

Sociedad contribución y proximidad

Índice

| | |
|--|-----|
| Carta del Presidente | 4 |
| Telefónica, motor de progreso para todos | 6 |
| 00 Así es Telefónica 2005 | 8 |
| 01 Gobierno Corporativo | 20 |
| 02 Identidad | 32 |
| 03 Motor de progreso | 66 |
| 04 Clientes | 104 |
| 05 Accionistas | 168 |
| 06 Empleados | 178 |
| <hr/> | |
| 07 Sociedad | 226 |
| Compromiso con los países | 228 |
| 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 |
| <hr/> | |
| 08 Medio Ambiente | 252 |
| 09 Proveedores | 292 |
| 10 Medios | 304 |
| 11 ANEXO I | 310 |



Compromiso con los países

En el capítulo 03 de este mismo informe se ha presentado el papel de Telefónica como motor de desarrollo económico, tecnológico y social de los países en los que desarrolla sus operaciones. Sin ánimo de repetir la información que se presenta en dicho capítulo, Telefónica presenta su compromiso explícito con las diferentes regiones y países en los que desarrolla sus actividades.

España

En España, Telefónica colabora con el Gobierno Nacional y con los diferentes Gobiernos Autonómicos en el desarrollo de sus respectivos planes de Sociedad de la Información, destacándose las iniciativas que realiza en el marco del Plan Avanza. Adicionalmente, y con el objetivo de responder de manera más cercana a las demandas planteadas por las diferentes comunidades autónomas, Telefónica constituyó los Consejos Consultivos de Telefónica.

Si existe un servicio representativo del compromiso de Telefónica con la inversión en todo el territorio español en 2005, ese servicio es Imagenio (televisión sobre ADSL). Mientras que a finales de 2004, el servicio sólo estaba disponible comercialmente en Alicante, Barcelona y Madrid, desde el mes de julio de 2005 está disponible en todas las capitales de provincia y más de 150 ciudades españolas. El objetivo establecido a largo plazo por Telefónica es que el 60% de los hogares tenga banda ancha de hasta 50 megas en 2010.

Latinoamérica

En diferentes países de Latinoamérica, Telefónica también ha dado muestras de su compromiso con sus inversiones a largo plazo, y con su voluntad de convertirse en aliado estratégico para el desarrollo socioeconómico de los mismos:

- En Argentina, Telefónica celebró sus 15 años de presencia en Argentina a través de una campaña institucional y la organización de eventos y reuniones para agradecer su colaboración a todos los que han hecho posible alcanzar esta cifra. Complementariamente, en 2005, Telefónica celebró la llegada a Tierra de Fuego de la fibra óptica, consiguiendo conectar al futuro a una de las regiones más alejadas del planeta.
- En Brasil, Telefónica lideró el establecimiento de la “Alianza Brasil-España”, creada para impulsar las relaciones culturales, económicas y sociales entre ambos países.
- En Chile, la celebración de los 15 años de Telefónica en el país coincidió con el 125 aniversario de la empresa Telefónica CTC.
- En Perú, Telefónica participa activamente en el programa “Crece Perú”, busca la profesionalización y desarrollo de un potente entramado empresarial en el país como pieza clave de su desarrollo sostenible. Complementariamente, y dado el elevado número de peruanos que residen en España, movistar fue el patrocinador del Día de Perú en Madrid.
- En México el compromiso inversor de Telefónica Móviles se materializó en ampliación de la cobertura ofrecida, a través de la puesta en servicio de casi 1.200 estaciones base durante el ejercicio 2005.

- En Colombia, el Presidente de Telefónica trasladó al Presidente de la República la importancia estratégica del país para el Grupo Telefónica. Este mensaje se concretó en el compromiso de inversiones superiores a los 300 millones de dólares durante 2005 y en la adquisición (ya en 2006) de Colombia Telecom, operador estatal hasta este momento.

Europa

En Europa, es importante destacar la operación de compra de Ćesky Telecom por parte de Telefónica, que contó con la recomendación unánime de la Comisión de Privatizaciones de la República Checa. La firma del contrato contó con la presencia del Primer Ministro checo.

Adicionalmente, la adquisición de O2 por parte de Telefónica, le ayuda a equilibrar su perfil como empresa europea y latinoamericana. Sus más de 26 millones de clientes en el Reino Unido, Irlanda y Alemania, junto al dinamismo mostrado por O2 en mercados comerciales tan competitivos; garantizan el compromiso de Telefónica con el desarrollo de la sociedad de la información en dichos mercados.

China

Finalmente, en el marco de la alianza estratégica de Telefónica con China Netcom, es importante destacar la visita del Presidente de la República China al Centro Nacional de Supervisión y Operación de Telefónica de España. En la misma se presentaron los procedimientos y herramientas para el control de las redes y se realizó una demostración práctica del funcionamiento de las redes de comunicación entre España y China.

CASO PRÁCTICO

Telefónica preside la “Alianza Brasil-España”

Telefónica, el mayor inversor español en Brasil, ha solicitado a más de 30 personalidades de diferentes ámbitos (cultura, empresa, educación, economía, relaciones internacionales, medios de comunicación y turismo) de los dos países su participación en este proyecto, cuyo objetivo es la elaboración de un informe con propuestas operativas sobre las potencialidades existentes en las relaciones hispano-brasileñas. El objetivo de Telefónica es contribuir a tender puentes entre los dos países.

Durante los últimos años, las relaciones entre Brasil y España han entrado en una nueva fase, adquiriendo mayor dimensión e intensidad.

Esto obedece, fundamentalmente, a la existencia de intereses comunes en el escenario de las relaciones internacionales y a la confianza mutua. Todo ello se ha traducido en un elevado nivel de inversiones de empresas españolas en Brasil y en un enorme potencial de comercio bilateral.

Un claro exponente de esa confianza mutua es la apuesta realizada por las empresas españolas que, en los últimos 15 años, han invertido en torno a 30.000 millones de dólares en Brasil. De esa forma, la inversión extranjera procedente de España es la segunda en volumen, después de la norteamericana.



CASO PRÁCTICO

Llaqt@red

Telefónica del Perú ha puesto en marcha el proyecto Llaqt@red, para integrar a las zonas rurales del país y ofrecerles acceso a información, satisfaciendo las necesidades y expectativas de sus ciudadanos. La primera etapa del plan integró 17 poblaciones, proporcionando acceso a Internet de forma permanente, con tarifa plana.

Llaqt@red se establece a través de alianzas de Telefónica con emprendedores locales, que pueden invertir en la instalación de un telecentro como una profesión y como una herramienta al servicio de la sociedad.

Este proyecto obtuvo un reconocimiento a la Creatividad Empresarial en Perú durante 2004, en la categoría de Servicios Públicos y forma parte de los casos prácticos de la alianza "Connect the world"

Más información:

<http://www.telefonica.com.pe/llaqtared>

Inclusión digital

El concepto brecha digital se define como las diferencias existentes en el acceso a las nuevas tecnologías. Sin embargo la tecnología digital en sí misma no es la causa de la brecha digital: los principales factores que la causan son la dotación de las infraestructuras de comunicaciones en todo el territorio, así como el nivel de ingreso y la capacitación para usar las nuevas tecnologías.

Telefónica, desde su condición de operador de referencia en sus mercados y en cumplimiento de sus compromisos de proximidad y confianza, no sólo cumple con las exigencias regulatorias asociadas al servicio universal sino que emprende numerosas iniciativas encaminadas a la reducción de la brecha digital en sus regiones de influencia.

Como muestra de este compromiso, en 2005, Telefónica se sumó a la iniciativa Connect the World, lanzada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). Su objetivo principal es dar acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación a los cerca de 1.000 millones de personas de todo el mundo que todavía no pueden ni siquiera realizar simples llamadas telefónicas.

La iniciativa está pensada para estimular el desarrollo de nuevos proyectos y la colaboración entre entidades públicas y privadas, de forma que sea posible eliminar la brecha digital. Connect the World cuenta con 22 socios fundadores, entre los que se encuentran empresas globales como Telefónica, el único operador integrado presente, Alcatel, Intel y Microsoft, Gobiernos y otras organizaciones.

En el marco de este compromiso, Telefónica participó en la mesa redonda sobre Inclusión Digital celebrada en la segunda fase de la Cumbre Mundial para la Sociedad de la Información en Túnez.

Principales componentes del coste del servicio universal en América Latina 2005

| | % de ingresos aportado | Importe neto cifra de negocios | Aportación al servicio universal |
|--------------|------------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| Brasil | 1% | 4.853 | 48.527 |
| Perú | 1% | 1.031 | 10.314 |
| Argentina | 1% | 891 | 8.909 |
| Total | | | 67.750 |

Servicio Universal

España

Telefónica de España está asumiendo en exclusiva, el coste neto de la prestación del Servicio Universal, a pesar de que la cuota estimada del mercado de accesos es del 85%, la del tráfico de voz del 66% y la del ADSL minorista del 55%.

El coste neto de las obligaciones del servicio universal en 2004 ascendió a 131 millones de euros de acuerdo con Telefónica de España. Este coste se distribuye entre coste neto en zonas no rentables (65 millones de euros), usuarios con necesidades especiales (61 millones de euros), y el coste de los servicios de información y guías (5 millones de euros).

La Comisión de Mercado de Telecomunicaciones (CMT) aún no se ha pronunciado sobre cual será la cifra definitiva del Coste Neto incurrida por Telefónica en el año 2004. El coste neto no incorpora la totalidad del coste que supone realmente el cumplimiento de estas obligaciones para Telefónica de España.

Por cuestiones metodológicas establecidas por la CMT, se compensan las pérdidas asociadas al mantenimiento de 18.949 cabinas en lugares donde su uso no cubre el coste de mantenimiento, que ascendería a 62 millones de euros.

Latinoamérica

Las empresas de Telefónica colaboran con las diferentes iniciativas públicas de universalización del servicio, con una contribución a los fondos de universalización superior a los 65 millones de euros:

- En Argentina, todavía no se ha constituido el Fondo de Servicio Universal al que se prevé que los operadores contribuyan con el 1% de su facturación. El importe provisionado desde el año 2001 asciende a más de 42 millones de euros.
- En Brasil, los Fondos de Universalización de los Servicios de Telecomunicaciones (FUST) se integran por el 1% de la facturación operativa bruta; hasta final de 2005 sus fondos no han sido utilizados por el gobierno.
- En Chile, CTC realiza por su cuenta programas de promoción de servicios y aplicaciones (por ejemplo, dotar de acceso a Internet a 5.500 escuelas) complementarias a los programas del Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones (FDT) financiado directamente por el Gobierno.
- En Perú se ha establecido un Fondo de Inversión en Telecomunicaciones (FITEL), que está formado por el aporte de los operadores equivalente al 1% del monto total de los ingresos brutos facturados.

Inversiones de Telefónica de España para migrar la tecnología TRAC¹

Datos en millones de euros

| | Cobre | GSM | LMDS | VSAT | Total general Dic 2005 |
|---------------------------------------|---------------|--------------|--------------|-------------|---------------------------|
| Regiones "OBJETIVO 1" UE ² | 92,52 | 13,42 | 22,75 | 3,87 | 132,57 |
| Resto regiones | 8,97 | 2,73 | 1,18 | 0,78 | 13,67 |
| Total | 101,49 | 16,15 | 23,94 | 4,65 | 146,24 |

¹Incluye costes de desmontaje y repercusión de costes multiprovinciales

²Telefónica recibió subvenciones por 31 millones de euros procedente de fondos FEDER

CASO PRÁCTICO

Brecha geográfica

La brecha geográfica se puede describir como aquella barrera que impide que una persona tenga acceso a las comunicaciones básicas o a la banda ancha en función del lugar físico desde el que desea acceder. Esta brecha se puede considerar internacional (servicios que existen en unos países y no en otros) o nacional (servicios que existen en unas regiones y no en otras).

Evolución de la cobertura de población por ADSL de Telefónica. Cobertura sobre población total

Datos en porcentaje



¹ Calculada por municipios, considerando que un municipio (y todos sus habitantes) tienen cobertura cuando una de las centrales que le atiende está abierta para el servicio de ADSL. No se considera la calidad del bucle. Para todos los años de la serie se consideran los habitantes del INE 2001.

Brecha geográfica

España

Cumpliendo con las obligaciones de prestación de servicio universal, Telefónica debe ofrecer servicio en zonas de alto coste, subvencionando la prestación del servicio en zonas rurales y capitales de provincia poco pobladas, ya que el servicio se ofrece al mismo precio que en los entornos urbanos.

A finales de 2005, el número de líneas de acceso TRAC operativas alcanzaba las 169.512 (195.000 en 2004). Este es el número de accesos que quedan en servicio después de haber migrado a diversas tecnologías un buen número de ellos, con lo que ya no se debe asociar la oferta de servicio en zonas rurales únicamente a accesos de este tipo.

Telefónica de España está sustituyendo la tecnología TRAC que se utiliza para ofrecer servicios en zonas rurales por otras tecnologías diversas (LMDS, GSM/GPRS, satélite o especialmente cobre), para lo cual ha invertido hasta diciembre de 2005 146,24 millones de euros. Los accesos pertenecientes a provincias establecidas como "Objetivo 1" de la Comisión Europea reciben subvenciones europeas que ayudan a su puesta en marcha (31 millones de euros de fondos FEDER).

El esfuerzo inversor de Telefónica de España ha llevado a incrementar la ya significativa cobertura del ADSL hasta el 96% de las líneas y 97% de los hogares, lo que sitúa a España en una posición cada vez más próxima a la accesibilidad total de la banda ancha. El ejercicio 2005 ha sido decisivo para extender la oferta de televisión digital a más de 150 ciudades españolas, cuando únicamente estaba disponible en tres de ellas en 2004. El objetivo establecido a largo plazo por Telefónica es que el 60% de los hogares tenga banda ancha de hasta 50 megas en 2010.

Respecto a los servicios móviles, Telefónica Móviles fue uno de los dos operadores en suscribir junto al Ministerio de Industria el Plan de Extensión de Telefonía Móvil, que situará la cobertura nacional a la cabeza de los países europeos con un valor objetivo del 99%. El plan, vinculado a la concesión del concurso de frecuencias de la banda GSM de 900 MHz (junio 2005) incluye una inversión conjunta de 833 millones de euros, con los siguientes objetivos:

- Cobertura a 2.270 núcleos de población de población igual o inferior a 1.000 habitantes que hasta el momento no disponían de ella
- Mejora de la cobertura en 2.727 núcleos de población de población igual o inferior a 1.000 habitantes, con la puesta en servicio de una segunda operadora

Cobertura de banda ancha en Latinoamérica

Datos en porcentaje

| | TASA | TeleSP | CTC | TdP |
|---------------------|------|--------|-----|-----|
| Digitalización 2005 | 100 | 100 | 100 | 97 |
| Cobertura ADSL 2005 | 90 | 97 | 96 | 97 |
| Cobertura ADSL 2004 | 88 | 95 | 90 | 95 |

- Dotación de cobertura en zonas estratégicas como centrales nucleares o 16 plantas petroquímicas
- Mejora de la cobertura en grandes vías de comunicación (autopistas, autovías, carreteras nacionales, infraestructuras ferroviarias de alta velocidad)
- Actuaciones prioritarias sobre los municipios afectados por las medidas urgentes en materia de incendios forestales.

Latinoamérica

El esfuerzo inversor de Telefónica en Latinoamérica para impulsar la banda ancha se refleja en la digitalización de la planta de telefonía que alcanza el 100% en Argentina, Brasil y Chile; siendo en Perú este valor del 96,8%.

Esta digitalización de la red ha permitido alcanzar una elevada cobertura de los servicios de banda ancha sobre la red de telefonía fija, que alcanza el 97% en São Paulo (Brasil, TeleSP) y Perú (TdP), 96% en Chile (CTC) y 89,5% en Argentina (TASA).

En Latinoamérica, Telefónica Móviles ha reforzado su posición como el principal operador de la región, ampliando la cobertura en todos los países en los que desarrolla operaciones:

- Telefónica Móviles Argentina, ha desarrollado un importante plan de inversión para la extensión de la red GSM durante 2005, dando cobertura a ciudades y poblaciones donde hasta la fecha se no contaban con telefonía móvil. En concreto, en la región Norte, se amplió significativamente la cobertura GSM, pasando de 6,8 millones de habitantes en 34 localidades, a 10,5 millones de habitantes en 248 localidades.

Cobertura de telefonía móvil en Latinoamérica

| Cobertura sobre población | 2005 |
|---------------------------|------|
| Argentina | 92 |
| Chile | 95,7 |
| Colombia | 68 |
| Ecuador | 76,1 |
| El Salvador | 77,4 |
| Guatemala | 56 |
| México | 69 |
| Nicaragua | 25 |
| Panamá | - |
| Perú | 61,6 |
| Uruguay | 80 |
| Venezuela | 93,3 |

- Tras la fusión con BellSouth, Telefónica Móviles Perú se comprometió a implementar y mejorar el servicio de comunicación celular en 2.000 localidades del Perú durante un período de 3 años, facilitando que más de un millón y medio de peruanos puedan acceder a la telefonía móvil. La primera etapa, que se desarrollará hasta junio 2006, consiste en la ampliación de la cobertura en 540 centros poblados de 17 departamentos del país, incluyendo el departamento de Apurímac, considerado uno de los de mayor índice de pobreza del país.
- El despliegue de GSM de Telefónica Móviles México tuvo especial importancia en zonas rurales, alcanzando un total de 49.304 poblaciones rurales cubiertas y continuidad del servicio en 60.634 kilómetros de carretera. En el ámbito urbano, la cobertura se extendió a 155 ciudades para alcanzar un total de 401 (60% más ciudades que en el 2004). Esto supone la cobertura de la práctica totalidad de las ciudades relevantes del país y contar con el 96% de los puntos de interconexión posibles con el operador.
- Telefónica Guatemala terminó el año con una cobertura en 147 ciudades, lo que equivale a una cobertura total del territorio de 63% Guatemala.
- Telefónica Móviles Nicaragua, además de haber ampliado su cobertura celular hasta alcanzar el 25% de la población nicaragüense, lidera el mercado de la telefonía pública habiendo alcanzado la instalación de 7.000 unidades en todo el territorio nacional siendo la operadora con más teléfonos públicos instalados en Nicaragua.

Líneas de prepago y control del consumo en Latinoamérica

Datos en miles

| | 2004 | 2005 | % planta total ⁵ |
|---------------------|--------------|--------------|-----------------------------|
| TelesP ¹ | 1.954 | 2.294 | 18,6 |
| TASA ² | 1.200 | 1.328 | 29,3 |
| CTC ³ | 409 | 534 | 21,9 |
| TdP ⁴ | 1.157 | 1.385 | 58,9 |
| Total TISA | 4.720 | 5.541 | 25,6 |

¹ Incluye la Línea da economia

² Incluye líneas Control, Cero y Recupero

³ Incluye línea económica y supereconómica, full variable, línea control, plan solución...

⁴ Incluye Fonofácil plus, popular, límite de consumo, líneas sociales...

⁵ Incluye los teléfonos de uso público en el cálculo

Terminales de uso público, América Latina.

(Miles)

| | 2003 | 2004 | 2005 |
|--------------------|------|------|------|
| Argentina | 107 | 105 | 121 |
| Sao Paulo (Brasil) | 327 | 331 | 330 |
| Perú | 118 | 129 | 137 |
| Chile | 33 | 28 | 24 |

El abono social, junto al prepago, la telefonía de uso público y las líneas con servicios restringidos, son los pilares básicos sobre los que Telefónica ha basado su despliegue de servicios orientados a las rentas bajas. De acuerdo a estudios realizados por el Grupo, son imprescindibles iniciativas de este tipo para fomentar la inclusión digital, ya que las clases sociales D y E (las de menores ingresos) difícilmente podrían financiar la renta básica de otra forma.

Por ello, es imprescindible realizar una oferta de productos y servicios acorde con la realidad social y económica de los países en los que opera y así atender las necesidades de aquellos sectores que, por motivos económicos, no pueden acceder a servicios de telecomunicaciones.

Tarifas para rentas bajas en Latinoamérica

En Latinoamérica el crecimiento del servicio de telefonía básica en los segmentos de menores ingresos está sustentado en el desarrollo y oferta de productos adecuados a sus necesidades de consumo y a sus posibilidades económicas.

Las más de 5,5 millones de líneas prepago y control del consumo en América Latina ya suponen más del 25% de la planta. Si se compara este porcentaje con el de ingresos generados por las líneas, sino también por los ingresos generados por la comercialización de tarjetas prepago, se puede apreciar que este tipo de servicios está ofreciendo una alternativa real a los estratos de menores recursos de la sociedad.

Las características de este tipo de servicios incluyen:

- Control de consumo por parte de los usuarios, limitando la cantidad de llamadas que se pueden hacer o restringiendo la tipología de llamadas a llamadas locales
- Posibilidad de hacer llamadas a móviles, interurbanas o internacionales a través de la compra de tarjetas prepago (que se pueden utilizar también en cabinas)
- Planes de repago de la deuda, para evitar que los clientes vean cortado el servicio en caso de morosidad
- Casillas virtuales de mensajes donde se pueden recuperar los mensajes de un número no asociado a una línea.

Telefonía pública

La telefonía pública es una opción más al teléfono en el hogar para facilitar el acceso a las comunicaciones de toda la población, evitando la necesidad de pagar una cuota de conexión o de mantenimiento. Debido al incremento en el uso de la telefonía móvil y a los planes para rentas bajas, se trata de un servicio que únicamente es utilizado por las personas con menores recursos. Sin embargo, su buen funcionamiento es crítico para estas personas, lo que requiere un compromiso muy grande por parte de Telefónica, debido a la difícil gestión de las reparaciones frente a los actos de vandalismo que sufren los equipos en la vía pública.

En Latinoamérica, donde la penetración de telefonía en los hogares tiene niveles menores, Telefónica ofrece acceso telefónico a través de más de 612.000 terminales de uso público. En España, el número de cabinas en la vía pública, sin considerar los teléfonos de uso público existentes en establecimientos comerciales, ascendía a 56.065.

Telefonía móvil

A nivel general, el sistema de facturación basado en la modalidad de prepago y el servicio de coste reducido SMS, han sido factores determinantes para la extensión de la telefonía móvil celular a todas las capas sociales, como prueban las cifras de utilización de estos servicios. Por otro lado, la estrategia de Telefónica Móviles ha sido siempre lograr la mayor base de clientes sin centrarse exclusivamente en los segmentos de mayor nivel adquisitivo.

Con esta estrategia, las políticas comerciales han estado siempre basadas en la reducción del coste de los terminales y en la oferta de una variedad de esquemas de facturación que han permitido escoger a millones de usuarios la fórmula más adaptada a sus necesidades de comunicación o a su nivel económico. Es significativa la popularización de los planes con opción ahorro que ofrecen grandes descuentos en llamadas a números específicos seleccionados por los clientes y que en muchos casos incluyen, no sólo llamadas a otros móviles “movistar” sino también a teléfonos fijos e incluso internacionales.

La oferta comercial que acompañó el lanzamiento de la nueva marca unificada incluyó una amplia variedad de productos, facilitando que cualquier perfil de cliente pueda tener acceso a la telefonía móvil. En este sentido, muchos clientes aprovecharon promociones de lanzamiento o popularización de servicios para acceder a terminales con mayores prestaciones o disponer de minutos adicionales de comunicación de forma gratuita.

Junto a estas iniciativas de naturaleza comercial, Telefónica Móviles Perú, estudió diferentes alternativas para lograr que los segmentos de menores recursos en el país pudieran acceder a la telefonía móvil. El coste del terminal se identificó como principal barrera al acceso de las personas de menores recursos a la telefonía móvil. Mediante el proyecto Rentas Bajas se han evaluado planes de financiamiento tradicionales y alternativos, desarrollo de nuevos canales de distribución directos no tradicionales (venta puerta a puerta), planes especiales con tarifas más competitivas en llamadas originadas en zonas residenciales de bajos recursos (Plan Conos), así como la creación de casillas de voz virtuales para recibir mensajes y luego poder adquirir el terminal con descuentos especiales conservando el mismo número telefónico. Algunos de estos proyectos se han realizado en colaboración con entidades financieras que facilitaban microcréditos para la adquisición de terminales.

Abono social en España

Telefónica de España ofrece el Abono Social, con el objetivo de facilitar el acceso de clientes con dificultades económicas a los servicios básicos de telecomunicaciones en España. Consiste en la bonificación del 70% del importe vigente de la cuota de conexión y alta de instalación del equipo terminal de red (PTR), así como la bonificación del 95% en la cuota de abono mensual de la línea telefónica (libre de cualquier contrato de mantenimiento). El número de líneas beneficiadas por el Abono Social en España a diciembre de 2005 era de 327.243 (386.430 en 2004).

CASO PRÁCTICO

“Mundo Movistar”: compra en España tu móvil de Ecuador

Telefónica Móviles lanzó en 2005, ‘Mundo movistar’, un conjunto de servicios de telecomunicaciones móviles integrados y sin fronteras entre varios países, lo que supone un nuevo paso en su política de traslado a sus clientes de las ventajas que les da ser parte de la mayor comunidad de telefonía móvil de habla hispana y portuguesa.

El primer programa comercial de ‘Mundo movistar’ supone que cualquier cliente de movistar en España podrá comprar un terminal y una tarjeta prepago con saldo en más de 3.000 puntos de venta de la red movistar en España. Y a partir del día siguiente, ese terminal y tarjeta estarán disponibles en su Colombia o Ecuador.

El mecanismo de esta operación es muy sencillo: el cliente residente en España sólo tiene que elegir el terminal que quiere ‘regalar’ a su familiar o amigo en Ecuador o Colombia, y facilitar los datos personales un número telefónico de contacto de dicha persona. A partir del día siguiente, el cliente receptor en Ecuador o Colombia podrá contactar con el servicio de atención telefónica gratuito para hacerse con dicho terminal y dicha tarjeta.

Las barreras tecnológicas no son las únicas que pueden provocar la aparición de la brecha digital. Existen barreras de capacitación y de conocimiento que pueden ser más altas que las tecnológicas, especialmente en países en vías de desarrollo y en colectivos de personas mayores o discapacitadas. Telefónica, en colaboración con su Fundación, viene desarrollando programas orientados a capacitar a la sociedad en el uso de las nuevas tecnologías.

CASO PRÁCTICO

Caso práctico Internet Educativa en Chile

En 1998 nace Internet Educativa de Telefónica como proyecto complementario a la "Red de Enlaces" del Ministerio de Educación Chileno, para dar acceso de internet a todos los colegios. En el año 2003 se comenzó la migración del acceso conmutado a Internet banda ancha en condiciones preferenciales. Como consecuencia de este esfuerzo sostenido, a diciembre de 2005 Telefónica CTC Chile ofrece conexión a 3.435 colegios con acceso de Banda Ancha y a 2.265 colegios con servicio conmutado, dando acceso a Internet a 2,6 millones de alumnos.

El servicio Internet Educativa es gratuito para los establecimientos que mantienen el acceso conmutado y su valor preferencial a través de banda ancha (1 Mbps) multiusuario fue en 2005 de 37,5 dólares (CH\$19.900). En 2005, el aporte de Telefónica Chile correspondiente al acceso a Internet en colegios fue equivalente a 3,6 millones de US\$ considerando las líneas con acceso conmutado, y el diferencial de precio de la banda ancha educativa respecto a su precio comercial.

El programa Internet Educativa está permitiendo el acceso a Internet y las nuevas tecnologías a los jóvenes estudiantes de Chile, así como a los profesores de estos alumnos. De este modo, se favorece la inclusión digital de estas personas, para las que Internet ya es un recurso educativo más en su formación y en sus posibilidades de desarrollo futuro.

Inclusión por capacitación

Interés por las nuevas tecnologías

En España, Telefónica participó activamente en la celebración del Día de Internet, que tiene el objetivo de popularizar la red y hacerla más accesible. La jornada, promovida por la AUI (Asociación de Usuarios de Internet) contó con el apoyo de la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información. El evento incluyó demostraciones tecnológicas, acceso gratuito a Internet y promociones comerciales.

La estrategia publicitaria adoptada por el Grupo Telefónica en Perú presenta aplicaciones y servicios concretos que van transformando la vida de las personas, bajo el lema "sin darnos cuenta, la vida se nos ha hecho más fácil". A través de este tipo de campañas y de la oferta de cabinas públicas en el país, Perú es uno de los países con mayor penetración en el uso de Internet.

Fundación Telefónica Chile desarrolla desde 1999 una iniciativa de Capacitación en Internet, con el apoyo de la Fundación Vida Rural de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Fundación Telefónica ha formado a más de 40.000 personas (6.652 en 2005) entre estudiantes, educadores, agentes comunitarios, amas de casa, microempresarias, personas mayores, etc.

Telefónica Móviles Panamá patrocina la sala de Telecomunicaciones del Centro de Ciencias y Arte EXPLORA, donde se pueden observar los avances tecnológicos, origen, evolución y funcionamiento de la telefonía y las comunicaciones.

Acercamiento a las nuevas tecnologías en la escuela

Una de las estrategias más utilizadas por Telefónica para impulsar el uso de las tecnologías entre la comunidad escolar en los países en los que opera. Junto a Educared e "Internet en las escuelas" podemos destacar:

- En Colombia, Telefónica Móviles colabora con el Programa de la República para llevar computadores y tecnología a instituciones educativas que educan jóvenes de escasos recursos. En 2005 se entregaron un total de 2.040 equipos
- En México, como parte del programa FuTuRo, se equiparon aulas de formación en Internet en diferentes escuelas del país.
- En Nicaragua, como resultado de un compromiso con el Ente Regulador y el Ministerio de Educación, durante los años 2004 y 2005, Telefónica Móviles ha desarrollado un proyecto de instalación de computadoras con Internet en 700 en escuelas públicas que beneficia a más de 100.000 niños de todo el país, además de a la comunidad educativa.
- En El Salvador, Telefónica Móviles patrocina la iniciativa CyberOlimpiadas, que promueve el uso de las nuevas tecnologías entre numerosas escuelas del país.
- En Perú, Telefónica es una de las entidades que financia el Proyecto Huascarán, con el objetivo de integrar las tecnologías de la información y comunicación al sistema educativo peruano.

Difícil acceso al ordenador

Otra de las razones más utilizadas para justificar la alta o baja penetración de la banda ancha en una región son las cifras relativas al número de computadoras existentes. Desde el año 2004, Telefónica ha ofrecido paquetes de PC + ADSL que han permitido a muchos clientes adentrarse en la informática de la mano de Telefónica.

Complementando esta iniciativa, en Argentina, Telefónica de Argentina participó en el programa “Mi PC Argentina” impulsado por el gobierno. El objetivo establecido es incorporar diez millones de PCs con la posibilidad de conectividad a Internet en cinco años, y cuenta con la participación de las principales compañías del sector tecnológico, bancos y empresas de servicios.

En Brasil, Telefónica está colaborando con el Ministerio de Desarrollo, Industria y Comercio de Brasil para la implantación de 20 telecentros de informaciones y negocios; con el objetivo de favorecer la capacitación digital de microempresas de la región.

En Chile, Telefónica Móviles colabora con la alfabetización de las comunas rurales de la IV región del Servicio Nacional de Capacitación y Empleo, facilitando el servicio Internet Móvil. El proyecto se desarrolla mediante un bus interurbano convertido en una sala de clases móviles. Complementariamente, en Perú, a través del programa MuniNet, un autobús ha ido recorriendo diferentes regiones del Perú presentando la potencialidad de Internet a localidades remotas.

Brechas por discapacidad, edad o género

Entre las barreras en las que el Grupo Telefónica está trabajando con mayor intensidad para reducirla es la barrera de la discapacidad. A través de proyectos como Telefónica Accesible (descrito más adelante en este mismo capítulo), Telefónica ofrece productos y servicios específicamente diseñados para favorecer la igualdad de oportunidades.

Telefónica de España a través de la Asociación Grupo de Mayores, ha impartido cursos de informática a personas mayores y facilita el local, las líneas telefónicas y una subvención.

Los datos de penetración de nuevas tecnologías por género reflejan un menor uso de las mismas por parte de las mujeres. Sobre la posibilidad de que exista una brecha de género y sobre el bajo porcentaje de mujeres entre las profesiones de alta tecnología de redes y de Internet se debatió en un coloquio dedicado a la “Mujer y las Nuevas Tecnologías” en la sede de Telefónica de España.

Por último, en ocasiones la capacitación no está centrada en tecnologías sino en el desarrollo de iniciativa empresarial o formación básica que pueda ayudar a reducir otros problemas sociales existentes en algunos de los países en los que Telefónica desarrolla actividades.

CASO PRÁCTICO

Escuelas de Informática y Ciudadanía en México

Fundación Telefónica brinda su apoyo desde el año 2004 al Comité para la Democratización de la Informática (CDI), una organización sin ánimo de lucro que promueve actividades educativas y profesionales con la finalidad de reintegrar socialmente a los miembros de las comunidades más desfavorecidas, principalmente niños y jóvenes, disminuyendo los niveles de exclusión social en los que están inmersos, tanto en México como en otros países del mundo. La actividad principal del CDI es la creación de las Escuelas de Informática y Ciudadanía (EIC), cuyo objetivo es permitir a estas personas con bajo poder adquisitivo, en este caso comunidades indígenas marginadas del estado de Oaxaca, el acceso a las técnicas y al uso de la informática y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Durante el pasado año Fundación Telefónica ha continuado su contribución al programa “Sistematización del Proceso de Inclusión Digital en Comunidades Rurales e Indígenas del Estado de Oaxaca”, a través de la donación de 20 equipos informáticos con conexión a Internet en cada una de las 11 EICs que el CDI tiene instaladas en la costa chica de este estado. Gracias a estas escuelas o “albergues tecnológicos”, se han beneficiado hasta la fecha 1.065 jóvenes y adultos. Asimismo, y de forma indirecta, el proyecto ha beneficiado a cerca de 30.000 habitantes de esta comunidad, que a través de estas instalaciones tienen la oportunidad de comunicarse con otras poblaciones aledañas.

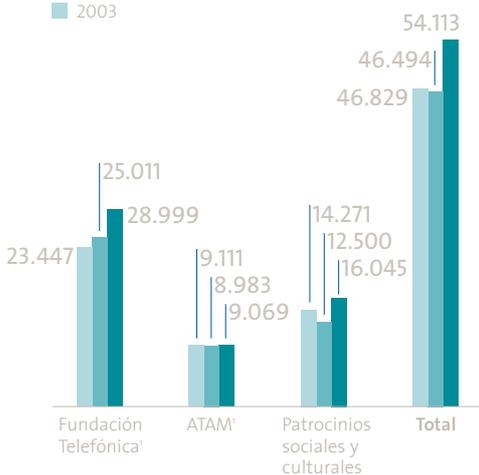
El Grupo Telefónica desarrolla una importante labor social y cultural en todos los países en los que tiene operaciones.



Inversión de Telefónica en acción social y cultural

Datos en miles de euros

■ 2005
■ 2004
■ 2003



* Aportación de Telefónica al presupuesto de Fundación Telefónica y ATAM

Proyectos de acción social y cultural del Grupo Telefónica

Las empresas del Grupo Telefónica desarrollan diversos proyectos de acción social y cultural que complementan las actividades de Fundación Telefónica (presupuesto superior a los 16 millones de euros en 2005)

- Apoyo de Telefónica Móviles al Proyecto Proniño de Telefónica.
- Proyectos de eventos para concienciar sobre problemas sociales como el Programa del Muchacho trabajador de Telefónica Móviles en Ecuador o el Seminario sobre Terrorismo y Seguridad, Center on Law and Security New York University School of Law.
- Colaboración con el Instituto Cervantes y la Real Academia Española.
- Patronato del Real Instituto de Relaciones Internacionales y Estratégicas El Cano.
- Actividades para impulsar la inclusión digital y el progreso de las sociedades como El Foro Ciudades Digitales.
- Apoyo a Fundaciones y Premios, como los Premios Príncipe de Asturias o el Premio Argentino de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información
- Programas de apoyo al medio ambiente como el proyecto de Telefónica de España 1 factura - 1 árbol (2005-2007)
- Impulso a eventos teatrales (temporada 2005 del Teatro Real en Madrid, y de La Sociedad de Cultura Artística en Brasil).
- Exposiciones artísticas y culturales, como la exposición Juan Gris o Gaudí-Mompou en Venezuela.
- Apoyo a actividades de investigación.
- Patrocinio de fiestas patronales.

ATAM

ATAM nace en el año 1.973 con el decidido impulso de un grupo de empleados de Telefónica, con la colaboración de los Servicios Médicos y de Asistencia Social, la Institución Telefónica de Previsión y la representación social de los trabajadores. En 1.974 la institución queda recogida en el convenio colectivo de Telefónica, convirtiéndose en ese momento en una de las primeras experiencias en España de creación de una entidad jurídica con una finalidad social entre una empresa y sus trabajadores.

ATAM se financia en gran medida con las aportaciones solidarias y voluntarias de cerca de 61.000 empleados de 22 empresas del Grupo Telefónica. Los trabajadores aportan el 2 por mil de sus retribuciones fijas y las empresas doblan dicha aportación. Las cuotas aportadas a ATAM por todas las empresas del Grupo Telefónica en 2005 ascienden a 9.069.072 que beneficiaron directamente a cerca de 4.000 personas.

En esta cantidad se incluye tanto la aportación del 4 por mil de las retribuciones satisfechas por las empresas incorporadas a la Asociación, como las aportaciones de empresa por jubilados, prejubilados y desvinculados de Telefónica de España y las aportaciones para gastos de funcionamiento de los Órganos de Gobierno contempladas en los estatutos.

Los detalles de su actividad se pueden encontrar en la página web www.atam.es y en su Informe Anual, disponible también en www.telefonica/publicaciones, así como en el apartado Empleados Solidarios del sexto capítulo de este mismo informe.

Beneficiarios de Fundación Telefónica por Área de Actividad

| Área de Actividad | Entidades Colaboradoras ¹ | | Entidades Participantes / Beneficiadas ² | | Personas Participantes / Beneficiadas (estimación) ³ | | |
|---|--------------------------------------|------------|---|------------|---|--|---------------|
| | Nº de entidades Colaboradoras | % | Nº de entidades Particip./ Benef. | % | Nº de personas en proyectos internet (miles) | Nº de personas Otros proyectos (miles) | total |
| Educación | 106 | 21,7 | 21.552 | 69,3 | 19.801 | 5.164 | 24.966 |
| Voluntarios Telefónica | 38 | 7,8 | 266 | 0,9 | 0 | 66 | 66 |
| Arte, Cultura y Patrimonio | 128 | 26,2 | 2.957 | 9,5 | 7.580 | 4.924 | 12.504 |
| Cooperación | 149 | 30,5 | 4.564 | 14,7 | 833 | 1.180 | 2.013 |
| Telemedicina, Teleasistencia y Discapacidad | 68 | 13,9 | 1.769 | 5,7 | 493 | 1.556 | 2.049 |
| Total | 489 | 100 | 31.108 | 100 | 28.707 | 12.890 | 41.597 |

¹ Entidades de acción social y cultural con las que hay firmado un acuerdo de colaboración

² Entidades educativas (centros escolares y universidades), sociales y culturales que han tenido una relación directa en cualquiera de las actividades que ofrecen los programas y proyectos de Fundación Telefónica durante el año 2005

³ Personas que han tenido una relación directa en cualquiera de las actividades que ofrecen los programas y proyectos de Fundación Telefónica durante el año 2005

Fundación Telefónica

Durante el ejercicio 2005, Fundación Telefónica ha completado un proceso de revisión estratégica de su actividad. Con el espíritu de contribuir a la mejora de la vida social y acercar su actuación a las demandas y necesidades de la sociedad, a partir de 2006 va a centrar sus actividades en el apoyo a la educación, la integración social de niños en América Latina, el impulso a la sociedad del conocimiento y la gestión de los programas de voluntariado corporativo.

Fundación Telefónica destinaron 29 millones de euros al desarrollo de 763 proyectos. Dichas actividades se han desarrollado con el apoyo de 489 entidades colaboradoras, que han permitido beneficiar a más de 31.000 organizaciones y más de 41,5 millones de personas. El 69% de este porcentaje de beneficiarios corresponde a personas que accedieron a contenidos, servicios o información social a través de Internet, lo que refleja el papel de las nuevas tecnologías como motor de desarrollo social.

Junto a las descripciones de los principales proyectos que se realiza en este capítulo, toda la información detallada acerca de los proyectos desarrollados por Fundación Telefónica se puede encontrar en la Memoria de Fundación Telefónica 2005 o en www.fundacion.telefonica.com.

Total Programas Realizados por Fundación Telefónica por Área de Actividad¹

| Área de Actividad | Nº Programas | % |
|---|--------------|--------------|
| Educación | 17 | 24,3 |
| Voluntarios Telefónica | 8 | 11,4 |
| Arte, Cultura y Patrimonio | 15 | 21,4 |
| Cooperación | 15 | 21,4 |
| Telemedicina, Teleasistencia y Discapacidad | 15 | 21,4 |
| Total | 70 | 100,0 |

¹ Programas de acción social y cultural realizados por Fundación Telefónica durante el año 2005

Total Proyectos / Iniciativas Realizados por Fundación Telefónica por Área de Actividad¹

| Área de Actividad | Nº Programas | % |
|---|--------------|--------------|
| Educación | 114 | 14,9 |
| Voluntarios Telefónica | 431 | 56,5 |
| Arte, Cultura y Patrimonio | 55 | 7,2 |
| Cooperación | 107 | 14,0 |
| Telemedicina, Teleasistencia y Discapacidad | 56 | 7,3 |
| Total | 763 | 100,0 |

¹ Proyectos e iniciativas de acción social y cultural realizados por Fundación Telefónica durante el año 2005

Evolución del proyecto EducaRed

| | | 2003 | 2004 | 2005 |
|--------------------|----------------------------|------------|------------|------------|
| EducaRed España | Nº de Centros Registrados | 11.091 | 11.218 | 11.426 |
| | Nº de visitas | 2.717.975 | 4.733.312 | 9.195.516 |
| | Nº de Páginas visualizadas | 13.091.918 | 16.650.829 | 39.500.277 |
| EducaRed Argentina | Nº de Usuarios Registrados | 3.687 | 7.437 | 10.650 |
| | Nº de visitas | 132.803 | 742.275 | 5.738.619 |
| | Nº de Páginas visualizadas | 1.312.320 | 2.939.923 | 11.464.130 |
| EducaRede Brasil | Nº de Usuarios Registrados | 13.534 | 28.743 | 51.853 |
| | Nº de visitas | 469.664 | 739.910 | 1.354.670 |
| | Nº de Páginas visualizadas | 6.218.899 | 11.990.137 | 19.538.736 |
| EducaRed Perú | Nº de Usuarios Registrados | - | - | 8.884 |
| | Nº de visitas | 326.000 | 725.268 | 2.338.783 |
| | Nº de Páginas visualizadas | 1.252.352 | 3.113.227 | 12.433.496 |

EducaRed

Fundación Telefónica lleva apoyando de manera decidida y continuada al mundo de la educación desde su fundación en el año 1998 a través de la creación de Educared, como fruto de la colaboración entre Fundación Telefónica, Telefónica y una mayoría de organizaciones del mundo educativo entre las que se encuentran las principales asociaciones profesionales, confederaciones de padres y sindicatos.

Su finalidad principal es contribuir a mejorar la calidad de la educación y fomentar la igualdad de oportunidades mediante la aplicación de las nuevas tecnologías a los procesos de enseñanza y aprendizaje. En España, Argentina, Brasil, Chile y Perú, EducaRed ha puesto a disposición de la educación primaria y secundaria la tecnología educativa más avanzada en términos de utilidad, aplicaciones, intercambio de conocimiento y búsqueda inteligente de información. Estas herramientas han reunido en comunidades virtuales a alumnos, docentes e investigadores del ámbito iberoamericano.

A lo largo de 2006, EducaRed se convertirá en la marca que englobe todos los programas educativos de la Fundación. A partir de este momento, la estrategia de EducaRed se centrará en los siguientes objetivos:

- Centrar la actuación de Fundación Telefónica en las enseñanzas infantil, primaria, secundaria y bachillerato.
- Promover el uso educativo de Internet en el aula y en el hogar a través del portal EducaRed.
- Desarrollar nuevas iniciativas en el portal EducaRed que puedan convertirse en actividades presenciales de gran participación y visibilidad.
- Incrementar la participación on-line y presencial de profesores, educadores, alumnos y padres a través de eventos masivos con gran proyección social.
- Puesta en marcha de exposiciones itinerantes sobre temáticas de ámbito educativo.
- Creación de una red de centros de referencia y excelencia académica.
- Desarrollo de un plan de formación en el uso educativo de Internet con diferentes niveles de profundización, dirigido a profesores, educadores y padres, con el objetivo de mejorar la calidad de la enseñanza.

La memoria de Fundación Telefónica describe las numerosas iniciativas que se incluyen específicamente dentro de EducaRed y que se clasifican en las siguientes áreas de actividad:

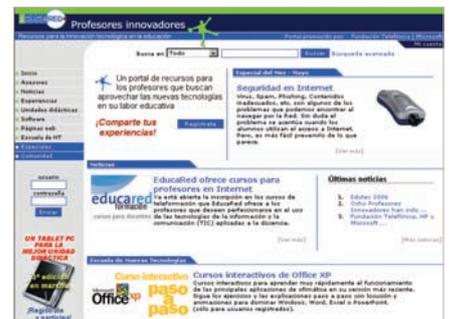
- Innovación y Uso Educativo de las TIC en el Aula y en el Hogar.
- Herramientas, Recursos y Servicios para Facilitar la Labor Educativa.
- Formación de Profesores, Alumnos y Padres en el Uso Educativo de Internet.
- Información y Noticias sobre el Sector Educativo.
- Comunidades Virtuales de Profesores, Alumnos y Padres.

De forma complementaria a EducaRed, Fundación Telefónica ha llevado a cabo programas que han puesto las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) al servicio del esfuerzo educativo en situaciones de especial dificultad (niños de la calle, menores hospitalizados de larga duración, etc.). Proyectos como FuTuRo o Aulas Hospitalarias han encontrado en la informática y en Internet un elemento clave en la lucha contra el aislamiento y la exclusión social, y han contribuido a generar programas amenos de educación en valores como el respeto a la tolerancia, la convivencia y el cuidado de la salud.

- El Proyecto FuTuRo constituye una red virtual de encuentro y trabajo de 14 centros de acogida de niños y jóvenes de la calle de 7 países. Cerca de 400 niños y jóvenes beneficiados. 22 educadores implicados en el proyecto.
- El proyecto Aulas Educativas en Hospitales, desarrollado en Perú, ha beneficiado a más de 5,500 niños y jóvenes peruanos que han sido hospitalizados.

En los últimos meses recibió el galardón “Creatividad Empresarial”, el premio “Perú 2021 a la Responsabilidad Social y al Desarrollo Sostenible de las Empresas”.

Complementando el programa EducaRed, Telefónica ha continuado con su esfuerzo para conectar a Internet el mayor número posible de centros escolares, tal como se describe en el apartado de “inclusión digital” de este informe.



Proniño



De acuerdo con el Programa Internacional de la OIT para la Erradicación del Trabajo Infantil (IPEC), en el mundo hay actualmente cerca de 250 millones de niños, niñas y adolescentes que trabajan. La situación es especialmente dramática en América Latina, donde se calcula que esta cifra se sitúa en 19 millones de niños y niñas de entre 5 y 14 años, de los cuales, uno de cada tres ejercerían alguna de las peores formas de trabajo infantil estipuladas por la OIT.

Proniño persigue la erradicación del trabajo infantil a través de la escolarización de calidad de niños, niñas y adolescentes. En esta definición, la escolarización de los menores debe ser entendida como su inclusión o su permanencia dentro del sistema de educación básica formal. En su lucha contra el trabajo infantil, Proniño actúa desde la certeza de que sólo una estructura educativa de calidad conseguirá garantizar el cumplimiento de la misión del programa.

El programa Proniño fue creado en 2001 por las operadoras de telefonía móvil en América Latina, con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo infantil en la región. En 2005, el programa se ha

incorporado a las líneas estratégicas de Fundación Telefónica, impulsando el proyecto en colaboración con Telefónica Móviles. Los objetivos que se persiguen en cada intervención del programa Proniño son:

- Erradicación progresiva del trabajo infantil que vulnera los derechos de la infancia.
- Culminación con éxito de una educación básica que cumpla requisitos mínimos de calidad.
- Oportunidad de acceso y desarrollo en la educación media y superior.
- Mejora de las habilidades sociales.
- Acceso al conocimiento de las TIC, que genera nuevas oportunidades y evita nuevas formas de exclusión social.
- Desarrollo selectivo de oportunidades de ingresos para adolescentes y/o familias.

Población Atendida en 2005 por el Programa Proniño

| País | Nº Personas |
|--------------|---------------|
| Argentina | 1.739 |
| Chile | 405 |
| Colombia | 3.138 |
| Ecuador | 1.187 |
| Guatemala | 1.100 |
| Nicaragua | 702 |
| Panamá | 400 |
| Per | 1.923 |
| Uruguay | 600 |
| Venezuela | 346 |
| Total | 11.540 |

Fundación Telefónica no sólo facilita a cada niño la financiación necesaria para recibir una educación de calidad. Su aportación cubre también un seguimiento sanitario y una alimentación que, en muchos casos no estaría cubierta. Además, para que la escolarización de los niños y niñas sea posible es necesario lograr el compromiso de la familia. Dicho compromiso ya supone una transformación, ya que se reconocen los derechos del menor y se concede una nueva dimensión al estudio como estrategia de superación individual y social.

En la gestión del programa Proniño, Fundación Telefónica busca la colaboración de entidades educativas y del Tercer Sector cuya especialización y cercanía a la problemática las conviertan en los ejecutores locales más idóneos para cada iniciativa.

Fundación Telefónica ha establecido el año 2008 como horizonte para el cumplimiento de una serie de retos en materia de escolarización de calidad. Uno de los objetivos fijados en esta nueva etapa es cuadruplicar el número de beneficiarios y lograr una cobertura del orden de los 40.000 niños atendidos por el programa para el 2008. En 2005, Proniño cubría diez países, pero se pretende llevarlo a todos los de América Latina en los que Telefónica opere en el año 2008. Esta ampliación llegará a Brasil, El Salvador y México, y contará con la participación de Fundación Telefónica en Argentina, Brasil, Chile y Perú.

CASO PRÁCTICO

Reconocimientos a Proniño por Parte de la OIT

El modelo de actuación de Proniño se configura como una intervención integral en el entorno del niño/a, y como tal consigue incidir en todas las esferas que componen los ámbitos de la vida del menor (individual, familiar, escolar, comunitario). La implicación de Fundación Telefónica y de los empleados del Grupo Telefónica en el programa constituye a su vez un ejemplo de acción social compartida por todos los niveles corporativos.

Por estas razones, en el año 2005 Proniño ha recibido el reconocimiento de organismos internacionales especializados como la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI).

Programas de apoyo a colectivos en situaciones de riesgo

Pro-Direitos (Brasil).

Medida Legal (Brasil).

Tecnologías de Información y Comunicación para el Programa Niños de la Calle (México).

Aula Informática en el Centro Educativo por la Infancia de EDNICA (México).

Aula Informática en el Centro de Desarrollo Social Promotora de Apoyo a la Juventud I.A.P. (México).

Salón Multiusos de San Juan Ajusco (México).

Programa de Prevención Contra la Violencia Familiar (Perú). Incluye el “Teléfono de la Fundación Ayuda al Niño y Adolescente en Riesgo (Teléfono ANAR)”, el “Plan Piloto de Apoyo a Mujeres Maltratadas ¿Hasta Cuándo?” y “Tecnología al Alcance de las Niñas y los Niños de la Calle. Instituto Mundo Libre”



Cooperación

Fundación Telefónica es consciente de que las Tecnologías de la Información y la Comunicación son una herramienta de gran potencial a la hora de contribuir al desarrollo de la labor que realizan las organizaciones del Tercer Sector en todas sus dimensiones y vertientes, por ello, desde el comienzo de su actividad, la Fundación trabaja para poner las TIC a disposición de estas entidades como un recurso para mejorar los procesos y actividades de la cooperación y la promoción social.

Las nuevas tecnologías y especialmente Internet son un instrumento de primer orden a la hora de captar recursos, ya sea humanos o económicos. La Red se convierte más que nunca en un medio de comunicación privilegiado para la difusión de los mensajes de las entidades, lo que genera y refuerza el compromiso de todos con sus misiones respectivas. En este ámbito destaca el desarrollo del Programa Red Internacional Solidaria (Risolidaria), una plataforma transnacional cuyo objetivo es facilitar la labor de las organizaciones sociales mediante su inserción en una red que agiliza su contacto y mutua colaboración.

Durante el año 2005, Fundación Telefónica ha estrechado su colaboración con el Tercer Sector, organizaciones no lucrativas y todas aquellas entidades que trabajan en la cooperación, con el objetivo de ayudarlas a hacer su labor lo más efectiva posible, para lo que les ofrece formación, equipamientos tecnológicos, financiación y métodos para mejorar sus redes de relaciones y la difusión de sus mensajes.

Cabe señalar que la actuación global de Fundación Telefónica en el ámbito latinoamericano presta una especial atención a los colectivos relacionados con la infancia, jóvenes, mujeres o personas con bajos recursos económicos cuya realidad social les hace especialmente vulnerables. Una de las líneas de actuación en este ámbito es la ayuda al desarrollo mediante la educación y la formación laboral, utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación para intentar disminuir la brecha del conocimiento en estos colectivos, favoreciendo de este modo la igualdad de oportunidades entre las personas y su integración en la sociedad.

Fundación Telefónica apoya también diferentes proyectos productivos que implican la superación y la independencia económica de los más necesitados y de las organizaciones que les apoyan. El desglose de todos los programas en los que participa Fundación Telefónica se encuentran detallados en su Balance Social 2005.

Arte y cultura

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha tenido grandes consecuencias en el ámbito de la cultura y el arte contemporáneo.

En este contexto, Fundación Telefónica desarrolla una labor intensa en el ámbito del arte contemporáneo y la cultura, siendo la transmisión de la cultura y sus valores utilizando las nuevas tecnologías y los medios más avanzados, el eje que guía todas las actividades que realiza la Fundación en esta área.

Por lo que respecta al arte, Fundación Telefónica gestiona y mantiene el patrimonio artístico y cultural de la compañía. En este sentido, las colecciones que forman el patrimonio artístico del Grupo Telefónica están compuestas por obras de diferentes autores de prestigio pertenecientes a distintos movimientos artísticos que la Fundación conserva, cataloga, amplía con nuevas piezas y exhibe en exposiciones permanentes.

Durante el pasado año 2005 Fundación Telefónica ha diseñado, un programa de exposiciones temporales de alcance internacional para los espacios y salas que abre al público en diferentes ciudades como Buenos Aires, Santiago de Chile, Madrid o Lima. En el marco de esta tarea, destacan los acuerdos de intercambio y préstamo que la Fundación ha establecido con otras entidades nacionales e internacionales y que han llevado a estas exposiciones a viajar por diferentes ciudades y países.

Desde el comienzo de su actividad, Fundación Telefónica también ha cuidado el crecimiento y la conservación del patrimonio histórico-tecnológico de la compañía, formado a partir de piezas y equipos que han permitido la prestación del servicio telefónico a lo largo de los años. Este recorrido, que abarca desde la telegrafía hasta las últimas tecnologías de la información y la comunicación, es difundido por la Fundación de un modo didáctico y ameno, especialmente entre los más pequeños, desde el Museo de las Telecomunicaciones en España y el Núcleo Memoria Telefónica en Brasil.

Fundación Telefónica apoya la expansión de la lengua y la literatura en español a través de distintas iniciativas que han dado a conocer sus obras capitales y textos de referencia más relevantes.

La Fundación continúa además acometiendo el proyecto de situar en la Red los monumentos más representativos del patrimonio histórico-artístico de su entorno a través de arsVIRTUAL, un proyecto que lleva a los hogares de todo el mundo importantes obras arquitectónicas mediante técnicas de realidad virtual capaces de recoger hasta el más mínimo detalle.

En Perú, Fundación Telefónica, promueve y mantiene desde 1999 el portal "Peru Cultural" que tiene el objetivo de acercar al ciudadano común la riqueza de la cultura peruana. En 2005, este portal recibió más de cuatro millones de visitas.

CASO PRÁCTICO

Museos más visitados de la ciudad de Madrid

Datos en miles de visitantes

| | 2004 | 2005 |
|-----------------------|-------|-------|
| Museo del Prado | 2.001 | 1.966 |
| Reina Sofía | 1.445 | 1.590 |
| Thyssen | 683 | 643 |
| Arqueológico Nacional | 251 | 159 |
| Museo Telefónica | 122 | 132 |
| Sorolla | 85 | 66 |





Telefónica Accesible: cerca de las personas con discapacidad

En 2004, Telefónica puso en marcha el programa Telefónica Accesible como un proyecto integral para las personas con discapacidad. Este programa tiene por objeto hacer de Telefónica un Grupo plenamente accesible en todos sus procesos y contribuir activamente a la plena igualdad de oportunidades de las personas con discapacidad (se describe en el capítulo de sociedad).

Alianzas

Telefónica desarrolla el Plan Integral Telefónica Accesible en colaboración con el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI), la plataforma que agrupa a las principales asociaciones de personas con discapacidad, y que representa las realidades de este colectivo de 3,5 millones de españoles y sus familias.

Concienciación

El Grupo Telefónica tiene una gran capilaridad social y sus canales de comunicación con los grupos de interés alcanzan a un gran parte de las sociedades en que está presente. En este sentido se han promovido y realizado distintos documentos para la mejora de la formación de las personas, con el objetivo de fomentar el diseño para todos como la vía de hacer una sociedad inclusiva.

- En colaboración con el Comité Español de Representante de Persona con Discapacidad (CERMI) se ha editado el “Manual de comunicación para todos”, que contempla los problemas existentes en la accesibilidad de comunicación, las pautas que se deben seguir para

superarlos, los valores que deben regir las acciones, las técnicas y medios existentes para corregir la dificultad en la accesibilidad, así como las experiencias vividas por las propias personas con discapacidad.

- Junto con CEAPAT y coordinado por la Alianza para el Desarrollo Económico y Social, se ha realizado la guía “¡Pregúntame sobre Accesibilidad y Ayudas Técnicas!”, con la que se pretende ayudar a aplicar el diseño para todas las personas.
- En 2006 iniciará su andadura la Colección Telefónica Accesible, que tiene por objeto la difusión de información de interés general en relación con la discapacidad, y que está incluida en el acuerdo firmado con el CERMI. Los dos primeros títulos son el “Manual de Prácticas Psicopedagógicas para Centros de Educación Especial” y la “Guía de Recursos Universidad y Discapacidad”, ambos elaborados por ATAM.
- En colaboración con Feaps-Madrid, se ha realizado la publicación “Yo como tú” para conocer mejor a las personas con discapacidad intelectual, y junto con Ferececa se ha editado una guía de educación especial.
- Telefónica Móviles, la Fundación Telefónica y la Universidad de Comillas han realizado el estudio “Nuevas Tecnologías y Exclusión Social”, un análisis profundo sobre las posibilidades de las TIC en la lucha por la inclusión social en España.

Productos y servicios

La labor realizada por el Grupo Telefónica con la puesta en marcha de Telefónica Accesible supone una mejora en la calidad de vida de todas las personas, especialmente la de aquellas con alguna discapacidad, a través de unas telecomunicaciones para todos. Telefónica trabaja de manera constante para mejorar la accesibilidad de sus procesos, productos y servicios, y para hacer que sean, en definitiva, una mejora en la inclusión social y laboral de las personas con discapacidad.

Fundación Telefónica dispone de la publicación “Soluciones de comunicación para personas mayores y con discapacidad”, que trata de identificar las barreras que impiden la existencia de una auténtica igualdad de oportunidades para las personas mayores o con discapacidad.

Telefonía Móvil

Telefónica Móviles España ha editado también el “Catálogo de servicios móviles para la integración social”, que incluye más de 30 servicios ya operativos orientados a facilitar la inclusión social y a mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad, de las personas mayores, de las víctimas de la violencia doméstica, de las personas con problemas de salud y de las personas extranjeras residentes en España.

Adicionalmente, se ha puesto en marcha el portal Movistar Accesible donde se puede encontrar información sobre los servicios y teléfonos más accesibles de Movistar. A través de ella se puede conocer novedades relacionadas con la telefonía móvil, la discapacidad y el diseño para todos.

Telefonía fija y banda ancha

Telefónica ha desarrollado productos bajo el concepto de diseño para todos permiten a todo tipo de usuario tener acceso a los servicios de telefonía fija y banda ancha.

- El Teclón es un terminal que evita los acoplamiento con los audífonos, tiene teclas grandes, de marcación rápida, y luces para señalar las llamadas entrantes. De este modelo se pueden beneficiar personas mayores de 65 años y personas con ligera discapacidad visual y/o auditiva.
- Se ha desarrollado la pantalla de Videoteléfono, que funciona con cualquier teléfono convencional añadiendo imágenes a las conversaciones y con el que se facilita la comunicación entre las personas con discapacidad auditiva
- Telefónica de España ofrece la posibilidad de entregar la factura del servicio telefónico disponible al público en Braille, transcritas por la ONCE, para aquellas personas que tengan dificultades de visión. En Chile y Argentina también existe la factura en Braille

CASO PRÁCTICO

www.telefonica.es/accesible

Telefónica ha desarrollado el portal “Telefónica Accesible”, www.telefonica.es/accesible, como una herramienta puesta a disposición de la sociedad en la que se puede ver que está realizando el Grupo Telefónica en el ámbito de la discapacidad, así como todo aquello que puede ser de interés para este colectivo de personas y sus familias, como un centro de formación y legislación, noticias relacionadas con el sector, o acceso a publicaciones especializadas



Aplicaciones y ayudas técnicas

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) constituyen un medio idóneo para facilitar la integración social y laboral y mejorar la calidad de vida de las personas mayores o con discapacidad. Telefónica, en colaboración con organizaciones representativas del sector de la discapacidad, ha desarrollado soluciones que facilitan el acceso de las personas con discapacidad al ordenador y a la comunicación.

- Este es el objetivo del comunicador SICLA (Sistema Comunicador de Lenguajes Alternativos), desarrollado por la Fundación Telefónica, que permite acceder al ordenador y comunicarse a personas con parálisis cerebral o con dificultades motrices o de lectoescritura a través de un Sistema Alternativo de Comunicación.
- Dentro del Convenio Marco de colaboración existente con el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, a través del Inmerso, y la Fundación Telefónica se ha puesto en marcha la Unidad de Demostración de Equipos Adaptados del Centro Estatal de Autonomía Personal y Ayudas Técnicas (CEAPAT), donde hay equipos configurados con adaptaciones para distintos tipos de discapacidad.
- Telefónica Soluciones está desarrollando el Sistema de conversación artificial "Beethoven", que pretende la implementación y el estudio de viabilidad de un servicio de comunicación telefónica global (red fija, móvil e Internet) entre interlocutores sordos y oyentes, funcionando a través de tiempo real y a través de la red telefónica convencional.

- Telefónica Soluciones dispone, también, de etiquetas con caracteres magnificados para teclado en dos versiones, caracteres negros sobre fondo blanco y caracteres blancos sobre fondo negro (alto contraste), para personas con discapacidad visual.
- Por último, se ha desarrollado el Emulador de Teclado por barrido que es una aplicación informática que permite escribir sobre cualquier aplicación compatible con Windows, y el emulador de ratón (mejorado el manejo y escritura de los programas informáticos de las personas con movilidad reducida)

Observatorios sobre accesibilidad en nuevas tecnologías

Con el objetivo de analizar la evolución y situación de la Sociedad de la Información y las Tecnologías de la Información y Comunicación, Telefónica Soluciones pretende informar sobre la accesibilidad de los productos a través del Observatorio de Accesibilidad en Nuevas Tecnologías.

Las tecnologías de la información son complejas y su conocimiento requiere un grado de especialización importante, por lo que se ofrece no un Observatorio sino un conjunto de Observatorios, cada uno enfocado a un tipo de tecnología distinta. Inicialmente se presentan tres observatorios: Observatorio de Accesibilidad en Telefonía, Observatorio de Accesibilidad Web, Observatorio de Ayudas Técnicas.

Además de conocer la última tecnología en cada momento, Telefónica quiere ser un aliado social, abanderando el debate del impacto social de la tecnología y transformándose, desde un Grupo enfocado en el producto y la tecnología, en un Grupo enfocado en el cliente y la calidad de vida.

- Telefónica I+D pone a disposición de los usuarios, a través del portal Telefónica Accesible, el manual de “Diseño de páginas Web Accesibles: Procedimientos y herramientas”.
- Telefónica Soluciones ha participado en la depuración del Borrador de la norma “Directrices para el uso del Lenguaje de Signos en la Red” dentro del Grupo de Lenguaje de Signos en la Web. El documento complementa la norma UNE 139803:2004, que define los requisitos específicos para el caso de que los contenidos Web sean vídeos con lengua de signos. Gran parte de las personas sordas, usuarios de la lengua de signos, consideran que con este lenguaje la información se percibe de forma más confortable y fiable que en lenguaje escrito.
- Telefónica Soluciones participa activamente dentro del Subcomité 8 “Sistemas y Dispositivos para los Grupos de Tercera Edad y Discapacidad” de AENOR para la “Normalización de Interfaces de Usuario de Aplicaciones Informáticas para Personas con Discapacidad”, y la “Normalización de la Accesibilidad en Internet para Personas Mayores y con Discapacidad” en el desarrollo del manual de procedimiento de aplicación de las pautas WAI.

Integración Laboral

El Grupo Telefónica cumple con la obligación legal marcada por la Lismi de contratación del dos por ciento de la plantilla de personas con discapacidad.

En primer lugar a través del portal Mercadis, www.mercadis.es, se ofrece asesoramiento, información y recursos relacionados con el empleo de las personas que tienen algún tipo de discapacidad, además el Servicio de Integración Laboral de ATAM desarrolla metodologías, acciones y recursos encaminados a promover el acceso de las personas con discapacidad al empleo.

El Grupo Telefónica cuenta con Centros Especiales de Empleo SIAA en Atento, estando especializado en la de servicios de atención a clientes a través de plataformas multicanal o contact centers (teléfono, fax, internet...), y con el CEE Componentes electrónicos.

Por su parte Servitelco esta dedicada a servicios de gestión y apoyo a empresas que emplea a personas con discapacidad en sus centros especiales de empleo. Sus actividades están principalmente vinculadas al uso de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones.

Por último, Laveco es un centro especial de empleo de ATAM que desarrolla actividades industriales de servicios de limpieza y lavado de ropa para hoteles, residencias y hospitales, presta servicios de limpiezas industriales de edificios y, en general, servicios auxiliares de conservación y mantenimiento de edificios. El desarrollo de estos servicios se orientan hacia la integración social y laboral de las personas con discapacidad.

CASO PRÁCTICO

Lengua de signos en la Junta de Accionistas

Como consecuencia del compromiso de Telefónica con la accesibilidad de todos sus grupos de interés, se dispondrá de traducción en lengua de signos de todo lo que acontezca en la Junta General de Accionistas de Telefónica.

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) |

