

Informe Anual
de Responsabilidad Corporativa
Telefónica S.A.

2008

Telefónica

Telefónica

Telefon

Índice

04 Carta del Presidente

06 Motor de progreso

08 Hitos 2008

10 Estrategia

12 Excelencia en el negocio
Satisfacción de los clientes **12**
Calidad y "Experiencia cliente" **13**
Atención a los clientes **14**
Empleados **16**
Índice de Clima y Compromiso **17**
"Promesa al empleado" **18**

1

20 Gestión íntegra y transparente
Gobierno Corporativo **20**
Principios de Actuación **22**
Compras responsables **24**
Privacidad **26**
Respeto a la regulación
sectorial y a la competencia **27**
Uso responsable de
las TIC: infancia y adolescencia **28**
Uso responsable de
las TIC: clientes y seguridad **31**

2

32 Contribución al progreso
Inclusión digital **32**
(Servicio Universal, brecha
geográfica, brecha económica,
brecha de capacitación, y brecha
de salud y discapacidad)

3

40 Acción social y cultural
Inversión en la Comunidad **40**
(Fundación Telefónica, ATAM,
Europa, Patrocinios sociales y
Campus Party)

4

46 Comunicar y dialogar
Diálogo con grupos de interés **46**
Informes **47**

5

48 Indicadores claves RC

50 Retos 2009

52 Verificación independiente

54 Premios y distinciones 2008

Suplemento Especial 2008:
Medio Ambiente
y Cambio Climático



Carta del Presidente



Querid@ amig@,

Por séptimo año consecutivo, Telefónica presenta ante sus grupos de interés su Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (RC). Este Informe representa nuestra rendición de cuentas no tanto de los resultados económicos de la Compañía -que se reflejan fielmente en el Informe Anual Económico- sino del modo y la forma en la que hemos alcanzado nuestros objetivos financieros en 2008. Esa es la razón última de este Informe: un ejercicio máximo de transparencia ante todos ustedes.

El ejercicio 2008 ha sido para Telefónica un buen año en términos de RC por varios motivos. En primer lugar, y como se puso de manifiesto en nuestra última Cumbre de Directivos, porque, para 2011, nos hemos marcado como meta alcanzar el liderazgo de nuestro sector sobre la base de tres líneas de avance: más innovación (nuevas vías y motores de crecimiento); más transformación (máxima eficiencia operativa en todos los órdenes); y una contribución significativa a la sostenibilidad del entorno.

Incorporar la sostenibilidad del negocio en nuestras líneas estratégicas para 2011 es la manera de incorporar el compromiso con la sociedad al *core business* de la Compañía y, en consecuencia, de vincular definitivamente el comportamiento responsable con la gestión y la cuenta de resultados. Esa vinculación nos ha permitido en 2008 incrementar el índice de satisfacción de nuestros clientes, que, en media, se ha situado en 6,92, 0,15 puntos más que el año anterior. Nos ha permitido, también, mejorar el índice de clima y compromiso laboral de nuestros empleados, que se sitúa en una media del 69%, 3 puntos más que en 2007. Y, por último, nos ha permitido incrementar en un 4% el índice global de reputación corporativa ante las sociedades en las que operamos, gracias a la mejora de todas sus rúbricas (oferta, innovación, buen lugar para trabajar, integridad, apoyo a causas sociales y protección ambiental).

En segundo lugar, 2008 ha sido un buen año en términos de RC porque hemos avanzado significativamente en la puesta

en marcha de sistemas y procesos internos que afianzan la integridad de nuestra gestión. La Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa del Consejo de Administración de Telefónica S.A. ha sido responsable de impulsar y velar por todos estos procesos. Más de 60.000 profesionales formados en nuestros Principios de Actuación; cerca de 360 intervenciones para afianzar el cumplimiento de nuestros Principios; la firma de la declaración "Derechos Humanos: una llamada a la Acción", promovida por el Global Compact de Naciones Unidas con motivo del 60 aniversario de la Declaración Universal de los Derechos Humanos; el despliegue de los procedimientos internos sobre extensión de nuestros principios éticos a la cadena de suministro y sobre protección de niños y adolescentes en el uso de la tecnología; o la aprobación de nuevos procesos sobre gestión de riesgos, protección de datos, y de integración laboral de personas con discapacidad... son buenos ejemplos de cómo Telefónica avanza progresivamente en medidas para afianzar la integridad en nuestra gestión. Así nos lo han reconocido un año más renovando nuestra presencia en los dos índices de inversión socialmente responsable más relevantes del mundo: Dow Jones Sustainability Index (DJSI) y FTSE4Good.

En tercer lugar, 2008 ha sido un año en el que hemos hecho un énfasis extraordinario en poner en valor el impacto positivo de nuestros productos, servicios y soluciones en la sociedad. Este Informe de 2009 dedica un capítulo específico a describir los programas (más de 60) que la Compañía destina a reducir la brecha digital, es decir, las posibles desigualdades que pudieran existir entre las personas y comunidades que utilizan las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) de forma ordinaria, frente a otras que, o no tienen acceso a ellas, o que, teniéndolas, no saben o no pueden utilizarlas. Para hacer este inventario, hemos agrupado los programas de Telefónica en los cuatro principales aspectos que provocan la brecha digital: la brecha económica; la de capacitación; la geográfica; y las de salud y discapacidad.

Así, Telefónica invirtió más de 370 millones de euros para reducir la brecha digital: 275

millones se destinaron a los Fondos de Servicio Universal (104 millones de euros corresponden al coste neto de 2007 por la prestación del Servicio Universal por parte de Telefónica España); cerca de 15 millones, a actividades de formación en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones; y más de 80 millones en proyectos para reducir la brecha económica y geográfica.

En cuarto lugar, el ejercicio de 2008 ha significado la ratificación del compromiso de Telefónica con los programas de acción social y cultural. Conforme al modelo de medición LBG, en 2008 la Compañía invirtió cerca de 115 millones de euros en estos programas. Entre ellos, quiero destacar especialmente Proniño, de Fundación Telefónica, que, por tercer año consecutivo, ha conseguido duplicar el número de niños escolarizados para contribuir a la lucha contra el trabajo infantil: hoy más de 107.000 niños y niñas pueden ver un futuro mejor gracias al trabajo conjunto de Fundación Telefónica y más de 100 ONG's que operan en América Latina. En torno a Proniño, la Fundación está impulsando los programas EducaRed (orientado a mejorar la calidad de la educación a través del uso de las TIC) y de Voluntariado Corporativo (que ya vincula a cerca de 22.000 profesionales del Grupo, que dedicaron este año más de 340.000 horas a estas tareas).

Para terminar, considero que 2008 ha sido un buen ejercicio en materia de RC porque hemos ido mejorando el modelo de reporte y comunicación sobre nuestros logros. Por una parte, podemos decir con orgullo que Telefónica no tiene una memoria de RC, sino un completo sistema de gestión en esta materia. Y es que, la Memoria de RC de Telefónica S.A. es la cabecera de los Informes que ya editamos en 17 países, haciendo real la estrategia de que la RC tiene un doble componente: global (tal y como impulsan las iniciativas multilaterales de Naciones Unidas, GRI o los índices del tipo DJSI) y local (respondiendo así a las demandas de los grupos de interés de cada país). Por otra, porque para garantizar la materialidad y la rigurosidad de la información, nos hemos apoyado en la verificación externa de nuestro auditor de cuentas, siguiendo los parámetros más exigentes del mundo: GRI y AA1000AS. Por último, también podemos decir que la publicación conjunta del

Informe de RC de Telefónica y del Informe de la Fundación Telefónica, que este año hacemos por primera vez, pone en valor todo el impacto social que tiene nuestro Grupo en la sociedad.

Por otro lado, un ejercicio más, también, quisiera dejar constancia del compromiso firme que Telefónica tiene con el Global Compact de Naciones Unidas, así como con el cumplimiento de sus principios. Esta iniciativa es un reflejo de lo que la Responsabilidad Corporativa representa para la Compañía -*multistakeholder*, global y local al mismo tiempo, voluntaria y dirigida al comportamiento empresarial excelente-, y en este año queda refrendada con la publicación de un suplemento impreso sobre nuestro nivel de cumplimiento.

Asimismo, hemos editado otros dos especiales para dar respuesta específica a temas de relevancia notable para nuestros grupos de interés como han sido el comportamiento ambiental y en relación con el cambio climático, y los proyectos que contribuyen a alcanzar los Objetivos del Milenio.

Confío que la lectura de este Informe sea de su interés. En él verá el grado de cumplimiento de nuestros objetivos 2008 en materia de RC y los que nos hemos marcado para el periodo 2009-2011. Creemos que avanzamos cada año. Y ese avance es, en gran medida, gracias a quien, como usted, confía en nosotros y nos impulsa cada día a hacer las cosas mejor. Reciba mi más sincero agradecimiento.



César Alierta Izuel
Presidente de Telefónica, S.A.

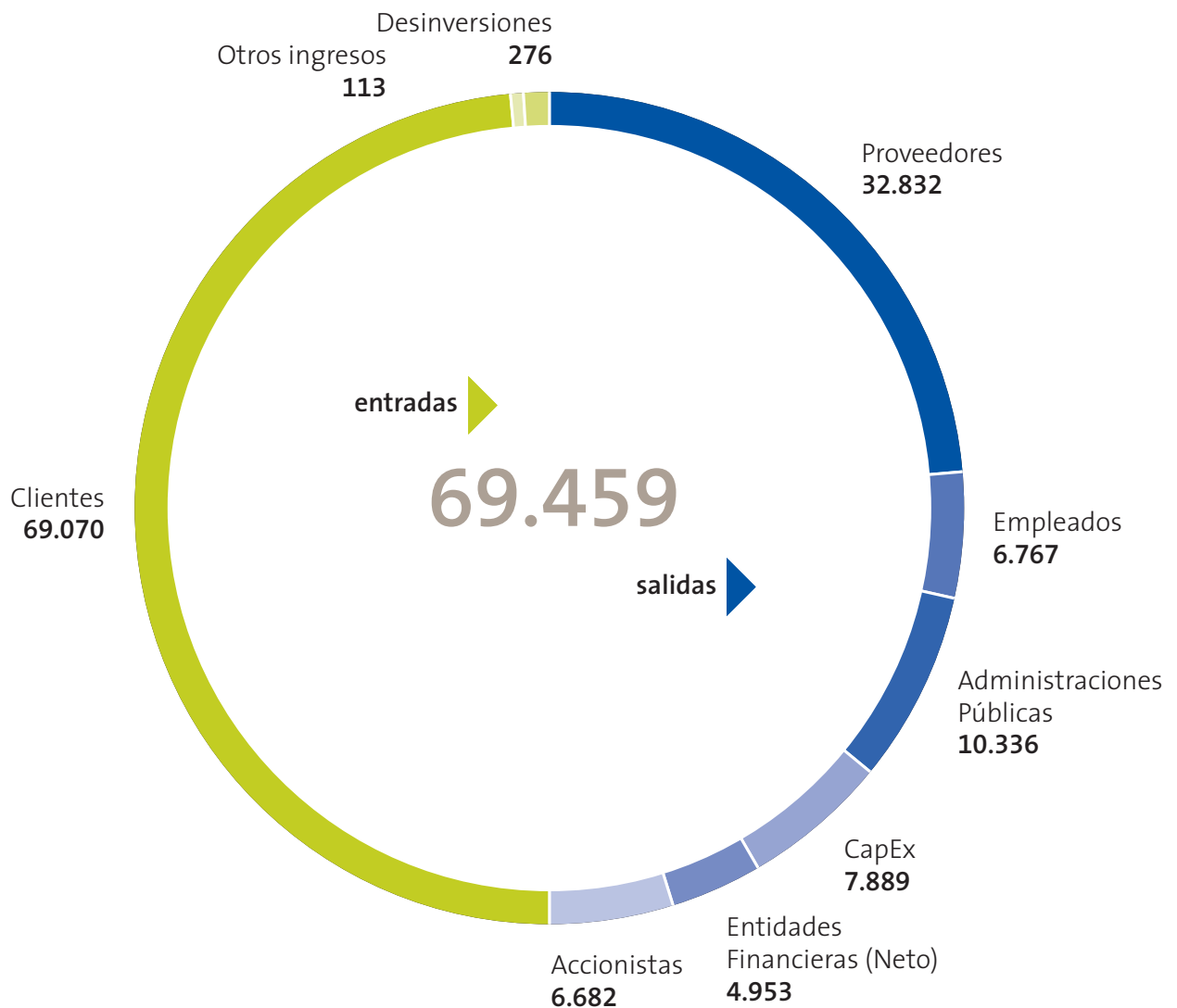
Motor de progreso

En 2008, la Compañía creó riqueza por valor de 69.459 millones de euros

Telefónica es un motor de desarrollo económico, tecnológico y social de los países en los que opera¹

En 2008, la Compañía ingresó más de 69.000 millones de euros de sus clientes. Esos cobros permitieron generar pagos por 6.767 millones de euros a sus empleados (5% más que en 2007); por 10.336 millones de euros a las Administraciones Públicas (4% más que en 2007); por 32.832 millones de euros a sus proveedores (2% más que en 2007); y por cerca de 6.700 millones a sus accionistas (22% más que en 2007). Éste es el efecto de creación de riqueza.

En 2008, Telefónica dedicó más de 4.600 millones de euros a innovación tecnológica, lo que supone un crecimiento del 6% respecto a 2007. De ellos, invirtió 668 millones de euros en I+D, siendo el sexto operador mundial por este concepto y la primera empresa española, con una inversión 4 veces superior a la segunda del *ranking*².



¹ Datos en millones de euros.

² Fuente: "The 2008 EU Industrial R&D Investment Scoreboard".

Nota:

Esta información se ha calculado con criterio de pagos, mientras que la información de la página siguiente se expone con criterio de devengo contratado. La información publicada en esta página ha sido obtenida de fuentes internas de la evolución de caja del Grupo Telefónica, y contrastada por el verificador del informe de RC. Los datos mencionados podrían verse afectados por acontecimientos posteriores y efectos evolutivos, que podrían producir modificaciones en su contenido. Para un análisis pormenorizado de los estados financieros consolidados del Grupo Telefónica, la información auditada está incluida en las cuentas anuales.

Contribución al progreso

	Impacto económico	Ingresos/PIB	Magnitudes
España	Ingresos: 20.943 Pagos: 7.963, 2.303, 2.686, 3.005	1,8%	Empleados: 52.576 Proveedores adjudicatarios: 4.212 (88,0%) Total Accesos: 47.350
Marruecos	Ingresos: 67 Pagos: 248, 1, 4, 12	0,1%	Empleados: 2.096 Proveedores adjudicatarios: 341 (73,0%) Total Accesos: 7.434
Alemania	Ingresos: 3.561 Pagos: 1.654, 924, 47, 351	0,1%	Empleados: 4.805 Proveedores adjudicatarios: 1.527 (94,2%) Total Accesos: 15.542
Irlanda	Ingresos: 929 Pagos: 270, 82, 112, 91	0,5%	Empleados: 1.538 Proveedores adjudicatarios: 672 (80,2%) Total Accesos: 1.728
República Checa + Eslovaquia	Ingresos: 2.556 Pagos: 462, 293, 482, 288	1,7%	Empleados: 9.563 Proveedores adjudicatarios: 394 (73,0%) Total Accesos: 8.609
Reino Unido	Ingresos: 7.207 Pagos: 3.243, 861, 840, 628	0,4%	Empleados: 13.133 Proveedores adjudicatarios: 7.487 (53,3%) Total Accesos: 19.811
Argentina	Ingresos: 2.627 Pagos: 1.033, 379, 563, 408	1,1%	Empleados: 21.550 Proveedores adjudicatarios: 1.510 (94,1%) Total Accesos: 20.727
Brasil	Ingresos: 9.132 Pagos: 5.274, 1.653, 3.657, 985	0,8%	Empleados: 82.288 Proveedores adjudicatarios: 3.541 (88,5%) Total Accesos: 60.739
Chile	Ingresos: 1.942 Pagos: 1.010, 452, 221, 245	1,6%	Empleados: 13.712 Proveedores adjudicatarios: 1.838 (90,2%) Total Accesos: 10.014
Colombia	Ingresos: 1.496 Pagos: 858, 426, 293, 137	0,9%	Empleados: 6.108 Proveedores adjudicatarios: 1.155 (86,1%) Total Accesos: 12.803
Ecuador	Ingresos: 307 Pagos: 188, 133, 34, 26	0,8%	Empleados: 1.083 Proveedores adjudicatarios: 430 (80,2%) Total Accesos: 3.212
EEUU + Puerto Rico	Ingresos: 103 Pagos: 38, 6, 2, 31	0,0%	Empleados: 810 Proveedores adjudicatarios: 245 (71,8%) Total Accesos: n.a.
El Salvador	Ingresos: 120 Pagos: 67, 20, 15, 15	0,8%	Empleados: 398 Proveedores adjudicatarios: 447 (73,8%) Total Accesos: 1.202
Guatemala	Ingresos: 178 Pagos: 111, 40, 22, 26	0,7%	Empleados: 4.572 Proveedores adjudicatarios: 547 (81,0%) Total Accesos: 2.433
México	Ingresos: 1.776 Pagos: 929, 354, 37, 180	0,2%	Empleados: 17.768 Proveedores adjudicatarios: 1.153 (92,1%) Total Accesos: 15.464
Nicaragua	Ingresos: 84 Pagos: 51, 27, 20, 6	1,9%	Empleados: 313 Proveedores adjudicatarios: 362 (69,6%) Total Accesos: 1.006
Panamá	Ingresos: 188 Pagos: 74, 39, 33, 14	1,2%	Empleados: 495 Proveedores adjudicatarios: 487 (79,1%) Total Accesos: 1.517
Perú	Ingresos: 1.615 Pagos: 1.072, 293, 375, 215	1,8%	Empleados: 15.213 Proveedores adjudicatarios: 2.083 (87,4%) Total Accesos: 14.983
Uruguay	Ingresos: 161 Pagos: 141, 23, 3, 9	0,8%	Empleados: 615 Proveedores adjudicatarios: 654 (72,8%) Total Accesos: 1.421
Venezuela	Ingresos: 2.819 Pagos: 1.239, 310, 718, 166	1,2%	Empleados: 8.089 Proveedores adjudicatarios: 1.125 (89,0%) Total Accesos: 11.905

- Datos económicos en millones de euros (ingresos, gastos de personal, pago de impuestos, compras e inversiones (CapEx))
- Cifra de ingresos: cifra de ingresos consolidados correspondientes a todas las unidades de negocio de Telefónica en el país.
- Ingresos TEF / PIB: ratio entre los ingresos de Telefónica (aportación del país al consolidado de ingresos del Grupo Telefónica) y el PIB estimado para el país (Fuente FMI).
- Cifras de CapEx en euros corrientes.
- Empleados: empleados directos del Grupo Telefónica en el país (plantilla física a 31 de diciembre de 2008).
- Proveedores: número de proveedores que fueron adjudicados en el país en 2008. El % de proveedores locales representa el % de adjudicaciones realizadas a proveedores domiciliados en el país sobre el total de volumen adjudicado en el país.
- Accesos: equivale al número de accesos fijos + móviles + Banda Ancha + TV de pago (unidad en miles).

Resultado de la gestión del Grupo Telefónica en Responsabilidad Corporativa en 2008

El avance significativo en algunas áreas y la necesidad de mejorar la ejecución en otras, constituyen, junto con los objetivos marcados a 2011, la base de la fijación de los objetivos 2009.

Responsabilidad Corporativa y Principios de Actuación		Cumplimiento
1 Formación en Principios de Actuación	Cerca del 50% de los empleados del Grupo (sin considerar el personal de teleoperación de Atento) habían recibido formación en los Principios de Actuación al cierre de 2008, hasta 60.219 profesionales, el doble de la cifra de 2007.	70%
2 Impulsar diálogos con empleados sobre los Principios de Actuación	A través del desarrollo de comunicaciones internas en los diferentes países y empresas del Grupo, como publicaciones (ej. la revista interna "Somos"), presentaciones en diferentes foros y banners, se fomentó el diálogo con empleados sobre los Principios de Actuación.	30%
3 Impulsar el diálogo con los grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> Se realizó el lanzamiento de la metodología y formación a empleados en Ecuador, así como su consolidación en el resto de países ya aplicada en 2007. Se promovieron paneles temáticos en Perú sobre "Inclusión Social en Telecomunicaciones", "Proyecto Intégrame" y "1 Foro de Antenas y Salud - muchos mitos, una realidad". Telefónica O2 Alemania se consolidó como referente en la Compañía del diálogo <i>on line</i>. 	70%
4 Desarrollar directrices de RC en cada país	Para impulsar iniciativas que asegurasen un comportamiento responsable con los grupos de interés y que fomentasen una buena percepción de Telefónica por parte de la sociedad, se desarrollaron directrices en materia de RC en los 10 países fijados como objetivo 2008.	100%
Medio Ambiente*		Cumplimiento
5 Diseño de un Sistema de Gestión Ambiental homogéneo en todo el Grupo, integrando operaciones fijas y móviles.	Basada en la norma ISO 14001 se diseñó un Sistema de Gestión Ambiental global para todo el Grupo Telefónica.	100%
6 Cambio Climático: diseño de un modelo de compras bajas en Carbono	Como parte del eje de trabajo de proveedores de la Oficina de Cambio Climático se diseñó un modelo que prima la eficiencia energética de los equipos y productos.	100%
7 Cambio Climático: diseño de un Sistema de Gestión de Energía	Como parte del eje de Operaciones de la Oficina de Cambio Climático se diseñaron e implantaron medidas para mejorar la eficiencia energética, promover el uso de energías renovables y modelos de <i>Green IT</i> .	100%
8 Desarrollo e implantación del Índice de Comportamiento Ambiental de Telefónica	Durante 2008 se elaboró el Índice de Comportamiento Ambiental de Telefónica, basado en un Cuadro de Mando Integral de indicadores ambientales.	100%
9 Homogeneización, definición e implantación de criterios ambientales en el Despliegue de Red	En 2008 se elaboraron las normas, como parte del Sistema de Gestión Ambiental global, que serán implantadas durante 2009 y 2010 en todas las operaciones. Éstas cubren aspectos como la gestión de residuos, el control del ruido, etc.	70%
10 Desarrollo e implantación de un Plan de Comunicación Ambiental	Se elaboraron acciones de comunicación pero no se desarrolló un plan específico.	30%
11 Implantación de sistemas de gestión de residuos regionales	Se trabajó en el diseño de un sistema de recogida de equipos en la región de Latinoamérica que será implantado en 2009, incorporado al Sistema de Gestión Ambiental global.	60%

* Telefónica publica un Suplemento Especial 2008 sobre Medio Ambiente y Cambio Climático. La versión electrónica está en www.telefonica.com/rco8/medioambiente

Clientes		Cumplimiento
12 Mejorar un 4% el Índice de Satisfacción de Clientes	Los esfuerzos realizados en torno a la metodología "Experiencia Cliente", en desarrollo desde 2007, dieron como resultado una mejora del Índice de Satisfacción de Clientes hasta alcanzar el 6,92%, es decir un 2% de mejora.	50%
13 Implantación de Programas de cumplimiento de la normativa de competencia	Implantado el Programa <i>on line</i> de Cumplimiento en la República Checa. En curso la renovación y modernización de las acciones de cumplimiento existentes en España.	30%
14 Campaña "Uso responsable de la tecnología"	Durante 2008, se difundieron, siguiendo el plan de trabajo establecido, consejos acerca del uso responsable de la tecnología a clientes y ciudadanos en general, incluyendo recomendaciones en materia de seguridad, reciclado, uso de la tecnología por parte de niños, propiedad intelectual o uso de tecnología en lugares públicos.	100%
15 Desarrollar el proyecto "Generaciones Interactivas" en 6 países de Latinoamérica para la defensa y protección de la infancia y la adolescencia en el uso de las TIC	El análisis incluyó encuestas a cerca de 85.000 niños de 800 centros educativos en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela. Las conclusiones del análisis, que fueron recogidas en el Libro Blanco, servirán de base para desarrollar acciones formativas.	100%
16 Implantar la política de Publicidad Responsable	Fueron definidos los 10 Principios que conforman el "Decálogo de la Publicidad". Estos principios están incluidos en el "Modelo de Evaluación de las Agencias", que se aplica dentro de las condiciones contractuales con las mismas.	50%

Empleados		Cumplimiento
17 Mejorar 2 puntos porcentuales el índice de clima laboral	Las iniciativas en marcha permitieron mejorar el Índice de Clima y Compromiso de los empleados hasta el 69%, 3 puntos por encima de 2007, con una participación en la encuesta del 70,4%.	100%
18 Proyecto de Diversidad	Se avanzó en el modelo de difusión e implantación dentro de las áreas internas que conforman la creación del futuro Comité de Diversidad.	60%
19 Seguridad y Salud	Desarrollado el procedimiento "Análisis de la siniestralidad laboral en el Grupo Telefónica", que tiene por objeto establecer unos criterios operativos comunes para poder analizar la siniestralidad laboral de todas las empresas del Grupo Telefónica.	100%

Proveedores		Cumplimiento
20 Implantación del Programa de Evaluación de la Cadena de Suministro bajo criterios RC	Telefónica superó el objetivo 2008 de evaluación del riesgo de la cadena de suministro en 1.000 proveedores y 50 auditorías, alcanzando los 1.100 y 55 respectivamente.	100%

Sociedad		Cumplimiento
21 Alcanzar los 100.000 niños beneficiados directamente por el programa Proniño	107.602 niños fueron escolarizados en 2008, duplicando por tercer año consecutivo los beneficiarios en Latinoamérica. Se aprovechó la experiencia del modelo EducaRed para facilitar a profesores, alumnos y familias, herramientas tecnológicas necesarias para garantizar el acceso a procesos de aprendizaje y enseñanza de calidad.	100%
22 Estrategia de inclusión digital para Latinoamérica	Telefónica definió su estrategia de inclusión digital orientada a la disminución de las brechas geográfica, educativa, económica y tecnológica. Más de 60 iniciativas en curso en España y Latinoamérica quedan enmarcadas en el modelo.	100%
23 Telefónica Accesible	Durante 2008 se consiguieron logros en los siguientes ámbitos de Telefónica Accesible: Accesibilidad de Terminales Telefónicos; Accesibilidad del proceso de Integración Laboral; Accesibilidad del proceso de Compras; Accesibilidad web; Accesibilidad en Tiendas; Accesibilidad de la TV Digital; Accesibilidad del <i>hardware</i> (ordenadores adaptados). Adicionalmente, se llevaron a cabo acciones de formación, comunicación y sensibilización, mantenimiento y consolidación de la red de colaboración, así como el apoyo a iniciativas de innovación.	85%

Estrategia

La Compañía cuenta con una Comisión en el Consejo de Administración dedicada al impulso de la Reputación y la Responsabilidad Corporativa, siendo la primera empresa del Ibex-35 con este órgano

La Responsabilidad Corporativa del Grupo Telefónica se integra en los objetivos y en la operativa del negocio

La base de la estrategia RC de la Compañía reside en hacer bien su negocio.

Las iniciativas RC se constituyen como una combinación equilibrada de impactos positivos y prevención de impactos negativos de la cadena de valor para cada grupo de interés.

La visión de Telefónica, “queremos mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde operamos, proporcionándoles servicios innovadores, basados en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones”, es el punto de partida de la estrategia de Responsabilidad Corporativa (RC) del Grupo, que queda integrada en los objetivos y en la operativa del negocio.

Los impactos positivos y negativos de naturaleza económica, social y medioambiental, que el negocio genera o puede generar como consecuencia de su

cadena de valor, se ordenan bajo un marco estratégico común de responsabilidad corporativa, y se integran en los procesos de negocio de manera consistente en las distintas operaciones.

Sostenibilidad

El objetivo de la estrategia de la RC en Telefónica es contribuir a la sostenibilidad del negocio a largo plazo mediante la implantación de políticas de ética e integridad que contribuyan a mejorar la satisfacción de los clientes, los empleados, los accionistas y, especialmente, la sociedad.

Marco de gestión

- 1. Excelencia en el negocio: “hacer bien nuestro negocio”** es el pilar de la política RC de Telefónica sobre el que se construye el resto de la estrategia. Para medir su desempeño, además de usar los tradicionales parámetros económicos, la Compañía se apoya en varios indicadores: el Índice de Satisfacción de Cliente, el Índice de Clima y Compromiso y el índice de reputación RepTrak™, en el que los atributos con más peso en la percepción externa son aquellos relacionados con la oferta de servicios y productos, que pasa por la excelencia en el servicio y el cumplimiento de los compromisos con el cliente.
- 2. Gestión íntegra y transparente: “minimizar el impacto negativo de la cadena de valor”**, a través del compromiso con la ética y la integridad. Los Principios de Actuación del Grupo son la norma básica de la que se desprenden políticas y normativas concretas para el cumplimiento de los mismos frente a los distintos grupos de interés. El órgano encargado de difundir los Principios, asegurar la existencia de procesos adecuados para su implantación, atender las consultas y denuncias de los distintos colectivos, y promover la elaboración de políticas y normativas, es la Oficina de Principios de Actuación, que depende de la Comisión de RRHH, Reputación y Responsabilidad Corporativa. Ejemplos de ello son normativas como la de Extensión de los Principios de Actuación a la Cadena de Suministro; Compras a Proveedores Sociales; Protección de Datos y Contenido para Adultos o el Sistema de Gestión Ambiental Global.

Marco de gestión del impacto social de Telefónica

5

Comunicar y dialogar...
a través de información transparente y relevante

2

Gestión íntegra y transparente...
...para minimizar el impacto de la cadena de valor

3

Contribución al progreso...
...para maximizar el impacto positivo de las TIC a través de la inclusión y la innovación social

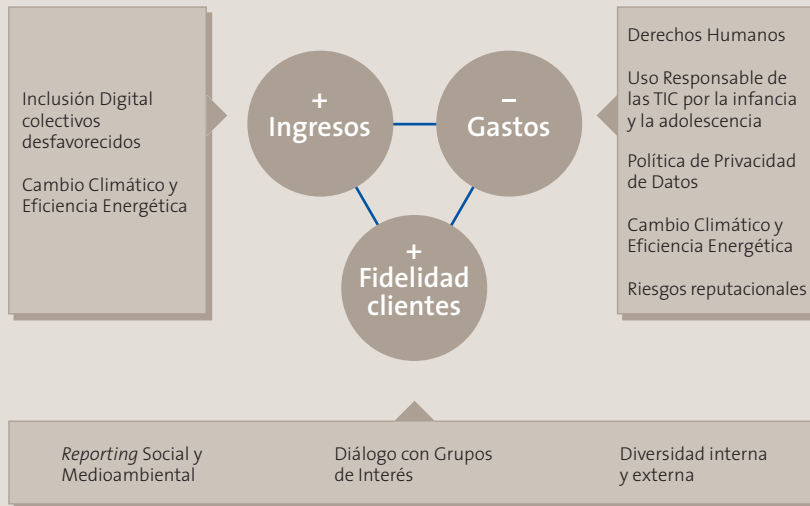
4

Acción social y cultural...
...orientada a la maximización de su impacto

1

Excelencia en el negocio
La base: hacer bien nuestro negocio

La RC 2.0 - Vinculación de “lo público y lo social” con la cuenta de resultados



Las actuaciones de Responsabilidad Corporativa de Telefónica quedan vinculadas a la cuenta de resultados en la medida en la que generan ingresos en las unidades de negocio, y aumentan la fidelización de los clientes como efecto de una buena gestión de la reputación de la Compañía.

Es lo que Telefónica viene a denominar la RC 2.0, la cual, superada la fase de debate interno sobre la necesidad de tomar posición respecto a determinadas cuestiones de impacto social, económico y medioambiental, pone foco ahora en la definición e implementación efectiva de proyectos ligados a la consecución de objetivos RC específicos; metas que, en un ejercicio de transparencia, la Compañía publica en su Memoria Anual.

3. Contribución al progreso: “maximizar los impactos positivos del negocio”, para contribuir a mejorar la vida de las personas, el desarrollo de los negocios, y el progreso de las sociedades. Se trata de proyectos de inclusión que estrechan las brechas geográfica, económica, educativa, de salud y discapacidad a través de soluciones TIC (Tecnologías de la Información y las Comunicaciones). Son, en definitiva, negocios inclusivos, integrados en las operaciones, y considerados como “motor de crecimiento”: programas formativos en el uso de las TIC; servicios para personas con discapacidad, etc. Además, las TIC impactan de forma positiva sobre el medio ambiente y la productividad de las empresas, por su capacidad para ayudar a reducir el consumo de recursos y luchar contra el cambio climático.

4. Acción social y cultural: “maximizar nuestro impacto de acción social”, a través de actividades apoyadas en las TIC para permitir disfrutar del progreso, independientemente de la condición y situación socioeconómica y cultural de las personas. La acción social y cultural en Telefónica se desarrolla a través de Fundación Telefónica, ATAM, el área de Patrocinios, y el plan de acción social de Telefónica Europa. Los programas Proniño, EducaRed, Voluntarios Telefónica, Debate y Conocimiento, Arte y Tecnología, o “It’s Your Community” son algunos ejemplos.

5. Comunicar y dialogar: “puesta en valor de las acciones RC a través de una comunicación transparente, y del diálogo efectivo con los grupos de interés” que permitan posicionar a Telefónica como motor de progreso económico, tecnológico y social. Telefónica publica Informes anuales de RC en 17 países en los que opera, siguiendo el estándar GRI para su elaboración. De éstos, 12 se aseguran también bajo la norma AA1000AS.

La medición de la acción social y cultural sigue el estándar LBG. El diálogo con grupos de interés es clave para mantener alineadas las iniciativas con las expectativas de estos últimos, y el objetivo es evolucionar de una estrategia *multi-stakeholder* a una *mono-stakeholder* que permita desarrollar una mejor aproximación a sus intereses y a los aspectos más relevantes, que ayuden a ajustar el foco de la estrategia RC del Grupo Telefónica.

Suplemento 08: Medio Ambiente y Cambio Climático

El Suplemento del Informe de RC tiene como objetivo destacar algún tema de especial relevancia en la estrategia de Responsabilidad Corporativa (RC) de Telefónica en función de las prioridades de los grupos de interés.

En 2008, el medio ambiente y el cambio climático fueron los aspectos, dentro del ámbito de la RC, de mayor trascendencia en la agenda política, económica, científica y pública mundial.

El mayor peso de la estrategia de cambio climático en el Dow Jones Sustainability Index en 2008 (6%); la llamada del Secretario General de las Naciones Unidas

Ban Ki Moon para impulsar la recuperación económica mundial a través de un “New Green Deal”, es decir, la inversión en la economía verde; el reconocimiento de la Unión Europea del cambio climático como tema prioritario, cuyo objetivo para 2020 es reducir un 20% las emisiones de Gases de Efecto Invernadero, mejorar un 20% la eficiencia energética y aumentar el 20% la generación con energías renovables; la nueva posición de Estados Unidos de incorporarse finalmente al Protocolo de Kyoto, fijando como objetivo la reducción de las emisiones un 80% para 2050... todos ellos son motivos más que suficientes para dedicar este especial en el Informe de RC de Telefónica.

Se inicia así una serie de especiales que en los años sucesivos, destacarán aquellos temas de mayor relevancia para la Compañía y sus grupos de interés.

Satisfacción de los clientes...

Telefónica Europa logró 7,50 puntos; y el mayor aumento en el Grupo, un 7,7%, se dio en Latinoamérica

La satisfacción de los clientes alcanzó los 6,92¹ puntos en 2008, frente a los 6,77² del año anterior

La Compañía trabajó para mejorar la gestión de las reclamaciones y la atención telefónica, entre otros aspectos.

Para 2009, la previsión es alcanzar un 7,24³, a través de planes locales inspirados en la metodología "Experiencia Cliente".

En el año 2008, el Índice de Satisfacción de Clientes (ISC) global de Telefónica se situó, al cierre del cuarto trimestre, en 6,92 sobre 10 puntos, frente a 6,77 de 2007.

Evolución de la satisfacción global del cliente*

2008	6,92 ¹
2007	6,77 ²

* Escala de 0 a 10, en la que 0 significa nada satisfecho y 10, completamente satisfecho.

La evolución de este indicador, que muestra el grado de satisfacción de los usuarios con la Compañía en general y en relación tanto a sus expectativas como a su ideal de empresa, fue seguida con detalle por la Comisión de Calidad del Servicio y Atención Comercial de Telefónica S.A., una comisión consultiva del Consejo de Administración.

La mejora del ISC responde a los planes de calidad puestos en marcha en cada empresa del Grupo. La metodología de referencia de éstos fue, un año más, "Experiencia Cliente" ("Customer Experience"). Aplicada con éxito en Europa, sirve de base a diferentes países de otras regiones para diseñar sus programas de mejora, adaptados a las particularidades locales.

Prioridades

En términos generales, además de lanzar nuevos productos y tarifas atractivas, Telefónica trabajó para mejorar aspectos considerados prioritarios por parte de los clientes, tales como la atención a través de los diferentes canales y la reducción y la gestión de las reclamaciones, relativas sobre todo a la facturación. La constante modernización y extensión de las redes fue otra prioridad en varios países. Las averías cada 100 líneas⁴ se situaron al cierre de 2008 en 4,6.

El objetivo común de todos los planes de calidad locales fue avanzar para lograr o consolidar el liderazgo de la Compañía frente a los clientes, superando a los competidores en términos de ISC.

De hecho, Telefónica finalizó 2008 como líder en los mercados de telefonía móvil en Ecuador, España, México, Nicaragua, Reino Unido y Uruguay.

Evolución regional

El ISC de Telefónica España se situó en 6,32. La evolución fue positiva en la valoración hecha por sus Grandes Clientes (6,35), además de mantener una posición superior a la competencia en telefonía móvil.

Telefónica Latinoamérica también continuó progresando en términos de ISC. El indicador pasó de 6,62 en 2007 a 7,13³ en 2008 gracias a la mejora del Índice de Satisfacción en los negocios móvil y fijo, alcanzando los niveles de 7,96⁶ y 6,24 puntos, respectivamente.

Por su parte, Telefónica Europa siguió mejorando el grado de satisfacción de sus clientes: logró un ISC de 7,50, frente al 7,37 de 2007. Cabe destacar, un año más, a Telefónica O2 Reino Unido, que cerró el ejercicio como la empresa mejor valorada por los usuarios en un mercado altamente competitivo.



Intercambio de mejores prácticas

En 2008, Telefónica aprovechó "Commercial Wings" (CW), el programa de intercambio de conocimiento comercial y de marketing en el que participan 5.400 usuarios, para fomentar la colaboración entre las regiones y mejorar, entre otros aspectos, la experiencia de los usuarios. Este tema fue uno de los asuntos tratados en sus más de 65 comunidades de expertos, y cobrará mayor protagonismo en 2009. Entre los proyectos a compartir cabe mencionar, por ejemplo, el Servicio de Defensa del Cliente de Telefónica España o el canal *on line* de Reino Unido, www.o2.co.uk.

¹ El dato no incluye Vivo. Con Vivo es 6,97.

² El dato del ISC global de 2007 se ha ajustado como consecuencia del proyecto de homogeneización de la metodología de medición en todo el Grupo. Este proyecto permitió unificar la escala y las preguntas relativas a la satisfacción, entre otros aspectos. El ISC global de 2007 sin ajuste fue 6,84.

³ El objetivo no incluye Vivo. Con Vivo el objetivo es 7,27.

⁴ Incluye líneas fijas y ADSL para España, Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú.

⁵ El dato no incluye Vivo. Con Vivo es 7,27.

⁶ El dato no incluye Vivo. Con Vivo es 8,01.

Telefónica mejoró la cobertura y la calidad de la red para aumentar su efectividad

Los clientes identifican la calidad con la disponibilidad del servicio de telecomunicaciones, con su correcto funcionamiento y con una resolución de sus incidencias.

Al esfuerzo inversor que realizó un año más Telefónica en infraestructuras para ampliar la capacidad de las redes e introducir nuevas tecnologías, se sumaron en 2008 iniciativas en todas las operadoras para optimizar la provisión de los servicios. Así, el 92% de las líneas se instalaron en los plazos estipulados según la tipología y las regiones.

Telefónica mejoró en 2008 la provisión de los servicios. Las líneas se instalaron en plazo en una proporción notable en prácticamente todos los países. Por ejemplo, el porcentaje de altas de telefonía fija instaladas en plazo fue del 99,3% en España y del 83,2% en Latinoamérica.

- SIGRES (Sistema Integrado de Gestión de Redes y Servicios), implantado en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú, permite gestionar la puesta en marcha y operación de los nuevos servicios de Banda Ancha, eliminando los procesos manuales.

Altas instaladas en plazo 2008

	España	Latam*
Fija	99,3%	83,2%
ADSL	97,0%	80,6%
TV Pago	98,4%	91,9%

* Incluye Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú. Servicio de TV de Pago no disponible en Argentina. Las cifras entre España y Latinoamérica no son comparables por medirse con metodologías distintas.

Efectividad red GSM

	España	Latam	Europa
2008	99,1%	97,0%	98,6%

Para maximizar la eficiencia, se apostó por herramientas y sistemas como GAUDÍ y SIGRES, proyectos regionales para las operadoras de telefonía fija de Latinoamérica:

- GAUDÍ es una herramienta para atender las órdenes de servicio en casa de los clientes. Simplifica la actividad de los técnicos almacenando información y automatizando el cierre de la actuación en un terminal tipo PDA. Gaudi ya funciona en Perú y se está implantando en toda la región.

Chile, telefonía fija: “Servicio no prestado, servicio no cobrado”

Telefónica gestionó el pasado año 22 iniciativas en el negocio de telefonía fija en Chile para mejorar la resolutiveidad de los canales de atención y el soporte técnico; potenciar la accesibilidad del call center; y disminuir las reclamaciones relativas a la facturación. Los avances permitieron a la operadora mejorar su ISC significativamente: pasó de 5,78 a finales de 2007 a 6,64 al cierre de 2008.

En el programa, enmarcado en el plan estratégico regional AHORA, la operadora definió tres promesas para sus clientes: “Si no cumplo el tiempo de instalación, te doy un mes gratis”; “servicio no prestado, servicio no cobrado”; y “si me equivoco, lo reconozco proactivamente y te devolvemos lo cobrado”.

Entre las acciones realizadas para cumplir estos compromisos, cabe destacar las siguientes: la Compañía aumentó el desempeño de los call centers, fomentando además la atención automática a través de IVR; e incrementó la proactividad para corregir las incidencias. Además, mejoró la claridad de la información en las facturas sobre el precio de las promociones y los paquetes de servicios de la Compañía.

Algunos hitos de 2008

Telefonía móvil y fija

- Mejoró la cobertura móvil en Alemania -la red GSM alcanza el 99% del territorio-, que se extendió también al transporte.
- Arrancó el servicio de telefonía fija inalámbrica en Perú, con el objetivo de instalar más de 1.200.000 líneas en cuatro años.
- México y Centroamérica lanzaron el servicio de *roaming prepago*.
- Telefónica Móviles Argentina habilitó el servicio de *roaming 3G* en Uruguay y en Chile.

Banda Ancha

- República Checa multiplicó por cuatro la velocidad de su ADSL.
- Telefónica Chile triplicó la velocidad de los clientes de Banda Ancha.
- Lanzamiento del servicio de *VPN IP MPLS Internacional* para clientes globales y multinacionales.

Fibra óptica

- Lanzamiento en Brasil de la Súper Banda Ancha en fibra óptica.
- Telefónica lanzó en España *Trio Futura*, su primera oferta precomercial de servicios sobre fibra óptica.

Cable submarino

- Llegada del cable submarino a Ecuador y Colombia, incrementando un 50% la capacidad de acceso a Internet en este último país.

...atención a los clientes

El Servicio de Defensa del Cliente de España y el *Ombudsman* de Brasil atendieron 3.157 reclamaciones y 165.103, respectivamente.

Telefónica atendió en 2008 más de 490 millones de llamadas en los contact centers

Un 71% de las llamadas se atendieron tras un tiempo de espera de entre 10 y 20 segundos.

Según la Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones de España, Telefónica fue la operadora con un menor porcentaje de reclamaciones en telefonía fija, acceso a Internet y paquetes de voz y datos en 2008.

La red de puntos de venta del Grupo estaba formada por 26.000 puntos de venta al cierre del ejercicio.

En 2008, Telefónica atendió más de 490 millones de llamadas telefónicas. Para mejorar los servicios gestionados en los call centers, la Compañía desarrolló iniciativas dirigidas a todos los segmentos. Los proyectos enfocados al gran público merecen una especial mención en las tres regiones.

En España, entre las iniciativas para mejorar la atención del servicio telefónico para los particulares, cabe destacar la creación de los llamados CSI o Centros de Seguimiento de la Insatisfacción, que contactan con los clientes que, tras ser atendidos por el teleoperador, presentan algún motivo de insatisfacción, o que reiteran su llamada al call center.

automática a través de IVR, aumentando o disminuyendo el protagonismo de “la máquina” dependiendo de los mercados.

Como parte de su programa estratégico regional AHORA, Telefónica Latinoamérica se centró en transformar su modelo de atención telefónica, trabajando en Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú estos puntos: la estrategia de atención y venta; las soluciones técnicas y los sistemas de gestión; la cultura interna; y las habilidades de los empleados. Así, la satisfacción con la atención recibida en el call center de atención comercial aumentó 12 puntos porcentuales en Chile y 15 puntos en Argentina.

Todo en una llamada

Telefónica Europa mantuvo el foco en la resolución de las consultas en una sola llamada evitando así nuevas gestiones al cliente, y revisó sus sistemas de atención

Llamadas atendidas en centros de atención al cliente

Miles	2008
España	104.692
Latinoamérica	323.369
Europa	63.251
Grupo Telefónica	491.312

* En Latinoamérica no se incluyen los conceptos de: petición de información, consulta o aviso de avería.

Movistar Argentina: más calidad en la atención

COPC es el estándar internacional de calidad elegido por Telefónica en Argentina para aumentar la excelencia de todos los procesos de atención al cliente. Este modelo abarca las áreas de contacto con el usuario y los proveedores.

lo había extendido a diez Centros de Experiencia de Clientes; a la atención telefónica a profesionales y particulares de alto valor, y a la atención telefónica y el *back office* del segmento Corporativo.

Movistar Argentina se convirtió en 2007 en la primera compañía del Grupo en conseguir el certificado COPC y en poco más de un año ya

Asimismo, en telefonía fija, se hizo el diagnóstico en 2008 en los call centers Comercial y Técnico de los segmentos de residencial y negocios para aplicar COPC.

Telefónica España dedica un equipo para agilizar la resolución de incidencias

Telefónica España creó en julio el equipo CSI (Centro de Seguimiento de la Insatisfacción) para mejorar la satisfacción de los clientes particulares haciendo un seguimiento exhaustivo de sus incidencias y agilizando su resolución.

El CSI se formó como parte del servicio de atención telefónica 1004 que tiene la Compañía para los clientes del segmento residencial, y trabaja de manera transversal con áreas como Operaciones, Cobros, Reclamaciones y Sistemas de Información, entre otras.

En 2008, el CSI resolvió más de 142.000 incidencias, y de cara a 2009, se integra en el proyecto estratégico de la Compañía en España, GPS, para seguir incrementando la satisfacción de los clientes.

Reclamaciones

Disminuir y gestionar correctamente las reclamaciones fue otro de los temas clave para la Compañía en 2008, ejercicio en el que registró más de 8 millones de incidencias*. De ahí la importancia del *Ombudsman* de Brasil -atendió 165.103, un 54% más-; y los esfuerzos en España para dar a conocer la existencia del Servicio de Defensa del Cliente en segunda instancia, multiplicando así su actividad: recibió 3.157 reclamaciones, un 144% más que en 2007. De hecho, según la Oficina de Atención al Usuario de Telecomunicaciones de España, dependiente del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Telefónica fue la operadora con un menor porcentaje de reclamaciones en telefonía fija, acceso a Internet y paquetes de voz y datos en 2008. El dato es aún más relevante si tenemos en cuenta que en dicho ejercicio la Oficina recibió un 24% más de reclamaciones respecto a 2007.

La preocupación por las reclamaciones también explica el proyecto regional realizado por Telefónica en Latinoamérica para fomentar el intercambio de mejores

prácticas entre las operadoras fijas, con una reducción de casi el 30%¹ de aquéllas relativas a la facturación.

Telefónica trabajó en 2008 para modernizar su red de puntos de venta y atención presencial, formada por 26.000 puntos de ventas. Los establecimientos evolucionaron hacia espacios en los que el visitante no sólo compra, sino que experimenta las ventajas de las nuevas tecnologías. En esta idea se basa el modelo de tiendas de España, que a finales del ejercicio se había plasmado en 80 establecimientos, con Gran Vía 28 como buque insignia desde julio.

Establecimientos comerciales

	2008
España	7.874
Latinoamérica	16.706
Europa	1.439
Grupo Telefónica	26.019

Dar a los clientes la oportunidad de sumergirse en la tecnología e interactuar con las aplicaciones marcó también las aperturas de centros de Latinoamérica. A ello responden el nuevo Centro de Experiencia de Clientes (CEC) de Mar del Plata (Argentina), o la llamada “plaza tecnológica” de Santiago de Chile, entre otros.

Más de 180.000 personas visitaron la nueva Tienda Gran Vía 28 en España

El 11 de julio de 2008, Telefónica abrió en su sede histórica de Madrid la Tienda Gran Vía 28, el buque insignia de su red de distribución en España. Con más de 2.500 metros cuadrados, se trata del espacio de telefonía y ocio más grande del mundo, y hasta enero de 2009 había sido visitada por más de 180.000 personas interesadas no sólo en comprar sino también en disfrutar de los juegos *on line*, de la TV en alta definición, el hogar del futuro...

En esta tienda, un equipo de cerca de 70 empleados presta atención personalizada al cliente, que puede probar los productos y



La Tienda Gran Vía 28 (Madrid) conjuga vanguardia con tradición.

disfrutar con lo más novedoso del mercado de telecomunicaciones fijas y móviles.

Además, para acercar la Compañía y la marca Telefónica a los distintos ámbitos de la sociedad, Gran Vía 28 también es escenario de eventos musicales, culturales y de ocio.

Asesores y autoservicio

Para que la complejidad de las novedades no impidiese a los clientes disfrutar de una experiencia grata, la Compañía ideó en 2008 varias novedades que se irán afianzando próximamente. Así, en el Reino Unido destacan los “O2 Gurus”, especialistas para dar información detallada de los productos y realizar demostraciones en directo. En este mismo país también se apuesta por el autoservicio, una modalidad de venta presente ya en Latinoamérica (el primer *outlet* de teléfonos móviles de esta región, que abrió sus puertas en 2008 en la ciudad argentina de Córdoba, cuenta con *self service*).

Internet

Telefónica ve en Internet una oportunidad tanto para impulsar las ventas como para agilizar las gestiones de los clientes a través de servicios automatizados como la *E-factura*. Por ello, el pasado ejercicio siguió potenciando sus canales *on line*, con los españoles y el británico a la cabeza por su mayor recorrido: www.telefonicaonline.com para telefonía fija² y www.movistar.es para móvil sumaron 87,7 millones de visitantes únicos; y www.o2.co.uk, 65 millones. En total, el pasado año los portales de la Compañía superaron los 420 millones de visitantes únicos.

¹ Reducción en los últimos seis meses de 2008 para los clientes de Residencial y Negocios.

² Las webs www.telefonica.es y www.telefonicaonline.com se han fusionado. Al acceder a www.telefonica.es se muestra bajo un único interfaz la página del canal *on line* de Telefónica España más las referencias a los contenidos institucionales de la Compañía.

Transformación cultural

El pasado año, Telefónica multiplicó las iniciativas de transformación cultural para aumentar la orientación de los empleados hacia los clientes:

En Latinoamérica, la iniciativa “Integra” se convirtió en todo un referente para el cambio cultural. Este proyecto, enmarcado en el programa AHORA, consiste en sensibilizar y motivar a los empleados a través de talleres específicos llamados “Inspira”. Tras tres años de aplicación en Chile, con 3.000 profesionales implicados en 2008, el indicador de clima de “Great Place to Work[®]” había mejorado un 46% (Telefónica Móviles Chile

fue la quinta mejor empresa para trabajar en el país en 2008, frente al puesto 32 de 2006) y la satisfacción del cliente, un 23%.

En Europa, destacó el “Customer Experience Trail” de Telefónica O2 Alemania, un curso para reforzar el compromiso emocional de los empleados con los usuarios. En la formación, los profesionales se convierten en clientes para concienciarse de la importancia de “facilitarles la vida”.

En 2009, Telefónica reforzará en todo el mundo los programas para potenciar la “cultura de servicio”. A fecha de publicación de este Informe, en España se trabaja en varias iniciativas como parte del plan

estratégico (GPS): el proyecto “Te escucho cliente” para acercar a los directivos a los usuarios en los call centers, las tiendas, los hogares...; la publicación de un decálogo interno de compromisos con los usuarios, etc.

En esta imagen del video formativo del “Customer Experience Trail” se muestra el gran volumen de información que disponen los clientes para elegir proveedor de telecomunicaciones.



Empleados...

Su plantilla aumentó en 2008
en cerca de 8,500 personas

Telefónica da empleo directo a 257.000 profesionales e indirecto cerca de 330.000 adicionales

La plantilla física de Telefónica Latinoamérica fue la que más aumentó, un 5,3%, y representa ya un 67% del total. España es, con un 20%, la segunda región por tamaño en equipo, y Europa constituye el 11%.

Los puestos indirectos corresponden a empresas colaboradoras dedicadas a la creación y mantenimiento de plantas de telefonía de uso público, y a la provisión y mantenimiento de productos y servicios de telecomunicaciones.

Al cierre del ejercicio 2008, el Grupo Telefónica contaba con una plantilla física de más de 257.000 profesionales, lo que supone un incremento del 3,4% respecto al año anterior. El área con mayor crecimiento respecto a 2007 fue América Latina, cuyo equipo experimentó un aumento cercano al 5,3%.

Atento fue, con más de 132.000 empleados, la empresa que aportó un mayor número de profesionales al Grupo.

Evolución de la plantilla

Los movimientos más importantes que afectaron a la evolución de la plantilla de Telefónica el pasado año fueron los siguientes:

- El número total de empleados aumentó debido a la generación de empleo por parte de Atento (+7%) y *tgstiona* (+16%).
- Telefónica incorporó durante 2008 a las compañías brasileñas Telemig (1.280) y TVA (253) en Latinoamérica; y a Atento Chequia (456) en Europa.
- En España, la plantilla se redujo un 1,4% debido a los Expedientes de Regulación de Empleo (ERE) de Telefónica Móviles España, Telefónica Soluciones y TID.
- En Europa, la plantilla aumentó un 0,1%.

Perfiles profesionales

La distribución de la plantilla de Telefónica por funciones y sin considerar Atento, indica que el 41% está dedicado a funciones comerciales, el 46% a producción y el 13% a servicios de apoyo.

La antigüedad media de los empleados del Grupo Telefónica es de 6,1 años, siendo la edad promedio de 35,6 años¹. En Atento es donde se registra la menor antigüedad, con una media de 1,8 años, dada la rotación

natural del negocio, siendo la edad promedio de 28 años.

El 49% de los profesionales de la Compañía son mujeres, porcentaje que llega al 61% en Atento.

Respecto a la temporalidad, el 97% de la plantilla equivalente tiene un contrato fijo o indefinido en el Grupo Telefónica (84% con Atento). En el Grupo, el índice de jerarquización se sitúa en el 7,1%² (4,1% con Atento).

Indicadores de empleados 2008

	Sin Atento	Con Atento
Número total de empleados	125.022	257.035
España	40.201	52.576
Latinoamérica	55.928	173.014
Europa	28.893	29.349
Resto del mundo	-	2.096

Evolución del empleo

	2008	2007
Nº de altas	14.477	148.519
Bajas voluntarias	6.696	93.508
Ceses y desvinculaciones	9.297	48.579
Altas por compra de empresas	1.643	2.099
Rotación externa	12,8%	55,3%

Plantilla Física por regiones

	2008	2007	2006	% Var. 08/07
España	52.576	53.300	57.058	-1,4
Latinoamérica	173.014	164.231	142.983	5,3
Europa	29.349	29.310	33.818	0,1
Resto del mundo	2.096	1.646	1.041	27,3
Total Grupo	257.035	248.487	234.900	3,4

¹ El dato no incluye Atento.

² Representa el % de directivos y mandos intermedios respecto a la plantilla total. El dato de 2008 no incluye Telefónica Europa.



El Índice de Clima y Compromiso de los empleados se situó en el 69%, 3 puntos por encima de 2007

Los profesionales de Latinoamérica y Europa mostraron un índice de satisfacción mayor en la Encuesta de Clima Laboral del pasado año, superando el 75%. En España, la percepción mejoró 5 puntos.

Para seguir mejorando, la Compañía implantará en 2009 una herramienta para gestionar el compromiso de sus profesionales: lo medirá en detalle y permitirá el seguimiento de los planes de mejora.

La visión de Telefónica respecto a sus empleados pasa por “impulsar su crecimiento, desarrollo y bienestar; potenciar el talento; dar valor a la diversidad, la iniciativa y la innovación; y retribuir con equidad y transparencia”.

Estrategia

Para lograr todo esto, y llegar a ser el mejor lugar para trabajar, la Compañía lanzó en 2007 el proyecto “Promesa al Empleado”, con cuatro pilares de actuación:

- Mejorar la satisfacción de los empleados ofreciéndoles una experiencia de vida laboral óptima. Para avanzar en este ámbito, se concretaron las promesas a los empleados en las diferentes operadoras del Grupo. Por citar un ejemplo de éxito, Telefónica O2 Alemania, reconocida como “Great Place to Work®” en 2009, definió a partir de las opiniones de su plantilla, promesas sobre temas como el teletrabajo, la optimización del tiempo y la conciliación familiar.

Otras líneas de acción globales en 2008 se dirigieron a optimizar la relación de los empleados con los superiores y a generalizar para todos los directivos y pre-directivos la evaluación con *feedback* 360°, que incluye aspectos relacionados con la gestión de la confianza en los equipos.

- Construir una cultura de alto desempeño diferenciando el desempeño individual y reconociendo las mejores contribuciones a la innovación y la eficiencia. Este pilar se trabajó a través de la formación *on line* y los programas de ideas para fomentar y premiar las aportaciones de los empleados.
- Actuar como una empresa internacional que entiende y gestiona la diversidad, con

políticas y procesos que fomentan la rotación y el intercambio de experiencias en el mundo. En línea con esto, en 2008 se puso en marcha un nuevo modelo de gestión de la rotación internacional, impulsando ésta para superar el objetivo de 300 personas incluidas en los programas, un 67,5% más que en 2007. Además, se aprovechó al máximo Universitas Telefónica, con alumnos de todas las regiones.

- Compartir el talento, situando a las mejores personas en los mejores puestos y estableciendo un flujo de talento a lo largo de toda la organización. Para ello, en 2008 se implantó un nuevo modelo de liderazgo basado en el crecimiento global; y se potenció el intercambio de conocimiento a través de las herramientas colaborativas *e-kiss*, con 250.000 descargas de documentos, y “Commercial Wings” (CW), centrada en las experiencias comerciales y de marketing, con 5.400 usuarios.

Evolución del Clima Laboral

Las iniciativas puestas en marcha permitieron mejorar el Índice de Clima y Compromiso en 2008, que se situó en el 69%, 3 puntos por encima de 2007, con una participación en la encuesta del 70,4%.

Índice de Clima y Compromiso de los empleados (ICC)¹

	ICC 08	ICC 07	Var. 07/08
Directivos	83,36%	84,32%	-0,96pp
Mandos intermedios	79,59%	76,64%	2,95pp
Colaboradores	68,92%	64,15%	4,76pp

¹ Los datos mostrados corresponden al nuevo modelo de Clima y Compromiso. Los resultados de 2007 han sido ajustados para poder reflejar la evolución respecto a 2008. El ICC es el promedio de respuestas favorables (“de acuerdo” y “totalmente de acuerdo”) a las 33 preguntas de la encuesta anual de Clima y Compromiso, que se dirige a todos los empleados de Telefónica.

La principal mejora se dio en el nivel de los colaboradores, con una percepción del 68,9%, 4,8 puntos porcentuales por encima de 2007. Los aspectos mejor valorados a nivel general fueron la imagen de empresa, el orgullo de pertenencia y el liderazgo del jefe directo.

Y pese a que la dimensión que registró un mayor avance fue el desarrollo profesional (+3,7 puntos), la Compañía sigue viendo potencial de mejora en este ámbito.

Un paso más en la gestión del compromiso

El reto para los siguientes años es pasar de la simple medición de la satisfacción de los empleados a la gestión integral de su compromiso. Con este objetivo, durante 2008 se inició en 14 empresas de Telefónica una experiencia piloto para implantar la herramienta Measurecom, que integra todos los aspectos relacionados con el compromiso del empleado (medición, comunicación de resultados, registro y seguimiento de los planes de acción).

Este sistema, basado en una experiencia de éxito de Telefónica Europa, incrementará la agilidad en todas las etapas del ciclo y facilitará la participación de toda la organización en el proceso de transformación y mejora.

“Promesa al Empleado”

Durante 2008, fueron evaluados por objetivos más de 142.000 empleados, un 55% de la plantilla total

La Compañía invirtió en formación más de 64 millones de euros, cerca de un 10% más que en 2007

En 2008, se publicaron a nivel global 316 plazas vacantes (138 para mandos intermedios) a través de la Intranet, canal utilizado para dar a todos los empleados la oportunidad de acceder a los puestos.

Telefónica potenció el *e-learning* con más de 1.200 cursos en su portal de Internet, y más de 103.000 empleados dispusieron de planes de formación individualizados, establecidos tras la evaluación por competencias a más de 149.000 empleados.

En 2008, Telefónica dedicó más de 64 millones de euros¹ a formación de su plantilla. Como resultado de esa inversión los empleados recibieron cerca de 11 millones de horas de formación¹.

Para optimizar su inversión en este ámbito y preparar al mayor número posible de profesionales, la Compañía reforzó la formación *on line* frente a la presencial.

Asimismo, impartió cursos a 1.574 empleados (directivos, mandos medios y empleados de alto potencial) en la Universidad Corporativa. Un 44% de los alumnos fueron de España, un 39% de Latinoamérica y un 17% de Europa. Los participantes valoraron la formación con un 8,3 de media sobre 10.

El nuevo a+: más ‘e-learning’

En junio de 2008, Telefónica estrenó una nueva versión de su portal de *e-learning*, el a+, renovado a partir de la opinión de los usuarios, para hacerlo más amigable, ágil, flexible y fácil de usar. Entre las características del a+ cabe destacar las siguientes:

- Un catálogo formativo único, de más de 1.200 cursos, para todas las empresas de Telefónica, y material de apoyo: artículos, libros, enlaces, tests y vídeos.
- Un aula virtual que favorece los programas de formación mixta (combinación de la formación *on line* con la presencial).



Los cursos del a+ permiten mejorar competencias como el liderazgo.

- Contenidos para el móvil y para TV con “píldoras” formativas dirigidas a las familias de los empleados.

El número de usuarios activos en a+ se incrementó el pasado año un 11%, hasta 61.952 empleados, con una utilización de 7,55 horas y un aumento del número de cursos superados del 38%.

Estas iniciativas, así como una mayor transparencia en la difusión de las vacantes en la organización, incidieron en la valoración de los empleados en la encuesta de clima laboral: la dimensión de desarrollo profesional fue la que más mejoró respecto a 2007, 3,7 puntos porcentuales.

¹ No se incluye formación al personal de teleoperación.



Las nuevas instalaciones de la Universidad.

Nuevo campus para Universitat Telefónica

En 2009, Universitat Telefónica continúa la actividad en su campus definitivo. Ubicado en la Roca del Vallès (Barcelona), tiene una extensión de 10 hectáreas. En el nuevo curso, la Universidad formará a 1.823 profesionales.

Objetivo: el mejor lugar para trabajar

En 2008, tras analizar la calidad del ambiente laboral y las prácticas de gestión de las personas, Telefónica Móviles Ecuador y Telefónica Móviles Uruguay fueron designadas las mejores empresas para trabajar en sus respectivos países. Asimismo, en el ranking del “Great Place to Work®” (GPTW) destacaron las compañías de Colombia, Chile, Argentina, Perú, y México. Ya en 2009, Telefónica O2 Alemania obtuvo el tercer puesto del GPTW.

Por otro lado, Telefónica fue considerada en 2008 una de las TOP para trabajar en España, según el estudio de la organización internacional CRF.



Entrega del GPTW a Telefónica Móviles Ecuador.

El 46,6% de los mandos intermedios y el 16,9% de los directivos de Telefónica son mujeres¹

Los empleados que trabajaban bajo esquemas de movilidad a finales de 2008 superaban los 8.200², lo que representa un 6,6% de la plantilla.

La Compañía contaba con más de 1.500 empleados contratados con alguna discapacidad, trabajando el 20% de ellos en el Grupo Atento.

Flexibilidad laboral

Para impulsar nuevas formas de hacer las cosas, Telefónica fomenta la flexibilidad, el teletrabajo y las redes de colaboración. Para ello, además de seguir adecuando la tecnología y los espacios, en 2008, potenció la cultura de confianza. Entre las iniciativas concretas cabe destacar las siguientes:

- Generalización de la evaluación a los profesionales con *feedback* 360°. En Latinoamérica se realizó para directivos, y en Telefónica Europa, Atento, Telefónica España, Telefónica S.A. y filiales, para directivos y pre-directivos.
- Nuevos pilotos de movilidad y flexibilidad en Educaterra, *tgestiona*, Atento España, Telefónica O2 Alemania y Telefónica O2 Irlanda.
- Módulos específicos de formación para construir confianza, en la Universidad Corporativa y en la plataforma de formación *a+*.

Seguridad y Salud

Dentro del desarrollo de la Política Preventiva de Telefónica, durante 2008 se designó como centro de competencia interno al Servicio Mancomunado de Prevención, unidad organizativa dentro de Recursos Humanos, que tiene como objetivo el cuidado de las personas que forman parte de la Compañía.

Para conseguir este objetivo, el Servicio siguió colaborando con las distintas unidades y líneas de negocio, en la mejora de las condiciones de trabajo, integrando la prevención de los riesgos laborales en todos

Diversidad

En 2008, los equipos de RR.HH. y Reputación e Identidad Corporativa trabajaron en la definición de un programa para fomentar la diversidad, desde dentro –equipos diversos– y hacia fuera –clientes diversos–.

Además, este plan prevé aprovechar la capacidad de la Compañía para dar soluciones específicas de comunicación a los diferentes segmentos de mercado.

El programa se estructurará en torno a un Comité de Seguimiento de alto nivel y a un Comité de Diversidad que velará por su implementación. En algunos aspectos, ya se vieron progresos en 2008:

- Los empleados con reducción de jornada ascendían a 10.000.
- El número de mujeres en la Compañía era de 124.000, el 49% del Grupo, 0,7 puntos porcentuales más que el año anterior (sin tener en cuenta Atento: 44.258, el 35,9%, en línea con 2007).

los procedimientos de trabajo y realizando campañas de promoción de la salud. Así, durante 2008 se incrementaron un 40% los simulacros de emergencia realizando cerca de 700, se realizaron cerca de 2.600 evaluaciones de riesgos y el 30% de la plantilla se benefició de vigilancia de la salud (no se incluyen datos de Atento).

Asimismo, se desarrolló una norma única para todo Telefónica que permite conocer los índices de accidentalidad y el número de accidentes laborales tanto de las empresas del Grupo como de sus empresas colaboradoras y contratadas, para buscar áreas de mejora.

Diálogo social

Los Principios de Actuación de Telefónica así como el Protocolo Social de Acuerdos Internacionales y el Código de Conducta, vigentes entre la Union Network International (UNI) y la Compañía, constituyen los referentes de actuación en relación con el diálogo social en el Grupo.

Por otro lado, se firmó el Convenio Colectivo de Telefónica de España 2008-2010. El documento, suscrito por la empresa y la amplia mayoría de las organizaciones sindicales, CC.OO., UGT y STC-UTS, garantiza el empleo para todos los trabajadores.

Mujeres en la Dirección de la Compañía

	2008	2007
Directivas	16,9%	19,7%
Mandos intermedios	46,6%	41,8%

Nota: Cálculo realizado en función del total de mujeres por categoría profesional sobre el total de directivos y mandos intermedios. Los datos no incluyen Telefónica Europa dado que en esta región dichas categorías profesionales no son homologables con el resto del Grupo.

Además, Telefónica presentó en 2008, el "Chárter español de la Diversidad" en Bruselas, un documento que reconoce el valor de la diversidad en las organizaciones y el compromiso con las políticas que favorezcan la ausencia de prejuicios en materia de empleo, formación y promoción así como la no-discriminación hacia grupos desfavorecidos.

Por último, cabe resaltar que el equipo europeo lanzó en Reino Unido un programa de formación *on line* sobre diversidad. A fecha de publicación de este Informe, un 70% de los empleados han completado el curso con el objetivo de llegar al 90% próximamente.

¹ Los datos no incluyen Telefónica Europa dado que en esta región dichas categorías profesionales no son homologables con el resto del Grupo.

² La cifra no incluye Atento y representa un aumento del 15% en relación a la cifra de 2007, 7.196.

Gobierno Corporativo

En enero de 2009, el Consejo de Administración de Telefónica estaba integrado por 17 Consejeros

Principios de Gobierno Corporativo de Telefónica

Las reglas fundamentales de Gobierno Corporativo se recogen en los Estatutos Sociales, en el Reglamento de la Junta General de Accionistas y en el Reglamento del Consejo de Administración.

Las relaciones entre el Consejo de Administración y su Comisión Delegada están basadas en un principio de transparencia.

Junta General de Accionistas

La Junta General de Accionistas es el órgano supremo deliberante a través del que se manifiesta la voluntad de los accionistas e inversores y se articula su derecho a intervenir en la toma de decisiones de la Compañía en materias propias de la competencia de aquélla.

Con ocasión de sus Juntas Generales, Telefónica presta una especial atención al derecho de información del accionista, y a su asistencia y participación en las deliberaciones y votaciones.

El 22 de abril de 2008 se celebró la última Junta General Ordinaria, en la que se alcanzó un elevado quórum de asistencia del 57,11% del capital social, lo que supone un alto grado de participación habida cuenta del elevado *free float* de la sociedad (85% a dicha fecha).

El Consejo de Administración

Los Estatutos Sociales y el Reglamento del Consejo de Administración configuran a éste como el órgano de supervisión y control de la actividad de la Compañía, encomendando la gestión ordinaria de los negocios a los órganos ejecutivos y al equipo de dirección.

Sin perjuicio de lo anterior, el Consejo tiene competencia exclusiva sobre materias tales como:

- Políticas y estrategias generales de la Compañía (entre otras, planes estratégicos, gobierno corporativo y remuneración al accionista).

- Evaluación del Consejo, de sus Comisiones y de su Presidente.
- Nombramiento de los Altos Directivos y retribución de los Consejeros y Altos Directivos.
- Inversiones estratégicas.

Autoevaluación del Consejo y sus Comisiones

El Consejo de Administración y sus Comisiones realizan periódicamente una evaluación detallada de sus actividades, con el objetivo principal de conocer la opinión de los Consejeros acerca del funcionamiento de los citados órganos sociales, y de establecer propuestas de mejora para contribuir al funcionamiento óptimo de los órganos de gobierno de la Compañía.

Los Consejeros

Los Estatutos Sociales de Telefónica prevén que el Consejo de Administración esté compuesto por un mínimo de cinco y un máximo de veinte Consejeros. En enero de 2009, estaba integrado por 17 Consejeros: 3 ejecutivos, 4 dominicales, 8 independientes y otros 2 clasificados como "otros Consejeros externos".

Nombramiento

Los nombramientos de los Consejeros se someten a la decisión y aprobación de la Junta General de Accionistas y, conforme a lo dispuesto por el Reglamento del Consejo de Administración de la Compañía, las propuestas de nombramiento están siempre precedidas del correspondiente informe de la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno y, en el caso de los Consejeros independientes, de la correspondiente propuesta.

Derechos y obligaciones

El Reglamento del Consejo describe con amplitud los derechos y las obligaciones de los Consejeros, detallando los deberes que dimanarían de las obligaciones de diligencia, fidelidad y lealtad de los mismos, contemplando, en particular, los posibles conflictos de interés, el deber de confidencialidad, el aprovechamiento de oportunidades de negocios y el uso de activos sociales.

Política retributiva

La Compañía facilita anualmente la información relativa a la retribución percibida por los miembros de su Consejo de Administración tanto en la Memoria Anual como en el Informe de Gobierno Corporativo, conforme a los criterios establecidos para cada uno de dichos documentos.

Asimismo, Telefónica, S.A. elabora anualmente un Informe sobre la Política de Retribuciones del Consejo de Administración, en el que se exponen los criterios y fundamentos para determinar las remuneraciones de los Consejeros correspondientes al ejercicio en curso. Dicho Informe, puesto a disposición de los accionistas de la Compañía con ocasión de la Junta, incluye asimismo un resumen global sobre la política retributiva del ejercicio anterior.

La Comisión Delegada

El Consejo de Administración tiene delegadas expresamente todas sus facultades y atribuciones, salvo aquellas legal, estatutaria o reglamentariamente indelegables, en una Comisión Delegada con capacidad decisoria de ámbito general.

Las relaciones entre el Consejo de Administración y su Comisión Delegada están basadas en un principio de transparencia, de forma que el Consejo tiene siempre conocimiento pleno de las decisiones adoptadas por esta Comisión.

Las Comisiones Consultivas o de Control

El Consejo de Administración cuenta con ocho Comisiones consultivas o de control a las que encomienda el examen y seguimiento permanente de algún área de especial relevancia para el buen gobierno de la Compañía, o el análisis monográfico de algún aspecto o cuestión cuya trascendencia o grado de importancia así lo aconseja.

En el año 2008, el Consejo procedió a la constitución de dos nuevas Comisiones consultivas, la Comisión de Innovación y la Comisión de Estrategia, reforzándose con

ello el apoyo al Consejo en las materias propias de sus respectivas competencias.

Así, a finales del ejercicio, Telefónica contaba con las siguientes Comisiones: Comisión de Auditoría y Control; Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno; Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa; Comisión de Regulación; Comisión de Calidad del Servicio y Atención Comercial; Comisión de Asuntos Internacionales; Comisión de Innovación; y Comisión de Estrategia.

Por lo que se refiere al número máximo de miembros que debe integrar cada una de las Comisiones, Telefónica aprobó el pasado ejercicio 2008 una nueva modificación de su Reglamento del Consejo para dotarle de mayor flexibilidad.

Plan de Actuaciones y Memoria

Al igual que el propio Consejo de Administración, todas las Comisiones elaboran, al comienzo de cada ejercicio, un Plan de Actuaciones en el que se detallan y

periodifican las actuaciones a desarrollar a lo largo del año, en función de las atribuciones y competencias que le han sido asignadas.

Asimismo, cada una de las Comisiones elabora una Memoria de Actividades, de carácter interno, en la que se contiene el resumen de las principales actividades llevadas a cabo durante el ejercicio, detallando los asuntos examinados y tratados en las reuniones, y reseñando aspectos relacionados con sus funciones, competencias, composición y funcionamiento.



La Compañía aporta una información más detallada en el Informe Anual de Gobierno Corporativo y en el Informe sobre la Política de Retribuciones del Consejo de Administración. Estos documentos pueden consultarse en: www.telefonica.com/accionistaseinversores

Primera compañía del Ibex-35 con una Comisión de RC en el Consejo de Administración

Telefónica cuenta desde junio de 2002 con una Comisión en el Consejo de Administración dedicada al impulso de la Reputación y la Responsabilidad Corporativa (RC). Esta Comisión tiene, asimismo, entre sus funciones, analizar y examinar cuestiones relacionadas con Recursos Humanos. La Comisión de RRHH, Reputación y Responsabilidad Corporativa, se reunió en cinco ocasiones durante el ejercicio 2008.

Las funciones de esta Comisión, compuesta por 6 Consejeros (4 independientes y 2 dominicales), en lo que se refiere a temas relacionados con responsabilidad y reputación corporativa, son éstas:

1. Impulsar el desarrollo del proyecto de Reputación Corporativa:

- Monitorizar los riesgos de reputación.
- Monitorizar 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 monitorización de la presencia de la Compañía en índices de inversión socialmente responsable.

2. Impulsar la implantación de los valores de la Compañía:

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

3. 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 opera el Grupo.
- Impulsar la adopción de políticas corporativas comunes en materia de RC que derivan de los Principios.

4. Conocer y e impulsar la verificación del Informe de RC 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 RC, 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 RC.

Consejeros

D. Javier de Paz Mancho*
D. Antonio Massanell Lavilla
D. Alfonso Ferrari Herrero
D. Gonzalo Hinojosa Fernández de Angulo
D. Pablo Isla Álvarez de Tejera
D. Vitalino Manual Nafría Aznar

* Presidente de la Comisión.

Principios de Actuación

Las políticas son aprobadas por las áreas responsables de la gestión de los aspectos regulados y ratificadas por la Oficina de Principios de Actuación

Telefónica aprobó nuevas normativas para el desarrollo de sus Principios de Actuación, en los que formó hasta 60.219 empleados¹

Durante el ejercicio, se aprobaron sendas políticas sobre Protección de Datos y Gestión de Riesgos; y se acordaron las líneas básicas para el desarrollo de la normativa para el Fomento de la Integración laboral de Personas con Discapacidad.

En 2008, los canales de los Principios de Actuación recibieron 169 comunicaciones de los empleados. Además, como consecuencia de las investigaciones llevadas a cabo por posibles inobservancias de los Principios, se llevaron a cabo 358 acciones disciplinarias.

Telefónica se apoya en la Oficina de Principios de Actuación para velar por la implantación y la observancia en toda la organización de su código ético, que establece las directrices para la relación con sus grupos de interés.

La Oficina, que reporta al Consejo de Administración a través de la Comisión de RRHH, Reputación y Responsabilidad Corporativa, está integrada por las áreas corporativas de Recursos Humanos, Auditoría Interna, Secretaría General y Jurídica, y Secretaría General Técnica de la Presidencia de Telefónica, coordinadora de la Oficina. Además, cuenta con un representante de cada una de las regiones en las que el Grupo se organiza: España, Latinoamérica y Europa.

Durante 2008, centró su trabajo en: potenciar la formación de los empleados; identificar y desarrollar políticas y

normativas; y apoyar tanto a los profesionales como a los proveedores (dando respuesta a sus dudas, quejas o alegaciones) para facilitar la aplicación de los Principios en el día a día.

Formación

En 2008, la Compañía continuó apoyándose en el curso *on line* lanzado en 2007 para seguir trasladando a sus empleados los Principios de Actuación. En esta labor, resultó clave la colaboración de las oficinas regionales y locales de los Principios de Actuación en Europa y Latinoamérica. El 1 de marzo de 2009, habían recibido formación cerca del 50% de los empleados:

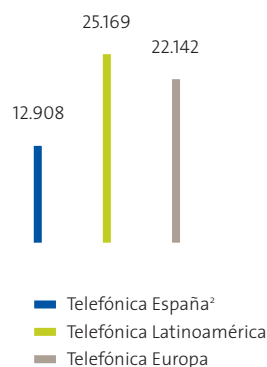
- En España², más de 12.900 profesionales ya han realizado el curso, que además se incluye en el Plan general de Formación

2009, dando así la Compañía la misma relevancia a los temas de integridad que a los de competencias propias del negocio.

- En Latinoamérica, el número de empleados formados superó los 25.100. Además, la formación en Principios de Actuación se incluye desde 2008 dentro de numerosos programas locales de "inducción" para los nuevos profesionales.
- En Europa, la cifra de empleados que han recibido la citada formación superó los 22.100, lo que equivale a más del 77% del total.

La página web de los Principios de Actuación también sirvió como herramienta de difusión interna; recibió 1.430 visitas en 2008 y se registraron 16.500 descargas del folleto informativo del código.

Empleados formados sobre los Principios de Actuación¹



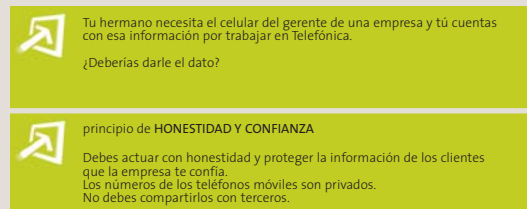
¹ Empleados formados a 1 de marzo de 2009. Se excluye el personal de teleoperación.
² Incluye los negocios de Contenidos, *tgestiona* y otros negocios.

Acciones de comunicación

En 2008, los empleados de Telefónica Argentina recibieron, junto al recibo de su salario, el folleto de los Principios de Actuación.



La Intranet de Telefónica del Perú publicó *banners* con ejemplos de cada uno de los Principios.



Telefónica Europa destaca a sus empleados los aspectos más relevantes de los Principios de Actuación a través del curso *on line*.



Despliegue de Normativas

La Oficina identificó el pasado año nuevos asuntos que requerían un sustento normativo e impulsó, junto con diferentes áreas de la Compañía, el desarrollo de las correspondientes políticas necesarias para la adecuada aplicación y cumplimiento del código ético. Con estas normativas, Telefónica establece unos estándares que en ocasiones implican ir más allá de las legislaciones existentes a nivel local, e incluso permiten fijar pautas mínimas en temas sobre los que no existe regulación local. Dichos estándares incorporan las mejores prácticas empresariales y recomendaciones de organismos internacionales.

En concreto, en 2008 se aprobaron las normativas de Gestión de Riesgos y la de Protección de Datos, y se establecieron las bases para el desarrollo de la Normativa de Integración Laboral de Personas con Discapacidad.

Telefónica tiene previsto desplegar diez políticas en toda su intensidad en los próximos tres años: Protección de la Infancia y la Adolescencia y Uso Responsable de las TIC; Política de Privacidad de Datos; Sistema de Gestión Medioambiental; Cambio Climático y Eficiencia Energética; Inclusión Digital de Colectivos Desfavorecidos (mayores y personas con discapacidad); Diversidad; Responsabilidad en la Cadena de Suministro; Derechos Humanos; Diálogo con Grupos

de Interés y Diálogo Social Internacional; y Reporte Social y Medioambiental.

Buzón confidencial

Los canales de los Principios de Actuación a disposición de los empleados, recibieron, de forma anónima o personal en 2008, un total de 169 comunicaciones. Las comunicaciones fueron referidas a la interpretación y aplicación de los Principios. Además, como consecuencia de las investigaciones realizadas por posibles inobservancias, se llevaron a cabo 358 intervenciones para afianzar el cumplimiento de los mismos.

Compromiso con los Derechos Humanos



En 2008, como parte de las iniciativas puestas en marcha por Global Compact con ocasión del 60º aniversario de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, Telefónica quiso resaltar la importancia de respetarlos en el negocio suscribiendo este *statement* o declaración.

Telefónica declara oficialmente su compromiso con los Derechos Humanos a través de sus Principios de Actuación, que contemplan no sólo la Declaración Universal de los Derechos Humanos, sino también las declaraciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Además, como empresa firmante del Global Compact, y consciente de la importancia del respeto de los Derechos Humanos en el desarrollo de sus actividades, suscribió, a finales de 2008, “Derechos Humanos: Una llamada a la Acción”, iniciativa promovida por Global Reporting Initiative (GRI), Global Compact, y The Ethical Globalization Initiative, que insta a las compañías adheridas a evaluar y publicar informes sobre el respeto a los Derechos Humanos, como un elemento empresarial más, reportando en profundidad y de forma analítica las medidas de implantación de los Derechos Humanos (más información sobre esta iniciativa en www.globalreporting.org/currentpriorities/humanrights)

El ejemplo de Colombia

La labor de Telefónica Móviles Colombia tanto en 2007 como en 2008 es uno de los ejemplos del esfuerzo de Telefónica para llevar a la práctica su compromiso con los Derechos Humanos.

De hecho, su actividad en pro de la erradicación del trabajo infantil fue certificada por organismos como la OIT y el Ministerio de Protección Social.

En paralelo, la Compañía suscribió alianzas con ONG´s y medios de comunicación para realizar iniciativas con el objetivo de sensibilizar a la sociedad sobre el problema de la explotación a la infancia y la adolescencia.

Además, realizó campañas de salud ocupacional y preventiva dirigidas a todos los empleados y certificadas por las Administraciones de Riesgos Profesionales. Por otro lado, las horas de pausas activas; las actividades recreativas a través de las Cajas

de Compensación Familiar; y la extensión del diálogo con sus grupos de interés a ciudades diferentes de Bogotá, muestran la preocupación de la Compañía por el bienestar de los profesionales y su interés por conocer y satisfacer sus expectativas.

Del mismo modo, el pasado año, en el marco del proyecto de Extensión de los Principios de Actuación a la cadena de suministro, en Colombia, Telefónica evaluó bajo criterios de RC, a 254 proveedores y auditó 7, siendo el respeto a los Derechos Humanos uno de los aspectos en los que hizo más hincapié (información en www.telefonica.com/rco8/proveedores).



Compras Responsables

Telefónica abordará en Latinoamérica más de 350 auditorías en gestión de RRHH y Seguridad y Salud, y lanzará planes de mejora

Telefónica superó el objetivo 2008 de evaluación de proveedores en un 10%, alcanzando más de 1.100 evaluados y 55 auditorías

El trabajo conjunto de las áreas de Compras, Responsabilidad Corporativa, Medio Ambiente, Recursos Humanos, y Seguridad y Salud, de la Corporación, las Unidades de Negocio y los países ha sido clave en la extensión de los Principios de Actuación a la cadena de suministro.

En 2008, se aprobó el desarrollo y despliegue de una normativa de compras a proveedores sociales para fomentar la integración laboral de colectivos con discapacidad.

Despliegue de la Normativa de Compras Responsables

En 2007, Telefónica se comprometió a evaluar el riesgo derivado del incumplimiento de sus Principios de Actuación en la cadena de suministro en 1.000 proveedores, y a auditar a 50 a lo largo de 2008. Al cierre del ejercicio, más de 1.100 evaluaciones y 55 auditorías habían sido llevadas a cabo en suministradores de los distintos países donde opera la Compañía. Esta cifra representa aproximadamente el 50% de los proveedores de riesgo del Grupo Telefónica. En 2009, seguirá evaluando el riesgo de su cadena de suministro, optimizando sus procesos, diseñando conjuntamente planes de mejora con sus suministradores, y promoviendo las compras sostenibles.

Mediante el proceso de evaluación, Telefónica busca consolidar una relación transparente y de alianza con sus proveedores en materia de Responsabilidad Corporativa, facilitando por una parte la identificación de los riesgos, y por otra su gestión mediante la fijación de planes de mejora. La normativa de Extensión de los Principios de Actuación a la Cadena de Suministro, siguiendo este espíritu colaborativo, establece la suspensión del expediente del proveedor sólo en el caso de que éste no cumplimente los cuestionarios, omita reiteradamente el envío de las evidencias eventualmente solicitadas, o no acredite en su caso la adopción de los correspondientes planes de mejora.

Los planes de mejora, fruto de las evaluaciones, y desarrollados a medida para cada suministrador, fomentan entre los proveedores la adopción de mejores prácticas.

Proceso de evaluación

Los proveedores que suministren productos considerados de riesgo deben cumplimentar de modo *on line* un cuestionario de autoevaluación.

El cuestionario está disponible en el Portal del Proveedor como parte del formulario de solicitud de inscripción. Está compuesto de alrededor de 50 preguntas sobre aspectos de RC, laborales y éticos, de seguridad y salud, y medio ambiente. Las cuestiones analizadas se basan fundamentalmente en los estándares de la Declaración de Derechos Humanos de la ONU, las Convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (trabajo infantil y forzado) y las diferentes legislaciones ambientales.

De manera alternativa al cuestionario de Telefónica, 14 suministradores globales optaron por cumplimentar el cuestionario

Principales conclusiones de las evaluaciones y auditorías

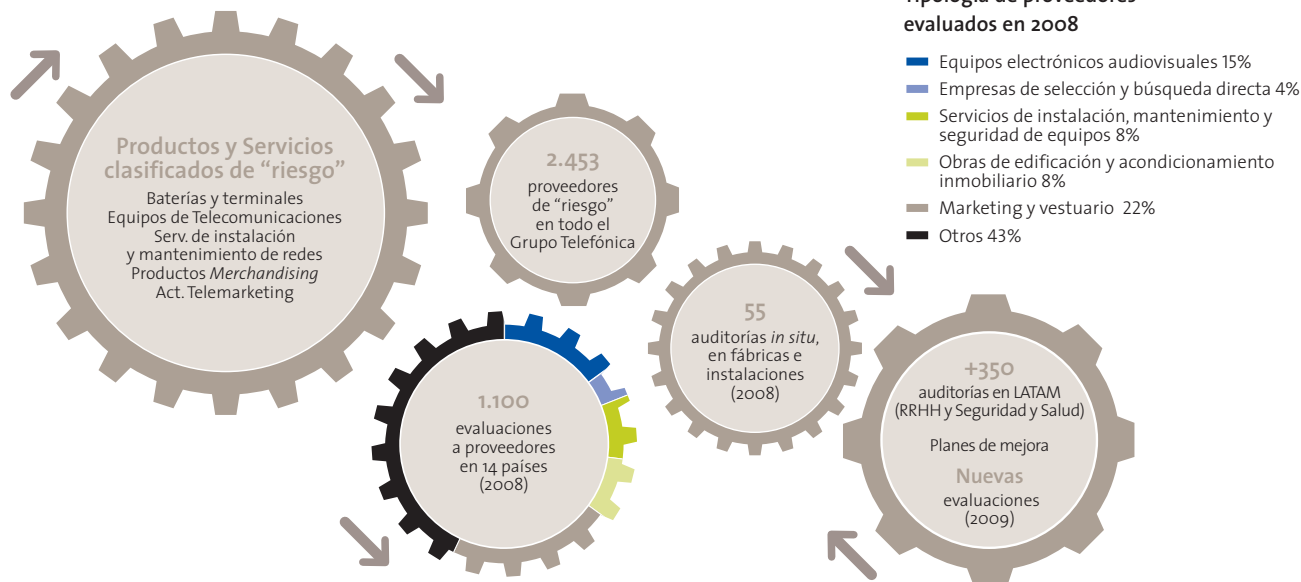
Proveedores evaluados:

- 319 proveedores, es decir, un 29% requirieron una segunda etapa de evaluación para recabar evidencias.
- El 84% de los proveedores evaluados mostraron bajo o moderado riesgo en los aspectos analizados.
- El principal aspecto de mejora en el 74% de los proveedores de bajo riesgo es la aplicación de la RC. Telefónica seguirá fomentando la RC en su cadena de suministro impartiendo formaciones a sus proveedores.
- De los 380 proveedores de riesgo moderado (35% del total de suministradores evaluados), los aspectos con peor valoración en un 56% de los casos son los de medio ambiente.

Proveedores auditados:

- El 100% no presentaron riesgos de prácticas de trabajo infantil.
- El 96% de los proveedores auditados mostró un desarrollo incipiente o nulo de la RC. Telefónica seguirá fomentando la RC en su cadena de suministro impartiendo formaciones a sus proveedores.
- Las empresas de selección de personal y el sector de servicios de instalación, mantenimiento y seguridad de equipos fueron los que mejores prácticas medioambientales, laborales, y de seguridad y salud manifestaron, no identificándose ningún riesgo alto en el 100% de esas empresas.
- Los proveedores de mayor riesgo en temas medioambientales se encuentran en Brasil, Colombia, México y Venezuela, suponiendo dicho riesgo un 62% del total del riesgo detectado en medio ambiente durante las auditorías. Cabe resaltar que en muchos casos las legislaciones locales de estos países tienen un grado de exigencia inferior que las prácticas definidas en los Principios de Actuación de Telefónica.

Proceso de evaluación de proveedores



E-TASC, desarrollado por GeSI con el EICC (Electronic Industry Code of Conduct). Dicho formulario permite a un proveedor sectorial responder a varios clientes al mismo tiempo.

Auditorías

Los proveedores clasificados en la categoría de "riesgo" por los cuestionarios son susceptibles de recibir auditorías *in situ* con el objetivo de evaluar sus procedimientos y políticas. El alcance de las auditorías en 2008 abarcó a 55 suministradores.

Formación y difusión

Telefónica colabora en programas de difusión y asesoramiento para la implantación de buenas prácticas RC, habiendo formado hasta la fecha a 68 pymes proveedoras. Esta iniciativa, con 16 horas de formación presencial, cuenta con la participación del Global Reporting Initiative, de la GTZ, y de Forum Empresa como aliado local en Latinoamérica.

Integración Laboral de personas con discapacidad

A finales de 2008 se establecieron, tras el informe favorable de la Comisión de RRHH, Reputación y RC, las líneas básicas para el desarrollo de la Normativa para el Fomento de la Integración Laboral de Personas con Discapacidad. En ella se recogen las pautas generales de actuación del Grupo Telefónica en materia de discapacidad, como son el fomento de la contratación directa de personas con discapacidad, y la compra de bienes y servicios a proveedores sociales.

Esta Normativa será objeto de desarrollo a través de un procedimiento para su aplicación en cada uno de los países en los que el Grupo opera, siendo España la primera región para su despliegue en 2009.

Facturas pagadas fuera de plazo

	% Facturas	% Importe
España		
2007	4,85	12,34
2008	5,81	16,51
Latinoamérica		
2007	21,50	24,40
2008	13,99	14,60

Compromisos de pago

El Periodo Medio de Pago Teórico del Grupo Telefónica con los proveedores se situó en 113 días*. El 94,2% de las facturas en España se pagó en plazo (83,5% del importe monetario) y el 86,0% en Latinoamérica (85,4% del importe). En España, el 5,8% de las facturas pagadas fue fuera de plazo (16,5% en importe), 1 punto porcentual sobre el año anterior en número de facturas, y un 4,2% en importe. En Latinoamérica, el 14% de las facturas pagadas fue fuera de plazo, un 15% del importe. Los ratios respecto a 2007 se situaron en más de 7 puntos en facturas y en importe mejoraron cerca de 10 puntos.

En esta evolución influyeron retrasos en la gestión interna de facturas, documentación incompleta del proveedor, procesos de la Administración Pública, y ajustes del proceso interno de gestión consecuencia de la integración de Telefónica Móviles España con Telefónica de España SAU.

Telefónica siguió implantando soluciones para mejorar la gestión de facturas. En España, en 2008 se alcanzaron las 18.000 facturas electrónicas. Por otra parte, con el futuro ERP (*software* de Planificación de los Recursos de la Empresa), único para las principales empresas del Grupo, se esperan nuevos avances.

* Dato obtenido a partir de la información contable consolidada del Grupo, aplicando: PMP = 360/Rotación de Compras, donde Rotación de Compras = Aprovisionamientos+CapEx/Saldo medio de proveedores.

Programa formativo

Países	Nº de proveedores pymes formados
Argentina	8
Chile ¹	22
Colombia	32
Perú	6
Total	68

¹ En el caso de Chile, parte de la formación fue realizada a finales de 2007.

Formación en RC a 68 pymes de Latinoamérica

En 2008, dentro del marco del programa de formación a pymes, 3 proveedores fueron seleccionados de entre los 22 que participaron en el taller realizado en Chile, para recibir consultoría especializada durante 6 meses. El resultado fue la elaboración y publicación en la sede del GTZ, Agencia de Cooperación Alemana, en Berlín, de los correspondientes informes de sostenibilidad.



Privacidad

Fija unas normas mínimas basadas en el estándar europeo para todas las empresas

Telefónica aprobó en 2008 una política sobre protección de datos para todo el Grupo

Desde un punto de vista técnico se complementa y soporta en el marco de la Normativa Corporativa de Seguridad de la Información de la Compañía.

La empresa está desarrollando herramientas para facilitar el control y la supervisión de la aplicación de la normativa aplicada en las distintas empresas del Grupo.

Telefónica aprobó en septiembre de 2008, a través de la Secretaría General Jurídica y del Consejo, la Política Corporativa sobre Protección de Datos de Carácter Personal para todo el Grupo con el fin de definir conceptos y principios fundamentales, establecer procedimientos y niveles de protección esenciales.

La Política, ratificada por la Oficina de Principios de Actuación, permitirá a la Compañía establecer las bases para garantizar un nivel adecuado de protección sobre los datos de carácter personal en todas sus empresas, cualquiera que sea el país donde operan e independientemente de su legislación al respecto.

Elementos de la política

Los Principios de Protección de Datos en el Grupo Telefónica se han configurado a partir de los siguientes elementos:

1. Normas mínimas comunes que tienen por finalidad la creación de un marco armonizado que garantice un nivel de seguridad común a los datos de carácter personal con independencia de la existencia o no de un marco legal aplicable.
2. Proyecto de implantación que define las fases en cada empresa para la aplicación de las normas mínimas.
3. Desarrollo de herramientas informáticas que faciliten el control de la aplicación de la normativa.
4. Incorporación de las medidas técnicas y organizativas establecidas en la Normativa Corporativa de Seguridad de la Información que garantizan la aplicación de los niveles de seguridad definidos.

Aspectos regulados

El punto de partida de la normativa es el establecimiento y definición de conceptos comunes que aseguren y faciliten la aplicación uniforme de la norma.

Los principios esenciales sobre los que se construye esta política, tienen su fundamento en la consideración de la protección de datos de carácter personal, como un auténtico derecho fundamental de las personas, sobre todo en orden al respeto a su intimidad y de su facultad de control y disposición de los mismos.

El contenido de la norma mínima se estructura sobre los siguientes pilares:

- **Inventario de Bases de Datos:** identificando en cada empresa las bases con datos de carácter personal y constituyendo, a través de las herramientas informáticas creadas al efecto, un registro interno con el fin de controlar las mismas y realizar las actuaciones que correspondan con la autoridad competente en cada caso.
- **Seguridad de los ficheros de carácter personal:** se adoptan las medidas de índole técnica y organizativa establecidas en las Normas Corporativas de Seguridad de la Información, previa calificación de los niveles de seguridad adecuados a cada fichero en función de la calidad de los datos. Los niveles establecidos con carácter general son tres: alto, medio y básico.
- **Procedimientos:** se definen y regulan los procedimientos básicos sobre protección de datos como su recogida, cesión y transferencia internacional, tratamiento por terceros, conservación y cancelación.

- **Derechos de los titulares:** reconocimiento a los titulares de datos de carácter personal, regulación de los procedimientos y plazos para su ejercicio, de los derechos de información, acceso, rectificación y cancelación, y oposición.

Del mismo modo, Telefónica se compromete a establecer los mecanismos contractuales adecuados para que las normas de protección de datos sean cumplidas por los subcontratistas y proveedores.

A fecha de publicación del Informe, el Grupo está desplegando la normativa y reportará los avances durante el ejercicio en la Memoria 2009.

Principios esenciales de Protección de Datos

La Norma mínima gira en torno a determinados criterios esenciales:

- La recogida lícita y leal de los datos, la obligación de información y de consentimiento, salvo las excepciones legales.
- Proporcionalidad cualitativa en función del destino de los datos.
- Proporcionalidad cuantitativa de los datos en relación al ámbito y finalidades determinadas.
- Veracidad de los datos. Deben ser exactos.
- Conservación limitada de los datos en función de su destino.
- Seguridad física y lógica de los datos.



Respeto a la regulación sectorial y a la competencia

La cuota de mercado media de Telefónica se sitúa en el 51,7% en España; el 17,7% en el resto de Europa, y el 30,4% en Latinoamérica*

El grado de aplicación de las regulaciones de telecomunicaciones depende de la posición que ocupa la Compañía en cada país y de la actividad que desarrolla, siendo la telefonía fija tradicional la sujeta a una mayor regulación.

En 2008, el Grupo incrementó la labor preventiva en la detección de riesgos de infracción de la normativa de competencia.

Telefónica y sus competidores actúan en el mercado sujetos a las diferentes regulaciones sectoriales de comunicaciones electrónicas bien a nivel nacional en los diversos Estados en los que operan bien a nivel supranacional, como es el caso del marco europeo de telecomunicaciones, en estos momentos en fase de revisión. Además, están sometidas a la regulación de competencia.

Los Principios de Actuación de Telefónica recogen su compromiso con el respeto a la ley y la Compañía ha adaptado sus estructuras internas con clara vocación de acatamiento del marco regulatorio y de la normativa de competencia. Este compromiso es más significativo si cabe en aquellos países donde la empresa disfruta de una posición de liderazgo en el mercado.

Así, Telefónica cuenta con una Comisión de Regulación, compuesta por seis Consejeros, en su mayoría externos, cuya finalidad es conocer y analizar los hechos más relevantes de la Compañía, en relación al marco normativo. Dicha Comisión mantuvo cuatro reuniones

durante el año 2008. Además, existen unidades específicamente enfocadas a la gestión regulatoria que cuentan con el apoyo de unidades legales especializadas en derecho de telecomunicaciones y de competencia, para garantizar que las decisiones conjugar el crecimiento y la satisfacción de las necesidades de los clientes con el respeto al marco de telecomunicaciones y competencia.

Formación y prevención

En 2008, el Grupo Telefónica siguió impartiendo formación específica sobre los principios de la normativa de competencia y telecomunicaciones tanto en los niveles ejecutivos como en los mandos intermedios. A esto responden los Programas de Cumplimiento del Derecho de la Competencia, prácticamente implantados en la totalidad de las operadoras europeas y en fase de implantación en Latinoamérica.

Del mismo modo, incrementó la labor preventiva en la detección de riesgos de infracción de la normativa de competencia.

Procedimientos en materia de competencia

En 2008, como resultado de su actividad comercial, Telefónica se vio inmersa en algunos procedimientos en materia de derecho de la competencia:

En España, el Juzgado de lo Civil Nº 26 de Madrid desestimó la demanda interpuesta por Vodafone contra Telefónica, S.A. en la que le exigía 670 millones de euros como compensación por los daños y perjuicios supuestamente ocasionados por esta última.

Por lo que respecta a la investigación abierta también en España por la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) contra Telefónica, Vodafone, y Orange en relación a sus precios de establecimiento de llamadas (Expediente del "Redondeo"), en diciembre de 2008 la Dirección de Investigación de la CNC dictó una Propuesta de Resolución en la que proponía que se declarase la existencia de una violación del artículo 1 de la Ley de Defensa de la Competencia. El procedimiento se encuentra en fase de resolución ante el Consejo de la CNC, que habrá de pronunciarse a lo largo del año 2009.

El Grupo imparte a sus equipos formación específica sobre los principios de la normativa de competencia y telecomunicaciones

Cuota de mercado*

	%
España	51,7
Latinoamérica	30,4
Europa	17,7
Global	29,0

Regulación del sector

España

- Declarada operadora dominante en varios mercados, aunque la regulación comienza a eliminarse en los minoristas.
- Obligada a prestar Servicio Universal hasta 2010.
- Cuota mensual sujeta a regulación de precios máximos. Los precios mayoristas de terminación en redes fijas y móviles, se aprueban por el regulador.

Europa

- Precios de terminación en redes móviles regulados.

Latinoamérica

- En general, precios de terminación en redes fijas y móviles regulados y precios minoristas, sujetos a precios máximos.
- Obligación, en algunos países, de contribuir al Servicio Universal.
- Nueva legislación en algunos países para crear un marco basado en análisis competitivos de los mercados.

Procedimientos

La Comisión del Mercado de Telecomunicaciones resolvió 4 procedimientos contra Telefónica de España por cuestiones de incumplimiento de la normativa sobre provisión de servicios de acceso a bucle (OBA), con multas de 36 millones de euros. Todas las resoluciones sancionadoras han sido impugnadas.

En Brasil, la Agencia Nacional de Telecomunicaciones finalizó diversos expedientes contra Telesp por un importe próximo a 50 millones de euros. Las sanciones se debieron a retrasos o falta de cumplimiento de requerimientos de información, entre otras cuestiones. La Compañía ha recurrido dichas decisiones.

* Fuente interna. Cuota de mercado calculada a partir del volumen de accesos de clientes.



Uso Responsable de las TIC: infancia y adolescencia

Extendió a todos los países europeos su Código de Conducta para telefonía móvil

La Compañía auditó en Latinoamérica el cumplimiento de su normativa sobre contenidos para adultos

Telefónica tiene en marcha una línea de trabajo para generalizar el uso del OPT-IN, opción que ya está implantada en Alemania, España, Irlanda y Reino Unido, y que obliga a los clientes que quieran acceder a los contenidos para adultos, a identificarse como mayores de edad.

En estos países, unos 44 millones de clientes tienen el acceso a contenidos para adultos bloqueados por defecto.

La estrategia desarrollada por Telefónica para fomentar un uso seguro y responsable de las nuevas tecnologías por parte de la infancia y la adolescencia se basa en cuatro pilares: autorregulación; productos y servicios específicos; alianzas y educación.

Autorregulación

La Normativa para la Provisión de Contenidos para Adultos, fija las bases del tratamiento que da Telefónica a los contenidos clasificados para mayores de 18 años, mediante los mecanismos de control de acceso a los mismos (por ejemplo, el OPT-IN) y la lucha contra el material ilícito.

Para reforzar la implantación de esta Normativa, en 2008 la Compañía realizó una auditoría en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela, para definir planes de mejora a implantar en 2009, ejercicio en el que, además, extenderá el proceso al resto de los mercados.

Código de Conducta

Para cumplir los compromisos adquiridos en el Acuerdo Marco auspiciado por la Comisión Europea en 2007, Telefónica firmó Códigos de Conducta nacionales con los operadores móviles en los países europeos en los que opera. Para dar un acceso más seguro a la telefonía móvil a los niños, se adoptaron medidas para regular la categorización de los contenidos para adultos, reforzar las relaciones con los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado, y fomentar acciones educativas y de sensibilización. En el proceso destacó España, donde Telefónica aplicó, junto con los demás operadores, los compromisos del Código en sólo nueve meses.

Contra la pornografía infantil

En paralelo, en febrero de 2008, Telefónica presentó, junto con los principales operadores móviles, la alianza promovida por el GSMA para luchar contra la pornografía infantil en la red, comprometiéndose así a bloquear este tipo de contenidos en sus redes. Desde entonces, la Compañía trabaja en todos los países para hacer realidad este bloqueo en 2009, resaltando en este sentido Reino Unido, donde ya aplica el compromiso tanto en el negocio móvil como en Banda Ancha.

Productos y servicios

El constante desarrollo por parte de Telefónica de terminales y herramientas específicos para los niños y los adolescentes y sus familias, se tradujo en 2008 en varias novedades:

- **Línea de ayuda:** Alemania siguió los pasos de Reino Unido y desarrolló una línea de ayuda para proporcionar a los clientes información y consejos sobre el uso de productos y servicios por parte de los niños y los adolescentes. Los centros de atención de Irlanda y Reino Unido cuentan asimismo con personas formadas para dar apoyo en caso de acoso escolar y otras circunstancias.
- **Terminales móviles:** En España, Telefónica lanzó en 2008 dos nuevas ediciones del *Play Pack*, y siguió comercializando en las tiendas Imaginarium los terminales *Mo1* y *CAM1*.

Y en Perú, vieron la luz los *Movistar Kids*, terminales móviles personalizados con personajes de Disney y funciones exclusivas.



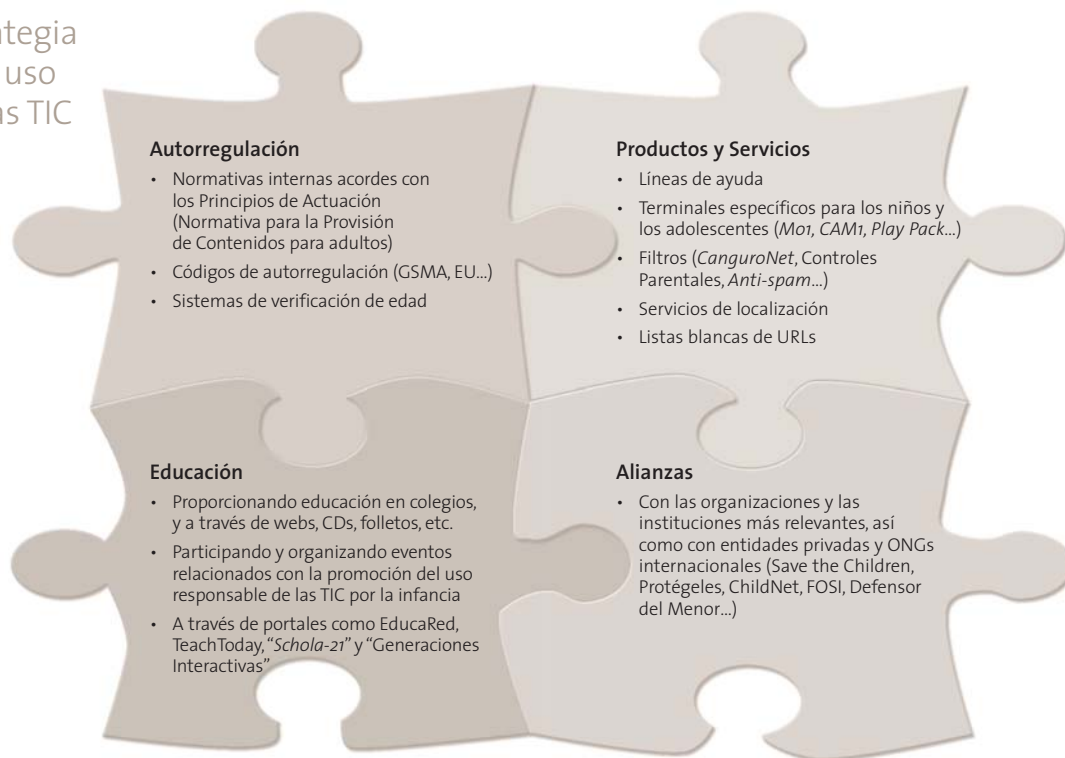
Además, la Compañía ofreció para todos sus terminales funciones optativas que permiten a los padres y educadores: bloquear contenidos para adultos con una sencilla llamada al Centro de Relación con el Cliente, controlar el consumo, etc.

- **Herramientas de control parental:** en 2008, Telefónica contó con herramientas de control parental prácticamente en todos los países. En Internet, éstas además de controlar el acceso a los contenidos no deseados, permiten restringir las ventanas de publicidad emergente, los tiempos de conexión, y el acceso a *chats*. Por su parte, *Canguro Móvil* -en España, cerca de 11 millones de clientes usan esta herramienta- permite filtrar los contenidos a los que se accede a Internet a través del móvil. Además, Telefónica ofrece controles para que los padres puedan configurar los contenidos que los niños, niñas y adolescentes visualizan en la televisión digital categorizados por edades.



Los terminales *Mo1*, *CAM1* y la edición 2008 del *Play Pack*, con contenidos de *Shrek*.

Pilares de la estrategia para fomentar el uso responsable de las TIC



Educación

Durante 2008, la Compañía promovió la formación dirigida a disfrutar de las nuevas tecnologías de manera segura, sensibilizando a niños, padres y docentes. A las webs con recomendaciones sobre el uso de Internet y el móvil, sumó otras iniciativas más específicas:

- **En los colegios:** la lucha contra el acoso escolar a través de Internet tiene en Telefónica O2 República Checa un excelente referente: su iniciativa "*Minimisation of Bullying*" (MOB) se centra en facilitar a los niños, padres y profesores, formación y procedimientos para gestionar el problema. Desde su lanzamiento en 2005, O2 Foundation ha destinado más de 13 millones de coronas checas (más de 500.000 euros) a este proyecto, que recibió en 2008 dos galardones, un "*Golden Effie*" y el "*Via Bona Award*".

En España, al cierre de 2008, ya eran más de 110.000 las personas formadas en las conferencias que la ONG Protégeles imparte, junto con Telefónica, en los colegios desde el 2004. Personal cualificado de Protégeles visita los centros

educativos para dar recomendaciones de buen uso de las TIC, así como para alertar de posibles actividades que pueden llegar a ser delictivas.

- **En familia:** también en España, Telefónica y la Fundación Cibervoluntarios lanzaron la iniciativa "Internet de Familia" para fomentar usos y contenidos que garanticen una navegación segura. Tras un piloto en Las Rozas (Madrid), con la Concejalía del Menor y Familia del Ayuntamiento, el proyecto se extenderá a todo el país.
- **'Generaciones Interactivas':** es un ambicioso programa iniciado por Telefónica en Latinoamérica, con el objetivo de sensibilizar, educar y formar a niños, padres, educadores y a la sociedad en general, acerca del buen uso de las TIC.

El primer hito del proyecto fue el estudio "Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Niños y adolescentes frente a las pantallas. Retos educativos y sociales", impulsado por Telefónica y desarrollado por la Universidad

de Navarra (UNAV) y EducaRed, de Fundación Telefónica.

Este análisis, basado en encuestas realizadas a cerca de 85.000 niños de 800 centros educativos de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela, entre septiembre de 2007 y junio de 2008, servirá de base para desarrollar acciones formativas. Entre las conclusiones que se recogen en el Libro Blanco, se incluyen las siguientes:

- El 73% de los niños encuestados navega en solitario.
- Apenas un 10% tiene instalado en el ordenador de casa un filtro de contenidos.
- El 82,8% de los niños entre 10 y 18 años tienen teléfono móvil.

Para dar continuidad en el tiempo al proyecto con nuevas iniciativas, Telefónica, la UNAV y la Organización Universitaria Interamericana (OUI) constituyeron en 2008 el "Foro Generaciones Interactivas", que está abierto a entidades públicas y privadas.

El uso de las TIC en Latinoamérica

Estudio "Generaciones Interactivas" (www.generacionesinteractivas.org)

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	Venezuela
Niños encuestados	8.005	8.647	7.093	12.229	36.967	8.224	3.637
Tienen móvil	94%	79%	92%	72%	83%	81%	93%
Tienen PC	79%	69%	82%	43%	69%	52%	68%
Navegan en el hogar	59%	60%	54%	30%	50%	36%	51%
Navegan en el colegio	42%	23%	39%	46%	20%	31%	13%
Navegan en cibercafés	44%	33%	46%	40%	53%	62%	55%
Chatean	13%	30%	12%	27%	13%	14%	24%



Uso Responsable de las TIC: infancia y adolescencia

Alianzas más destacadas

Aldeas Infantiles
Barnardo's
Cibervoluntarios
Childnet International
Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid
Federación Española de Familias Numerosas
FOSI (Family Online Safety Institute)
ITU-COP (International Telecommunication Union-Child Online Protection)
IWF (Internet Watch Foundation)
OUI-IHOE (Organización Universitaria Interamericana)
Protégeles
RED.ES
Save The Children
Universidad de Navarra

Alianzas

Telefónica es consciente de que para conseguir que los niños, niñas y adolescentes hagan un uso seguro y responsable de las nuevas tecnologías se necesita la cooperación de todos los sectores de la sociedad.

Por esta razón, en las acciones y proyectos que desarrolla siempre cuenta con el apoyo y la colaboración de otros agentes sociales.

La Compañía trabaja a diferentes niveles -internacional, regional y local- con instituciones gubernamentales, organizaciones sin ánimo de lucro y agentes sociales, el sector académico y educativo, las Fuerzas de Seguridad del Estado, otras empresas de la industria de telecomunicaciones, las familias, etcétera.

Líneas de colaboración

Las iniciativas que Telefónica lleva a cabo junto con los socios se extienden a toda su cadena de valor para minimizar los posibles impactos negativos y para maximizar los positivos contribuyendo a crear un entorno seguro. La autorregulación es una de las grandes líneas de acción de colaboración para el Grupo, fruto de la cual cabe destacar el lanzamiento y seguimiento del Código de Conducta con los operadores móviles en los países europeos en los que opera Telefónica.

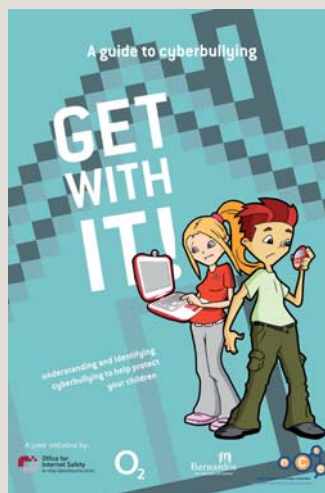
Por otro lado, los terminales específicos que comercializa la Compañía cuentan con el aval que dan las entidades más prestigiosas a los productos dirigidos a la infancia y la adolescencia.

Las iniciativas de sensibilización son también un ámbito en el que Telefónica trabaja con numerosas entidades para dar formación en los colegios; editar publicaciones; crear nuevos canales de comunicación para mostrar todos los

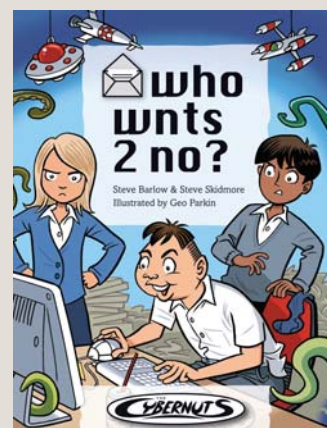
aspectos de las TIC a los profesores... Precisamente este último objetivo tiene el portal TeachToday que presentó en Bruselas la Compañía en 2008 junto con las principales empresas europeas líderes en nuevas tecnologías. Asimismo merece una mención especial la colaboración con la Universidad de Navarra en el proyecto "Generaciones Interactivas", iniciativa que llegará en 2009 a España tras desarrollarse en Latinoamérica el pasado año.

Iniciativas educativas con entidades sociales

El pasado ejercicio, Telefónica O2 Irlanda lanzó, con la colaboración de la Oficina de Seguridad en Internet, Barnardo's y el Instituto Nacional de Tecnologías de la Educación, la "Guía para el Ciberacoso". El objetivo es ayudar a entender las nuevas tecnologías a los padres y animarles a interactuar con los hijos.



En Reino Unido, la Compañía publicó en febrero de 2009, junto con la ONG Childnet International el cuento "Who Wnts 2 no?" (¿Quién quiere saber?), escrito por dos renombrados autores de obras infantiles: Steve Barlow y Steve Skidmore para sensibilizar a los niños, niñas y adolescentes sobre la seguridad en Internet. El libro se repartirá gratuitamente en las bibliotecas y los colegios ingleses durante 2009.



Uso Responsable de las TIC: clientes y seguridad

La iniciativa, puesta en marcha en España, se extenderá a los demás países

2

Gestión íntegra y transparente

Telefónica lanzó un proyecto *anti-spam*, reduciendo un 78% las incidencias de los clientes

Además de auditar sus nuevos sistemas y servicios con metodologías y herramientas de seguridad propias -SIGA y e-Scudo-, el pasado año desarrolló un nuevo método para mitigar la generación de correo basura en los equipos de los clientes particulares, controlando a su vez el número de casos de *phishing* detectados en las redes.

Telefónica cuenta en la actualidad con una política que garantiza la seguridad en todos los procesos, tanto internos como los relacionados con el cliente. En 2008, la Compañía desarrolló una tercera versión, alineada con las últimas indicaciones de la ISO 27000 y adaptada a la realidad actual de la empresa, caracterizada por una mayor presencia en Europa y un incremento constante del despliegue de servicios en Latinoamérica.

En paralelo, siguió desarrollando actividades de acuerdo con su Política de Uso Aceptable de los Servicios en Internet para el Grupo Telefónica, que abarca aspectos tales como el *spam*; los contenidos de pornografía infantil; el secreto de las comunicaciones; el derecho de la propiedad intelectual; y la prevención de actividades de *hacking*, entre otras.

Contra el correo basura

Telefónica implementó en 2007 una doble línea de trabajo contra el correo basura: por un lado, prevención del *spam* en el correo electrónico proveniente de otros proveedores de servicio; y por otro, prevención del mismo en el correo electrónico generado por los clientes.

A finales de dicho ejercicio, la Compañía puso en marcha un proyecto *anti-spam* que permitía la detección de equipos infectados. Esta iniciativa se desarrolló a lo largo de 2008 en la plataforma de correo de Telefónica en España para los clientes de ADSL residencial, y produjo los siguientes beneficios:

- Completa desaparición de incidentes debidos a la difusión de virus en red.
- Control y estabilización del número de casos de *phishing* detectados en las redes de Telefónica.
- Reducción del *spam* saliente desde la red de la Compañía en España con una disminución del 78,14% de las incidencias generadas a los clientes.

El objetivo es extender el proyecto *anti-spam* a los demás países en los próximos años. Con su implantación, Telefónica está a salvo de caer en las listas de generadores de correo basura.

La seguridad en el día a día

Todas las compañías que prestan servicios en Internet o que disponen de una red corporativa reciben ataques o intentos de intrusión en sus sistemas. Para evitarlos, Telefónica realiza pruebas técnicas en sus redes telemáticas y servicios, con los servicios de seguridad corporativos SIGA y e-Scudo:

- **SIGA:** tiene como objetivo la identificación de amenazas contra la Compañía en Internet, localizadas en contenidos de libre disposición (páginas web, foros públicos, publicaciones...).
- **e-Scudo:** se centra en la auditoría interna de seguridad sobre los productos y servicios en Internet, para analizar los nuevos sistemas y servicios antes de ser desplegados, así como para localizar y remediar vulnerabilidades en servicios en producción.

Consejos para prevenir el *phishing*

- No abra los correos electrónicos que provengan de sitios o personas en los que no confía. Trátelos como si fuera *spam* y bórrelos directamente.
- Ignore correos electrónicos que parezcan proceder de su banco y soliciten información personal o de su cuenta. Recuerde que un banco nunca le pedirá esta información a través del correo. En caso de duda, póngase en contacto con su entidad.
- Obvie correos que prometan grandes ofertas por recargar su móvil. Si tiene alguna duda, consulte con su operadora la veracidad de la oferta.
- Use los complementos gratuitos que pueden ser instalados en algunos programas navegadores de Internet para identificar las webs fraudulentas.

Para más información: www.telefonica.com/rco8/clientesseguridadTIC



Inclusión digital

Los proyectos se llevaron a cabo en las tres regiones: España, Latinoamérica y Europa

Telefónica desarrolló más de 60 iniciativas de inclusión digital en 2008

Como parte de su negocio, la Compañía continuó invirtiendo en infraestructuras para llevar las telecomunicaciones a más ciudadanos. Además, para contribuir al progreso de los países en los que opera, Telefónica realizó el pasado año más de 60 proyectos dirigidos a reducir la brecha digital en sus 4 principales aspectos: brecha económica; brecha de capacitación; brecha geográfica; y brecha de salud y discapacidad.

"Ahora con el celular ya puedo comunicarme con mis clientelas, para saber cuánto quieren y cargar en el camión solo lo que vayamos a vender, porque antes a veces no lo vendíamos todo".
(Jesús Cjuno, agricultor de la provincia de Canas, proyecto "Intégrame" en Perú)

"Este proyecto nos permite a los no iniciados en Internet perderle el miedo a las nuevas tecnologías y experimentar con algo que nunca habíamos soñado".
(Anónimo del proyecto "Ciberescuela", España)



- México**
- Servicio de atención en lengua indígena
 - EducaRed
 - "Aula Fundación Telefónica"
 - "Movistar SOS"
 - Productos prepago (fija y móvil)

- El Salvador**
- "Aula Fundación Telefónica"
 - Campus Party
 - "Microrecargas"
 - Productos prepago (móvil)

- Guatemala**
- "Aula Fundación Telefónica"
 - "Microrecargas"
 - Productos prepago (móvil)

- Nicaragua**
- "Aula Fundación Telefónica"
 - "Microrecargas"
 - Productos prepago (móvil)

- Panamá**
- "Aula Fundación Telefónica"
 - "Microrecargas"
 - Productos prepago (móvil)

- Ecuador**
- "Cobertura 2008"
 - "Aula Fundación Telefónica"
 - "Microrecargas"
 - Productos prepago (móvil)

- Colombia**
- "Compartel"
 - ADSL residentes en campamento La Mina
 - Campus Party
 - EducaRed
 - "Aula 365"
 - "Aula Fundación Telefónica"
 - Productos prepago (fija y móvil)
 - "Microrecargas"
 - "Puesto de Trabajo Informático"
 - Centro de intermediación para sordos

- Perú**
- "Intégrame"
 - "RENACE"
 - "Proyecto Iris"
 - EducaRed
 - "Conéctame"
 - Servicio de atención en Quechua y Aymara
 - "Aula Fundación Telefónica"
 - "Fonoya"
 - "Puesto de Trabajo Informático"
 - Productos prepago (fija y móvil)

- Chile**
- "Puentes de Comunicación"
 - "Internet Educativa"
 - "Chile@prende"
 - "200 Barrios"
 - EducaRed
 - "Aula Fundación Telefónica"
 - Alfabetización Digital
 - Productos prepago (fija y móvil)
 - "Puesto de Trabajo Informático"
 - "Microrecargas"

- Brecha económica
- Brecha geográfica
- Brecha de capacitación
- Brecha de salud y discapacidad

275 millones

de euros invertidos en fondos de Servicio Universal

82% de los clientes

de servicios móviles son prepago en Latinoamérica

Más de

30 millones de visitantes únicos en el portal EducaRed

Más de **80 millones**

de euros invertidos para reducir la brecha económica y geográfica

Más de

6 millones de líneas fijas prepago en Latinoamérica

España cuenta

con un **87%** de cobertura de Banda Ancha en poblaciones rurales

Cerca de

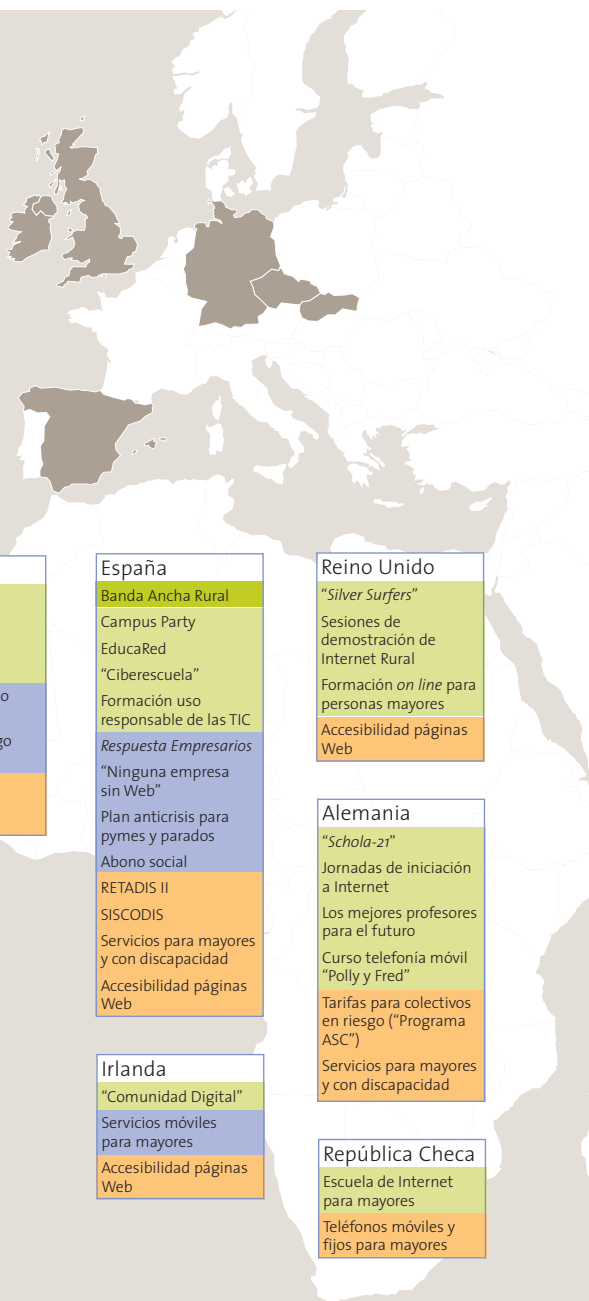
15 millones de euros invertidos en programas de formación en TIC

Más de

880.000 Teléfonos Públicos en Latinoamérica y España

Más de

230.000 personas formadas en nuevas tecnologías



Venezuela
EducaRed
"Aula Fundación Telefónica"
Productos prepago (fija y móvil)

Argentina
"Aula 365"
EducaRed
"Aula Fundación Telefónica"
"Puesto de Trabajo Informático"
Productos prepago (fija y móvil)
Centro de intermediación para sordos

España
Banda Ancha Rural
Campus Party
EducaRed
"Ciberscuela"
Formación uso responsable de las TIC
Respuesta Empresarios
"Ninguna empresa sin Web"
Plan anticrisis para pymes y parados
Abono social
RETADIS II
SISCODIS
Servicios para mayores y con discapacidad
Accesibilidad páginas Web

Reino Unido
"Silver Surfers"
Sesiones de demostración de Internet Rural
Formación on line para personas mayores
Accesibilidad páginas Web

Uruguay
"Aula Fundación Telefónica"
Productos prepago (móvil)

Brasil
Campus Party
EducaRed
"Aula Fundación Telefónica"
Productos prepago (fija y móvil)
"Puesto de Trabajo Informático"
"FaleSempre"
Centro de intermediación para sordos

Irlanda
"Comunidad Digital"
Servicios móviles para mayores
Accesibilidad páginas Web

Alemania
"Schola-21"
Jornadas de iniciación a Internet
Los mejores profesores para el futuro
Curso telefonía móvil "Polly y Fred"
Tarifas para colectivos en riesgo ("Programa ASC")
Servicios para mayores y con discapacidad

República Checa
Escuela de Internet para mayores
Teléfonos móviles y fijos para mayores



Proyecto "Intégrame", Perú.



Proyecto "Schola-21", Alemania.



Proyecto "Conéctame", Perú.



Proyecto "Puentes de Comunicación", Chile.

Inclusión digital

Más de 60 iniciativas en España,
Latinoamérica y Europa

Telefónica invirtió más de 370 millones de euros¹ para reducir la brecha digital

Contribuir a crear una sociedad inclusiva a través de las TIC es parte de la estrategia de Responsabilidad Corporativa definida por la Compañía en 2008.

El Grupo destinó 275 millones a los Fondos de Servicio Universal; cerca de 15 millones, a actividades de formación TIC; y más de 80 millones en proyectos para reducir la brecha económica y geográfica.

Estrategia

Telefónica trata de fomentar una sociedad inclusiva incrementando el acceso a las telecomunicaciones por parte de los ciudadanos. Además de contribuir al Servicio Universal, cada año desarrolla numerosas iniciativas para ayudar a cerrar las diversas brechas relacionadas con la inclusión digital.

Asimismo, la Compañía ha incorporado a su estrategia la segmentación propuesta en el Primer Encuentro Iberoamericano sobre Objetivos del Milenio de Naciones Unidas y las TIC, celebrado en 2006 en Punta del Este, Uruguay. En este encuentro se planteó evaluar la brecha digital desde cuatro ópticas: la brecha geográfica, la brecha económica, la brecha de educación y la brecha de salud / discapacidad con el fin de poder enfocar proyectos específicos dirigidos a impactar y promover la disminución de dichas brechas.

- **Servicio Universal:** servicio que garantiza a todos los ciudadanos la conexión al servicio telefónico fijo y una oferta suficiente de teléfonos públicos de pago, así como acceso a información telefónica. La Compañía considera este servicio como un elemento de equidad, solidaridad y cohesión social. Por tanto, las obligaciones inherentes a éste deberían enfocarse como objetivos de la política social de los Gobiernos, siempre y cuando el desarrollo del país en cuestión y sus circunstancias lo permitan.
- **Brecha geográfica:** la barrera que impide la extensión de la telefonía a las zonas rurales porque el coste de llevar el servicio a ellas es mayor.
- **Brecha económica:** un servicio telefónico puede reducir la desigualdad. Por ello, Telefónica ofrece servicios de telefonía fija y móvil para todos, incluyendo personas

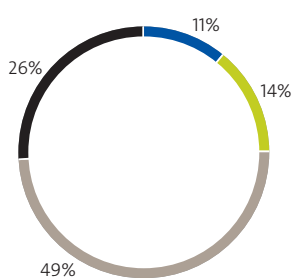
con menos recursos económicos o que tienen problemas a la hora de pagar sus facturas. Además, la adopción de las TIC por parte de las empresas es un elemento clave para incrementar su productividad.

- **Brecha de capacitación:** incluso cuando las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones están disponibles, algunas personas no son capaces de usarlas. Asimismo hay colectivos en situación de riesgo que también requieren formación en las TIC.
- **Brecha de salud y discapacidad:** el impacto de la Sociedad de la Información sobre el colectivo de las personas con discapacidad y la salud resulta evidente ya que las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) ofrecen un amplio abanico de posibilidades para eliminar barreras relacionadas con la movilidad y la

¹ 104 millones de euros corresponden al coste neto de 2007 por la prestación del Servicio Universal por parte de Telefónica España.

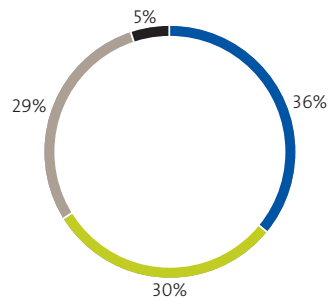
² Fuente: Barómetro CIS nº 2754. Datos de febrero de 2008.

Iniciativas de inclusión por tipo de brecha



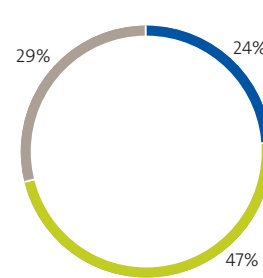
■ Económica
■ Geográfica
■ Educativa
■ Discapacidad

Iniciativas de inclusión por tipo de beneficiario



■ Comunidad
■ Niños y jóvenes
■ Mayores y personas con discapacidad
■ Pymes

Iniciativas de inclusión por área geográfica



■ España
■ Latinoamérica
■ Europa

distancia, proporcionando un acceso más equitativo a recursos relacionados con la información, el conocimiento y el empleo.

Consciente de que reducir la brecha digital es tarea de todos, Telefónica también trata de sensibilizar a la sociedad acerca del impacto social de las TIC, a través de estudios e investigaciones; y promueve la participación de sus empleados en las actividades de inclusión a través del programa Voluntarios Telefónica, gestionado por Fundación Telefónica.

En 2008, la Compañía realizó más de 60 iniciativas relacionadas con la inclusión digital que permitieron situar la cobertura móvil poblacional en Latinoamérica en un 81,5% de media; formar a más de 230.000 personas en las TIC e incluir digitalmente a más de 2 millones de pequeñas empresas a través de ofertas específicas para este colectivo.

Servicio Universal

Desde su creación, el objetivo último de los Fondos de Servicio Universal (FSU) ha sido establecer mecanismos de financiación para los proyectos encaminados a la extensión de servicios de telecomunicaciones al conjunto de la población garantizando unos niveles mínimos de calidad y a unos precios asequibles.

Telefónica, desde su condición de operador de referencia en sus mercados y en cumplimiento de sus compromisos de proximidad y confianza, cumple con las exigencias regulatorias asociadas al Servicio Universal y emprende numerosas iniciativas encaminadas a la reducción de la brecha digital en sus regiones de influencia:

- En España, la obligación de Telefónica España de prestar el Servicio Universal se renovó hasta 2010 para los servicios de conexión a la red telefónica pública desde una ubicación fija, y acceso al servicio telefónico, cabinas públicas,

guías telefónicas ("páginas blancas") y prestaciones para usuarios especiales (personas con discapacidad, pensionistas...). En el periodo 2007 el coste neto por la prestación de Servicio Universal por parte de Telefónica España fue de 104 millones de euros.

- En Latinoamérica, las empresas de Telefónica colaboran con las diferentes iniciativas públicas de universalización del servicio. En 2008, Telefónica realizó una contribución neta de 162 millones de euros a los Fondos de Universalización de Argentina, Brasil, Colombia, Perú, y Venezuela.
- En República Checa, Telefónica ofreció los siguientes servicios derivados del Servicio Universal: guías telefónicas, servicio de consulta de números de teléfono, cabinas públicas y ofertas especiales para colectivos desfavorecidos. En el periodo 2007, el coste neto por la prestación de estos servicios fue de más de 8 millones de euros.

Inclusión geográfica en el Grupo Telefónica 2008

2008	Cobertura móvil población (%)	Aportación Fondos Servicio Universal (miles de euros)*	Teléfonos públicos
España	99,7	104.000	64.607
Alemania	99,3	n.a.	n.a.
Irlanda	99,6	n.a.	n.a.
República Checa	98,9	8.670	n.d.
Reino Unido	99,0	n.a.	n.a.
Argentina	88,9	20.251	97.710
Brasil	81,1	65.943	250.278
Chile	93,3	n.a.	20.527
Colombia	70,3	44.631	15.175
Ecuador	87,2	n.a.	89.402
El Salvador	84,4	n.a.	6.231
Guatemala	60,6	n.a.	18.020
México	88,1	n.a.	71.553
Nicaragua	83,6	n.a.	n.a.
Panamá	71,8	n.a.	n.a.
Perú	67,5	9.947	200.316
Uruguay	86,0	n.a.	n.a.
Venezuela	96,1	22.016	48.911

* Nota:

España: coste neto de 2007 por la prestación del Servicio Universal por parte de Telefónica España.

Brasil: dato de aportación para VIVO (Brasil) calculado como el 50% del total, *joint venture* con Portugal Telecom.

Inclusión digital

Brecha geográfica

La brecha geográfica es la barrera que impide la extensión de las telecomunicaciones a las áreas rurales porque el coste de llevar el servicio a ellas es mayor. En 2008, Telefónica trabajó para extender la telefonía a las zonas rurales en España y América Latina.

En España, una de las iniciativas de la Compañía para paliar la brecha digital ha sido el servicio de la Banda Ancha Rural que se lanzó al mercado en enero de 2006. El objetivo de este servicio es proporcionar la Banda Ancha a las zonas rurales y aisladas, independientemente de la tecnología empleada. Actualmente, dicho servicio se comercializa con el nombre de *Dúo ADSL Rural*, que ofrece, como el *dúo ADSL* convencional, un *pack* de conexión ADSL y llamadas a fijos nacionales por un único precio mensual.

En octubre de 2008, el número de clientes acumulados era de 110.470 (de los cuales, 1.236 eran clientes con tecnología LMDS y 576 clientes con tecnología satélite). La inversión realizada en la constitución de la nueva red se ha realizado desde 2005 hasta el 30 de octubre de 2008 y ha supuesto un total de 80 millones de euros¹ incluyendo las diferentes tecnologías (ADSL, LMDS y Satélite).

En América Latina, algunas de las iniciativas de la Compañía para paliar la brecha digital son:

- **“Cobertura 2008” (Ecuador):** iniciativa para mejorar la cobertura móvil en zonas suburbanas, rurales y carreteras. Durante 2008, se alcanzó un 87,2% de la población.
- **“Intégrame” (Perú):** alianza público-privada para el desarrollo de servicios de telecomunicaciones en áreas rurales con altos índices de pobreza. A través de la tecnología inalámbrica se ofrecen servicios móviles, fijos y de acceso a Internet y televisión. Durante 2008, “Intégrame” benefició a 20.000 personas, aproximadamente, en 61 centros poblacionales.

- **“Segundo Plan Bianual de ampliación y reposición de redes de telecomunicaciones sociales con solución inalámbrica” (Colombia):** reposición y ampliación de las redes de telecomunicaciones en 1.400 localidades de 330 municipios, con fondos públicos otorgados por el Fondo de Comunicaciones. Este proyecto beneficiará a 25.000 familias y creará más de 200 telecentros en 2009.
- **“Puentes de comunicación: antenas Sociales” (Chile):** a través de un acuerdo con el Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones, esta iniciativa consiste en llevar la cobertura móvil a lo largo de Chile a aquellas zonas que se encuentran aisladas a la

comunicación. Desde su comienzo en junio de 2006, se han instalado cinco antenas: Cabildo, V Región; Mehuín, XIV Región; Tulahuén, IV Región, Futaleufú y de Ayacara, en la X Región y Pichi Pellahuen, en la IX Región. Las antenas han beneficiado aproximadamente a cerca de 90.000 personas.

- **“Proyecto Iris” (Perú):** este proyecto aprovecha la tecnología celular para ofrecer el servicio de telefonía fija inalámbrica en zonas donde no es posible llegar con la tecnología tradicional. Actualmente el proyecto cuenta con un número de líneas en servicio de 345.000 a nivel nacional.

“RENACE”: telefonía a 2.500 metros de altura

Cerca de cuatro mil peruanos que habían vivido aislados en comunidades rurales a 2.500 metros de altura escucharon por primera vez una llamada por teléfono celular gracias a “RENACE”, un proyecto piloto conjunto del programa “Sembrando” que preside Pilar Nores de García (Primera Dama del Perú), apoyado por Ericsson y Telefónica Móviles.

“RENACE” tiene el mérito de haber logrado una solución de bajo costo de instalación, mediante la reutilización de recursos e infraestructura disponible y la participación de los pobladores para la construcción de las obras civiles, con apoyo local. Esto lo convierte en una experiencia única en el país, que busca confirmar nuevas modalidades de gestión para lograr

la expansión de los servicios de telecomunicaciones a localidades rurales alto-andinas.

“RENACE” ha necesitado más de un año de preparación. Este proyecto piloto incluirá los servicios de telefonía móvil (voz) y telefonía inalámbrica, que serán comercializados por los propios pobladores de las comunidades beneficiadas gracias a un acuerdo establecido con Telefónica Movistar.

La potencial replicabilidad de este modelo de gestión en otras localidades rurales alto-andinas del país, permitiría contribuir a mejorar la calidad de vida de sus pobladores a través de las telecomunicaciones, como herramienta clave para su desarrollo.



¹ Esta cifra no será definitiva hasta que concluya la auditoría en curso sobre el ejercicio 2008.

Brecha económica

La desigualdad de renta es un freno para el acceso a las soluciones TIC. Por ello, Telefónica ofrece servicios de telefonía fija y móvil para todos, incluyendo personas con menos recursos económicos o que tienen problemas a la hora de pagar sus facturas.

Con el objetivo de reducir esta brecha, la Compañía lanzó en marzo de 2009 un plan anticrisis en España con una batería de medidas con descuentos, nuevos productos y ofertas específicas para un contexto de desaceleración económica. A fecha de publicación de este Informe, más de 100.000 clientes en paro han tramitado ya las solicitudes para recibir descuentos en sus facturas.

La batería de iniciativas dirigidas a rebajar el importe de la factura y prevenir el gasto de nuestros clientes son:

- **Ayudas a parados:** Telefónica reducirá a la mitad las facturas de sus clientes fijo y móvil en situación de desempleo, con un máximo de 20 euros por factura.
- **“Oferta Dúo + voz móvil”:** permite a los clientes con servicios *Dúo* o *Trío* (ADSL con llamadas o Televisión de pago) realizar llamadas desde su móvil Movistar a los 23 millones de clientes de la Compañía en España por un céntimo el minuto.
- **“Línea libre”:** un servicio en el que desaparece la cuota de abono al servicio telefónico.

- **Apoyo a las pymes:** las pequeñas y medianas empresas de reciente creación tendrán un descuento de hasta un 50% durante su primer año de vida.

Asimismo, la Compañía lanzó diversos planes dirigidos especialmente a las personas extranjeras residentes en España, colectivo que en la actualidad supone más de cinco millones de personas en España.

- **“Puente Movistar”:** al darse de alta el cliente, se le obsequia con una hora de llamadas gratis a cualquier fijo o móvil del país elegido. Rumania, Bulgaria, Ucrania, Alemania, Reino Unido, Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, Bolivia, Perú y Marruecos, son los doce destinos entre los que el cliente puede beneficiarse de las ventajas de este servicio.
- **Otros servicios:** la Compañía ofrece a los inmigrantes la *Tarifa Juntos*, la *Tarifa Mini Internacional* y el *Pack Imagenio Latino*.

En Latinoamérica, más del 82% de los 123 millones de clientes de servicios móviles de Telefónica, utilizaba productos prepago a finales de 2008, que permiten tener un adecuado control del consumo. Además, el despliegue de redes GSM siguió favoreciendo el acceso a terminales en condiciones más económicas.

Asimismo, la Compañía contaba con más de 6 millones de líneas fijas prepago y de control del consumo de América Latina, un programa basado en líneas fijas en prepago para ayudar a clientes de rentas bajas que de otra

manera tendrían dificultades para instalar un teléfono en casa. Éste es el caso de Chile, donde 14.000 clientes disfrutaron de una conexión de Banda Ancha a través del plan de Banda Ancha prepago.

En 2008, Telefónica también continuó innovando en la creación de productos y servicios accesibles para los colectivos más desfavorecidos:

- **“Fonoya” (Perú):** servicio que da la posibilidad de acceder a la telefonía fija, adquiriendo un terminal telefónico que sólo requiere conectarse a la red eléctrica y pagando el equivalente a un sol diario (0,30 dólares).
- **“Microrecargas” (Latinoamérica):** servicio que ofrece la posibilidad a los clientes prepago de realizar recargas de saldo entre 0,5 y 5 dólares.
- **“Puesto de Trabajo Informático” (España y Latinoamérica):** servicio que proporciona a autónomos y pequeñas y medianas empresas las herramientas necesarias para satisfacer todas sus necesidades informáticas y de Internet con un único precio mensual. A finales de 2008, la Compañía gestionaba en España cerca de 2 millones de puestos de trabajo a través de *Respuesta Empresarios*, superando los 110.000 en Latinoamérica.

Plan anticrisis para pymes y parados

La Compañía puso en marcha en marzo de 2009 un plan anticrisis para pymes y parados de medidas que incluye descuentos de hasta el 50% en la factura de sus clientes en paro, con un límite de 20 euros por factura. Hasta medio millón de facturas podrán beneficiarse de estas ayudas este año.

El anuncio de Telefónica tuvo una rápida respuesta en los servicios de atención (1004, Pymes, Internet) registrando, en los días posteriores, alrededor de 10.000 llamadas

de clientes interesándose por los planes y para pedir asesoramiento en su control del gasto en telecomunicaciones.

Debido al éxito comercial, se habilitó una nueva Oficina de Asesores Comerciales, cuyo objetivo es que cada cliente de la Compañía consiga la mejor oferta y los productos más adaptados a sus necesidades. Dicha oficina funciona las 24 horas del día, de lunes a domingo, en el número de atención gratuito 900 380 390. A la fecha de publicación de este Informe, este servicio había registrado más de 4.500 llamadas y más de 100.000 clientes en paro han tramitado ya las solicitudes para recibir descuentos en sus facturas.



Asimismo, se habilitó la web www.telefonica.es/teayudamos, para tramitar las peticiones de los clientes. En concreto, ha registrado más de 200.000 descargas en los formularios de suscripción. Por otra parte, unos 3.000 negocios de nueva creación también se han interesado por las ayudas y descuentos diseñados para ellos.

Inclusión digital

Brecha de capacitación

Incluso cuando las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones están disponibles, algunas personas no son capaces de usarlas por falta de formación. Según el Centro de Investigación Sociológica (CIS)¹, el 91,9% de las personas con una edad de 65 años o superior no utiliza Internet, y de éstas, el 58,1% admite que no lo usa porque "no sabe utilizarlo".

Telefónica lleva a cabo numerosas iniciativas para procurar que las personas aprendan a usar las nuevas tecnologías y se beneficien de sus ventajas. Durante 2008, más de 230.000 personas se beneficiaron de sus programas de formación. Asimismo, la Compañía dispone de infocentros en América Latina, donde se ofrece Internet a bajo coste a través de subsidios de diversos Ministerios de Educación a espacios comunitarios o barrios con el objetivo de apoyar la educación, la empleabilidad y el espíritu emprendedor de los ciudadanos.

La labor de Fundación Telefónica en este sentido es clave, especialmente a través de su programa EducaRed, cuyo objetivo es promover el uso educativo de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en la enseñanza, beneficiando así a profesores, alumnos, padres y otras personas de ocho países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú y Venezuela. Durante 2008, EducaRed benefició a 32 millones de personas y desarrolló 480 iniciativas educativas con un total de 606.787 horas de formación, un 53% más que en 2007.

Asimismo, Telefónica invirtió en otros programas para mejorar las habilidades tecnológicas de colectivos en riesgo de exclusión:

- **"Aulas 365 Speedy" (Argentina):** considerada como el servicio de apoyo a la educación más importante de Iberoamérica, esta herramienta de formación permite a los alumnos, padres y docentes de todos los niveles educativos encontrar en la Banda Ancha Speedy una nueva fuente de consulta complementaria. Dicha herramienta cuenta con un promedio de 5.000

visitas diarias y una amplia oferta de contenidos formativos con más de 600 películas educativas y más de 100 cursos disponibles.

- **"Conéctame" (Perú):** a través del "Bus Móvil", un moderno e innovador vehículo que está equipado con tecnología inalámbrica (satelital) y acceso a Internet, Telefónica recorre diversas localidades de Perú para educar y capacitar a los pobladores utilizando módulos interactivos con contenidos de relevancia para su desarrollo económico y social como son Salud, Educación, Pymes y Tecnologías de la Información. La primera parada del "Bus Móvil" fue

Cajamarca donde recorrió cinco distritos durante 8 semanas, beneficiando a alrededor de 5.500 pobladores de este departamento.

- **"Aula Fundación Telefónica" (Latinoamérica):** este proyecto busca fortalecer los procesos de enseñanza y aprendizaje a través de las TIC de docentes y miembros de comunidades afectadas por el trabajo infantil. Al finalizar el año se habían inaugurado 74 aulas en los trece países en los que se desarrolla el programa Proniño, atendidas por personas expertas en la dinamización de las TIC, los "dinamizadores digitales".

¹ Fuente: Barómetro CIS nº 2754. Datos de febrero de 2008



Alfabetización digital en España

"Ciberescuela" es el proyecto de Telefónica dedicado a la alfabetización digital de colectivos desfavorecidos tales como personas de edad avanzada, amas de casa, inmigrantes y habitantes de zonas rurales.

El objetivo es contribuir a la reducción de la brecha digital en España, mediante un atractivo curso gratuito de tres horas de duración. Los alumnos siguen los contenidos de un CD donde cuentan con una profesora virtual, que les va guiando a lo largo de los contenidos y las prácticas. Una de las características esenciales de este curso es que no necesita de un profesor

que imparta una clase presencial, sino que cada alumno puede aprender al ritmo que lo desee.

En 2008 se realizó una prueba piloto en varios municipios de la Comunidad de Madrid, alcanzando más de 600 alumnos con un índice de satisfacción del 98%.

Tras el éxito de la prueba, el curso "Ciberescuela" se está implantando en otras Comunidades Autónomas a través de convenios de colaboración. Se estima que el número de beneficiarios podría superar los 20.000 alumnos en toda España en 2009.

Brecha de salud y discapacidad

Durante 2008, Telefónica siguió trabajando en diferentes ámbitos de accesibilidad. A ello responden, entre otras cosas, los nuevos desarrollos de servicios gracias a una intensa labor de I+D, modernos terminales adaptados, y acuerdos con asociaciones para proyectos conjuntos:

- Desarrolló una plataforma de teleasistencia que permite la atención remota de personas dependientes y que podrá incorporar en el futuro numerosos servicios de rehabilitación, monitorización, ocio, compañía, etc. La plataforma entró en funcionamiento, el pasado año, como piloto.
- Telefónica firmó en 2008 un acuerdo con la Fundación CNSE (Confederación Estatal de Personas Sordas), para colaborar en la puesta en marcha de un servicio de teleinterpretación de lengua de signos a nivel nacional. La colaboración se inició revisando la viabilidad técnica de la plataforma desarrollada en el centro de I+D de Granada, y se espera poder concretar el servicio en 2009.
- La Compañía lanzó en España un servicio de SMS vocal (convierte a voz el texto de un SMS); y 6 modelos nuevos de teléfonos fijos accesibles.

- En el resto de Europa cabe resaltar que Telefónica O2 Alemania comercializó con éxito el teléfono móvil "fácil y práctico" de *Motorola Einfach-Handy W220*. La Compañía ofreció el *Emporia Life*, especialmente diseñado para personas mayores o con discapacidad, a sus clientes de Irlanda y República Checa; y en este último país también potenció descuentos y ofertas especiales. Además, en Reino Unido creó servicios específicos de telefonía de texto y una guía *on line* con recomendaciones para elegir móvil.
- En Latinoamérica, destacaron los centros de intermediación para sordos de Argentina, Brasil y Colombia, con 360.000, 45.000 y 15.000 llamadas atendidas en 2008, respectivamente.

De cara a 2009, la Compañía pondrá en marcha un proyecto estratégico sobre *e-health* (salud y bienestar), con el objetivo de diseñar una oferta de servicios relacionados con la salud y el bienestar, que incluirá propuestas específicas para personas con discapacidad.

Sensibilización social

En 2008, Telefónica vio en los "O2 Ability Awards" una excelente oportunidad para contribuir a la integración de las personas con discapacidad en el mundo empresarial español. Fue así como decidió lanzar en España la edición de estos premios irlandeses que reconocen a las empresas

o instituciones con modelos de negocio sostenibles dirigidos a este colectivo.

Para ello, Telefónica constituirá un patronato en el que se incorporarán las principales asociaciones empresariales y las organizaciones de la discapacidad de mayor relevancia en España.

Los "O2 Ability Awards" fueron creados por Kanchi, una organización irlandesa sin ánimo de lucro, que ha conseguido crear un verdadero estándar empresarial, potenciando además la difusión de buenas prácticas. España es el primer país fuera de Irlanda al que llegan los galardones y lo hacen de la mano de Telefónica como patrocinador, con el objetivo de poner en valor la diversidad y la contribución al negocio de los clientes y empleados con discapacidad.

La accesibilidad y el negocio

Los premios tienen varias categorías para así poder reconocer modelos empresariales desde diferentes enfoques. Se valoran, entre otras cosas, los esfuerzos en accesibilidad, liderazgo y gestión de las personas. Del mismo modo, se presta especial atención al servicio ofrecido a los clientes con discapacidad, premiando a las empresas que analizan sus necesidades y dan respuesta con soluciones innovadoras y a medida.

Atención accesible

El pasado ejercicio, Telefónica siguió mejorando la accesibilidad de sus páginas web y de su red de establecimientos.

En este sentido, cabe resaltar los elementos de la Tienda Gran Vía 28, buque insignia de la Compañía en España: cuenta con un área específica para productos y servicios accesibles; ordenadores de consulta adaptados; una guía de visita en formato *braille*; empleados con conocimientos de la lengua de signos y formados específicamente en la atención a personas con discapacidad (en 2008, al menos 100 empleados de las Tiendas Telefónica recibieron esta formación).



Inversión en la Comunidad

Telefónica destinó cerca de 115 millones de euros a acción social y cultural durante el ejercicio 2008

En 2008, la Compañía aumentó en 21,4 millones de euros su inversión en la Comunidad, lo que supone un incremento del 22,9% respecto al ejercicio anterior.

Fundación Telefónica, el motor de las iniciativas sociales y culturales del Grupo, elevó el número de participantes y beneficiarios de sus actividades en 436.135 personas, superando los 40 millones.

Telefónica está convencida del papel de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para mejorar la educación y fomentar la igualdad de oportunidades. Éste es, por ello, el eje de sus iniciativas sociales y culturales, a las que dedicó en 2008 cerca de 115 millones de euros, un 23% más que el año anterior, según la metodología internacional LBG, adoptada por la Compañía en 2007 para medir y evaluar mejor su aportación a la comunidad.

Los proyectos se desarrollan a través de:

- Fundación Telefónica, pilar de la acción social y cultural de la Compañía, creada en 1998 y presente en 8 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú y Venezuela. Con algunos programas, llega a 14 países, incluyendo Ecuador, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Panamá y Uruguay.
- Patrocinios sociales y culturales con impacto positivo en la sociedad, el arte y la cultura. En 2008, destinó más de 32 millones de euros a cerca de 170 iniciativas.
- ATAM, la asociación de Telefónica dirigida a mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad. Su modelo de atención integral incluye asesoramiento, ayudas económicas directas y servicios de integración laboral para los socios, un total de 58.226 empleados.
- Telefónica Europa desarrolla actividades sociales centradas, sobre todo, en la juventud y la educación, a las que añade cada año iniciativas sobre salud/discapacidad y medio ambiente.

Acción Social y Cultural de Telefónica (inversión)

Metodología LBG desde 2007 - Datos en miles de euros	2008	2007	2006
Fundación Telefónica	69.205	51.054	33.015
Patrocinios sociales y culturales	32.422	28.988	1.608
ATAM	9.174	9.069	8.911
Actividades sociales Europa	3.898	4.228	2.493
Total	114.700	93.339	46.027

Nota: 2007 fue el primer año de contabilización de las cifras de ATAM según criterio LBG. Por ello, Telefónica utilizó un criterio conservador, publicando contribuciones de 4,5 millones de euros para 2007. No obstante, en 2008 se amplió el criterio y se verificó que los importes publicados en esta tabla están de acuerdo con la metodología LBG.

Declaración de aseguramiento de LBG - Telefónica



Telefónica ha encargado a Corporate Citizenship el aseguramiento de su aplicación del modelo de medición LBG en el año 2008 (finalizado el 31 de diciembre de 2008).

impulsando activamente la medición de las colaboraciones con la comunidad en España, en colaboración con MAS Business, que dirige LBG España, y otras empresas miembro.

El modelo LBG ayuda a las empresas a mejorar la gestión, medición e información de su colaboración y compromiso con 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), y valora los resultados reales para la comunidad y la empresa.

Nuestro trabajo se ha limitado a asegurar la correcta aplicación del modelo LBG. A nuestro juicio, Telefónica ha demostrado con éxito que entiende el modelo LBG y está aplicando sus principios a la medición de actividades en la comunidad en España y en los países en los que está presente.

Telefónica es miembro fundador de LBG España (el grupo español de LBG) y está

Corporate Citizenship
www.corporate-citizenship.com
Abril 2009

Nota: En el Informe *on line* de Telefónica correspondiente a 2008 se puede encontrar una declaración de aseguramiento más detallada, que incluye un comentario sobre la aplicación de Telefónica del modelo LBG.



LBG es un modelo que fue desarrollado en 1994 por seis empresas del Reino Unido con el fin de mejorar la gestión, entendimiento y medición de su inversión social. Actualmente es usado por más de 200 compañías líderes a nivel mundial. En 2008, Telefónica colaboró activamente en el establecimiento de LBG España, con el objetivo de profesionalizar la medición de la acción social.

Para cumplir sus objetivos, se apoya en entidades educativas, sociales y culturales, públicas y privadas: el pasado año, colaboró con cerca de 270 organizaciones.

Fundación Telefónica* invirtió cerca de 70 millones de euros en 3.565 proyectos, que beneficiaron a más de 40 millones de personas

La Fundación cuenta con cinco programas de actuación: EducaRed, Proniño, Voluntarios Telefónica, Debate y Conocimiento, y Arte y Tecnología.

Proniño escolarizó a 107.602 niños en América Latina, apartándoles del trabajo infantil. En 2009, el objetivo es beneficiar a 120.000 en el eje de protección integral, a los que se sumarán 127.500 nuevos beneficiarios a través de una intervención de tipo socio educativo.

Fundación Telefónica trata de contribuir al desarrollo social a través de una educación de calidad. Desarrolla cinco grandes programas transnacionales:

- **EducaRed:** orientado a mejorar la educación mediante las nuevas tecnologías. Su portal EducaRed.net incluye herramientas, contenidos y programas educativos, e instrumentos para el trabajo en colaboración. Con 32,3 millones de visitantes únicos, es un referente en lengua española, presente en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú y, desde 2008, en Venezuela. El programa también desarrolla actividades didácticas presenciales, foros y debates. El pasado año, siguió extendiendo su alcance a través de acuerdos con organismos internacionales y colaborando con Proniño en los 13 países en los que está implantado este programa.
- **Proniño:** su objetivo es contribuir a erradicar el trabajo infantil a través de la protección integral y la escolarización continuada y de calidad de los niños y adolescentes trabajadores. En 2008, escolarizó a 107.602 niños, duplicando por tercer año consecutivo los beneficiarios en Latinoamérica. Durante el ejercicio, se aprovechó la experiencia del modelo EducaRed para facilitar a profesores, alumnos y familias, herramientas tecnológicas necesarias para garantizar el acceso a procesos de aprendizaje y enseñanza de calidad. Así, se instalaron en centros educativos Proniño 74 "Aulas Fundación Telefónica" con equipos y conectividad; se lanzó el "Canal EducaRed del Educador Proniño", en el que se desarrollaron 25 módulos de formación,

y se implementó el "Servicio de Atención en Tecnología Educativa", para dar a los docentes una atención cualificada y personalizada.

- **Voluntarios Telefónica:** 21.807 empleados participaron en el programa de Voluntariado Corporativo. Proniño y las personas en riesgo de exclusión, coparon la mayor parte de las 341.109 horas de voluntariado. En 2009, se potenciarán las sinergias entre Proniño y EducaRed, y proyectos como "Vacaciones Solidarias" y "Escuelas Amigas", iniciativa para compartir experiencias a través de la Red. Además, se incorporarán antiguos empleados mayores y se creará el Programa de Voluntariado para Telefónica Europa, donde hay cerca de 1.000 empleados voluntarios.
- **Debate y Conocimiento:** se ocupa de la generación de conocimiento en el entorno de la Sociedad de la Información y de su impacto social. Con sus estudios y proyectos de investigación contribuye a entender mejor aspectos relevantes sobre las TIC en la actualidad. Además, realiza actividades de análisis y debate, y una intensa labor divulgativa. En 2008, publicó 14 títulos de la Colección Fundación Telefónica / Ariel, mejoró su web para ir convirtiéndola en un foro interactivo y potenció la revista "TELOS".
- **Arte y Tecnología:** la Fundación difunde la cultura y el arte moderno contemporáneo relacionando vanguardia e innovación tecnológica a través de sus colecciones de arte, exposiciones, el certamen VIDA y arsVirtual. Además, gestiona el patrimonio artístico, histórico y tecnológico de Telefónica. En 2008, organizó 31 muestras.

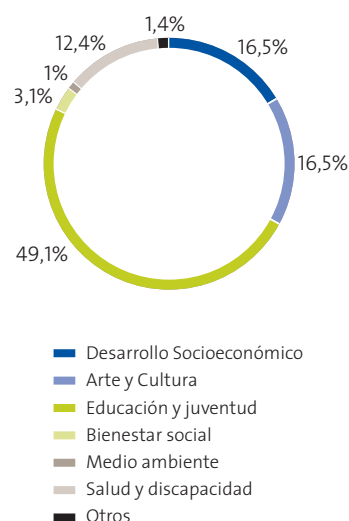
Personas beneficiadas

Área	Número de personas 2008 Participantes/beneficiados
EducaRed	32.514.635
Proniño*	127.655
Voluntarios	246.273
Debate y Conocimiento	766.065
Arte y Tecnología	4.748.375
Otros Programas	1.845.628
Total	40.248.631

* Niños, niñas y adolescentes beneficiados más docentes, educadores y agentes sociales formados.

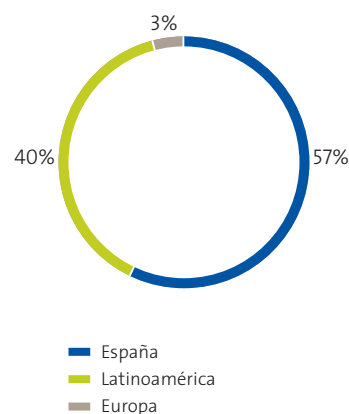
Inversión de Telefónica por actividad

Metodología LBG - Datos en porcentaje



Inversión de Telefónica por regiones

Metodología LBG - Datos en porcentaje



Fundación Telefónica publica una Memoria Anual con la descripción de sus programas y los avances más significativos del ejercicio. La versión electrónica del Informe Anual 2008 se encuentra en la página web: www.fundacion.telefonica.com



La contribución de la Compañía y de los empleados a la Asociación ascendió a más de 14 millones de euros

ATAM superó en 2008 los 58.226 empleados asociados

La entidad, cuyo objetivo es apoyar a las personas con discapacidad, concedió 5,4 millones de euros en ayudas económicas.

Sus programas y actividades llegaron a más de 13.000 personas.

La Asociación se constituyó en 1973 en España como entidad sin ánimo de lucro y desde 1977 está declarada de Utilidad Pública.

ATAM es un proyecto social del Grupo Telefónica y sus trabajadores (empleados, pensionistas y prejubilados), que tiene como fin primordial mejorar la prevención de situaciones de discapacidad y prestar servicios habilitadores dirigidos a la integración social de las personas con discapacidad.

La Asociación finalizó 2008 con 58.226 socios de 25 empresas del Grupo y unas aportaciones superiores a 14,2 millones de euros. Cada socio aporta el 0,2% de su nómina mensual y la Compañía abona el 0,4% por todos los empleados de la empresa.

Protección social

ATAM cuenta con un modelo de atención integral que incluye servicios de integración laboral, asesoramiento y ayudas económicas directas para los beneficiarios y sus familias. Su sistema de protección social complementario cubre todo tipo de discapacidades (física, psíquica o sensorial) a lo largo de todas las etapas de la vida.

El pasado ejercicio, 13.061 personas se beneficiaron de los programas y actividades de la Asociación. Su apoyo se tradujo en:

- 5,4 millones de euros invertidos en ayudas económicas individuales, un 22,9% más que en 2007.
- 2.263 consultas clínicas.
- 367 personas atendidas en procesos de orientación y de intermediación laboral, de las cuales 90 culminaron con su integración en un puesto de trabajo.

Para proveer estos servicios, ATAM dispone de una red de 15 oficinas de atención presencial, de un Servicio de Integración Laboral (SILA) y de un equipo clínico. Asimismo cuenta con un entramado de empresas que operan bajo el régimen de Centro Especial de Empleo (CEE) y que dan trabajo a personas con discapacidad. Por último, tiene cinco centros ocupacionales, un colegio de educación especial, dos residencias y un centro de día.

Por otro lado, en 2008 ATAM siguió colaborando con Telefónica en diferentes iniciativas tales como las Normativas de Integración Laboral de Personas con Discapacidad y Contratación de Bienes y Servicios a Proveedores Sociales.

Transformación y mejoras

El año pasado, ATAM finalizó su Plan Estratégico iniciado en 2004 dirigido a mejorar su sistema de protección social a nivel familiar. El plan supuso una profunda transformación para crear una base sólida sobre la que asentar un nuevo modelo de atención:

- **Estructura empresarial:** ATAM redujo sus actividades industriales de ocho a tres y constituyó un entramado organizativo de tres empresas que operan como CEE. La Asociación invirtió más de 5,3 millones de euros para aumentar su competitividad en el sector, garantizando así una mayor viabilidad del empleo. La previsión es que estas empresas alcancen en el próximo Plan Estratégico (2009-2012) los 450 empleados, frente a los 287 profesionales que tienen al cierre de este Informe.



Una trabajadora social de ATAM atendiendo a una familia de beneficiarios.

- **Centros propios asistenciales:** la Asociación puso en marcha un modelo de gestión externalizada de sus centros para sentar las bases de su viabilidad futura. Esto incluye planes de reforma de los edificios para aumentar su capacidad y modernizar las instalaciones. ATAM prevé que la remodelación permita la prestación de más servicios y un incremento del 84,5% en el número de plazas, llegando a 690 en el año 2012.
- **Atención y ayudas:** durante el pasado Plan Estratégico, ATAM creó la citada red de 15 oficinas de atención presencial y mejoró la cobertura del sistema de ayudas económicas individuales. La cuantía total otorgada aumentó un 71,5% de 2004 a 2008, pasando de 3,2 millones de euros a 5,4 millones.

Evolución de las ayudas a los socios

Datos en euros

	Cuantías abonadas ¹
2008	5.404.779
2007	4.398.874
2006	3.812.429
2005	3.380.524
2004	3.152.030

¹ Cuantías pagadas a través de ayudas económicas individuales (€). Estas actividades no están incluidas en LBG.



Telefónica Europa invirtió cerca de 4 millones de euros en iniciativas de acción social¹

El programa británico “*It’s Your Community*”, con una aportación superior a 1 millón de libras; y el apoyo a la organización Irish Autism Action (IAA) fueron algunas de sus iniciativas en 2008.

Los Voluntarios de la región participaron en 2008, por primera vez, en la iniciativa “Vacaciones Solidarias” de Proniño, el programa que desarrolla Fundación Telefónica en Latinoamérica.

Telefónica Europa desarrolla actividades sociales centradas, sobre todo, en la juventud y la educación, a las que añade cada año proyectos sobre salud/discapacidad y medio ambiente.

Proyectos locales

Con el programa “*It’s Your Community*”, Telefónica O2 Reino Unido apoya económicamente las iniciativas individuales o de grupos para promover cambios positivos en el entorno: proyectos empresariales sociales; creación de parques; impulso de centros comunitarios...

Tras un piloto de un año, la iniciativa se lanzó en 2007 con el lema “Si pudieras cambiar algo del lugar donde vives, ¿qué sería?”, y hasta finales de 2008, se habían concedido ayudas por un valor superior a 1 millón de libras (362.947 libras en 2007 y 688.781 libras en 2008). Cada mes, se entregan ayudas, otorgadas de forma independiente por la Conservation Foundation por un valor máximo de 1.000 libras.

El entorno más cercano también es el eje de la colaboración de Telefónica O2 Irlanda con la comunidad local de Dublín Docklands, donde trasladó su sede en 2005. Desde entonces, contribuye a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos colaborando con St Andrews Resource Centre. En 2008, le ayudó a formar a personas de todas las edades en el centro Digital Community. Gracias a esta labor, O2 ha ganado dos veces el “*The O2 Young People’s Awards*”, premio de la empresa que reconoce la contribución de los jóvenes a la comunidad local.

Con las personas autistas

2008 fue el tercer año de colaboración de Telefónica O2 Irlanda con la Irish Autism Action (IAA), una organización que trata de mejorar la vida de las personas autistas y de sus familias. El pasado año, la Compañía dedicó a esta causa más de 100.000 euros:

- **Teleasistencia:** la IAA y O2 lanzaron la primera línea de teleasistencia para familias y padres afectados por el autismo.
- **“Affinity Deal”:** este programa nació en 2008 para implicar a los clientes de O2 con la causa de las personas autistas, donando un 5% de su gasto mensual².
- **Reciclado de móviles:** O2 lanzó un programa nacional de reciclado de terminales cuyo beneficio fue destinado a la IAA.
- **Sensibilización:** el 2 de abril, el Primer Día Internacional del Autismo, promovido por la ONU, la Compañía apoyó un programa de divulgación realizado por IAA sobre el autismo a nivel nacional.

Más calidad en la enseñanza

El pasado año, Telefónica O2 Alemania reforzó su colaboración con *Schola-21*, una plataforma *on line* para fomentar la calidad de la enseñanza. La Compañía se comprometió con el proyecto “Los mejores profesores para las escuelas de Alemania del futuro” para preparar a docentes y futuros docentes en competencias digitales. Además, participó en la iniciativa “*Lifelong Learning*” ayudando a introducir a los estudiantes en el mundo laboral, y acercándoles a una empresa de telecomunicaciones como Telefónica.



Tracey Isaake,
Jefe de Ventas Corporativas
de Telefónica O2 Reino Unido

“Estar en Ecuador con niños del programa Proniño durante las ‘Vacaciones Solidarias’ fue emocionante: resultaba muy fácil interactuar con ellos a través de los juegos y era maravilloso ver lo felices que parecían cogiéndonos las manos y abrazándonos. Nunca antes habían estado con alguien de Inglaterra, así que yo era una total novedad para ellos”.

Los directivos de Telefónica O2 Irlanda también realizaron actividades de voluntariado con la ONG Boardmatch. A través de Internet, esta entidad pone en contacto a los voluntarios con organizaciones sociales².

O2 Foundation y los niños

En 2008, la Fundación de la Compañía en la República Checa consolidó su alianza con Safety Line, el único servicio nacional de atención, gratuito y confidencial, para niños en situación de vulnerabilidad. O2 Foundation ayudó a financiar su campaña de comunicación para implementar el nuevo número 116 111, que se prevé estandarizar en toda la UE. Además, por cada móvil entregado en una tienda de O2, Telefónica hizo una donación a Safety Line.

Por otro lado, la Compañía organizó una campaña de donación de sangre para paliar el déficit de ésta en el país: más de 300 empleados donaron más de 130 litros de sangre².

¹ Según la metodología LBG.

² Estas actividades no están incluidas en LBG.

La Compañía dedicó 32 millones de euros a patrocinios sociales y culturales en 2008

La aportación de Telefónica aumentó un 12% respecto a 2007, según LBG, metodología internacional en la que se apoya para mejorar la gestión del impacto de sus patrocinios.

Muchas de las iniciativas respaldadas beneficiaron a personas de diferentes nacionalidades, con Latinoamérica como eje principal.

Telefónica contribuye a la sociedad a través del patrocinio de numerosas actividades. La integración social de diferentes colectivos y la popularización de la cultura para fomentar la educación fueron el *leit motiv* de un gran número de proyectos. A continuación, se detallan algunos de ellos:

Además, la Compañía colaboró en 2008 con la Fundación Albéniz en la creación de un aula en su nueva sede de Madrid y con el patrocinio de la Cátedra Telefónica de Violín de la Escuela Superior de Música Reina Sofía. A esto se suma la participación de Telefónica en las Juventudes Musicales de Madrid.



La gira Movistar Megacracks llena de ilusión por el deporte a miles de jóvenes de ciudades y pueblos de España.

Teatro de Bogotá, que convocó a más de cuatro millones de espectadores en eventos en la calle; La Semana de Lima, que acercó la cultura a 500.000 personas; el Festival de la Leyenda Vallenata y el Carnaval de Barranquilla en Colombia; y el Auspicio de la Semana Jubilar de Piura en Perú.

Arte y literatura para todos

En 2008, Telefónica se convirtió en Benefactor del Museo del Prado a través de su patrocinio del "Centro de Atención al Visitante", que facilitó a más de dos millones de personas el acceso a una de las mejores pinacotecas del mundo. Este apoyo se une al patrocinio de la web del Museo. Asimismo, colabora con otras instituciones como la Fundación del Museo Guggenheim de Bilbao.

En 2008, Telefónica y la Biblioteca Nacional de Madrid acordaron colaborar en la digitalización y difusión del fondo patrimonial de esta última, a través de un proyecto que se extenderá hasta 2012. El objetivo es la digitalización de más de 25 millones de páginas y más de 200.000 objetos, poniendo al alcance de todo el mundo los archivos de la renombrada institución. Adicionalmente, con el objetivo de difundir la cultura y la lengua hispana, Telefónica colabora con la Fundación Comillas y el Instituto Cervantes.

Promoción de la música clásica

El apoyo de Telefónica a la promoción, conservación y difusión del patrimonio lírico-musical español, se traduce en el patrocinio, como mecenas, del Teatro Real de Madrid, el Liceu de Barcelona y el Palau de Les Arts de Valencia.

Cultura e Iberoamérica

En el marco de su colaboración con la Casa de América de Madrid, Telefónica patrocinó el Festival Vivamérica 2008, con eventos de arte, cultura y creatividad iberoamericanas en Madrid, Bogotá y Santa Cruz de Tenerife.

También contaron con el patrocinio de la Compañía, el Festival Iberoamericano de



El Pabellón "Telefónica de las Artes", con casi 900 metros.

Apoyo a la Expo dedicada al 'Agua y el Desarrollo Sostenible'

Telefónica fue uno de los seis socios empresariales de la Exposición Internacional 2008 celebrada en Zaragoza, en la que tuvo presencia permanente a través de su patrocinio del "Pabellón Telefónica de las Artes". En este marco, anunció, además, la creación de la Oficina de Cambio Climático de Telefónica.

Deporte e integración social

Con su apoyo al deporte, Telefónica trata de contribuir a la integración social de jóvenes de diferentes culturas y de personas con discapacidad:

- En 2008, complementó su apoyo al club de fútbol sala "Inter Movistar" con el patrocinio de la Gira "Movistar Megacracks", que aprovechó el deporte para educar a más de 20.000 niños.
- La Compañía patrocinó la Caravana del Deporte de Brasil, dirigida a comunidades con un bajo índice de desarrollo; y el Campeonato de Sao Paulo en el que participaron 60 escuelas.
- Por tercer año consecutivo, organizó la Copa Movistar de las Culturas 2008, campeonato *amateur* de fútbol sala que reunió en España a jugadores de 30 nacionalidades. Y se convirtió en patrocinador principal del Mundialito para la Solidaridad y la Inmigración 2008, facilitando, además, llamadas gratis a los participantes de 26 países.
- Telefónica patrocinó en 2008 los Juegos Nacionales "Special Olympics", que agrupa a dos millones de deportistas; y al Equipo Paralímpico Español, un ejemplo de superación.

Campus Party llegó a Latinoamérica de la mano de Telefónica contribuyendo, con el ocio, a la inclusión digital

La primera edición en la región se celebró en Sao Paulo en febrero de 2008 y atrajo a más de 3.000 campuseros y 90.000 visitantes.

El patrocinio del evento se enmarcó en el plan estratégico desarrollado por Telefónica Latinoamérica, AHORA.

Campus Party nació en España en 1997 y hoy es ya el mayor evento mundial que integra tecnología, contenidos y entretenimiento digital.

Brasil: la inclusión

La primera experiencia brasileña resultó un éxito: reunió a más de 3.000 campuseros con sus PCs y a 90.000 visitantes, extendiéndose a un público mucho más amplio a través de conexiones en directo, cobertura *on line* y reportajes en los medios impresos. La Campus Party contó con el apoyo del Gobierno federal, estatal y local, así como de la sociedad civil (universidades, asociaciones de internautas, etc.).

En esta edición hubo, por primera vez, un área dedicada a la inclusión digital. En ella tuvo lugar el Seminario Nacional de Inclusión Digital, en el que se compartieron mejores prácticas sobre iniciativas públicas y privadas de inclusión, y un programa de formación sobre la utilización de las herramientas de Internet en la educación básica por el que pasaron más de 1.000 profesores de la red pública de enseñanza.

Colombia: la educación

Campus Party Colombia reunió a 2.430 campuseros y a más de 71.000 visitantes. Bajo el liderazgo de la Fundación Telefónica, al igual que Brasil, Colombia contó con un área dedicada exclusivamente a la inclusión digital. El hilo conductor de las actividades desarrolladas fue la educación: se realizaron 23 proyectos de inclusión digital; 12 talleres "Classmate PC" y talleres de robótica; 8 talleres para docentes conformados por 512 personas; así como 11 *blogs* de documentación y 185 bautizos en Internet. En total, hubo 20.000 visitas a esta área.

El Salvador: la innovación

Tras el éxito del evento en Brasil y Colombia, Futura, de la mano de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB) y de Telefónica, organizó la primera Campus Party regional en Latinoamérica. El evento tuvo lugar en El Salvador el 28 de octubre de 2008 como parte de la Agenda Oficial de eventos ligados a la XVIII Cumbre de Jefes de Estado desarrollada bajo el lema "Juventud y Desarrollo". Participaron 600 líderes de la red procedentes de 22 países

y el objetivo de esta Campus Party fue reunir las mejores iniciativas iberoamericanas de innovación en la Red para demostrar el potencial de la región en el universo digital. En el evento, la pantalla cobró vida bajo el lema: "Internet no es una red de ordenadores, es una red de personas".

Durante cinco días, se desarrolló una apretada agenda de ponencias magistrales, presentaciones de proyectos innovadores y talleres colaborativos. En el área dedicada a la inclusión digital, los participantes debatieron propuestas para terminar con la brecha que persiste en Latinoamérica. Asimismo, gracias al liderazgo de Fundación Telefónica, se impartieron cursos de EducaRed para docentes sobre el uso de herramientas para la enseñanza, y niños procedentes de escuelas tanto públicas como del programa Proniño, dieron sus primeros pasos en Internet.

Además, contó con los mejores representantes de la cultura digital iberoamericana, poniendo especial interés en los colectivos de mujeres indígenas y descendientes afroamericanos.

España: la experiencia

Bajo el lema "Telefónica te ayuda a ser", en 2008 Telefónica estuvo de nuevo presente como patrocinador principal en la 12ª edición de la Campus Party en Valencia. Con 8.973 asistentes y una velocidad de 7,5 GB, Telefónica volvió a llenar de contenidos y actividades esta convocatoria con el objetivo principal de buscar e impulsar el talento de los jóvenes.



La Campus Party celebrada en Valencia en 2008 contó con 8.973 campuseros.

Diálogo con grupos de interés

El objetivo de Telefónica es estrechar los lazos y encontrar puntos de interés comunes

La Compañía ya aplica su metodología de diálogo con grupos de interés en ocho países

A los tradicionales paneles de diálogo *multi-stakeholder* (con diferentes grupos de interés) sobre el Informe de RC, el pasado año, se sumaron nuevas experiencias *mono-stakeholder* y *on line*.

En diciembre, la Compañía celebró en Bruselas la primera jornada con sus grupos de interés en la Unión Europea.

En la estrategia RC 2.0 planteada por Telefónica, el diálogo con los grupos de interés gana peso para convertirse en una herramienta de crecimiento.

Profundidad temática

Durante 2008, el proceso de diálogo avanzó en Latinoamérica: se inició en países como Ecuador, con un panel *multi-stakeholder* en la Universidad de los Hemisferios de Quito, y se reforzó en mercados como Argentina, Brasil, Colombia o Perú.

En líneas generales, se intensificó la tendencia a tratar temas concretos, de interés para las partes y/o incluidos en la agenda pública. El objetivo es profundizar en aspectos más específicos y alcanzar conclusiones que de otra manera no se debaten. En este sentido, en Perú se desarrollaron paneles temáticos sobre "El acceso universal a las TIC", el "I Foro sobre Antenas y Salud- Muchos mitos y una realidad" y el "Proyecto Intégrame".

Del mismo modo, el diálogo se descentralizó para aumentar su capilaridad. Así, además de darle continuidad en las grandes ciudades, se acercó a otras regiones para tratar temas locales. Éste fue el caso de Colombia, Argentina y Perú.

Por otro lado, se realizaron acciones con los empleados, colectivo que añade gran valor a los resultados.

El caso alemán

En 2008, Telefónica O2 Alemania se consolidó como referente del diálogo *on line*: impulsó dos rondas de debate en la plataforma www.diskutiere.de, iniciativa federal lanzada y realizada con el apoyo de O2, que

mantuvo relación directa con todos los *stakeholders* y analizó los resultados de una sesión en Berlín.

Los debates *on line* giraron siempre en torno al negocio. De todos ellos cabe destacar "Chats y comunidades: ¿cómo tener a salvo a nuestros niños y jóvenes?", un tema que despertó gran interés en adolescentes, padres y educadores. A través de esta iniciativa, O2 identificó interlocutores válidos, problemas, necesidades, e incluso propuestas de solución que tendrá en cuenta en sus proyectos futuros. El éxito de este tema llevó a organizar tres nuevas rondas de debate. En la tercera de ellas el *site* recibió más de 1.500 visitas.

En paralelo, Telefónica O2 Irlanda creó en 2008 el foro *on line* *Talk2O2*, donde ofrece a los clientes la posibilidad de compartir sus preocupaciones con otros usuarios y tratar cuestiones directamente con la Compañía. Se trata del primer foro de estas características del sector de telecomunicaciones irlandés.

Asimismo, en España, realizó una campaña a través de la Intranet Corporativa, para "interactuar" con sus empleados sobre el Informe de RC. La iniciativa incluyó un concurso para dar a conocer la Memoria de modo lúdico y permitió recoger opiniones sobre el documento.

En total, la empresa ya aplica su metodología de diálogo -presencial u *on line*- en ocho países.

Con las instituciones

El 3 de diciembre de 2008, la Compañía celebró en Bruselas el "Telefónica EU



César Alierta en el "Telefónica EU Stakeholder Day".

Stakeholder Day", una jornada dirigida a diferentes grupos de interés en la Unión Europea. En el evento, el primero de estas características en pleno corazón de Europa, Telefónica acercó la realidad de la multinacional a los asistentes a través del vídeo "*Spirit of progress*" (Espíritu de Progreso).

Por otro lado, el pasado año, Telefónica fue una de las primeras compañías en adherirse a la "*European Transparency Initiative*", puesta en marcha por la Comisión Europea. Esta iniciativa pretende impulsar la transparencia en las relaciones entre las instituciones europeas, y los sectores industriales y grupos de interés de la UE. Para ello, la Comisión habilitó un registro en el que ya hay más de mil miembros con un interés común: el eficiente desarrollo de la Sociedad de la Información.

Más cerca del negocio

De cara a 2009, Telefónica reforzará su método de diálogo a través de diferentes líneas de acción: redefinición del proceso de identificación de los representantes de los grupos de interés; desarrollo de planes locales, y selección de herramientas en función del nivel de maduración del proceso. Todo ello, con la base de la estrategia "*on-going & two way process*", que implica potenciar la continuidad del diálogo con los grupos a lo largo del ejercicio (*on-going*), y trasladar de modo más efectivo las conclusiones al negocio (*two way process*).

Telefónica publica Informes de Responsabilidad Corporativa en 17 países

Para garantizar la materialidad de la información y la rigurosidad, se apoya en la verificación externa, siguiendo los parámetros más exigentes del mundo: GRI y AA1000AS.

Adicionalmente, el Grupo aplica la metodología LBG, modelo para la gestión, medición y comunicación de la contribución social a la comunidad.



Telefónica S.A. publica en www.telefonica.com/rco8 la versión ampliada del Informe de RC 2008.

Informes Corporativos Telefónica 2002-08

2002	2003	2004 <input checked="" type="checkbox"/> GRI	2005 <input checked="" type="checkbox"/> GRI <input checked="" type="checkbox"/> AA1000AS	2006 <input checked="" type="checkbox"/> GRI (G3) <input checked="" type="checkbox"/> AA1000AS	2007 <input checked="" type="checkbox"/> GRI (G3) <input checked="" type="checkbox"/> AA1000AS <input checked="" type="checkbox"/> LBG	2008 <input checked="" type="checkbox"/> GRI (G3) <input checked="" type="checkbox"/> AA1000AS <input checked="" type="checkbox"/> LBG

Informes locales de RC en los países

Alemania¹ (desde 2006) <input checked="" type="checkbox"/> GRI (G3) <input checked="" type="checkbox"/> AA1000AS <input checked="" type="checkbox"/> LBG	Centroamérica² (desde 2006) <input checked="" type="checkbox"/> GRI (G3)	Ecuador (desde 2006) <input checked="" type="checkbox"/> GRI (G3) <input checked="" type="checkbox"/> AA1000AS	México (desde 2006) <input checked="" type="checkbox"/> GRI (G3) <input checked="" type="checkbox"/> AA1000AS	República Checa³ (desde 2006) <input checked="" type="checkbox"/> GRI (G3) <input checked="" type="checkbox"/> LBG
Argentina (desde 2004) <input checked="" type="checkbox"/> GRI (G3) <input checked="" type="checkbox"/> AA1000AS	Chile (desde 2003) <input checked="" type="checkbox"/> GRI (G3) <input checked="" type="checkbox"/> AA1000AS	España (desde 1999) <input checked="" type="checkbox"/> GRI (G3) <input checked="" type="checkbox"/> AA1000AS	Perú (desde 2003) <input checked="" type="checkbox"/> GRI (G3) <input checked="" type="checkbox"/> AA1000AS	Venezuela (desde 2006) <input checked="" type="checkbox"/> GRI (G3) <input checked="" type="checkbox"/> AA1000AS
Brasil (desde 2003) <input checked="" type="checkbox"/> GRI (G3) <input checked="" type="checkbox"/> AA1000AS	Colombia (desde 2006) <input checked="" type="checkbox"/> GRI (G3) <input checked="" type="checkbox"/> AA1000AS	Irlanda (desde 2006) <input checked="" type="checkbox"/> GRI (G3) <input checked="" type="checkbox"/> AA1000AS <input checked="" type="checkbox"/> LBG	Reino Unido¹ (desde 2006) <input checked="" type="checkbox"/> GRI (G3) <input checked="" type="checkbox"/> AA1000AS <input checked="" type="checkbox"/> LBG	

(1) Primer informe publicado
 Verificación 2008
 1 Informes on line.
 2 Incluye El Salvador, Guatemala, Nicaragua y Panamá.
 3 Informe Anual

Balance de gestión responsable

El modelo de gestión de la RC en la Compañía está ligado a indicadores sobre su impacto social y el cumplimiento de los Principios de Actuación que rigen sus actuaciones.

Indicadores operativos del Grupo Telefónica

	2008	2007	2006	% var. ejercicio anterior
Impacto Económico (Mill.€)				
Ingresos Grupo Telefónica	57.946	56.441	52.901	2,7%
Capitalización bursátil	74.574	106.067	79.329	-29,7%
Inversión en innovación tecnológica	4.614	4.384	4.301	5,2%
Pagos a Administraciones Públicas	10.336	9.895	8.069	4,5%
Pagos a empleados	6.767	6.458	5.291	4,8%
Inversiones en infraestructuras	8.401	8.027	8.003	4,7%
Volumen compras adjudicadas	25.926	25.240	24.179	2,7%
Empleados				
Número total de empleados	257.035	248.487	234.900	3,4%
% mujeres directivas ¹	16,9%	19,7%	n.d.	-2,8
% mujeres mandos intermedios ¹	46,6%	41,8%	n.d.	4,8
Horas formación por empleado ²	42	62	51	-32,2%
Número de Comités de Seguridad y Salud ³	144	153	81	-6,3%
Empleados formados en los Principios de Actuación	60.219	36.000	n.a.	67,3%
Clientes				
Número total de clientes (miles)	258.884	228.538	203.180	13,3%
Número total de reclamaciones (miles) ⁴	8.324	20.908	n.d.	-60,2%
Cuota de mercado estimada de Telefónica	29%	29%	n.d.	-0,1
España	52%	53%	n.d.	-1,5
América Latina	30%	31%	n.d.	-0,2
Europa	18%	18%	n.d.	-0,3
% accesos prepago móvil (Latinoamérica)	82,9%	82,7%	80,6%	0,2
Accesos fijos prepago en Latinoamérica (miles)	6.150	6.168	6.411	-0,3%
Medio Ambiente y Cambio Climático⁵				
Residuos de equipos electrónicos (Toneladas)	2.509	3.205	5.477	-21,7%
Consumo agua (m ³)	4.867.049	5.844.040	2.354.062	-16,7%
Emisiones CO ₂ directas (miles Toneladas) ⁶	123	244	97	49,6%
Emisiones CO ₂ indirectas (miles Toneladas)	1.668	1.428	1.375	16,6%
Consumo eléctrico (MWh)	4.828	4.274	3.253	12,8%
Emisiones radioeléctricas (nº emplazamientos medidos)	5.442	15.167	12.279	-64,1%
Proveedores				
Número total de proveedores adjudicatarios	30.211	28.000	19.079	7,9%
Número de proveedores que reportan información RC	1.125	1.167	0	-3,6%
Sociedad				
DJSI (%)	81,4	81,4	75,8	0,0%
Total inversión social (LBG) (miles €) ⁷	114.700	93.339	46.027	22,9%
Número beneficiarios Fundación Telefónica (miles) ⁸	40.228	39.828	33.520	1,0%
Beneficiados Programa Proniño	107.602	52.991	25.339	103,1%
Países con Informe RC publicado	17	17	7	0,0%

1 Los datos no incluyen Telefónica Europa dado que en esta región dichas categorías profesionales no son homologables con el resto del Grupo.

2 No incluye las horas de formación *on line*.

3 Estos datos no incluyen Atento.

4 En Latinoamérica no se incluyen los conceptos de: petición de información, consulta o aviso de avería.

5 Telefónica publica un Suplemento Especial 2008 sobre Medio Ambiente y Cambio Climático. La versión electrónica está en www.telefonica.com/rco8/medioambiente

6 Importante reducción de gas natural en Europa y de combustible de flota en Latinoamérica.

7 Cálculo LBG cifras 2008.

8 Incluye los beneficiarios a través de Internet.

Percepción de los grupos de interés

Telefónica cuenta con una serie de indicadores que muestran su comportamiento económico, social y medioambiental. A continuación, se muestra la evolución de estas variables desde 2006.

¿Cómo nos perciben los *stakeholders*?

	2008	2007	2006	% var. ejercicio anterior
Clima laboral	69,4%	66,4%¹	n.a.	3,0
Directivos	83,4%	84,3% ¹	n.a.	-1,0
Mandos intermedios	79,6%	76,6% ¹	n.a.	2,9
Resto plantilla	68,9%	64,2% ¹	n.a.	4,8
Satisfacción del cliente				
España	6,32	6,47 ²	n.a.	-2,3%
Europa	7,50	7,37	n.a.	1,8%
América Latina	7,13	6,62	n.a.	7,7%
Reputación frente a la sociedad (RepTrak™)³				
<i>Pulse</i>	64,7	62,2	62,0	4,0%
RepTrak™ - Oferta	64,0	62,1	61,4	3,1%
RepTrak™ - Trabajo	63,8	63,5	63,2	0,5%
RepTrak™ - Integridad	63,1	60,9	60,3	3,6%
RepTrak™ - Apoya causas sociales	60,6	60,5	60,8	0,2%
RepTrak™ - Protege el medio ambiente	57,7	57,1	57,8	1,0%
RepTrak™ - Innovación	69,3	68,3	69,7	1,4%
Familiaridad espontánea de marca (<i>top-of-mind</i>)				
España	57,0%	54,0%	n.d.	3,0
Latinoamérica				
Argentina	47,0%	46,5%	n.d.	0,5
Brasil	57,0%	60,0%	n.d.	-3,0
Chile	35,5%	34,0%	n.d.	1,5
Colombia	17,0%	17,5%	n.d.	-0,5
Ecuador	28,0%	27,0%	n.d.	1,0
El Salvador	28,0%	27,0%	n.d.	1,0
Guatemala	35,0%	31,0%	n.d.	4,0
México	24,0%	25,0%	n.d.	-1,0
Nicaragua	56,0%	55,0%	n.d.	1,0
Panamá	53,0%	48,0%	n.d.	5,0
Perú	53,0%	67,0%	n.d.	-14,0
Uruguay	43,0%	50,0%	n.d.	-7,0
Venezuela	46,0%	40,0%	n.d.	6,0
Europa ⁴				
Irlanda	35,0%	32,0%	n.a.	3,0
Reino Unido	24,0%	23,0%	n.a.	1,0
República Checa	36,0%	33,0%	n.a.	3,0
Eslovaquia	10,0%	8,0%	n.a.	2,0

1 Los datos mostrados de 2008 corresponden al nuevo modelo de Clima y Compromiso. Los resultados de 2007 han sido ajustados para poder reflejar la evolución.

2 Para mostrar la evolución, el dato del ISC de Telefónica España correspondiente a 2007 se ha ajustado como consecuencia del proyecto de homogeneización de la metodología de medición en todo el Grupo. El ISC sin ajuste fue 6,67.

3 Cálculo del RepTrak™ realizado en función del peso sobre los ingresos de cada región.

4 No se disponen datos de Alemania.

En el año 2009, Telefónica mantiene su compromiso con la sociedad fijando más de 20 objetivos sobre la base de su estrategia RC

Los retos RC 2011, fijados por el Grupo en materia de Principios de Actuación, desarrollo de políticas de gestión responsable y posicionamiento en indicadores externos, marcan los retos a corto plazo.

Responsabilidad Corporativa y Principios de Actuación

1	Formación en Principios de Actuación	Continuar extendiendo la formación sobre Principios de Actuación hasta alcanzar el 100% de la plantilla a 2011. Para ello se mantiene en 2009 el objetivo de alcanzar el 80% de los profesionales del Grupo (sin considerar el personal de teleoperación de Atento) formados en Principios de Actuación.
2	Continuar promoviendo las prácticas de diálogo con empleados sobre los Principios de Actuación	Fomentar la comunicación interna y los encuentros entre los empleados y los responsables de las Oficinas de Principios de Actuación. El objetivo es crear un espacio de confianza para que los empleados dialoguen con los responsables acerca del grado de cumplimiento de los Principios en la empresa.
3	Desarrollo e implementación de políticas basadas en los Principios de Actuación	Continuar con el desarrollo y en su caso implantación de las 10 políticas marcadas como objetivo a 2011: Protección de la Infancia y la Adolescencia y Uso Responsable de las TIC; Política de Privacidad de Datos; Sistema de Gestión Medioambiental; Cambio Climático y Eficiencia Energética; Inclusión Digital de Colectivos Desfavorecidos (mayores y personas con discapacidad); Diversidad; Responsabilidad en la Cadena de Suministro; Derechos Humanos; Diálogo con Grupos de Interés y Diálogo Social Internacional; y Reporte Social y Medioambiental.
4	Diálogo con Grupos de Interés	Potenciar la continuidad del diálogo con los grupos de interés y trasladar conclusiones al negocio, incluyendo: <ul style="list-style-type: none"> • Extender la metodología de diálogo a México y Panamá. • Analizar los niveles de implantación de la metodología en cada uno de los países y determinar un plan de desarrollo individual a largo plazo, identificando herramientas y posibles sinergias. • Redefinir el proceso de identificación de los representantes de los grupos de interés. • Promover nuevos debates temáticos con públicos expertos.
5	Desarrollo de Planes RC en cada país	Desarrollar planes RC en las tres regiones: T. España, T. Europa, y T. Latinoamérica en el horizonte temporal 2011, y su derivada en los países que las conforman.

Clientes

6	Alcanzar el nivel de 7,24 en el Índice de Satisfacción del Cliente	La satisfacción del cliente sigue un año más siendo prioridad estratégica para el Grupo, que en 2009 continuará trabajando en la implementación de los planes de calidad inspirados en la metodología "Experiencia cliente". El objetivo es que el grado de satisfacción de los usuarios con la Compañía en general y en relación tanto a sus expectativas como a su ideal de empresa alcance un 7,24, más de un 4% respecto a 2008 (sin incluir VIVO).
7	Implantación de Programas de cumplimiento de la Normativa de Competencia	Continuar con el plan de implantación progresiva del Programa <i>on line</i> de Cumplimiento de la Normativa en el resto de los países donde opera Telefónica. Los programas contienen una descripción detallada de las causas, objetivos y principales infracciones de la normativa <i>antitrust</i> (acuerdos colusorios y abusos de posición de dominio) así como el modo de detectarlas y prevenirlas.
8	Implantación de la Política de Publicidad Responsable	La Política de Publicidad Responsable se fundamenta en los 10 Principios que conforman el "Decálogo de la Publicidad". Estos principios están incluidos en el "Modelo de Evaluación de las Agencias", que se aplica dentro de las condiciones contractuales con las mismas. El objetivo es implantar el "Modelo de Evaluación" de las agencias en base al Decálogo de Publicidad Responsable a través del sistema <i>on line Adroom</i> .
9	Despliegue de la estrategia de Uso Responsable de las TIC por los niños y los adolescentes	<ul style="list-style-type: none"> • Bloqueo de las URLs con contenido ilegal sobre abuso de niños, niñas y adolescentes en las plataformas de acceso a Internet a través del móvil. • Despliegue del proyecto de "Generaciones Interactivas" en Telefónica España y planificación de la implementación en 2010 en T. Europa, con inicio de despliegue en Reino Unido. • Desarrollo de un mapa de actividades en todos los países en los que opera Telefónica, en torno a los cuatro bloques de la estrategia del Grupo en materia de protección de la infancia y la adolescencia: Alianzas, Despliegue de normativa interna, Productos y Servicios, y Educación.

Empleados

10	Alcanzar el 71% en el Índice de clima y compromiso	Con el objetivo de conseguir ser el mejor lugar para trabajar, la Compañía lanzó en 2007 la "Promesa al Empleado", con cuatro pilares de actuación: Mejorar la satisfacción de los empleados ofreciéndoles una experiencia de vida laboral óptima; Construir una cultura de alto desempeño; Compartir el talento; y Actuar como una empresa internacional. Las iniciativas puestas en marcha permitirán mejorar el Índice de Clima y Compromiso de los empleados en 2009 hasta alcanzar el 71%.
11	Proyecto de Diversidad	<ul style="list-style-type: none"> • Constitución del Comité de Diversidad. • Presentación a la Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa y al Comité Ejecutivo. • Constitución de grupos de trabajo funcionales o multidisciplinares.
12	Seguridad y Salud	Avanzar en el análisis cualitativo de las causas de los accidentes laborales para buscar áreas de mejora y disminuir la accidentalidad un 4% en tres años.

Proveedores

- 13 Extensión de los Principios de Actuación a la Cadena de Suministro
- Telefónica abordará en Latinoamérica más de 350 auditorías en materia de gestión de RRHH y Seguridad y Salud en proveedores de "riesgo", e iniciará la implantación de planes de mejora derivados de estas auditorías.
 - Convergencia con el modelo corporativo del proceso de evaluación del riesgo de la cadena de suministro en Telefónica O2 Reino Unido.

Sociedad

- 14 Normativa de Integración Laboral de Personas con Discapacidad
- Aprobación de la normativa y despliegue en España en su doble vertiente de actuación: la contratación directa en plantilla del Grupo, y la contratación indirecta a través de las compras a Centros Especiales de Empleo.
- 15 Alcanzar los 120.000 niños, niñas y adolescentes en el eje de protección integral del programa Proniño
- En 2008, Telefónica duplicó por tercer año consecutivo el número de beneficiarios del programa Proniño en Latinoamérica. Fundación Telefónica, a través de su programa Proniño lucha por la erradicación del trabajo infantil.
- En 2009, el objetivo es alcanzar los 120.000 niños, niñas y adolescentes beneficiarios del eje de protección integral, y adicionalmente ofrecer una intervención de tipo socio educativa a 127.500 niños y adolescentes.
- 16 Inclusión Digital en Latinoamérica
- Continuar desplegando proyectos para la reducción de las brechas económicas, educativas, tecnológicas, de empleabilidad, y de salud y discapacidad en las tres regiones: España, Latinoamérica y Europa.
- 17 Mejora de la Reputación percibida por el Público General
- La Reputación percibida por el público general es medida en Telefónica a través del RepTrak™ en 13 países.
- A 2011, el Grupo tiene por objetivo liderar dentro de su sector el *ranking* en cada país de medición. Para ello, en 2009 trabajará para disminuir la distancia respecto al mejor competidor por país en las dimensiones críticas del Index (RepTrak™) en función de cada mercado.

Medio Ambiente*

Sistema de Gestión Ambiental

- 18 Implantación del Sistema de Gestión Ambiental global en el 50% de las operaciones
- Entre 2009 y 2011, Telefónica implantará en todas sus operadoras el Sistema de Gestión Ambiental global.
- 19 Implantación del Índice de Comportamiento Ambiental en un 70% de las empresas
- A través de este Índice se mejorará el control del comportamiento ambiental.
- 20 Certificación ambiental de Distrito C
- Certificación del Sistema de Gestión Ambiental de Distrito C, la sede de Telefónica en Madrid, por una entidad externa.

Oficina de Cambio Climático

- 21 Realización de auditorías energéticas en todas las operaciones del Grupo y verificación externa de la huella de carbono
- Con objeto de mejorar la consistencia de los datos de energía de todas las operadoras del Grupo Telefónica y asegurar el año base para lograr sus objetivos, Telefónica se propone el ambicioso objetivo de realizar una auditoría exhaustiva y específica de energía durante 2009.
- 22 Reducción del 30% en el consumo eléctrico en redes en 2015, respecto a 2007
- Realización, desde la Oficina de Cambio Climático, de las acciones necesarias para contribuir al objetivo global anunciado en 2008.
- 23 Reducción del 10% en el consumo eléctrico en oficinas en 2015, respecto a 2007
- Realización, desde la Oficina de Cambio Climático, de las acciones necesarias para contribuir al objetivo global anunciado en 2008.
- 24 Definición de la Estrategia de energías renovables en la red de Telefónica
- Durante 2009 se definirá la estrategia de la Compañía para la implantación de energías renovables en su red.
- 25 Incluir el diferencial de eficiencia energética en la decisión de compra de los productos
- Se implementará el diferencial para lograr compras bajas en carbono, como parte del eje de Proveedores de la Oficina de Cambio Climático.

* Telefónica publica un Suplemento Especial 2008 sobre Medio Ambiente y Cambio Climático. La versión electrónica está en www.telefonica.com/rco8/medioambiente

Objetivos generales 2009-2011



Proniño: incrementar anualmente en un 25 por ciento la cantidad de niños y adolescentes retirados progresivamente del trabajo infantil. De cara a 2009, el objetivo es beneficiar a 120.000 niños, niñas y adolescentes en el eje de protección integral, y adicionalmente ofrecer una intervención de tipo socio educativa a 127.500 niños y adolescentes

Dow Jones Sustainability Index: *best in class* en 2011 en el sector de telecomunicaciones

RepTrak™: nº 1 del *ranking* como empresa de telecomunicaciones de mejor reputación en cada país

Número personas formadas on line: 100% plantilla

Número directivos formados Universitas: 1.600 (100%)

10 políticas de responsabilidad: Protección de la Infancia y la Adolescencia y Uso Responsable de las TIC; Política de Privacidad de Datos; Sistema de Gestión Medioambiental; Cambio Climático y Eficiencia Energética; Inclusión Digital de Colectivos Desfavorecidos (mayores y personas con discapacidad); Diversidad; Responsabilidad en la Cadena de Suministro; Derechos Humanos; Diálogo con Grupos de Interés y Diálogo Social Internacional; y Reporte Social y Medioambiental

100% Despliegue políticas: aprobación, indicadores, verificación y mejora

Verificación independiente

Verificación Independiente

Un mensaje de Ernst & Young

Por encargo de la Comisión de Auditoría y Control, hemos revisado el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008 de Telefónica, S.A. El Informe consta de dos partes: el presente documento impreso y la versión online completa del mismo, disponible en www.telefonica.com/rc2008.

Alcance de los trabajos

Nuestro trabajo ha consistido en la verificación de la adecuación del contenido del Informe a:

- Los principios e indicadores establecidos en la Guía de referencia G3 del Global Reporting Initiative (GRI) para el perímetro global de Telefónica.
- Los principios recogidos en la Norma AA1000 AS (versión 2003) emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability) para las actividades desarrolladas por Telefónica en España, Argentina, Colombia, Chile, Perú, Brasil, México, Venezuela, Ecuador, Reino Unido, Irlanda, Alemania y República Checa.

Adicionalmente, Telefónica nos ha encargado la verificación de sus informes locales en España, Argentina, Colombia, Chile, Perú, Brasil, México, Venezuela, Ecuador, Centroamérica, Reino Unido, Alemania, Irlanda. Dichos informes se publicarán en los próximos meses y estarán disponibles en la página [www.telefonica.es/responsabilidad corporativa](http://www.telefonica.es/responsabilidad_corporativa)

Las verificaciones han consistido en:

- **Verificación del cumplimiento de los estándares del GRI**
 1. La adecuación de la estructura y contenido del Informe a los principios y directrices establecidos en la Guía G3.
 2. La adecuada trazabilidad de la información y los datos correspondientes a los indicadores centrales y adicionales y del Suplemento sectorial de Telecomunicaciones, así como la razonabilidad del criterio seguido para su consideración, en su caso, como no aplicables.
- **Verificación bajo la consideración de la Norma AA1000AS(2003)**

Los procedimientos de verificación se han desarrollado para valorar, para el perímetro mencionado anteriormente, que el Informe de RC se adecua a los siguientes principios:

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

Como avance para su implantación el próximo año, se han realizado pruebas amplias de numerosos indicadores que permitirían proporcionar un aseguramiento alto (según la Norma AA1000 AS, versión 2008) de la mayoría de la información cuantitativa incluida en los capítulos de empleados, proveedores (a excepción del relativo a los plazos de pago), aportaciones sociales y gestión medioambiental (a excepción de los consumos de energía y papel).

Asimismo se han considerado las directrices establecidas en la Norma ISAE 3000 aplicable para la realización de verificaciones de informes no financieros con alcance limitado, y 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).

Los procedimientos de verificación han incluido fundamentalmente la realización de entrevistas con directivos de las áreas corporativas y de los países mencionados, revisión de información relevante del Grupo y de noticias de prensa, revisión de los procesos de recopilación de información y comprobación de la trazabilidad de los datos en las informaciones reportadas para cada uno de los indicadores.

Nuestra Independencia

Las políticas de independencia de Ernst & Young son de aplicación a la Firma, socios y sus profesionales. Estas políticas prohíben cualquier interés financiero o conflicto de interés en nuestros clientes que pudieran comprometer nuestra independencia. Cada año, los socios y el personal son requeridos para confirmar el cumplimiento de las políticas de la Firma. Las normas de independencia de Ernst & Young exceden, en algunos apartados, los requerimientos del IFAC (Internacional Federation of Accountants).

Nuestro Informe de verificación independiente contiene el alcance del trabajo, el nivel de verificación, las conclusiones y nuestra independencia. Dicho Informe se encuentra disponible en [www.telefonica.com/rc2008/verificación](http://www.telefonica.com/rc2008/verificacion).

ERNST & YOUNG SERVICIOS CORPORATIVOS, S.L.U.

Madrid a 12 de mayo de 2009

Gestión íntegra y transparente

- Telefónica del Perú, reconocida por la Bolsa de Valores de Lima por su buen gobierno corporativo.
- Telefónica, la empresa del Ibex-35 con mejor y más clara información financiera en Internet, según la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA).
- Telefónica fue reconocida por la organización IR (Investor Relations) como la mejor compañía española en relación con los inversores, y premiada por su comunicación por la revista "IR Magazine".
- "El Diario Financiero" consideró la OPA sobre Telefónica Chile como la tercera mejor operación financiera por su transparencia.

Contribución al progreso

- Telefónica recibió el "Premio Autelsi 2008" (Asociación Española de Usuarios de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información) por su labor sobre accesibilidad.
- "Intégrame", el programa de inclusión digital de Telefónica en Perú, galardonado en los "International Business Awards" ("Stevies") como una de las mejores iniciativas de RSC de América del Sur y uno de los mejores productos de telecomunicaciones a nivel mundial.
- La ONU distinguió a "Intégrame" en los "The World Business and Development Awards", con una mención especial por su aportación a los Objetivos del Milenio.
- El proyecto de Telefónica O2 República Checa contra el acoso escolar, premiado con un "Golden Effie" y un "Via Bona Award".
- www.telefonica.es, reconocida como el sitio web más accesible en los Premios Tecnet de la revista española "Vivir con Júbilo".
- El Centro de Teleinterpretación para Personas Sordas desarrollado por TI+D, "Mejor Proyecto de Acción Social" en los premios "Andalucía Sociedad de la Información 2008".
- Telefónica recibió el "Premio Cybermax" en la categoría de Desarrollo por su proyecto "Generaciones Interactivas".
- Telesp, "Empresa Líder", según la revista "Época" (Editora Globo) y la consultora PricewaterhouseCoopers, por su transparencia y estrategia para luchar contra el cambio climático.
- La Comisión Europea confirmó en Bruselas que Telefónica es la compañía española que más invierte en Investigación y Desarrollo.
- Nueve proyectos en los que participó Telefónica I+D recibieron el reconocimiento del programa de investigación europeo CELTIC.
- El conversor texto-voz desarrollado por Telefónica I+D, premiado por su síntesis de voz, en las V Jornadas sobre Tecnología del Habla.
- El proyecto AMIVITAL de Telefónica I+D, premiado por el Foro de Consejos Sociales de las Universidades Andaluzas.
- El portal de comunicación PR Noticias distinguió a la nueva sede de Telefónica, distrito C, como el "Mejor Proyecto Sostenible".
- Telefónica O2 Alemania logró el "oro" de la Secretaría de Estado de Baviera por la protección del medio ambiente, la salud pública y el consumidor.

Acción social y cultural*

- Fundación Telefónica recibió la Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes.
- La Cámara de Comercio Brasil-España concedió el "Premio Brasil 2008" al programa Pró-Menino (Proniño) en la categoría de acción social.
- Proniño Ecuador recibió numerosos reconocimientos en su décimo aniversario.
- Fundación Telefónica obtuvo por su apoyo a las personas con discapacidad el primer premio "Chile Somos todos", del Ministerio Secretaría General de Gobierno.
- EducaRed Chile recogió el premio al "Mejor Portal Iberoamericano 2007", entregado por AHCIET.
- El programa EducaRed Argentina recibió el "Premio al Emprendedor Solidario", otorgado por el Foro Ecuménico Social.

Comunicar y dialogar

Informe RC

- Telefónica destacó como la compañía española con el mejor Informe de RSC en el *ranking* Global Fortune, que analiza las memorias anuales de las 100 mayores empresas del mundo por ingresos.
- Telefónica ocupó el segundo lugar en el *ranking* sobre el comportamiento en RSC de las empresas del Ibex-35, elaborado por el Observatorio de RSE de UGT a partir del análisis de los Informes de RC de 2007.
- Telefónica, entre las cuatro empresas mejor valoradas en el estudio "La Responsabilidad Social Corporativa en las memorias anuales de las empresas del Ibex-35", publicado por el Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa.

Gestión y Liderazgo

- César Alierta, Presidente de Telefónica, considerado el sexto hombre más influyente de la industria de las telecomunicaciones en el mundo, según los lectores de la revista "Global Telecom Business".
- Telefónica lideró por 2º año consecutivo el "ranking" de empresas españolas con el mejor equipo gestor, del diario "El Economista".
- Más de 180 periodistas económicos eligieron a César Alierta como el empresario español con mayor capacidad de liderazgo.
- Santiago Fernández-Valbuena, Director General de Finanzas Corporativas de Telefónica, galardonado con el premio IEF 2008 a la Excelencia Financiera.
- César Alierta, "Empresario Internacional del Año", según la Cámara Oficial Española de Comercio de Chile.
- César Alierta recibió el Premio AED al Directivo del año 2007.
- La Fundación Consejo España-China premió a Telefónica y China Netcom por "su acuerdo de cooperación empresarial".
- Luis Abril, Secretario General Técnico de la Presidencia de Telefónica, recibió el Premio Vocento a la Trayectoria Empresarial en Comunicación.
- Matthew Key, Director General de Telefónica Europa, uno de los hombres de negocios mejor considerados del Reino Unido, según el periódico "Evening Standard".
- Telefónica recibió el "Annual Golden Award 2008", por su aportación al tejido económico y comercial de Gran Bretaña.
- Movistar fue la marca española más valiosa, según Interbrand.

* Para ver todos los premios de Fundación Telefónica, consultar su Informe Anual en www.fundacion.telefonica.com

Premios y distinciones 2008

Estrategia RC

- Telefónica figuró por 5º año en el Dow Jones Sustainability Index.
- Premio Latinoamericano a la Responsabilidad Social de Empresas 2008, concedido por el Foro Ecuménico Social de Argentina.
- Telefónica encabezó el *ranking* de la CR 2.0, según un estudio de la consultora de comunicación corporativa Salterbaxter.
- La distinción “General Rumiñahui” reconoció a Movistar Ecuador como la compañía con mejores prácticas en Responsabilidad Social Corporativa del país, en la categoría de Grandes Empresas.
- Atento Argentina y Atento México y Centroamérica, premiadas por el Centro Mexicano para la Filantropía en las categorías de Aplicación de la RSE en la Cadena de Valor y Calidad de Vida en la Empresa.
- Telefónica, empresa con mayor sensibilidad hacia Latinoamérica según la segunda oleada del Estudio KAR 2008 de Reputación Corporativa en España. En la tercera ola, los periodistas españoles situaron a la compañía como la empresa con una estrategia corporativa más potente y clara y la mejor gestionada de España.
- Telefónica se situó, por segundo año consecutivo, en la 2ª posición del *ranking* de empresas con mejor reputación, según el Monitor Español de Reputación Corporativa (MERCOS).

Excelencia en el negocio

Clientes

- Movistar recibió en Perú el “Premio Nacional a la Calidad 2008” y la Medalla “Líder en Calidad–Categoría Oro”, otorgados por la Sociedad Nacional de Industrias y el Comité de Gestión de la Calidad.
- La Asociación de Usuarios de la Comunicación destacó a *Imagenio* frente a otros sistemas de TV en España.
- Dos estudios de ADECES (Asociación Pro Derechos Civiles, Económicos y Sociales) mostraron que sólo Telefónica aprueba en los servicios de atención al cliente, y que el de postventa supera al ofrecido por todos sus competidores.
- El servicio de Banda Ancha de Telefónica O2 Reino Unido, uno de los mejores para los consumidores británicos, según un análisis realizado por Thinkbroadband.com.
- Telefónica volvió a ser, en el tercer trimestre de 2008, el proveedor de Banda Ancha más valorado y recomendado por los usuarios en el estudio del portal ADSLzone.net.
- Telefónica O2 Alemania fue la compañía con la satisfacción del cliente más alta según el “*Kundenmonitor Deutschland*”.
- O2 ganó el primer premio en los “*Irish Contact Centre Awards 2008*”.
- Telefónica O2 Reino Unido ganó el premio al “Mejor Operador” en los “*Mobile Industry Awards 2008*”.
- El Servicio de Atención al Cliente 1004 de Telefónica España, galardonado con el “Premio Iberoamericano en la Relación con los Clientes”, que otorga la Asociación Iberoamericana de Relaciones Empresa Cliente (AIAREC). Y los comerciales del 1004 recibieron el “Premio Fortius 2008” por su buen hacer.
- Los servicios de atención telefónica 1004 y el 609, premios “CRC Oro 2008” a los mejores servicios de Atención al Cliente en España. Atento España recibió otros tres “CRC Oro”.
- Telefónica encabezó el *ranking* de la AI (Asociación de Internautas) de percepción de los internautas sobre proveedores, calidad y precio en España. Y una encuesta de la AI mostró que la atención al cliente de Telefónica era la más valorada por los internautas.
- La Unión de Consumidores de España confirmó, un año más, el servicio telefónico de Telefónica de España como el que tiene la mejor calidad del mercado y la mejor relación calidad-precio.
- Atento Maroc se convirtió en la primera empresa de contact centers del país con el “Premio Nacional de la Calidad”.
- Atento logró diez “Amauta”, máxima distinción en marketing directo de Latinoamérica; y fue reconocido por Frost & Sullivan como la “Mejor Empresa de Contact Center” de Latinoamérica en 2008.
- El European Software Institute entregó su premio a la “Excelencia en Software” a Telefónica Chile, junto a otras empresas e instituciones.

Empleados

- Telefónica España, una de las 44 empresas TOP para trabajar en España, según el estudio realizado por CRF.
- La Cámara de Comercio Americana acreditó a *tgestiona* Perú como “Buen Empleador”.
- Telefónica Móviles Ecuador y Telefónica Móviles Uruguay, reconocidas como las mejores empresas para trabajar
- Siete empresas de Telefónica en Perú fueron premiadas por el GPTW en distintas categorías. El instituto también designó a Telefónica Móviles Chile como la quinta mejor empresa para trabajar en Chile, e incluyó a Telefónica en sus *rankings* en países como Argentina, Colombia y México.
- Telefónica O2 República Checa, premiada por sus actividades sobre salud en el trabajo.
- Atento fue la empresa privada que más empleo generó en Brasil en 2007, según la publicación de negocios “*Exame*”.

Accionistas

- Telefónica escaló hasta la segunda posición del Eurostoxx 50.
- Telefónica, la única empresa de telecomunicaciones entre las favoritas de Standard & Poors.
- Telefónica fue la primera empresa española del FT Global 500, el *ranking* con las 500 compañías más grandes del mundo en términos de capitalización bursátil.
- Telefónica, elegida como el mejor valor de la Bolsa en 2007 por los lectores del diario económico “*Expansión*”.
- Telefónica, el mejor valor del Ibex-35, según “*Mi Cartera de Inversión*”.

Telefónica, S.A.

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008

El presente Informe está disponible en el sitio web de Telefónica en Internet:
www.telefonica.com

Los accionistas pueden solicitar también ejemplares de este Informe a la **Oficina del Accionista** a través del teléfono gratuito **900 111 004** (para España), o por correo electrónico a: **accion.telefonica@telefonica.es**

Asimismo se encuentra a disposición de los accionistas y el público en general la información exigida por la legislación vigente.

Publicación:

Secretaría General Técnica de la Presidencia

Diseño y Maquetación por:

IMAGIA *oficina*

Fotografía de la portada:

Ricky Dávila

Impresión:

Egraf S.A.

Fecha de edición: Mayo 2009

Depósito Legal:



Este documento ha sido impreso en papel con certificación medioambiental FSC.

Suplemento Especial 2008: Medio Ambiente y Cambio Climático

Fichas:

El Grupo Telefónica contribuye a la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio

Pacto Mundial de las Naciones Unidas:
Informe de Comunicación del Progreso

El Suplemento del Informe de RC tiene como objetivo destacar algún tema de especial relevancia en la estrategia de Responsabilidad Corporativa (RC) de Telefónica en función de las prioridades de los grupos de interés.

En 2008, el medio ambiente y el cambio climático fueron los aspectos, dentro del ámbito de la RC, de mayor trascendencia en la agenda política, económica, científica y pública mundial.

El mayor peso de la estrategia de cambio climático en el Dow Jones Sustainability Index en 2008 (6%); la llamada del Secretario General de las Naciones Unidas Ban Ki Moon para impulsar la recuperación económica mundial a través de un "New Green Deal", es decir, la inversión en la economía verde; el reconocimiento de la Unión Europea del cambio climático como tema prioritario, cuyo objetivo para 2020 es reducir un 20% las emisiones de Gases de Efecto Invernadero, mejorar un 20% la eficiencia energética y aumentar el 20% la generación con energías renovables; la nueva posición de Estados Unidos de incorporarse finalmente al Protocolo de Kyoto, fijando como objetivo la reducción de las emisiones un 80% para 2050... todos ellos son motivos más que suficientes para dedicar este especial en el Informe de RC de Telefónica.

Se inicia así una serie de especiales que en los años sucesivos, destacarán aquellos temas de mayor relevancia para la Compañía y sus grupos de interés.

El Grupo Telefónica contribuye a la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio

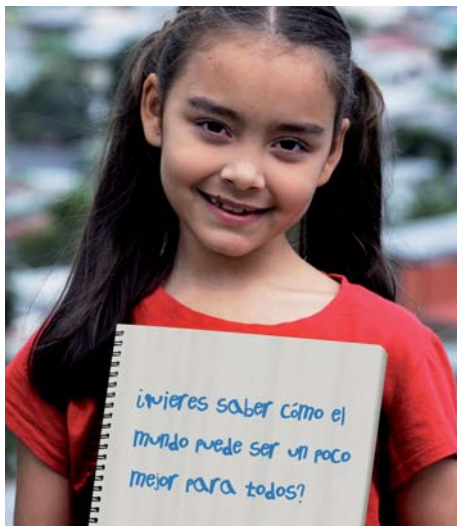
El 8 de septiembre del año 2000, la Cumbre del Milenio reunió en la sede de la Organización de Naciones Unidas en Nueva York a 192 Jefes de Estado y de Gobierno, con el fin de transmitir el mensaje claro de que la erradicación de la pobreza mundial debía ser una prioridad para todas las naciones. Este espíritu se reflejó en la Declaración del Milenio que firmaron todos los asistentes a la cumbre, y que constituye fundamentalmente un firme compromiso con los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).

En 2008, nuevamente los Estados Miembros, los grupos de Estados y los asociados de la sociedad civil, incluido el sector privado y las entidades filantrópicas, asumieron en la reunión de alto nivel, que tuvo lugar el 25 de septiembre, nuevos compromisos para concretar los próximos pasos para conseguir que los ODM sean una realidad para 2015.

Por su parte, el Grupo Telefónica intenta cada día mejorar su situación como agente comprometido con el desarrollo de las economías donde opera. Por ello, el año pasado mostró nuevamente de forma pública su apoyo a los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Primero fue a través de la campaña de comunicación del Foro de Reputación Corporativa, "2015: Un mundo mejor para Joana", de la que forma parte desde su lanzamiento en 2007. Un año más, se contribuyó a la difusión de estos ocho objetivos y a la sensibilización de la sociedad sobre la necesidad de cooperar en su consecución para 2015. El principal motor de comunicación de la campaña es la página web: www.2015unmundomejorparaJoana.com

Además, el día 6 de mayo de 2008, la Compañía firmó la declaración "Call to Action" para empresas, que supone un compromiso con



medidas tangibles a favor del desarrollo, que se realizarán junto con Gobiernos y otras organizaciones.

Con todas y cada una de las iniciativas recogidas a continuación, Telefónica intenta dejar de manifiesto como las TIC forman parte de la solución, contribuyendo a la consecución de los objetivos marcados por Naciones Unidas.

La red del Foro de Reputación Corporativa



- Cerca de 700.000 empleados
- Presencia en más de 200 países
- Más de 1.346 millones de clientes



Objetivo 1: Erradicar la pobreza extrema y el hambre

Meta: Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, la proporción de personas con ingresos inferiores a 1 dólar por día

- Creación de infocentros en América Latina, donde se ofrece Internet a bajo coste, a espacios comunitarios o barrios para apoyar la educación, la empleabilidad y el espíritu emprendedor de los ciudadanos. (LATAM)

Meta: Lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos, incluidos las mujeres y los jóvenes

- Desarrollo de las capacidades y competencias de los técnicos de las empresas que ofrecen servicios de telecomunicaciones para Telefónica, con el objeto de fomentar el desarrollo profesional a través de una mejora del CV de este colectivo "Proyecto Estela". (ARG, BRA, CHI, COL y PER)
- Desarrollo de las Competencias Laborales de estudiantes de Educación Media Técnico Profesional a través de desarrollo de habilidades de Empleabilidad y uso de las TIC, con el objeto de potenciar la inserción laboral de jóvenes "Puente Laboral". (CHI)
- Apoyo económico a iniciativas individuales o de grupos para promover cambios positivos en el entorno, tales como proyectos empresariales sociales, a través del programa "It's Your Community". (UK)

Meta: Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padecen hambre

- Participación a través de la Fundación Telefónica en la Gala Telefood, iniciativa anual de la FAO que tiene como objetivo sensibilizar a la sociedad sobre la problemática del hambre en el mundo y financiar, a través de las donaciones recibidas, proyectos sostenibles en países en desarrollo para elevar el nivel alimenticio de la población. (SPA)

Objetivo 2: Lograr la enseñanza primaria universal

Meta: Asegurar que, en 2015, los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria

- Proniño, iniciativa de Fundación Telefónica para erradicar el trabajo infantil en Latinoamérica a partir de la escolarización de los niños. A cierre de 2008 el programa beneficiaba a 107.602 niños, niñas y adolescentes. (ARG, BRA, CHI, COL, ECU, ESA, GUA, MEX, NIC, PAN, PER, URU y VEN)
- EducaRed, el proyecto de Fundación Telefónica destinado a promover la inclusión de las TIC en las escuelas, con el propósito de contribuir a enriquecer las prácticas de la enseñanza, favorecer el aprendizaje y contribuir a la calidad de la educación. (ARG, BRA, CHI, COL, SPA, MEX, PER y VEN)

Objetivo 3: Promover la igualdad entre los sexos y la autonomía de la mujer

Meta: Eliminar las desigualdades entre los géneros en la enseñanza primaria y secundaria, preferiblemente para el año 2005, y en todos los niveles de la enseñanza antes de finales de 2015

- Proyecto de Diversidad, que pretende entre otros objetivos favorecer la inclusión de género en todo el Grupo Telefónica. (GLO)

Objetivo 4: Reducir la mortalidad infantil

Meta: Reducir en dos terceras partes, entre 1990 y 2015, la mortalidad de niños menores de cinco años

- Implantación del proyecto de "Compras Responsables", cuyo objetivo es garantizar la no existencia de empleo infantil en la cadena de suministro, así como fomentar la inclusión económica de las familias del entorno de los niños beneficiarios del programa Proniño a través de la contratación a éstos de bienes y servicios. (GLO)
 - Participación en la Campaña "Red de Empresas contra el Trabajo Infantil", cuyo objetivo es dar visibilidad a la problemática del trabajo infantil como una vulneración de derechos de niños, niñas y adolescentes. (ARG)
 - Incorporación a las pólizas de salud de los empleados la cobertura de la conservación de la sangre del cordón umbilical. (SPA)
-

Objetivo 5: Mejorar la salud materna

Meta: Reducir en tres cuartas partes, entre 1990 y 2015, la mortalidad materna

- Acciones de promoción de la salud y prevención de riesgos laborales, a través de exámenes preventivos de enfermedades ginecológicas y de mama a mujeres de más de 35 años. (SPA)

Meta: Lograr, para 2015, el acceso universal a la salud reproductiva

Objetivo 6: Combatir el VIH/SIDA el paludismo y otras enfermedades

Meta: Haber detenido y comenzado a reducir, en 2015, la incidencia de la malaria y otras enfermedades graves

- ATAM, proyecto social del Grupo Telefónica y sus trabajadores (empleados, pensionistas y prejubilados), que tiene como principal fin mejorar la prevención de situaciones de discapacidad y prestar servicios habilitadores dirigidos a la integración social de las personas con discapacidad. (SPA)
- Patrocinio del Concierto "300 segundos", organizado para recaudar fondos dirigidos a la investigación de la neurofibromatosis, la leucodistrofia y la esclerosis tuberosa. (SPA)
- Convenio de colaboración empresarial con la Asociación Española contra el Cáncer, facilitando la incorporación de las nuevas tecnologías a su gestión diaria. (SPA)
- Colaboración de Telefónica O2 Irlanda con la Irish Autism Action, organización que trata de mejorar la vida de las personas autistas y sus familias. En 2008, la Compañía dedicó a esta causa más de 100.000 euros. (IRL)

Objetivo 7: Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente

Meta: Incorporar los principios del desarrollo sostenible en las políticas y los programas nacionales y reducir la pérdida de recursos del medio ambiente

- Creación de la Oficina de Cambio Climático, encargada de asegurar la reducción de consumo energético y de emisiones de Gases de Efecto Invernadero propias de la actividad de la Compañía, de potenciar el desarrollo de servicios que permitan ser más eficientes a los clientes y de posicionar al sector de las TIC en el centro de la solución en la lucha contra el cambio climático. (GLO)
- Participación en grupos de trabajo externos, como GESI, ETNO e ITU, que fomentan el desarrollo de políticas públicas en temas de TIC y cambio climático a nivel mundial. (GLO)
- Diseño de un Sistema de Gestión Ambiental global, conforme la ISO 14001, para mejorar el comportamiento ambiental de toda la Compañía. (GLO)
- Colaboración con World Business Council for Sustainable Development en el Estudio sobre el Servicio de los Ecosistemas Corporativos (versión española), documento que aporta pautas para incorporar los bienes y servicios ambientales en la gestión general de las empresas. (GLO)
- Desarrollo de la iniciativa "El Salvador Verde", que promueve las buenas prácticas medioambientales a través del fomento de la conciencia social. (ESA)
- Comercialización del terminal *Nokia 3110 Evolve* que pretende impulsar el uso de materiales reciclables, minimizar el consumo energético y sensibilizar a los consumidores. (SPA)
- Lanzamiento del *Cargador Universal* para móviles, con consumo eficiente de energía. (UK)

Meta: Haber reducido y haber ralentizado considerablemente la pérdida de diversidad biológica en 2010

- Proyecto para repoblar los bosques de las riberas de los ríos con el apoyo de Acciónatura y de los clientes. (SPA)
 - Fundación Telefónica unió sus esfuerzos, junto con la Fundación Selva Negra, la Universidad Autónoma Benito Juárez del Estado de Oaxaca y el Centro Mexicano de la Tortuga, para ayudar a conservar esta especie. (MEX)
-

Meta

Proyecto

Meta: Reducir a la mitad, para 2015, la proporción de personas sin acceso sostenible al agua potable y a servicios básicos de saneamiento

- Participación en la Expo Zaragoza 2008, cuyo lema fue "Agua y Desarrollo Sostenible", como socio tecnológico y patrocinador del "Pabellón Telefónica de las Artes". (SPA)
- Convenio con el Canal de Isabel II, a través de Telefónica I+D, para unirse al Reto del Agua en Madrid. (SPA)

Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo

Meta: En cooperación con el sector privado, dar acceso a los beneficios de las nuevas tecnologías, especialmente las de la información y las comunicaciones

Brecha geográfica

- Convenio educativo con el Gobierno de Tucumán, para proveer conexión satélite con Internet de alta velocidad *Speedy* a las escuelas de alta montaña. (ARG)
- "Puentes de comunicación. Antenas Sociales": cobertura móvil para zonas aisladas. (CHI)
- Participación en el "Segundo Plan Bianual de ampliación y reposición de redes de telecomunicaciones sociales con solución inalámbrica": reposición y ampliación de las redes en 1.400 localidades de 330 municipios. (COL)
- Proyecto "Cobertura 2008", cuyo objetivo es mejorar la cobertura móvil en zonas suburbanas, rurales y carreteras. (ECU)
- Colaboración en el "Plan de Extensión de Banda Ancha Rural", programa promovido por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. (SPA)
- Contribución a la reducción de la brecha digital a través del proyecto piloto Ciberescuelas, enmarcado en el Plan Avanza. (SPA)
- Canal de atención telefónica en lengua indígena de Telefónica. (MEX)
- Proyecto "Intégrame", alianza público-privada para el desarrollo de servicios de telecomunicaciones en áreas rurales con altos grados de pobreza. (PER)

Brecha económica

- Desarrollo de servicios de telefonía fija y móvil para personas con menos recursos económicos, permitiéndoles tener un adecuado control del consumo. (LATAM)
- "Puesto de Trabajo Informático", servicio que proporciona a autónomos y pequeñas y medianas empresas las herramientas necesarias para satisfacer todas sus necesidades informáticas y de Internet con un único precio mensual. (SPA, LATAM)
- Lanzamiento del servicio "Fonoya", que ofrece la posibilidad de acceder a la telefonía fija, adquiriendo un terminal telefónico que sólo requiere conectarse a la red eléctrica y pagando el equivalente a un sol diario. (PER)

Brecha de capacitación

- Lanzamiento del proyecto "Generaciones Interactivas" para promover un uso responsable de las nuevas tecnologías por parte de los niños y adolescentes. (LATAM)
- Participación en la organización de Campus Party, cuyo objetivo es favorecer la inclusión digital a través del ocio. (BRA, COL, ESA y SPA)

Brecha de salud y discapacidad

- Creación de centros de teleinterpretación para sordos. (ARG, BRA y COL)
- Lanzamiento de terminales fijos y móviles especialmente diseñados para personas mayores o con discapacidad, tales como *Motorola Einfach-Handy W220*, *Emporia Life* y la gama *Movistar Fácil*. (GER, CZE y SPA)
- Colaboración de los Voluntarios Telefónica, junto al Centro Iberoamericano Cultural de Audio Lectura y Educación, en el proyecto "Oídos a la Obra". Su objetivo es facilitar la integración de personas con dificultades visuales, motrices o neurológicas, mediante un servicio de préstamo de audiolibros. (ARG)
- Donación, a través de Fundación Telefónica, de equipos informáticos adaptados para personas con discapacidad en los centros de interpretación de los Parques Nacionales Lanín y Nahuel Huapi. (ARG)
- Lanzamiento del servicio de SMS vocal (que convierte a voz el texto de un SMS), para las personas con discapacidad visual. (SPA)
- Desarrollo de una plataforma de teleasistencia que permite la atención remota de personas dependientes y que podrá incorporar en el futuro numerosos servicios de rehabilitación, monitorización, ocio, compañía, etc.; y un servicio piloto de teleinterpretación de lengua de signos. (SPA)

Pacto Mundial de las Naciones Unidas: Informe de Comunicación del Progreso



Telefónica suscribió los Principios Global Compact en el año 2002. Desde su adscripción, la Compañía ha informado anualmente acerca de su compromiso con esta iniciativa, de la aplicación de los 10 Principios, y de la evaluación de los resultados obtenidos en las políticas aplicadas para su cumplimiento.

Indicador GRI más relevante	Herramienta	Avances 2008
Derechos Humanos		
Principio 1: Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.		
Principio 2: Asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos.		
HR1, HR2, HR3, HR4, HR8, Q1.1, Q1.2, PA1, PA2, PA3, PA4, PA5, PA7	Principios de Actuación	<ul style="list-style-type: none"> • La Compañía suscribió las iniciativas: “Derechos Humanos: Una llamada a la Acción” y el “CEO Statement”, promovidas por el 60º aniversario de la Declaración de los Derechos Humanos
	Normativa de Extensión de los Principios de Actuación a la Cadena de Suministro	<ul style="list-style-type: none"> • Implantación del Programa de Evaluación de la Cadena de Suministro bajo criterios RC: más de 1.100 evaluaciones y 55 auditorías a suministradores de distintos países
	Estrategia de Inclusión Digital	<ul style="list-style-type: none"> • Más de 370 millones de euros para reducir la brecha digital • 275 millones de euros invertidos en Fondos de Servicio Universal • Más del 82% de los 123 millones de clientes de servicios móviles de Telefónica en América Latina, utilizaba productos prepago • Más de 230.000 personas formadas en nuevas tecnologías • Incremento indicadores Proniño: 156% inversión económica, 82% centros educativos, 103% beneficiarios (107.602 niños)

Indicador GRI más relevante

Herramienta

Avances 2008

- Avances en brecha discapacidad: accesibilidad páginas web en Europa y España / desarrollo de plataforma de teleasistencia / Servicio de SMS vocal / nuevos modelos de teléfonos fijos y móviles accesibles / Centros de intermediación para sordos en Argentina, Brasil y Colombia

Auditorías laborales

- Se han realizado dichas auditorías en 17 países

Estándares Laborales

Principio 3: Apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5: Apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

HR5, HR6, HR7, HR9,
LA (1 a 14), IO3

Principios de Actuación y
Código de Conducta con
la Union Network
International (UNI)

- 49% de la plantilla son mujeres (48,3% en 2007)
 - 16,9% de los directivos y 46,6% de los mandos intermedios son mujeres (19,7% y 41,8% respectivamente en 2007)
 - 1.500 personas con discapacidad en plantilla
 - Incremento satisfacción empleado en 3 puntos, hasta el 69%
 - 146.300 empleados bajo convenio colectivo*
 - 134.000 empleados que votan en elecciones sindicales**
 - Firma del Convenio Colectivo de Telefónica de España 2008-2010
-

* Número de empleados con convenio colectivo, donde este convenio es negociado a través de sindicatos (gremios, representantes de trabajadores...). Se entiende por convenio un acuerdo marco para un colectivo de trabajadores que especifica las condiciones generales laborales, sus derechos y obligaciones (salarios, jornada, descansos, vacaciones, régimen de despidos, definición de categorías profesionales, revisiones salariales...).

** Número de empleados que participan en procesos de elección de representantes de los trabajadores (marcados por libertad y garantías).

Indicador GRI más relevante

Herramienta

Avances 2008

Política Preventiva
Seguridad y Salud

- Se realizaron cerca de 2.600 evaluaciones de riesgos sobre la salud de los empleados / 30% de la plantilla se benefició de vigilancia de la salud (no se incluyen datos de Atento)

Medio ambiente

Principio 7: Mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

EN (1 a 30), PA8, PA11, IO7, IO8

Oficina de Cambio
Climático

- Elaboración del Manual de Buenas Prácticas de Eficiencia Energética en redes
- Reducción del 5% en el consumo eléctrico (Kwh/ acceso equivalente)
- Implementación de la variable energética en los procesos de compras
- Desarrollo de iniciativas para proporcionar soluciones eficientes a clientes: telepresencia, *Hogar Conectado*, servicio Inmótica de Eficiencia Energética
- Comercialización de equipos eficientes: primer teléfono de material reciclado de bajo consumo energético en España (*Nokia 3110 Evolve*); *Cargador Universal*, en el Reino Unido
- Implantación de proyectos de energía renovables: 1.437 instalaciones

Sistema de Gestión
Ambiental global

- Diseño de un Sistema de Gestión Ambiental global, conforme al estándar internacional ISO 14001, para fijar las directrices de la gestión en todas las empresas del Grupo
-

Indicador GRI más relevante

Herramienta

Avances 2008

- Definición del Índice de Comportamiento Ambiental (ICA), basado en la norma ISO 14031
- Formación y sensibilización ambiental de los empleados: 34.607 horas de formación
- Elaboración de la Norma de Control Operacional
- 954 estudios de impacto ambiental (+10,67%)
- Fomento del uso de papel reciclado: 683t (en 2007: 504t)

Anticorrupción

Principio 10: Trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

SO (2 a 8)

Principios de Actuación

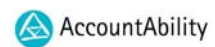
- 69.219 empleados formados en los Principios de Actuación (36.000 en 2007)
- 1.300 trabajos de Auditoría Interna e Inspección
- Acceso a un único canal de denuncias para todos los empleados de la Compañía, tras la incorporación de Telefónica Europa en 2008
- Aprobación de la Política de Gestión de Riesgos
- Adhesión a la "European Transparency Initiative", puesta en marcha por la Comisión Europea
- Transparencia sobre incidentes en materia de corrupción o asociados.

www.telefonica.com

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa
Telefónica S.A. 2008

www.telefonica.com/rco8

Para cualquier comentario sobre este informe, por favor,
dirígete a: responsabilidadcorporativa@telefonica.es



distrito c