

Informe anual de Responsabilidad Corporativa

2005

Telefónica

Telefónica S.A.



Informe anual de Responsabilidad Corporativa

2005

Índice

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2005

Telefónica

Carta del Presidente	4
Telefónica, motor de progreso para todos	6
00 Así es Telefónica 2006	8
Líder mundial de telecomunicaciones	10
La estrategia de Telefónica...	11
Presencia Internacional	12
Perfil organizativo	14
Motor de progreso	15
Datos relevantes 2005	16
01 Gobierno Corporativo	20
Propiedad	22
El Gobierno Corporativo en el Grupo Telefónica	23
Transparencia de la información a los accionistas	28
Sistemas de control de riesgos	29
02 Identidad	32
Responsabilidad Corporativa	34
Hitos y retos en responsabilidad corporativa	48
Valores	50
Código ético	52
Reputación Corporativa	56
Marca	58
Patrocinios	62

Para todos

04 Clientes	104
Relación con el cliente	106
Ciclo de la relación con los clientes	106
Estudios de satisfacción	108
Diálogo con Asociaciones de Consumidores	110
Procesos críticos para los clientes	112
Comercialización	112
Provisión del servicio	118
Funcionamiento	120
Facturación	124
Atención al cliente	126
Servicio Técnico	130
Excelencia en el servicio	132
Iniciativas de mejora en el servicio	132
Certificados de calidad	134
Responsabilidad en el servicio ofrecido	136
Secreto de las telecomunicaciones	136
Protección ante abusos de internet	136
Protección de datos y privacidad	142
Protección de la infancia	145
Robo de terminales	148
Uso responsable de las telecomunicaciones	149
Mercados en los que opera Telefónica	150
Situación competitiva y evolución de los mercados	150
Situación regulatoria y libre competencia	154
05 Accionistas	168
Rentabilidad	170
Transparencia	172
Junta General de Accionistas	174

Motor de progreso

03 Motor de progreso	66
Motor de progreso económico	68
Impacto de la actividad de Telefónica	68
Redistribución de rentas	72
Evolución de las tarifas	74
Impacto en la productividad	76
Motor de progreso tecnológico	78
Sociedad de la información	78
Innovación	82
Telefónica Investigación y Desarrollo	90
Colaboración con la Universidad	92
Sistemas de información	96
Informe "Sociedad de la Información"	97
Colaboración institucional	98
Motor de desarrollo social	100

06	Empleados	178	08	Medio Ambiente	252
	Los empleados de Telefónica	180		Compromiso medioambiental	254
	Descripción de plantilla	180		Gestión medioambiental	256
	Generación de empleo	182		Control y seguimiento de los aspectos ambientales	260
	Clima laboral	184		Emisiones electromagnéticas	261
	Comunicación interna	186		Impacto de las instalaciones	265
	Involucración de los empleados en la estrategia	187		Control y gestión de residuos	268
	Políticas de compensación	188		Consumo energético	271
	Compensación	188		Emisiones a la atmósfera	277
	Planes de salud	190		Consumo de papel	280
	Planes de pensiones	191		Consumo de agua	284
	Otros beneficios	192		Consumo de postes	285
	Desarrollo profesional	194		Impacto ambiental de los servicios de Telefónica	286
	Formación	194			
	Teleformación	196	09	Proveedores	292
	Gestión por competencias	197		Volumen de compras	294
	Carrera profesional	198		Modelo de compras	296
	Profesionales y personas	200		Satisfacción del proveedor	298
	Derechos humanos	200		Fomento de estándares éticos	300
	Libertad de asociación y negociación colectiva	202	10	Medios	304
	Conciliación vida profesional y personal	206		Información y Transparencia	306
	Abolición del trabajo infantil	208		Inversión publicitaria	307
	Igualdad de oportunidades	209	11	Anexo 1	310
	Seguridad y salud	211		Acerca del informe	
	Demandas laborales	219		Diálogo con grupos de interés	312
	Empleados solidarios	220		Principios de reporte	316
	Voluntariado Telefónica	220		Perímetro de consolidación de información incluida	320
	ATAM	221		Proceso de consolidación de la información	322
	Distrito C	222		Global Compact de Naciones Unidas	324
				Verificación independiente	
07	Sociedad	226	12	Anexo 2	310
	Compromiso con los países	228		Informe de verificación independiente	312
	Inclusión digital	230			
	Servicio Universal	231			
	Brecha geográfica	232			
	Brecha económica	234			
	Inclusión por capacitación	236			
	Acción Social y cultural	238			
	EducaRed	240			
	Proniño	242			
	Cooperación	244			
	Arte y cultura	245			
	Telefónica Accesible	246			

Telefónica, motor de progreso para todos



Progreso económico

Satisfacción del cliente

84% fija España
73% fija Argentina
55% fija Brasil
66% fija Chile
63% fija Perú
>70% móvil Latam

Evolución de tarifas

Disminución 12% en telefonía móvil en España 2005
Disminución 5,1% anual en telefonía fija de España (desde 1998)

Incrementos productividad

Inversión

>1,5 millones de accionistas

Rentabilidad

+76% de rentabilidad acumulada 2003-2005
0,5 € de dividendo por acción

Resultados 2005

+40% resultados
+24% ingresos
+17 generación libre caja

Empleo

207.000 empleados
60.405 España
14.326 Europa
131.968 Latam

Compensación

5.045 millones de euros
147.000 empleados con remuneración variable

Planes de Pensiones

94 millones de € aportados por Telefónica a los planes privados
>12% rentabilidad (fonditel)

Progreso tecnológico

Innovación

2900 millones € en innovación en 2005
533 millones € en I+D
>130 nuevos productos

Funcionamiento

2,18% averías en España
4,17% averías en Latam
95% efectividad mínima redes GSM CDMA

Hogar digital

150 ciudades con cobertura de televisión digital en España a diciembre 2005 (3 en dic 2004)

Web accionistas e inversores

1.182.000 visitas
963.000 descargas

Teléfono atención al accionista

> 88.000 consultas

Formación

9,3 millones de horas
48 horas de formación por empleado
20% de formación online
> 43.000 planes de formación

Teletrabajo

> 1000 teletrabajadores

Carrera profesional

350 vacantes publicadas

Competencias

> 78.000 empleos evaluados

Progreso social

Inclusión digital

5,5 millones líneas económicas en América Latina
>300.000 abonos sociales en España

Telefónica Accesible

>30 servicios para personas con discapacidad

Responsabilidad en el servicio

Inversión responsable

48,1 millones de euros invertidos por Fonditel en fondos responsables (1,01% del total)



Prácticas laborales

142.000 empleados en convenios colectivos

Auditoría laboral

26 empresas auditadas 2004
4 empresas auditadas 2005

Integración

1079 empleados con discapacidad
49,3% mujeres
21,8% mujeres directivas

Contratación

85,4% plantilla con contrato fijo o indefinido

Sociedad

Contribución y proximidad

Impacto económico

(% ingresos TEF sobre el PIB)
 2,2% España
 1,3% Argentina
 1,1% Brasil
 1,8% Chile
 2,1% Perú
 1,6% Venezuela

Administraciones Públicas

8,511 millones € pagados en 2005

Proveedores

Igualdad de oportunidades y beneficio mutuo

Volumen de compras

>13.000 millones €
 >18.000 proveedores adjudicatarios
 > 42.000 proveedores en catálogo

Proveedores locales

90% proveedores adjudicatarios
 85% volumen adjudicado

Satisfacción proveedor

67,5% de satisfacción global

Medio Ambiente

Respeto y protección

Inversiones

Distrito C: mayor parque productor de energía solar de Europa sobre techo (21,5 millones €) (16.600 paneles solares)

Apoyo a organizaciones ambientales

10 ONGs reciben apoyo de Telefónica

Medios

Información y transparencia

Inversión publicitaria

47% televisión
 19% prensa
 18% exteriores
 10% radio

Inclusión digital Cobertura ADSL

97,3% España,
 89,5% Argentina, 96,8% Brasil,
 96,5% Chile, 97,0% Perú

Cobertura móvil

99% España,
 92% Argentina, 95% Chile
 76% Ecuador, 69% México
 62% Perú, 93% Venezuela

Servicios públicos

≈ 700.000 cabinas

Compra online

>8.000 millones € adjudicados
 > 20.000 procesos de compra online

Subastas online

685 millones € adjudicados
 948 procesos de compra

Innovación conjunta

5.000 personas colaboran con Telefónica

Impacto ambiental de TIC

12 estudios en 2005

Formación interna

3.348 empleados formados en 2005

Desarrollo infraestructuras

Acuerdo con la Federación de Municipios para desarrollo de la Sociedad de la Información

Sala de prensa online

176.000 sesiones en 2005 (82.000 en 2004)

Información sobre productos

42% notas de prensa sobre productos

Acción social

>54 millones de € invertidos

Fundación Telefónica

763 proyectos
 31.000 entidades participantes
 41 millones de participantes

Capacitación en Internet

>5.000 escuelas conectadas en Chile

Telefónica accesible

Manual de comunicación accesible, en colaboración

Estándares éticos en cadena de suministro

90% de los proveedores los apoyan (encuesta)

Cumplimiento plazos de pago

98% facturas
 96% importe (datos para España)

Gestión medioambiental global

13 países comparten la norma de requisitos mínimos ambientales

Formación a la sociedad

Formación social sobre emisiones electromagnéticas

Transparencia

Telefónica, empresa con mejor información en acción social*

1º TEF: 746 puntos
 2º clasificado: 496 puntos
 3º clasificado: 465 puntos

* Fundación Empresa y Sociedad

00 Así es
Telefónica 2006

Telefónica es un líder mundial en el sector de las telecomunicaciones, con más de 154 millones de accesos y presencia en 19 países

Índice

Carta del Presidente	4
Telefónica, motor de progreso para todos	6

00 Así es Telefónica 2005	8
Líder mundial de telecomunicaciones	10
La estrategia de Telefónica...	11
Presencia Internacional	12
Perfil organizativo	14
Motor de progreso	15
Datos relevantes 2005	16

01 Gobierno Corporativo	20
02 Identidad	32
03 Motor de progreso	66
04 Clientes	104
05 Accionistas	168
06 Empleados	178
07 Sociedad	226
08 Medio Ambiente	252
09 Proveedores	292
10 Medios	304
11 ANEXO I	310



Líder mundial en el sector de las telecomunicaciones

Acelerar para ser más líderes

Presencia internacional

Perfil organizativo

Motor de progreso

Datos relevantes 2005

Telefónica es el líder mundial en el sector de las telecomunicaciones

Cerca de 154 millones de accesos

4ª compañía mundial por número de clientes

Cerca de 2.900 millones de euros invertidos en innovación tecnológica

Más de 207.000 empleados

Incluida en el Dow Jones Global 50 Titans

Accesos

A cierre de 2005, El Grupo Telefónica cuenta con 153,5 millones de accesos totales. Incluyendo los clientes de O2, cuya adquisición se ha materializado en 2006, la base de clientes del Grupo Telefónica ascendería a 180,9 millones.

La base de clientes de telefonía móvil se incrementó hasta los 99,1 millones y la telefonía fija alcanzó la cifra de 40,9 millones de clientes.

Incluyendo los clientes de O2, Telefónica era la cuarta compañía mundial por número de clientes tras el ejercicio 2005.

Inversión

En los últimos dos años, Telefónica ha ampliado considerablemente su dimensión con la adquisición de los activos en América Latina de BellSouth en 2004, la adquisición de Cesky Telecom y la compra del 5% del capital social de China Netcom en 2005 y la adquisición de los activos europeos de la operadora O2 en 2006.

Telefónica posee operaciones relevantes en 19 países, siendo el primer inversor privado en América Latina.

Durante el año 2005, Telefónica dedicó cerca de 2.900 millones de euros a actividades de innovación tecnológica.

Resultados

Los ingresos del Grupo Telefónica se incrementaron un 25,1% respecto a 2004, alcanzando la cifra de 37.882,1 millones de euros.

El OIBDA del Grupo Telefónica alcanzó la cifra de 15.276,4 millones de euros, con un incremento del 25,0% respecto a 2004.

El resultado neto del Grupo Telefónica alcanzó la cifra de 4.445,8 millones de euros, con un incremento del 40,0% respecto a 2004, gracias a la buena evolución del conjunto de las operaciones y a la positiva contribución de las adquisiciones realizadas.

Empleados

La plantilla física de Telefónica como Grupo consolidado asciende a más de 207.000 empleados, de los cuales el 37% se encuentra en Europa y el 63% en América Latina.

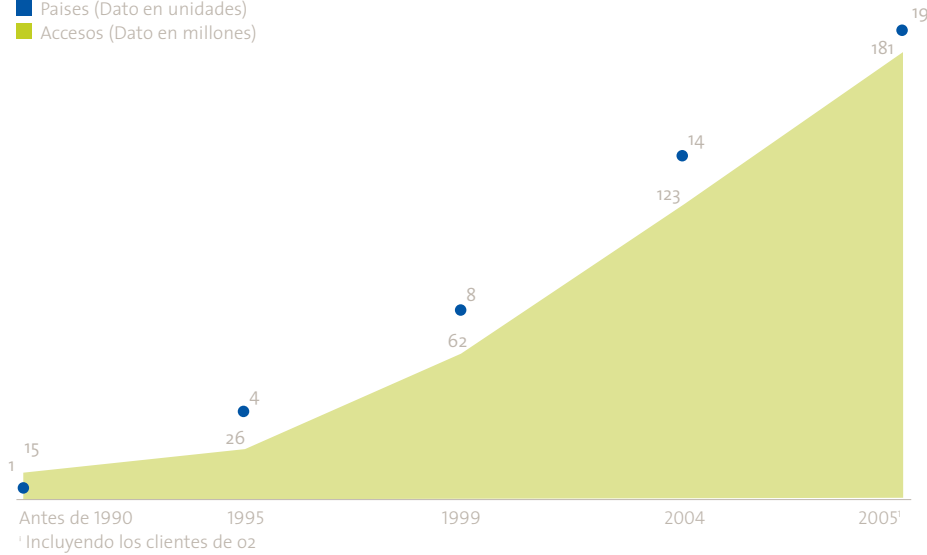
Accionistas

Telefónica es una compañía enteramente privada, con más de 1,5 millones de accionistas directos y que cotiza en las principales bolsas nacionales y extranjeras.

Incluida en el índice Dow Jones Global 50 Titans, que incluye a las 50 compañías más importantes del mundo.

Transformación del Grupo Telefónica

■ Países (Dato en unidades)
■ Accesos (Dato en millones)



La estrategia de Telefónica es “Acelerar para ser más líderes”

La aspiración de convertirse en la mejor combinación en el sector de telecomunicaciones en términos de crecimiento y rentabilidad se asienta sobre un programa de transformación, que bajo el lema “Acelerar para ser más líderes” desarrolla cinco ejes de trabajo: orientación al cliente, innovación, excelencia operativa, compromiso y liderazgo de personas y una identidad de grupo común.

En el año 2005, Telefónica ha seguido avanzando en este programa de transformación orientado a construir un Grupo integrado que satisfaga las necesidades globales de comunicación de sus clientes, que extienda la innovación desde el terreno tecnológico a los diferentes procesos de la cadena de valor, que posea los mejores niveles sectoriales de satisfacción del cliente, que destaque por el orgullo de pertenencia de sus empleados. En definitiva una única empresa, con unos valores y unas señas de identidad compartidos por todas las empresas que forman parte del Grupo Telefónica.

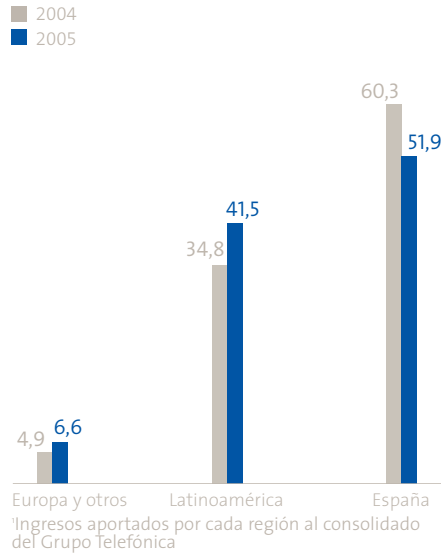
Telefónica ha experimentado durante estos últimos 20 años un profundo proceso de transformación, que le ha permitido adquirir una nueva dimensión y reforzar el posicionamiento competitivo a través de la escala de la compañía:

- De operar sólo en España, a ofrecer sus servicios en diecinueve países, lo que representa un mercado potencial de 670 millones de personas.
- De ofrecer servicios básicos de comunicación, a ofrecer una amplia gama de soluciones de comunicación diseñadas para cada cliente.
- Telefónica ha incrementado siete veces el valor de sus activos, ha multiplicado por veintiuno los ingresos generados y ha aumentado su capitalización bursátil en treinta y nueve veces.
- Telefónica ha incrementado tres veces el número de empleados y veinte veces su número de clientes.



Distribución geográfica de ingresos¹

Datos en porcentajes



Presencia Internacional

Crecimiento de Telefónica
2003 - 2005:

Accesos **X2**

Países **+10**

Empleados **x1,5**

Presencia global, foco local

Telefónica opera en numerosos países, cada uno de ellos con desafíos y oportunidades muy diferentes. El valor del negocio no se centra únicamente en una dinámica de entrada en nuevos mercados, sino en la gestión del día a día de las compañías, pensando de forma global pero manteniendo el foco local de nuestras operaciones.

Telefónica sólo se convertirá en una compañía verdaderamente global, si actúa y gestiona como una compañía local. Para ello, el foco común del Grupo Telefónica está en el cliente; y esta importancia es lo que diferencia a Telefónica de otros operadores.

Dimensión y escala

El año 2005 ha supuesto un importante salto en cuanto a la dimensión y escala del Grupo Telefónica. La integración de las operaciones de BellSouth y Cesky Telecom, unido a la compra de O2, han acelerado su perfil de crecimiento, ampliando su factor diferencial respecto de sus homólogos europeos.

Estas operaciones vienen a poner de manifiesto, que la obtención de sinergias para el Grupo sigue siendo uno de los objetivos estratégicos de Telefónica. En concreto, y como resultado de la integración de las operadoras de móviles de BellSouth en Latinoamérica, el Grupo Telefónica ha obtenido ya más del 50% de sus propias previsiones de sinergias.

En el caso de la integración de O2 en el Grupo Telefónica, las previsiones apuntan a que las sinergias producidas alcancen en el primer año los 3.300 millones de euros.

A partir de abril de 2006 Telefónica se ha convertido en socio estratégico de la operadora estatal Colombia Telecom. Telefónica posee un 5% del capital social de la compañía China Netcom, lo que le ha permitido iniciar un marco de cooperación estratégico en áreas como adquisición conjunta de tecnología e infraestructura, transferencias de tecnología y otras áreas relacionadas con la gestión.

Operador integrado: diversificación de negocio

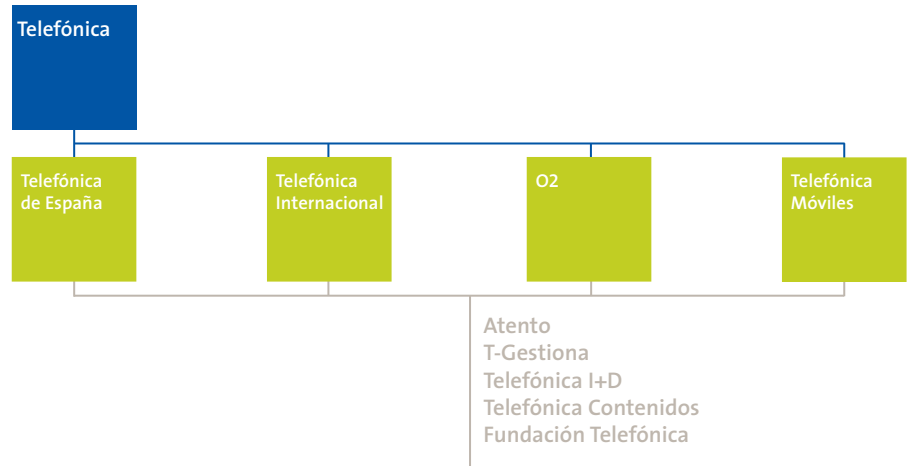
Los resultados económico-financieros de 2005 se han visto fortalecidos por la diversificación que supone ser un operador integrado. En este contexto, el negocio móvil se configura como el principal contribuidor a los ingresos del Grupo (+38,1% anual) mientras que el negocio de telefonía fija lo hace en rentabilidad, al crecer en España un 19,9% y en Latinoamérica un 14,6% respecto a 2004.

Por zonas geográficas, España representa el 51,9% de los ingresos consolidados del Grupo mientras que Latinoamérica representa el 41,5%. La incorporación de Cesky Telecom, desde julio de 2005, aporta mayor diversificación geográfica, al originarse en la República Checa un 2,7% de los ingresos consolidados.

Telefónica: Tamaño de mercado (2005)

Datos en miles





Perfil organizativo

A lo largo de los últimos años, Telefónica ha concentrado su negocio de telecomunicaciones, reforzando su presencia en los mercados de telefonía fija y telefonía móvil y orientando su modelo de negocio a satisfacer las necesidades de comunicación de todos sus clientes.

Telefónica de España

Su principal actividad es la explotación de servicios de telefonía fija y banda ancha en España. Telefónica Empresas, Telefónica Soluciones y Terra en España están también integradas dentro de esta unidad de negocio, ofreciendo servicios de valor añadido para sus clientes.

Telefónica Internacional

Las inversiones de Telefónica en el sector de la telefonía fija en Latinoamérica se gestionan a través de Telefónica Internacional (también conocida como Telefónica Latinoamérica). Su actividad se desarrolla principalmente en Argentina (TASA), Brasil (Telesp), Chile (CTC) y Perú (TdP). Telefónica Empresas América, Terra Latinoamérica y Telefónica Internacional Wholesale Services están también integradas en esta unidad de negocio.

Telefónica Móviles

Telefónica Móviles es la compañía líder de telefonía móvil en los mercados de habla hispano portuguesa. Telefónica Móviles ofrecía servicio en diciembre de 2005 a más de 94 millones de clientes, alcanzando presencia en todos los mercados clave de Latinoamérica y una posición de liderazgo en la región.

O2

A inicios de 2006, Telefónica completó una oferta de adquisición sobre la operadora O2, que cuenta con operaciones significativas en Alemania, Irlanda y Reino Unido. Con motivo de la reorganización efectuada por Telefónica a Diciembre de 2005, Cesky Telecom y Telefónica Deutschland están también integradas dentro de esta unidad de negocio.

Atento

Presta servicios de atención al cliente a través de contact centers o plataformas multicanal.

Telefónica I+D

Se orienta a la creación de servicios, la gestión de las redes, los servicios y los negocios con especial atención a la innovación tecnológica de carácter estratégico o inexistente en el mercado.

T-Gestiona

Es el soporte administrativo del Grupo encargado de la gestión de actividades no estratégicas, comunes para las distintas empresas.

Fundación Telefónica

Canaliza todas las actividades sociales y culturales sin ánimo de lucro.

El Centro Corporativo

Es responsable de la estrategia global y de las políticas corporativas, la gestión de las actividades comunes y la coordinación de la actividad de las unidades de negocio.

Motor de progreso

Telefónica es un importante actor del desarrollo económico, social y tecnológico en los países donde está presente.

Motor de desarrollo económico

Telefónica distribuyó en 2005 más de 51.000 Millones de euros entre todos sus grupos de interés, de los cuales más de 4.000 millones de euros se destinaron a compensaciones a empleados; cerca de 5.000 millones de euros a accionistas y más de 19.000 millones de euros a proveedores. Es importante señalar el papel recaudador de Telefónica que, a través de tasas, licencias, impuestos al consumo e impuestos indirectos, ha canalizado más de 8.500 millones de euros a las Administraciones Públicas.

Los ingresos de Telefónica suponen de media el 1,7% del Producto Interior Bruto de las economías de los principales países donde está presente.

Más de 18.000 proveedores colaboran con Telefónica en el mundo, con un alto porcentaje de adjudicaciones a proveedores ubicados en el propio país, cuya media fue del 85% en 2005.

Motor de desarrollo tecnológico

Durante el año 2005, Telefónica dedicó cerca de 2.900 millones de euros a actividades de innovación tecnológica.

Telefónica incrementó aun más su I+D en 2005, alcanzando una cifra total de 530 millones de euros, lo que representa el 1,4% del total de los ingresos del Grupo Telefónica.

Motor de desarrollo social

Telefónica quiere ser percibida como una empresa responsable y comprometida con sus grupos de interés.

Telefónica está cada vez más orientada a las necesidades de sus clientes con un servicio excelente en calidad y servicio. En España durante 2005 Telefónica ha alcanzado un nivel de satisfacción de sus clientes del 83%.

Durante el año 2005, Fundación Telefónica realizó una revisión estratégica de todos sus proyectos, centrando sus esfuerzos en dos grandes áreas de actividad: Educación (Educared) e integración de la infancia en la sociedad (Proniño). Cabe destacar el compromiso de los empleados con el voluntariado o su compromiso con las personas con discapacidad a través de ATAM.

La inclusión digital de personas con bajos recursos económicos (más de 5 millones de líneas prepago y control en América Latina) o personas con discapacidad (a través del proyecto Telefónica Accesible) son iniciativas que demuestran el compromiso de Telefónica con la inclusión social.

Implantación del Código Ético en el Grupo Telefónica.

Publicación de los informes anuales sobre Responsabilidad Corporativa en Argentina, Brasil, Chile y Perú.

Presencia de Telefónica en los principales índices de sostenibilidad DJSI y FTSE4good, entre otros.

51.000 millones de euros redistribuidos entre los grupos de interés

Ingresos / PIB = 1,7% para los principales países

Más de 18.000 proveedores

533 millones de euros en I+D

83% de satisfacción de clientes en España

5,5 millones de accesos para rentas bajas en América Latina

Más de 54 millones de euros en acción social y cultural



Datos relevantes 2005

Crecimiento Rentable*

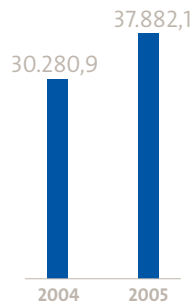
+40%

Resultados

4445,8 Millones de euros

Ingresos

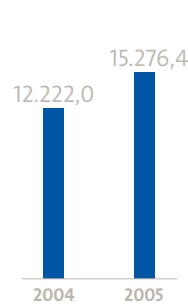
Millones de euros



+25,1%

OIBDA

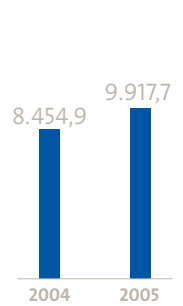
Millones de euros



+25,0%

Generación Libre de Caja

Millones de euros



+17,3%

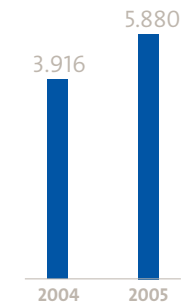
Clientes

154 millones de accesos (sin O2)

+24%

Líneas ADSL

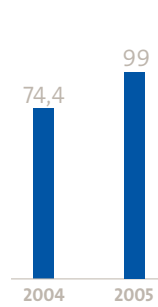
Miles de clientes



+50,2%

Móviles

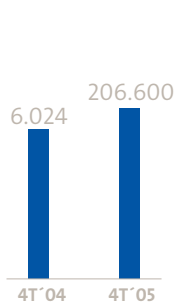
Millones de clientes



+33,2%

Imagenio

Clientes

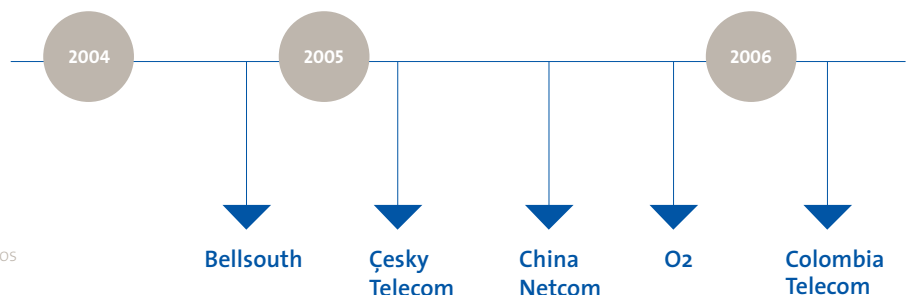


+200,6%

Crecimiento

5 operaciones corporativas en 2 años

Crecimiento por adquisición 2004-2005



*Para un análisis pormenorizado de los estados financieros consolidados del Grupo Telefónica, la información auditada está incluida en las cuentas anuales

Motor de Progreso

Económico

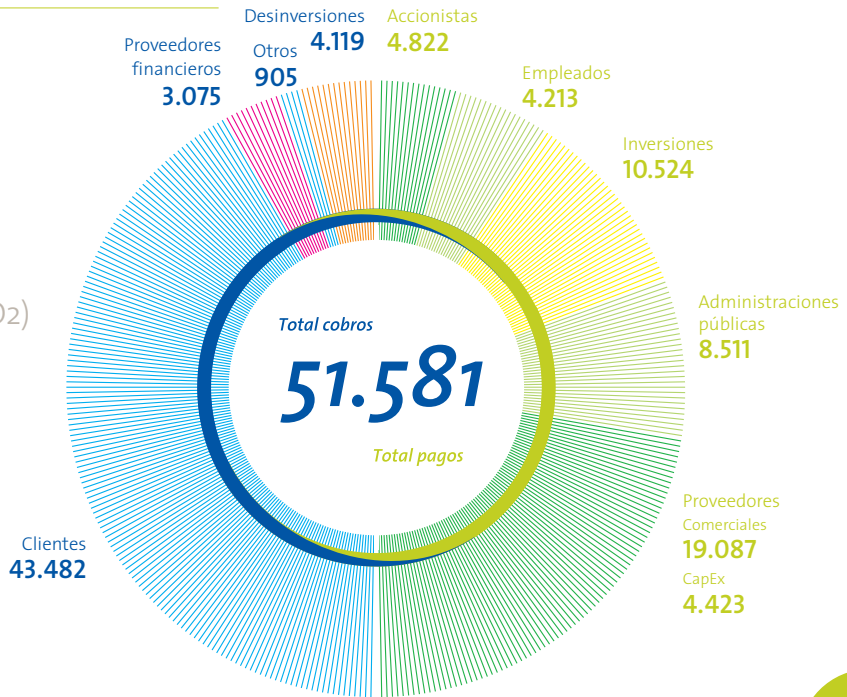
18.000 proveedores

1,7% Contribución de ingresos del PIB nacional

154 Millones de accesos (sin O2)

1,5 Millones accionistas

207.000 Empleados



Tecnológico

2.900 millones de euros de innovación

+21%

Innovación

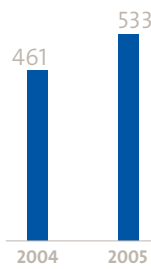
Millones de euros



+20,9%

I+D

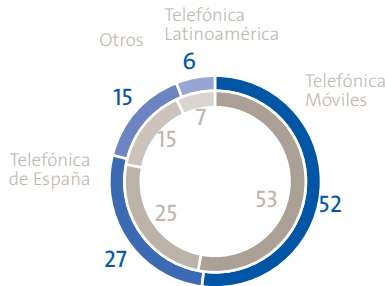
Millones de euros



+16,6%

¿Quién innova?

Datos en porcentaje



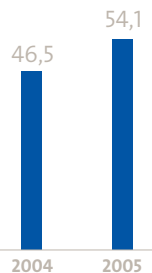
Social

54 millones de euros en acción social

+16%

Acción social

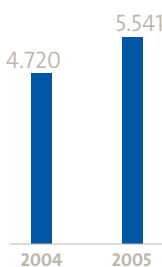
Millones de euros



+16,6%

Inclusión digital

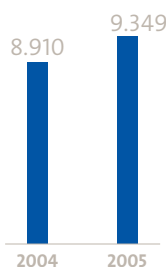
Millones de líneas de rentas bajas LATAM



+17,4%

Formación a empleados

Miles de horas



+5%

Créditos del informe

Departamentos que han colaborado en la elaboración del informe

Capítulo	Áreas implicadas
01 Gobierno Corporativo	Secretaría General/ Auditoría interna
02 Identidad	Comunicación (Marca, Reputación y RSC) / Secretaría general / Recursos Humanos / Patrocinios / Auditoría interna
03 Motor de progreso	Finanzas (Consolidación, Control de Gestión), Fiscal, Regulación, Innovación, Telefónica I+D, Relaciones Institucionales, Sistemas de Información, Relaciones con inversores.
04 Clientes	Desarrollo Comercial Corporativo / Áreas de calidad, marketing y atención al cliente de las principales líneas de negocio (Telefónica de España, Telefónica Móviles, Telefónica Latinoamérica) / Asesoría Jurídica / Comunicación / Seguridad
05 Accionistas	Oficina del Accionista / Relaciones con Inversores / Secretaría General
06 Empleados	Recursos Humanos Corporativos / Recursos Humanos de las principales líneas de negocio (Telefónica de España, Telefónica Móviles, Telefónica Latinoamérica, TPI, Terra, Atento, T-Gestiona) / Comunicación / Seguridad / Fundación Telefónica / ATAM / Fonditel
07 Sociedad	Principales líneas de negocio (Telefónica de España, Telefónica Latinoamérica, Telefónica Móviles) / Relaciones Institucionales / Control de gestión /Regulación / Reputación y Responsabilidad Social Corporativa / Fundación Telefónica / ATAM / Patrocinios
08 Medio Ambiente	Auditoría Interna / Reputación y Responsabilidad Social Corporativa / Áreas de Medio Ambiente de las principales líneas de negocio (Telefónica de España, Telefónica Móviles, Telefónica Latinoamérica)
09 Proveedores	Compras / Auditoría Interna / Reputación y Responsabilidad Corporativa
10 Medios	Comunicación
Anexo 1: Acerca del Informe	Reputación y Responsabilidad Corporativa
Anexo 2: Informe de Verificación	Ernst & Young. Informe
Coordinación	Reputación, Marca y Responsabilidad Social Corporativa (D.G. Comunicación)

