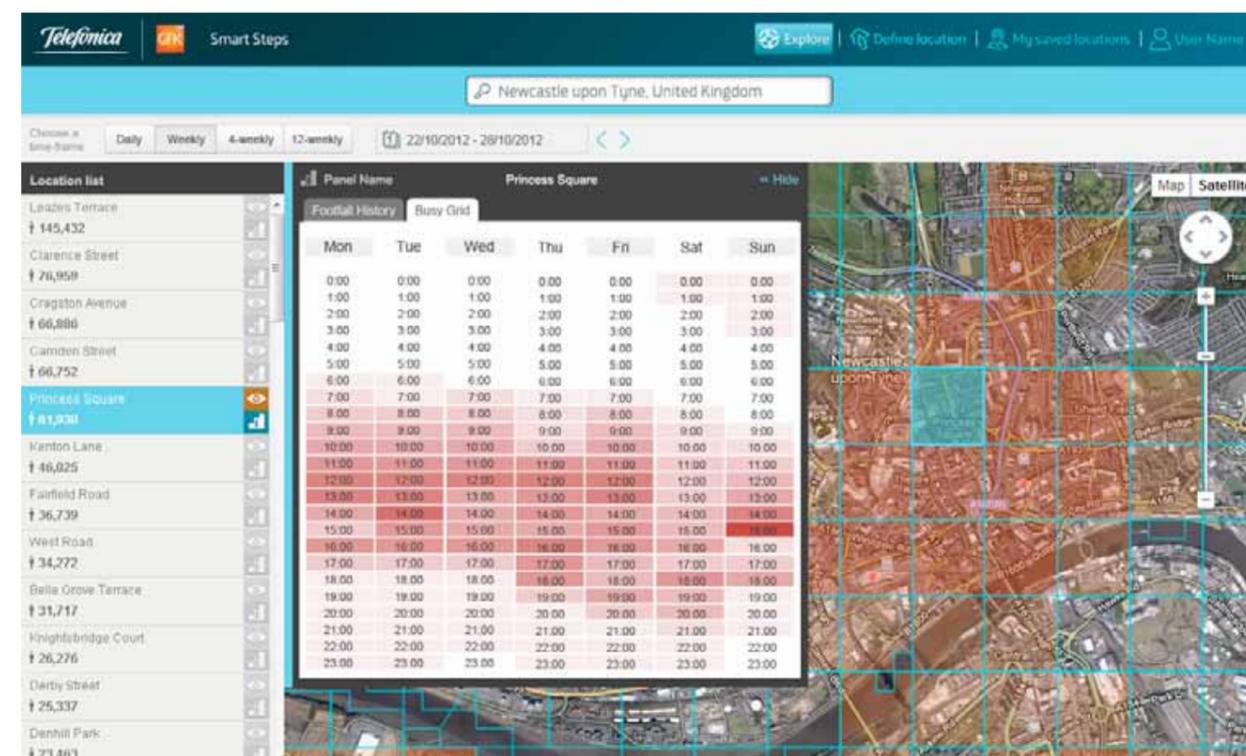
→ En junio, Tuenti y la Fundación ANAR (Ayuda a Niños y Adolescentes en Riesgo) firmaron un acuerdo de colaboración para poner en marcha diversas acciones para atender y asesorar al menor y promover el uso responsable de la red social.

→ Tuenti colaboró en distintas campañas con la ONG Controla Club para promover buenos hábitos dentro y fuera de la red y prevenir el consumo de alcohol y drogas. Este trabajo fue reconocido con un galardón entregado por la Generalitat Valenciana.

→ En octubre de 2012, cerró un acuerdo con *Pantallas Amigas* para promover el uso responsable en la red (<http://corporate.tuenti.com/es/help/security/es#14>). En diciembre, lanzó la campaña *Netiqueta* de buenas prácticas en la red (<http://mediateca.pantallasamigas.net/2012/03/06/jovenes-y-redes-sociales-recomendaciones-parapnte/>). La colaboración con *Pantallas Amigas* y *EUKids Online* permitió el desarrollo de un simulador de protección de datos que fue presentado a fines de enero de 2013 en el Día de la Privacidad.

→ En noviembre, durante el XXIII aniversario de la conmemoración de la aprobación de la Convención de Derechos del Niño, Tuenti firmó un acuerdo con GSIA (Grupo de Sociología de la Infancia y Adolescencia) para garantizar la defensa de los derechos de niños y adolescentes en las TIC.

→ En diciembre de 2012 firmó un acuerdo de colaboración con la ONG Padres 2.0 para la difusión de mensajes relacionados con la privacidad, la seguridad y el comportamiento responsable de los jóvenes en Internet.



### 'Smart Steps' en Telefónica Digital

Telefónica Dynamic Insights es una nueva unidad de negocio global cuyo modelo de negocio es proporcionar datos analíticos que aumenten la eficiencia en la gestión de empresas y organizaciones.

El primer producto comercializado en 2012 fue *Smart Steps*, que usa datos agregados y totalmente anónimos de la red móvil —sobre los que realiza una extrapolación estadística— para permitir a las empresas privadas y organismos públicos medir, comparar y comprender qué factores influyen en el número de personas que visitan un determinado lugar. Estos datos ayudan a las empresas a tomar las mejores decisiones sobre cuándo hacer ofertas, en qué tiendas, dónde encontrar las mejores localizaciones, etcétera.

*Smart Steps* se lanzó con éxito en octubre de 2012 en Reino Unido. Este hecho tuvo bastante resonancia en Alemania, donde se produjo cierto debate en los medios sobre el servicio y su posible llegada al país. Actualmente no hay planes de lanzamiento allí.

La experiencia de Telefónica en el ámbito del *big data* muestra que para el desarrollo

e implementación de productos y servicios desarrollados sobre esta fuente de datos se necesita:

- Asegurar la actuación coordinada tanto internamente (entre las diferentes empresas del Grupo) como externamente (con organizaciones y autoridades implicadas).
- Establecer anticipadamente vías de diálogo con las principales instituciones y grupos de interés para presentar correctamente los productos, indicando beneficios y el respaldo en el ámbito de la seguridad y privacidad de los datos que ofrece la solución.

El *big data* es uno de los factores clave en la economía digital y debe ser tratado de una forma responsable para favorecer la transformación de la sociedad y los negocios.

El 'big data' es uno de los factores clave en la economía digital y debe ser tratado de una forma responsable

# Buen uso de Internet para la infancia

Proteger a los niños y niñas de los malos usos y abusos de los que pueden ser víctimas en la Red es una de las batallas de Telefónica. Así trabaja la Compañía.



## 4 Estrategia de pilares

### Autorregulación

Normas y códigos para fomentar el buen uso de las TIC

### Alianzas estratégicas

Colaboración con el sector público y privado para aunar esfuerzos

### Productos y servicios

Antivirus, filtros y herramientas para proteger a los menores

### Educación

En las buenas prácticas y medios de defensa y protección

Actualmente, las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC) son piezas claves para la educación, las relaciones, el ocio y, en definitiva, el desarrollo de la infancia y la juventud. De ahí, la importancia de fomentar un entorno en el que los menores puedan utilizarlas evitando malos usos.

Telefónica, en su afán por contribuir a generar un impacto positivo en el progreso económico, tecnológico y social de su entorno, ha desarrollado una estrategia basada en cuatro pilares para la protección de los niños y niñas con respecto a las TIC. Son: autorregulación, alianzas estratégicas, productos y servicios y educación.

#### Autorregulación

La Compañía ha firmado voluntariamente acuerdos y coaliciones con las principales empresas del sector de las TIC. Se trata de multiplicar esfuerzos para ofrecer el mejor entorno posible para la infancia en Internet.

Asimismo, se está trabajando en la elaboración de una normativa interna basada en la Coalición de los CEOs (ver en página siguiente), que se aplicará en todos los países donde opera Telefónica. La idea es que haya una única estrategia común y que además esté alineada en todas las operaciones del Grupo.

#### Alianza móvil de los operadores móviles

Desde 2008, Telefónica es miembro fundador de la Alianza de los Operadores Móviles contra los contenidos de imágenes de abusos sexuales en la Red. Por pertenecer a este grupo, la Compañía procede de una manera proactiva al bloqueo de los contenidos ilegales, siguiendo las pautas y las listas de la Internet Watch Foundation ([www.iwf.org.uk](http://www.iwf.org.uk)), organización británica de la que Telefónica es miembro activo y con la que colabora desde 2012 para la erradicación de las imágenes de abusos sexuales a niños y niñas online.

#### Código de Conducta Nacional

Telefónica firmó en 2007 el Acuerdo Marco auspiciado por la Comisión Europea para fomentar el buen uso de la telefonía móvil por parte de los niños. El convenio se implementó en los países miembros a través de normas de conducta nacionales.

El Código de Conducta español lanzó en 2011 un icono que, colocado en las páginas webs de los operadores, permite a los usuarios reportar a [Protégeles.com](http://Protégeles.com) (una ONG sin ánimo de lucro que lucha contra los contenidos nocivos que atentan contra menores). México y República Checa están incorporando en sus web un icono similar. [Protégeles.com](http://Protégeles.com) recibió, entre marzo de 2012 y febrero de 2013, 2.528 denuncias.

Y dado que el acceso a Internet se hace cada vez más a través de *smartphones* y *tablets*, en 2012 se desarrolló una aplicación descargable que permite reportar a este sitio web. Entre marzo de 2012 y febrero de 2013, [Protégeles](http://Protégeles.com) recibió 3.150 denuncias desde la aplicación; el software fue descargado 1.415 veces.

#### Coalición de los CEOs para una Red mejor para los niños (CEO Coalition)

El ejercicio 2012 ha sido un año de intenso para la Coalición de los CEOs en su afán de lograr un Internet mejor para la infancia. La iniciativa, lanzada por la Comisión Europea en diciembre de 2011 con las principales empresas del sector TIC, ha trabajado en la innovación de productos, servicios y herramientas dirigidos a fomentar una utilización sana de la Red para la infancia.

El compromiso de los miembros de la Coalición se materializó a través de cinco áreas de trabajo:

- **Facilitar mecanismos sencillos de reporte de denuncias**, como iconos en las web, *apps* para *smartphones*, *tablets* y extensiones en los navegadores.
- **Implementar mejoras en las configuraciones de privacidad** adecuados a la edad del usuario; recogidos en una base de datos.

→ **Ampliar el uso de la clasificación de contenidos** a aplicaciones e información generada por los usuarios para fomentar la unificación de criterios y la interoperabilidad.

→ **Extender las herramientas de control parental** a todo tipo de dispositivo con conexión a Internet.

→ **Luchar contra los contenidos de abusos sexuales a menores en la red**, estrechando la colaboración con los cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado y las *hotlines*.

#### Coalición de las Empresas TIC

En enero de 2012, cerca de 30 empresas del sector formaron la Coalición de las Empresas TIC para un uso más seguro de Internet por parte de niños y adolescentes.

Este grupo trabaja sobre una serie de temas clave, como los contenidos, el control parental, la gestión del abuso, el uso inadecuado de la red, los contenidos ilegales, la privacidad, la educación y la concienciación.

El vigilante de la Red  
**30.000**  
partidas online

En abril de 2012, Telefónica en República Checa lanzó un juego en Facebook llamado *El Guardián de Internet* para promover el uso de los controles parentales y sensibilizar y educar a los usuarios sobre los malos usos más comunes en la Red. Los casi 30.000 accesos que tuvo superaron en un 400% las expectativas fijadas.





En las webs de Telefónica hay información sobre cómo proceder en casos de 'ciberbullying', llamadas molestas, robo de terminales...

#### Alianzas estratégicas

Para desarrollar una estrategia contundente de protección de la infancia en Internet, la Compañía necesita socios y aliados potentes. En este aspecto, destaca la colaboración nacional con los nodos del Inhope y del Insafe en cada país, ONGs locales, la Comisión Europea y la Unión Internacional de Telecomunicaciones, entre otros.

Fruto de estas colaboraciones transversales entre organismos públicos y privados es la web *Te protejo*, una iniciativa para la protección a través de Internet de la infancia y la adolescencia en Colombia. A fecha 31 de diciembre de 2012, el número de denuncias registradas en este *site* fue de 2.192.

#### Educación

Telefónica ofrece recursos a educadores, familiares y tutores para educar a los más jóvenes en un uso responsable de las nuevas tecnologías. Asimismo, les ayuda a identificar los riesgos que puede conllevar el mal uso que algunas personas hacen de ellas.

Se han desarrollado *microsites* en las webs del Grupo con información específica sobre una utilización correcta de las TIC. Estos *sites* incluyen recomendaciones para proceder en casos de *cyberbullying* (acoso escolar con las nuevas tecnologías), llamadas molestas, robo de terminales, etcétera.

#### Foro Generaciones Interactivas

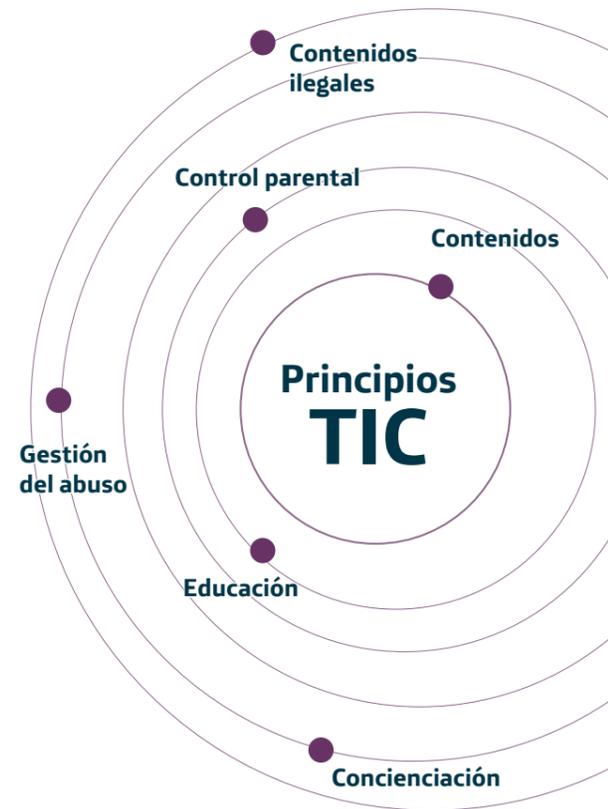
Formar a menores, padres y profesores en el uso responsable de las TIC en España y Latinoamérica es el objetivo del Foro de Generaciones Interactivas, una institución que trabaja en Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, España, Guatemala, Perú, México y Venezuela. Durante el año 2012 esta entidad ha instruido a más de 10.100 personas gracias al trabajo de los 55 voluntarios de la organización.

Además, el Foro ha lanzado dos libros educativos: *Y tu kn ers?* y *La Gran Decisión de Digipato*.

En 2013, Telefónica Europa, junto con el Foro Generaciones Interactivas, creará un centro de recursos que se irá exportando de forma progresiva a los países europeos en los que opera la Compañía. El primero se instalará en España; le seguirán los de Reino Unido e Irlanda.

#### eSafety Label

Para acreditar a los colegios de la Unión Europea que favorezcan un uso responsable de las TIC en las aulas, la European Schoolnet ha creado la *eSafety Label*. En ella han participado Telefónica, Kaspersky Lab, Liberty Global, Microsoft y los ministerios europeos de educación de Bélgica y Flandes, Italia y Portugal. La iniciativa cuenta además con el respaldo de los ministerios de educación y organizaciones educativas de Austria, Estonia y España.



## 'eSafety Label'

Para el uso responsable de las TIC en las aulas



## 'Aula 365'

Contenidos didácticos multimedia para aprender



#### Aula 365 (Argentina, Colombia y Perú)

Contenidos didácticos multimedia para toda la familia de forma gratuita es lo que encuentra cualquier usuario de la web al entrar en *Aula 365*. En este portal se facilitan herramientas avanzadas de la Web 2.0 para que los estudiantes aprendan y mejoren su rendimiento escolar. Para aclarar sus dudas, cuentan con el soporte de un profesor virtual. En esta plataforma no se permite que los internautas aporten datos personales ni fotografías, y siempre está moderada para que los menores no accedan a contenidos inadecuados.

#### Productos y servicios

Por último, en Telefónica se ha diseñado una serie de productos y servicios para favorecer un buen uso de las TIC por parte de niños y adolescentes. También se han desarrollado herramientas para prevenir que sean víctimas de abusos de personas malintencionadas o que tengan acceso a contenidos inadecuados, tanto a través de los teléfonos móviles como por Internet y televisión. Entre otros, la Compañía ofrece antivirus y filtros de contenidos para garantizar una navegación segura y la información para adultos en *Imagenio* se ofrece bajo un código pin parental.

## Publicaciones

pensadas para enseñar qué hay en la Red



## Filtros

para garantizar una navegación segura



# Innovar para crecer

Con 5.770 millones destinados a la investigación, Telefónica forma parte del selecto grupo de empresas que dedican más de 1.000 millones de euros a este concepto.

La innovación tecnológica es fundamental para obtener ventajas competitivas sostenibles que diferencien los productos y servicios de una empresa. Consciente de ello, Telefónica incrementó un 13% su inversión en este aspecto respecto al año anterior. En total se destinaron 5.770 millones de euros, de los que 1.071 millones fueron para I+D (983 millones, un 9% más que en 2011).

Gracias a esta política —y a pesar de la adversa situación económica— la Compañía entró a formar parte del selecto grupo de empresas que asignan más de 1.000 millones de euros a este concepto.

Otro hito a destacar es la continuada apuesta del Grupo por esa mirada al futuro, que se refleja en los 25 años que cumple Telefónica I+D. El aniversario es significativo porque demuestra la intención de la Empresa por consolidarse como uno de los primeros centros privados de investigación y desarrollo en Europa. Actualmente, esta división representa una de las mayores redes de innovación del sector TIC mundial y ha permitido la colaboración de las plataformas del Grupo con la vanguardia de la investigación. Además, la Compañía apoya a

empresas de base tecnológica, de reciente creación, con iniciativas de capital riesgo y entrada en compañías de interés tecnológico.

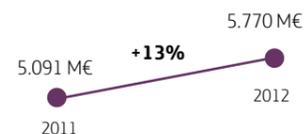
Fruto de este esfuerzo, los proyectos más prometedores son ya una referencia mundial. Destacan el sistema operativo móvil en abierto Firefox OS, desarrollado junto a la Fundación Mozilla y el proyecto *FI-WARE* —financiado por la UE—, que trabaja en el desarrollo de la plataforma europea de referencia de Internet para el futuro.

En este campo, la Compañía busca siempre:

- **El talento como bandera.** Algo clave para Telefónica es reclutar *know how* en polos estratégicos. Así, el Grupo dispone de centros I+D en Estados Unidos, Israel, Reino Unido, Brasil y España, donde trabajan profesionales de más de 20 nacionalidades.
- **La importancia de los resultados.** Durante el ejercicio, Telefónica desarrolló 87 nuevas familias de patentes. Todas ellas contribuyen a potenciar los productos y tecnologías desarrollados en Telefónica I+D.

## Inversión en innovación

### Totales



### Capital destinado para I+D



**25 años**  
de I+D en Telefónica

**87 nuevas**  
familias de patentes en 2012

**9% más**  
de inversión en I+D en 2012



Para medir el retorno del esfuerzo se investigan los últimos avances en tecnología, así como la creación de patentes y otros activos intangibles tecnológicos.

- **Un modelo orientado al cliente.** Para el Grupo, el cliente es indispensable a la hora de definir nuevas soluciones, plataformas y tecnologías. Así, la unidad de Experiencia de Usuario es un área de referencia para Telefónica I+D. En ella se definen, junto con el cliente, los servicios más novedosos. Se consigue gracias a la incorporación de metodologías de innovación flexibles y dinámicas (como Agile, Scrum, Lean Startup...) para fomentar la coordinación de los equipos.

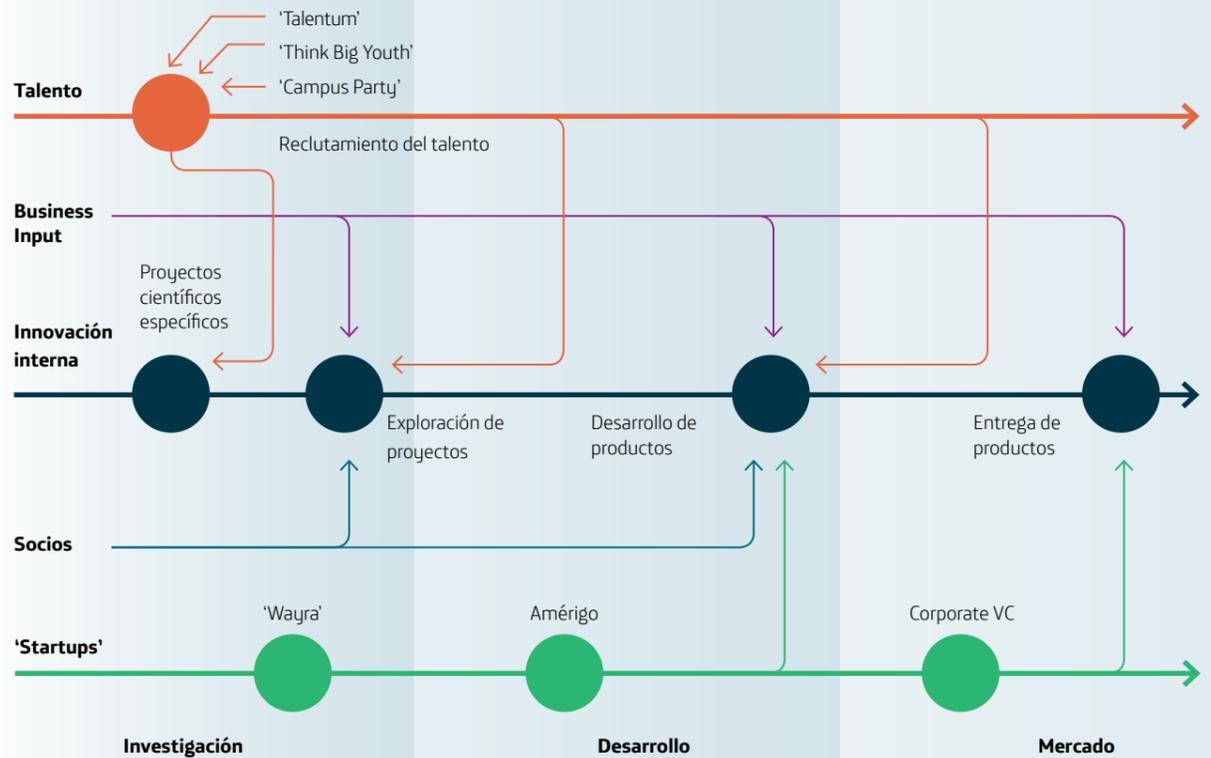
## Más allá de la conectividad

La historia de la Compañía se basa en conectar a los clientes a través de las redes fijas y móviles. Sin embargo, Telefónica Digital espera obtener 5.000 millones de euros en 2015, con un crecimiento anual del 20%. Con esta visión, nació en 2011 Telefónica Digital. Su objetivo: promover soluciones para los usuarios actuales y futuros del Grupo. Para conseguirlo, se está trabajando en áreas como la conexión entre máquinas (M2M), servicios para la salud (*eHealth*), nuevos servicios de vídeo, sistemas operativos para *smartphones* y otros proyectos a través de las siguientes áreas:

- **Product Development & Innovation.** Desarrollan software y nuevas soluciones para los clientes y buscan oportunidades a través de actividades de investigación aplicada, pruebas de conceptos, elaboración de prototipos y desarrollo tecnológico.
- **Partnership & Venture Capital.** Analizan, por medio de la innovación abierta, las oportunidades del ecosistema para colaborar con empresas.
- **New Digital Services.** Trabajan en nuevos productos y servicios basados en segmentos clave.
- **New Business Areas.** Buscan soluciones novedosas en áreas como comunicaciones sobre Internet (TU), Big Data (Telefónica Dynamic Insights) y HTML5 (*Open Web Devices*).

*TU Go*, capaz de convertir el servicio telefónico en una *app* para cualquier dispositivo; Firefox OS, que desarrolla teléfonos inteligentes con estándares web abiertos y con funcionalidades ejecutables con aplicaciones HTML5; *Remote Patient Management*, una experiencia realizada junto con la Agencia Valenciana de Salud, con más de 500 enfermos con afecciones crónicas, y *Thinking Things*, una solución en fase de desarrollo que conecta los dispositivos de forma inalámbrica a Internet son algunos de los logros de Telefónica Digital en 2012.

### El proceso de inspiración



### Eficiencia digital

Uno de los objetivos de la Compañía es aumentar su eficiencia tanto en la red como en sus operaciones y avanzar en la transformación de las infraestructuras de telecomunicaciones para que sean más ligeras, flexibles y moldeables. De ahí, el nacimiento de Global CTO (Chief Technology Office), un área que realiza actividades transversales con potencial tecnológico para construir una Telefónica más digital.

En este sentido, en 2012 destacaron las evoluciones del par de cobre (en las que se exploraron las técnicas de *vectoring*, *phantoming*, *bonding* impulsando el estándar G.FAST), de fibra óptica (NG-PON) y de las tecnologías y arquitecturas móviles (LTE, LTE-Advanced, *heterogeneous networks*, *multilayer load balancing* y *wifi offloading*).

En el ámbito de las redes del hogar, se realizó un piloto de equipo de casa de cliente para mejorar la conectividad wifi, a través de algorítmica centrada en el control de potencia de transmisión y cambio automático de canal. Además, se dotó a la red de transporte de mayor flexibilidad y eficiencia, con un piloto de automatización del

núcleo de red (*Core Network*) junto con Adva, en Telefónica Alemania.

En las redes de transporte ópticas, se consiguió la primera transmisión mundial de supercanales ópticos a diez Tbps con una tecnología compatible con las fibras y amplificadores desplegados en las mismas redes de la operadora.

## Creatividad de este a oeste

La innovación en Telefónica impregna todas las unidades de negocio, incluidas las operadoras locales. He aquí algunos ejemplos.

### Brasil

Es el brazo innovador de América Latina. Para el desarrollo de proyectos, comparte directrices globales con la aplicación de las metodologías más modernas. Desde allí se trabaja en innovación orientada al cliente, experiencia de usuario, Agile/ Scrum y aseguramiento de la calidad.

A lo largo del año sobresalió el lanzamiento de los servicios convergentes y el desarrollo de la tecnología *fixed wireless*.

En televisión destacó la nueva plataforma de servicio de TV sobre IPTV y el lanzamiento en diciembre del servicio *OTT Vivo Play*.

La oferta de **banda ancha fija a 200 MB** a través de la red de fibra fue otro de los logros.

### España

Se han desarrollado acuerdos estratégicos con proveedores como Ericsson, potenciado la colaboración con las universidades a través de las Cátedras Movistar y cerrado acuerdos con entidades de investigación como el Instituto Fraunhofer alemán.

Durante este año, destacan:

- El **Programa Betas**, destinado a realizar experiencias precomerciales con clientes reales a partir de servicios novedosos. Su meta: conseguir un *feedback* temprano.
- Las iniciativas llevadas a cabo en **Mobile World Congress** como *Home Nursing*, una tecnología orientada a ayudar al seguimiento de los médicos sobre la adherencia que los pacientes tienen a la medicación; soluciones de *Seamless Mobility wifi 3G*; gestión remota de robots domésticos en el hogar; sensorización de trajes de bomberos, videoconferencia con contacto visual *Teletouch*, etcétera.
- **InnovaTE<sup>(1)</sup>**, una carpa itinerante que acerca al público los servicios más novedosos desarrollados por el Grupo.
- El **Corporate Innovacion Center**, un espacio ubicado en Distrito T con soluciones de *smart city*, *eHealth*, *retail*, espacios de trabajo...

### Chile

Lo más relevante en 2012 fue el lanzamiento de Movistar Innova, la primera incubadora de negocios en Chile que trabaja en torno al emprendimiento, la innovación y la creación de espacios tecnológicos.

Desde este espacio se apoyó la creación de la *Escuela de Innovación de Telefónica*, que contó con once colaboradores formados durante dos meses en tres disciplinas: *Design Thinking*, Sistema de Gestión de Innovación y Metodología de seguimiento 4D. También desde él se convocó la *Semana de la Innovación* (que involucró a 2.000 colaboradores internos), se impartieron siete charlas de innovación (de abril a octubre), con más de 700 asistentes, 15 talleres y seis coloquios sobre tecnología, a los que asistieron más de 2.000 personas.

<sup>(1)</sup> <http://innova.telefonica.es/carpa-innovate/>

# 'Wayra', el fomento de las ideas

Telefónica cuenta con una iniciativa propia para impulsar de forma global 'startups' relacionadas con la tecnología. La idea: acercar el talento de los emprendedores a los inversores.

*Wayra* ofrece a los emprendedores y a las empresas emergentes un importante impulso al brindarles la oportunidad de distribuir sus ideas y proyectos en los mercados en los que Telefónica está presente, con sus más de 300 millones de clientes. De igual manera, este programa facilita el acceso a la amplia red de *partners* y negocios de la Compañía en todo el mundo. Para Telefónica, *Wayra* es el ámbito perfecto para identificar y potenciar el talento y la innovación en el menor tiempo posible. Gran parte de los proyectos de esta aceleradora de ideas están enfocados a áreas estratégicas clave para el negocio de una Telco Digital: aplicaciones OTT, servicios financieros, *cloud computing*, etcétera.

## Un espacio de encuentro y trabajo

Las academias, diseñadas arquitectónicamente de acuerdo a las últimas tendencias en *coworking*, con acceso a la mejor tecnología y mentoría, constituyen un entorno perfecto para interactuar con otras personas y proyectos, siempre con facilidades para conectar con el resto de países donde *Wayra* funciona. El programa ya ha impulsado a más de 180 empresas emergentes, de las cuales 172 se han impulsado desde las doce academias *Wayra* de Europa y Latinoamérica.

El trabajo que las *startups* realizan en las academias culmina con la presentación de sus productos a diferentes inversores. Se hace durante el *demoDay*. Durante esa jornada, los emprendedores comparten sus avances y presentan un detallado informe sobre los próximos pasos en el progreso de sus negocios: oferta comercial, desarrollo de productos o planes de expansión.

## Una oportunidad de inversión

Durante 2012, *Wayra* convocó en más de diez ciudades a cientos de inversores de capital riesgo en distintos eventos para mostrar el potencial de las empresas que apoya. En diciembre de 2012 celebró su primer *demoDay* internacional en Miami, al que asistieron más de un centenar de inversores, *business angels* y destacados emprendedores de Europa, Latinoamérica y Estados Unidos. Allí, por primera vez, 17 *startups* —en representación de once países— tuvieron la oportunidad de presentar sus productos a los referentes de la comunidad inversora internacional.

El trabajo de una aceleradora como *Wayra* no culmina en la graduación de sus empresas, sino que continúa con la búsqueda permanente de más y mejores talentos. A partir de 2013, el programa de Telefónica buscará nuevas *startups* y emprendedores mediante un esquema de convocatorias más internacional, que ya no distinguirá entre países. En adelante, *Wayra* ofrecerá tres convocatorias anuales de forma abierta y simultánea en las distintas academias a cualquier emprendedor del mundo que desee promover su proyecto. Este modelo surge de la necesidad de acompañar el ritmo y velocidad de las nuevas tecnologías emergentes y brindar más herramientas para que las academias puedan acelerar estos proyectos con mayor agilidad y flexibilidad.

Es importante destacar que estas *empresas aceleradas* se posicionan, a su vez, como grandes dinamizadoras de empleo y actividad comercial, ya que, para funcionar, buscan recursos técnicos y perfiles profesionales como desarrolladores y especialistas en diseño y experiencias de usuario.



'Wayra' cuenta con doce centros en Alemania, Argentina, Brasil, Colombia, Chile, España (en Madrid y Barcelona), Irlanda, México, Perú, Reino Unido y Venezuela



## Números 'acelerados'

- **Más de 180 startups impulsadas** de un total de **13.748 proyectos** recibidos durante 2012.
- **12 academias presentes en siete países de Latinoamérica** (Brasil, Argentina, Colombia, México, Perú, Chile y Venezuela) **y en cinco de Europa** (dos en España, Reino Unido, Alemania, Irlanda y se abrirá otra más próximamente en República Checa).
- **Un área total de más de 10.000 m<sup>2</sup>** destinados a la promoción de proyectos y la innovación. Las academias representan en su conjunto un espacio que supera, en extensión, la superficie de dos campos de fútbol FIFA.
- **Más de 17.000 ideas y proyectos recibidos**, lo que convierte a *Wayra* en uno de los programas de aceleración más grandes del mundo y en un claro detector de tendencias. Esta cifra significa que, desde el lanzamiento de *Wayra*, cada hora se suscribe un proyecto a este programa.
- **Se han seleccionado más de 230 nuevas empresas para ser aceleradas**, que en conjunto suman 7,5 millones de euros de inversión por parte de Telefónica.



# Sostenibilidad de la cadena de suministro

Con casi 20.000 proveedores en 68 países, la gestión responsable y transparente de la cadena de suministro de Telefónica adquiere gran importancia.

## Compromiso

Telefónica asumió el reto de promover la Sostenibilidad en su cadena de suministro en 2010, consciente de que con ello aumentaría las repercusiones positivas del Grupo en la sociedad. Este compromiso, publicado en el Portal del Proveedor<sup>(1)</sup>, cobra mayor relevancia si se consideran algunas cifras respecto a la citada cadena en 2012:

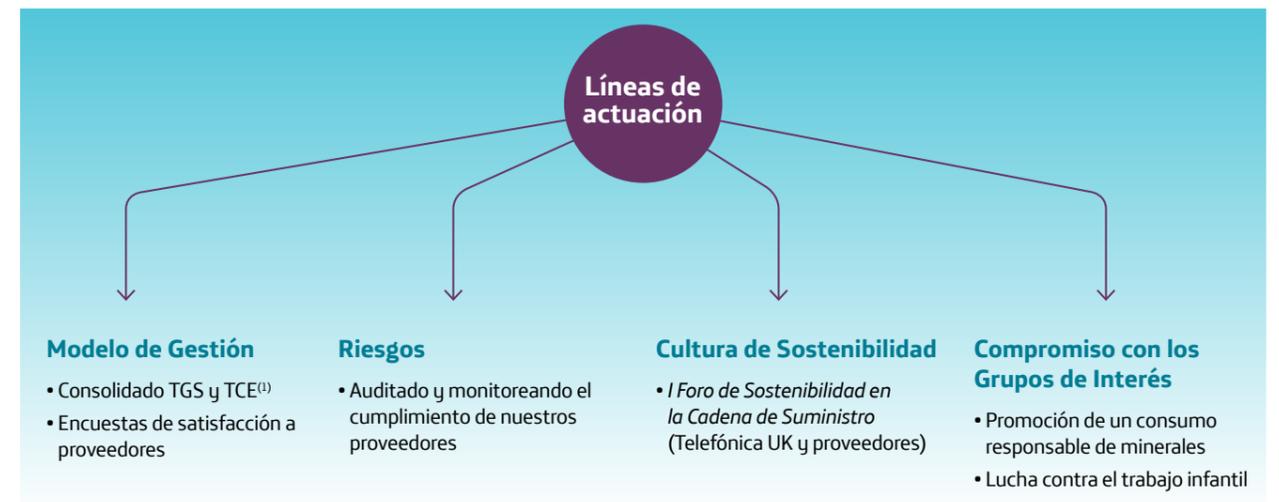
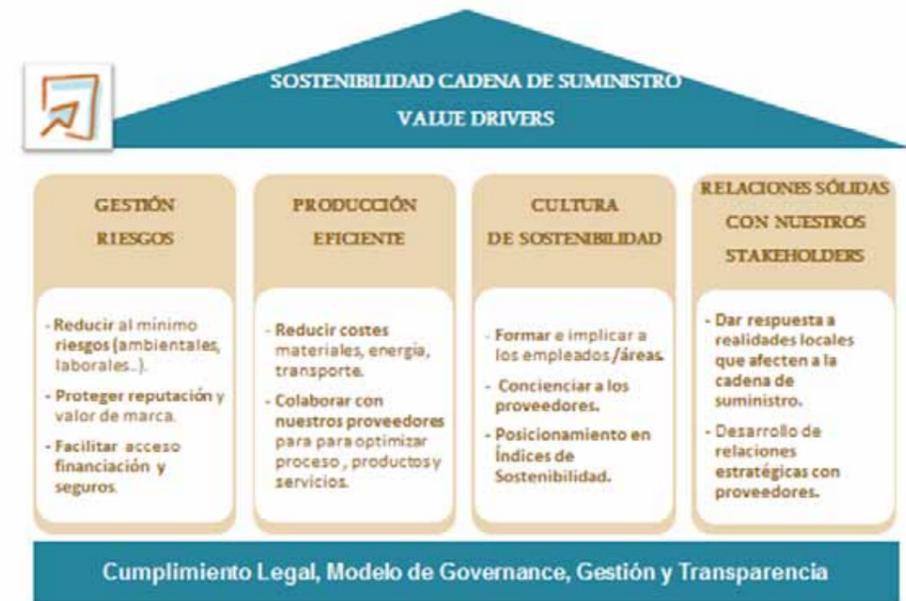
- Más de 900 profesionales en 16 países.
- Cerca de 20.000 proveedores adjudicatarios procedentes de 68 países.
- Un 85,6% de los proveedores adjudicados a escala local.

- Volumen de compra cercano a los 28.000 millones de euros<sup>(2)</sup>.
- Más de 249.000 profesionales empleados por los proveedores de Telefónica realizan actividades clave de soporte y atención a clientes en Latinoamérica. Juegan, por tanto, un papel fundamental en su satisfacción.

Estas cifras suponen una oportunidad por la dimensión y el volumen del ámbito de influencia de la Compañía. Al mismo tiempo conllevan una gran responsabilidad y esfuerzo para lograr el respeto de los criterios éticos, laborales, sociales y ambientales en una cadena de valor tan global y diversa.

<sup>(1)</sup> <http://www.telefonica.com/proveedores>.

<sup>(2)</sup> Volumen adjudicado en 2012 y correspondiente al presupuesto 2012.



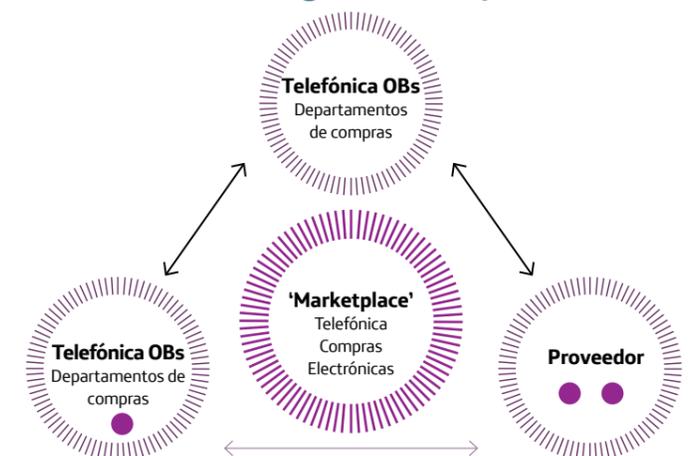
<sup>(1)</sup> TGS: Telefónica Global Services. TCE: Telefónica Compras Electrónicas.

## Modelo de Gestión y transparencia

El modelo de compras global de la Compañía se basa en los principios de transparencia; concurrencia e igualdad de oportunidades; objetividad y unanimidad en las decisiones de adjudicación; orientación al servicio a los clientes internos y externos; y cumplimiento mutuo de compromisos con los proveedores.

Estos principios se sustentan en un enfoque de gestión global que, a su vez, da respuesta a las necesidades de los diferentes mercados y países y garantiza una relación coordinada y transparente entre las empresas del Grupo Telefónica y sus proveedores. Para más información, se puede consultar el Portal del Proveedor (<http://www.telefonica.com/es/suppliers/html/home/index.shtml>).

## Sistema integrado de compras





Los principales avances en 2012 en cuanto al modelo de compras de Telefónica fueron:

→ **Telefónica Global Services (TGS).** De acuerdo con los objetivos de gestionar globalmente las compras y fortalecer y simplificar la relación con los proveedores, en 2012 la Compañía negoció a través de TGS más de 20.300 procesos por un importe superior a 15.400 millones de euros.

Los principales proveedores por importe adjudicado en 2012 fueron: Apple, Samsung, Ericsson, Huawei, Atento, NSN, Nokia, ALU, RIM y Telecom Venezuela, c.a.

Asimismo, en febrero de 2012 se celebró el *Vendor's Day* donde Telefónica compartió los retos de 2012 con sus principales suministradores e identificaron conjuntamente alternativas para lograr una mayor eficiencia en la negociación y ejecución de los contratos, buscando un beneficio para las dos partes.

→ **Telefónica Compras Electrónicas (TCE).** Conforme a sus Principios de Actuación, la Compañía vela para que su actividad se lleve a cabo con transparencia e integridad. Las herramientas de comercio electrónico han ayudado a la consecución de esta meta. De este modo, durante el año 2012:

- Negoció de forma electrónica más de 35.000<sup>(3)</sup> millones de euros, más de 6.000 a través de subasta electrónica.
- Realizó más de 13.500 millones de operaciones de formalización electrónica, donde se incluyen cartas de adjudicación, pedidos electrónicos y contratos.
- Avanzó en el despliegue y consolidación del uso de la factura electrónica, con más de 355.000 facturas.

A lo largo del ejercicio, se impulsó la conectividad entre los sistemas *Enterprise Resource Planning (ERP)*<sup>(4)</sup> de las empresas del Grupo y los de los

<sup>(3)</sup> Volumen negociado en 2012, con independencia del año en el que se ejecute el presupuesto.

<sup>(4)</sup> Sistemas de información que integran y gestionan muchos de los procesos internos de la Compañía.

## Valoración global

La Compañía realiza cada dos años una encuesta para conocer el grado de satisfacción de los proveedores.



<sup>(\*)</sup> Desde 2010

proveedores. Los proveedores conectados reciben directamente, desde el *marketplace*, los pedidos de las diferentes sociedades del Grupo. Además, emiten su facturación de forma completamente electrónica y desde sus propios sistemas.

Con esta integración se obtienen beneficios para ambas partes: simplificación de los procesos, minimización de errores, eliminación del papel, reducción de costes... En 2013, la Compañía promoverá este ejercicio, iniciado en España, para así aumentar la base de proveedores conectados y su disponibilidad en otros países.

El Grupo ofrece también a sus proveedores, de manera regular, formación en las herramientas de negociación y formalización electrónica. En 2012, más de 2.000 profesionales fueron formados en el uso de la negociación electrónica, gestión de pedidos y facturación electrónica.

Aparte de las herramientas de comercio electrónico, la Compañía mejoró en las funcionalidades de sus sistemas para la evaluación de proveedores. El objetivo era asegurar un mejor conocimiento, calidad, disponibilidad y gestión de la información facilitada por las áreas gestoras. En 2012, este módulo se utilizó para la evaluación de proveedores de terminales. Este año se implantará

en otras categorías de productos de especial relevancia en la estrategia de aprovisionamiento de Telefónica.

→ **Encuestas de satisfacción de proveedores.** Con objeto de acercarse y fortalecer la relación con los proveedores de la Compañía, cada dos años Telefónica realiza una encuesta para conocer su opinión e identificar qué aspectos evalúan más positivamente y cuáles son susceptibles de mejora. En 2012 la satisfacción de los proveedores creció 11 p.p. superando la mejor valoración, alcanzada en 2005.

Los ámbitos mejor valorados fueron la gestión del comprador; la política de Responsabilidad Corporativa; la facilidad de negociación y apertura de mercados gracias a TGS; la actuación honesta y transparente de los compradores; la formalización electrónica de compromisos y la factura electrónica; y el soporte a usuarios de las herramientas de comercio electrónico, entre otros.

Como susceptibles de mejora, destacan: el tiempo dedicado a cada proceso de compra; la necesidad de una mayor difusión de la Política de Responsabilidad Corporativa en la Cadena de Suministro; el envío de pedidos en tiempo y forma; y una mayor claridad en las especificaciones.

Los proveedores conectados reciben directamente, desde el 'marketplace', los pedidos de las distintas empresas del Grupo

## Modelo de Gestión de Riesgos de la cadena de suministro



## Telefónica UK celebró el I Foro de Sostenibilidad en la cadena de suministro

### Gestión de Riesgos

Telefónica trabaja para la prevención y reducción de los posibles impactos negativos derivados de su actividad, es por ello que en 2012 ha continuado con la implementación de los métodos de control y seguimiento de la actividad de sus proveedores de riesgo.

La Gestión de Riesgos en la Compañía atiende a dos regiones con situaciones diferenciadas:

- **Europa.** Fabricantes de terminales y equipos de infraestructura de red.
- **Latinoamérica.** Empresas colaboradoras y *call centers*, tanto técnicos como comerciales.

En Europa, Telefónica UK continúa liderando el proceso de Sostenibilidad en la cadena de suministro. En 2012, llevó a cabo once auditorías a proveedores clave. Los principales aspectos derivados de ellas e incorporados a los planes de mejora —durante el ejercicio realizó el seguimiento de ocho— son:

- Débil gestión de la propia cadena de suministro de los proveedores auditados.
- Aspectos de seguridad y salud en los proveedores basados en Asia.

- Retraso en la actualización de la documentación de respaldo laboral en lo referente a los proveedores basados en Latinoamérica.

En Latinoamérica, Telefónica ha proseguido la implantación del programa *Aliados*, a través del cual se realizaron más de 13.900 auditorías administrativas y 1.244 *in situ*. Iniciada en 2008, esta iniciativa establece un marco de actuación que fomenta la gestión sostenible con empresas colaboradoras. Las principales actuaciones y avances en este programa a lo largo del año se pueden encontrar en el capítulo *Programa Aliados: una colaboración sostenible*.

### Cultura de Sostenibilidad

La Compañía busca nuevas formas de trabajar en conjunto con sus proveedores para asegurar que se respetan las premisas de Sostenibilidad. Con ese objetivo, Telefónica UK celebró en 2012 el *I Foro de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro*. Las cerca de 40 empresas asistentes —muchas de ellas, claves para Telefónica UK— valoraron muy positivamente esta iniciativa.

El objetivo era compartir con los proveedores la estrategia de Sostenibilidad, convirtiendo a la cadena de suministro en agente de cambio para lograr un mayor impacto.



En el encuentro, se identificaron dos líneas de actuación:

- Desarrollar conjuntamente una Lista de Sustancias Controladas para ser retiradas progresivamente e incorporada en las especificaciones de compras.
- Promover el empleo juvenil en la cadena de suministro.

En esta primera edición del foro, Telefónica UK anunció además su propósito de aumentar el número de pymes y entidades sociales que forman parte de su amplia cadena de suministro.

### Relaciones sólidas con los Grupos de Interés

Telefónica mantuvo en 2012 su compromiso con aspectos clave en la cadena de suministro y de alto impacto social:

- **Comercio responsable de minerales raros**, como el coltán. En 2012, la Compañía renovó su participación en la alianza público-privada promovida por la Subsecretaría de Estado para la Democracia y Asuntos Globales de Estados Unidos (para más información: <http://www.resolv.org/site-ppa/>).

- **Lucha contra el trabajo infantil.** Reforzó también su responsabilidad respecto a la erradicación del trabajo infantil en las cadenas de valor de las empresas. Es un tema clave, especialmente en Latinoamérica, donde se estima que existen más de 14 millones de niños trabajadores.

Al esfuerzo que Fundación Telefónica viene realizando con el programa *Proniño* desde 2001 —a través de un modelo integral destinado a la infancia— se sumaron tres iniciativas que permiten articular esta labor con la estrategia de Sostenibilidad del Grupo:

- **Colombia.** Elaboración y difusión de una guía para la identificación y mitigación de riesgos de trabajo infantil en la cadena de valor de las empresas.
- **Ecuador.** Telefónica es miembro fundador de la Red de Empresas por un Ecuador Libre de Trabajo Infantil.
- **Chile.** Creación de la Red de Empresas contra el Trabajo Infantil.

Más información respecto a la Guía elaborada por Colombia en el capítulo de este Informe dedicado a los derechos humanos.

# Programa 'Aliados': una colaboración sostenible

La huella de Telefónica en la sociedad se asienta, en buena medida, en la actuación de sus proveedores. Por eso, deben compartir sus Principios de Actuación.

## Qué persigue Telefónica

- **Impulsar** premisas y prácticas de gestión que aseguren una relación sostenible con sus empresas colaboradoras
- **Mitigar el riesgo.** Definir e implementar métodos de control y seguimiento que lo minimicen
- **Reducir los niveles de contingencias.** Con estrategias para resolver las actuales y mitigar las futuras
- **Identificar y aprovechar** las oportunidades de diferenciación y liderazgo, trabajando juntos en procesos
- **Desarrollar la relación con los aliados.** Telefónica busca potenciar el desempeño de los colaboradores

La Compañía es consciente de que su impacto en las sociedades en las que está presente y su reputación depende, en parte, de la actuación de sus proveedores y contratistas.

En un mundo globalizado, las empresas comparten con ellos cada vez más aspectos de su cadena de valor. Esto hace necesario extender los Principios de Actuación de Telefónica a las entidades con las que colabora y velar por su cumplimiento.

Con este objetivo, en 2008 el Grupo lanzó en Latinoamérica el programa *Aliados*, orientado a mejorar la gestión con sus empresas colaboradoras y con terceros, que se convierten en *aliados* de la Compañía y contribuyen así al desarrollo sostenible y a incrementar la satisfacción de los clientes. Esta iniciativa busca reforzar el cumplimiento de los estándares sociolaborales, favorecer el empuje de estas firmas y garantizar la excelencia del servicio a los clientes.

### Modelo de gestión e indicadores

Desde su inicio, *Aliados* busca establecer un marco de actuación que fomente una gestión sostenible con sus proveedores. El año 2012 estuvo marcado por un escenario complejo —en

lo referente a la integración de las operaciones fijo-móvil en los mercados más significativos de Telefónica—, lo que llevó a la Compañía a revisar el programa. ¿Objetivo? Potenciar la Sostenibilidad, la homogeneidad y la mejora de la calidad del servicio suministrado por los proveedores.

Los principales indicadores de *Aliados* en 2012 fueron:

- Más de 13.900 revisiones administrativas.
- 1.244 auditorías *in situ*.
- 56 auditorías regionales con *checklist* unificado.
- 342 proveedores presentaron disconformidades.
- Más de 340 planes de mejora.

Los resultados de las auditorías regionales —con incrementos de hasta 21 puntos porcentuales en el cumplimiento de los valores medioambientales, entre otros— muestran el importante avance conseguido en la difusión de los Principios de Actuación en la cadena de valor de Telefónica.

## Objetivos

**Asegurar**  
la red de aliados estratégicos

**Garantizar**  
el cumplimiento de los objetivos organizacionales, la seguridad técnica y la equidad

**Desarrollar**  
mecanismos de detección temprana y prevención de riesgos

**Sensibilizar**  
a los contratistas sobre el comportamiento indicado en las normas de Telefónica

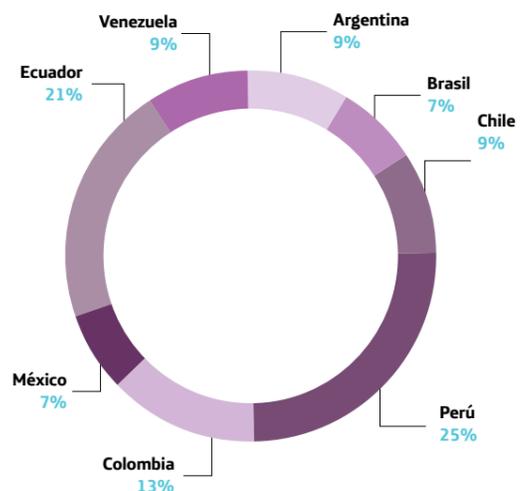


## Cómo actúa Telefónica

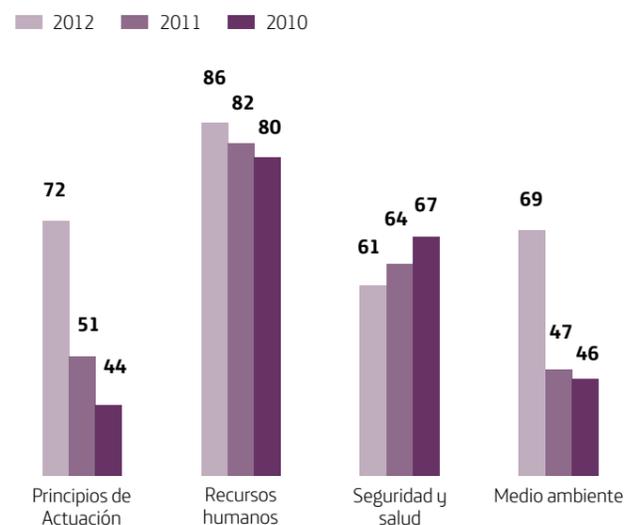
- **Cumpliendo** con la ley y sus Principios de Actuación
- **Velando por la salud del entorno social**
- **Elaborando un mapa de riesgo y oportunidades**
- **Desarrollando planes de contingencias**
- **Impulsando programas y planes de desarrollo**
- **Verificando el precio justo** para la cadena de suministro



## Distribución de las auditorías regionales

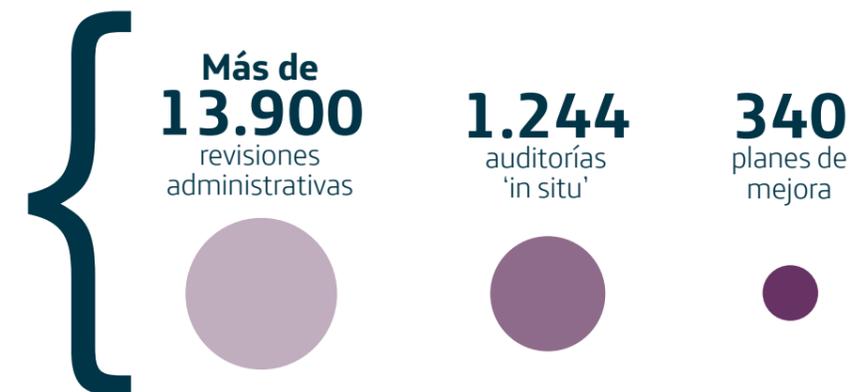


## Nivel de cumplimiento



## Indicadores

Las acciones emprendidas en 2012 dan cuenta de la fuerza del programa



Telefónica pone a disposición de sus aliados más de 4.700 cursos

## Principales líneas de trabajo

A lo largo de 2012, las operadoras de la Compañía en Latinoamérica prosiguieron con la implantación de este modelo. Destacaron las siguientes acciones:

- **Unificación de las normativas sobre las operaciones de fijo y móvil.** Tuvo especial relevancia en Brasil, debido al volumen de Vivo y a la novedad que ha supuesto el modelo en el operador móvil.
- **Revisión y actualización del modelo regional de auditorías.** En función de la actividad que se evalúe —referente a la atención al cliente o soporte técnico— se realizan dos *checklists* diferenciados.
- **Formación de los empleados del Grupo que se relacionan con empresas aliadas.** En total, se impartieron 700 cursos, a los que asistieron 9.100 personas.
- **Refuerzo de los canales de comunicación.** Busca lograr un continuo *feedback* y la alineación de valores entre las empresas colaboradoras y Telefónica, tanto en los procesos operativos como comerciales.
- **Sensibilización de los proveedores.** En los más de 4.700 cursos ofrecidos a las empresas aliadas (61 millones de horas impartidas) se formaron más de 106.000 colaboradores. Estos disponen además de una plataforma online (*iCampus*), que en 2012 albergaba más de 640 cursos (unas 70.000 horas). Por otro lado, más de 1.200 proveedores se beneficiaron de la plataforma *ESTELA*, para la certificación de técnicos. Se actualizó también el

curso online de responsabilidad en la cadena de suministro, en el que se explican los requisitos que Telefónica requiere de sus proveedores. Se puede acceder a él en el *Portal del Proveedor* (<http://contenidos.telefonicalearningservices.com/pdaProveedores/es/index.html>).

## Mejores prácticas

## » Argentina

En 2012 se llevó a cabo un *benchmarking* interno para identificar las actuaciones más positivas en la integración de la gestión responsable de la cadena de suministro en el proceso de compras. Contó con el soporte interno de las principales operadoras de Latinoamérica, mientras que externamente participaron empresas multinacionales de la energía y el transporte y las cámaras del sector de las telecomunicaciones. Esta iniciativa tuvo su reflejo en la reducción de las reclamaciones del personal de las empresas aliadas con contacto con el cliente.

## » Colombia

En colaboración con la corporación Transparencia por Colombia, se lanzó el programa *Rumbo Pymes*. Su objetivo es integrar a las pequeñas y medianas empresas en la prevención de la corrupción. Para ello, se les facilita herramientas orientadas al desarrollo de sistemas de gestión de ética. El curso de 2012, clausurado en diciembre, contó con diez empresas. Una vez estén implementados

en ellas dichos sistemas, se estima que repercutirán en unas 17.000 personas. En 2013 se celebrará la segunda edición, a la que se invitará a otras diez empresas aliadas.

## » Ecuador

Se realizó una encuesta a los principales gestores de contratos con aliados para obtener un autodiagnóstico de la gestión interna del contrato. La evaluación alcanzó a 159 contratos de seis categorías: administración de personal, gestión, obligaciones patronales, Principios de Actuación, programa medioambiental y seguridad integral. Como consecuencia de este análisis, se celebraron tres talleres destinados a los gestores —93% de asistencia—, en los que se plantearon más de 3.800 planes de acción. Al acabar el año, se habían implantado en un 80%, un porcentaje superior al objetivo establecido.

## » México

En este país prosiguieron los programas de inducción, iniciados en 2010. A través de ellos se dan a conocer los Principios de Actuación de Telefónica a los representantes de las empresas aliadas, a los que a su vez se solicita que los compartan con sus colaboradores. En el caso de proveedores que con anterioridad ya habían recibido uno de estos cursos, se corrobora a través de auditorías o llamadas de seguimiento que están cumpliendo esta solicitud. Además, el Boletín de Aliados se envía de forma bimestral a los proveedores, lo que

permite mantener una comunicación constante con ellos.

## » Perú

El Grupo invitó a sus proveedores para que obtuviesen la certificación ABE<sup>(1)</sup> (Asociación de Buenos Empleadores), que otorga la Cámara de Comercio Americana (AMCHAM).

## » Venezuela

El nuevo marco normativo local —la Ley Orgánica del Trabajo para los Trabajadores y Trabajadoras (LOTTT)— ha llevado a revisar el programa *Aliados* y las políticas relacionadas con él. También se ha adoptado un plan de trabajo 2013-2015 para estudiar y adecuar todos los servicios contratados.

## Retos para 2013

- Actualización de las funciones del Comité de *Aliados* para asumir los ajustes que se derivan de la revisión del modelo de gestión realizada en 2012.
- Avanzar en el fortalecimiento de los mecanismos de control, aseguramiento, sensibilización y diálogo con los proveedores de Telefónica.
- Desarrollar y fomentar canales de *feedback* que permitan identificar las necesidades de los colaboradores de forma sistemática.

<sup>(1)</sup> El Certificado ABE reconoce a aquellas empresas que cumplen con sus obligaciones laborales y que poseen buenas prácticas de gestión de personas.

## Boletín Aliados



En México, el 'Boletín Aliados' se envía de forma bimestral a los proveedores

# Relaciones con los accionistas

La Compañía cuenta con más de 200.000 accionistas registrados en el Servicio de Atención al Accionista.

Telefónica es una compañía completamente cotizada en Bolsa que cuenta con un total de 4.551.024.586 acciones ordinarias de un valor nominal de 1 euro en manos de cerca de un millón y medio de accionistas. Las acciones de la Compañía están admitidas a cotización en el Mercado Continuo Español (dentro del selectivo Índice Ibex 35) y las cuatro bolsas de valores españolas (Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia), así como las de Londres (Reino Unido), Tokio (Japón), Nueva York (Estados Unidos), Buenos Aires (Argentina), São Paulo (Brasil) y Lima (Perú).

En el año 2012, Telefónica destinó 4.046 millones de euros para remunerar a los accionistas de la empresa, cantidad que supone el 58% del flujo de caja generado en el ejercicio y en torno al 8% de la capitalización bursátil de la Compañía al cierre del ejercicio. La retribución al accionista se realizó mediante el pago en efectivo de dividendos (3.321 millones de euros) y la recompra de acciones propias (725 millones de euros). La información detallada de la evolución de la retribución de los accionistas de Telefónica puede consultarse en la web de accionistas e inversores de Telefónica.

Desde el año 2003, en que el Consejo de Administración de Telefónica aprobó la denominada Normativa española e internacional sobre Comunicación de Información a los Mercados, la Compañía difunde de forma inmediata y simultánea en los mercados en los que está presente toda la información que considera relevante y, por tanto, susceptible de ser comunicada. Dichas comunicaciones se publican en la página web de la Compañía de manera

continuada. En ella, cualquier persona interesada puede encontrar toda la información de referencia, tanto actual como histórica.

Además de su sitio web, Telefónica cuenta con diferentes herramientas y canales de comunicación para garantizar los principios de transparencia e igualdad en las relaciones que establece con sus accionistas (minoristas e institucionales). Así se recoge en el Reglamento del Consejo de Administración de Telefónica, que regula los cauces a través de los cuales se establece esa relación. La práctica normalizada de diálogo en materia de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa con los accionistas y otros grupos de interés de la Compañía, ayuda a mitigar riesgos, identificar nuevas oportunidades de negocio y mejorar los resultados económicos. Para mantener estos canales de comunicación, Telefónica cuenta con dos áreas específicas:

→ La Oficina del Accionista, para atender a accionistas particulares.

→ La dirección de Relaciones con Inversores, para atender a los accionistas institucionales.

## Accionistas particulares

Por medio de la Oficina del Accionista, Telefónica asegura una comunicación transparente y fluida con los accionistas particulares. A cierre de 2012, la Compañía cuenta con más de 200.000 accionistas registrados en el Servicio de Atención al Accionista. Todos reciben la Tarjeta Accionista que les identifica como tales y la revista trimestral *Acción Telefónica*, una publicación con información

financiera e información de campañas exclusivas a las que pueden acceder. A lo largo de 2012, la Compañía distribuyó 593.798 ejemplares al domicilio de sus accionistas.

Para mantener una comunicación fluida con los accionistas, la Oficina cuenta con un teléfono de información gratuito (900 111 004) desde el que atendieron 70.286 llamadas (5.857 al mes, de media) durante el 2012. Atendieron también más de 5.348 peticiones recibidas por correo electrónico ([accion.telefonica@telefonica.es](mailto:accion.telefonica@telefonica.es)) y postal. La entidad estuvo en la feria de bolsa *Bolsalia* en Madrid, el evento más importante de España para profesionales de este sector.

En 2012, destaca el acercamiento personal al accionista particular que ha iniciado la Oficina por medio de visitas organizadas. Destacaron dos: la de la Real Academia Española y la de la sala de exposiciones *Espacio*, en la sede de Telefónica.

## Inversores institucionales

Las comunicaciones con inversores institucionales se realizan a través de la dirección de un correo específico para inversores institucionales ([ir@telefonica.es](mailto:ir@telefonica.es)) y el área de Relaciones con Inversores, que depende directamente del Director General de Estrategia, Finanzas y Desarrollo. Este departamento les ofrece una atención personalizada y mantiene una comunicación diaria con los profesionales de la inversión internacionales, además de representar a Telefónica en numerosos eventos profesionales. Desde esta área, los mercados conocen las principales



estrategias organizativas, operativas y de negocio de la Compañía, así como las expectativas sobre el desempeño futuro. Durante 2012, se mantuvieron reuniones personales con 412 inversores y 191 analistas. Además, la Compañía participó en nueve foros internacionales de inversores.

Cabe señalar, la organización del primer *Investor Conference de Telefónica Digital*, celebrado en Londres el día 5 de julio. Dicha conferencia contó con la participación de 370 profesionales y de los principales ejecutivos de la Compañía. Aproximadamente el 21% de los asistentes atendió presencialmente; el resto lo siguió por *webcast*.

## Particulares:

### 200.000

accionistas registrados, al cierre del ejercicio de 2012

### 70.286

llamadas telefónicas atendió la Oficina del Accionista

## Institucionales:

### Más de 191

reuniones con analistas especializados

### Más de 1,5

millones de accionistas

# Cumplimiento normativo y competencia

Tomando en consideración los informes de los asesores legales de Telefónica sobre los procedimientos legislativos que la Compañía tiene pendientes, es razonable apreciar que ninguno de ellos afectará de manera significativa a la situación económico-financiera o a la solvencia del Grupo, incluso en el supuesto de una conclusión desfavorable en cualquiera de ellos.

De entre los litigios pendientes de resolución o que han estado en trámite durante el ejercicio 2012 por materia de cumplimiento normativo y competencia, destacan por su materialidad los que reseñamos en las siguientes páginas; los pleitos de carácter fiscal se detallan en la nota 17 del Informe Financiero 2012.

## Procedimiento contencioso derivado de la fusión de Terra Networks, S.A. con Telefónica

El 26 de septiembre de 2006, Telefónica recibió la notificación de demanda interpuesta por antiguos accionistas de Terra Networks, S.A. (Campoaguas, S.L., Panabeni, S.L. y otros). En ella se invoca un supuesto incumplimiento contractual de las condiciones previstas en el folleto de Oferta Pública de Suscripción de Acciones de Terra Networks, S.A. de 29 de octubre de 1999. Fue desestimada mediante sentencia de 21 de septiembre de 2009, con

condena en costas a los demandantes. Dicha sentencia fue recurrida el 4 de diciembre de 2009. El 16 de junio de 2010, Telefónica recibió el escrito de interposición del recurso de apelación presentado por los demandantes.

Telefónica formuló oposición a dicho recurso en enero de 2011. El 7 de noviembre de 2011 se dictó diligencia de ordenación, teniendo por recibidos los autos del Juzgado de lo Mercantil,

designándose Magistrado ponente. Desde el 14 de febrero de 2013, día en el que tuvo lugar la deliberación para votación y fallo del recurso de apelación, se está a la espera de recibir la notificación de la sentencia, que previsiblemente será favorable a los intereses de Telefónica.

## Revocación de la licencia UMTS otorgada en Alemania a Quam GmbH

En diciembre de 2004, el supervisor del mercado de telecomunicaciones alemán revocó la licencia de prestación de servicios de telefonía móvil bajo la tecnología UMTS otorgada en el año 2000 a Quam GmbH, sociedad participada por Telefónica. El 16 de enero de 2006, tras obtener su suspensión, Quam GmbH interpuso ante los tribunales germánicos una demanda contra dicha orden de revocación. Dicha reclamación tenía dos pretensiones: por un lado, la anulación de la orden de revocación de la licencia que había sido dictada por el supervisor del mercado de las telecomunicaciones alemán; y, por otro, en

caso de no estimarse la anulación, la devolución total o parcial del precio pagado en su día por la licencia, que ascendió a 8.400 millones de euros.

La demanda fue desestimada por el Tribunal Administrativo de Colonia. Quam GmbH apeló esta decisión ante el Tribunal Superior Administrativo de Renania del Norte-Westfalia, que desestimó nuevamente el recurso planteado por Quam GmbH.

Finalmente, Quam GmbH interpuso un nuevo recurso en tercera instancia ante el Federal

Supreme Court for Administrative Cases, que no fue admitido a trámite por el Tribunal.

Con fecha 14 de agosto de 2009, Quam GmbH recurrió dicha denegación. Y, con fecha 17 de agosto de 2011, tras la vista oral, el Federal Administrative Court desestimó el recurso de Quam GmbH en tercera instancia.

En octubre de 2011, Quam GmbH presentó recurso de amparo constitucional ante el Tribunal Constitucional Federal de Alemania (Karlsruhe).

## Acción Civil Pública del Ministerio Público del Estado de São Paulo contra Telefónica Brasil por supuesto mal funcionamiento reiterado en la prestación de los servicios por parte de Telefónica Brasil en la que se solicita el resarcimiento de daños a los clientes afectados

Acción instada por el Ministerio Público del Estado de São Paulo por el supuesto mal funcionamiento reiterado del servicio prestado por Telefónica Brasil, y en la que se solicita resarcimiento a los afectados. Se formula una reclamación genérica por el Ministerio de 1.000 millones de reales (unos 370 millones de euros), calculada sobre la base de ingresos de la Compañía durante los últimos cinco años. En

abril de 2010 se emitió sentencia en primera instancia condenatoria contra los intereses de Telefónica, sin que puedan concretarse sus efectos hasta que no sea firme y se conozca el número de perjudicados que se han personado en el proceso.

En ese momento se establecerá la cuantía de la condena que podrá oscilar, dependiendo

del número de perjudicados, entre 1.000 y 60 millones de reales (aproximadamente, entre 370 y 22 millones de euros). Con fecha 5 de mayo de 2010, Telefónica Brasil interpuso recurso de apelación ante el Tribunal de Justicia de São Paulo, quedando en suspenso los efectos de la resolución. Desde entonces no ha habido ninguna actuación posterior.

## Reclamación contra la decisión de la Agencia Nacional de Telecomunicações (Anatel) en relación a la inclusión en el Fundo de Universalização de Serviços de Telecomunicações (FUST) de los ingresos por interconexión y usos de red

Las operadoras del Grupo Vivo, junto con otros operadores móviles, interpusieron recurso ante la decisión de Anatel de 16 de diciembre de 2005, por la que se integraban en la base imponible para el cálculo del FUST, un fondo que costea el cumplimiento de las obligaciones de Servicio Universal, los ingresos y gastos de interconexión y uso de red, estableciéndose su aplicación de forma retroactiva desde el año 2000. Con fecha 13 de marzo de 2006, el Tribunal Regional Federal de Brasilia concedió la medida cautelar solicitada por los recurrentes por la que se paralizaba la aplicación de la decisión de Anatel. El 6 marzo de 2007 se dictó sentencia favorable a las operadoras móviles,

declarando la improcedencia de la inclusión en la base imponible del FUST de los ingresos obtenidos por transferencias recibidas por otras operadoras, inadmitiendo, además, la pretendida aplicación retroactiva de la decisión de Anatel. Contra esta sentencia, Anatel presentó el correspondiente recurso ante el Tribunal Regional Federal de la 1ª Región en Brasilia, pendiente de resolución.

Paralelamente, Telefónica Brasil y Telefónica Empresas, S.A., junto con otros operadores fijos a través de la Abrafix (Associação Brasileira de Concessionárias de Serviço Telefónico Fijo Comutado), recurrieron la decisión de Anatel de 16 de diciembre de

2005, obteniendo igualmente las medidas cautelares solicitadas. Con fecha 21 de junio de 2007, el Tribunal Regional Federal de la 1ª Región dictó sentencia. En ella, declaraba la improcedencia de la inclusión de los ingresos y gastos de interconexión y uso de red en la base imponible del FUST, e inadmitiendo, además, la pretendida aplicación retroactiva de la decisión de Anatel. Contra esta sentencia, Anatel presentó, el 29 de abril de 2008, el correspondiente recurso ante el Tribunal Regional Federal de la 1ª Región en Brasilia. Desde entonces no ha habido ninguna actuación posterior. El importe de dicha reclamación se cuantifica en el 1% de los ingresos obtenidos de la interconexión.

## Recurso contra la decisión de la Comisión Europea de 4 de julio de 2007, sobre la política de precios de Telefónica de España en banda ancha

El 9 de julio de 2007 se notificó a Telefónica la decisión de la Comisión Europea por la que se imponía a Telefónica y a Telefónica de España, S.A.U. una multa de aproximadamente 152 millones de euros por infracción del antiguo artículo 82 del Tratado CE, al aplicar tarifas no equitativas a la prestación de servicios mayoristas y minoristas de acceso de banda ancha. La decisión imputa a Telefónica una conducta consistente en un estrechamiento de márgenes entre los precios que aplicaba a sus competidores en la prestación de servicios mayoristas de banda ancha de ámbito regional y nacional, y los precios finales a sus clientes para la provisión de servicios de banda

ancha mediante tecnología ADSL, desde septiembre de 2001 a diciembre de 2006.

El 10 de septiembre de 2007, Telefónica y Telefónica de España, S.A.U. interpusieron recurso de anulación contra la mencionada decisión ante el Tribunal General de las Comunidades Europeas. El Reino de España, como interesado, también interpuso recurso de anulación. Por su parte, France Telecom y la Asociación de Usuarios de Servicios Bancarios (Ausbanc) presentaron sendas demandas de intervención en el citado procedimiento, que el Tribunal General ha admitido.

El 23 de mayo de 2011 tuvo lugar una vista en la que Telefónica expuso sus argumentos. El 29 de marzo de 2012, el Tribunal General dictó sentencia y desestimó las pretensiones de Telefónica y Telefónica de España, confirmando así la sanción impuesta por la Comisión. El 13 de junio de 2012 se interpuso contra la citada resolución recurso de casación ante el Tribunal de Justicia de la Unión Europea.

En octubre del año 2007, Telefónica, S.A. presentó aval por tiempo indefinido para asegurar el principal e intereses.

## Caso ante la Dirección General de Competencia de la Comisión Europea / Telefónica / Portugal Telecom

El 19 de enero de 2011, la Comisión Europea abrió procedimiento formal para investigar si Telefónica, S.A. (Telefónica) y Portugal Telecom SGPS, S.A. (Portugal Telecom) habían infringido las reglas de competencia de la Unión Europea en relación a una cláusula contenida en el contrato relativo a la compraventa de la participación de Portugal Telecom en Joint Venture de Brasilcel, N.V., participada por ambas compañías, y propietaria de la compañía brasileña Vivo.

El 23 de enero de 2013, la Comisión Europea adoptó su decisión en el procedimiento, e impuso a Telefónica una multa de 67 millones de euros, al concluir que Telefónica y Portugal Telecom cometieron una infracción del artículo 101 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE) por haber suscrito el pacto incluido en la cláusula novena del contrato de compraventa de la participación de Portugal Telecom en Brasilcel, N.V.

Telefónica tiene intención de interponer ante el Tribunal General de la Unión Europea el correspondiente recurso de anulación contra la mencionada decisión. El plazo para interponer dicho recurso finaliza el día 9 de abril de 2013.

# Green TIC y medio ambiente

La estrategia de 'Green TIC' y medio ambiente del Grupo se basa en la Gestión de Riesgos ambientales, la promoción de la ecoeficiencia interna y la búsqueda de oportunidades de negocio, a través de servicios TIC que fomenten una economía baja en carbono.



Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) han transformado nuestras vidas. Por ello, Telefónica concibe las *Green TIC* como un conjunto adicional de procesos y actividades que permiten crear valor para la Compañía en términos de reducción de costes y generación de nuevos ingresos. En este ámbito, se ha marcado tres objetivos convergentes. El primero está enfocado a promover la eficiencia energética interna y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI). Para ello, optimiza el uso de los recursos globales y extrae los beneficios de su escala. El segundo se dirige al desarrollo de soluciones *Green TIC* competitivas para mejorar la ecoeficiencia de sus clientes; y se basa en la estrategia de provisión de servicios globales en el mundo digital. El tercero establece como meta que el Grupo se sitúe como empresa líder en *Green TIC* a escala global y local.

La Oficina de Cambio Climático y Eficiencia Energética de Telefónica, creada en 2007, lidera la estrategia corporativa de energía y carbono. El modelo del Grupo se estructura en torno a tres líneas estratégicas principales: *Green* desde las TIC (*Green From ICT*), *Green* a través de las TIC (*Green By ICT*) y *Green TIC* Global (*Global Green ICT*).

Toda la estrategia *Green TIC* de la Compañía se sustenta en una gestión ambiental efectiva y orientada a prevenir, mitigar y disminuir los riesgos en este campo de sus operaciones fijas y móviles, tanto local como globalmente. Esta perspectiva se sostiene en principios de ecoeficiencia en la gestión de recursos y garantiza un despliegue responsable de la red de Telefónica, que respete las comunidades en las que opera y en trabajo conjunto con sus proveedores.

Las 'Green TIC' crean valor para la Compañía: reducen costes y generan beneficios

# Green TIC Global

Telefónica es una empresa líder global en la lucha contra el cambio climático.

Tanto los retos del mundo digital como la escasez de recursos naturales motivan esta política. La Compañía promueve las 'Green TIC' a escala global.

Establecimiento de una hoja de ruta  
**hasta 2020**

La decidida política de posicionamiento global de la Compañía en este ámbito se basa en cuatro pilares fundamentales: confianza y transparencia, estándares *Green TIC*, innovación y compromiso político.

## Confianza y transparencia

La gestión de la energía y el carbono debe ir acompañada de una correcta identificación de los riesgos y oportunidades, de una gestión basada en procesos y de una definición efectiva de responsabilidades.

Durante 2012, Telefónica continuó trabajando en la Gestión de Riesgos regulatorios asociados a consumos energéticos y emisiones de CO<sub>2</sub>. Para ello, trabajó en la medición del consumo de energía interno y en la cuantificación de su huella de carbono y la de sus servicios. Estos indicadores le han permitido tomar decisiones acertadas, en el presente y hacia el futuro, pues sobre ellas ha trazado la hoja de ruta hacia el año 2020.

**En el top 5**  
en transparencia y desempeño  
en cambio climático

Además, para dar respuesta a sus más de 1,4 millones de accionistas, la Compañía se posiciona entre las cinco empresas de telecomunicaciones líderes en el mundo en cuanto al *Carbon Disclosure Project* (CDP), el mayor índice de inversión en temas de energía y cambio climático a escala global.

El compromiso de la Compañía de transparencia y confianza se extiende a todos sus grupos de interés: inversores, accionistas, clientes, reguladores... Por eso ha creado canales específicos de comunicación de su estrategia y resultados a través de informes anuales, web, Twitter, Facebook y blogs de Sostenibilidad, políticas públicas y tecnología.

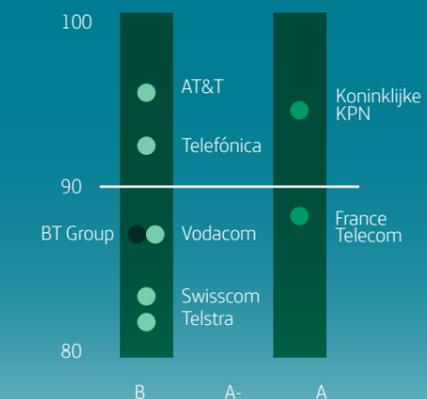
Telefónica reporta sus emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) verificadas externamente, de forma detallada y transparente desde el año 2007 en base a metodologías sectoriales y globales.

## Liderazgo de Telefónica en 'Carbon Disclosure Project' (CDP)

En 2012, la Compañía volvió a encontrarse entre las empresas líderes en el sector de las telecomunicaciones del Top 5 del CDP, el principal índice de inversión sobre el carbono, que trabaja con 551 inversores institucionales con activos por valor de 71 billones de dólares. El CDP está compuesto por dos indicadores que permiten conocer la transparencia y el desempeño de las firmas en materia de cambio climático.

La gestión de la energía y las emisiones de CO<sub>2</sub>, los servicios *green* y, en general, el aprovechamiento de las oportunidades y la minimización de los riesgos vinculados al cambio climático han sido determinantes para conseguir esta posición.

Top Disclosure Scores versus Top Performance Bands<sup>(1)</sup>



<sup>(1)</sup> El primero de estos índices valora la transparencia en materia de cambio climático; el segundo, el desempeño en la reducción de emisiones.

Implicación activa  
**en la UIT**

## Estándares 'Green TIC'

Telefónica continúa participando activamente en el Grupo de Estudio Número 5 de Medio Ambiente y Cambio Climático del Sector de Normalización de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT-T)<sup>(1)</sup>, encargado del desarrollo de metodologías para medir el impacto ambiental de las TIC.

Durante 2012, el Grupo realizó contribuciones importantes al trabajo de la UIT, sobre todo en el conjunto de métodos que evalúan la huella ambiental de los servicios *Green TIC* y de las TIC en las ciudades.

En 2012, el grupo SG5 de esta institución aprobó la *Recomendación ITU-T L1001* sobre los requisitos y especificaciones técnicas de los adaptadores de alimentación de equipos TIC fijos (módems, decodificadores, equipos de red domésticos y teléfonos fijos, entre otros). Se estima que la adopción generalizada de una solución de adaptador universal

energéticamente eficiente supondría 300.000 toneladas menos de residuos electrónicos al año, además de reducir el consumo de energía y las emisiones de GEI de las fuentes de alimentación externas entre un 25 y un 50%.

Por otro lado, la Compañía se implicó en una iniciativa de pruebas piloto del Grupo DG Connect de la Comisión Europea, para establecer los retos del uso y de la implementación de las metodologías desarrolladas por la UIT-T y otras entidades de estandarización. En ella participaron 27 firmas, la mayoría con sede en Europa. El proyecto ha puesto en valor el trabajo que hace el sector de las TIC para reducir su huella de carbono interna y la de los productos que ofrece a sus clientes.

Durante 2012, Telefónica participó junto a la UIT en el desarrollo de dos documentos de referencia internacional que permitieron identificar vacíos de estándares *Green TIC*, para su diseño en el futuro.

<sup>(1)</sup> UIT: Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU, por sus siglas en inglés). UIT-T: Sector de normalización de las telecomunicaciones de la UIT.

## Informes clave 'Green TIC'



### Herramientas de Sostenibilidad ambiental en las TIC

Telefónica participó en el desarrollo del *Reporte sobre Herramientas de Sostenibilidad Ambiental del Sector TIC* de la UIT, cuyo objetivo es identificar las mejores prácticas en este ámbito. El informe prestó especial atención a las sedes corporativas, la gestión de residuos eléctricos y electrónicos, el fin de vida útil, las métricas corporativas, etcétera. La acción de la Compañía se centró en el capítulo *Indicadores Ambientales de Gestión para el Sector TIC*.



### 'Ecorating' en telefonía móvil

La Compañía se implicó en el documento técnico *Programas de evaluación y calificación ambiental de teléfonos móviles*, que examina las distintas iniciativas de *ecorating* de estos dispositivos. Durante 2013, Telefónica se encuentra liderando el proceso de desarrollo de una herramienta global dentro de la UIT. En este proceso la Compañía aporta la experiencia en el modelo de *ecorating* implantado en Reino Unido en 2009.

## Telefónica en foros y grupos de trabajo estratégicos



## Innovation Center

El Grupo ha establecido espacios para demostraciones en sus centros especializados del Innovation Center de Madrid y Barcelona. En ellos ha recreado servicios *Green TIC* vanguardistas para ciudades conectadas: entre otros, telemediciones M2M para agua o energía, servicio de inmótica, soluciones basadas en NFC y coches eléctricos. Por ejemplo, en el espacio *Smart Cities* de Barcelona muestra servicios, desarrollos tecnológicos y plataformas considerados fundamentales a la hora de crear las urbes del futuro. Este espacio, de alguna manera, escucha y comprende lo que está pasando en la ciudad y, por tanto, hace posible tomar mejores decisiones y proporcionar la información y los servicios adecuados a los ciudadanos.

## Innovación 'Green TIC'

Telefónica, una empresa líder en innovación en el mundo, ha profundizado en el desarrollo de servicios *Green TIC* a través de sus áreas de innovación. Durante 2012, el equipo de Telefónica I+D (Investigación y Desarrollo) invirtió 3,9 millones de euros en procesos para la eficiencia energética (transportes, *utilities*, *smart buildings*), especialmente en servicios basados en tecnologías M2M (*machine to machine*).

Dentro de esta visión hacia la innovación medioambiental, el Grupo ha establecido espacios para demostraciones en sus centros especializados de Madrid y Barcelona. En ellos ha recreado servicios *Green TIC* vanguardistas para ciudades conectadas: entre otros, telemediciones M2M, servicio de inmótica, soluciones basadas en NFC y coches eléctricos.

Los servicios *Green TIC* de Telefónica deben ir acompañados de demostraciones y mediciones de sus beneficios en términos de energía y emisiones de GEI. Esto atraerá de manera natural la atención del mercado, la innovación, las inversiones y el desarrollo de nuevas tecnologías de este tipo.

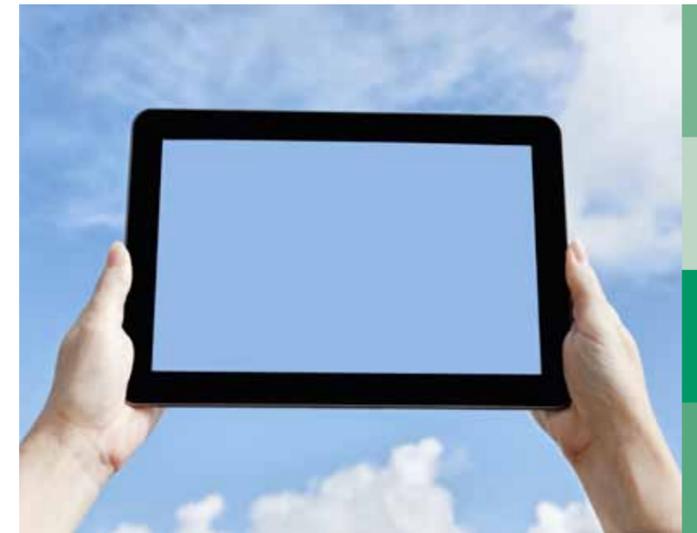
## Promoción de políticas

La Compañía es consciente de que puede contribuir a las acciones globales de mitigación y adaptación al cambio climático. Sabe también que puede incidir en la competitividad de ciudades y ámbitos estratégicos de la economía a través de redes de comunicaciones eficientes y soluciones *Green TIC*. Para todo ello, trabaja coordinadamente con el sector para colocar las nuevas tecnologías en la agenda política de cambio climático y Sostenibilidad ambiental, con entes como UIT, ETNO, GSMA, etcétera.

Para Telefónica, es importante llevar las *Green TIC* a lo más alto de esta agenda. Su pretensión es colocar las tecnologías de la información y la comunicación en el centro de la solución del cambio climático e impulsar su papel como motor de la ecoeficiencia a nivel global.

Durante 2012, Año Internacional de la Energía Sostenible para Todos, Telefónica participó en la conferencia de Naciones Unidas Río+20 sobre desarrollo sostenible y medio ambiente, el mayor acontecimiento en este campo. La Compañía quiso llevar hasta ella un mensaje sobre la necesidad de promover el uso intensivo de las TIC, que contribuirá a una gestión

# HITOS de Telefónica en la Cumbre Río+20



## 'Río+20 Vivo'

Desarrollo de la aplicación *Río+20 Vivo* como guía informativa en tiempo real sobre el evento

## Ciudades inteligentes

Presentación en el *Corporate Sustainability Forum* de la estrategia de la Compañía sobre ciudades inteligentes y servicios *Green TIC*, junto a la Red Española del Pacto Mundial

## Banda ancha

Participación en el panel *Broadband and ICTs for Smart, Inclusive and Sustainable Societies*, organizado por el Ministerio de Telecomunicaciones de Brasil y la UIT

## Reducción de energía

Telefónica se une a la cadena de compromisos públicos de reducción de energía de las mayores empresas del mundo, en el programa *Sustainable Energy for All* de Naciones Unidas

La Compañía busca impulsar el papel de las TIC como motor de la ecoeficiencia en todo el planeta

eficiente de las redes de energía y agua potable, la transformación de los sistemas de transporte y una monitorización óptima del clima y la calidad ambiental, entre otros temas.

También el pasado año, junto a la citada Unión Internacional de Telecomunicaciones, la Compañía desarrolló el segundo *Green ICT Application Challenge*. El objetivo era buscar las creaciones más ingeniosas y valiosas para fomentar una energía sostenible a través de las TIC.



## 'Green Applications' para una energía sostenible

El *Green ICT Application Challenge*, lanzado por la UIT y Telefónica, premia aplicaciones TIC que impulsen la Sostenibilidad ambiental. Andreas Kamlaris, estudiante de doctorado y empleado en el Networks Research Laboratory de la Universidad de Chipre, ganó la segunda edición con *SocialElectricity*. Esta *app* permite compartir y comparar a través de Facebook ideas y prácticas sostenibles para mejorar la eficiencia energética en los hogares. El premio de 3.000 dólares se otorgó durante la *Green Standards Week* celebrada en París (Francia) en septiembre de 2012.

En febrero, Telefónica y la UIT organizaron un *hackathon* con el apoyo de Nokia, SAP y Movistar España para promover este II Challenge. Resultó ganadora la *app Bicing Gamification*, del español Asier Arranz. En este caso, el objetivo es ayudar a los usuarios del *bicing*—el servicio urbano de alquiler de bicicletas públicas— a depositarlas en el punto más adecuado para que haya una distribución óptima en toda la red. A través de un sistema de geolocalización, ofrece varias opciones y, como incentivo, propone realizar micropagos que podrían descontarse de su cuota anual.

# Green desde las TIC

Telefónica trabaja intensamente para promover de forma interna la eficiencia energética y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en todas sus operaciones y procesos.

La Oficina Corporativa de Cambio Climático y Eficiencia Energética de Telefónica es la encargada de promover un uso energético eficiente e identificar oportunidades de reducción de GEI. Desde ella se analiza anualmente el consumo de energía de la Compañía y se calcula la huella de carbono de forma global en base al Protocolo de GEI, la Norma ISO 14064 y la Recomendación ITU-T L.1420: Metodología para medición de consumo de energía y emisiones de gases de efecto invernadero de Tecnologías de la Información y Comunicación en Organizaciones, de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT).

Con periodicidad anual, el Grupo desarrolla un proceso independiente de verificación de datos energéticos y de emisiones para obtener información de calidad acerca de la energía que consume y de los gases de efecto invernadero que emite a la atmósfera. AENOR es la entidad encargada de realizar dicho proceso, en base a los procedimientos globales de elaboración de inventario de energía y CO<sub>2</sub>. Ello permite identificar mejoras en los procesos y gestionar la energía y el carbono de una forma transparente.

A partir de esta cuantificación y verificación, la Compañía monitoriza y evalúa el cumplimiento de los objetivos globales de reducción de energía.

El 90% del consumo energético del Grupo procede de las redes y para su gestión se ha creado la figura del gestor energético, presente en todos los países en los que opera la Compañía. Los gestores de energía pertenecen a los equipos de operaciones locales y se encuentran amparados por el equipo global de operaciones. Trabajan estrechamente con la Oficina Corporativa de Cambio Climático y Eficiencia Energética, y son responsables de desarrollar e implantar proyectos para la mejora de la eficiencia energética en redes y oficinas.

Telefónica también dispone del *Manual de buenas prácticas para la eficiencia energética en las redes*

(101 prácticas) y una red social interna desde la que se comparten las mejores prácticas en este ámbito. Asimismo, celebra anualmente el *Workshop Global de Energía y Cambio Climático de Telefónica*, donde se reúnen los equipos de energía locales, los *partners* tecnológicos y otros invitados especiales para analizar resultados, definir estrategias y compartir buenas prácticas en eficiencia energética. Toda la información se encuentra disponible en [www.eficienciaenergetica.telefonica.com](http://www.eficienciaenergetica.telefonica.com).

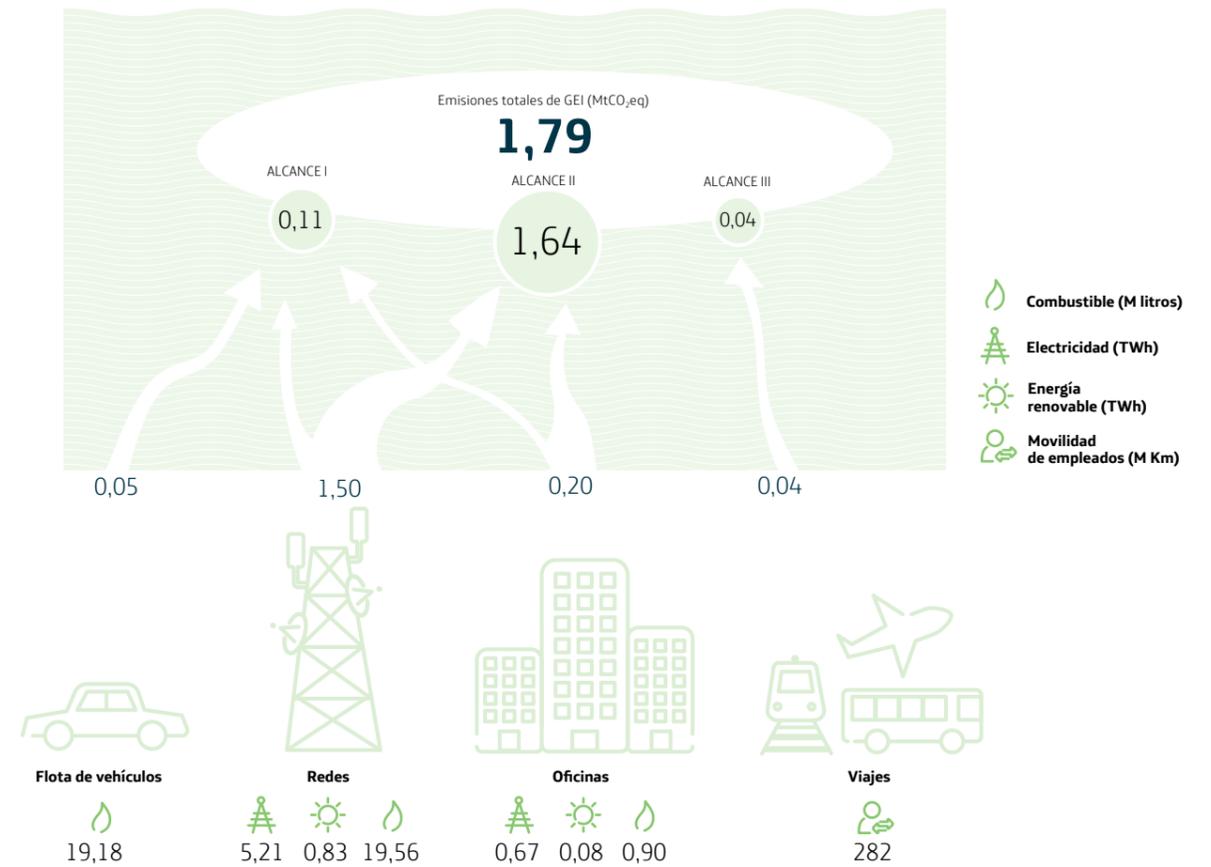
Durante el *III Workshop de Energía y Cambio Climático*, celebrado en noviembre de 2012 en Santiago de Chile, se estableció el objetivo de reducir las emisiones de CO<sub>2</sub> para el año 2020 en relación a las 1,7 millones de toneladas emitidas en el año base 2010, medidas por acceso de cliente equivalente.

Para cumplir este compromiso, Telefónica trabaja en tres grandes líneas de actuación:

- Mejorar la eficiencia energética en la red con proyectos para reducir el consumo de electricidad.
- Disminuir el consumo de combustibles fósiles en operaciones y en la flota de vehículos, sustituyéndolos por fuentes de energía más eficientes y limpias, utilizando vehículos de bajo consumo, híbridos o eléctricos, y disminuyendo los kilómetros recorridos gracias a una mejora de la gestión de la flota.
- Potenciar la autogeneración de energía renovable allí donde la electricidad es de difícil acceso.

Durante 2012, el consumo de energía en redes y oficinas de Telefónica alcanzó los 5.885 GWh, y sus emisiones de CO<sub>2</sub> ascendieron a 1,79 millones de toneladas. La Compañía trabaja por reducirlas y por un consumo energético eficiente para cada uno de los procesos que desarrolla.

## Inventario de energía y emisiones de Telefónica



**Combustible en operaciones**  
El Grupo consumió en 2012 alrededor de 18,2 millones de litros de gasóleo en sus redes para generar electricidad en casos de emergencia o allí donde se carece de acceso.

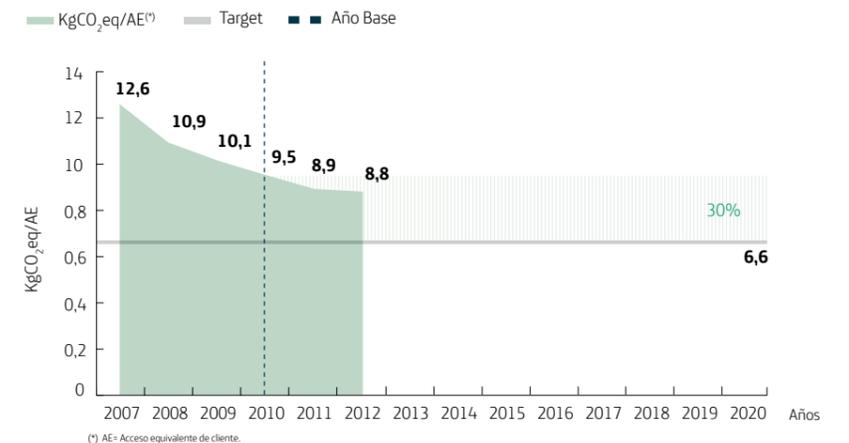
Con objeto de reducir el consumo de combustibles fósiles se plantearon diversas soluciones basadas en la optimización y sustitución de equipos electrógenos por sistemas de generación de energía renovable.

### Optimización del consumo de combustible en red en Perú

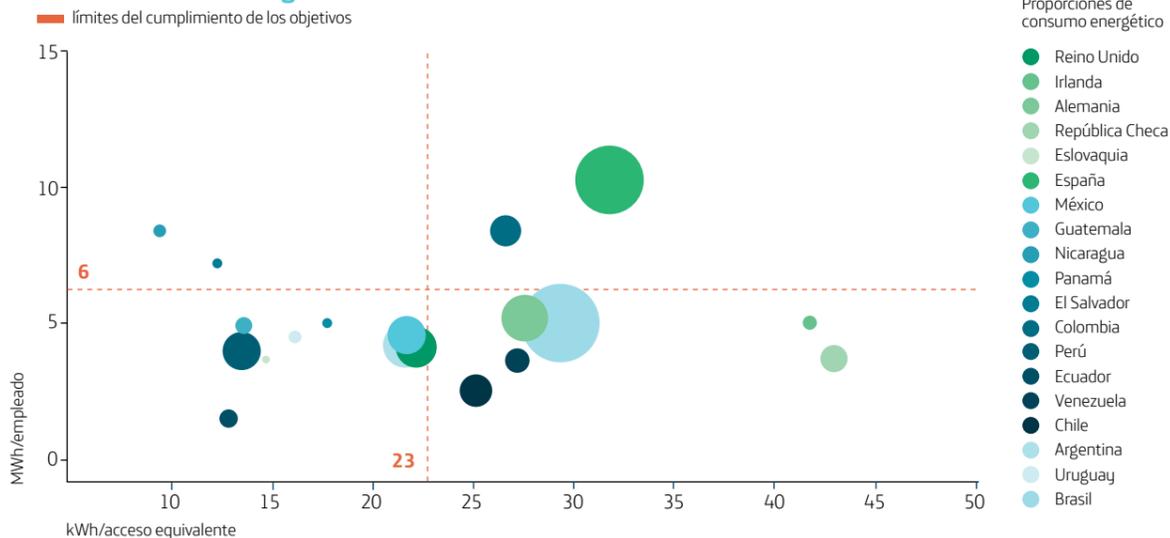
El proceso se basa en la sensibilización de las personas que intervienen en el tratamiento de la información y en el estado de la infraestructura. Se realiza un seguimiento continuo en la gestión de mantenimiento. Como resultado existe una obligación contractual por parte del proveedor de entregar una información fiable y oportuna acerca del consumo de combustible en la red.

Telefónica aprobó reducir sus emisiones de CO<sub>2</sub> por cliente para el año 2020 en un 30%

### Objetivo de reducción de emisiones de GEI



## La constelación energética de Telefónica en 2011



Telefónica tiene un objetivo de reducción de electricidad del 30% en kWh/AE<sup>(1)</sup> y del 10% en MWh/E<sup>(2)</sup> para 2015

### Eficiencia energética en operaciones y oficinas

Telefónica consumió alrededor de 5,9 TWh de energía eléctrica al año a escala global. Además, durante 2012 se llevaron a cabo más de 35 proyectos de eficiencia energética, con los que se consiguió ahorrar alrededor 15 GWh y más de 5 millones de euros en la cuenta anual de electricidad.

El Grupo cuenta con un modelo de desarrollo de proyectos globales de eficiencia energética. Destacan los de *free cooling* (aprovechamiento del aire exterior para controlar la temperatura en las estaciones base móviles y centrales de telefonía fija) y los de sustitución de rectificadores (intercambio de viejos rectificadores por otros de alta eficiencia). Telefónica Uruguay y Telefónica Alemania se unieron a estos proyectos.

#### » 'Free Cooling' GSMA Uruguay

Durante el periodo 2002-2012, Telefónica Uruguay instaló tecnología *free air cooling* en el 85% de sus estaciones base *indoor* y sitios de conmutación móvil. También se instaló tecnología de refrigeración con agua *free water cooling* en varios sitios donde se lleva a cabo un control de humedad y calidad del aire. Este sistema se basa en ventiladores que aprovechan el aire exterior para refrigerar el agua y reducir la operación y el consumo de energía de los *chillers*. Esta nueva tecnología es más fiable y eficiente pues permite evitar problemas relacionados con el mantenimiento de los filtros, la humedad o la contaminación exterior.

Telefónica evaluó el cumplimiento de los objetivos globales de reducción de energía, establecidos en 2007. A final de 2012, Telefónica ha conseguido reducir en un 20% la energía en redes por acceso equivalente. Esto supone una consecución de más

de dos tercios del objetivo fijado para el periodo 2007-2015 de reducir un 30% la energía en redes.

### » La constelación energética de Telefónica

Presentada durante el *III Workshop de Energía y Cambio Climático*, muestra el seguimiento de los objetivos globales de reducción de energía desde 2007 hasta la actualidad. Cada planeta está representado por un color y se corresponde a un país y una operadora. El radio de los planetas es proporcional a su consumo eléctrico. Brasil y España son los más grandes, puesto que su negocio también lo es y tienen un elevado consumo eléctrico.

En el eje horizontal se muestra el kilovatio hora en operaciones por acceso equivalente (kWh/AE), mientras que el eje vertical representa el megavatio hora en oficinas por empleado (MWh/E). De esta forma, los ejes indican los KPIs o indicadores en los que se miden los objetivos globales de reducción de energía. En la medida en la que cada uno de los planetas se acercan a la esquina inferior izquierda del gráfico, las compañías son más eficientes en términos energéticos. Los objetivos de reducción de electricidad de Telefónica del 30% en kWh/AE y del 10% en MWh/E para 2015, en relación a 2007, pasan porque las operadoras alcancen los valores de 23 kWh/AE y 6 MWh/E, respectivamente. De este modo, Telefónica como Grupo logrará los valores de eficiencia energética en sus operaciones y oficinas. Más información en <http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blogs/2012/11/21/>

<sup>(1)</sup> AE= Acceso equivalente de cliente.

<sup>(2)</sup> E= Empleado.



eficiencia-energetica-la-constelacion-de-telefonica-english-follows/

### Energía renovable

Telefónica evitó la emisión de 310.000 toneladas de CO<sub>2</sub> gracias a la compra de 892 GWh de energía procedente de fuentes renovables, allí donde los mercados lo permiten (Alemania, Reino Unido, Irlanda y Brasil).

#### » Caso Brasil: empresa líder en compra de energía renovable

En 2012, la Cámara de Comercialización de Energía Eléctrica (CCEE) reconoció a Telefónica Vivo como la empresa brasileña con mayor número de unidades de consumo en el mercado libre de energía. Dicha mención supone que Vivo es la compañía con más edificios abastecidos con energía renovable. Vinculada a la Agencia Nacional de Energía Eléctrica (ANEEL), la CCEE tiene como objetivo facilitar la comercialización de electricidad en el mercado energético brasileño. La energía renovable consumida se genera en pequeñas centrales hidroeléctricas y de biomasa, y sustituye el uso de combustibles fósiles. Se reduce, así, el impacto ambiental y se maximiza el aprovechamiento de los recursos renovables.

Gracias a la potencia renovable instalada en la sede de España, Telefónica generó en 2012 más de 2.300 MWh de energía limpia, lo que evitó la emisión de 557 toneladas de CO<sub>2</sub>. La Compañía trabaja con la asociación GSMA y su programa *Green Power for Mobile*, para aumentar el número de estaciones base con energía renovable en Latinoamérica, especialmente donde la electricidad es de difícil acceso. En 2012, la energía renovable generada en las estaciones base de Telefónica fue de 5.544 MWh.

### Combustible en flota de vehículos

Durante el pasado ejercicio, Telefónica consumió 5,3 millones de litros de gasolina y 1,3 millones de litros de gasóleo para su flota de vehículos. Para reducir este consumo se llevaron a cabo diferentes iniciativas de gestión de flotas, como la instalación de soluciones M2M o la aplicación de técnicas de conducción eficiente.

#### Movilidad de empleados

Los trabajadores del Grupo recorrieron durante 2012 más de 280 millones de kilómetros en avión. Dichos desplazamientos generaron la emisión de 33.000 toneladas de CO<sub>2</sub> a la atmósfera. Para reducir esas emisiones, Telefónica cuenta con un total de 29 salas de telepresencia repartidas en los diversos países en los que opera. Durante 2012 se celebraron más de 3.000 reuniones virtuales que evitaron alrededor de 9.000 viajes de trabajo.

#### Eficiencia energética con proveedores

Para lograr la eficiencia energética interna es importante la colaboración con *partners* tecnológicos de energía. Gracias a ellos, Telefónica es capaz de implantar la tecnología más eficiente en sus redes y oficinas. Estas empresas participan de forma anual en el *Workshop de Energía y Cambio Climático* y trabajan conjuntamente con el Grupo en la búsqueda de modelos de financiación compartida para desarrollar proyectos de eficiencia energética. Un ejemplo es el modelo ESCO, que favorece la implantación de este tipo de proyectos gracias a la inversión de proveedores y la compartición de los ahorros.

Otra de las iniciativas de eficiencia energética en proveedores es el modelo de compra integral. Bajo esta fórmula, y establecido por el equipo global de operaciones de Telefónica, se compra la tecnología más eficiente a escala internacional (para todos los países) y se logran mayores beneficios.

#### » Caso España: Gestión de flotas

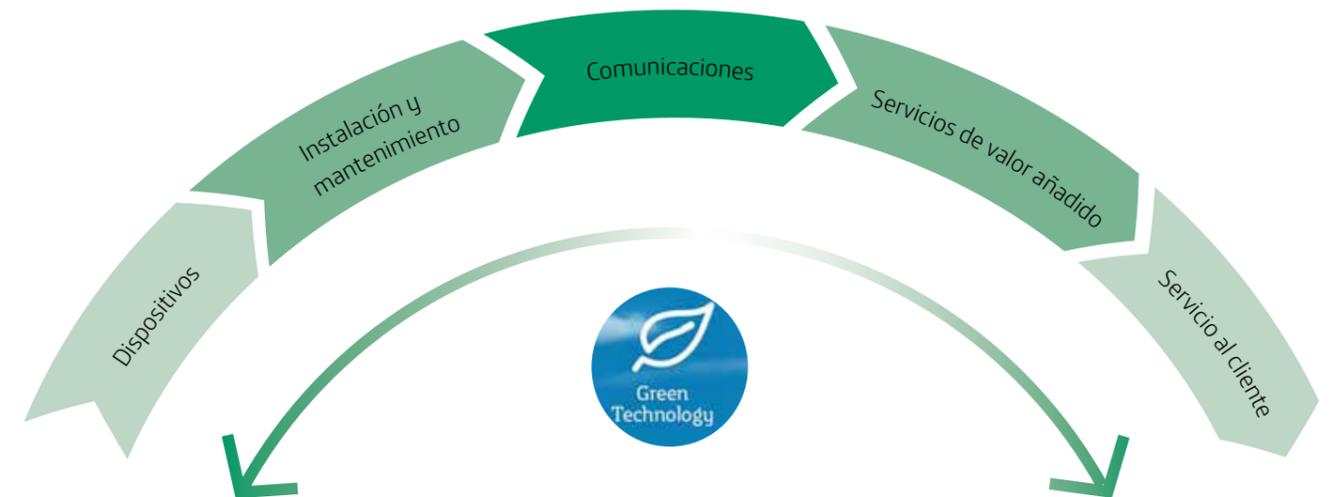
Durante 2012, la Compañía instaló una solución M2M basada en la geolocalización en la flota de vehículos de Telefónica en España. Gracias a ella, se puede conocer en tiempo real la posición y velocidad de los vehículos, y obtener informes de actividad. Entre sus funcionalidades destacan la gestión de rutas y el análisis de conducción eficiente, que permiten optimizar los tiempos de los desplazamientos y reducir el consumo de carburante. Además de mejorar la eficiencia, reaverten en un mejor servicio a los clientes, en un aumento de la seguridad de los conductores y en una reducción de costes generales. La solución se adapta a las necesidades actuales y futuras de la flota de Telefónica.

## Green a través de las TIC

La Compañía quiere poner a disposición de sus clientes soluciones integradas 'Green TIC' para incentivar una mejor gestión de recursos escasos como el agua y la energía. Contribuye así a la ecoeficiencia del transporte, la edificación, la industria y las empresas de servicios, entre otros sectores.



Telefónica cubre toda la cadena de valor...



... con garantía de servicio global y extremo a extremo

Los servicios *Green TIC* de la Compañía ayudan a fomentar una economía ecoeficiente y baja en carbono y, sobre todo, favorecen la Sostenibilidad de las ciudades. Al ser un operador de telecomunicaciones global e integrado (móvil y fijo), Telefónica trabaja con ahínco —con las áreas de Marketing, Innovación y Desarrollo de Negocio a escala global y local— para incluir formalmente las soluciones *Green TIC* en sus catálogos de productos y servicios y ofrecérselas a sus clientes, tanto a los residenciales como a las empresas.

En 2012, Telefónica amplió su cartera de servicios *Green TIC* y fortaleció su apuesta comercial para empresas, por ejemplo en lo referente a la gestión inteligente de edificios, la optimización de servicios de transporte y logística y el alojamiento virtual. Estos servicios se incluyen ya en las distintas operaciones del Grupo a escala mundial.

El enfoque de las propuestas de servicios globales, incluidos los *Green TIC*, está orientado a cubrir toda la cadena de valor requerida por el cliente. Así, la Compañía aporta una oferta integrada que incluye los dispositivos, su

instalación y mantenimiento, las comunicaciones, el valor añadido y un servicio continuo de atención al cliente.

La apuesta de Telefónica no se centra meramente en la conectividad, sino en servicios integrados y de valor añadido. Sus diferentes líneas de negocio, sobre todo el área de M2M, *cloud* y aplicaciones, trabajan constantemente en definirlos y mejorarlos. La Compañía cree asimismo que debe colaborar con *partners* para lograr el éxito en los distintos mercados.

Otro de los objetivos es implementar soluciones de monitoreo del clima en tiempo real, lo que permitirá identificar soluciones de control de la calidad del aire o de la contaminación a escala global.

Telefónica trabaja en promover igualmente servicios *Green TIC* para viviendas. Ha desarrollado sobre su plataforma de *Smart Home*, basada en tecnología M2M, un servicio de eficiencia energética para el hogar. Este servicio está siendo probado en varios pilotos en entornos reales tanto en España como en América Latina.

En 2012, Telefónica amplió su cartera de servicios 'Green TIC' para empresas



Telefónica trabaja en la medición del impacto ambiental de sus servicios 'Green TIC'

## Servicios 'Green TIC'

### 'Smart Buildings' en España

Gracias al servicio de Inmótica de Eficiencia Energética proporcionado por Telefónica en el país, alrededor de 30 clientes de bancos y grandes superficies se han beneficiado de un ahorro energético anual del 35%. Esta solución contempla el monitoreo y control de distintos aspectos ambientales de edificios dispersos a través de detectores de presencia o sensores y permiten una gestión remota a través de una solución centralizada de monitorización y seguimiento gráfico de consumos. La configuración de la solución, los dispositivos y su versatilidad permiten, por ejemplo, ajustar y adaptar la iluminación de cada punto según sea necesario y sin afectar a los empleados. Desde 2009, Telefónica de España obtuvo unos ingresos de alrededor de 4,8 millones de euros por la implementación de este servicio.

### 'Smart Transport' en Europa

El servicio de gestión de flotas en Europa, basado en productos M2M y comercializado junto a Masternaut, se ofrece a las empresas en una única cuota mensual. Supone la posibilidad de modificar el estilo de conducción de sus empleados —de modo que puedan disminuir su emisión de CO<sub>2</sub> y cumplir con la normativa medioambiental—. Para ello, les suministra una herramienta de control sobre las rutas y los procesos laborales que mejora los tiempos de trabajo y consigue un importante ahorro en los gastos de combustible. Se trata de una solución modular y personalizable que optimiza la gestión y da soporte extremo a extremo. Su eficiencia es demostrable, al igual que sus ahorros, que rondan el 25-30%. Está dirigida a todo tipo de flotas: de transporte y control frigorífico, servicios urbanos, seguridad, máquinas quitanieves, etcétera. Han optado ya por este servicio más de cien clientes —unos 6.000 vehículos—.

### 'Smart Clima' en Brasil

Vivo Clima es un sistema de vigilancia meteorológica que funciona a partir de la instalación de pluviómetros y un equipo de M2M en las antenas de telefonía móvil de Telefónica-Vivo. Se puso en funcionamiento en Brasil el pasado año y proporciona información en tiempo real sobre niveles de precipitación en varias regiones. Este proceso opera sobre la plataforma M2M de Telefónica Brasil, que tiene una interfaz conectada a sistemas de monitoreo de clima del estado y órganos de defensa civil. Informa a las comunidades de los fenómenos meteorológicos en las comunidades ubicadas en zonas de riesgos ambientales, vía sms. El proyecto piloto se implementó en el Jardín Zaira de Mauá en São Paulo. La elección del sitio fue hecha por las características de riesgo del mismo, ya que es uno de los barrios más poblados de la provincia y sufre de constantes inundaciones y deslizamientos de tierra.

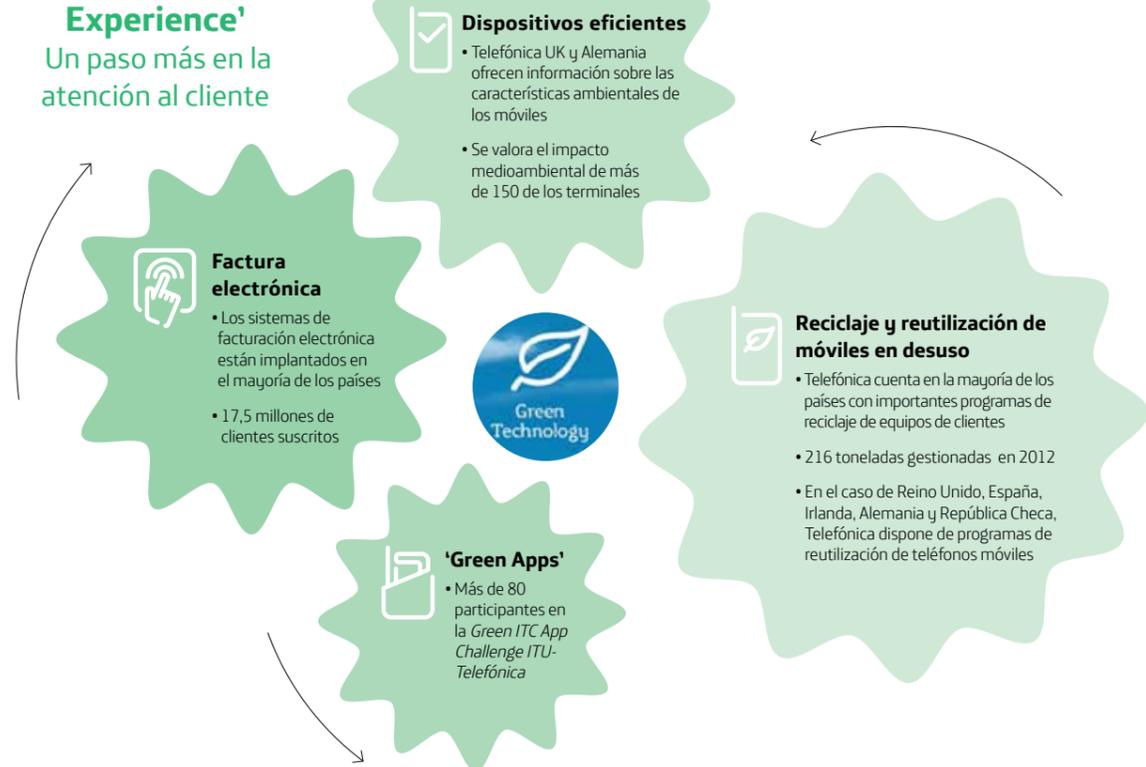
### 'Smart Platform' global para eco-eficiencia

Telefónica ha puesto en marcha la primera plataforma que combina comunicaciones M2M y la gestión de infraestructuras de contadores de servicios escasos, como los de electricidad, gas y agua. Con la nueva *Connected Metering Platform* de Telefónica Digital, las empresas suministradoras mejorarán su capacidad de control y supervisión

de contadores, además de reducir sus costes operativos, tanto en el despliegue y operación como en el mantenimiento. Para ayudar a las empresas suministradoras a abordar el desafío que supone la gestión del elevado número de dispositivos, Telefónica ha desarrollado una solución integrada que simplifica tanto los procesos mediante la automatización de la gestión de las comunicaciones de los contadores como la explotación comercial de los datos operativos.

## 'Green Customer Experience'

Un paso más en la atención al cliente



En 2012, Telefónica reforzó la necesidad de los servicios *Green TIC* con su propuesta de *smart cities*. Se trata de un conjunto unificado de soluciones para las ciudades inteligentes de todo el mundo operado de forma integrada en una plataforma tecnológica. Estos servicios permitirán gestionar los retos ambientales de las ciudades como son la gestión de residuos, el alumbrado público, la calidad del aire y el transporte, entre otros.

Para el creciente mercado de la telefonía móvil residencial, Telefónica posee el modelo global *Green Customer Experience* (GCEX). Esta iniciativa ofrece una experiencia *green* desde que el cliente se plantea comprar un dispositivo móvil hasta el final de su vida útil. Incluye también aplicaciones *green* y funciones que potencian la eficiencia energética y el uso de materiales no contaminantes en los dispositivos.

En 2012, las distintas operaciones de la Compañía reforzaron sus actividades locales de experiencia *green*. Destacan cuatro grupos de iniciativas: las relativas a los dispositivos eficientes; los servicios virtuales —como la factura electrónica—; las aplicaciones *green* y la promoción de actividades de reciclaje y reutilización de teléfonos móviles.

Telefónica trabaja constantemente en la medición del impacto ambiental de los servicios que entrega a sus clientes, en base a metodologías sectoriales desarrolladas sobre todo en el marco del Grupo de Estudio Número 5 de la UIT.



### 'Smart cities' en España

La Red Española de Ciudades Inteligentes (RECI) y Telefónica acordaron en 2012 impulsar proyectos de modernización urbana y Sostenibilidad en 25 urbes. La Compañía, promotora y artífice de las iniciativas de *smart cities* más importantes del país, contribuye con su experiencia como operador integrado de TIC, unas tecnologías que se han revelado como un motor esencial de nuevos modelos productivos y un instrumento

determinante para la gestión óptima de los servicios de la ciudad. El acuerdo permitirá a Telefónica apoyarse en RECI como laboratorio de pruebas para medir el impacto ambiental de los servicios de las *smart cities*, especialmente respecto al ahorro de recursos. También facilitará la extensión a todos los países en los que opera de las mejores prácticas de esta Red, como parte de su modelo global de *smart cities*.

# Medio ambiente

Telefónica integra el medio ambiente como un elemento más de su negocio y persigue un triple objetivo: la minimización de los riesgos ambientales, el despliegue responsable de su red y la maximización de la ecoeficiencia.

La política ambiental de Telefónica dirige la estrategia de la Compañía y marca, en todos los países donde está presente, los Principios de Responsabilidad relativos al medio ambiente. El Grupo, a través de diversos sistemas de gestión, controla y minimiza todos aquellos impactos derivados del desarrollo de su actividad.

En su compromiso de contribuir al bienestar de las personas, Telefónica pone al servicio de la sociedad las TIC como un motor del desarrollo sostenible. La política de la Compañía en este aspecto establece las principales líneas de actuación en materia de medio ambiente y de cambio climático de todas las empresas, unidades de negocio y empleados que conforman el Grupo.

Durante 2012, Telefónica se esforzó por reforzar su gestión ambiental desde un punto de vista integrado, es decir, a través de la unificación de las operadoras fijas y móviles. También se centró en poner el foco en todos aquellos países donde todavía existe una legislación poco desarrollada. Además,

estableció un cuadro de mando de indicadores ambientales válidos a escala de Grupo para mejorar el control de su desempeño.

### Asegurar el cumplimiento de la Ley

El sistema de gestión ambiental global de Telefónica permite asegurar el cumplimiento de la legislación y mejorar los procesos año a año. Si bien los aspectos ambientales de la Compañía no son intensivos, tienen una alta dispersión geográfica, lo que hace extremadamente necesario una gestión ambiental basada en procesos homogéneos. El objetivo: la prevención y mitigación de impactos ambientales.

Durante 2012 no se iniciaron expedientes o se produjeron sanciones ambientales materiales para la Compañía.

Telefónica invirtió 14,2 millones de euros en 2012 para mitigar y reducir al máximo el impacto ambiental de la red de telecomunicaciones e implantar medidas de ecoeficiencia. Mientras tanto,

## Principios de la política ambiental de Telefónica

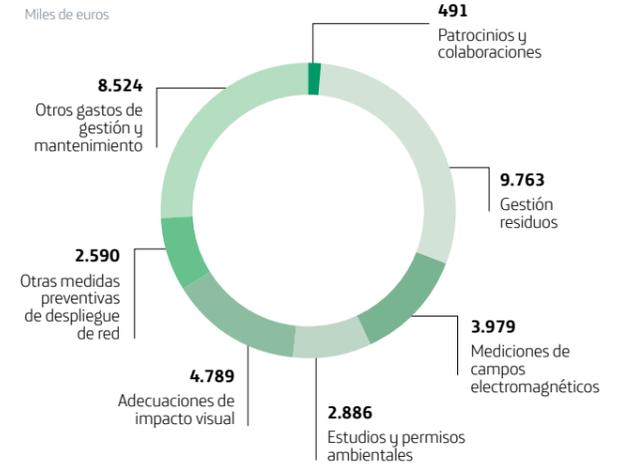
- 1** Garantizar el cumplimiento de la **legislación ambiental** y de todos aquellos compromisos voluntarios
- 2** Implantar sistemas de **gestión ambiental**
- 3** Aplicar la **mejora continua** en toda la Compañía
- 4** Hacer un **uso sostenible** de los recursos naturales
- 5** Transmitir a los proveedores **requisitos para el cuidado ambiental**
- 6** **Comunicar, sensibilizar y formar** en materia ambiental
- 7** Publicar anualmente la **conducta ambiental**
- 8** Combatir el cambio climático a través de la **reducción de emisiones de GEI**
- 9** Promover la creación de servicios de TIC que contribuyan al **desarrollo sostenible**
- 10** Trabajar con terceros en modelos de **desarrollo más sostenibles**

### Sistema de gestión ambiental

Empresa	ISO-14001 certificado	Empresa	ISO-14001 certificado
Telefónica España	😊	Telefónica México	😊
Telefónica Soluciones	😊	Telefónica Nicaragua	😞
TIWS	😊	Telefónica Panamá	😞
Telefónica, S.A.	😊	Telefónica Perú	😊
Telefónica Argentina	😊	Telefónica Venezuela	😞
Telefónica Brasil	😞	Telefónica Uruguay	😞
Telefónica Chile	😞	Telefónica Alemania	😊
Telefónica Colombia	😊	Telefónica Reino Unido	😊
Telefónica Ecuador	😊	Telefónica Irlanda	😊
Telefónica El Salvador	😞	Telefónica República Checa	😊
Telefónica Guatemala	😞	Telefónica Eslovaquia	😞

Nota: actualmente están convergiendo los sistemas de gestión en los negocios fijo y móvil.

### Gasto e inversión en medio ambiente



los gastos en la gestión ambiental más cotidiana de residuos, auditorías, mantenimiento, etcétera, ascendieron a 19 millones de euros.

El 100% de las operadoras del Grupo Telefónica gestiona los aspectos ambientales de acuerdo con el sistema de gestión global implementado en los últimos dos años. Actualmente, más del 50% de las empresas, que representan el 61% de la facturación global, cuentan con sistemas de gestión ambiental conforme a la ISO 14001 y certificados por una entidad externa.

### Despliegue responsable de la red

Los aspectos ambientales más significativos de las actividades de Telefónica están relacionados con la infraestructura necesaria para dar servicio al cliente, es decir, con la red. Algunos de estos aspectos son característicos de todas las empresas de telecomunicaciones y, en todos ellos, Telefónica innova para llevar a cabo las mejores prácticas.

De cara a minimizar el impacto visual, y sin reducir la calidad de servicio a los clientes, el Grupo selecciona la mejor ubicación para sus infraestructuras y realiza actuaciones de mimetización. La inversión en adecuaciones para reducir el impacto ascendió a 4,8 millones de euros en 2012. En este sentido, también merece la pena destacar la compartición de 33.000 infraestructuras con otros operadores.

Telefónica dispone de depósitos de combustible que dan soporte energético a la red de telecomunicaciones, y no sólo en situaciones de emergencia. La Compañía realiza un exhaustivo control de los mismos para evitar la contaminación del suelo. En 2012 no se produjo ningún derrame relevante.

Cuando la red de Telefónica se ubica en un entorno protegido, la Compañía presta especial atención para evitar afectar a la fauna, la flora y el paisaje. Para conseguirlo, realiza estudios

Actualmente, más del 50% de las empresas cuentan con sistemas de gestión ambiental certificados conforme a la ISO 14001

Telefónica despliega su red respetando todas las exigencias legales locales e internacionales

» Reducción del impacto visual en redes móviles

Durante 2012 se desarrolló en Brasil una experiencia piloto que permitió aprovechar el alumbrado público para poner estaciones de telefonía móvil. Los equipos se pusieron bajo tierra, lo que permitió obtener un 10% de ahorro en consumo energético y evitar la corrosión de los equipos por la salinidad.

En Chile, por su parte, se instalaron 65 estaciones base de baja altura (12 metros). Para ello se aprovechó la infraestructura existente, lo que favoreció la disminución del impacto visual. Este proyecto buscaba adaptar el despliegue a la ley vigente en este país que regula la instalación de estructuras para sitios celulares.



de impacto ambiental antes de iniciar cualquier construcción.

**Campos electromagnéticos**

Telefónica es consciente de la inquietud que existe en la sociedad en torno a los campos electromagnéticos. Por ello, mantiene una comunicación transparente sobre este tema. Siempre que se requiere, la Compañía aporta información a la Administración Pública, las comunidades de vecinos y los clientes acerca del funcionamiento de las estaciones de telefonía móvil. También colabora en la divulgación sobre la materia.

Telefónica despliega su red respetando todas las exigencias legales locales e internacionales. De hecho, adopta como mínimos los límites de exposición a radiofrecuencias establecidos por ICNIRP y avalados por la Organización Mundial de la Salud.

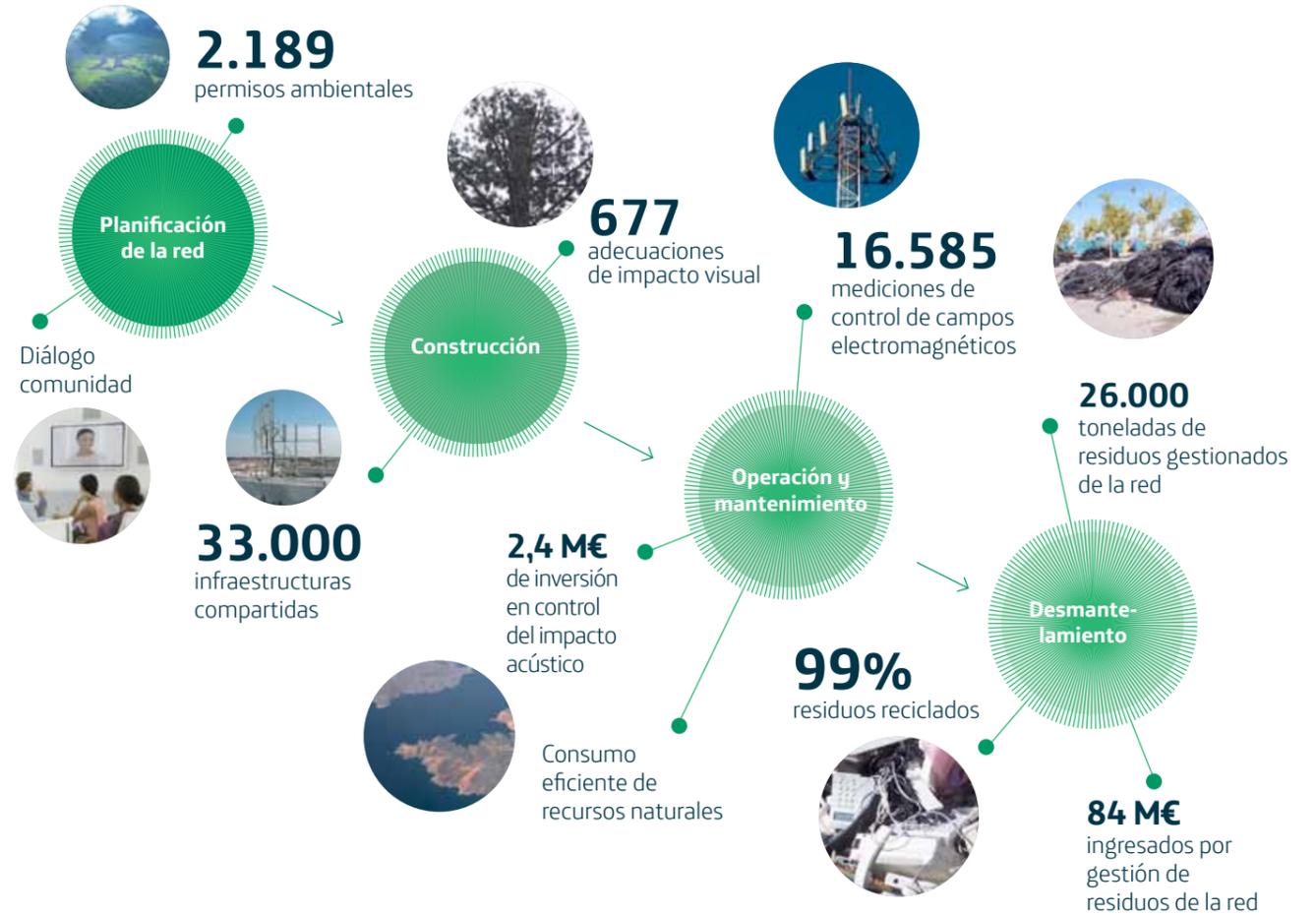
Durante 2012, la Compañía realizó 16.585 mediciones de campos electromagnéticos en

sus estaciones base, lo que supuso un gasto de cuatro millones de euros.

Desde 2011 existen unos compromisos mínimos comunes a todas las operadoras del Grupo Telefónica en torno a los campos electromagnéticos:

- Cumplir estrictamente con la normativa, los estándares y directrices internacionales reconocidos para todos los servicios y productos.
- Promover una legislación basada en las directrices internacionales (ICNIRP), especialmente en aquellos casos en que no existe normativa local, que impulse una homogeneización de la misma y que elimine las barreras al despliegue.
- Apoyar y difundir la investigación científica independiente y de alta calidad sobre comunicaciones móviles reconocida por la Organización Mundial de la Salud.

Aspectos ambientales del despliegue de red y respuesta de Telefónica



→ Comunicar de forma abierta y transparente a clientes y al público en general todas las acciones que la empresa realiza al respecto.

Telefónica participa activamente en grupos de trabajo del GSMA y la UIT para intercambiar las mejores prácticas de gestión de campos electromagnéticos y compartir información útil para sus clientes.

**Ecoeficiencia**

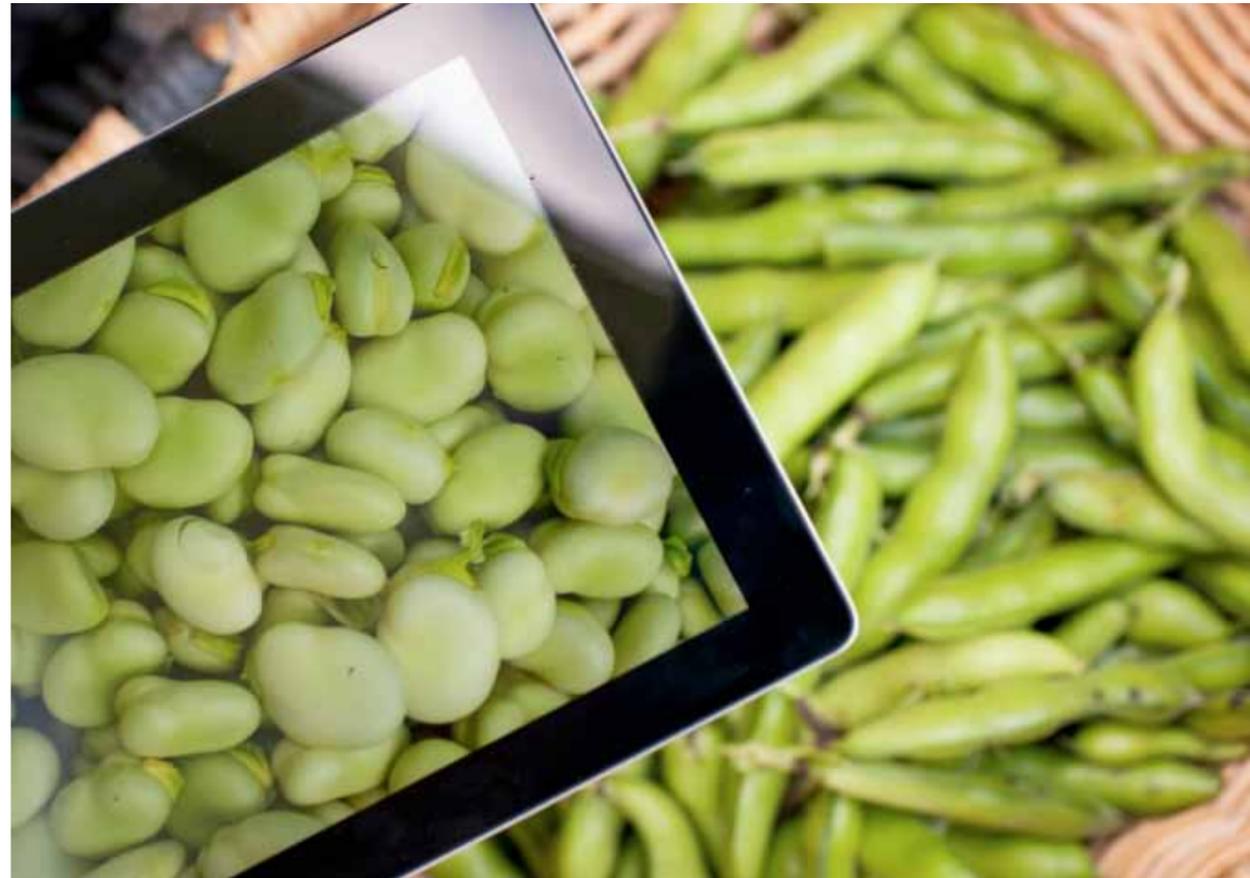
Telefónica trabaja para minimizar el impacto ambiental de sus actividades a través de la ecoeficiencia. El Grupo entiende este concepto como la gestión eficiente que genera valor para la Compañía en aspectos como el agua, la energía, los residuos o los gases de efecto invernadero.

→ **Uso eficiente del agua** El consumo de agua en Telefónica está asociado al consumo sanitario y a procesos de refrigeración de infraestructuras. Las actuaciones llevadas a cabo están ligadas a la instalación de dispositivos

de ahorro, al estudio de los puntos de mayor consumo, a la optimización del uso de espacios y a la realización de campañas de concienciación internas. En 2012, Telefónica consumió aproximadamente 5,6 millones de m<sup>3</sup> de agua.

→ **Uso eficiente del papel** El uso de las TIC permite reducir el consumo de recursos, entre ellos el papel. Telefónica trabaja en la reducción del consumo de papel en sus oficinas y promueve la facturación electrónica entre sus clientes.

En cuanto al consumo interno, en 2012 se consumieron 1.193 toneladas, un 2% menos que el año anterior. Además, en muchas de sus empresas favorece el uso de papel reciclado, que actualmente supone un 20% del total del consumo. La Compañía también promueve de forma paulatina la compra de papel con certificación forestal sostenible (FSC o PEFC). Ésta, por ejemplo, es una práctica responsable ya implementada en Europa.



El uso de las TIC permite disminuir el consumo de recursos. Telefónica trabaja en la reducción del consumo de papel en sus oficinas y promueve la facturación electrónica

Las diferentes operadoras impulsan la factura sin papel, un servicio que utiliza las TIC para evitar el consumo de recursos naturales. En los últimos años este servicio ha crecido y, actualmente, 17,5 millones de clientes disponen ya de su factura sin papel. En 2012 se emitieron 296 millones de facturas electrónicas y se consumieron 10.663 toneladas de papel en facturas de clientes, un 13% menos que en 2011. Como muestra de gestión eficiente, destacar que el uso de la factura electrónica supone un importante beneficio ambiental, pero también económico (en 2012 representó un ahorro de aproximadamente 54 millones de euros<sup>(1)</sup>).

→ **Residuos** 

Los residuos se generan en casi todos los procesos de la actividad de Telefónica y en grandes cantidades, si bien en su mayoría no poseen componentes peligrosos y se pueden reciclar.

Todos los desechos de Telefónica se gestionan a través de los mecanismos fijados en la legislación y en consonancia con las mejores prácticas, donde priman la reducción, la reutilización y el reciclado.

Los residuos más relevantes son los derivados de equipos eléctricos y electrónicos (RAEE). Se generan en grandes cantidades, tanto

internamente como en los hogares de los clientes. Además, en los últimos años, la legislación y el control sobre ellos ha crecido de forma importante. Otros residuos relevantes que se producen en las redes de telecomunicaciones son los cables: casi 23.000 toneladas en 2012.

También en 2012 Telefónica ingresó 89 millones de euros por la gestión de residuos. La valorización de los residuos es así una buena práctica ambiental y económica.

Otra acción específica es la reutilización de equipos. Siempre que es posible, se reparan y reutilizan para conseguir beneficios ambientales en dos vertientes: reducción considerable del volumen de residuos generados y reciclaje de equipos y materiales. La ecoeficiencia en la gestión de residuos es de vital importancia no sólo en lo ambiental sino también en lo económico: en 2012 esta práctica de reutilización de equipos fijos en España supuso un ahorro de ocho millones de euros.

De cara al cliente residencial móvil, Telefónica trabaja en la promoción de programas de reutilización y reciclaje. Parten de que el mejor residuo es el que no se produce. Gracias a estas iniciativas, los clientes depositan sus teléfonos móviles antiguos y obtienen un beneficio económico por ello. Telefónica también

<sup>(1)</sup> Considerando como referencia el corte factura de España.

**Residuos (toneladas)**

-  Reciclados
-  Vertedero o eliminación
-  Reuso



ofrece el reciclaje de aquellos móviles que no pueden reutilizarse. En 2012, la Compañía recogió 147 toneladas de teléfonos de clientes para su reutilización y 69 para su reciclaje.

**Todos somos responsables**

- **Cadena de suministro**  Trasladar requisitos ambientales a favor de proveedores y contratistas resulta primordial para asegurar una correcta gestión ambiental. Además de incorporar cláusulas ambientales en todos sus contratos, Telefónica realiza acciones divulgativas y auditorías para el control de su cadena de suministro.
- **Empleados**  Del mismo modo, los trabajadores son un pilar fundamental en el comportamiento ambiental de la Compañía y, por tanto, las diferentes empresas del Grupo desarrollan programas de formación y concienciación específicos. En 2012, se impartieron 37.000 horas de formación ambiental.
- **Grupos de interés y clientes**  Telefónica desarrolla, entre sus clientes, diferentes iniciativas tendentes a la protección del medio ambiente y la concienciación sobre la importancia del respeto al entorno.



» **'Mi Tierra Maps' en España**

Telefónica colaboró en la puesta en marcha de la plataforma *Mi Tierra Maps*, una web que persigue fomentar el conocimiento de la biodiversidad y la cultura del ámbito rural a través del uso de las TIC. Su objetivo es convertir al mundo rural en un referente del emprendimiento sostenible. El proyecto expone sus recursos a través de la web (con herramientas de geolocalización) y una la *app* gratuita, disponible para iPhone y Android.



» **Biocarbón en México**

Movistar apoyó una iniciativa para generar biocarbón comunitario. Así, mitigó la deforestación en la sierra mixteca de Oaxaca y favoreció la conservación de especies endémicas como la guacamaya verde (*ara militaris*) y la disminución de las muertes de mujeres por inhalación de humo mediante la implementación de estufas de pirólisis.

# Telefónica apuesta por sus trabajadores

En plena transformación del sector, el bienestar y la eficacia de los empleados se convierte en un objetivo fundamental para la Compañía, que se centra en nuevas políticas sostenibles para continuar siendo líder.

Telefónica afronta un gran cambio para continuar como líder en el nuevo entorno digital. El éxito depende, en gran parte, del compromiso de los empleados y, por ello, se han puesto en marcha políticas de recursos humanos que desarrollen un entorno laboral en el que cada profesional aporte lo mejor de sí.

Los cambios obligan a Telefónica a identificar y potenciar sus puntos fuertes para mantenerse a la cabeza del sector. De esta manera, realiza un mayor esfuerzo en mejorar la productividad de la plantilla en estos momentos de profunda transformación. Para la Compañía los trabajadores siempre han sido una prioridad, sin embargo, ahora su gestión se ha vuelto más relevante que nunca.

A nivel interno se anima a los empleados a transformar el *modus operandi* de la Compañía para construir una organización más centrada en el cliente y, a su vez, más ágil, global, digital y, como consecuencia, más líder.

En este contexto, contar con un equipo comprometido y habilitado es clave. Por ello, se impulsan acciones para construir grandes lugares para trabajar, algo que atraiga a los mejores profesionales.

## Los empleados, en cifras

A finales de 2012, el Grupo Telefónica contaba con más de 133.000 trabajadores, de los que 1.232 eran directivos. La plantilla, distribuida a lo largo de 24 países, es un 4,1% menor que en 2011 debido a los procesos de reestructuración y a las nuevas políticas de requerimiento del negocio.

Excluyendo Atento, la rotación de la Compañía se situó en 19,03% a final del ejercicio. En 2011 fue del 22,39%, si no se considera Atento.

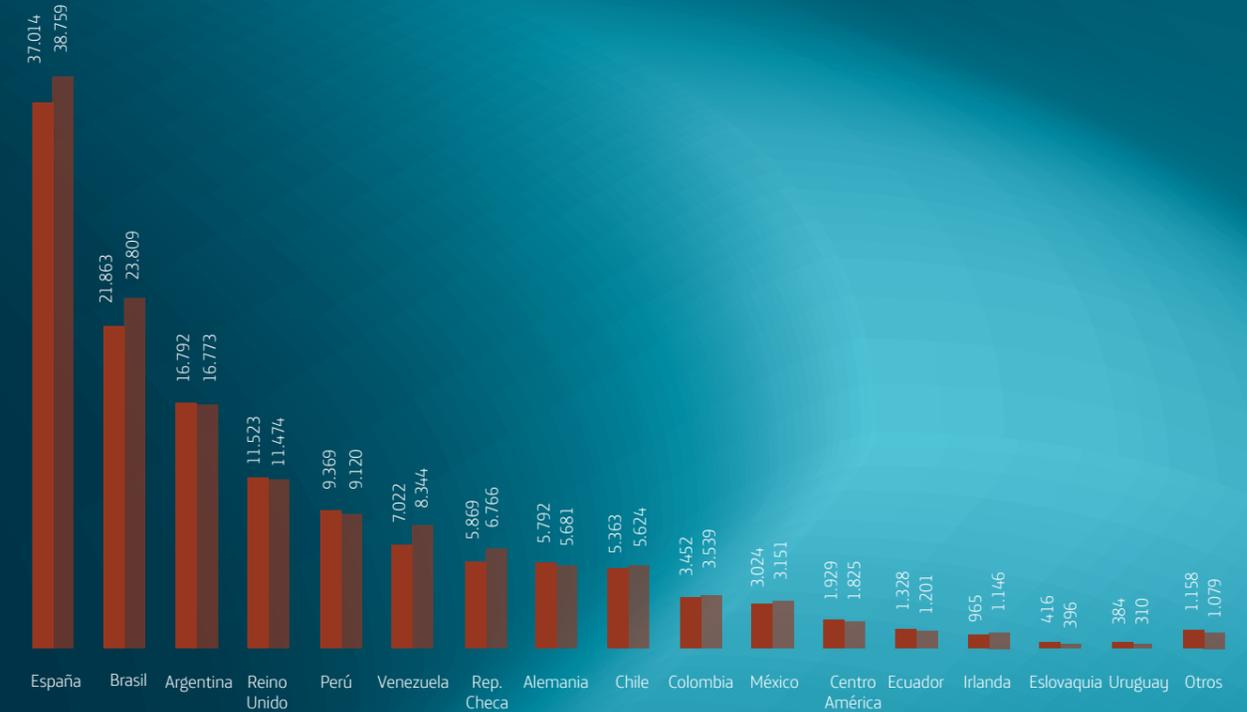
En cuanto a la distribución de empleados por regiones, Latinoamérica sigue concentrando el mayor porcentaje de la plantilla con un 52,5%. Le sigue España (28,5%) y, a continuación, el resto de Europa (18,9%). El 0,9% restante se reparte entre países que no se enmarcan en ninguna de las principales regiones.

Por otra parte, Telefónica apuesta por las políticas de trabajo sostenibles: el 95% del personal tiene contratos laborales indefinidos y la cifra de mujeres en plantilla se sitúa en el 38%. Además, el número de directivas aumenta cada año, situándose en el 19,4% a finales de 2012.

La Compañía invirtió 49 millones de euros en la formación de los profesionales, con cerca de cuatro millones de horas. Cada trabajador recibió, como media, 29 horas de instrucción.

## Empleados en el mundo

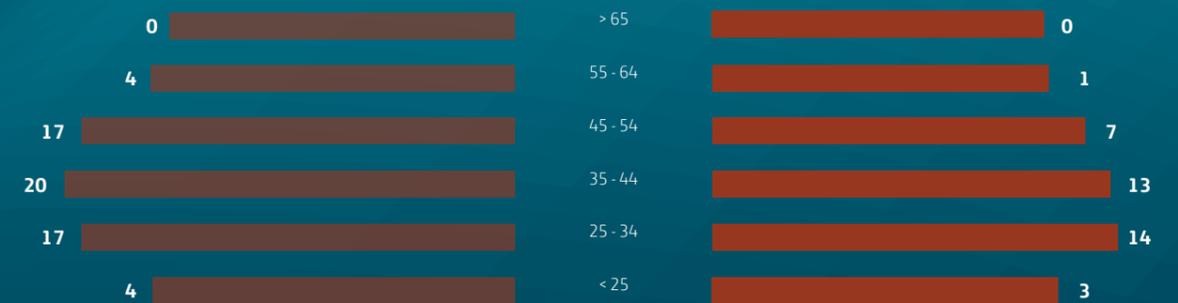
2012 2011



## Distribución de la plantilla por edades

Porcentajes

Hombres Mujeres



# Clima laboral, conciliación y compromiso

Los empleados constituyen una de las mayores riquezas de Telefónica. Por eso, el Grupo promueve políticas de conciliación y flexibilidad que favorezcan un ambiente óptimo de trabajo.

En 2012, 103.767 empleados de Telefónica (sin incluir a los de Atento) respondieron a la encuesta global sobre clima y compromiso que se llevó a cabo en los últimos meses del año. La participación aumentó significativamente hasta el 80% de los trabajadores invitados, lo que implicó un crecimiento de cinco puntos porcentuales respecto a 2011.

El *Índice Global de Clima y Compromiso 2012* (ICC) —que se aplica uniformemente en el Grupo— alcanzó un 78,5%. Con este resultado se supera también en más de un 2% el objetivo que la Compañía tenía para 2012, que estaba fijado en el 76%.

Entre los aspectos que salen más reforzados, destacan el orgullo de pertenencia y el liderazgo del jefe inmediato. En cualquier

caso, se observa una mejora en todas las dimensiones analizadas.

Durante 2012, se consolidó el uso generalizado de nuevas preguntas para explorar con mayor profundidad tanto el compromiso de los empleados como las condiciones que ayudan a hacer el trabajo más efectivo. Este enfoque se conoce como *clima efectivo* y permite optimizar la gestión de ambos aspectos.

Tras la realización de las encuestas —que es solo el primero de los eslabones—, la información se distribuye entre los líderes de la Compañía. Gracias a estos datos se diseñan planes para posicionar al Grupo entre las mejores empresas en las que trabajar internacionalmente.

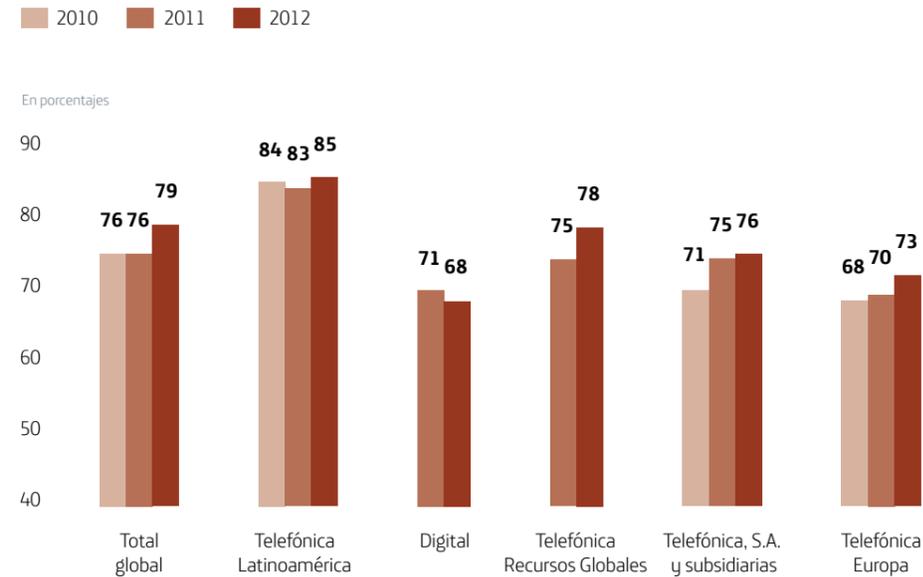
**103.767**  
empleados participaron en la encuesta de clima y compromiso

**24**  
países respondieron a la encuesta global

**80%**  
de participación entre los profesionales

**5 puntos**  
porcentuales de crecimiento sobre 2011

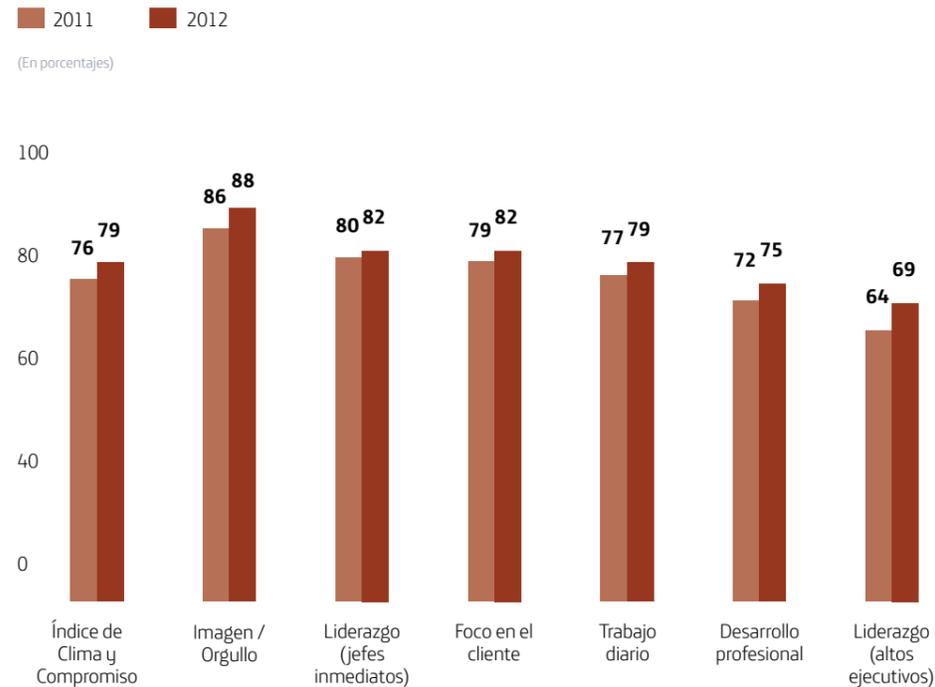
## Evolución del Índice Global de Clima y Compromiso



Entre los aspectos más reforzados, destacan el orgullo de pertenencia y el liderazgo del jefe inmediato



### Evolución de indicadores de clima y compromiso



Telefónica, una de las 25 mejores compañías globales para trabajar en 2012, según el instituto 'Great Place to Work'

#### Premios 'Great Place to Work'

Telefónica fue elegida en 2012 como una de las 25 mejores compañías para trabajar en el mundo, según el instituto *Great Place to Work*. Es la segunda vez que este prestigioso organismo, conocido internacionalmente por la elaboración de este tipo de listados locales y regionales, publica un ranking a escala global.

En concreto, Telefónica ocupó el puesto número 13 en una selección en la que participaron 350 multinacionales de 45 países. Todas contaban con, al menos, 5.000 empleados, de los que un 40% (como mínimo) debían trabajar fuera del país de origen de la sociedad.

Además de estos requisitos, para la elaboración del ranking global, *Great Place to Work* valoró los resultados locales de las encuestas que miden el grado de confianza en las compañías. Asimismo, analizó los datos de una auditoría sobre las políticas y prácticas de recursos humanos de las empresas.

En los últimos años, Telefónica había conseguido este reconocimiento en países como Alemania, Ecuador, Uruguay y Venezuela. En la edición de 2012, fue seleccionada además como la segunda mejor compañía regional en Latinoamérica.

Telefónica fue la única empresa española que apareció en el ranking *Great Place to Work*, que

no incluyó tampoco a ninguna otra operadora de telecomunicaciones.

#### Políticas y prácticas de conciliación laboral

En general, todas las empresas del Grupo se esfuerzan por implantar acciones que enriquezcan la calidad de vida del empleado y que vayan más allá de lo que las legislaciones contemplan. Además, para la Compañía es prioritario que los trabajadores afronten su maternidad o paternidad con la garantía de poder compaginar, de manera flexible, el ámbito personal y el profesional. Para ello, existen medidas, más allá de lo que establecen las legislaciones, que facilitan su reincorporación después de su permiso correspondiente.

Algunos ejemplos de buenas prácticas en este ejercicio son:

##### » Reino Unido

En febrero de 2012 celebró el mayor evento europeo de flexibilidad laboral, en el que más de 2.000 personas intervinieron de forma remota. Un año después, aproximadamente un 64% de los empleados teletrabaja una o dos veces por semana. Esto ha permitido generar



un ahorro en costes y Sostenibilidad medioambiental (por ejemplo, en las 3.000 horas de transporte reducidas), a la vez que importantes beneficios que se traducen en un aumento de la productividad y un mayor compromiso de los profesionales. Un 80% de los encuestados considera que trabajar de forma remota es tan productivo o más como hacerlo desde la oficina (suma de las respuestas 4 y 5) y un 36%, que lo es decididamente más (sólo respuesta 5).

##### » Chile

En los últimos años destaca el *Programa UNO*. Permite que los empleados dispongan de días de asuntos propios según sus necesidades o circunstancias personales, mediante un sistema de créditos que se utiliza durante el año, de acuerdo con un superior. Además, el *Club Telefónica* ha ayudado a financiar en este país el 5% de las actividades culturales y deportivas de los empleados (teatro, fotografía, *running*, yoga, etcétera).

##### » Brasil

En 2012 se creó una dirección de Promoción de la Salud formada por un equipo multidisciplinar en las áreas de Salud y Seguridad. Operan en todo el territorio nacional, a través de 15 clínicas distribuidas en las principales ciudades. En ellas, prestan asistencia a

los empleados y sus familiares en el lugar de trabajo, bajo criterios y estándares de alta personalización y calidad. Cuentan con personal médico y de enfermería perfectamente integrados.

##### » Uruguay

En Telefónica Uruguay se desarrolló un programa del bienestar basado en cuatro pilares fundamentales: cuidado del medio ambiente (talleres de reciclaje de papel, contenedores de reciclaje, foros); bienestar físico y salud (campaña de microdeporte y salud, alimentación y nutrición, consejos para prevenir el estrés); vida personal y familiar (emociones y sistema inmunológico, concurso de dibujos para niños, ideas para hacer en fin de semana y sorteos para espectáculos), y espacio bienestar (clases de baile, consejos para aprovechar el tiempo de ocio, *microsites* con contenidos acordes...).

##### » Guatemala

Telefónica Guatemala propuso durante 2012 un calendario de actividades para los empleados. Además de las celebraciones puntuales (cumpleaños y sorteos), los trabajadores tienen un mes dedicado a la materia que elijan: charlas sobre enfermedades, redes sociales, vacunación, Día del Padre, Día de la Madre, etcétera.

# Formación y gestión del talento

Los empleados de Telefónica tienen acceso a una amplia oferta formativa, tanto en formato presencial como online. Para la Compañía, gestionar el conocimiento es una prioridad.

La formación y el desarrollo de los empleados en Telefónica se enmarca en un ciclo que comienza con la fijación de objetivos, continúa con la evaluación del desempeño y concluye con el diseño de un plan de desarrollo individualizado. Y todo ello a partir de las oportunidades que la Compañía pone a disposición de todos sus profesionales. En Telefónica, las oportunidades de formación se estructuran a través de diferentes herramientas: formación presencial (Universitas y eventos especiales) y formación online (programas e-learning).

## Universitas Telefónica

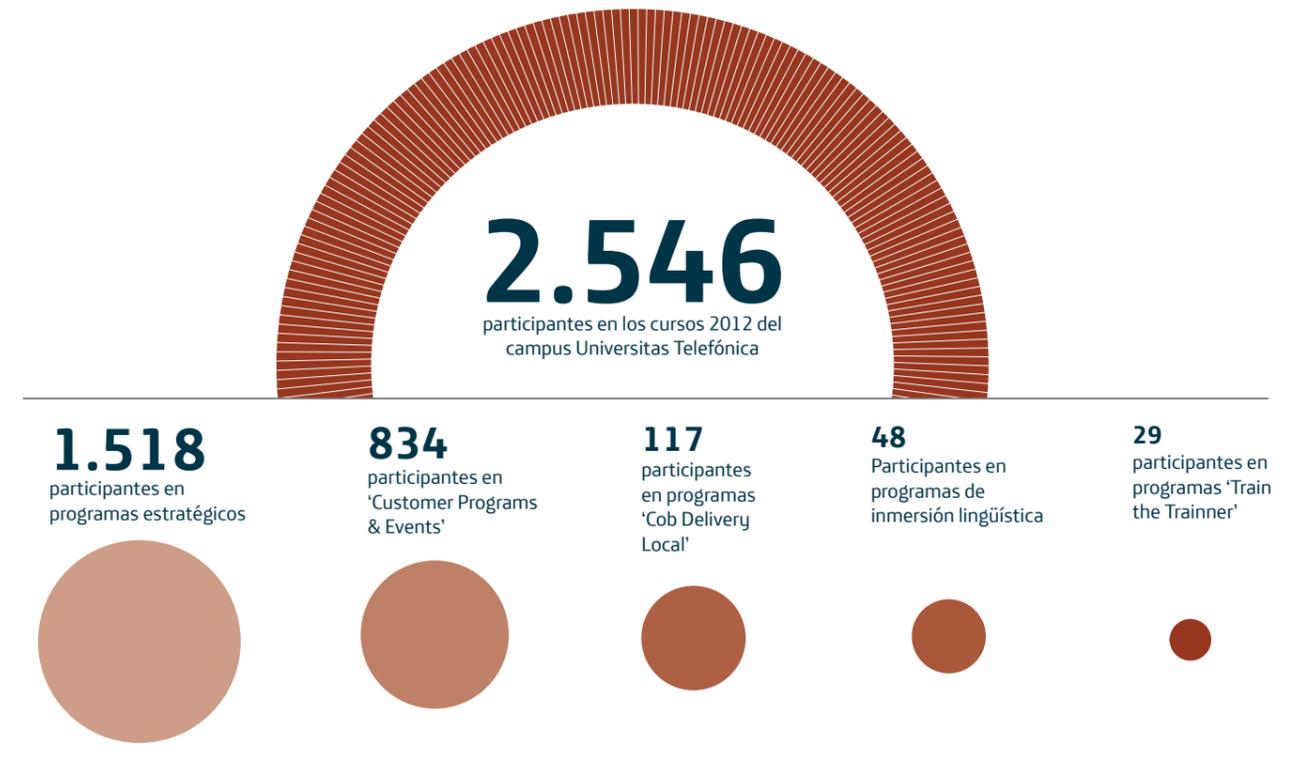
El campus Universitas Telefónica está situado a 40 kilómetros al norte de Barcelona y cuenta con una extensión de 18.000 metros cuadrados. Incluye zonas deportivas en las que se puede disfrutar del entorno natural y una zona residencial con una capacidad de 180 habitaciones y numerosas salas de trabajo, equipadas con lo último en tecnología para la formación ejecutiva. Es el lugar de encuentro donde se vive la cultura y los valores de Telefónica, a la vez que se comparten conocimientos y experiencia, y se establecen relaciones. En total, 2.546 participantes acudieron a los cursos 2012 del campus Universitas Telefónica.

En 2012, se realizaron en Universitas Telefónica 40 ediciones de once programas diferentes:

- *Leading & Managing Change.*
- *Leading Self.*
- *Leading High Performing Teams.*
- *Telefónica 2020.*
- *Engaging Reality.*
- *Customer Focus.*
- *Global Management Programme.*
- *Innovation & Leadership.*
- *Postgrado en Business Telecoms.*
- *Powerful Leadership Conversations.*
- *English Week.*

Dentro del *Programa de Sinergias y Cooperación*, desarrollado junto a China Unicom, Universitas Telefónica impartió por segunda vez un curso para los más altos ejecutivos de ambas compañías sobre la innovación estratégica.

Durante 2012, una parte del portfolio académico estuvo compuesto por programas diseñados e impartidos internamente por Universitas. Así, el claustro interno alcanzó el 35% al contar con el apoyo y la activa colaboración de la Alta Dirección de la Compañía, incluidos los miembros del Comité Ejecutivo.



## 'Corporate E-learning' (a+)

Dentro del ámbito de Universitas Telefónica se sitúa la gestión del proyecto de e-Learning corporativo. Los principales logros de 2012 en esta materia han sido:

- La puesta en funcionamiento de una nueva versión de la plataforma e-learning global. El objetivo es potenciar aún más la cultura interna del *Social Learning* a través de herramientas que facilitan la cocreación y la gestión del conocimiento conectado.
- La consolidación del modelo *Social Learning*, con más de 29.000 alumnos y 190.000 accesos en las escuelas corporativas. Esta fórmula tiene un índice de fidelidad promedio de casi siete accesos mensuales por alumno, con un índice de satisfacción muy alto. Por ellas han pasado miles de empleados:
  - Escuela de idioma inglés: cerca de 18.600 alumnos.
  - Escuela de finanzas: más de 12.000 alumnos.
  - Escuela TIC: más de 16.500 alumnos.
  - Escuela comercial y de marketing: más de 2.100 alumnos y más de 4.000 accesos desde su lanzamiento en octubre hasta diciembre de 2012.

En resumen, los empleados de Telefónica se beneficiaron de más de 435.300 acciones formativas, lo que supone 1.043.632 horas de aprendizaje. Un total de 7.262 fueron en presencia síncrona a través de la herramienta Aula Virtual de la plataforma a+.

## Semana de la Innovación

Se compone de un conjunto de actividades que brindan diferentes herramientas y métodos para potenciar la creatividad. Estas técnicas buscan despertar el espíritu innovador de todos los empleados de Telefónica. Durante esta semana se invita a los colaboradores a participar de forma voluntaria en talleres de dos horas para cambiar la perspectiva y forma de ver las cosas, así como a crear e innovar en el día a día.

Esta iniciativa nació en Argentina hace seis años y, desde entonces, se replica anualmente en España y en otros países de Latinoamérica. Estos talleres se hacen en un entorno especial: la Sala de Innovación, un ecosistema único para que los colaboradores disfruten con el trabajo y se inspiren en el entorno.

Durante 2012, una parte del portfolio académico estuvo compuesto por programas diseñados e impartidos por Universitas

# Atracción de empleados y retención del talento

Telefónica puso en marcha en 2012 el 'Modelo Global de Gestión de Performance y Potencial'. El objetivo: verificar que la Compañía tiene el conocimiento necesario para asegurar el futuro de la organización.

Uno de los principales hitos de Telefónica en materia de talento en 2012 fue el lanzamiento del *Modelo Global de Gestión de Performance y Potencial*. Con él se completó el primer ejercicio de evaluación de los directivos de la Compañía: aproximadamente 1.000 altos cargos fueron examinados tanto en desempeño como en potencial. Esta valoración del *performance* se centra en determinar la contribución del empleado a la Compañía en términos de resultados y logros en el puesto de trabajo a través de un modelo que contempla tanto la consecución de resultados (el qué) como la forma de conseguirlos (el cómo), medido en base a los comportamientos de transformación de la Compañía: cliente, ágil, global, digital y líder. Por su parte, la evaluación del potencial se basa en el análisis de la adecuación y las capacidades del empleado para desarrollarse al máximo en el puesto y crecer dentro de la organización.

Este método, que algunas organizaciones han extendido ya más allá del equipo directivo, se configura como una palanca clave para impulsar la transformación de la Compañía en el nuevo entorno digital.

En 2012, uno de los focos de las acciones emprendidas en el área de talento ha sido facilitar la movilidad internacional de los líderes de Telefónica, ya que permite desarrollar perfiles de liderazgo con una buena combinación de experiencia transnacional y visión global del negocio. Por otra parte, también destaca la incorporación de nuevo talento a través

de iniciativas como *Talentum* (más de 1.500 jóvenes profesionales en Telefónica Europa) o *Programas de Graduados* (centrados en la captación y gestión del conocimiento del personal de Telefónica desde el inicio de sus carreras). El objetivo: asegurar que la Compañía tiene el talento interno necesario en los planes de sucesión de las diferentes áreas a la vez que se construyen las capacidades claves para el futuro de la organización.

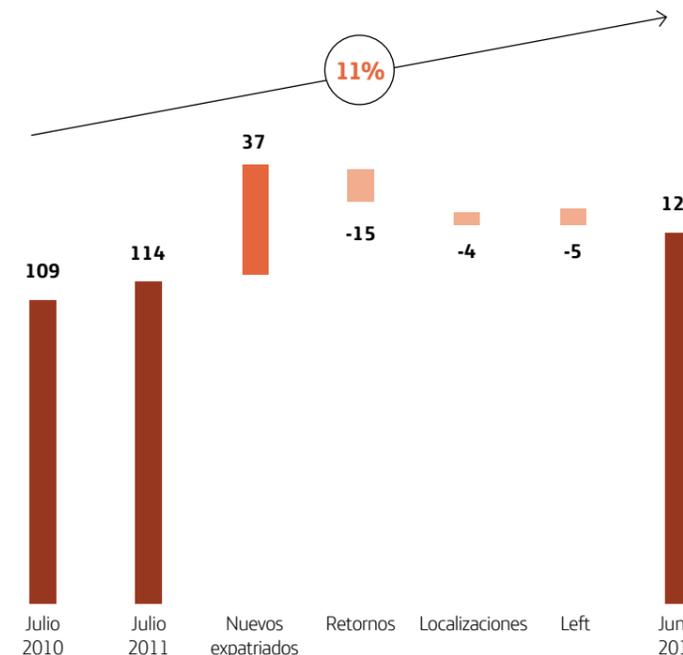
## Movilidad del talento

En el año 2012, Telefónica ha dado un importante paso en la gestión internacional de sus profesionales con la creación de una nueva unidad global de movilidad. Desde ella se ofrece un único punto de referencia para asesorar y solucionar todos los asuntos relacionados con la movilidad internacional en Telefónica.

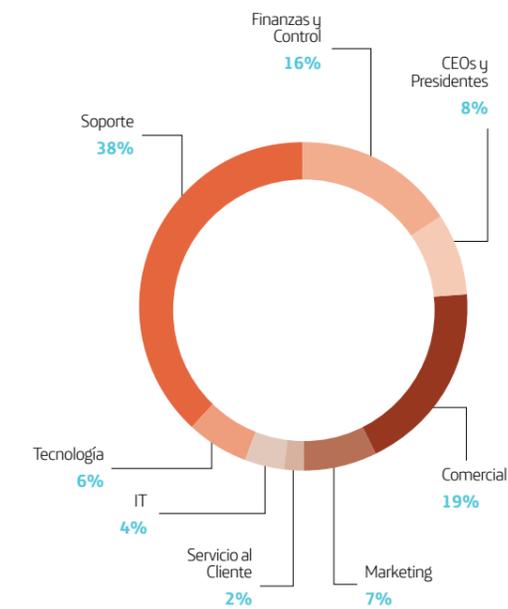
Se trata de una unidad especializada que ayuda a encontrar soluciones adecuadas en caso de tener que desplazar a una persona de una empresa a otra de cualquier otro país como expatriado de largo o corto plazo, organizar el traslado permanente de un empleado a un nuevo país, solucionar los asuntos de inmigración o impuestos, beneficios de expatriación.... El objetivo es proporcionar una experiencia consistente y excelente.

La movilidad global es crítica en Telefónica para desarrollar equipos con las capacidades y competencias necesarias para el futuro y

## Evolución de expatriados



## Distribución de expatriados por áreas



## Movimientos de expatriados entre regiones

	T. Digital	T. Europa	T. Latinoamérica	Recursos Globales	TSA	Total
T. Digital	6	-	-	-	-	6
T. Europa	5	9	5	1	2	22
T. Latinoamérica	4	6	53	3	1	63
Recursos Globales	1	2	1	4	-	8
TSA	1	6	10	2	5	24
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>23</b>	<b>69</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>127</b>

para que la Compañía pueda ser gestionada de forma verdaderamente global. Por ello, se apuesta por la transferencia de conocimiento y experiencia con diferentes objetivos:

- Tener un equipo de alta dirección con liderazgo para funcionar como una compañía global.
- Favorecer el entendimiento y la colaboración entre las diferentes culturas que conforman el Grupo Telefónica.
- Impulsar el desarrollo de las personas con potencial permitiéndoles tener una experiencia internacional que enriquezca su crecimiento profesional.

Las cifras de movilidad global en 2012 crecieron respecto a años anteriores, con 195 expatriados de largo plazo, 63 expatriados de corto plazo y 120 jóvenes profesionales en programas internacionales de rotación.

También aumentó el movimiento internacional de contrataciones locales y las contrataciones permanentes entre países, que favorecen el intercambio de conocimiento y experiencias además de la diversidad cultural. En 2012 se contabilizaron 33 movimientos internacionales locales.

# Retribución justa y reconocimiento al trabajo del empleado en Telefónica

La política de retribuciones en la Compañía pretende crear las condiciones laborales y gratificaciones que permitan atraer, retener y motivar.

El criterio fundamental de Telefónica en cuanto a su plantilla es configurar paquetes retributivos que permitan atraer, retener y motivar a los profesionales más destacados. La finalidad es que la Compañía pueda cumplir con sus objetivos estratégicos dentro del marco crecientemente competitivo e internacionalizado en que desarrolla su actividad, y al mismo tiempo, mantener la Sostenibilidad de costes.

Por ello, Telefónica realiza de manera periódica encuestas salariales para mantenerse en una posición competitiva. Además, está en contacto con consultoras de enfoque global, cuya forma de trabajo y herramientas están diseñadas para satisfacer las necesidades regionales. Se trata de asegurar que exista consistencia en la metodología utilizada y en el análisis de los resultados.

La compensación fija que Telefónica paga a sus empleados está, en todos los casos, por encima de los salarios mínimos locales en distintas proporciones. Así, por ejemplo, en las empresas donde hay más trabajadores, las diferencias respecto al salario mínimo son: Telefónica España, 2,36 veces; Telefónica Brasil, 1,15 veces; Telefónica Reino Unido, 1,13 veces y Telefónica Argentina, 2,30 veces.

En la mayoría de las ocasiones, además del sueldo fijo, el paquete retributivo de los profesionales de Telefónica está formado por la retribución variable anual, que está vinculada a la

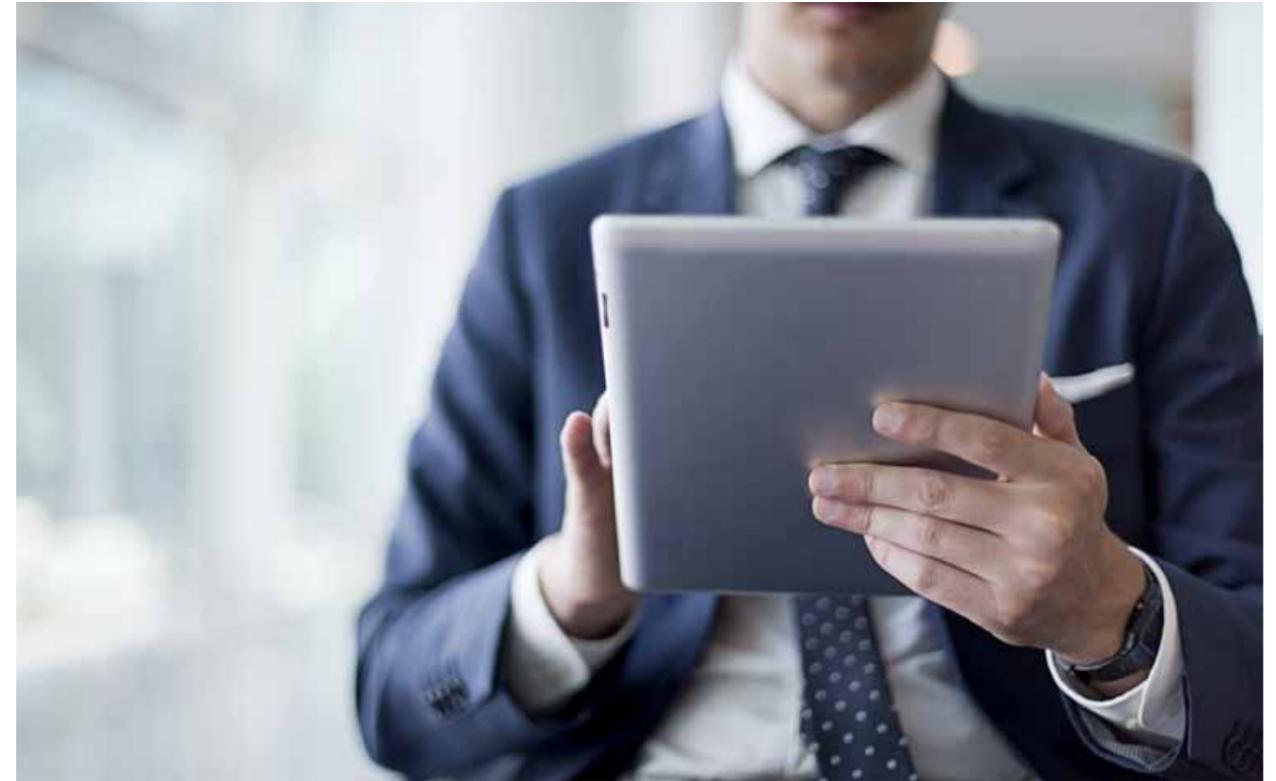
consecución de objetivos concretos de negocio —cuantificables y alineados con el interés social que inciden en la creación de valor—, y a la evaluación del desempeño individual. Los objetivos se ajustan anualmente a las prioridades estratégicas del negocio.

## Planes de Acciones para empleados de Telefónica

### 'Plan Global de Compra de Acciones para Empleados I (2010-2012)'

Esta iniciativa se llevó a cabo en 24 meses, desde el año 2010 al 2012, y contó con la participación voluntaria de más de 41.000 profesionales.

La inscripción a este Plan se realizó en mayo de 2010 y suponía que por cada acción que los empleados compraran bajo este programa y mantuvieran en su poder hasta la finalización del mismo, Telefónica entregaba otra acción de recompensa. En septiembre de 2012 terminó el periodo de tenencia y los más de 35.000 empleados que continuaban participando en este programa recibieron en total 2.204.083 acciones extras por parte de Telefónica (valoradas en más de 22 millones de euros en el momento de su entrega). Habiendo recibido las acciones de recompensa, más del 92% de los trabajadores participantes aún conservan las acciones en su poder (no las han vendido ni transferido), lo que demuestra su interés por continuar siendo accionistas.



### 'Plan Global de Compra de Acciones para Empleados II (2012-2014)'

Basados en el éxito del primer Plan Global de Compra de Acciones, Telefónica ha puesto en marcha una segunda edición para los años 2012-2014. El programa mantiene el espíritu y las características de funcionamiento originales y ha gozado nuevamente de una gran aceptación por parte de los empleados: más de 25.000 profesionales se han inscrito. Es importante mencionar que más del 70% de los participantes repiten (entraron en el anterior plan), lo que hace evidente el interés de los empleados en él y su confianza en la Compañía.

### Plan de incentivos a largo plazo en acciones de Telefónica, S.A.: 'Performance and Investment Plan'

En la Junta General de Accionistas de Telefónica, S.A., celebrada el 18 de mayo de 2011, se aprobó la puesta en marcha de un plan de incentivos a largo plazo en acciones denominado *Performance and Investment Plan*, dirigido a los ejecutivos de alto potencial y desempeño del Grupo. Este programa ha sido diseñado para incentivar y recompensar el desarrollo individual en la Compañía y fomentar un mayor compromiso en sus resultados, como empleados y como accionistas.

El Plan tiene una duración total de cinco años y está dividido en tres ciclos de tres años de duración cada uno (es decir, con entrega de las

acciones que correspondan en cada ciclo a los tres años de su inicio, independientes entre sí. Esta iniciativa prevee que el número de acciones a entregar oscilará entre el 30% del total de acciones teóricas (en el supuesto de que la evolución del TSR de la acción de Telefónica, S.A. se sitúe en, al menos, la mediana del Grupo de Comparación), y el 100% para el caso de que dicha evolución se coloque en el tercer cuartil o superior del Grupo de Comparación, calculándose el porcentaje por interpolación lineal para aquellos casos que se sitúen entre la mediana y el tercer cuartil. El 1 de julio de 2012 se realizó la segunda asignación de acciones bajo este Plan por un total de 7.347.282 acciones.

### Plan de Acciones Restringidas: 'Restricted Share Plan' (RSP)

En la Junta General de Accionistas de Telefónica, S.A., celebrada el 18 de mayo de 2011, se aprobó la puesta en marcha de un nuevo plan de incentivos a largo plazo en acciones denominado *Restricted Share Plan* (RSP).

Se trata de una herramienta flexible para acciones de reclutamiento del mercado externo, muy útil para retener al personal clave de las nuevas adquisiciones, dándoles participación en el patrimonio de la Compañía a través de derechos convertibles en acciones. Su duración total es de cinco años, con entregas puntuales independientes entre sí, que se pueden producir en cualquier momento de los años 2011 a 2015.

La alta aceptación del Plan Global de Compra de Acciones por parte de los empleados ha llevado a Telefónica a lanzar una segunda edición

# Una apuesta por la diversidad

La plantilla de Telefónica está formada por profesionales de más de 25 países y tres continentes, algo que enriquece al Grupo. Además, el número de mujeres supone el 38% del personal.

La diversidad en los empleados permite conocer mejor las necesidades individuales de los clientes

La diversidad es un valor fundamental para Telefónica. El trabajo de hombres y mujeres de diferentes nacionalidades, culturas, grupos étnicos, historia, generaciones y habilidades hace posible el crecimiento del Grupo. La Compañía se esfuerza en ofrecer a los empleados las mismas oportunidades, sin perder de vista que cada trabajador es único. Telefónica considera que la igualdad abre caminos de enriquecimiento y desarrollo profesional, algo que redundará en la innovación y la eficiencia y, por tanto, aumenta la calidad de los servicios para los clientes.

Los Principios de Actuación de Telefónica contemplan este derecho fundamental: "Impulsamos la igualdad de oportunidades y tratamos a todas las personas de manera justa e imparcial, sin prejuicios asociados a la raza, color, nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual, estado civil, edad, discapacidad o responsabilidades familiares".

Así, la plantilla de la Compañía la forman personas de más de 25 países (cuatro de ellos representados en el Consejo de Administración) y tres continentes diferentes. El número de mujeres ascendió a 50.540, el 37,9% del total, al cierre del ejercicio 2012. Además, sin contar Atento, un 19,3% de los puestos de dirección estaba ocupado por mujeres, lo que supuso un aumento del 0,48%. Por lo que respecta a la relación entre

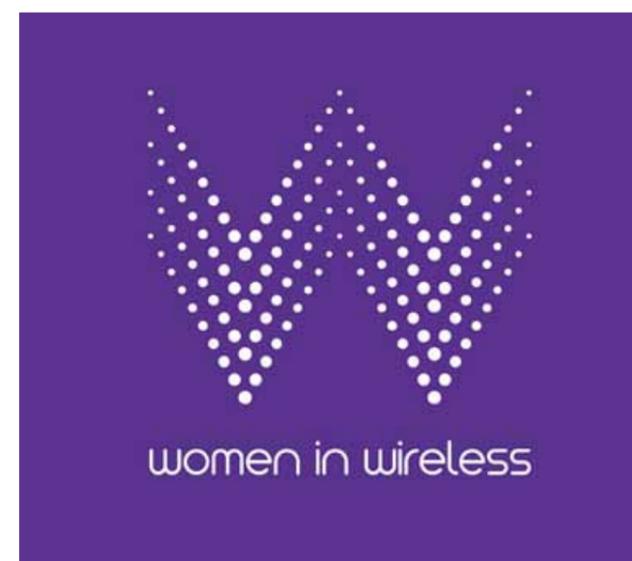
el salario base de los hombres respecto del de las mujeres, en nuestro mercado doméstico (España, el más relevante) el salario medio de las mujeres representa el 95,5% en los mandos medios y el 95,3% en los gerentes. Esto implica una disminución de la diferencia respecto al año anterior de 0,3pp y de 0,7pp, respectivamente. En el cuadro se reportan también los indicadores para los otros dos mercados más materiales para Telefónica: Brasil y Reino Unido.

## Un proyecto ambicioso

La Oficina de Principios de Actuación continuó en 2012 el desarrollo tanto de su proyecto de diversidad como de su programa piloto para Telefónica Europa. Sus pilares básicos son:

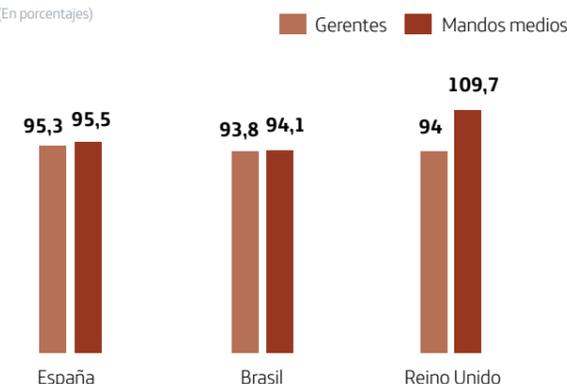
- Cliente. A lo largo del año, se profundizó en la segmentación de usuarios y la capacitación de los profesionales para atenderlos en su diversidad.
- Liderazgo. Creación de un Comité de Diversidad.
- Talento. La Compañía profundizó en la planificación de la sucesión, el reclutamiento y la retención del talento.

En noviembre se constituyó el Comité Europeo de Diversidad para impulsar este valor en las



## Desviación salarial media entre hombres y mujeres en los mercados más materiales de Telefónica<sup>(1)</sup>

(En porcentajes)



<sup>(1)</sup> 100% indica que el salario base anual medio de los hombres para la categoría laboral es igual que el salario medio de las mujeres para la misma categoría laboral

empresas de Telefónica en la región. Tiene dos objetivos fundamentales:

- Debatir sobre las prioridades en esta materia según las necesidades del negocio, tanto desde el punto de vista del cliente como de los empleados.
- Marcar líneas de actuación que contribuyan a demostrar que una gestión adecuada de la diversidad tiene un impacto positivo en la cultura de la Compañía y, a su vez, en sus resultados.

En cuanto a sus funciones, se definieron las siguientes:

- Supervisar y, en caso necesario, decidir sobre las políticas de diversidad aplicadas por el Grupo en Europa, por ejemplo, en lo referente a las metas perseguidas respecto a la diversidad de género y los indicadores que se emplean para su medida; el reclutamiento, rotación y retención de profesionales; la revisión del equilibrio y la igualdad salarial entre mujeres y hombres; el plan de sucesión; la formación sobre diversidad e inclusión; las prácticas de liderazgo inclusivas y el papel de los *diversity champions*.
- Revisar y valorar la idoneidad de las acciones que puedan poner en riesgo la reputación de Telefónica Europa y/o su marca de empleador.
- Cotejar e impulsar las actividades de diversidad llevadas a cabo por las unidades de negocio locales.
- Garantizar el cumplimiento de las leyes sobre prácticas corporativas en materia de diversidad de género en Europa, teniendo en cuenta los cambios exigidos por la Comisión Europea.

- Considerar cualquier otro tema relacionado con este aspecto que pueda afectar al Consejo de Administración de Telefónica Europa.

## Acciones en 2012

A lo largo del ejercicio, Telefónica impulsó varias iniciativas sobre diversidad, muchas de ellas relacionadas con la igualdad de género. Entre ellas, cabe destacar:

- En septiembre de 2012 arrancó el primer programa de *Liderazgo para mujeres (Women in Leadership)*, y ya se trabaja en la selección de las candidatas para su segunda edición. El programa persigue fortalecer sus habilidades, confianza y capacidad de recuperación personal; establecer una red sólida de mujeres líderes a través de las empresas europeas de Telefónica y aumentar su visibilidad; crear un ámbito en el que puedan compartir experiencias que incidan en la cultura de la organización; e identificar a los mentores y patrocinadores que puedan apoyarlas, entre otras.
- A lo largo del año se mantuvo una constante relación con *Women in Wireless*, una asociación de mujeres profesionales de la industria de las telecomunicaciones que busca promover el talento femenino entre los líderes del sector.

A principios de 2013, y fruto de esta colaboración, Telefónica ha organizado uno de los eventos de *Women in Wireless*, el *New Year New You*. En este foro se trataron asuntos como el equilibrio entre trabajo y vida personal o el estrés del éxito.

- En 2012, la Compañía desarrolló un vídeo de corta duración sobre diversidad. Con él se pretendía promover la concienciación en temas de género relacionados con la empresa, como la retención del talento femenino.

## La importancia de la empatía

- Telefónica Alemania inició en diciembre de 2012 un programa piloto para empleados que trabajan cara al cliente sobre formación en empatía y concienciación en diversidad. Pretende proporcionarles herramientas para que comprendan mejor las necesidades individuales de los usuarios y presten así un mejor servicio.

- Se trata de que construyan una relación más personal con los clientes y les presenten los productos y tecnologías de Telefónica de una forma diferente, sin centrarse exclusivamente en las características técnicas. Se busca, en suma, que sean capaces de crear una experiencia de usuario diferente.

- El balance de este programa piloto, que capacitó a personal de cinco tiendas en Alemania, ha sido muy positivo. Por ello, existen ya planes para lanzarlo en otros canales de venta.

**50.540**

mujeres profesionales en Telefónica

**3**

continentes representados en el Consejo de Administración

**19,3%**

de directivas en el Grupo

# Libertad de asociación y diálogo social

Telefónica persigue un minucioso cumplimiento normativo en materia laboral y apuesta por mantener una relación abierta y fluida con los representantes de los trabajadores.

## Derechos sindicales

- Plantilla física total
- Nº empleados con convenio negociado

66,0%

133.263

87.989

Total empleados Telefónica

Los Principios de Actuación de Telefónica garantizan el derecho de los empleados a pertenecer a la organización sindical de su elección y favorecen el desarrollo de entornos de regulación colectiva. En este sentido, a cierre de 2012, el 66,0% de los trabajadores se encontraba bajo acuerdos de negociación colectiva.

## Negociación colectiva en España

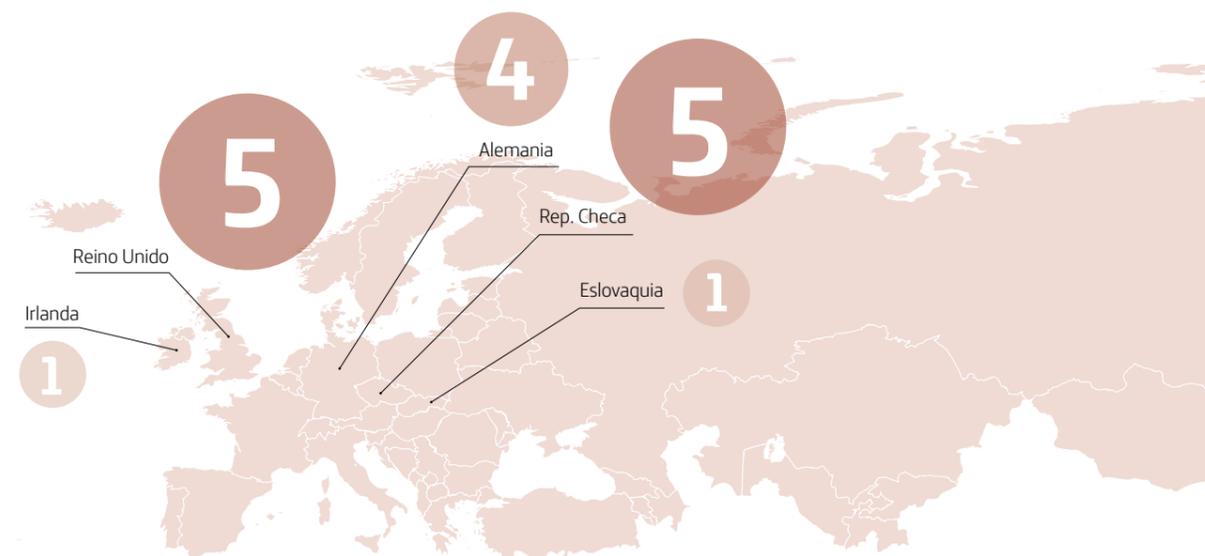
El desarrollo de los convenios colectivos aprobados en ejercicios anteriores ha permitido el cumplimiento de los compromisos convencionales durante 2012. Entre los retos más significativos con impacto en la estrategia de la empresa destacan:

- Adscripción de todos los profesionales de Telefónica España al nuevo esquema de clasificación por grupos profesionales, un hecho que les permite adecuarse a la realidad organizacional de la Compañía con mayor polivalencia. Favorece, además, la empleabilidad y la movilidad de los trabajadores.
- Aprobación e implantación de un nuevo modelo de carrera comercial que avanza en la potenciación de la red de ventas y la profesionalidad de los vendedores. Este rediseño está alineado con el resto de las carreras profesionales de Telefónica, se adapta

a la segmentación actual del mercado y se orienta, prioritariamente, hacia la satisfacción del cliente.

- Las acciones implantadas en el desarrollo del Plan de Igualdad de Telefónica de España (TdE) y Telefónica Móviles España (TME) han permitido concurrir a la convocatoria del Ministerio de Empleo, Asuntos Sociales e Igualdad para la obtención del distintivo de empresas destacadas por sus políticas de diversidad.
- Telefónica impulsa el modelo en otras empresas del Grupo como Telefónica Soluciones (TSOL) en el diseño, diagnóstico y elaboración de su Plan de Igualdad y Protocolo de Actuación en supuestos de acoso laboral, sexual y por razón de género.
- Durante el ejercicio 2012 se implantó un plan especial de medidas que facilitan la conciliación de la vida profesional, personal y familiar. Con él se amplió la edad del menor para solicitar jornadas reducidas por el cuidado de un hijo y se ofrecen modalidades para el disfrute de días de permiso sin sueldo que se pueden unir al periodo vacacional o a fines de semana extensivos.
- En junio de 2012 se desarrolló en TME el proceso de elecciones sindicales para la elección de los delegados de personal y los representantes de los trabajadores en los comités de empresa

## Representantes por países del Comité de Empresa Europeo



provinciales. El proceso se desarrolló con plenas garantías y total normalidad.

- En TME se han producido avances significativos en el proceso de convergencia de las condiciones laborales para progresar en la equiparación de condiciones entre plantillas.

En esta línea de negociación, se ha continuado con el acuerdo obtenido con los representantes de los trabajadores para el expediente de regulación de empleo (2011-2013). Este sistema ofrece a los empleados de Telefónica, durante su vigencia, la posibilidad de acogerse de manera voluntaria a las medidas que se contemplan en el Plan Social para su baja en la Compañía, siempre con plena observancia de los principios de voluntariedad, universalidad y no discriminación. De esta manera, durante 2012 se ha completado la adhesión dentro de las previsiones acordadas para la reducción neta de empleo.

## Negociación colectiva en Europa

Telefónica Europa cuenta con un Comité de Empresa Europeo (CEE) que informa y consulta a los empleados para promover el diálogo y el intercambio de opiniones sobre las cuestiones transnacionales. Cada negocio operativo (OB) tiene un número determinado de representantes de los trabajadores elegidos

para representarles. Son seleccionados de acuerdo con la legislación o la práctica en sus respectivos países. Entre los nombrados, el CEE elige un Presidente, que actualmente es Steven Roberts (Reino Unido), y un Secretario, cargo actualmente ocupado por Marc Poole (Irlanda). El Comité de Empresa Europeo cuenta con 16 representantes de los trabajadores (uno en Irlanda, cinco en Reino Unido, cuatro en Dinamarca y cinco en la República Checa y uno en Eslovaquia).

Además, el Comité de Empresa Europeo elige cinco personas para un Comité Especial (SC). Este último se reúne con el Comité Central con más frecuencia para tratar asuntos de mayor urgencia, como la elaboración de un nuevo acuerdo por CER tras la expiración del ya existente.

El Comité de Empresa Europeo se reúne cada seis meses para discutir temas transnacionales y todas aquellas cuestiones planteadas a través de Telefónica Europa. Estos asuntos generalmente atañen a cambios de organización y estructura, la situación económica y financiera de Telefónica Europa, la introducción de nuevos métodos de trabajo y tecnologías, fusiones, traslados o reducciones y la política de recursos sociales y humanos, que incluyen temas de salud, seguridad e igualdad de oportunidades.

# Comunicación y transparencia con los empleados

Telefónica ha reforzado sus canales de comunicación interna para apoyar la estrategia y la transformación de la Compañía y estimular a sus trabajadores a sumarse a ella.

Durante 2012 la Sociedad ha puesto un énfasis especial en movilizar las distintas vías de comunicación y abrirlas a la participación de sus profesionales. En este sentido, el canal informativo de noticias *Diario de Telefónica* ha llegado a los dispositivos móviles (*smartphones* y tabletas). Desde ellos, puede valorar y comentar los temas de actualidad de forma online.

## Más digitales

SOMOS, la revista global de la Compañía, ha dejado de editarse en papel, en busca de tres objetivos:

- Responder a la firme apuesta de Telefónica por lo digital, recogida en su estrategia.
- Respetar sus metas medioambientales.
- En consonancia con lo anterior, persigue también obtener ahorros de costes.

La revista se edita en formato html5, accesible desde el ordenador y cualquier dispositivo

móvil, tabletas y *smartphones*, e incorpora elementos audiovisuales, galerías de fotos, audios, gráficos interactivos... Este año Telefónica ha impulsado las redes sociales internas, para fomentar el intercambio de las mejores prácticas e ideas. Es el caso de *Yammer*, que permite votar, comentar y compartir las informaciones de SOMOS.

## Grado de satisfacción

A finales de 2012 la Compañía recabó la opinión de sus empleados acerca del uso de las herramientas, los canales de comunicación y sus contenidos. Lo hizo a través del lanzamiento de la primera encuesta global de comunicación interna en todos los países en los que opera.

Entre los retos marcados para 2013, destaca la creación de un espacio común de comunicación en las diferentes redes intranet, en el que fluya la información en tres ámbitos –global, regional y local– y sea accesible a todos los profesionales por igual.



La comunicación interna se "moviliza"

## Revista SOMOS

Digital, interactiva y accesible desde cualquier lugar y dispositivo



# Seguridad, salud y bienestar en el trabajo

Son estos los tres pilares de una de las principales líneas de actuación de Telefónica, que busca garantizar no sólo la protección de sus empleados, sino también incidir de forma directa en su satisfacción con la Compañía.

El Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales garantiza la integración de la seguridad y la salud de los trabajadores en todos los procesos y servicios de Telefónica. Se trata de aprovechar las sinergias que ofrece su modelo global para implementar políticas, procedimientos y acciones comunes. ¿Objetivo? Identificar y compartir aquellas prácticas que han demostrado tener repercusiones directas en su bienestar y, en consecuencia, en la reducción de los accidentes.

## Órgano de gestión

Designada como Centro de Competencia del Grupo, la Dirección del Servicio Mancomunado de Prevención de Riesgos Laborales —que pertenece a la Dirección de Recursos Humanos y Gestión de Talento de Telefónica España— coordina las actuaciones globales en estas materias.

## Líneas de acción

Los siguientes hitos dan buena cuenta del esfuerzo de la Compañía en este ámbito durante 2012:

- **Auditoría del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud**  
Telefónica de España, S.A.U. y Telefónica Móviles España, S.A. renovaron con éxito

la certificación del Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales para los empleados de Distrito Telefónica. Lo hicieron según el estándar OHSAS 18001:2007 y mediante el correspondiente proceso de auditoría externa.

Como novedad, se amplió el alcance de dicha certificación a las empresas Telefónica Soluciones de Informática y Comunicaciones (TSIC), Telefónica Soluciones de Outsourcing (TSO), Teleinformática y Comunicaciones (Telyco) y Telefónica Cable (TCable).

De esta forma, el Grupo continúa apostando por el modelo OHSAS como referencia. La mejora continua que este propone supone asegurar unos elevados niveles de protección de la seguridad y la salud de los trabajadores, así como la implantación de un sistema de gestión de estos aspectos coordinado y coherente con los objetivos y estrategias de Telefónica, que conlleva la reducción de los ratios de accidentalidad.

- **Telefónica Europe Health and Safety Champions Forum**  
En junio de 2012 tuvo lugar en Madrid el encuentro de los responsables de seguridad y salud de la región Europa, al que se invitó a Israel. En el transcurso de este foro, expusieron las conclusiones de las actuaciones



relacionadas con este campo en cada uno de los países y compartieron las experiencias más valiosas.

Entre los temas tratados, cabe resaltar el marco legislativo europeo y local en seguridad, la necesidad de avanzar en el proceso integrador de los sistemas de prevención europeos, el Informe de Sostenibilidad Corporativa y el análisis de la implantación del proyecto relativo a *Human Capital 2.0*. A finales de año, el seguimiento de los asuntos analizados permitió definir el calendario estratégico en seguridad y salud para el siguiente ejercicio.

## → Proyecto Encuesta de Clima / Factores Psicosociales

La Compañía profundizó en el estudio de los resultados de la *Encuesta de Clima* como elemento esencial para la evaluación de los factores psicosociales. A partir de las preguntas existentes, se estableció una correlación con los denominados "constructos" de la metodología del Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo. De acuerdo

con las conclusiones obtenidas con esta iniciativa, han surgido planes de mejora, tanto específicos como generales. Esta encuesta proporciona una considerable cantidad de información, dado el número de empleados.

## Actividades preventivas en las regiones

En 2012, el Grupo siguió trabajando en la homogeneización de procedimientos e instrucciones en seguridad, salud y bienestar, promoviendo y divulgando las buenas prácticas entre las operadoras de los diferentes ámbitos regionales en los que tiene presencia.

### → Europa

- Destacó la iniciativa de Telefónica Alemania, que elaboró y publicó en su intranet un vídeo con sencillas recomendaciones ergonómicas para trabajar con pantallas.
- En la República Checa renovaron con éxito su certificación OHSAS.



En Argentina, se revisaron las condiciones de trabajo en más de 200 edificios de la Compañía

→ Por lo que respecta a España, la Compañía siguió potenciando la coordinación de actividades con las diferentes sociedades colaboradoras, mediante procesos de auditoría y reuniones en las que se comparten con ellas las mejores prácticas. La cooperación define también el contacto con las empresas-cliente, a fin de cumplir con los requerimientos normativos.

Por otro lado, la Empresa organizó una conferencia en Madrid del doctor Valentín Fuster, Jefe de Cardiología del hospital Mount Sinai de Nueva York y una de las figuras más relevantes en el campo de las enfermedades coronarias. El objetivo era concienciar de la importancia en la prevención de los trastornos cardiovasculares.

Aún continúa en marcha la campaña informativa que, a través de intranet, pretende hacer llegar a todos los

empleados una serie de consejos relacionados con la seguridad vial.

→ **Latinoamérica**

→ Chile lanzó el pasado año un sitio web de prevención de riesgos laborales, al que ha incorporado diverso material relacionado con la seguridad y la salud, comités paritarios, accidentalidad...

→ En Argentina se prosigue avanzando en la necesaria consolidación de la cultura preventiva. Cabe destacar la verificación de las condiciones de trabajo llevada a cabo en más de 200 edificios, los ejercicios de evacuación realizados en unos 170, la adecuación de las tareas a las capacidades psicofísicas de los empleados y la entrega de elementos de protección personal y ropa de trabajo a más de 5.000 de ellos.

→ Una auditoría externa calificó el Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud colombiano

**Accidentalidad**

El procedimiento denominado **Análisis Siniestralidad Grupo Telefónica**, desarrollado para todas las regiones, constituye una herramienta unificada que permite analizar la accidentalidad en cada empresa y realizar un análisis comparativo de sus tasas. En dicho análisis no se consideran los siniestros *in itinere*. En suma, hace posible establecer procesos de mejora continua.

Para facilitar la transparencia y la evaluación respecto a otras compañías del sector, los ratios incluyen solo los negocios fundamentales de Telefónica: las telecomunicaciones fijas y móviles en los países en los que opera, a las que se suman todas las actividades de España, su centro corporativo. Su cálculo excluye a los empleados de áreas no relacionadas con la actividad principal (principalmente

los de Atento y Terra en América Latina). De la misma manera, no contemplan a los de las empresas de contratación social de ATAM —cuyo objeto es la integración de personas con discapacidad—, puesto que desvirtuaría la comparativa con el resto de operadoras.

En cuanto a los indicadores relevantes en esta materia, se aprecia una disminución en los ratios de gravedad, tasa de duración media y tasa de incidencia en lo que respecta a Europa, como consecuencia de las políticas aplicadas en este ámbito. En esta región, es también significativo el descenso en los ratios GRI.



conforme, en un 95%, a la legislación local y a los requisitos definidos por el Consejo Colombiano de Seguridad.

→ Entre las actividades desarrolladas en Guatemala, estuvieron la formación en primeros auxilios, el estudio de prehipertensión, el asesoramiento nutricional y las charlas médicas preventivas mensuales.

→ En lo referente a México, además de los beneficios del seguro de gastos médicos, de las campañas de vacunación y de los mensajes de salud enfocados a la prevención, se puso a disposición de los trabajadores un completo servicio médico en las instalaciones de Torre Telefónica. El número de consultas atendidas aumentó un 182% en los dos últimos años.

→ Nicaragua ha renovado la licencia de Higiene y Seguridad del Trabajo 2012-2014,

emitida por el Ministerio de Trabajo, en lo que respecta a Managua. El curso destinado al personal de las brigadas de emergencia —encargadas de la coordinación general de los simulacros de evacuación— y el de identificación de peligros y evaluación de riesgos en el trabajo constituyen una muestra de sus actividades.

**Representación en los comités**

El modelo de seguridad y salud establecido en las diferentes regiones de Telefónica cuenta con una alta representatividad y participación de los trabajadores a través de los comités paritarios de seguridad y salud. Estos hacen posible la puesta en práctica y la consolidación de los objetivos establecidos, mediante el seguimiento y el continuo análisis de la actividad preventiva.

Latinoamérica	2012	2011
Tasa de incidencia	11,50	10,79
Ratio de gravedad	468,94	323,27
Tasa de duración media	40,78	29,96
Europa	2012	2011
Tasa de incidencia	5,01	6,04
Ratio de gravedad	130,72	196,39
Tasa de duración media	26,08	32,50

Indicadores GRI Globales	Total 2012	Total 2011
<b>IR</b>	<b>0,82</b>	<b>0,83</b>
<b>ODR</b>	<b>0,34</b>	<b>0,36</b>
<b>IDR</b>	<b>29,68</b>	<b>25,62</b>
<b>AR</b>	<b>5.569,21</b>	<b>4.436,23</b>

IR (tasa de accidentes)  
ODR (tasa de enfermedades profesionales)  
IDR (tasa de días perdidos)  
AR (tasa de absentismo)

# Inclusión digital

Las tecnologías de la información y las comunicaciones son un motor de desarrollo económico, cultural y social. Por eso, Telefónica ha asumido como prioridad facilitar el acceso a ellas de todos los ciudadanos, sin distinciones.

Poner las inmensas posibilidades de las TIC a disposición de todos los colectivos y eliminar cualquier barrera —ya sea geográfica, económica, social, educativa o debida a una discapacidad— que pueda dificultar su relación con ellas es uno de los grandes objetivos de la Compañía, sabedora de que así promueve también el desarrollo de las sociedades.

En este sentido, la innovación social supone un elemento clave para impulsar la inclusión digital. Los proyectos en este ámbito cuentan con tres instrumentos:

- La acción social, que intenta contribuir al desarrollo cultural, educativo y social de las comunidades.
- El emprendimiento, con el fin de generar empleo y aportar soluciones a las demandas sociales.
- Los negocios inclusivos, esto es, sostenibles, que ofrecen beneficios sociales, aparte de los económicos.

Tres grandes retos, contemplados también en la agenda pública, capitalizaron en 2012 las acciones de innovación social del Grupo: jóvenes y desempleo, personas con discapacidad y mayores y envejecimiento activo.

## Educación

La inclusión digital repercute de una forma determinante en el acceso a la formación. Las TIC juegan un papel muy relevante, puesto que hacen posible que esta llegue a colectivos en riesgo de exclusión o habitantes de lugares remotos.

Junto a la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) y Santander Universitas, Telefónica puso en marcha en 2012 una plataforma de educación online gratuita, UNED Abierta. Este espacio web de formación a distancia permite crear cursos abiertos y acceder libremente a materiales de enseñanza para que los docentes elaboren sus contenidos con herramientas libres y gratuitas.

## Acceso a zonas remotas

El pasado año, Telefónica Perú convocó la segunda edición de *ConectarSE para Crecer*, un concurso que identifica las mejores iniciativas en zonas rurales del país que, basadas en las TIC, hayan tenido impacto social y económico en sus comunidades. En esta edición, participaron un total de 102. El fin último de este premio es servir como plataforma que promueva el intercambio de información y experiencias en este campo.

Además, el programa *Intégrame* —también de Telefónica Perú— proporcionó servicios de telefonía, Internet y televisión digital por satélite a 103.617 personas de zonas rurales con



**El Banco Mundial**

estima que un aumento

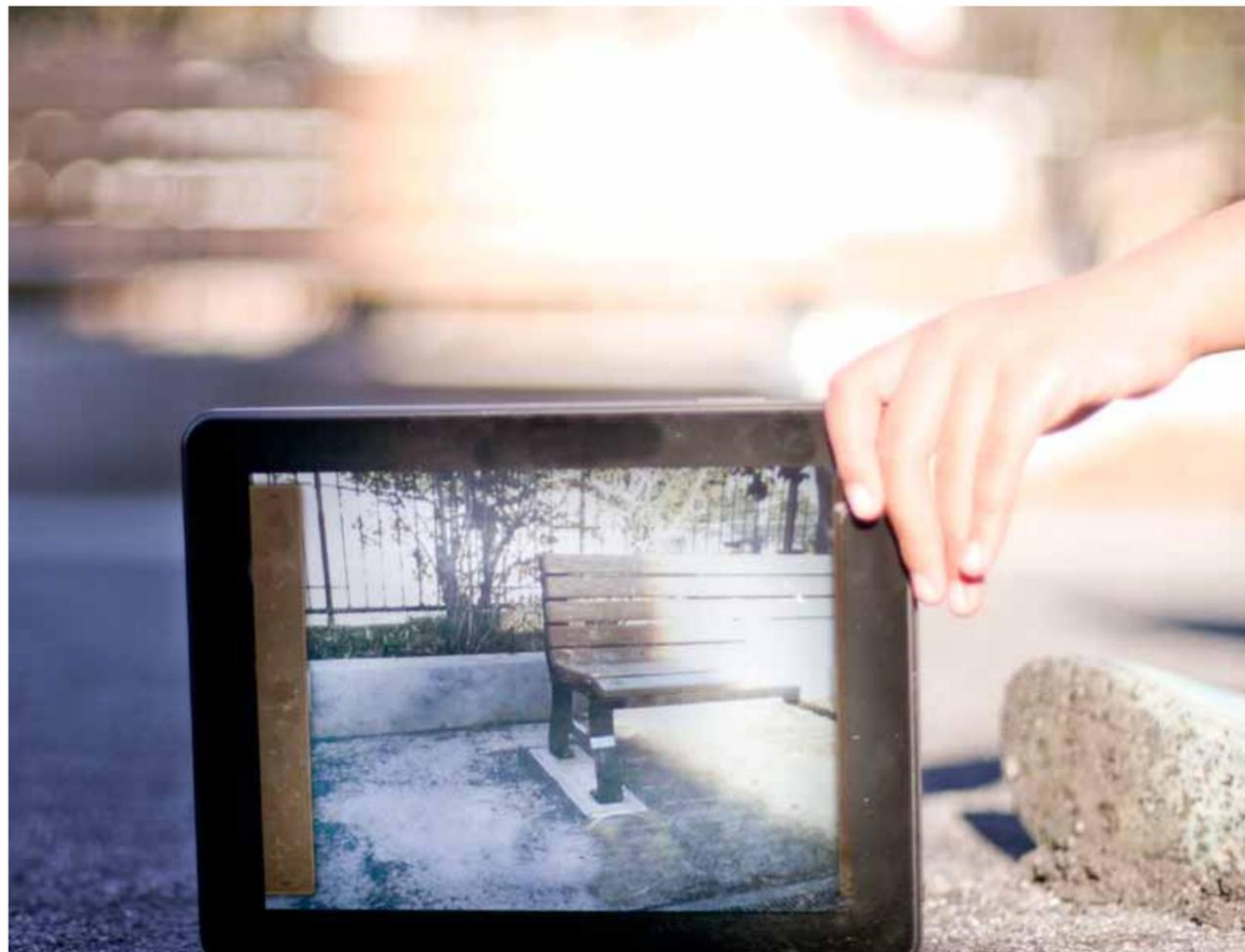
**del 10%**

en la penetración de la banda ancha



**genera un incremento del 1,38%**

en el PIB de países con un nivel bajo o medio de ingresos



## El concurso 'Apps4change', del proyecto 'M-Inclusion', distingue aplicaciones móviles que inciden en la integración

altos índices de pobreza, correspondientes a 11 regiones y 19 provincias.

En España, el Foro de Generaciones Interactivas y la Asociación Familia y Mujeres en el Medio Rural firmaron, también en 2012, un acuerdo de colaboración para promover la implantación de la sociedad de la información en este ámbito y facilitar pautas educativas que garanticen un uso positivo y sin riesgos de la navegación a través de Internet.

### Inclusión económica y social

Telefónica presentó en 2012 Wanda, la empresa creada junto a MasterCard para el desarrollo de

pagos móviles en Latinoamérica, que ofrecerá soluciones de este tipo a más de 87 millones de clientes Movistar, en los 12 países de la región en los que opera la Compañía. Sus servicios están especialmente pensados para las personas con menos recursos que, disponiendo de un móvil, no tienen acceso a una cuenta corriente bancaria. Su despliegue y uso favorecerá su integración económica y social.

*M-Inclusion* es un proyecto cofinanciado por la Comisión Europea y puesto en marcha por un consorcio liderado por Telefónica y formado por Econet, Futura Networks Colombia, Innovation Engineering, el Instituto Nokia de Tecnología de Brasil, la Universidad

## Fondo de Servicio Universal (FSU)

	Moneda local	Euros
Argentina <sup>(1)</sup>	110.830.072	18.982.642
Brasil	257.001.492	102.702.679
Perú	56.448.847	16.666.127
Colombia	146.124.892.291	63.297.650
Venezuela	151.227.423	27.378.061
Ecuador	5.148.894	4.008.244
República Checa <sup>(2)</sup>	149.000.000	5.926.326
España <sup>(3)</sup>	37.600.000	37.600.000

<sup>(1)</sup> Incluye el depósito efectivamente realizado al fondo y los aportes a través del *play* programas.

<sup>(2)</sup> Estimación realizada por expertos. La cifra está pendiente de verificación y aceptación por el CTO del país.

<sup>(3)</sup> Coste neto de 2011, pendiente de aprobación por la CMT.

Peruana Cayetano Heredia y la Universidad Politécnica de Valencia. Pretende desarrollar la primera plataforma de inclusión social a través de soluciones móviles para Europa y Latinoamérica ([www.m-inclusion.eu](http://www.m-inclusion.eu)).

La iniciativa surgió en 2011 y tiene una duración prevista de dos años. Trata de crear un marco de cooperación entre desarrolladores de soluciones móviles de Europa y América Latina y diferentes entidades y organismos, así como definir la hoja de ruta de las necesidades de la inclusión móvil. Al mismo tiempo, promueve la innovación orientada al usuario y la búsqueda de soluciones móviles económicas.

Actualmente, las personas que se hayan registrado en la plataforma web pueden dialogar, participar en el proyecto y acceder a los servicios que ofrece el portal, entre ellos, los de innovación abierta, para encontrar financiación y *partners*, o el *market place* de aplicaciones móviles.

Dentro de *M-Inclusion*, el concurso *Apps4change* quiere reconocer la solución móvil que mejor favorezca la inclusión social. En su primera edición, celebrada en 2012, participaron 120 personas de 15 países. El ecuatoriano Byron Llerena (26 años) se alzó con el premio por su propuesta *Blanco y Negro*, un novedoso software para Android dirigido a personas con discapacidad visual.

Además, en noviembre de 2012 se celebró el *I Open International Forum*, en el marco del evento *MovilForum* organizado por Telefónica en Barcelona. Asistieron a él más de cien personas, entre expertos internacionales, desarrolladores, emprendedores y beneficiarios, que exploraron

las posibilidades que las tecnologías móviles aportan a la vida cotidiana, incluido el día a día de las personas con necesidades especiales o en riesgo de exclusión. En concreto, en este primer Foro Internacional se profundizó en los servicios de *mhealth*, *mlearning* y accesibilidad y en las aplicaciones relativas a la economía.

La Asociación Española de Usuarios de los Servicios de Telecomunicación e Información (Autelsi) ha otorgado a *M-Inclusion* el premio al Mejor Proyecto de 2013, por su compromiso social y medioambiental.

### Universalidad

El denominado "servicio universal" implica la garantía de llegar a toda la población con una calidad mínima y a unos precios asequibles. Cada regulador sectorial, en cada uno de los países que deciden establecerlo, especifica los diferentes servicios que se engloban bajo ese nombre y las condiciones en que se prestan, así como los operadores que asumen esta responsabilidad. Es el caso de Telefónica en Argentina, Brasil, Colombia, España, Perú, República Checa, Venezuela y Ecuador.

El objetivo de los Fondos de Servicio Universal (FSU) consiste en establecer mecanismos de financiación adecuados para afrontar la extensión de los servicios de telecomunicaciones a toda la población en las condiciones establecidas.

Telefónica presta este servicio en Argentina, Brasil, Colombia, España, Perú, República Checa y Venezuela.

# La innovación social ante la discapacidad

La inversión de la Compañía a través de patrocinios y otros programas en materia de innovación social y discapacidad fue de más de 9 millones de euros en 2012.

Telefónica, siguiendo las directrices de la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y de la mano de asociaciones nacionales e internacionales, desarrolla el programa *Telefónica Accesible* en Europa y en América Latina. Este proyecto implica no solo a las áreas de negocio de la Compañía de manera transversal, sino también a todos los departamentos que conforman su cadena de valor. Se divide en cuatro grandes ejes: liderazgo, orientación a clientes, cultura interna y difusión externa.

## Liderazgo

Desde hace varios años, el Grupo trabaja con las principales asociaciones de este ámbito para impulsar la incorporación de las personas con discapacidad en la sociedad, a través de las TIC.

En 2012, junto a L'Oréal, el Ministerio de Trabajo italiano y la Fundación ONCE, Telefónica lanzó la Red Europea de la Discapacidad (CSR+D) para promover la sensibilización hacia este tema. Su intención: favorecer la inclusión social y laboral de las personas con discapacidad en Europa.

Tras la primera y segunda edición de los *Telefónica Ability Awards*, el Grupo siguió trabajando en 2012 junto al resto de entidades que conforman el Club Ability en generar un ambiente que fomente la incorporación de las personas con discapacidad en la sociedad y en las entidades que lo componen. Con el bagaje que los premios y el Club Ability han proporcionado a la Compañía, a finales de año firmó un acuerdo de colaboración para internacionalizar ambos a partir de 2013.

## Orientación a clientes

Los estudios de mercado representan una herramienta esencial para conocer mejor a los clientes con discapacidad de Telefónica y sus necesidades. Sus resultados y la colaboración con las entidades del tejido asociativo de la

discapacidad sirven como base del lanzamiento de productos y servicios accesibles de la Compañía.

Así, en 2012 se lanzó en España el terminal fácil Alcatel 282; en Telefónica O2 Reino Unido, el Doro 612 y, en Telefónica O2 República Checa, el Swissvoice SV39 y MP50 y el Winner WG11 y WG8.

Además, Telefónica sigue impulsando servicios de apoyo que garanticen el acompañamiento a personas con discapacidad y dependientes. La Telesistencia de Nueva Generación, tanto domiciliaria como fuera del hogar, inmediata y permanente, satisface y moviliza los recursos necesarios en caso de situaciones de necesidad o emergencia 24 horas al día, 365 días al año. También sirve de recordatorio en cuanto a la toma de medicamentos, las citas médicas...

El objetivo del servicio *Aquí estoy de Movistar*, inaugurado en 2012, consiste en *Cuidar a los que más te importan*. Está enfocado a personas dependientes.

**En España**, Telefónica colabora con Cestel y la Confederación Nacional de Sordos en el servicio de videointerpretación en lengua de signos a través de la plataforma Svisual (<http://www.svisual.org/>).

**En Argentina** existe otro proyecto de intermediación para personas hipoacúsicas y/o impedidas del habla (HIH). Los clientes pueden acceder a él marcando el número 126 o el 125, o a través del chat de intermediación. En 2012, atendió más de 5.000 llamadas. En Brasil, la Compañía está trabajando en *ProDeaf*, una aplicación que permitirá la comunicación entre una persona sin discapacidad auditiva y otra que, teniéndola, se comunique en lengua de signos brasileña.

**Los clientes de la República Checa** cuentan con un servicio similar a través de la página <http://www.myslimena.cz/en/>. Con ellas pueden aprovechar diferentes descuentos y ofertas de terminales accesibles, así como solicitar

## Actuaciones relacionadas con la discapacidad

	2011	2012
Cumplimiento de la LISMI	3,20%	3,04%
Volumen de contratación a proveedores sociales que emplean a pcd <sup>(1)</sup>	3.437.084	4.225.258
Nivel de accesibilidad de la página web (W3C) <sup>(2)</sup>	AA	AA
Diálogo establecido con organizaciones representativas de las pcd	ONCE, CERMI, CNSE, FIAPAS, FEAPS, ASPAYM Granada y CENTAC	ONCE, CERMI, CNSE, FIAPAS, FEAPS, ASPAYM Granada y CENTAC
Productos y servicios que incorporan principios de accesibilidad universal y diseño para todos	Avatar LSE, factura en braille, tarifas especiales, ATAM (LAVECO, MONDECO, SERVITELCO, DO2 SOSTENIBLE)	Factura en braille o en letras grandes, plataforma en LSE, terminales accesibles, ATAM (LAVECO, MONDECO, SERVITELCO, DO2, SOSTENIBLE)
Inversión en innovación social y discapacidad <sup>(3)</sup>	9.877.734	9.328.294
Voluntarios de Telefónica que participan en iniciativas donde las pcd son beneficiarias	920	1.816
Pcd beneficiarias de acciones de voluntariado	11.300	12.436

<sup>(1)</sup> Personas con discapacidad.

<sup>(2)</sup> Página Movistar.es.

<sup>(3)</sup> Datos verificados por criterio LBG.

las facturas en braille. Gracias a este trabajo, Telefónica recibió en 2012 el primer puesto en los premios *TOP Responsible Company 2012*, los más importantes del país en lo referente a la Responsabilidad Corporativa, en la categoría de Mejor Producto y Marketing responsable.

## Cultura interna

La Compañía tiene en España un 3,04% de personas con discapacidad trabajando en su plantilla, cumpliendo así la Ley de Integración Social del Minusválido (LISMI). Asimismo, efectuó compras a Centros Especiales de Empleo por un valor de 4,2 millones de euros.

La sensibilización de los empleados ha sido uno de los aspectos importantes de la labor del Grupo en Argentina, con iniciativas como la publicación del manual *La discapacidad y las nuevas tecnologías* —disponible en la intranet local— o las charlas de especialistas sobre diversidad y discapacidad. Además, la Compañía auspició unas jornadas en la Pontificia Universidad Católica Argentina y editó un libro bajo el epígrafe *Discapacidad e investigación: aportes desde la práctica*.

**En Venezuela**, 531 colaboradores recibieron un total de 675 horas de formación en este ámbito. Se celebraron seis talleres de integración a la discapacidad, doce de atención al cliente discapacitado y siete prácticas vivenciales en el mismo sentido. Además, tuvieron lugar sesiones de *coaching* y doce *stand ups* en los que se acercaron a la vivencia de una profesional de éxito. También en 2012 la Compañía diseñó el Programa de Certificación de Colaboradores con Discapacidad, que arrancará en 2013. El objetivo esencial es guiar

a estos empleados en el proceso de certificación médica, hasta su formalización en el registro del Consejo Nacional para las Personas con Discapacidad.

**En Reino Unido**, Telefónica formó en atención a personas con discapacidad a más de 80 empleados y, en República Checa, a más de 200 de toda su red comercial.

## Difusión externa

El año pasado tuvo lugar la segunda edición en España de los mencionados *Telefónica Ability Awards*, que reconocen a aquellas entidades que han incorporado la discapacidad en sus cadenas de valor y ahondan así en su incorporación a la sociedad. Su impacto mediático se calcula en 32,5 millones de personas. Telefónica en España comenzó además a hacer accesibles sus eventos comerciales y también la Junta de Accionistas, para que todos sus clientes, empleados y proveedores con discapacidad puedan conocerlos.

**En Nicaragua**, la Compañía celebró las primeras Miniparaolimpiadas Los Pipitos – Telefónica 2012 y, junto a la Fundación 21 Síndrome de Down Nicaragua, organizó el I Congreso Nacional en Educación y Discapacidad Intelectual. Ambos eventos pretenden: la sensibilización social y la formación de docentes y padres de niños, niñas y adolescentes con este tipo de discapacidad.

**Entre las actuaciones en Brasil**, destaca el Vivo Hackathon Campus Party Recife, en el que 200 participantes compitieron en el diseño de aplicaciones accesibles. El premio se lo llevó el proyecto *Luz, Cámara, LIBRAS!*, para la formación en lengua de signos brasileña.

Telefónica impulsa servicios de apoyo para personas con discapacidad y dependientes

# La innovación social ante la discapacidad

La inversión de la Compañía a través de patrocinios y otros programas en materia de innovación social y discapacidad fue de más de 9 millones de euros en 2012.

Telefónica, siguiendo las directrices de la Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y de la mano de asociaciones nacionales e internacionales, desarrolla el programa *Telefónica Accesible* en Europa y en América Latina. Este proyecto implica no solo a las áreas de negocio de la Compañía de manera transversal, sino también a todos los departamentos que conforman su cadena de valor. Se divide en cuatro grandes ejes: liderazgo, orientación a clientes, cultura interna y difusión externa.

## Liderazgo

Desde hace varios años, el Grupo trabaja con las principales asociaciones de este ámbito para impulsar la incorporación de las personas con discapacidad en la sociedad, a través de las TIC.

En 2012, junto a L'Oréal, el Ministerio de Trabajo italiano y la Fundación ONCE, Telefónica lanzó la Red Europea de la Discapacidad (CSR+D) para promover la sensibilización hacia este tema. Su intención: favorecer la inclusión social y laboral de las personas con discapacidad en Europa.

Tras la primera y segunda edición de los *Telefónica Ability Awards*, el Grupo siguió trabajando en 2012 junto al resto de entidades que conforman el Club Ability en generar un ambiente que fomente la incorporación de las personas con discapacidad en la sociedad y en las entidades que lo componen. Con el bagaje que los premios y el Club Ability han proporcionado a la Compañía, a finales de año firmó un acuerdo de colaboración para internacionalizar ambos a partir de 2013.

## Orientación a clientes

Los estudios de mercado representan una herramienta esencial para conocer mejor a los clientes con discapacidad de Telefónica y sus necesidades. Sus resultados y la colaboración con las entidades del tejido asociativo de la

discapacidad sirven como base del lanzamiento de productos y servicios accesibles de la Compañía.

Así, en 2012 se lanzó en España el terminal fácil Alcatel 282; en Telefónica O2 Reino Unido, el Doro 612 y, en Telefónica O2 República Checa, el Swissvoice SV39 y MP50 y el Winner WG11 y WG8.

Además, Telefónica sigue impulsando servicios de apoyo que garanticen el acompañamiento a personas con discapacidad y dependientes. La Telesistencia de Nueva Generación, tanto domiciliaria como fuera del hogar, inmediata y permanente, satisface y moviliza los recursos necesarios en caso de situaciones de necesidad o emergencia 24 horas al día, 365 días al año. También sirve de recordatorio en cuanto a la toma de medicamentos, las citas médicas...

El objetivo del servicio *Aquí estoy de Movistar*, inaugurado en 2012, consiste en *Cuidar a los que más te importan*. Está enfocado a personas dependientes.

**En España**, Telefónica colabora con Cestel y la Confederación Nacional de Sordos en el servicio de videointerpretación en lengua de signos a través de la plataforma Svisual (<http://www.svisual.org/>).

**En Argentina** existe otro proyecto de intermediación para personas hipoacúsicas y/o impedidas del habla (HIH). Los clientes pueden acceder a él marcando el número 126 o el 125, o a través del chat de intermediación. En 2012, atendió más de 5.000 llamadas. En Brasil, la Compañía está trabajando en *ProDeaf*, una aplicación que permitirá la comunicación entre una persona sin discapacidad auditiva y otra que, teniéndola, se comunique en lengua de signos brasileña.

**Los clientes de la República Checa** cuentan con un servicio similar a través de la página <http://www.myslimena.cz/en/>. Con ellas pueden aprovechar diferentes descuentos y ofertas de terminales accesibles, así como solicitar

## Actuaciones relacionadas con la discapacidad

	2011	2012
Cumplimiento de la LISMI	3,20%	3,04%
Volumen de contratación a proveedores sociales que emplean a pcd <sup>(1)</sup>	3.437.084	4.225.258
Nivel de accesibilidad de la página web (W3C) <sup>(2)</sup>	AA	AA
Diálogo establecido con organizaciones representativas de las pcd	ONCE, CERMI, CNSE, FIAPAS, FEAPS, ASPAYM Granada y CENTAC	ONCE, CERMI, CNSE, FIAPAS, FEAPS, ASPAYM Granada y CENTAC
Productos y servicios que incorporan principios de accesibilidad universal y diseño para todos	Avatar LSE, factura en braille, tarifas especiales, ATAM (LAVECO, MONDECO, SERVITELCO, DO2 SOSTENIBLE)	Factura en braille o en letras grandes, plataforma en LSE, terminales accesibles, ATAM (LAVECO, MONDECO, SERVITELCO, DO2, SOSTENIBLE)
Inversión en innovación social y discapacidad <sup>(3)</sup>	9.877.734	9.328.294
Voluntarios de Telefónica que participan en iniciativas donde las pcd son beneficiarias	920	1.816
Pcd beneficiarias de acciones de voluntariado	11.300	12.436

<sup>(1)</sup> Personas con discapacidad.

<sup>(2)</sup> Página Movistar.es.

<sup>(3)</sup> Datos verificados por criterio LBG.

las facturas en braille. Gracias a este trabajo, Telefónica recibió en 2012 el primer puesto en los premios *TOP Responsible Company 2012*, los más importantes del país en lo referente a la Responsabilidad Corporativa, en la categoría de Mejor Producto y Marketing responsable.

## Cultura interna

La Compañía tiene en España un 3,04% de personas con discapacidad trabajando en su plantilla, cumpliendo así la Ley de Integración Social del Minusválido (LISMI). Asimismo, efectuó compras a Centros Especiales de Empleo por un valor de 4,2 millones de euros.

La sensibilización de los empleados ha sido uno de los aspectos importantes de la labor del Grupo en Argentina, con iniciativas como la publicación del manual *La discapacidad y las nuevas tecnologías* —disponible en la intranet local— o las charlas de especialistas sobre diversidad y discapacidad. Además, la Compañía auspició unas jornadas en la Pontificia Universidad Católica Argentina y editó un libro bajo el epígrafe *Discapacidad e investigación: aportes desde la práctica*.

**En Venezuela**, 531 colaboradores recibieron un total de 675 horas de formación en este ámbito. Se celebraron seis talleres de integración a la discapacidad, doce de atención al cliente discapacitado y siete prácticas vivenciales en el mismo sentido. Además, tuvieron lugar sesiones de *coaching* y doce *stand ups* en los que se acercaron a la vivencia de una profesional de éxito. También en 2012 la Compañía diseñó el Programa de Certificación de Colaboradores con Discapacidad, que arrancará en 2013. El objetivo esencial es guiar

a estos empleados en el proceso de certificación médica, hasta su formalización en el registro del Consejo Nacional para las Personas con Discapacidad.

**En Reino Unido**, Telefónica formó en atención a personas con discapacidad a más de 80 empleados y, en República Checa, a más de 200 de toda su red comercial.

## Difusión externa

El año pasado tuvo lugar la segunda edición en España de los mencionados *Telefónica Ability Awards*, que reconocen a aquellas entidades que han incorporado la discapacidad en sus cadenas de valor y ahondan así en su incorporación a la sociedad. Su impacto mediático se calcula en 32,5 millones de personas. Telefónica en España comenzó además a hacer accesibles sus eventos comerciales y también la Junta de Accionistas, para que todos sus clientes, empleados y proveedores con discapacidad puedan conocerlos.

**En Nicaragua**, la Compañía celebró las primeras Miniparaolimpiadas Los Pipitos – Telefónica 2012 y, junto a la Fundación 21 Síndrome de Down Nicaragua, organizó el I Congreso Nacional en Educación y Discapacidad Intelectual. Ambos eventos pretenden: la sensibilización social y la formación de docentes y padres de niños, niñas y adolescentes con este tipo de discapacidad.

**Entre las actuaciones en Brasil**, destaca el Vivo Hackathon Campus Party Recife, en el que 200 participantes compitieron en el diseño de aplicaciones accesibles. El premio se lo llevó el proyecto *Luz, Cámara, LIBRAS!*, para la formación en lengua de signos brasileña.

Telefónica impulsa servicios de apoyo para personas con discapacidad y dependientes

# Crecer con la inclusión

Los 'Telefónica Ability Awards' reconocen a aquellas empresas e instituciones que desarrollan modelos de negocio sostenibles en la inserción de personas con discapacidad, ya sean empleados, proveedores o clientes.

Cada año Telefónica premia a todas aquellas corporaciones que han sido distinguidas por su trabajo en la inserción de personas con discapacidad.

Los premios se dividen en seis categorías principales:

- Compromiso de la Alta Dirección y Liderazgo de los Empleados.
- Reclutamiento y Selección.
- Accesibilidad.
- Orientación a Clientes.
- Desarrollo Profesional y Formación.
- Prevención y retención.

Y tres categorías absolutas:

- Mejor Gran Empresa Privada.
- Mejor Pequeña o Mediana Empresa Privada.
- Mejor Organización del Sector Público.

## Cuatro centenares de candidaturas

La convocatoria de esta segunda edición se publicó en 2011 y recibió más de 410 candidaturas, en representación de unas 230 entidades. Es de destacar la elevada calidad de las solicitudes: el 80% de las organizaciones cumplía todos los requerimientos establecidos en las bases del concurso. En 2012 se convocó el jurado preliminar y final de los premios, que eligió a los nueve ganadores.

Los finalistas se dieron a conocer en la ceremonia de entrega, que, por segundo año consecutivo,

contó con la presencia de S.M. la Reina Doña Sofía como presidenta de honor. La Compañía calcula que la emisión de los premios tuvo una audiencia aproximada de 32,5 millones de personas.

Los *Telefónica Ability Awards* gozan del apoyo de un Patronato que reúne instituciones, asociaciones y administraciones públicas involucradas en la inclusión de personas con discapacidad a escala nacional. Junto con las más de 25 entidades que lo constituyen desde el inicio de su andadura, en 2012 se sumaron la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) y la Embajada de Irlanda.

Tras la entrega de galardones, los 50 finalistas entraron a formar parte del *Club Ability*, que en 2012 contaba con más de 100 miembros de 108 entidades involucradas en la integración de las personas con discapacidad.

## Buenas prácticas

Esta red ha demostrado desde su inicio que las entidades españolas mantienen iniciativas pioneras que merece la pena compartir. El Club se ha convertido en un espacio de colaboración para intercambiar buenas prácticas que ayuden a abordar nuevos retos y seguir mejorando. También genera conocimiento y opinión que sirven a otras empresas y organizaciones a integrar la discapacidad en sus negocios.

Durante 2011 y 2012 se realizaron tres talleres —sobre liderazgo de organizaciones, accesibilidad universal y creación de empleo— y una reunión anual que cerró el año de actividades con la publicación de un libro de reflexiones. Antes de estos encuentros, tuvieron lugar dos desayunos en los que se analizaron las barreras actuales a la accesibilidad en las redes sociales y en la integración laboral de personas con discapacidad.



**Galardonados con los 'Telefónica Ability Awards' 2012.** En segunda fila y de izquierda a derecha: Jose Boada (Pelayo), Vicente Moreno (Accenture), Javier Monzón (Indra), Pablo Carrasco (RTVA), Esteban Morcillo (Universidad de Valencia), Francisco de la Torre (Ayuntamiento de Málaga), Jesus Garre (Capgemini), Pedro Alonso (Alcampo) y Miguel Ángel Merino (Línea Directa). En primera fila, de izquierda a derecha: Caroline Casey (Kanchi), Ana Mato (Ministerio de Sanidad), Ignacio González (Comunidad de Madrid), S.M. la Reina Doña Sofía, Cesar Alierta (Telefónica), Víctor Calvo-Sotelo (Ministerio de Industria), Luis Abril (Telefónica) y Luis Cayo Pérez (CERMI).

**410**  
candidaturas  
presentadas a los 'Telefónica  
Ability Awards' 2012

**6**  
categorías  
principales y tres  
absolutas

**27**  
entidades  
adscritas al  
Patronato

**Más de 100**  
miembros  
del 'Club Ability'

## Ganadores de la segunda edición

### Categorías absolutas

- **Mejor Gran Empresa Privada**  
**Grupo Línea Directa.** Por el fuerte convencimiento y firme compromiso de su dirección en la integración de las personas con discapacidad, tanto como empleados, clientes y/o proveedores.
- **Mejor PYME Privada**  
**Pelayo.** Por favorecer la inclusión del colectivo de forma transversal en su modelo de negocio y apostar por su presencia en los puestos de mayor responsabilidad.
- **Mejor Organización del Sector Público**  
**Universidad de Valencia.** Por sus más de 20 años de experiencia en favor de la educación de estas personas y por garantizar los medios necesarios para su desarrollo.

### Categorías principales

- **Compromiso de la Alta Dirección y Liderazgo de los Empleados**  
**Indra.** Por su apuesta por la diversidad como elemento clave para la innovación y la gestión del talento, con lo que hace posible el acceso de los discapacitados a las tecnologías.
- **Reclutamiento y Selección**  
**Alcampo.** Por su compromiso diferencial con su integración, como fuente esencial de valor en su modelo de negocio.
- **Desarrollo Profesional y Formación**  
**Capgemini.** Por su impulso decidido al desarrollo del talento y su atención a las diferentes capacidades de este colectivo.
- **Prevención y Retención**  
**Accenture.** Por su compromiso para constituirse como empleador de referencia y fomentar el bienestar y la flexibilidad de sus profesionales, con el fin de conservar el talento y prevenir futuras discapacidades sobrevenidas.
- **Orientación a Clientes**  
**Radio y Televisión de Andalucía.** Por el desarrollo de contenidos que facilitan que todos los ciudadanos puedan acceder a la información.
- **Accesibilidad**  
**Ayuntamiento de Málaga.** Por hacer una ciudad y unos servicios más accesibles a todos sus habitantes y turistas, como fuente de desarrollo y bienestar social.

# Integración social de personas con discapacidad: ATAM

ATAM es la asociación creada por el Grupo Telefónica para favorecer la integración social de las personas con discapacidad, en su sentido más amplio.

ATAM es un proyecto social compartido entre 35 empresas de Telefónica y casi 55.000 socios vinculados con ellas. Está basado en la solidaridad con quienes padecen las consecuencias de la discapacidad y la dependencia. La Compañía y sus aliados aportaron en el año 2012 más de 14 millones de euros, lo que representó el 81% de los ingresos totales de la asociación. Más de 10.000 personas en toda España se beneficiaron de su labor.

Sus esfuerzos se centran en responder a las necesidades de las personas con discapacidad y sus familias. ATAM trabaja desde los paradigmas, normas y preceptos internacionales que salvaguardan y garantizan sus derechos para que participen en su comunidad en igualdad de condiciones y lleven una vida digna y plena.

ATAM desarrolla dos líneas básicas de actuación: la atención a familias y la integración laboral.

## Atención a familias

Desde esta asociación se proporcionan soluciones personalizadas mediante una red integrada por 19 puntos de atención a familias. Sus 33 asesores personales —profesionales sociales y clínicos—, conocedores de los recursos locales, públicos y privados, realizan una labor de acompañamiento

y guía en la búsqueda de soluciones. En esta tarea también participa el equipo clínico de ATAM, compuesto por expertos de la salud y psicólogos. En 2012 este equipo atendió 2.212 consultas.

ATAM dispone de un sistema de ayudas individuales que reducen el coste económico que supone el hecho de tener una discapacidad. En 2012, concedió 3.209 subvenciones a 2.037 personas, por un importe de 6.061.800 euros.

En cuanto a la prevención, *TResuelve* es un servicio telefónico de atención psicológica y social que soluciona dudas en el ámbito familiar; y *Aprende*, un programa de formación online para mejorar la calidad de vida y promover la autonomía personal. Durante el ejercicio, 1.558 familias fueron atendidas por *TResuelve* y 1.007 alumnos atendieron los cuatro cursos que se han ofrecido desde esta plataforma.

## Integración laboral y empleo

ATAM trabaja para conseguir que las personas con discapacidad tengan acceso al empleo, al entender que es un aspecto clave en su integración con la comunidad.

→ **El servicio de integración laboral** contacta con demandantes de empleo y con empresas



para cubrir diferentes puestos. También realiza funciones de asesoramiento, formación, adaptación de puestos de trabajo y eliminación de barreras arquitectónicas. Las ofertas y demandas se gestionan a través de la bolsa de empleo de Mercadis. Durante 2012, se registraron 2.879 candidatos y se gestionaron 142 ofertas.

→ **El proyecto empresarial de ATAM** se ha convertido en uno de los ejes de su labor, precipitado en gran medida por la crisis que están sufriendo las empresas en estos momentos. Se trata de firmas que operan bajo la fórmula de centros especiales de empleo, que reinvierten en sí mismas sus beneficios económicos, con el objetivo de incrementar el número de puestos ofrecidos a personas con discapacidad. En 2012, 397 profesionales han trabajado en estas empresas.

## Otras actuaciones

La asociación colabora con otras entidades públicas y privadas en proyectos de innovación social, formación, voluntariado y sensibilización. Así, en 2012 ha participado en los foros de Innovación Social de Santander y Palencia para promover iniciativas innovadoras que permitan generar mejores servicios con mayor

compromiso hacia las personas con discapacidad. En lo que respecta a la formación de voluntarios, tutorizan cursos online en colaboración con la Fundación Telefónica. En 2012, 147 alumnos se inscribieron en ellos. Además, ha participado en los premios *Telefónica Ability Awards*, a través de los talleres *dAbility* como jurado para elegir a las entidades que mejor han desarrollado durante 2012 modelos de negocio sostenibles integrando la discapacidad en su cadena de valor.

El 2012 fue designado Año Europeo del Envejecimiento Activo y la Solidaridad Intergeneracional. En este sentido, ATAM llevó a cabo en 2012 dos acciones: el curso *Madurez Saludable, Preparación para la Jubilación* y, en colaboración con la Fundación Pilates, un encuentro para animar a la práctica de ejercicio físico.

La asociación organizó, además, dos jornadas deportivas de convivencia en Valencia y Madrid, con una exhibición de diversos deportes adaptados.

El pasado año, el Foro Justicia y Discapacidad del Consejo General del Poder Judicial entregó a ATAM el *Premio a la Actuación Empresarial* por su contribución a la integración laboral de las personas con discapacidad.

Telefónica destinó a la asociación 14 millones de euros, el 81% del aporte económico que recibió en 2012

**35**  
empresas del  
Grupo Telefónica  
implicadas

**10.000**  
personas  
beneficiadas en  
España

**14 M€**  
aportados  
en 2012

**55.000**  
socios vinculados  
con este proyecto  
social

**142**  
ofertas de  
empleo  
gestionadas

**2.037**  
personas  
con discapacidad  
atendidas

**3.209**  
ayudas  
financieras  
concedidas

**4**  
cursos  
ofrecidos desde  
'Aprende'

# Los proyectos sociales

Durante 2012, Telefónica destinó 158 millones de euros a acciones sociales que contaron con la participación, como voluntarios, de más de 24.500 empleados de la Compañía.

## Acción social en Telefónica

En 2012 Telefónica destinó 158 millones de euros a acción social, un 10,3% más que el año anterior y un 0,25% de los ingresos netos del Grupo. El 98% de esta cifra fue aportación en caja. El compromiso de la Compañía se centra principalmente en la juventud y la infancia, el envejecimiento y la discapacidad, el desarrollo económico en poblaciones rurales y el buen uso de las tecnologías TIC. La Compañía apoya así a quienes quieren ayudar a través de sus patrocinios, acuerdos con el tercer sector, acciones directas, la Fundación y la Asociación del Grupo Telefónica para la atención de las personas con discapacidad (ATAM).

El criterio de calificación de los proyectos aplica la metodología *London Benchmarking Group* y está verificado externamente por LBG. Su objetivo es medir el impacto de sus acciones, ayudar en las relaciones con la comunidad y facilitar su cumplimiento.

## Empleados y voluntarios

Los empleados de Telefónica pueden contribuir a los objetivos sociales de la Compañía gracias al *Programa Voluntarios Telefónica*, gestionado por Fundación Telefónica en colaboración con las áreas de Responsabilidad Corporativa, Recursos Humanos y Comunicación. Los voluntarios forman una red solidaria internacional en la que aportan conocimiento, tiempo e ilusión para mejorar la calidad de vida de los colectivos más desfavorecidos. Fundación Telefónica ofrece así a los empleados las posibilidades, recursos y herramientas necesarias para que puedan implicarse socialmente, contribuyendo a la mejora y solución de problemas sociales concretos. Más de 24.500 voluntarios de 24 países colaboraron durante 2012 en alguna actividad o campaña, dedicando 188.951 horas a 1.458 iniciativas solidarias en tres continentes.

El portal [www.voluntarios.telefonica.com](http://www.voluntarios.telefonica.com) fue una de las novedades más importantes en 2012. La web es una herramienta que facilita la información del programa y de los países en los que se encuentra el Grupo.

*Vacaciones Solidarias* fue uno de los proyectos de cooperación más exitosos durante este ejercicio. En su octava edición, 99 voluntarios de 20 naciones desarrollaron diez proyectos en siete países de América Latina junto a organizaciones asociadas al programa *Proniño* de Fundación Telefónica. Para seleccionar a los colaboradores se tuvo en cuenta la dedicación de la persona a actividades relacionadas con el voluntariado, así como la experiencia en proyectos con comunidades en riesgo de exclusión, aptitudes específicas en el ámbito social, de la educación, la protección del medio ambiente... El objetivo de *Vacaciones Solidarias* es implicar a los trabajadores de la Compañía a través de una experiencia vivencial durante dos semanas de sus días de descanso.

## Un motivo de celebración

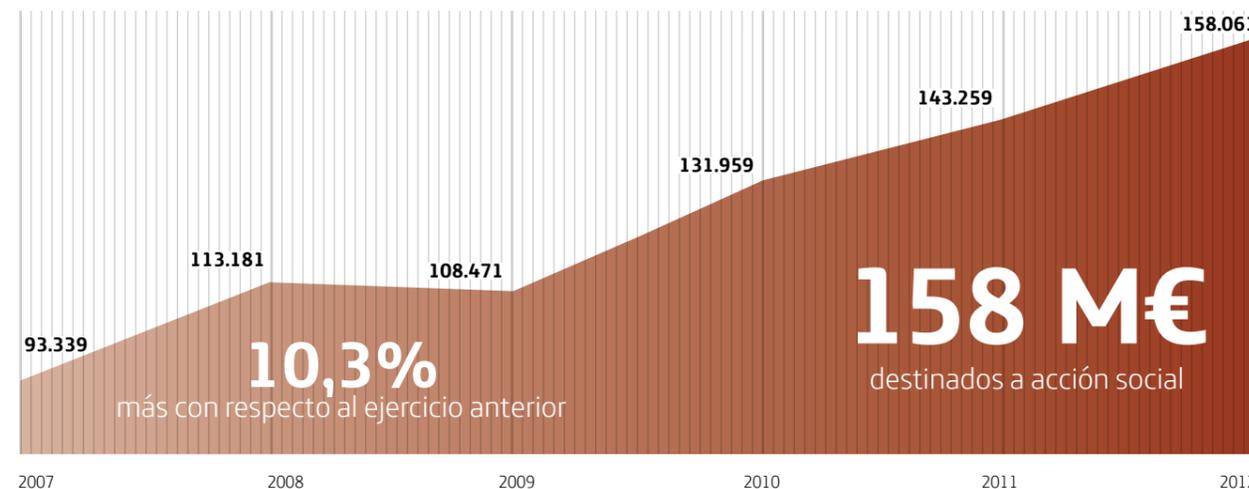
Por otra parte, el Grupo celebra todos los años el Día Internacional del Voluntario dando a conocer a los empleados los proyectos activos e invitándoles a participar en ellos. En 2012 contó con más de 11.300 empleados en 233 ciudades de 24 países a lo largo de tres continentes. Durante la jornada, se desarrollaron alrededor de 600 actividades para ayudar a diferentes comunidades.

Fundación Telefónica forma parte de las redes internacionales más relevantes en este ámbito como el *Global Corporate Volunteer Council (GCVC)* y *Voluntare*. Asimismo publicó, junto a la asociación *International Association for Volunteer Efforts (IAVE)*, un estudio sobre el estado del voluntariado corporativo en el mundo. En él se destacan la importancia del voluntariado corporativo para el tercer sector así como las principales aportaciones de estas actividades a las empresas, como al valor y la reputación de la marca y el desarrollo de los empleados. El documento puede descargarse de manera gratuita en inglés y español en la web de Fundación Telefónica: [http://www.fundacion.telefonica.com/es/que\\_hacemos/conocimiento/publicaciones/detalle/155](http://www.fundacion.telefonica.com/es/que_hacemos/conocimiento/publicaciones/detalle/155)



## Una inversión social constante y en alza

Millones de euros

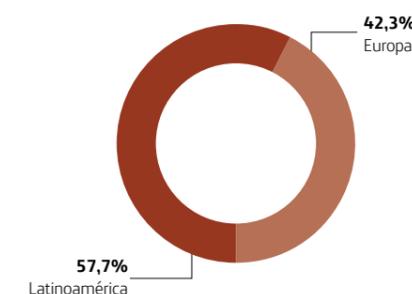


## Clasificación

	Total	% sobre el total	% crec. vs. 2011
Desarrollo socioeconómico	12.191.223	7,7%	33,8%
Arte y cultura	22.896.895	14,5%	-16,2%
Educación y juventud	101.961.973	64,5%	15,0%
Bienestar social	11.294.349	7,1%	-8,9%
Salud	638.607	0,4%	-6,0%
Medio ambiente	510.422	0,3%	43,0%
Otros	8.567.242	5,4%	80,5%
<b>Total</b>	<b>158.060.710<sup>(*)</sup></b>	<b>100,00%</b>	<b>10,3%</b>

(\*) La inversión en acción social de Fundación Telefónica está pendiente de auditoría.

## Inversión social por regiones



# Fundación Telefónica

Potenciar el aprendizaje, multiplicar el conocimiento y conectar personas e instituciones para contribuir al desarrollo de individuos y colectividades. Ésos son los objetivos de la Fundación.



## Un compromiso continuo con la infancia

El programa *Proniño* busca desde hace más de diez años ofrecer a la infancia en situación de especial vulnerabilidad nuevas oportunidades a través de la educación. Opera en 14 países de Latinoamérica y colabora con 120 organizaciones sociales y gobiernos locales. A través de sus proyectos educativos, dirigidos sobre todo a niños en riesgo de trabajo infantil, el programa contribuye de forma decisiva a ofrecerles unas mejores oportunidades. Además de trabajar en muchas comunidades para la escolarización de niños trabajadores o en riesgo de trabajar, su estrategia se centra en promover el aprendizaje de las competencias clave del siglo XXI. Hace especial hincapié en las que menos aborda la educación formal pero que han adquirido una importancia relevante en la sociedad digital: comunicación, ciencia y tecnología, competencias digitales, pensamiento crítico, creatividad, toma de decisiones,

competencias sociales y cívicas, sentido de la iniciativa y espíritu emprendedor... En 2012, *Proniño* ha atendido a más de 337.000 niños y adolescentes. Fundación Telefónica ha impulsado, junto con la Organización Internacional del Trabajo, la Red Latinoamericana contra el Trabajo Infantil (LACTI) y la organización del IV Encuentro Internacional *Aportes a la eliminación del trabajo infantil en América Latina. Un camino hacia la Conferencia Mundial 2013*, con citas en Ecuador y Panamá. El objetivo es generar debates y reflexiones que fomenten el intercambio de experiencias, sistematizar propuestas para apoyar la III Conferencia Mundial contra el Trabajo Infantil, que tendrá lugar en Brasil en 2013, y presentar iniciativas para los distintos foros relacionados con el tema (Plan de Acción Mundial y Agenda Hemisférica de Trabajo Decente 2006-2015). A 31 de diciembre de 2012, la Red contaba con más de 12.000 miembros (<http://www.redcontraeltrabajoinfantil.com/>).

## 337.878

niños y adolescentes atendidos a final de 2012 con el programa 'Proniño'



## 'Think Big': una apuesta por los jóvenes

Que los jóvenes europeos sean más emprendedores y adquieran las competencias necesarias para tener mejores oportunidades en la cultura digital es el objetivo de *Think Big*, un programa de innovación y emprendimiento social dirigido a jóvenes de entre 13 y 25 años de Reino Unido, Irlanda, Alemania, República Checa, Eslovaquia y España. Su finalidad es que los participantes tengan la oportunidad de desarrollar, con el apoyo de Fundación Telefónica, una idea que beneficie a su entorno al tiempo que se divulgan sus iniciativas para animar a la juventud a construir el presente y el futuro. Este proyecto se lanzó en España en octubre de 2012 —en colaboración con Movistar— y recibió más de 800 propuestas, de las cuales se financiaron a 117 jóvenes que reciben formación presencial y online, el apoyo de un mentor y una pequeña ayuda económica. El programa se desarrolla gracias a las operadoras locales, tanto en su activación como en su comunicación y gestión. *Think Big* se apoya fuertemente en los voluntarios de Telefónica, que dedican parte de su tiempo a asesorar y aconsejar a estos emprendedores.

## 3.726

proyectos financiados en seis países

4 proyectos para mejorar la vida de las personas



## La educación, el centro de las actividades

Entre 2012 y 2013 se desarrolla el *Encuentro Internacional de Educación* que, en su séptima edición, reflexiona sobre el papel del docente en la enseñanza actual. Éste y otros muchos proyectos, como el Premio Fundación Telefónica de Innovación Educativa, reflejan el compromiso que tiene la Fundación con el aprendizaje en una sociedad digital. La entidad ha mantenido en 2012 una intensa actividad editorial, que ha dado como resultado libros como *Alfabetización digital y competencias informacionales. El español en las relaciones internacionales. Las TIC y el sector financiero del futuro* o *Aprender con tecnología. Investigación internacional sobre modelos educativos de futuro*. Destaca el informe *Sociedad de la Información 2012*, presentado en un acto que contó con la presencia, entre otros, del Secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, Víctor Calvo-Sotelo, y el Presidente de Telefónica, César Alierta.

## 30.000

profesionales involucrados en proyectos de formación



## Cuatro espacios innovadores dedicados al arte y la cultura

El nuevo espacio que se inauguró la pasada primavera en Madrid es ya un punto de encuentro y diálogo, y un referente cultural de la capital de España. Este centro completa la oferta de exposiciones y eventos que ofrecen los otros tres Espacios Fundación Telefónica ubicados en Santiago de Chile, Buenos Aires y Lima. Han albergado exposiciones como *La colección cubista de Telefónica. Arte y vida artificial: 1999-2012*, *Historia de las telecomunicaciones. Fotógrafos: la voluntad de contar*; *Latidos*, de Daniel Canogar; *Minophone*, *Premios MAMba-Fundación Telefónica*, *Rafael Lozano Hemmer Detectores*, *La Belleza Múltiple*, *Matilde x Matilde* o *World Press Photo 2012*. Además, el Espacio de Buenos Aires organizó *Fachada*, una instalación basada en una escultura cinética e interactiva desarrollada frente al edificio. Los auditorios han sido escenario de debates, presentaciones, conciertos y citas como

las jornadas *Juego de Tronos* y *Thinking Party*, los eventos *Big Data* o *Transmedia Living Lab* o el ciclo de debates *Friends of Talent*. Los Espacios Fundación Telefónica han desarrollado una amplia actividad educativa, con talleres para todos los públicos, con especial atención a los más pequeños. Asimismo, se han llevado a cabo conciertos para todas las edades y clases magistrales, como la impartida por el virtuoso pianista chino Lang Lang. En resumen, grandes acontecimientos que, en su primer año, han completado una extensa oferta educativa y que auguran un 2013 con mucha fuerza.

## 1<sup>er</sup> año

con una intensa oferta educativa

# Respuestas a situaciones de emergencia

Las tecnologías de los productos y servicios de Telefónica permiten anticipar alertas de forma masiva y mejorar la eficacia de los equipos de seguridad y salvamento.

## Alertas ambientales

El Grupo Telefónica es consciente de la responsabilidad social que una buena gestión de sus redes tiene en la prevención, reducción y mitigación de cualquier tipo de emergencia. Por ello, desarrolla y mejora en todos los países en los que opera los planes de continuidad de negocio que aseguran, en la medida de lo posible, unos servicios de comunicación que funcionen con normalidad en caso de que ocurra cualquier eventualidad. Dichos planes respetan las normas internacionales y se elaboran teniendo en cuenta las características y los riesgos de cada región. Su implementación suele suponer la creación de plataformas de comunicación para dar soporte a las operaciones y agilizar la recuperación en caso de caídas de los sistemas. Además, el hecho de que esté presente en diferentes países permite a las operadoras locales apoyarse unas en otras en caso de necesidad.

En 2012 destacaron las labores realizadas por Telefónica en importantes situaciones de emergencia que tuvieron lugar en España, Argentina, Guatemala y Perú.

### Europa

Durante 2012, varios incendios de gran envergadura dejaron en situación de riesgo a diversas poblaciones de Girona y las islas de Hierro y La Gomera, principalmente. El compromiso de Telefónica con todas las localidades afectadas por ellos llevó a la Compañía a instalar camiones-satélite para que los ciudadanos, ayuntamientos, profesionales y pequeños negocios pudieran continuar con su actividad normal mientras se completaban las tareas de nuevo cableado, todo ello sin coste adicional. En algunas zonas rurales se aprovecharon estos trabajos para llevar banda ancha de 20Mb a localidades aisladas que hasta entonces no la tenían como Cantallops y Darnius (Girona).

→ Entre las labores de prevención, Telefónica instaló en la montaña de Montserrat (Barcelona) los primeros puntos de cobertura del teléfono de emergencias 112, para que visitantes y excursionistas puedan contactar con los servicios de emergencia en caso de necesidad. Se consideró idóneo este lugar dado su volumen de visitas: más de dos millones de personas al año y con zonas sin cobertura en los trayectos de montaña más concurridos.

→ También en Cataluña, durante 2012, la Compañía presentó un proyecto pionero basado en *Machine to Machine* (M2M), que permite la sensorización de los trajes del Cuerpo de Bomberos para detectar gases potencialmente peligrosos y enviar, vía móvil, una señal de alarma al propio profesional y a un centro de gestión. El programa *@textil* es una muestra más de liderazgo de Telefónica en el desarrollo tecnológico para la gestión de emergencias a través del llamado *Internet de las cosas*.

### Latinoamérica

Durante 2012 también quedó demostrada la buena gestión llevada a cabo por parte del Grupo Telefónica en Latinoamérica.

→ Argentina fue azotada por un temporal que afectó a la ciudad de Buenos Aires y sus alrededores durante el mes de abril. El fenómeno se clasificó como tornado (intensidad F2), con vientos de entre 180 y 250 kilómetros por hora. Causó el fallecimiento de 17 personas y provocó la caída de miles de árboles, destrucción de viviendas, carteles, automóviles y postes de alumbrado de alta y media tensión. Telefónica puso a disposición de los habitantes de la zona afectada 5.000 teléfonos públicos y semipúblicos para efectuar llamadas locales sin cargo, bonificó las facturas de las líneas privadas y ofreció a sus clientes el desvío de llamadas fijo-móvil de manera gratuita.



→ En Perú se realizó un simulacro nacional de sismo y *tsunami*, que recreó un terremoto de ocho grados de magnitud en la escala de Richter. Telefónica adquirió experiencias muy relevantes para una mejor atención ante estos desastres naturales, que ponen a prueba la capacidad de los centros de gestión que monitorean las redes y permiten tomar medidas cuando se detecta que la red está alcanzando su máxima capacidad y hay riesgo de congestión con las troncales. Además, la Compañía dispone de un *backup* de fibra submarina de Telefónica Internacional (TIWS), bancos de baterías y grupos electrógenos.

## Alertas sociales

En junio de 2012, Telefónica se sumó a la iniciativa española *Empresas por una sociedad libre de violencia de género*, a través de la firma de un acuerdo de colaboración con el Ministerio de Sanidad, Políticas Sociales e Igualdad. En él se establecieron las bases para el diseño de un plan de sensibilización y comunicación que permita a las víctimas del maltrato saber dónde acudir si necesitan algún tipo de atención.

En esta línea, Telefónica cuenta con dos plataformas para ofrecer servicios de apoyo a estas personas:

→ **Sistema de Órdenes de Alejamiento** (operativo desde 2009). A través de un acuerdo entre Telefónica, el Ministerio del Interior y Securitas Direct, la Compañía puso en marcha este servicio de protección. Consiste en que, tras una orden judicial de alejamiento y con el dictamen del juez, el agresor lleve una pulsera que controle su posición y verifique que está guardando la distancia de seguridad mínima respecto a la víctima y las áreas de influencia dictaminadas

por el magistrado (hogar de ésta, colegio de los niños...). Securitas Direct monitoriza su localización en una plataforma y recibe un aviso si se cruza. De esta manera, se pueden poner en contacto con la persona protegida —que a su vez lleva un dispositivo móvil de alarma— y con la policía.

Actualmente, este sistema está dando servicio a 750 mujeres.

→ **Teleasistencia móvil con dispositivo de teleprotección preventiva.** Este servicio, pionero en España, protege a las víctimas de violencia de género que se encuentren en peligro de ser agredidas pero que no cuenten, como en el caso anterior, con una orden judicial que obligue al agresor a portar un dispositivo de vigilancia. En este caso, se incluye un sistema GPS de última generación y *localización por celda*. El dispositivo, además de contar con un pulsador de emergencia, puede detectar de forma automática impactos (caídas o golpes), la superación de los límites de velocidad configurados y el traspaso de las demarcaciones de seguridad establecidas.

Esta herramienta se utiliza actualmente en Almería, donde la Guardia Civil local ha mostrado su satisfacción por el avance que proporciona en materia de seguridad, puesto que hace posible que los agentes den “una respuesta aún más inmediata en la protección de las mujeres”.

Entre sus prestaciones, destacan especialmente la inmediatez y la eficacia del sistema GPS de localización, que permite saber en todo momento dónde se encuentra el terminal y la persona que lo tiene en custodia.

Desde junio de 2012, Telefónica forma parte de la iniciativa ‘Empresas por una sociedad libre de violencia de género’

# Impacto de los servicios de telecomunicaciones

Para Telefónica, facilitar el conocimiento y la generación de debates en torno a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) es un objetivo fundamental para promover el desarrollo de las sociedades en las que está presente.

## Análisis externo de los impactos de las telecomunicaciones

Telefónica considera que las tecnologías de la información y la comunicación son un motor de desarrollo económico, cultural y social para las personas y las comunidades. Por ello, promueve el conocimiento de las TIC a través de la publicación de trabajos de investigación, la organización de talleres especializados y el fomento de debates sobre temas actuales y de impacto social.

### Difusión editorial

Las publicaciones de Telefónica son la materialización de los trabajos de investigación, los talleres especializados y los debates promovidos. La colección alcanza ya los 105 títulos y en 2012 se editaron 14 nuevos libros, entre los que destacaron *TIC, desarrollo y negocios inclusivos*, *Universidad 2020: Papel de las TIC en el nuevo entorno socioeconómico* o el ya tradicional *La Sociedad de la Información en España 2011*. Todas las publicaciones pueden encontrarse en [http://www.fundacion.telefonica.com/media/que\\_hacemos/pdf/Catalogo\\_2013.pdf](http://www.fundacion.telefonica.com/media/que_hacemos/pdf/Catalogo_2013.pdf)

Por otra parte, Fundación Telefónica edita la revista *Telos, Cuadernos de Innovación y Comunicación*, que se ha convertido en un referente académico en el estudio de las comunicaciones y el impacto de las TIC en la sociedad. Durante 2012 se han editado cuatro nuevos monográficos: el 90 (*Del arte al periodismo y la innovación*), el 91 (*Identidad, cultura, equidad y redes sociales*), el 92 (*Género*

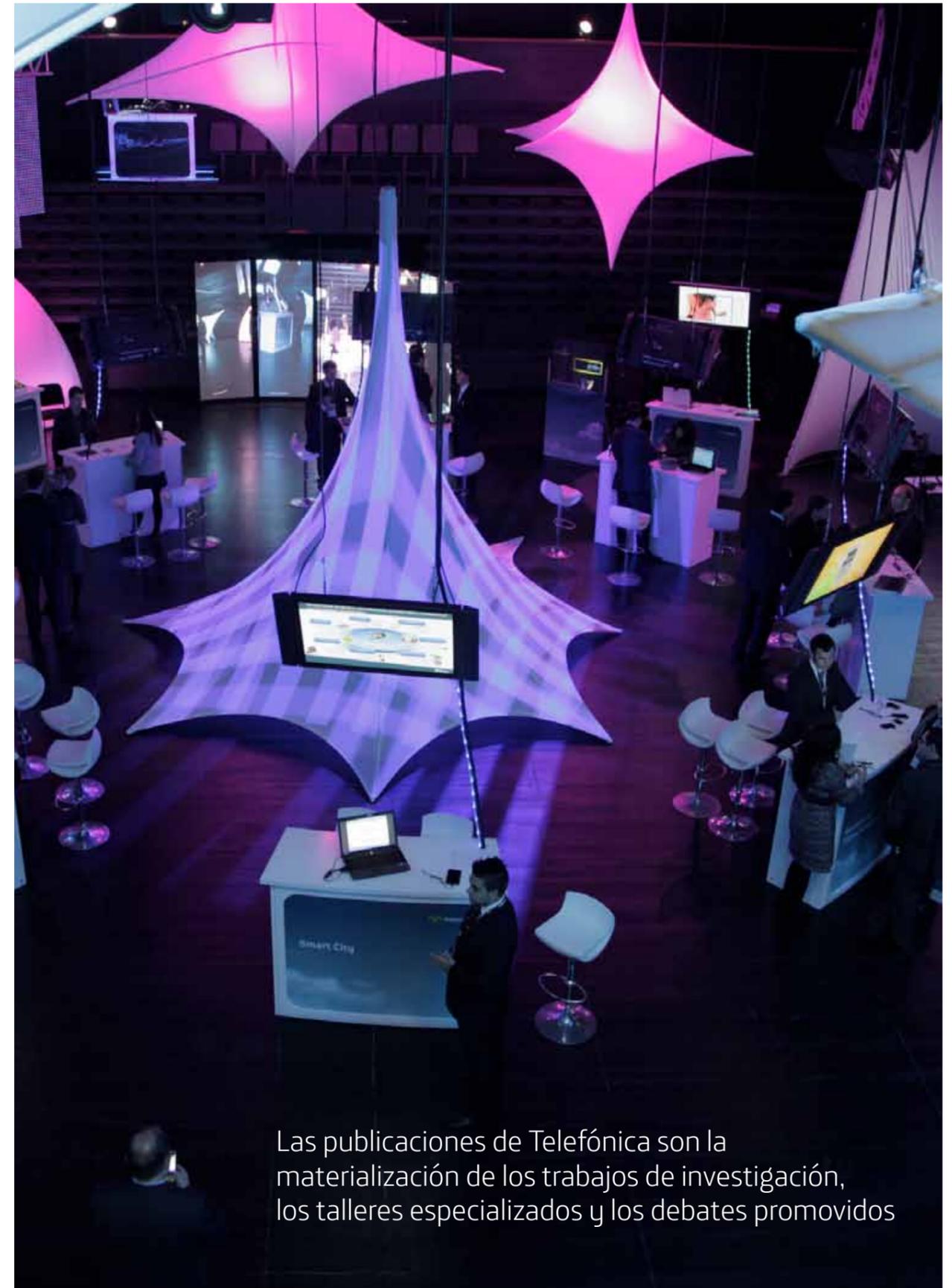
*y usos de las TIC: en busca del equilibrio*) y, finalmente, el 93 (*Ilusiones y esperanzas realistas*). Todos están disponibles en <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/>.

### Cátedras Telefónica

Durante 2012, la Compañía afianzó su relación con las universidades a través de la Red de cátedras Telefónica. Asimismo, consolidó su trabajo a través de *clústers*, especialmente con los de Educación, Innovación Social y Eficiencia Energética. La Red de cátedras Telefónica es un instrumento que facilita y potencia la comunicación y el trabajo entre algunas de las mejores universidades españolas y Telefónica. Toda la información sobre los estudios, publicaciones y debates generados por esta división están disponibles en <http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blogs/catedrastelefonica/>, así como en los canales de Twitter, Facebook y Youtube de Cátedras Telefónica.

## Análisis interno de los impactos de las telecomunicaciones

El Grupo Telefónica impulsa de manera voluntaria el teletrabajo entre sus empleados desde 2006. Esta iniciativa le permite analizar internamente sus propios recursos y evaluar cómo las TIC favorecen la productividad y la conciliación del trabajo y la vida personal de los trabajadores. El éxito de este programa derivó en la renovación del acuerdo en el Convenio Colectivo para 2011-2013, que



Las publicaciones de Telefónica son la materialización de los trabajos de investigación, los talleres especializados y los debates promovidos

# Smart Cities | TIC y salud personal

Un primer paso hacia la Internet de las cosas

Realidad Aumentada

Una nueva lente para ver el mundo

Net Neutrality: Contributions to the debate

El futuro de las publicaciones electrónicas

La Sociedad de la Información en España

Real Time Web

The big tent Corporate Volunteering in the Global Age



Identidad Digital: El nuevo usuario en el mundo digital

2012  
2011  
2010  
2009  
2008  
2007  
2006

determina las relaciones laborales en Telefónica España.

Por otra parte, Telefónica ofrece a sus empleados la misma tecnología móvil que facilita a sus clientes para que puedan realizar sus labores fuera de la oficina, aunque no tengan un contrato de teletrabajo específico. La Compañía les provee de ordenador portátil, Blackberry, iPad, conexión 3G, *Secure Client*, Acceso Remoto Unificado (ARU), etcétera. La Compañía, además, gratifica a todos sus empleados con el pago de un porcentaje de la instalación y la cuota mensual de banda ancha en sus domicilios.

En el fomento interno de las TIC como factor productivo, el Grupo promueve los cursos de

formación impartidos en Universidades y el uso de la plataforma educativa digital (*e-learning*), que pone a disposición de todos sus empleados. El modelo *social learning*, por ejemplo, ha tenido en 2012 más de 29.000 alumnos y 190.000 accesos en las escuelas corporativas. Otros números destacables son un índice de fidelidad promedio de casi siete accesos mensuales por alumno y un índice de satisfacción muy alto en las diferentes escuelas.

Una de las novedades de 2012 ha sido la apertura de un *site* en la intranet de Telefónica para todos sus profesionales con recomendaciones de actuación en los medios de comunicación digitales. En él se comparten las mejores prácticas en el uso de redes sociales.

Las 27 cátedras de Telefónica (a cierre de 2012)

Universidad	Asignatura	Clúster
1 UPM - Universidad Politécnica de Madrid	Internet de Nueva Generación	Seguridad
2 UPM - Universidad Politécnica de Madrid	Aplicaciones y Servicios Móviles	Transversal
3 UC3M - Universidad Carlos III de Madrid	Aplicaciones Sociales de la Ayuda a la Decisión	Sanidad
4 UC3M - Universidad Carlos III de Madrid	Internet del Futuro	Seguridad
5 UC3M - Universidad Carlos III de Madrid	Economía de las Telecomunicaciones	Productividad
6 UPC - Universidad Politécnica de Cataluña	Análisis de la Evolución y Tendencias Futuras de la Sociedad de la Información	Eficiencia Energética
7 Universidad Pompeu Fabra	<i>Social Media</i>	Educación e Innovación Social
8 Universidad Politécnica de Valencia	Nuevas Tecnologías para el Medio Ambiente y la Inclusión Social	Innovación Social
9 Universidad de Deusto	Nuevas Tecnologías para la Educación	Educación
10 Universidad de Zaragoza	Seguridad y Productividad en la Sociedad de la Información	Productividad y Seguridad
11 Universidad de Navarra	Tecnologías de Procesado de la Información, Almacenamiento y Comunicaciones en aplicaciones de Sanidad	Sanidad
12 Universidad de La Laguna	Telemedicina	Sanidad
13 Universidad de las Palmas de Gran Canaria	Tecnologías Accesibles	Innovación Social
14 Universidad de Oviedo	Tecnologías de la Información y las Comunicaciones Aplicadas al Medio Ambiente	Eficiencia Energética
15 Universidad de Extremadura	Tecnologías Aplicadas a la Eficiencia Energética	Eficiencia Energética
16 Universidad de Sevilla	Inteligencia en la Red	Eficiencia Energética y Educación
17 UNED	Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad	Educación
18 Universidad Rey Juan Carlos	Servicios de Inteligencia y Sistemas Democráticos	Seguridad
19 Universidad de Salamanca	Seguridad Integral	Seguridad
20 Universidad de Alcalá de Henares - CAPTA	Mejora de la Autonomía de las Personas	Innovación Social
21 Universidad de Valencia	Sostenibilidad e Inclusión	Innovación Social
22 Universidad de las Islas Baleares	Tecnologías Aplicadas al Turismo y la Sanidad	Sanidad
23 Universidad Nacional de La Plata	Tecnologías Informáticas Aplicadas en Educación	Educación
24 Universidad de Valladolid	Tecnologías Móviles Aplicadas a la Educación	Educación
25 Universidad de León	TIC y Envejecimiento de la Población	Innovación Social
26 Universidad de Alicante	Impacto de las Tecnologías del Lenguaje Humano en la Inclusión Social	Educación
27 Universidad de Comillas	Familia y Discapacidad	Innovación Social

## Recomendaciones de uso responsable de las telecomunicaciones a clientes

Telefónica facilita a sus clientes información y recomendaciones sobre aspectos ambientales relativos al uso de las telecomunicaciones y los servicios ofrecidos por la Compañía.

El Grupo posee un modelo global denominado *Green Customer Experience*, para ofrecer a sus usuarios de telefonía móvil una experiencia *green* desde que se plantean comprar un dispositivo hasta que finaliza la vida útil del mismo. Este sistema favorece que los usuarios accedan a dispositivos eficientes con aplicaciones que les permitan ser más eficientes.

A su vez, incluye esquemas informativos en los puntos de venta (*green corners*) y en las tiendas más representativas de Telefónica para informar sobre las ofertas e incentivos asociados a un buen comportamiento ambiental. Estas soluciones se identifican con el icono *Green Technology*. Telefónica también trabaja para informar y proveer al cliente de diversas opciones ambientalmente responsables a la hora de deshacerse de su antiguo móvil. De esta manera, en la mayoría de los países, la Compañía ofrece la posibilidad de depositar los teléfonos que ya no usan en lugares habilitados para su reciclaje o reutilización.

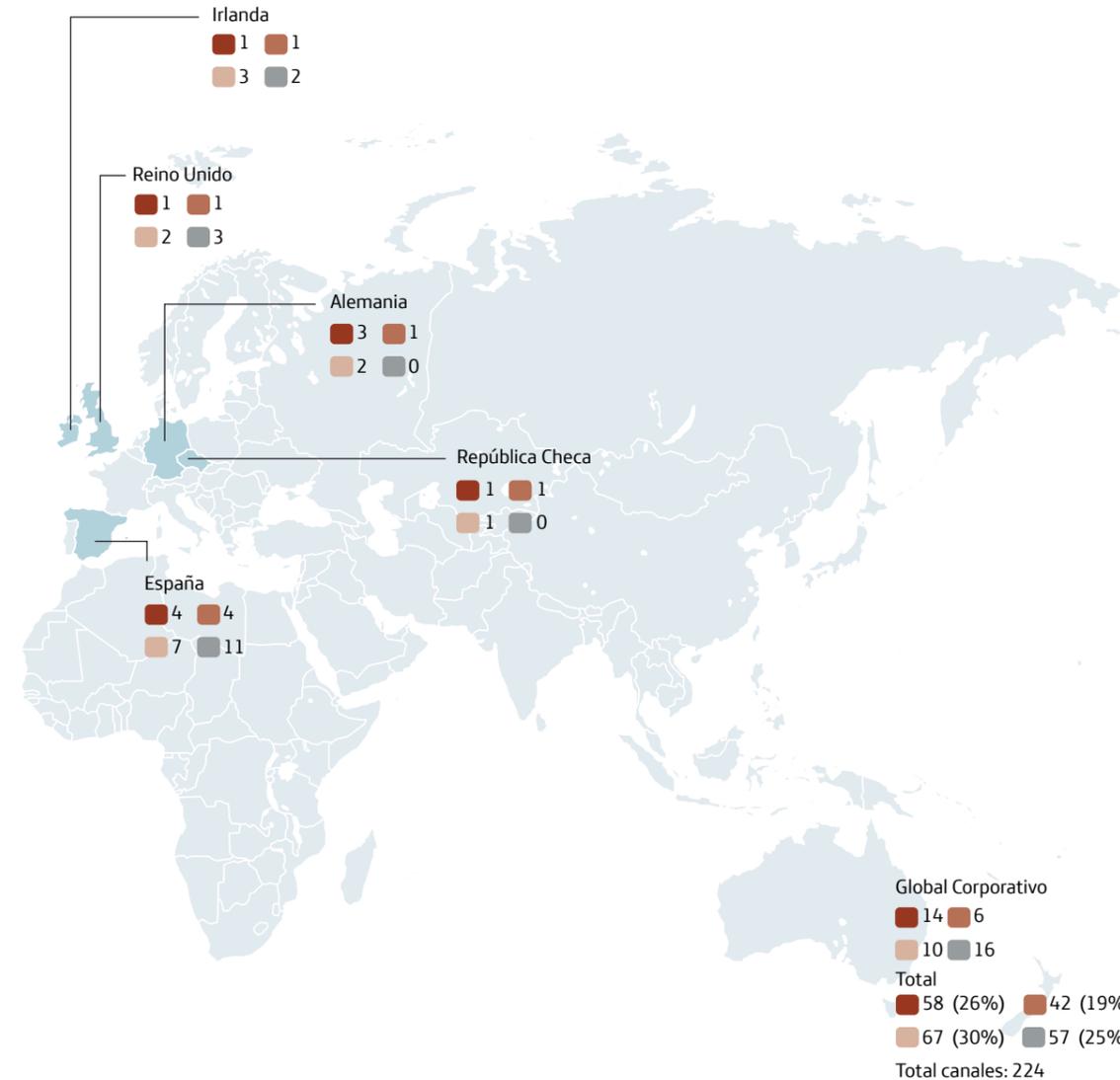
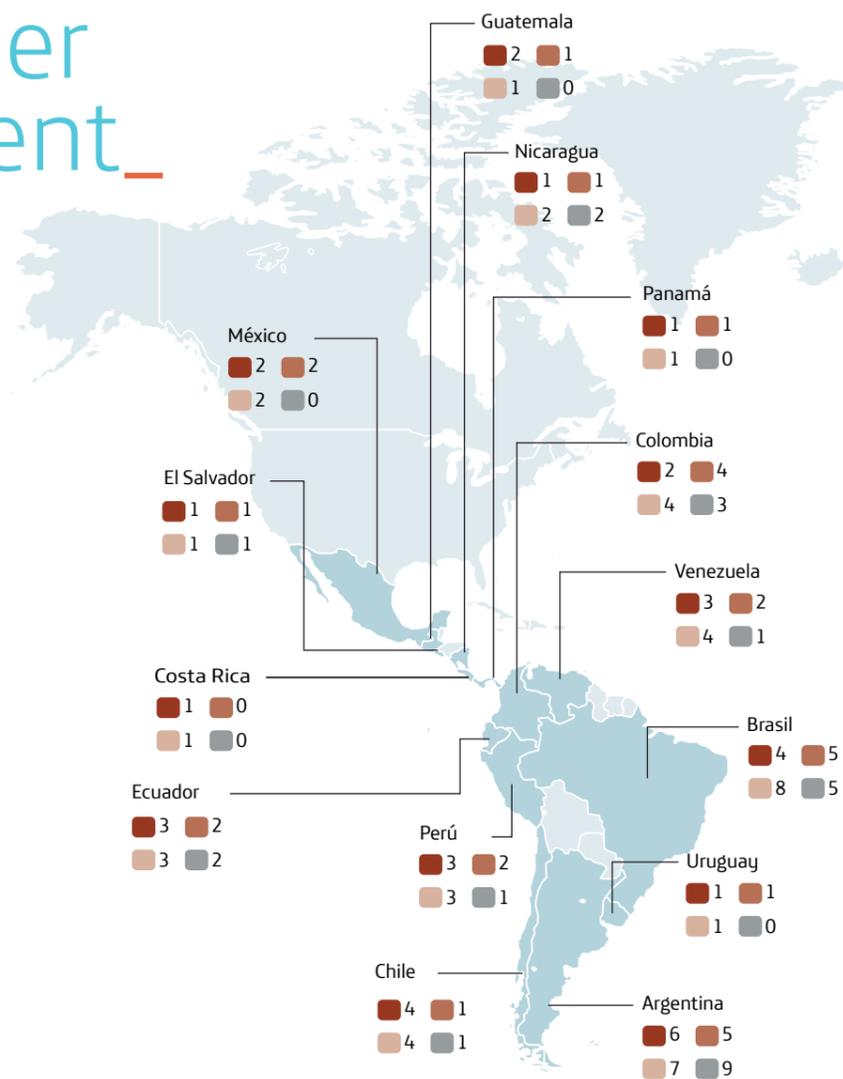
Finalmente, Telefónica pone a disposición de los clientes de empresa una amplia y contrastada información sobre los beneficios ambientales del uso de los servicios *Green TIC* que pueden tener a su disposición como, por ejemplo, la gestión de flotas o edificios inteligentes, en términos de reducción de consumos energéticos o de emisiones en base a metodologías estándares.

Canales sociales de Telefónica

Facebook YouTube Twitter Otros

# Stakeholder engagement

El férreo compromiso de Telefónica con sus grupos de interés se traduce en una información innovadora y permanente.



### Diálogo e interacción

Los medios sociales (*social media*) han revolucionado la comunicación. Por ello, Telefónica combina los más tradicionales con otros innovadores para configurar un nuevo espacio de diálogo efectivo y directo.

Para el Grupo, es una responsabilidad compartir aquellos temas relacionados con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) que más le interesan y preocupan. Entre ellos se encuentran la educación, la sanidad, el *e-government*, la inclusión social, el cambio climático y los primeros pasos de la infancia en las nuevas tecnologías. La Compañía colabora con diferentes grupos de interés (stakeholders) especializados para mejorar este intercambio: entidades gubernamentales, diversas ONG, consumidores, académicos y científicos, entre otros.

### → Diálogo presencial

Telefónica considera que la comunicación debe ayudar a fortalecer su relación con los stakeholders. Debe servir, además, para buscar resultados precisos y positivos tanto para ella como para los colectivos implicados y, siempre que sea posible, estar vinculada a proyectos concretos. Esto puede suponer dar una vuelta a los sistemas tradicionales o buscar nuevas metodologías para favorecer incluso la creación en determinadas iniciativas, productos y servicios.

Durante 2012, la Compañía ha potenciado el diálogo presencial en los diferentes países en los que opera. Asimismo, promueve la comunicación multistakeholder entre empleados, clientes, medios, representantes del gobierno, etcétera. El objetivo fundamental es conocer su opinión

y sugerencias e intentar implementarlas en la medida de lo posible.

### → Diálogo 2.0

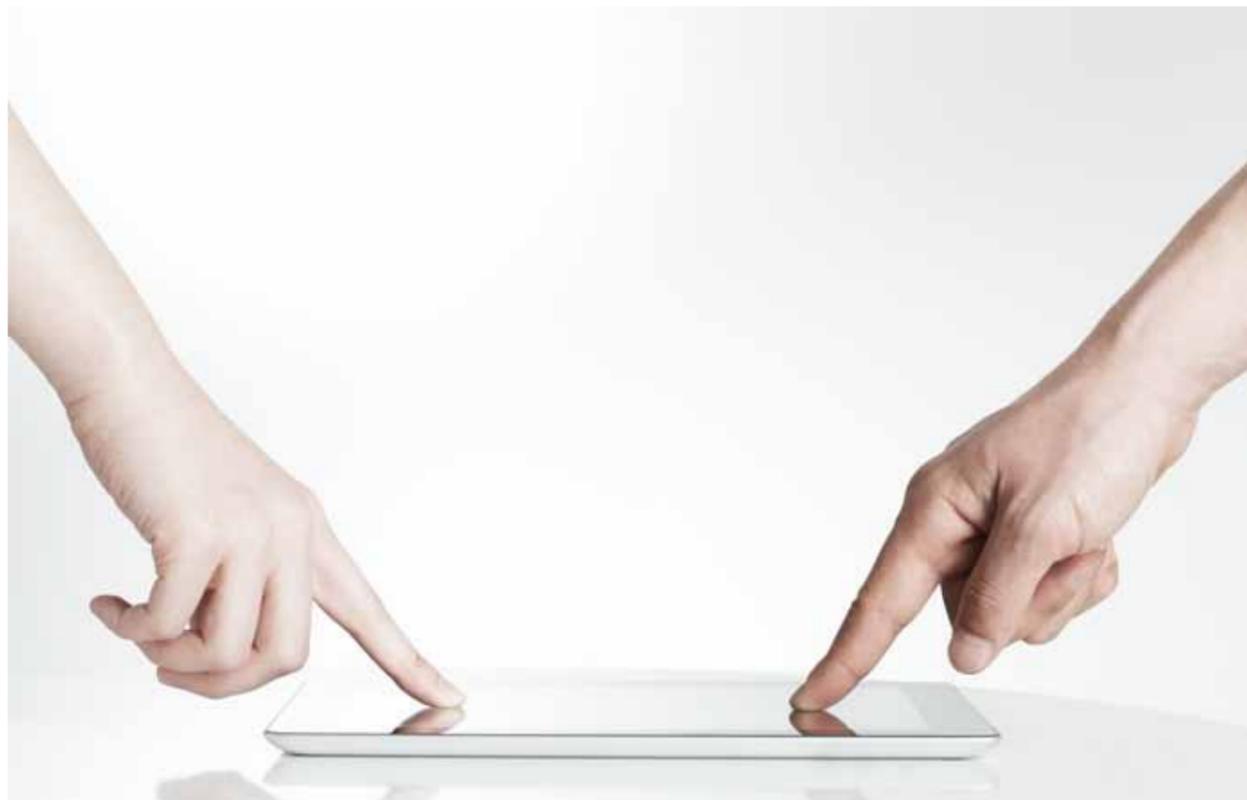
El avance de la comunicación online ha dado lugar a otras formas de relacionarse, trabajar, entretenerse, informarse, opinar y participar en la sociedad. De igual manera, permite a la Compañía aprovechar al máximo las ventajas de los *social media* para dialogar con sus grupos de interés.

Telefónica dispuso durante 2012 de 224 canales online con las marcas Telefónica, Movistar, O2 y Vivo para comunicarse con sus diferentes audiencias. De ellos, un 30% se apoyaba en Twitter; un 26%, en Facebook; un 19%, en YouTube, y el resto, en otras plataformas, entre las que, en España, se encuentra Tuenti (25%).

224

canales sociales online con las marcas Telefónica, Movistar, O2 y Vivo

- 30% Twitter
- 26% Facebook
- 25% Otras, entre las que se encuentra Tuenti
- 19% YouTube



A través del diálogo establecido en la web 2.0, Telefónica consigue conocer mejor las opiniones y expectativas de sus stakeholders

El Grupo tiene un elevado número de blogs de temáticas especializadas donde publica posts escritos por profesionales de Telefónica y otros expertos. Estos hacen posible un contacto directo con los stakeholders y un flujo de información más directo, rápido, efectivo y frecuente. En esta línea, en 2011 se creó *RConversa* ([www.rconversa.com](http://www.rconversa.com)), una plataforma cuya metodología de diálogo combina los canales 2.0 con los tradicionales encuentros presenciales. En 2012 Telefónica organizó a lo largo del año 15 debates en colaboración con distintas entidades y países, que reunieron a especialistas y usuarios. Un ejemplo de ellos son: *TIC e inclusión*, *El verdadero valor de las TIC para el desarrollo* o *¿Qué tendencias marcan cultura digital?*

Para impulsar un uso responsable de los *social media* por parte de los empleados, la Compañía desarrolló una nueva versión del sitio web *Telefónica y la Comunicación 2.0*, que incluye recomendaciones de actuación así como la política de redes sociales del Grupo. Asimismo, impartió un curso sobre el tema, abierto a todos los profesionales.

En los procesos de diálogo online, Telefónica presta atención a clientes, periodistas y medios de comunicación, empleados, académicos y universitarios y, en general, a todas las personas conectadas a las redes sociales.

Los temas prioritarios durante 2012 fueron: nuevos productos y servicios; calidad, provisión y atención a los clientes; emprendedores y emprendimiento; el uso de las TIC en educación; la infancia y el uso de las nuevas tecnologías; el programa *Proniño* y cuestiones sobre inclusión digital.

A través del diálogo establecido en la citada web, Telefónica conoce mejor las opiniones y expectativas de sus grupos de interés, lo que favorece el establecimiento de una conexión emocional. También le permite ofrecer un canal ágil y eficaz de atención y resolución de incidencias, complementario a los *call centers* y las tiendas, y presentar un mayor volumen de información de una forma personalizada.

La potenciación por parte de la Compañía de sus canales más especializados la llevó, en 2012, al sexto puesto del ranking mundial de *social media* en temas de Sostenibilidad (*SMI-Wizness Social Media Sustainability Index*), tras escalar 24 posiciones. Asimismo, Facebook muestra un más que notable crecimiento. Un claro ejemplo es Movistar Perú, que comenzó el año con 270.000 seguidores y lo acabó con un millón. Todo ello puede atribuirse al importante cambio de la estrategia de contenidos y a la promoción de un diálogo abierto.



#### Herramientas para los profesionales

De forma interna, Telefónica utiliza los canales 2.0 para informar, orientar el talento y favorecer el diálogo y la colaboración entre empleados. *Yammer* se ha convertido en una herramienta transversal de conexión entre todos los trabajadores y en un espacio destinado a compartir información, inquietudes, iniciativas y casos reales de la actividad de la Compañía. El 23% de los empleados del Grupo conoce esta red social corporativa, la sigue o participa con frecuencia.

La transferencia de conocimiento en Telefónica se apoya en *eKISS*, una plataforma que superó los 200.000 documentos y las 250.000 visitas durante 2012. Por su parte, las conferencias celebradas reunieron a más de 22.000 asistentes.

En 2012, la Compañía creó una plataforma online con información sobre temas de agenda pública (sanidad, educación, productividad, etcétera) y el papel de las TIC y de Telefónica para contribuir a su transformación. Incluye también el mapa de las instituciones con las que se relaciona. El objetivo es que los empleados usen este material para mejorar su compromiso hacia estas entidades y afianzar el carácter de aliado estratégico con aquellas sociedades en las que el Grupo está presente.

#### Nueva metodología de diálogo sobre Sostenibilidad y 'ecosistema' RCySost

En 2012, Telefónica intensificó la conversación en torno a temas claves para sus stakeholders y la sociedad en general: educación, sanidad, emprendimiento —como vía para generar empleo y aprovechar el talento de los jóvenes— e inclusión social. El debate giró en torno al papel de las TIC como motor de progreso en todos estos aspectos.

Para ello, Telefónica se apoyó en su ecosistema de *social media* Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad. Lo conforman una web (<http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/es/>), un blog (<http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blogs/>), una cuenta de Twitter (<https://twitter.com/RCySost>), un canal en YouTube (<http://www.youtube.com/user/rcysostenibilidad>), una cuenta de Flickr (<http://www.flickr.com/photos/rcysostenibilidad/>) y la plataforma de diálogo online *RConversa* ([www.rconversa.com](http://www.rconversa.com)).

Del mismo modo, la Compañía cuenta con otros blogs, con los que intenta acercar aún más su actividad al día a día de la sociedad, como el de la Red de Cátedras de Telefónica ([www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blog/catedrastelefonica/](http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blog/catedrastelefonica/)). Además, en 2012, Telefónica creó el blog Think Big (<http://blogthinkbig.com>), donde profesionales de la empresa ponen en valor las nuevas tecnologías, la innovación y el emprendimiento.

# Compromiso con los derechos humanos

El análisis global del impacto de la actividad de Telefónica en derechos humanos permite poner de relieve los riesgos y oportunidades incorporándolos en su estrategia empresarial y objetivos de Sostenibilidad.

El respeto y compromiso de Telefónica con los derechos humanos está recogida en sus Principios de Actuación, vigentes desde 2006 para todo el Grupo. Además, como miembro del Pacto Mundial de Naciones Unidas, ha adquirido el compromiso de respetarlos y protegerlos de acuerdo a sus Diez Principios.

La Compañía está convencida de que la gestión global de los derechos humanos es clave en su estrategia de Sostenibilidad. Esta creencia se fundamenta en tres puntos:

- Telefónica es una operadora global con presencia en 24 países.
- En la actualidad, la revolución digital convive con una demanda creciente hacia las empresas para que profundicen en su responsabilidad en el ámbito de los derechos humanos. En esta situación, adquieren una mayor relevancia aquellos relacionados con el sector. Como ejemplos, puede citarse la libertad de expresión, la privacidad o la restricción de contenidos.
- Desde 2006, conforme a los Principios de Actuación de Telefónica, el Grupo ha desarrollado numerosas líneas de acción en el ámbito de derechos humanos. Se hacía necesaria una visión transversal y uniforme que permitiese evaluar su impacto.

En el año 2012, aprovechando el marco único que ofrecen los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos<sup>(1)</sup>, Telefónica se marcó el objetivo de tener una visión homogénea del impacto de su actividad.

### Análisis global

Para la implantación de los Principios Rectores, Telefónica ha definido un proceso formal que facilita la gestión proactiva de los riesgos y el aprovechamiento de las oportunidades, a través de la participación activa de sus principales grupos de interés.

Para ello, con el apoyo externo de *Business for Social Responsibility (BSR)*<sup>(2)</sup>, la Compañía llevó a cabo una evaluación global de su impacto en materia de derechos humanos. Estos fueron sus objetivos:

- Sensibilizar a la organización y desarrollar conocimiento y experiencia interna basándose en equipos multidisciplinares.
- Obtener una visión global de las repercusiones de su actividad, lo que permite identificar riesgos y oportunidades, tanto a nivel corporativo como local.

Este análisis hizo posible en 2012 priorizar los asuntos más significativos y definir la hoja de ruta 2013-2015 de la Compañía en este ámbito.

<sup>(1)</sup> Los Principios Rectores sobre las Empresas y Derechos Humanos, aprobados por unanimidad en 2011, suponen la puesta en práctica del marco de Naciones Unidas para "proteger, respetar y remediar".

<sup>(2)</sup> <http://www.bsr.org/>



**Revolución digital**  
Aumento del impacto de las TIC sobre los derechos humanos. Nuevos desafíos: libertad de expresión, privacidad, seguridad...

**Globalización**  
Internacionalización y deslocalización en países con niveles diferentes de protección de los derechos humanos

**Visión transversal**  
Más global, completa y uniforme

## Hoja de ruta del Proyecto en 2012

### Abril-mayo

#### Preparación y evaluación corporativa

- Evaluación interna de políticas
- Calibración de herramientas
- Talleres introductorios

**71** derechos identificados

**15** temas prioritarios identificados

### Junio-sept.

#### Evaluación local

- Examen inicial de políticas
- Valoración local con grupos de interés internos y externos

**300** documentos de relevancia

### Octubre-nov.

#### Análisis y priorización

- Análisis y principales conclusiones
- Alineamiento con las prioridades clave

**200** personas involucradas

**200** temas evaluados

### Noviembre-dic.

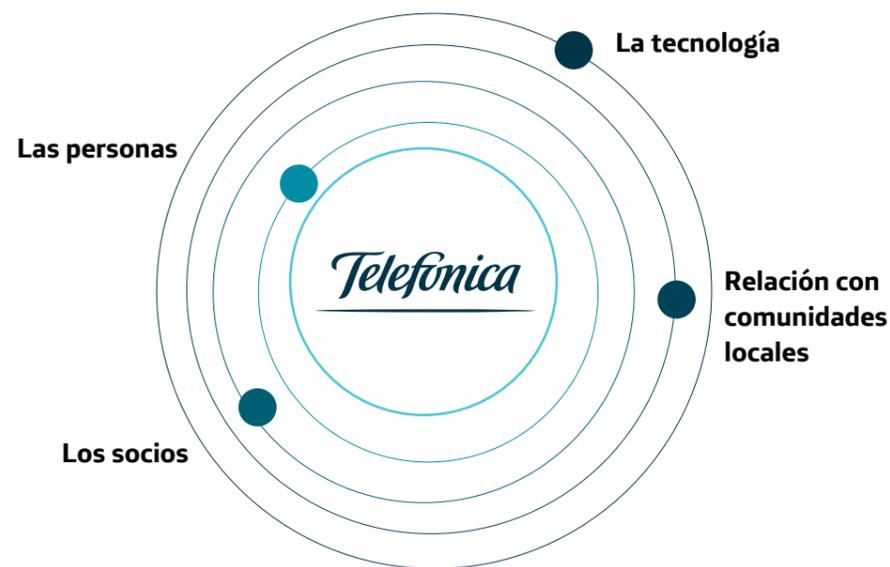
#### Hoja de Ruta Estratégica y entregables

- Objetivos
- Estrategias
- Recomendaciones sobre los siguientes pasos

**32** informes y presentaciones locales

**1** presentación corporativa

**9** informes transversales



## Principales hallazgos

### Sus empleados

La Compañía es consciente de que sus 133.000 trabajadores son la clave de su liderazgo. Constituyen una de las grandes palancas para la creación de una cultura que le permita construir relaciones sostenibles con clientes, trabajadores, accionistas, inversores, comunidades y socios estratégicos.

Telefónica quiere ser el mejor lugar para trabajar. Y lo quiere hacer respetando a sus trabajadores a través de altos estándares laborales, medioambientales, de seguridad y salud y con excelentes condiciones de trabajo, justas y equitativas, en consonancia con sus Principios de Actuación<sup>(3)</sup>.

### Mejores prácticas

La evaluación realizada ha identificado buenas prácticas que, al margen del contexto local, sirven de referencia a nivel global.

→ **España.** Cuenta con un Plan de Igualdad y un Protocolo de Actuación para evitar cualquier tipo de discriminación y acoso laboral. La Comisión de Igualdad de Oportunidades y un comité técnico dependiente de éste supervisan y controlan su efectivo cumplimiento.

Telefonica España cuenta con un Sistema de Seguridad y Salud documentado que cubre los

riesgos operativos. Sus empleados reciben formación obligatoria que, en 2012, alcanzó las 85.466 horas impartidas<sup>(4)</sup>.

Telefónica España consulta a sus profesionales y fomenta su participación en todas las cuestiones que afecten a su seguridad y salud en el trabajo. Éstos también tienen derecho a efectuar propuestas para mejorar los niveles de seguridad y salud.

→ **Reino Unido.** Tiene implementado un Comité de Diversidad y desarrolla actuaciones con las empresas de contratación, para lograr la igualdad de género en los perfiles *senior* (al respecto, se puede consultar el capítulo de diversidad).

→ **Nicaragua.** La política de no discriminación y varios sistemas implantados demuestran un gran desempeño en la promoción de las trabajadoras indígenas dentro de la organización. Prueba de esto último es la contratación en los centros de atención de mujeres de origen criollo, misquito y garífuna en la Costa Caribe.

→ **Alemania.** Establece objetivos concretos en cuestiones de diversidad, de cara a incrementar el número de empleados de colectivos considerados vulnerables, como los jóvenes, los mayores o las personas con discapacidad.

## Sobre privacidad y libertad de expresión

En un mundo cada vez más conectado, los derechos de privacidad y libertad de expresión cobran todavía más relevancia, especialmente para las empresas de telecomunicaciones. El Consejo Nacional de Derechos Humanos de la ONU, celebrado en julio de 2012, recordó que deben promoverse y protegerse tanto en el ámbito físico como en el digital.

Telefónica, junto con otros operadores y fabricantes del sector, conformaron en 2011 el Grupo de Diálogo de la Industria para abordar conjuntamente aspectos relativos a ambos derechos.

El 12 de marzo de 2013, este grupo publicó los Principios rectores sobre libertad de expresión y privacidad en el campo de las telecomunicaciones. Fundamentados en leyes y normas de derechos humanos internacionalmente reconocidas y dentro del marco de "proteger, respetar y remediar" de Naciones Unidas, abordan, específicamente, la interacción y los límites entre el deber del Estado de protegerlos y la Responsabilidad Social de las empresas de telecomunicaciones de respetarlos.

El grupo de diálogo, compuesto por Alcatel-Lucent, France Telecom-Orange, Millicom, Nokia Siemens Networks, Telefónica, TeliaSonera, Telenor, y Vodafone, ha formalizado en un memorando el proceso de trabajo a seguir tras su ratificación.

Para maximizar su difusión y contar con el respaldo de una institución de referencia, también se ha firmado un acuerdo con Global Network Initiative (GNI), en virtud del cual ésta se convierte en la organización de acogida del grupo, además de proporcionar una plataforma común para el intercambio de mejores prácticas.

### La tecnología

Como proveedor líder en el sector con operaciones globales —el Grupo cuenta con cerca de 316 millones de clientes y se encuentra entre las 50 mayores empresas del mundo por ingresos<sup>(5)</sup> (primera europea)—, Telefónica sabe que sus servicios pueden ayudar a promover los derechos humanos o impedir abusos, y que su tecnología puede convertirse en una buena herramienta para producir impactos positivos en los derechos humanos. Para ello, busca que se haga un uso apropiado de todos sus productos, que facilite, y no limite, la libertad de expresión y privacidad.

### Mejores prácticas

La Compañía respeta los derechos y las libertades de las personas, entre los que se encuentra el de la protección de los datos de carácter personal. Sus Principios de Actuación lo contemplan, al tiempo que establecen pautas comunes de comportamiento a todas sus empresas en este ámbito. Tras la evaluación, algunas iniciativas han demostrado que contribuyen a reforzar esa protección y son, además, susceptibles de aplicación global:

→ **Colombia.** Tiene una política de privacidad en el que se respeta el *habeas data* y la privacidad de sus clientes. Lleva a cabo programas de

formación para empleados y contratistas de manera regular acerca de ambos temas, además de la protección de datos.

→ **Brasil.** Telefónica Brasil tiene implementados la política y el proceso de *Proteção das Comunicações Telefônicas e Telemáticas e Pessoais Dados dos Assinantes*, donde además de poseer procesos y sistemas sólidos que les permiten gestionar, detectar y prevenir los riesgos derivados de fuga de información, han definido un proceso robusto para la gestión de terceros y donde el departamento de seguridad de la información realiza evaluaciones de riesgos.

→ **Alemania.** Su política de privacidad es pública y se extiende a sus socios comerciales y proveedores. La figura del *Data Protection Officer* aprueba, controla, audita y gestiona las quejas referentes al procesamiento de datos a través de un canal específico.

El Departamento de Servicios Especiales gestiona los requerimientos gubernamentales de información de datos.

<sup>(3)</sup> "Impulsamos la igualdad de oportunidades y tratamos a todas las personas de manera justa e imparcial, sin prejuicios asociados a la raza, color, nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual, estado civil, edad, discapacidad o responsabilidades familiares".

<sup>(4)</sup> TDE: 72.190 h. TME: 13.276 h.

<sup>(5)</sup> *Financial Times Global 500* (2011).

### Contexto, iniciativas y sistemas de gestión:

La percepción de los grupos de interés permite entender el contexto local y las exigencias más importantes en cada uno de los asuntos, de tal manera, que pueda ser utilizado para mejorar los sistemas de gestión e iniciativas existentes



### Estrategia:

Desarrollar un plan lo suficientemente amplio y flexible para adaptarse a las necesidades locales y globales

### Dos claves:

Sensibilizar a la organización y contar con un equipo multidisciplinar especialista en el campo de los derechos humanos aplicados a empresas

Telefónica extiende su actuación de derechos humanos a las relaciones comerciales gracias a la gran gestión en su cadena de valor

### Sus socios comerciales

El Grupo es consciente de su responsabilidad en la cadena de suministro, tanto por su presencia internacional como por su impacto y el de sus proveedores<sup>(7)</sup> directos. Su actuación en cuanto a los derechos humanos se extiende a sus relaciones comerciales mediante una buena gestión de su cadena de valor. De esta manera, Telefónica quiere aprovechar su posición para propiciar cambios en este ámbito y mitigar riesgos.

### Mejores prácticas

La Compañía establece, fomenta y mantiene una elevada exigencia de responsabilidad social en sus líneas de actividad, para lo que promueve el cumplimiento de estándares éticos, laborales, medioambientales y de seguridad y salud por parte de todos sus proveedores.

Esta actitud pretende impulsar una mejora en las condiciones de vida y trabajo de las personas que participan en su cadena de suministro. Contribuye así a lograr un mundo mejor y sostenible y refuerza su compromiso con los derechos humanos.

<sup>(7)</sup> Ver capítulo de Sostenibilidad de la cadena de suministro en este Informe.

<sup>(8)</sup> El programa *Aliados*, iniciado en 2008, establece un marco de actuación que fomenta la gestión sostenible con terceros. Tiene como objetivo mejorar el cumplimiento de estándares sociolaborales, impulsar el desarrollo de las empresas colaboradoras y garantizar la excelencia del servicio a los clientes.

<sup>(9)</sup> Sistemas de información que integran y gestionan muchos de los procesos internos de la Compañía.

- **Reino Unido.** Modelo de gestión que garantiza la integración de los aspectos de Sostenibilidad en los procesos de compras (ver capítulo de *Sostenibilidad de la cadena de suministro*).
- **Perú.** Además del programa *Aliados*<sup>(8)</sup>, Telefónica Perú cuenta con iniciativas que motivan a sus proveedores a adquirir buenas prácticas en materia de gestión segura y responsable. Realizan actividades como auditorías de campo y de gabinete, y han comenzado a elaborar un plan de homologación de proveedores mediante la certificación ABE<sup>(9)</sup>. Como resultado de este último, el 25% del personal de terceros (7.457 trabajadores) se encuentra en empresas que actualmente gozan de esa certificación.

### Su posición con las comunidades locales

Presente en 24 países, la Compañía es líder a nivel internacional en provisión de soluciones de comunicación, información y entretenimiento. Por eso tiene en cuenta el importante papel de la innovación tecnológica para el logro de ventajas competitivas sostenibles, y también su capacidad para generar impactos positivos en la comunidad mediante respuestas innovadoras.

**Reforzar y adaptar las actuales políticas,** procesos y mecanismos de reparación según las lagunas identificadas

**Dar una respuesta global** a los riesgos que afectan a la mayoría de los países



**Desarrollar,** entre los Principios de Actuación de Telefónica, el referido a los Derechos Humanos

Con la aplicación de sus productos, servicios y experiencia, Telefónica busca la cercanía a las necesidades locales más importantes, guiada por el respeto a los derechos humanos.

A través de los programas de Fundación Telefónica se ha demostrado, en el 100% de los países evaluados, que la Compañía apoya y potencia el acceso a la educación (ver el capítulo dedicado a la Fundación en este Informe). En el 75% de ellos se han establecido programas de innovación social de las TIC que dan apoyo a jóvenes, personas mayores, personas con discapacidad y consumidores con bajos ingresos.

### Mejores prácticas

#### » Brasil

Ofrece servicios *e-health*, como el programa *NascerBem*, dirigido a embarazadas. Además, dispone de proyectos piloto para pacientes crónicos. A través de campañas como SMS Torpedo, se esfuerza en promover la donación de sangre, la prevención de enfermedades y las vacunaciones.

#### » Chile

Ha llevado a cabo iniciativas para las redes asistenciales del Ministerio de Salud, con el desarrollo de centros de telemedicina. Como parte de su alianza con esta institución, realizó

una experiencia piloto entre hospitales de Talcahuano, San Carlos y Linares.

#### » Perú

Se ha comprometido con el desarrollo sostenible de sus comunidades locales a través del uso de las TIC. Entre las actuaciones de Telefónica en este país desde hace más de dos años, destaca el premio *ConectaRSE para Crecer*, que distingue iniciativas basadas en las TIC que hayan generado un gran impacto en las poblaciones rurales. El proyecto recibió 102 candidaturas en el país (de 20 regiones diferentes) y ha otorgado cerca de 30.000 euros en insumos o materiales a cada una de las organizaciones seleccionadas.

#### » España

A través del área de *e-health* lanzan productos y servicios que ayudan a mejorar la asistencia sanitaria mediante la telemedicina y la atención remota especializada. Un buen ejemplo de esto último es el servicio para la gestión de los pacientes crónicos, que permite monitorizar las principales constantes vitales de los pacientes, e incluye herramientas de soporte para la prevención y de apoyo al autocuidado.

## Trabajo en conjunto: sumar fuerzas

### Comisión Europea

El desarrollo de una **Guía de Derechos Humanos** para las TIC constituye el propósito del grupo de trabajo en el marco de la Unión Europea.

### GESI

El grupo del **'Global e-Sustainability Initiative'** aborda asuntos relacionados con este ámbito con una visión global.

### GNI

'Global Network Initiative' acoge el Grupo de Diálogo de la Industria para la libertad de expresión y la privacidad y proporciona una **plataforma para el intercambio de mejores prácticas**, conocimiento y herramientas.

### Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación del Gobierno de España

Grupo de trabajo para la elaboración del Plan Nacional sobre Empresas y Derechos Humanos.

# Con los derechos del niño\_

“Todas las empresas deben contribuir a la erradicación del trabajo infantil en todas las actividades empresariales y relaciones comerciales”.

(Principio 5 del Pacto Global de Naciones Unidas)

### El compromiso

Telefónica considera que los niños son la clave del futuro aunque con frecuencia se encuentran entre los miembros más marginados y vulnerables de la sociedad. Por eso la Compañía trabaja activamente para lograr el respeto de sus derechos.

En línea con lo establecido en el Principio 5 del Pacto Global, el marco de actuación de Telefónica en la erradicación contra el trabajo infantil se articula en tres pilares fundamentales:

- Cumplir con la responsabilidad de respetar los derechos del niño en las operaciones de la empresa y en la cadena de suministro.
- Promover el respeto por los derechos de los niños, especialmente en lo que se refiere a educación e infancia libre de trabajo infantil.
- Incentivar actuaciones y promover alianzas para lograr un mayor impacto en la erradicación del trabajo infantil.

#### 1. Cumplir con la responsabilidad de respetar los Derechos del Niño

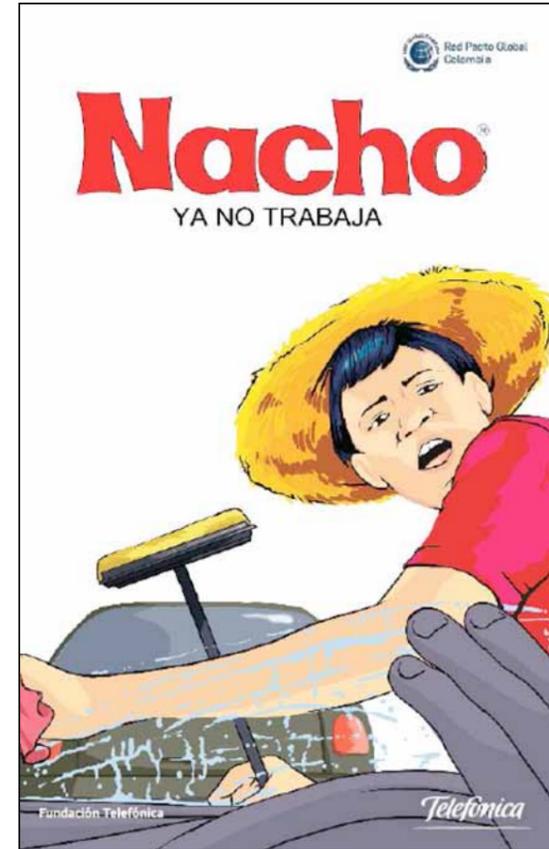
El Grupo cumple con los requerimientos locales y estándares internacionales en la contratación de jóvenes trabajadores.

La cadena de suministro de la Compañía está compuesta por cerca de 20.000 proveedores presentes en 68 países. Esta escala y la responsabilidad inherente llevaron a establecer en 2010 una nueva Política de responsabilidad en la cadena de suministro, donde se promueve la eliminación del trabajo infantil en la cadena de valor.

#### 2. Promover los derechos de los niños

En el año 2001, Fundación Telefónica incluyó el trabajo infantil como uno de sus ejes de actuación, como consecuencia de su ingreso en el mercado latinoamericano, donde se estima que existen más de 14 millones de niños y niñas trabajadores.

Telefónica quiere transformar el enfoque tradicional en otro más global que considere todos los derechos de los niños y niñas



### Guía de identificación y mitigación de riesgos de trabajo infantil en las empresas

Realizada en base a los criterios de la Organización Internacional del Trabajo, la legislación colombiana y la *Guía para Empleadores para la erradicación del trabajo infantil*, el documento ha sido llevado ante diversas audiencias.

#### Enfoque tradicional

- **Prevención** del trabajo infantil en operaciones propias y cadena de suministro
- **Acciones filantrópicas** en la protección de la infancia



#### Enfoque de derechos

- Visión global del impacto de la empresa en los niños y niñas
- Diseño de productos y servicios
- Métodos de marketing y publicidad
- Trabajo digno
- Prevención del trabajo infantil
- Protección en situaciones de emergencia
- Acciones filantrópicas
- Relación con los gobiernos



**Octubre**  
2013

Cumbre Mundial para la erradicación del Trabajo Infantil



**Abril**  
2013

Reunión de redes americanas en Bogotá: taller de formaciones



**Diciembre**  
2012

Firma del convenio con la Red Colombiana del Pacto Mundial



**Noviembre**  
2012

Presentación ante las redes locales del Pacto en América



**Octubre**  
2012

Presentación de la Guía ante el Pacto Mundial

El programa 'Proniño', de la Fundación, busca proteger, formar y preparar para la vida a los niños y niñas para que puedan definir su destino

Para ello, definió un modelo de atención integral a la infancia que se ha aplicado de manera equivalente en 13 países de la región beneficiando a más de 431.000 niños hasta 2012. Esta experiencia le ha permitido construir un caudal de conocimiento de amplio valor para la formulación de estrategias efectivas para la erradicación del trabajo infantil.

La estrategia de intervención en el programa *Proniño*, de Fundación Telefónica, se centra en el niño y en la niña, en especial en su protección, formación, preparación para la vida y en el protagonismo de su propio destino y desarrollo. La razón de ser es contribuir a generar las condiciones necesarias que aseguren que el retiro de situaciones de trabajo infantil sea sostenible. Por ello, la actuación trasciende el ámbito y el espacio de la escuela para constituirse en un proyecto de vida para el niño y la niña que involucra a las familias y otros agentes sociales, redes e instituciones locales.

Además de realizar proyectos de intervención directa en cada país, se busca convertir la experiencia en conocimiento social, potenciar el desarrollo de competencias en agentes locales aliados para la ejecución de las propuestas, contribuir a movilizar políticas públicas como forma de asegurar la erradicación del trabajo infantil y movilizar otras redes desde los principios de Responsabilidad Social.

La sistematización de buenas prácticas, la generación de alianzas estratégicas con agentes claves, el aporte de la gestión empresarial a la gestión social y el desarrollo de estudios e investigaciones que alimenten esta sinergia constituyen el soporte de las líneas de trabajo de la Compañía.

**3. Incentivar actuaciones y promover alianzas para lograr un mayor impacto en la erradicación del trabajo infantil**  
Fundación Telefónica y el Pacto Global han desarrollado la *Guía de identificación y mitigación de riesgos de trabajo infantil en la cadena de valor de las empresas*.

#### Estructura y objeto

La Guía muestra una metodología para la identificación, evaluación y administración de los riesgos de trabajo infantil en el ámbito empresarial basada en una autoevaluación. El libro ha sido realizado en base a los criterios de la Organización Internacional del Trabajo, la legislación colombiana y la *Guía para Empleadores para la erradicación del trabajo infantil*.

El contenido se estructura en dos secciones:

- Desarrollo del marco conceptual, en base a normas internacionales sobre el trabajo infantil; los principios contenidos en las iniciativas voluntarias internacionales de autorregulación y los principios establecidos en la Convención sobre los Derechos del Niño de Naciones Unidas.

## Todas las empresas deben...

- 1. Cumplir** con su responsabilidad de respetar y promover los derechos del niño.
- 2. Contribuir a la erradicación del trabajo infantil** en todas las actividades empresariales y relaciones comerciales.
- 3. Proporcionar un trabajo digno** a los jóvenes trabajadores, padres y cuidadores.
- 4. Asegurar la protección y seguridad de los niños** en todas las actividades e instalaciones empresariales.
- 5. Garantizar** que los productos y servicios sean seguros y que, a través de ellos, se promueven los derechos del niño.
- 6. Utilizar marketing y publicidad** que respeten y apoyen los derechos del niño.
- 7. Respetar y promover** los derechos del niño en relación con el medio ambiente y la adquisición y uso de tierras.
- 8. Respetar y promover** los derechos del niño en las disposiciones de seguridad.
- 9. Ayudar a proteger** a los niños afectados por situaciones de emergencia.
- 10. Reforzar los esfuerzos** de la comunidad y el gobierno para proteger y satisfacer los derechos del niño.

- Desarrollo de la metodología y herramientas para la identificación, evaluación y gestión del riesgo de existencia de trabajo infantil derivado de la actividad empresarial, incluida su cadena de suministro. Asimismo se incluyen casos y experiencias empresariales que ilustran los pasos metodológicos propuestos.

Desde su elaboración, Telefónica ha llevado a cabo muchas actuaciones para difundir la Guía y lograr un mayor impacto en su aplicación y en el número de empresas que la siguen.

La colaboración con la Red Colombiana del Pacto Mundial facilitará su divulgación porque además de realizarse una versión más amigable de la guía se cuenta con un soporte web para la aplicación de las fases descritas en el documento.

#### El reto

Hasta la fecha, el reconocimiento de la responsabilidad de las empresas hacia la infancia se ha centrado con frecuencia en la prevención y eliminación del trabajo infantil.

Telefónica trabaja para transformar este enfoque tradicional en otro más global que permita una visión completa de la actuación de la Compañía en el ámbito de los derechos del niño, tal y como se describe en los Principios del Niño elaborado por Unicef.



## Política de responsabilidad en la cadena de suministro

### Eliminación del trabajo infantil

- La eliminación del trabajo infantil se llevará a cabo buscando los **intereses de los niños afectados**.
- Las compañías deberán desarrollar o participar y contribuir en políticas y programas que **faciliten la detección de niños que realizan trabajo infantil**, con el fin de corregir la situación y permitirles seguir una educación de calidad.
- Los niños y niñas y jóvenes menores de 18 años que, de acuerdo a la legislación local, puedan acceder al mercado laboral, **no trabajarán de noche ni en condiciones peligrosas**.
- En cualquier caso, la acción que se tome se realizará **considerando los intereses del niño**, de conformidad con las disposiciones del Convenio de la OIT 138 y deberá ser coherente con el Convenio de los Derechos del Niño de la ONU.

# Indicadores Telefónica

Aspectos económicos	Unidad	2010	2011	2012	% Var.
Ingresos de Telefónica	Mill. de euros	60.737	62.837	62.356	-0,8%
Innovación tecnológica	Mill. de euros	4.814	5.091	5.771	13,4%
Aportaciones fiscales <sup>(1)</sup>	Mill. de euros	12.894	13.768	13.806	0,3%
Gastos salariales totales	Mill. de euros	8.409	11.080	8.569	-22,7%
Inversión en infraestructuras	Mill. de euros	10.844	10.224	9.458	-7,5%
Volumen de compras adjudicado	Mill. de euros	26.828	27.295	27.958	2,4%
Inversión en I+D	Mill. de euros	797	983	1.072	9,1%
Proveedores locales	%	87,5%	90,2%	85,6%	-5,1%
Número de empleados despedidos por incumplimiento de los Principios de Actuación	Unidades	7	5	2	-60,0%
Número de incidentes de corrupción investigados por la Oficina de Principios de Actuación	Unidades	5	2	1	-50,0%
Empleados formados en Principios de Actuación <sup>(2)</sup>	%	59,7%	48,4%	63,43%	31,2%
Número de auditorías realizadas a proveedores de riesgo	Unidades	1.163	1.773	1.244	-29,8%

Aspectos sociales	Unidad	2010	2011	2012	% Var.
Plantilla total física	Personas	285.106	291.004	133.263	-54,2%
Plantilla fija	Personas	231.124	238.783	126.123	-47,2%
Índice de absentismo <sup>(3)</sup>	Días	5.560	4.436	5.569	25,5%
Número de horas de formación	Miles de horas	13.052	17.438	3.912	-77,6%
Mujeres en plantilla	%	51,5%	53,9%	37,9%	-29,7%
Mujeres directivas	%	16,8%	19,1%	19,3%	1,0%
Número de personas con discapacidad	Personas	1.610	1.568	1.065	-32,1%
Total inversión social (LBG)	Miles de euros	131.959	143.259	158.061	10,3%
Horas de voluntariado	Horas	109.796	112.943	188.951	67,3%

Aspectos medioambientales	Unidad	2010	2011	2012	% Var.
<b>Despliegue de red responsable</b>					
Adecuaciones de impacto visual	Unidades	n/a	488	677	38,7%
Infraestructuras compartidas	Unidades	26.781	27.989	33.013	17,9%
Mediciones de campos electromagnéticos	Unidades	14.315	15.571	16.585	6,5%
Inversión y gasto en medio ambiente	Miles de euros	23.558	12.164	33.020	171,5%
<b>Consumo de recursos</b>					
Total consumo de papel (incluye facturas)	Toneladas	15.243	13.672	11.856	-13,3%
Número de clientes con factura electrónica	Miles	n/d	n/d	17.491	--
Consumo de agua	m <sup>3</sup>	4.003.984	4.197.800	5.602.572	33,5%
<b>Residuos</b>					
Total residuos gestionados	Toneladas	29.461	24.024	30.410	26,6%
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (internos)	Toneladas	2.082	2.690	1.309	-51,3%
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (clientes)	Toneladas	1.644	1.700	1.134	-33,3%
<b>Inventario de energía y CO<sub>2</sub><sup>(4)(5)(6)</sup></b>					
<b>Energía</b>					
Consumo combustible flotas (gasolina y diésel)	Miles de litros	24.696	23.407	18.404	-21,4%
Consumo biocombustible flotas (etanol y biodiésel)	Miles de litros	1.640	928	758	-18,3%
Consumo gasóleo operaciones y oficinas	Miles de litros	18.301	17.559	18.227	3,8%
Consumo gas natural operaciones y oficinas	Nm <sup>3</sup>	6.618.637	5.273.932	5.328.936	1,0%
Consumo eléctrico operaciones	MWh	5.106.693	5.229.432	5.210.667	-0,4%
Consumo eléctrico oficinas	MWh	770.956	767.035	669.920	-12,7%
Generación y compra de energía renovable	MWh	682.142	748.086	897.974	20,0%
<b>Emisiones de GEI</b>					
Emisiones directas (Alcance 1)	tCO <sub>2</sub> eq <sup>(7)</sup>	128.582	120.392	109.708	-8,9%
Emisiones indirectas (Alcance 2)	tCO <sub>2</sub> eq	1.569.658	1.613.036	1.642.455	1,8%
Otras emisiones indirectas (Alcance 3) <sup>(8)</sup>	tCO <sub>2</sub> eq	45.846	45.563	36.995	-18,8%
Emisiones evitadas <sup>(9)</sup>	tCO <sub>2</sub> eq	251.369	282.156	311.753	10,5%
Emisiones totales	tCO <sub>2</sub> eq	1.744.086	1.778.990	1.789.158	0,6%

<sup>(1)</sup> Esta cifra difiere de la publicada en el apartado *Telefónica como motor de progreso en las comunidades en que está presente* por expresarse aquí bajo el criterio de devengo contable y no bajo el criterio de caja.

<sup>(2)</sup> En los datos de empleados formados en Principios de Actuación no se incluyen los trabajadores de Atento.

<sup>(3)</sup> Tasa de absentismo (AR). AR = (nº total de días perdidos, por ausencia, durante el periodo / nº total de días trabajados por el colectivo de trabajadores durante el mismo periodo) x 200.000.

<sup>(4)</sup> Revisión realizada por Aenor.

<sup>(5)</sup> Inventario basado en ISO 14.064, GHG Protocol & ITU-T L.1420.

<sup>(6)</sup> Datos de energía y emisiones 2011 verificados en 2012. Datos de energía y emisiones 2012 en proceso de verificación.

<sup>(7)</sup> CO<sub>2</sub>eq = CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub> & N<sub>2</sub>O.

<sup>(8)</sup> Otras emisiones indirectas debidas a viajes de trabajo y consumo de combustible en flota de empresas colaboradoras.

<sup>(9)</sup> Emisiones evitadas gracias a la generación y compra de energía renovable.

# Tabla de hitos y retos

## Identificación y Gestión de Riesgos Reputacionales

### Hitos 2012

Actualización de la metodología de gestión de riesgos con impacto en la reputación (incluida en el procedimiento corporativo de gestión de riesgos).  
Incorporación de la política corporativa de gestión de riesgos (incluidos los riesgos con impacto en la reputación) a los procesos de Fundación Telefónica.

### Retos 2013

Implantación progresiva de esta metodología en los diferentes países y actualización de sus respectivos mapas de riesgos reputacionales.  
Levantamiento de los mapas de riesgos reputacionales de las Fundaciones Telefónica locales.

## Código ético: Principios de Actuación

Implantación del Código Ético en Telefónica Brasil, tras el proceso de integración de las áreas de operaciones fijas y móviles tras la compra de Vivo en 2010.

Ratificación del Código Ético en la operación en Costa Rica e implantación de los mecanismos asociados.  
Definición de una nueva actividad formativa a nivel global sobre el Código Ético de carácter obligatorio.  
Establecimiento de objetivos de formación 2013-2014 y elaboración de los planes de impartición en cada una de las operaciones.

Inicio del proceso de ratificación de los Principios de Actuación en Costa Rica, donde recientemente se han iniciado operaciones comerciales.

Afianzar el canal de Principios de Actuación como canal donde todos los empleados tienen la posibilidad de realizar preguntas, buscar consejo y plantear cuestiones asociadas al cumplimiento de los Principios de Actuación y normativas asociadas, de forma anónima o personal.

## Privacidad

Colaboración activa con la Comisión Europea para la revisión del marco normativo.

Fortalecer el posicionamiento público colaborando activamente con instituciones públicas y privadas que lideran el debate de la Privacidad.

Privacidad desde el diseño y por defecto en los productos de Telefónica: Tuenti, *SmartSteps*, etcétera.

Comunicar la Política de Privacidad del Grupo, tanto entre empleados como entre colaboradores.

Impulsar los procedimientos internos básicos que garanticen la privacidad por diseño y por defecto en los nuevos servicios digitales.

Definición de la figura del *Chief Privacy Officer* del Grupo y *Data Protection Officer* en cada uno de los países.

## Responsabilidad en la cadena de suministro

Consolidación de la Gestión Global de compras e impulso de las herramientas de comercio electrónico, consiguiendo una mejora de un 11% en la valoración global del Modelo de compras por parte de los proveedores.

Velar por la sostenibilidad en toda la Cadena de Suministro, implantando progresivamente un sistema de evaluación 360° en los proveedores de alto y medio riesgo.

Celebración del *Vendors day* con los principales proveedores.

Adaptar los criterios de sostenibilidad a la plataforma de Compras.

Consolidación del programa *Aliados* en Latinoamérica como factor clave en la sensibilización y aseguramiento de la sostenibilidad con los proveedores.

Fortalecer los mecanismos de control, aseguramiento, sensibilización y diálogo con los proveedores.

## Medio Ambiente

Publicó el compromiso de reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>, 30% por acceso equivalente a 2020.

Seguir formando parte de las empresas líderes del *Carbon Disclosure Project*.

Afanzamiento de la colaboración con la ITU en la elaboración de estándares para medir el impacto ambiental de las TIC.

Implantados 35 proyectos de eficiencia energética que supusieron una reducción de 15 GWh en 2012, 5 millones de euros de ahorro y 3.300 t de CO<sub>2</sub> evitadas.

Medición de emisiones de CO<sub>2</sub> evitadas en los servicios, conforme a los estándares de la ITU, sobre todo servicios *Green TIC* en ciudades.

Inclusión de los servicios *Green TIC* en el modelo de *smart cities* de Telefónica.

Consolidación del cuadro de mando de gestión de riesgos ambientales en Telefónica.

## Seguridad y Salud

Ampliación de la auditoría del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud a filiales.

Homogeneización de procedimientos e instrucciones entre unidades de negocio regionales.

## Inclusión Digital

Celebración del *I Open International Forum* en Barcelona.

Convertir el *marketplace* de M-Inclusion en una plataforma de referencia como repositorio de las mejores aplicaciones para colectivos en riesgo de exclusión.

Presentación del *Roadmap* de tendencias de la tecnología móvil para facilitar la inclusión social de los colectivos en riesgo de exclusión.

## Buen uso de Internet para niños

Puesta en marcha del botón de denuncia para smartphones y tablets.

Elaboración e implantación de la normativa corporativa para un mejor Internet para los niños.

Consecución de los objetivos de la Coalición de los CEOs para un mejor internet para los niños.

Elaboración e implantación de la nueva normativa corporativa de contenidos.

Lanzamiento en Colombia de la primera *Hotline* de la red Inhope en América Latina.

Implantación del *Child Safety Advisory Center* en España, Irlanda y Reino Unido.

## Derechos humanos

Realización de la evaluación del impacto del Grupo en DD. HH.

Desarrollo del compromiso de Telefónica en materia de DD. HH.

Firma de los Principios Rectores de Libertad de Expresión y Privacidad del Sector TIC.

Difusión de los Principios Rectores e inicio de su implantación dentro del Grupo de Diálogo.

Desarrollo de la "Guía metodológica para identificación y evaluación de riesgos de trabajo infantil".

Difusión de la Guía e inicio de la implantación en los principales países de Latinoamérica.

# Reconocimientos a la excelencia

A continuación, algunos de los premios y distinciones recibidos por Telefónica durante 2012 por su gestión de la Sostenibilidad.

## Globales

Premio *Global Volunteer Program*, de la International Association Volunteer Effort al trabajo de los voluntarios de Fundación Telefónica.

Mejor operadora no norteamericana, según el ranking *World's Most Admired Companies* de Fortune.

Segunda mejor empresa para trabajar en Latinoamérica y 13ª del mundo, según *Great Place to Work*.

Empresa número 15 del Índice Mundial de las empresas más *green* de la revista norteamericana *Newsweek*, y cuarta del sector.

## Alemania

Tercera mejor empresa para trabajar, según *Great Place to Work*.

Premio *Politikaward* para Telefónica Deutschland en la categoría Responsabilidad Corporativa por el programa *Think Big*.

## Argentina

Premio Mejor Reporte Social de Empresas por el Informe de Sostenibilidad Corporativa de Telefónica, distinción otorgada por el Foro Ecueménico Social.

## Brasil

Operadora con mejores indicadores de desempeño en atención al cliente del país, según el *Projeto Indicadores Públicos de Defesa do Consumidor*, del Ministério da Justiça.

Premio *Global Mobile Award de 2013* de Melhor por *Conexão Amazônica*, una iniciativa móvil de inclusión digital para mercados emergentes.

## Chile

Tercera mejor empresa para trabajar, según *Great Place to Work*.

Primer lugar en el ranking de Innovación Empresarial (REI) 2012 del ESE Business School de la Universidad de los Andes.

Tercer mejor *Lugar para Padres y Madres que Trabajan*, de la Fundación Chile Unido.

## Colombia

Tercera mejor empresa para trabajar, según *Great Place to Work*.

Premio *Accenture a la Innovación 2012* por la aplicación móvil *Yo digo, aquí estoy*.

Primera empresa del sector Telco en Responsabilidad Corporativa, según el ranking Merco.

## Ecuador

Mejor empresa para trabajar, según *Great Place to Work*.

## España

El Foro Justicia y Discapacidad del Consejo General del Poder Judicial (CGPJ) concedió uno de sus galardones a ATAM en la modalidad *A una actuación empresarial*, por su contribución a la integración laboral de las personas con discapacidad.

Premio *AECA a la Transparencia Empresarial* en la modalidad de sociedades cotizadas en el IBEX-35, en reconocimiento de la calidad y transparencia de la información que difunde el Grupo a través de su web corporativa (1.0 y 2.0), en el área de *reporting* financiero y buen Gobierno Corporativo.

Empresa más valorada del sector de las telecomunicaciones, según la décima oleada del Estudio KAR de IPSOS por su apoyo y aportación en beneficio de la sociedad, y su cuidado y respeto hacia el medio ambiente.

Compañía española con mejor atención al cliente, según el último informe de la Asociación Pro Derechos Civiles, Económicos y Sociales (ADECES).

Premio al mejor proyecto por *M-Inclusión* por su compromiso social y medioambiental 2013, según la Asociación Española de Usuarios de los Servicios de Telecomunicación e Información (AUTELSI).

## Irlanda

*O2 Money Card*, primer producto prepago del *Best Global Prepaid Consumer Programme*.

## México

Premio *Ética y Valores en la Industria* en la categoría de *Mejores Prácticas en Responsabilidad Social*, que otorga anualmente la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN) en coordinación con la Fundación Mexicana para la Innovación y Transferencia de Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa (FUNTEC).

## Centroamérica

Primer informe en Panamá en obtener el nivel de Pacto Global Avanzado.

Reconocimiento de la Unión Nicaragüense para la Responsabilidad Social Empresarial (UniRSE) por sus mejores prácticas dentro de la Responsabilidad Corporativa en la categoría de *Empoderamiento Económico y Desarrollo en la Comunidad por los Programas Sociales*.

## Perú

Distintivo *Empresa Socialmente Responsable* otorgado por Perú 2021.

## Reino Unido

Galardón *Company of the Year* en el *2012 Business Green Leaders Awards*.

## República Checa

Primer puesto de los *Top Responsible Company 2012* de la entidad independiente Business for Society por sus servicios a los clientes con discapacidad.

Premio *Sodexo Empleador del Año 2012* como mejor compañía del sector de las TIC.

## Venezuela

Mejor empresa para trabajar, según *Great Place to Work*.

# Referencias GRI

## PARTE I: Indicadores de perfil

### 1. Estrategia y análisis

Perfil	Descripción	Respuesta en 2011	Respuesta en 2012	Localización	Explicación de la omisión
1,1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	✓	✓	Carta del Presidente	
1,2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	✓	✓	Gestión de riesgos e Informe Anual	

### 2. Perfil de la organización

Perfil	Descripción	Respuesta en 2011	Respuesta en 2012	Localización	Explicación de la omisión
2,1	Nombre de la organización.	✓	✓	Principios para la elaboración del Informe	
2,2	Principales marcas, productos y/o servicios.	✓	✓	Principios para la elaboración del Informe	
2,3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos ( <i>joint ventures</i> ).	✓	✓	Informe Financiero y Anual	
2,4	Localización de la sede principal de la organización.	✓	✓	Principios para la elaboración del Informe	
2,5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en el Informe.	✓	✓	Perímetro de Consolidación de la Información	
2,6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	✓	✓	Principios para la elaboración del informe e Informe de Gobierno Corporativo	
2,7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	✓	✓	Gestión de las relaciones sostenibles con clientes	
2,8	Dimensiones de la organización informante.	✓	✓	Perímetro de Consolidación de la Información	
2,9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la Memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	✓	✓	Perímetro de Consolidación de la Información	
2,10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	✓	✓	Reconocimientos a la excelencia	

## 3. Parámetros de la Memoria

Perfil	Descripción	Respuesta en 2011	Respuesta en 2012	Localización	Explicación de la omisión
3,1	Periodo cubierto por la información contenida en la Memoria.	✓	✓	Principios para la elaboración del Informe	
3,2	Fecha de la Memoria anterior más reciente (si la hubiere).	✓	✓	Principios para la elaboración del Informe	
3,3	Ciclo de presentación de Memorias (anual, bienal, etcétera).	✓	✓	Principios para la elaboración del Informe	
3,4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la Memoria o su contenido.	✓	✓	Principios para la elaboración del Informe	
3,5	Proceso de definición del contenido de la Memoria.	✓	✓	Principios para la elaboración del Informe	
3,6	Cobertura de la Memoria (por ejemplo, países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores).	✓	✓	Perímetro de Consolidación de la Información	
3,7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la Memoria.	✓	✓	Perímetro de Consolidación de la Información	
3,8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos ( <i>joint ventures</i> ), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	✓	✓	Perímetro de Consolidación de la Información	
3,9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la Memoria.	✓	✓	Perímetro de Consolidación de la Información	
3,10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a Memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio o métodos de valoración).	✓	✓	Perímetro de Consolidación de la Información	
3,11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la Memoria.	✓	✓	Perímetro de Consolidación de la Información	
3,12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la Memoria.	✓	✓	Estructura del Informe	
3,13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la Memoria. Si no se incluye el Informe de verificación en la Memoria de Sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	✓	✓	Principios para la elaboración del Informe	

#### 4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés

Perfil	Descripción	Respuesta en 2011	Respuesta en 2012	Localización	Explicación de la omisión
4,1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	✓	✓	Informe de Gobierno Corporativo	
4,2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	✓	✓	Informe de Gobierno Corporativo	
4,3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número y el sexo de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	✓	✓	Informe de Gobierno Corporativo	
4,4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	✓	✓	Informe de Gobierno Corporativo	
4,5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	✓	✓	Informe de Gobierno Corporativo	
4,6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	✓	✓	Informe de Gobierno Corporativo	
4,7	Procedimiento de determinación de la composición, capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno y sus comités, incluida cualquier consideración sobre el sexo y otros indicadores de diversidad	✓	✓	Informe de Gobierno Corporativo	
4,8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	✓	✓	Código ético de Telefónica: Principios de Actuación	
4,9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios	✓	✓	La Sostenibilidad, herramienta de creación de valor	
4,10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	✓	✓	Informe de Gobierno Corporativo	
4,11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	✓	✓	Gestión de riesgos	
4,12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	✓	✓	Impacto de los servicios de telecomunicaciones	
4,13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	✓	✓	A lo largo de todo el Informe	
4,14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	✓	✓	Metodología de diálogo con los grupos de interés	
4,15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	✓	✓	Metodología de diálogo con los grupos de interés	

Perfil	Descripción	Respuesta en 2011	Respuesta en 2012	Localización	Explicación de la omisión
4,16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	✓	✓	Metodología de diálogo con los grupos de interés	
4,17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	✓	✓	Matriz de materialidad	

#### PARTE II. Enfoque de la Dirección (DMAs)

G3 DMA	Descripción	Respuesta en 2011	Respuesta en 2012	Localización	Explicación de la omisión
DMA EC	Dimensión económica	✓	✓	Dimensión económica	
DMA EN	Dimensión medioambiental	✓	✓	Dimensión ambiental	
DMA LA	Dimensión laboral	✓	✓	Dimensión social	
DMA HR	Dimensión de derechos humanos	✓	✓	Impacto de la actividad de Telefónica en Derechos Humanos	
DMA SO	Dimensión social	✓	✓	Dimensión social	
DMA PR	Dimensión de clientes	✓	✓	Gestión de las relaciones sostenibles con clientes	

#### PARTE III. Indicadores de desempeño

##### Económico

Perfil	Descripción	Respuesta en 2011	Respuesta en 2012	Localización	Explicación de la omisión
<b>Desempeño económico</b>					
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	✓	✓	Motor de progreso	
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	✓	✓	Gestión ambiental	
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	✓	✓	Telefónica como inversor responsable	
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	✓		Informe Financiero	
<b>Presencia en el mercado</b>					
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	No	✓	Gestión de la Diversidad	

Perfil	Descripción	Respuesta en 2011	Respuesta en 2012	Localización	Explicación de la omisión
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	✓	✓	Motor de progreso	
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	No	✓	Atracción y retención del talento	
<b>Impactos económicos indirectos</b>					
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	✓	✓	Innovación en Telefónica	
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	✓	✓	Motor de progreso	

## Medio ambiente

Perfil	Descripción	Respuesta en 2011	Respuesta en 2012	Localización	Explicación de la omisión
<b>Materiales</b>					
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	✓	✓	Medio ambiente	
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados..	✓	✓	Medio ambiente	
<b>Energía</b>					
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	✓	✓	Green desde TIC	
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	✓	✓	Green a través de las TIC	
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	✓	✓	Green desde TIC	
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	✓	✓	Green a través de las TIC	
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	✓	✓	Green a través de las TIC	
<b>Agua</b>					
EN8	Captación total de agua por fuentes.	✓	✓	Medio ambiente	
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No	No		Este indicador no es aplicable para el conjunto de actividades de la Compañía
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	No	✓	Green a través de las TIC	

Perfil	Descripción	Respuesta en 2011	Respuesta en 2012	Localización	Explicación de la omisión
<b>Biodiversidad</b>					
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	No	✓	Medio ambiente	
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	✓	✓	Medio ambiente	
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	No	✓	No aplica	
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	✓	✓	Medio ambiente	
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	No	No		Este indicador no es aplicable para el conjunto de actividades de la Compañía.
<b>Emisiones, vertidos y residuos</b>					
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	✓	✓	Green from ICT	
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	✓	✓	Green from ICT	
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	✓	✓	Green from ICT	
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	✓	✓	Green from ICT	
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	✓	No		Este indicador no es aplicable para el conjunto de actividades de la Compañía.
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	✓	No		Este indicador no es aplicable para el conjunto de actividades de la Compañía.
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	✓	✓	Medio ambiente	
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	✓	✓	Medio ambiente	
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	✓	✓	Medio ambiente	
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	No	No	Medio ambiente	Este indicador no es aplicable para el conjunto de actividades de la Compañía.

Perfil	Descripción	Respuesta en 2011	Respuesta en 2012	Localización	Explicación de la omisión
<b>Productos y servicios</b>					
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	✓	✓	Green a través de las TIC	
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	✓	✓	Medio ambiente	
<b>Cumplimiento normativo</b>					
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	✓	✓	Medio ambiente	
<b>Transporte</b>					
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	✓	✓	Green a través de las TIC	
<b>General</b>					
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	✓	✓	Medio ambiente	

### Social: Prácticas laborales y trabajo digno

Perfil	Descripción	Respuesta en 2011	Respuesta en 2012	Localización	Explicación de la omisión
<b>Empleo</b>					
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo.	✓	✓	Nuestros profesionales: política laboral y plantilla	
LA2	Número total de empleados y tasa de nuevas contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	✓	✓	Nuestros profesionales: política laboral y plantilla	
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	✓	✓	en Clima laboral, conciliación y compromiso	
LA15	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	No	No		Los procedimientos de baja por maternidad siempre incluyen la reincorporación automática, siendo la posterior desvinculación de la empresa algo voluntario por parte del empleado sin necesidad de comunicar la causa a la Compañía
<b>Relaciones empresa/trabajo</b>					
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	✓	✓	Libertad de asociación y diálogo social	
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	✓	✓	Libertad de asociación y diálogo social	

Perfil	Descripción	Respuesta en 2011	Respuesta en 2012	Localización	Explicación de la omisión
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>					
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	✓	✓	Seguridad, salud y bienestar en el trabajo	
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	✓	✓	Seguridad, salud y bienestar en el trabajo	
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	✓	✓	Seguridad, salud y bienestar en el trabajo	
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	✓	✓	Seguridad, salud y bienestar en el trabajo	
<b>Formación y educación</b>					
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y por categoría de empleado.	✓	✓	Formación y gestión del talento	
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	✓	✓	Formación y gestión del talento	
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por sexo.	No	✓	Retribución justa y reconocimiento al trabajo	
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>					
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por categoría de empleado, sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	✓	✓	Nuestros profesionales: política laboral y plantilla	
<b>Igualdad de retribución entre hombres y mujeres</b>					
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	No	✓	Gestión de la diversidad	

### Social: Derechos humanos

Perfil	Descripción	Respuesta en 2011	Respuesta en 2012	Localización	Explicación de la omisión
<b>Prácticas de inversión y abastecimiento</b>					
HR1	Porcentaje y número total de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas que incorporen preocupaciones en materia de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	✓	✓	Sostenibilidad de la cadena de suministro	
HR2	Porcentaje de los proveedores, contratistas y otros socios comerciales significativos que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	✓	✓	Sostenibilidad de la cadena de suministro	
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	✓	✓	Código ético de Telefónica: Principios de Actuación	

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
<b>No discriminación</b>					
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	✓	✓	Código ético de Telefónica: Principios de Actuación	
<b>Libertad de asociación y convenios colectivos</b>					
HR5	Operaciones y proveedores significativos identificados en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda ser violado o pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	✓	✓	Derechos humanos	
<b>Explotación infantil</b>					
HR6	Operaciones y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.	✓	✓	Sostenibilidad en la cadena de suministro	
<b>Trabajos forzados</b>					
HR7	Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	✓	✓	Sostenibilidad de la cadena de suministro	
<b>Prácticas de seguridad</b>					
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	✓	✓	Código ético de Telefónica: Principios de Actuación	
<b>Derechos de los indígenas</b>					
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	✓	✓	Sostenibilidad en la cadena de suministro	
<b>Evaluación</b>					
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	No	✓	Derechos humanos	
<b>Medidas correctivas</b>					
HR11	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.	No	✓	Sostenibilidad en la cadena de suministro	

## Social: Sociedad

Perfil	Descripción	Respuesta en 2011	Respuesta en 2012	Localización	Explicación de la omisión
<b>Comunidades locales</b>					
S01	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	No	✓	Acción social y Voluntariado	
S09	Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	No	✓	Medio ambiente	
S010	Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	No	✓	Medio ambiente	
<b>Corrupción</b>					
S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	✓	✓	Código ético de Telefónica: Principios de Actuación	
S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	✓	✓	Código ético de Telefónica: Principios de Actuación	
S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.		✓	Código ético de Telefónica: Principios de Actuación	
<b>Política pública</b>					
S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de <i>lobbying</i> .	✓	✓	Metodología de diálogo con los grupos de interés	
S06	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	✓	✓	Código ético de Telefónica: Principios de Actuación	
<b>Comportamiento de competencia desleal</b>					
S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	✓	✓	Cumplimiento normativo y competencia	
<b>Cumplimiento normativo</b>					
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	✓	✓	Cumplimiento normativo y competencia	

## Social: Responsabilidad sobre productos

Perfil	Descripción	Respuesta en 2011	Respuesta en 2012	Localización	Explicación de la omisión
<b>Salud y seguridad del cliente</b>					
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	√	√	La innovación en Telefónica	
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	√	√	Cumplimiento normativo y competencia	
<b>Etiquetado de productos y servicios</b>					
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	√	√	Gestión de las relaciones sostenibles con clientes	
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	√	√	Gestión de las relaciones sostenibles con clientes	
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	√	√	Gestión de las relaciones sostenibles con clientes	
<b>Comunicaciones de marketing</b>					
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	√	√	Gestión de las relaciones sostenibles con clientes	

Perfil	Descripción	Respuesta en 2011	Respuesta en 2012	Localización	Explicación de la omisión
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	√	√	Gestión de las relaciones sostenibles Relaciones con Clientes	
<b>Privacidad del cliente</b>					
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	√	√	Cumplimiento normativo y competencia	
<b>Cumplimiento normativo</b>					
PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	√	√	Cumplimiento normativo y competencia	

# Referencias al Pacto Mundial de Naciones Unidas

## Derechos humanos



<b>Principio 1</b>	Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	Código ético de Telefónica: Principios de Actuación .....26 Protección de datos y privacidad.....34 Buen uso de Internet para la infancia .....44 Fundación Telefónica .....122 Respuesta a situaciones de emergencia.....124
<b>Principio 2</b>	Las empresas deben asegurarse de que sus compañías no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.	La privacidad como elemento clave en los negocios digitales.....40 Programa 'Aliados': una colaboración sostenible.....60

## Normas laborales



<b>Principio 3</b>	Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	Libertad de asociación y diálogo social .....102
<b>Principio 4</b>	Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	Clima laboral, conciliación y compromiso.....90 Retribución justa y reconocimiento al trabajo .....98 Seguridad, salud y bienestar en el trabajo.....106
<b>Principio 5</b>	Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	Fundación Telefónica.....122
<b>Principio 6</b>	Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.	Gestión de la diversidad.....100



## Medio ambiente



<b>Principio 7</b>	Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	Global Green TIC (Green TIC Global) .....70 Medio ambiente.....82
<b>Principio 8</b>	Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	Global Green TIC (Green TIC Global) .....70 Green from ICT (Green desde las TIC).....74 Green by ICT (Green a través de las TIC) .....78 Medio ambiente.....82
<b>Principio 9</b>	Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	Green from ICT (Green desde las TIC).....74 Green by ICT (Green a través de las TIC) .....78

## Anticorrupción



<b>Principio 10</b>	Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.	Código ético de Telefónica: Principios de Actuación .....26
---------------------	--	---

# Verificaciones y validaciones



Ernst & Young, S.L.  
Torre Pizarro  
Plaza Rizzo Ruiz Pizarro, 1  
28020 Madrid  
Tel: 902 365 456  
Fax: 915 727 300  
www.ey.com/es

## INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME ANUAL 2012 DE SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA DE TELEFÓNICA

A la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa de Telefónica, S.A.

**Alcance del trabajo**

Hemos llevado a cabo la revisión del contenido del Informe Anual 2012 de Sostenibilidad Corporativa de Telefónica (en adelante, el Informe) que ha sido elaborado de acuerdo a lo señalado en:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.1.
- Los principios recogidos en la Norma AA1000 APS 2008 emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical AccountAbility).

El perímetro considerado por Telefónica para la elaboración del Informe está definido en el apartado "Perímetro de consolidación del informe" del Informe adjunto.

La preparación del Informe Anual 2012 de Sostenibilidad Corporativa adjunto, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa y la Dirección de Telefónica, S.A., quienes también son responsables de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

**Criterios**

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con:

- La Norma ISAE 3000 Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC), con un alcance de aseguramiento limitado.
- La Norma AA1000 Assurance Standard 2008 de AccountAbility bajo un encargo de aseguramiento moderado de tipo 2.
- La Guía de Actuación sobre trabajos de revisión de Informes de Responsabilidad Corporativa emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (ICJCE).

**Procedimientos realizados**

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección de Sostenibilidad y Reputación, así como a la Dirección de diversas unidades de negocio que han participado en la elaboración del Informe Anual 2012 de Sostenibilidad Corporativa, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Entrevistas con los responsables del área de Sostenibilidad y Reputación de Telefónica, y una selección de directivos y personal clave de las direcciones involucradas en su preparación. El propósito fue obtener un conocimiento sobre cómo los objetivos y políticas de Sostenibilidad Corporativa son considerados, puestos en práctica e integrados en la estrategia de Telefónica.
- Revisión de los principales procesos y sistemas a través de los cuales Telefónica establece sus compromisos con sus grupos de interés, así como la relevancia e integridad de la información incluida en el Informe.
- Revisión de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe a lo señalado en la Guía de GRI versión 3.1.
- Comprobación, en base a selecciones muestrales, de la información cuantitativa de los indicadores incluidos en el Informe y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información. Las pruebas de revisión se han definido a efectos de proporcionar los niveles de aseguramiento indicados en el apartado "Criterios" de este informe. Se han realizado trabajos de revisión en las operaciones de Telefónica en España, Brasil, Argentina, Perú, Colombia, México, Chile, Venezuela, Ecuador, Panamá, Alemania y Reino Unido.

El alcance de esta revisión es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto, la seguridad proporcionada es también menor. El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

Estos procedimientos han sido aplicados sobre la información contenida en el Informe Anual 2012 de Sostenibilidad Corporativa, a excepción de la información relativa a los indicadores de consumo de energía y emisiones que no ha sido objeto de revisión y sobre los cuales no emitimos conclusión.

**Independencia**

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

1

Domicilio social: W. Pinar Ruiz Pizarro, S. 28020 Madrid  
 inscrita en el Registro Mercantil de Madrid nº  
 1746, Libro C, Folio 215, Sección 3ª,  
 hoja W-23113, inscripción 1ª. C.I.F. B-78870203



**Conclusiones**

Como resultado de nuestra revisión del Informe Anual 2012 de Sostenibilidad Corporativa, y con el alcance indicado en el apartado de "Procedimientos realizados" anterior, concluimos que:

- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe no haya sido preparado según la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI), tal y como se indica en el mismo.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el resto de la información e indicadores incluidos en el informe adjunto contenga errores significativos o que el Informe no haya sido preparado de acuerdo con los principios recogidos en la Norma AA1000 APS (2008) emitida por AccountAbility, entendidos como:
  - Inclusividad:** Se dispone de mecanismos para la identificación de sus grupos de interés, así como para conocer y entender sus expectativas, tal como se describe en los capítulos "Metodología de diálogo con nuestros grupos de interés" y "Stakeholder engagement" del Informe adjunto.
  - Relevancia:** Se ha realizado un análisis de aspectos relevantes y una encuesta para seleccionar los aspectos más significativos a incluir en el Informe, tal como se describe en su capítulo "Matriz de materialidad".
  - Capacidad de Respuesta:** Se dispone de mecanismos para diseñar, desarrollar, evaluar y comunicar las respuestas a las principales expectativas de los grupos de interés, que se reflejan en el capítulo "Hitos y Retos" en el Informe adjunto y que reflejan los principales compromisos asumidos.

**Recomendaciones**

Adicionalmente, hemos presentado a la Dirección de Sostenibilidad y Reputación de Telefónica nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora en relación con la aplicación de los principios de la Norma AA1000 APS (2008) y con las actuaciones realizadas con los principales grupos de interés identificados. Las recomendaciones más significativas se refieren a:

- Inclusividad:**  
En el año 2012 se han potenciado los diferentes canales de diálogo con los grupos de interés, tanto los presenciales como a los mecanismos online "diálogo 2.0". Nuestra recomendación es continuar con la extensión progresiva de los mismos a los diferentes grupos de interés y a los principales países donde se desarrollan actividades.
- Relevancia:**  
En el Informe adjunto, además del estudio de materialidad, se ha incorporado un apartado específico con la información relevante de los riesgos más significativos identificados por la Oficina de Principios de Actuación de Telefónica S.A. en materia de reputación.  
Nuestra recomendación es seguir trabajando en adaptar la identificación de los riesgos más significativos a cada uno de los países donde opera.

**c) Capacidad de Respuesta:**

El mantenimiento de la evaluación de los objetivos y el planteamiento de los retos que se han hecho públicos en el propio Informe Anual 2012 de Sostenibilidad Corporativa demuestran el compromiso de Telefónica en dar respuesta a las expectativas de los grupos de interés. Nuestra recomendación es definir más claramente el proceso de identificación de los objetivos para alinearlos directamente con las expectativas de los grupos de interés.

Asimismo, exponemos a continuación una serie de recomendaciones sobre las actuaciones relacionadas con las diferentes dimensiones incluidas en el informe:

- 1) Dimensión económica:**  
Durante el año 2012 se ha continuado trabajando en la simplificación y claridad de los precios y tarifas de los servicios ofrecidos por Telefónica así como en la aplicación de la "Política de responsabilidad en la cadena de suministro", manteniendo el programa de auditorías a los proveedores de riesgo. Nuestra recomendación es mejorar la información relativa a quejas y reclamaciones.
- 2) Dimensión ambiental:**  
Durante el año 2012 se ha seguido trabajando en las políticas y estrategias de "Green TIC", lo que ha llevado a la compañía a mantener su liderazgo en el "Carbon Disclosure Project (CSP)" en el sector de las telecomunicaciones. Nuestra recomendación es seguir monitorizando y mejorando las políticas e indicadores asociados a la gestión de residuos.
- 3) Dimensión social:**  
Durante el año 2012 Telefónica ha continuado trabajando en su compromiso con la sociedad, incrementado su aportación económica en "acción social" y manteniendo sus políticas en materia de empleados, tal como se refleja en las encuestas de clima laboral y en la obtención de reconocimientos como el "Best Place to Work". Nuestra recomendación es establecer métodos para medir el impacto de los proyectos de "inclusión digital" y ampliar la información referente a diversos aspectos de compensación, así como desarrollar las políticas y normas para la gestión de la "diversidad" e "igualdad".  
Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa de Telefónica, S.A., de acuerdo con los términos de nuestra carta de encargo.

ERNST & YOUNG, S.L.



Ana M. Prieto González  
Socia  
Madrid 29 de mayo de 2013

2



## Declaración de aseguramiento de LBG: Telefónica

Telefónica ha encargado a Corporate Citizenship el aseguramiento de la aplicación del modelo de medición LBG durante el año 2012 (finalizado el 31 de diciembre).

El modelo LBG proporciona un marco sólido y creíble que mide el valor e impacto real, para la empresa y la sociedad, de la inversión corporativa en la comunidad. Va más allá de las aportaciones puntuales para incluir la gama completa de contribuciones destinadas a la comunidad (tiempo de los empleados, contribuciones en especie y dinero).

Nuestro trabajo se ha limitado a asegurar la correcta aplicación del modelo LBG. Este es el sexto año que Telefónica ha utilizado el modelo LBG y continua siendo un miembro activo del grupo LBG España.

A nuestro juicio, Telefónica demuestra su comprensión del modelo LBG y continúa aplicando sus principios a la medición de actividades en la comunidad en España y en el extranjero. En nuestro comentario de abajo, identificamos algunas mejoras que la compañía puede hacer en el desarrollo de la aplicación del modelo de cara al futuro.

### Comentario

Telefónica ha alcanzado un nivel de aplicación sistemática, y de forma global, de la metodología LBG para el cálculo de su inversión en la comunidad. Esperamos que Telefónica extienda el alcance de la aplicación del modelo para captar el tiempo, remunerado de su personal dedicado al voluntariado, en su totalidad, y poder así informar sobre ello, en los próximos años.

En 2012 LBG España ha perfeccionado la parte de logros e impactos del modelo LBG. Confiamos que, en el futuro, Telefónica informe de los logros e impactos, de algunos de sus programas más relevantes, para proporcionar una visión más completa de la contribución duradera, que hace a través de sus programas.

Corporate Citizenship

23 April 2012

[www.corporate-citizenship.com](http://www.corporate-citizenship.com)

# Glosario de términos

A continuación, un breve diccionario en el que se agrupan diversos conceptos publicados en este Informe, así como los acrónimos utilizados más frecuentemente.

Término	Definición
<b>A</b>	
AA1000	Conjunto de procesos de <i>accountability</i> para la verificación (AA1000AS) y el <i>engagement</i> (AA1000SES).
ARPU	Acrónimo de <i>Average Revenue Per User</i> . Es la media o promedio de ingresos por usuario que obtiene una compañía de servicios con amplia base de usuarios durante un periodo. Se calcula dividiendo el total de ingresos obtenidos entre el número de usuarios activos de la empresa. Es una medida usada, principalmente, por compañías de telecomunicaciones.
<b>C</b>	
CDP	Acrónimo de <i>Carbon Disclosure Project</i> . Ofrece una medición del reporte y desempeño de las compañías en materia de cambio climático. Es una organización sin ánimo de lucro que muestra a 722 inversores institucionales con activos por valor de 87 trillones de dólares.
<i>Cloud computing</i>	Prestación de los servicios de computación a través de Internet.
COSO	Acrónimo de <i>Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission</i> . Es una organización privada voluntaria dedicada a orientar, sobre una base global, a la administración ejecutiva y a las entidades de Gobierno hacia el establecimiento de operaciones de negocio más eficientes en temas éticos, control interno, riesgos, fraude y reporte financiero.
Crecimiento orgánico	En términos financieros, se asumen tipos de cambio promedio constantes de enero a diciembre y se excluye el impacto de cambios en el perímetro de consolidación y el impacto del ajuste por hiperinflación.
Crecimiento subyacente	Cifras reportadas, excluyendo impactos de carácter excepcional y adquisición de espectro.
<b>D</b>	
DJSI	Acrónimo de <i>Dow Jones Sustainability Index</i> . Puesto en funcionamiento en 1999, es una familia de índices bursátiles que evalúa el comportamiento de la Sostenibilidad de las 2.500 empresas más grandes listadas en el Dow Jones de Estados Unidos. Además, es una de las referencias globales para los inversores interesados en los comportamientos a largo plazo de las compañías en las que invierten.
<b>E</b>	
<i>E-Health</i>	Práctica de cuidados sanitarios apoyada en tecnologías de la información y las comunicaciones.
ETNO	Acrónimo de <i>European Telecommunications Network Operators Association</i> , principal asociación de operadores de red de comunicaciones en Europa.
<b>G</b>	
GRI	Acrónimo de <i>Global Reporting Initiative</i> . Organización y conjunto de indicaciones sobre informes de Sostenibilidad Corporativa.
GSMA	Organización de operadores móviles y compañías relacionadas, dedicada al apoyo de la normalización, implementación y promoción del sistema de telefonía móvil GSM.
GeSI	Acrónimo de <i>Global e-Sustainability Initiative</i> . Es una iniciativa lanzada por proveedores de servicios de información y tecnologías de comunicación para incentivar el debate en torno a la Sostenibilidad, informar al público sobre las actividades sostenibles de sus miembros y promover la información y tecnologías de comunicación que fomenten las buenas prácticas empresariales.

Término	Definición
<b>I</b>	
Inclusión digital	Proceso para la democratización del acceso a las tecnologías de la información y la comunicación, de manera que permitan la inserción de todos en la sociedad de la información.
ISR	Acrónimo de Inversión Socialmente Responsable. Supone la incorporación de aspectos éticos, sociales y ambientales al proceso de toma de decisiones de inversión, de modo complementario a los tradicionales criterios financieros de liquidez, rentabilidad y riesgo.
ITU	Acrónimo de Unión Internacional de Telecomunicaciones. Es la agencia de Naciones Unidas responsable de las tecnologías de la información y de las comunicaciones. Coordina el uso compartido mundial del espectro radioeléctrico y promueve la cooperación internacional en la utilización de satélites y la promoción de estándares de infraestructuras que fomentan el desarrollo.
<b>L</b>	
LBG	Modelo estándar de medición de la gestión y la comunicación de la acción social empresarial.
<b>M</b>	
M2M	Acrónimo de <i>Machine to Machine</i> . Es un concepto genérico que se refiere al intercambio de información o comunicación en formato de datos entre dos máquinas remotas.
Materialidad	Procesos de identificación de los asuntos más relevantes para el negocio de una compañía ponderando los intereses de los distintos grupos de interés.
<b>N</b>	
NGA	Acrónimo de <i>Next-Generation Access</i> . Describe la mejora de prestaciones de los accesos de telecomunicaciones por la sustitución del cobre por la fibra óptica.
<b>O</b>	
Objetivos del Milenio	Conjunto de ocho propósitos de desarrollo humano fijados en el año 2000 que los 189 países miembros de las Naciones Unidas acordaron conseguir en el año 2015.
<b>P</b>	
Pacto Mundial	Instrumento de las Naciones Unidas cuyo objetivo es promover el diálogo social para la creación de una ciudadanía corporativa global que permita conciliar los intereses de las empresas con los valores y demandas de la sociedad civil, los proyectos de la ONU, sindicatos y organizaciones no gubernamentales (ONGs). Parten de diez principios en áreas relacionadas con los derechos humanos, el trabajo, el medio ambiente y la corrupción.
<b>S</b>	
SDC	Acrónimo del Servicio de Defensa del Cliente en España.
<b>T</b>	
Tasa de absentismo (AR)	Número real de días perdidos por absentismo. Se expresa como porcentaje respecto al número de días totales previstos de trabajo para el colectivo de trabajadores durante el periodo de un informe. AR = (número total de días perdidos, por ausencia, durante el periodo / número total de días trabajados por el colectivo de trabajadores durante el mismo periodo) x 200.000 <sup>(*)</sup> .
Tasa de accidentes (IR)	Cantidad de accidentes en relación al tiempo total trabajado por la totalidad del colectivo de trabajadores durante el periodo objeto de un informe. IR = (número total de accidentes / total horas trabajadas) x 200.000 <sup>(*)</sup> .
Tasa de días perdidos (IDR)	Impacto de los accidentes y enfermedades profesionales tal y como se reflejan en el número de días no trabajados por los empleados afectados. Se expresa comparando el total de días perdidos con el total de horas previstas de trabajo para la totalidad de la plantilla durante el periodo objeto de un informe. IDR = (número total de días perdidos / total horas trabajadas) x 200.000 <sup>(*)</sup> .
Tasa de enfermedades profesionales (ODR)	Cantidad de casos de enfermedades profesionales en relación al tiempo total trabajado por la totalidad del colectivo de trabajadores durante todo el periodo. ODR = (número total de casos de enfermedades ocupacionales / total horas trabajadas) x 200.000 <sup>(*)</sup> .
TIC	Acrónimo de Tecnologías de la Información y la Comunicación.

<sup>(\*)</sup> El factor 200.000 es el resultado de 50 semanas laborales de 40 horas por cada 100 empleados. Al utilizar este indicador, la tasa resultante queda vinculada al número de trabajadores, no al número de horas.

Telefónica, S.A.  
Informe de Sostenibilidad Corporativa 2012

El presente informe está disponible en  
<http://informeanual2012.telefonica.com>

Los accionistas pueden solicitar también ejemplares de estos informes en la Oficina del Accionista o a través del teléfono gratuito 900 111 004 (para España), o por correo electrónico a [accion.telefonica@telefonica.es](mailto:accion.telefonica@telefonica.es)

Disponible para multisoporte y multisistema operativo a partir de junio.

Asimismo se encuentra a disposición de los accionistas y el público en general la información exigida por la legislación vigente.

**Publicación:**

Dirección de Asuntos Públicos y Corporativos de Telefónica S.A.

**Diseño y Maquetación:**

MRM World Wide S.A.

**Fecha de edición:**

Mayo de 2013

*Telefonica*

---



**Informe de Sostenibilidad Corporativa 2012**

<http://informeanual2012.telefonica.com/informe-sostenibilidad/carta-del-presidente.html>