

# NOTA DE PRENSA

## PRESS RELEASE

### La compañía presenta su Informe Integrado correspondiente a 2017

TELEFÓNICA OBTIENE EN 2017 SU MEJOR DATO HISTÓRICO EN ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES Y ASPIRA A SER “LA MÁS RECOMENDADA” DEL SECTOR

- **Una compañía que impacta positivamente:**
  - **8.697 millones de euros de inversión en 2017**
  - **52.232 millones de euros de contribución al PIB**
  - **23,4 euros de cada 100 se pagan en impuestos**
- **Cada vez más tecnológica:**
  - **Líder en Europa en fibra desplegada y tercer país de la OCDE**
  - **Pionera en 5G en España con “laboratorios vivos” en Segovia y Talavera**
  - **A la vanguardia en virtualización de la red**
- **Más sostenible:**
  - **Reducirá el 30% la emisión de gases de efecto invernadero en 2020**
  - **El consumo eléctrico 100% renovable en 2030**
  - **A la vanguardia en economía circular: se recicla el 98% de las baterías, 97% de los residuos y 99% del papel**
- **Abierta, diversa e inclusiva:**
  - **Es una de las cinco telcos del mundo incluidas en el Índice Bloomberg de Igualdad de Género**
  - **Figura del “Chief Diversity Officer” para garantizar la diversidad**
  - **Objetivo, 30% de mujeres directivas en 2020**
- **Comprometida con el empleo y el talento:**
  - **Un total de 122.718 empleados de 91 nacionalidades en 24 países, el 97,9% de ellos con contratos laborales indefinidos**
  - **Casi un millón de empleos generados entre directo, indirecto e inducido**
  - **En los dos últimos años casi 15.000 jóvenes se han incorporado a la plantilla a nivel global y 25.000 más lo harán en los próximos 3 años**

**Madrid, 5 de julio de 2018.-** La directora general de Finanzas y Control de Telefónica, Laura Abasolo, y la directora de Ética Corporativa y Sostenibilidad, Elena Valderrábano, han presentado hoy en Madrid el Informe Integrado de la compañía correspondiente a 2017.

El Informe integra parámetros financieros y no financieros que permiten dar una idea más global sobre la evolución de la actividad de Telefónica y su impacto social, económico y ambiental en todos los países en los que opera.

Telefónica ha presentado este modelo de reporte al mercado por tercer año consecutivo para reforzar su compromiso con la transparencia hacia sus grupos de interés, desde sus 340 millones de clientes repartidos en 17 países, hasta los casi 123.000 empleados en los 24 países donde Telefónica tiene presencia, pasando por sus 1,2 millones de accionistas de todo el mundo, los cerca de 11.000 proveedores con los que trabaja o las 900 operadoras con las que colabora o ha colaborado en más de 210 países.

### **Telefónica gira alrededor de sus clientes**

“De todos ellos, los clientes son el grupo de interés más importante para Telefónica” - afirmó Elena Valderrábano-. La compañía ha formulado por primera vez su “Promesa Cliente”, un compromiso con sus usuarios de todo el mundo basado en los pilares de transparencia, sencillez e integridad. “El cliente demanda un servicio fiable, sencillo y de calidad; transparente en el cuánto y cómo se les va a cobrar; que cuente con varios canales accesibles para poder comunicarse con Telefónica, hacer gestiones, manifestar su disconformidad o solicitar información; nos piden que seamos honestos y transparentes”, explicó.

La compañía realiza mensualmente encuestas de satisfacción entre sus clientes de todos los mercados, con el fin de obtener su opinión sobre el servicio: red, canales, facturación, precio... para obtener, a partir de ahí, el principal indicador, el Índice de Satisfacción del Cliente (ISC). En el último año, el ISC ha subido del 7,46 al 7,58, gracias especialmente al desempeño en Brasil y España, que logró en 2017 su mejor dato histórico en la satisfacción de los clientes.

Desde hace algunos años, el 20% de la remuneración variable de empleados en todo el Grupo está directamente ligada al grado de satisfacción de los clientes. La “Promesa Cliente” exige que se mida también la confianza de los usuarios, es decir, su propensión a recomendar los productos y servicios de Telefónica a amigos y familiares a través del indicador NPS (Net Promoter Score). “No nos conformamos -dice Valderrábano- hay que continuar mejorando ambos indicadores, y especialmente el NPS. Queremos ser la marca más recomendada por nuestros clientes a su entorno inmediato”.

Los clientes del segmento B2B, tanto multinacionales como empresas grandes y también las pymes, son gestionados por la división Telefónica Business Solutions y han logrado en 2017 superar las expectativas de ISC previstas, situadas en el 7,83 sobre 10, para cerrar el año en un 7,88, lo que convierte a Telefónica en líder en satisfacción también en este mercado.

En este año 2018, Telefónica España continúa digitalizando sus procesos y arrancará una nueva forma de relación con los clientes a través de Aura, su gran apuesta basada en la confianza, la privacidad y la Inteligencia Artificial ética y responsable, que nace para estrechar la relación de la compañía con sus clientes y facilitar su día a día como asistente virtual.

## El impacto de Telefónica

“Telefónica es un agente económico y social que impacta de forma positiva en las comunidades donde está presente”, explicó la CFO de Telefónica, Laura Abasolo. “La contribución al PIB en 2017 del conjunto de países en los que opera fue de 52.232 millones de euros, casi un 0,6% del total de riqueza generada en el conjunto de los países más relevantes”. Además, por cada euro que Telefónica genera, aporta 3,2 euros al PIB de los países en los que está presente. En España supone el 1,4% del PIB.

La contribución económica y social de Telefónica es cuantificable también en cuanto a su aportación a las haciendas locales. Por cada 100 euros de cifra de negocio de la compañía, 23,4 euros se destinan al pago de impuestos. De ellos, 6,4 son para el pago de impuestos soportados y 17, al de recaudados. La contribución tributaria total de la compañía en 2017 ha sido de más de 12.000 millones de euros.

Como muestra del compromiso con los países donde opera, Telefónica adjudicó el año pasado el 83% de sus compras a proveedores locales, especialmente las áreas de infraestructura de red, sistemas de información o terminales. Todos ellos están obligados a desarrollar su actividad aplicando estándares éticos similares a los Principios de Negocio Responsable de Telefónica, cumpliendo con los derechos humanos y laborales fundamentales y la protección del medio ambiente.

En cuanto a sus inversiones, Telefónica alcanzó el año pasado los 8.697 millones de euros, principalmente enfocados en el despliegue y expansión de redes 4G y Ultra Banda Ancha, y en la simplificación y digitalización de procesos y sistemas.

## Una compañía tecnológica

“Telefónica está construyendo una compañía de plataformas para impulsar una digitalización centrada en las personas, en los clientes. Esto significa, por ejemplo, que la red actúa, se adapta, es flexible, virtualizada y potente. Y más eficiente, en la medida en la que el cliente ve que la red es suya, que la puede configurar, que le habla y pasan cosas, que es sincera y transparente con sus tarifas. Y además, le comprende y actúa en tiempo real. Una red, una digitalización, hechas con integridad, compromiso y transparencia”, explicó Elena Valderrábano durante la presentación.

La compañía continúa avanzando en el desarrollo y mejora de sus cuatro plataformas para transformarse, la propia Telefónica, pero también las sociedades en las que opera. Gracias a la digitalización de los procesos, por ejemplo, ha sido posible negociar electrónicamente 31.108 millones de euros, con la emisión de 1,2 millones de facturas virtuales, casi un 20% más que en 2016, la firma de cerca de 1.000 contratos de forma digital o la gestión de más de 170.000 pedidos entre las empresas del Grupo y sus proveedores.

La primera plataforma, los activos físicos, está prácticamente virtualizada, desde las redes y las estaciones base, hasta las tiendas o los equipos de clientes. La segunda, las TI y los sistemas, es una plataforma automatizada y enlaza los datos generados por la primera plataforma con el componente de negocio. Favorece la digitalización extremo a extremo y permite la conexión del

resto de plataformas. En 2017, el 62% de los clientes ya están migrados a sistemas de facturación online, con información precisa de sus balances y consumos en tiempo real.

La tercera plataforma, enfocada en la personalización, la conforman los productos y servicios que ofrece Telefónica y que componen una oferta diferencial, personalizada y sencilla. Y la cuarta la forma un ecosistema que conecta los datos, los dispositivos, las redes y las personas. La compañía refuerza continuamente sus capacidades para capturar, almacenar, analizar, interpretar y actuar con información de la manera más adecuada en tiempo real, de cara a habilitar interfaces de cliente más eficaces y establecer con ellos una confianza digital.

En 2017, Telefónica continuó dando pasos para adecuar sus infraestructuras a la llegada del 5G, una nueva generación móvil que hará posible incrementar la velocidad hasta obtener picos desde 1 hasta 10 Gbps, lo que triplicará la velocidad actual de la fibra en los hogares y reducirá la latencia. Telefónica seleccionó a Segovia y Talavera de la Reina para que se conviertan, en los próximos tres años, en las dos primeras ciudades 5G y en referente tecnológico en movilidad.

### **Reducción de la huella de carbono, renovables y servicios EcoSmart**

Telefónica tiene el compromiso de ayudar a la consecución de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, con especial atención al Objetivo 9, el referido a Industria, Innovación e Infraestructura, al que más valor puede aportar la compañía por las características de su negocio.

Entre los objetivos conseguidos en 2017, destaca el haber adelantado el cumplimiento del objetivo de eficiencia energética, con 52% MWh/tráfico respecto a 2015. El 46,8% de la electricidad proviene de fuentes renovables, la reducción de las emisiones se ha reducido en un 28% respecto a 2015, mientras que se ha digitalizado la gestión de los residuos en 6 países donde opera.

Mediante la descarbonización de la actividad de Telefónica, con una apuesta por la disociación entre crecimiento de negocio y emisiones de gases de efecto invernadero, la idea es ayudar a limitar el calentamiento global por debajo de los 2º C. La huella de carbono generado por la compañía proviene de la Red, por el consumo energético que se necesita para proveer los servicios. Con el plan de la compañía, el objetivo es reducir un 30% la emisión de gases de efecto invernadero en 2020 y el 50% en 2030. Además, el compromiso de Telefónica es que el consumo eléctrico será 100% renovable en 2030.

Además, los servicios digitales ya están contribuyendo a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en otros sectores industriales y ciudades. En 2017 se evitó el 69% de lo emitido - 939 ktCO<sub>2</sub>- gracias a servicios como la movilidad inteligente, por ejemplo. Es el equivalente a las emisiones producidas por un coche que viajara ida y vuelta de la Tierra al Sol 17 veces.

Entre las cifras de impacto positivo neto en el medio ambiente a lo largo de 2017, destaca una posición de vanguardia en economía circular: el reciclaje llega al 98% en las baterías, el 97% en residuos y al 99% en papel.

### **Apuesta por la diversidad, el talento y el empleo de calidad**

Telefónica cerró 2017 con una plantilla de 122.718 profesionales, el 98% de ellos fijos. La edad media de los empleados es de 39,7 años, y representan 91 nacionalidades diferentes. El 32%

trabaja en países de América Latina, el 28,5% en Brasil, un 26% en España, y el resto se reparten en el resto de países, como Alemania y Reino Unido. La presencia de mujeres ha aumentado hasta representar actualmente el 37,7%.

La huella de Telefónica en el empleo en el conjunto de los países donde opera se acerca al millón de personas, concretamente 950.678, lo que incluye empleos directos, indirectos e inducidos, ya que, por cada persona contratada en plantilla, se generan adicionalmente 7,8 empleos.

Telefónica también promueve la incorporación de talento joven a la Compañía. Así, en los últimos cuatro años, el 71% de los nuevos empleados en Telefónica España son menores de 34 años. En los dos últimos años han incorporado casi 15.000 jóvenes a la plantilla a nivel global y el compromiso es incorporar a 25.000 más en los próximos tres años.

La diversidad es uno de los grandes ejes estratégicos para Telefónica. "Nuestros clientes son diversos y la compañía ha de serlo para dar respuesta a lo que nos piden. La diversidad es riqueza, es crecimiento a largo plazo. Nuestro compromiso en este sentido es absoluto", afirmó Laura Abasolo, presidenta del Comité de Diversidad del Grupo.

En el máximo órgano ejecutivo de la Compañía hay un 17,6% de mujeres y están representadas seis nacionalidades distintas. El objetivo es alcanzar un 30% de mujeres directivas en 2020. El 75% de los presidentes y CEOs de los países son locales.

En 2017 se nombró un "Chief Diversity Officer" para garantizar la diversidad como una palanca de crecimiento futuro, y en España Telefónica ha diseñado el Plan de Impulso a la Diversidad con el fin de fomentar la cultura de equidad, pluralidad e inclusión, potenciar la gestión del talento y desarrollar un estilo de liderazgo inclusivo.

Telefónica es una de las cinco telcos del mundo incluidas en el Índice Bloomberg de Igualdad de Género.

Para acceder al Informe Integrado 2017, verificado por PwC y AENOR, pulsa aquí:

<https://www.telefonica.com/documents/153952/13347843/Informe-Integrado-2017.pdf/c2e7a9b1-3976-9660-f84b-fd0747ef7f0b>