

NOTA DE PRENSA

PRESS RELEASE

La compañía presenta su Informe Integrado correspondiente a 2016

TELEFÓNICA APORTA EN ESPAÑA EL 1,8% DEL PIB Y PAGA EN IMPUESTOS 22 EUROS DE CADA 100

- **El 50% de la retribución variable de los profesionales de Telefónica está directamente ligada a los clientes, la prioridad de la compañía, que ya es número 1 del sector en Índice de Satisfacción de Clientes en 10 de sus 17 mercados.**
- **El número total de proveedores que han trabajado con Telefónica durante 2016 crece hasta los 12.847, con un volumen total adjudicado de 26.063 millones de euros, de los cuales el 82% se adjudicó a proveedores locales.**
- **Una compañía cada vez más sostenible: un 43,6% del consumo eléctrico de 2016 procedía de fuentes renovables y se ha reciclado el 94% de los residuos generados.**

Madrid, 7 de junio de 2017.- La directora general de Planificación, Contabilidad y Control de Telefónica S.A, Laura Abasolo, y la directora de Ética Corporativa y Negocio Responsable, Elena Valderrábano, han presentado hoy en Madrid el Informe Integrado de la compañía correspondiente a 2016, que recoge los parámetros más relevantes de su estrategia en todos los países en los que opera, así como los retos para 2017.

Telefónica elige por segundo año este modelo de reporte al mercado, que engloba una visión estratégica conjunta y cohesionada entre lo financiero y lo no financiero, y permite entender mejor el ecosistema completo de la compañía.

Elena Valderrábano repasó las grandes tendencias y retos a las que la sociedad en su conjunto debe hacer frente en el corto plazo: el crecimiento demográfico y la urbanización, el empoderamiento del cliente, la reinención del mundo laboral, la escasez de recursos o el cambio climático.

En paralelo, la explosión de los datos, la velocidad y ubicuidad de la conectividad y las mejoras en la eficiencia de la computación nos llevan a un nuevo paradigma tecnológico que podría incluso desencadenar un nuevo ciclo de crecimiento. Al mismo tiempo, estos avances generan desafíos sociales que es necesario abordar -privacidad y seguridad de los datos, posibles desigualdades sociales, dilemas éticos, incertidumbres en el empleo...-. Y el sector de las Telecomunicaciones está en el centro de esta revolución como facilitador de cambios profundos en la economía y en la sociedad, principalmente ligados a la irrupción de la inteligencia artificial.

Telefónica ha creado un Panel Asesor de Negocio Responsable, formado por expertos en diferentes campos, cuyo cometido es profundizar en el impacto de todas esas tendencias, de tal forma que la compañía pueda conocer mejor las expectativas de clientes, empleados, proveedores, inversores y sociedad en general.

Esos retos, como explica el presidente de Telefónica, José M^a Álvarez-Pallete, en la introducción del Informe Integrado, “pueden ser también una oportunidad para hacer una sociedad digital más sostenible si lo hacemos de acuerdo a nuestros valores. Queremos dar la oportunidad a nuestros clientes de elegir los productos y servicios que le ayuden a mejorar su vida de manera íntegra, transparente y comprometida”.

“Nuestro objetivo –afirma Pallete- es poner la tecnología al servicio de las personas dando al cliente el control de su vida digital. En relación con la desigualdad que pueden generar las nuevas tecnologías, queremos promover y asegurar el acceso a las mismas, dando a nuestros clientes, y a la sociedad en general, la oportunidad de elegir la tecnología más avanzada y los servicios más innovadores de manera segura y de calidad”.

PRINCIPALES MAGNITUDES EN 2016

• LOS CLIENTES, LA PRIORIDAD

- La prioridad para Telefónica es que sus avances beneficien a los clientes. Por ello, la retribución variable de la plantilla va ligada en un 50% a los usuarios, con independencia del área en la que el profesional desempeñe su labor.
- La digitalización de los procesos, que continuó avanzando en 2016 y ya alcanza al 49% de los procesos de la compañía, permite a los usuarios interactuar más fácilmente con Telefónica, cambiando sin problemas de un canal a otro de atención.
- También en 2016 nació LUCA, la unidad especializada en Big Data que impulsará la transformación digital de los clientes, al permitir a las organizaciones acelerar su viaje hacia el Big Data a través de la ingeniería de datos y los *business insights*. Gracias a los datos generados en los más de 320 millones de accesos a la red de comunicaciones que tiene Telefónica en todo el mundo, la compañía puede ofrecer información de gran valor a todos sus clientes de sectores tales como el turismo, la distribución o los servicios financieros, entre otros.
- Y todo ello sin descuidar lo básico: una conectividad excelente con la mejor red, un trato honesto y una atención que va más allá de la resolución de las quejas. Para ello, Telefónica no sólo invierte en el despliegue de redes sino que desarrolla soluciones innovadoras que le permiten llevar los beneficios de la sociedad de la información a todas las personas, independientemente de su ubicación, situación económica o discapacidad.
- Por eso, en 2016 la compañía lanzó Movistar+ 5S, un servicio gratuito para que las personas con discapacidad sensorial accedan a las series y películas de la plataforma de televisión Movistar + a través de los tres sistemas de accesibilidad: audiodescripción, subtítulo y lengua de signos. Este proyecto forma parte de la apuesta global para ser una compañía plenamente accesible. Muestra de esta apuesta es la información sobre las condiciones de accesibilidad de los dispositivos móviles que actualmente proporciona Telefónica a los clientes gracias a una colaboración con Fundación ONCE y los fabricantes de los dispositivos.

- Los clientes necesitan usar los servicios con confianza, seguridad y tranquilidad para toda su familia. De ahí el lanzamiento de Dialogando, una plataforma gratuita que aborda el uso responsable de la tecnologías en asuntos como la identidad digital, la privacidad, el *ciberbullying*, los videojuegos, la educación, la conducción...

- **GENERADOR DE RIQUEZA, EMPLEO Y PROGRESO**

- Telefónica es uno de los motores de progreso económico más relevante de las comunidades en las que está presente. En 2016 aumentó su contribución al PIB del conjunto de los países en los que opera en 53.244 millones de euros, un 0,6% del total de la riqueza generada en el conjunto de ellos. En los países donde mayor es su volumen de negocio, como en España, esta cifra aumenta hasta el 1,8%.
- La compañía potencia la economía de esas comunidades, tanto de forma indirecta como por la capacidad que tiene su actividad de multiplicar riqueza. Así, por cada euro de PIB creado por Telefónica de manera directa en 2016 generó 1,14€ adicionales de forma indirecta e inducida como consecuencia de los gastos e inversiones que realizó la compañía. Así la aportación total al PIB de esos países es de 3,5 euros por cada euro que genera.
- En impuestos, Telefónica paga a las haciendas públicas 22 euros de cada 100 que ingresa. La contribución tributaria total de Telefónica en 2016 ascendió a 11.365 millones de euros.
- Un aspecto fundamental para el progreso de la sociedad es la creación de empleo y Telefónica también se presenta como un importante generador de puestos de trabajo, como lo demuestra el hecho de que en 2016 creara 1.278.194 empleos (directos, indirectos e inducidos), ya que por cada persona incorporada a su plantilla, genera 7 empleos más.
- En 2016 han trabajado con Telefónica 12.847 proveedores, con un volumen total adjudicado de 26.063 millones de euros, de los que el 82% se adjudicó a proveedores locales.
- En España, Telefónica tiene 1.856 proveedores distintos, y el 91% de las compras que realiza las hace a compañías locales.

- **EL MEJOR TALENTO**

- En el entorno digital, el concepto de equipo se redefine: el talento está dentro y fuera de las compañías. Por eso Telefónica da cada día más relevancia al intraemprendimiento, a la formación de sus empleados, a la flexibilidad y a la diversidad; a los proveedores, con los que establece un modelo de relación de aliados, y a la innovación abierta.
- En 2016, la compañía invirtió 39,3 millones de euros en formación, que supusieron 4,9 millones de horas, con un aumento de más de un 25% en el promedio por empleado. En 2016, Universitas Telefónica, la universidad corporativa, capacitó en su campus de Barcelona a 2.005 ejecutivos gracias a los programas presenciales de liderazgo y estrategia.

- El Consejo de Administración definió la diversidad como la principal fuente de talento, marcando dos prioridades: reducir la brecha de mujeres que ocupan puestos de responsabilidad en la empresa y atraer talento joven –hoy, el 20% de la plantilla son menores de 30 años-. Un Consejo de Diversidad, creado en 2016 y compuesto por directivos de primer nivel, se encarga de impulsar las iniciativas necesarias para avanzar en este ámbito.
- En 2016, Telefónica aprobó una nueva Política de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro en la que incluyó aspectos anticorrupción y conflictos de interés, privacidad y confidencialidad de la información, etc.– y reforzó otros como los sociales (el tráfico de personas) o medioambientales (residuos, sustancias peligrosas, consumo de materiales, etc.) como criterios mínimos que los proveedores deben cumplir.
- Para asegurar el cumplimiento de todo ello, incluso en el segundo nivel de su cadena de suministro, la compañía reforzó sus auditorías anuales con la adhesión a la iniciativa sectorial JAC (Joint Audit Cooperation), que realizó 51 auditorías en fábricas (in situ) de proveedores críticos.
- La colaboración con los proveedores para convertirse en verdaderos aliados, se concretaron, por ejemplo, en proyectos de eficiencia energética y autogeneración de energías renovables, que sustituyen producto por servicio, lográndose con ello mayores eficiencias.
- 18.000 emprendedores desarrollan sus proyectos conectados a través de la herramienta digital de Telefónica Open Future, que ha ayudado a acelerar más de 1.500 *startups* en sus academias y espacios de Crowdfunding e invertido en más de 700 *startups*. Con 85 socios públicos y privados, la plataforma ha comprometido una inversión por valor de 445 millones de euros con sus aliados.
- En 2016 el gasto total de Telefónica en I+D+i ha sido de 6.568 millones de euros y un año más ha sido la cuarta telco mundial que más invierte en innovación y la segunda a nivel europeo, según el informe 2016 EU Industrial R&D Investment Scoreboard de la Comisión Europea. La compañía registró 27 nuevas solicitudes de patentes.

- **RED SOSTENIBLE**

- La conectividad es uno de los principales motores de la transformación digital. Más allá del esfuerzo sostenido de inversión en despliegue de red, a través de la innovación tecnológica y los nuevos modelos de negocio, Telefónica desarrolla soluciones de conectividad asequibles y accesibles para garantizar que nadie se queda al margen de los beneficios de la digitalización.
- Desde 2012, Telefónica ha invertido 38.000 millones de euros (9.000 solo en 2016) en el desarrollo de sus redes fijas y móviles, principalmente de redes ultrarrápidas y de nueva generación, y en la mejora de la capacidad y la cobertura, lo que le ha permitido aumentar su tráfico hasta un 49%.
- La compañía duplicó en 2016 el uso de electricidad renovable, hasta el 44% a nivel global (el 79% en España), acelerando así para cumplir sus objetivos: alcanzar el 50% para 2020 y el 100% en 2030.

- El objetivo de Telefónica es tener la mejor red, que le permita ofrecer una conectividad excelente también en términos de eficiencia energética y carbono.
- El consumo energético de Telefónica en 2016, debido sobre todo a la Red, fue de 6.740 Gwh, un 2,2% menos que en 2015 a pesar del aumento del tráfico de un 50%. Así, en 2016 redujo el consumo de energía por tráfico (intensidad energética) un 34%. Todo ello gracias al Plan de Eficiencia Energética que desarrolló 130 proyectos concretos que generaron un ahorro de 22 millones de euros. Además, disminuyó sus emisiones de CO2 un 26%.
- En redes móviles alcanzó cotas históricas de cobertura 4G, llegando al 96% en España, 95% en el Reino Unido, 79% en Alemania, 60% en Brasil y 49% en Hispanoamérica. En 2016 los accesos totales alcanzaron los 350 millones, de los cuales 147,2 millones correspondieron a *smartphones*, lo que supone un aumento del 17% respecto a 2015, contando con una penetración global del 57%. Los clientes de LTE ascienden a 66,3 millones (1,8 veces frente al año anterior).
- En cuanto a las redes fijas, en 2016, Telefónica ha llegado a 39 millones de hogares con redes de fibra y cable en España, Brasil e Hispanoamérica y a 9,2 millones de clientes de fibra + VDSL. Además, sus clientes de fibra óptica y cable crecieron un 24% frente a 2015 y suponen ya el 43% del total de accesos de banda ancha fija. Respecto a la televisión de pago, alcanzó en el último año los 8,3 millones de accesos.

- **COMPROMETIDOS CON LA ECONOMÍA CIRCULAR Y BAJA EN CARBONO**

- Telefónica redujo sus emisiones de CO2 un 26% en 2016 como parte de su compromiso con el cambio climático y su objetivo es disminuirlas un 30% a 2020 para apoyar el Acuerdo de París.
- Con sus servicios de IoT y Big Data, Telefónica también ayudó a empresas y ciudades a evitar emisiones al mejorar la gestión de los residuos (Smart Waste) y de recursos como la energía y el agua. Así, optimizan su consumo y mejoran aspectos como el tráfico y la calidad del aire.
- Los servicios de IoT de Telefónica para mejorar la movilidad y la eficiencia energética de sus clientes le supusieron más de 50 millones de euros de ingresos en 2016, y lograron reducir 229.314 toneladas de CO2.
- Telefónica generó en 2016 cerca de 23.507 toneladas de residuos, un 12% menos, de los cuales el 94% fueron reciclados. La digitalización de su sistema de gestión de residuos le permitirá reducir aún más su impacto ambiental mediante planes de minimización de generación de residuos, reciclaje y reúso interno de, principalmente, aparatos eléctricos y electrónicos.
- En 2016 el 69% de los dispositivos usados en las operaciones de la compañía y por sus clientes han sido reciclados, y cerca del 27%, reutilizados. El impulso de la economía circular conllevará un aumento en la reutilización durante los próximos años.

- Cerca del 66% de los residuos son cables que se originan en el proceso de transformación de la Red. Su reutilización no es posible pero sí su reciclaje, por lo que el 98% son reciclados por empresas especializadas.
- Para fomentar un consumo responsable entre los clientes, Telefónica llevó el Eco Rating – un sello que indica la eficiencia energética y la sostenibilidad de los móviles- a nuevos países de modo que ya está en Alemania, Brasil, Chile, España y Reino Unido, y el reto es extenderlo a todos los países y a todos los fabricantes.
- La estrategia e implementación del Negocio Responsable en la Compañía cuenta con los reconocimientos de los más prestigiosos índices y analistas de sostenibilidad globales, como Dow Jones Sustainability Index (DJSI), Carbon Disclosure Project (CDP), Sustainalytics, Ethibel, MSCI o FTSE4Good.

Para acceder al informe integrado de 2016.

https://www.telefonica.com/documents/153952/13347843/Informe_Integrado_2016.pdf/b242bc1a-9780-43bf-83d1-501127f3c37c