2011

Informe de Sostenibilidad Corporativa

Juntos para transformar
... el desarrollo

Telefónica

2011

Informe de Sostenibilidad Corporativa

Telefónica

Sumario

Carta del Presidente 004

1. El informe 008
   - 1.1. Principios elaboración del Informe 010
   - 1.2. Perímetro de Consolidación de la Información contenida en este informe 012
   - 1.3. Estructura del Informe 014

2. Análisis de Materialidad 016
   - 2.1. Metodología de diálogo con los grupos de interés 018
   - 2.2. Matriz de Materialidad

3. La Sostenibilidad en Telefónica

Triple cuenta de resultados

4. Dimensión económica 024
   - 4.1. Motor de Progreso 030
   - 4.2. Gestión de Riesgos 032
   - 4.3. Código de Conducta 036
   - 4.4. Gestión de las Relaciones sostenibles con nuestros clientes 044
   - 4.5. Protección de datos y privacidad 050
   - 4.6. Buen uso de internet por niños y jóvenes 056
   - 4.7. La innovación en Telefónica 062
   - 4.8. Responsabilidad en la cadena de suministro

5. Dimensión Ambiental 070
   - 5.1. Green TIC en Telefónica 075
   - 5.2. Green desde las TIC 078
   - 5.3. Green con las TIC 082
   - 5.4. Gestión ambiental en Telefónica

6. Dimensión Social 088
   - 6.1. Nuestros profesionales 088
     - 6.1.1. Nuestros profesionales en cifras 089
     - 6.1.2. Formación y gestión del talento 091
     - 6.1.3. Clima laboral y compromiso 092
     - 6.1.4. Políticas y prácticas de conciliación laboral en Telefónica 095
     - 6.1.5. Atracción y retención del talento 097
     - 6.1.6. Retribución justa y reconocimiento al trabajo 098
     - 6.1.7. Comunicación y transparencia con nuestros empleados 098
     - 6.1.8. Libertad de asociación y diálogo social 100
     - 6.1.9. Gestión de la diversidad en Telefónica 105
     - 6.1.10. Líneas de acción 2011
   - 6.2. Inclusión Digital 108
     - 6.2.1. Acceso a zonas remotas 108
     - 6.2.2. Inclusión económica 110
     - 6.2.3. Discapacidad 114
     - 6.2.4. Acceso a la educación 115
     - 6.2.5. Brecha de salud 117
     - 6.2.6. Servicio universal 117
   - 6.3. Respuesta a situaciones de emergencia 118
   - 6.4. Proyectos sociales 120
     - 6.4.1. Fundación Telefónica 120
     - 6.4.2. El voluntariado en Telefónica 120
     - 6.4.3. Integración de las personas con discapacidad: ATAM 123
     - 6.4.4. Ability Awards de Telefónica 126
     - 6.4.5. Think Big 127
   - 6.5. Impacto de los servicios de telecomunicaciones 128
     - 6.5.1. Análisis externo de los impactos de las telecomunicaciones 128
     - 6.5.2. Análisis interno de los impactos de las telecomunicaciones 130
     - 6.5.3. Recomendaciones de uso responsable de las telecomunicaciones a nuestros clientes 131
   - 6.6. Stakeholders Engagement 132
     - 6.6.1. Cómo dialogamos 132
     - 6.6.2. Relaciones con nuestros accionistas 139
     - 6.6.3. Relaciones con el regulador: regulación y competencia 141

7. Informe de Progreso del Pacto Mundial 144

8. Indicadores Telefónica 152

9. Reconocimientos a la excelencia 154

10. Referencias GRI 156

11. Verificaciones y validaciones 168

La visión de César Alierta

Estimad@s amig@s:

Dentro del ADN de Telefónica está nuestra vocación de convertirnos en un aliado estratégico para el desarrollo tecnológico, económico y social de las sociedades en las que estamos presentes. Estamos convencidos de que nuestro sector está en el centro de la solución de los principales temas del planeta: allí donde hay TIC, se incrementa la productividad, se mejora la educación, se reducen los costes sanitarios y de la energía, y se impulsa la inclusión. En otras palabras: allí donde hay TIC, hay desarrollo.

Y en Telefónica, como compañía líder de Telecomunicaciones, queremos contribuir a ese desarrollo con dos líneas de trabajo. Con la primera, impulsamos la Sostenibilidad Corporativa, entendida como una estrategia basada en la creación de valor a largo plazo mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, social y ambiental (en línea con el concepto definido por el Dow Jones Sustainability Index)[1]. Con la segunda, a través de Fundación Telefónica, promovemos la acción social y cultural, especialmente a través de programas educativos para erradicar el trabajo infantil y para facilitar el acceso al conocimiento y la aplicación de las TIC[2].

En este documento, Ud. encontrará un resumen ejecutivo de nuestra actividad en 2011, resumen que hemos realizado atendiendo a las tres dimensiones básicas de la Sostenibilidad: Dimensión económica (cadena de suministro, códigos de conducta, protección de menores, y privacidad); Dimensión social (clima y compromiso, seguridad y salud, diversidad, inclusión digital y proyectos sociales); y Dimensión ambiental (eficiencia energética y servicios green), así como las referencias a cada uno de los diez principios que conforman el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Estamos firmemente convencidos de que nuestra compañía puede ser un motor de desarrollo y progreso de las sociedades y países en los que trabajamos. Nuestro reto es hacerlo cada día un poco mejor.

César Alierta
Presidente de Telefónica

[1] El informe de Sostenibilidad Corporativa está disponible en: http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/es/
[2] El informe de Fundacion Telefónica está disponible en: http://www.fundacion.telefonica.com/es/conocenos/informe_anual/index.htm

7,13	8,1% de los ingresos	66,7 millones de euros
Índice de Satisfacción del Cliente, mismo nivel que en 2010	destinados a innovación tecnológica	invertidos en formación de nuestros profesionales

Acerca del informe

Principios del Informe Anual 2011 de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa

Presentamos la décima Memoria Anual de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa de Telefónica. Esta publicación cubre los avances producidos en materia social, medioambiental y de buen gobierno a lo largo de 2011 y presenta los retos que nos marcamos para 2012.

Telefónica es uno de los operadores integrados de telecomunicaciones líder a nivel mundial en la provisión de soluciones de comunicación, información y entretenimiento, con presencia operativa en Europa y Latinoamérica. Está presente en 25 países y cuenta con una base de clientes que supera los 306,6 millones a diciembre de 2011. Es una empresa constituida en España en 1924 y totalmente privada, con más de 1,5 millones de accionistas directos y cotiza en el mercado continuo en las bolsas españolas (Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia) y en las de Londres, Nueva York, Lima y Buenos Aires. Ocupa la séptima posición en el sector de telecomunicaciones a nivel mundial por capitalización bursátil, la primera como operador europeo integrado, y la séptima en el ranking Eurostoxx 50, que agrupa las mayores compañías de la zona Euro, a 31 de diciembre de 2011.

Telefónica dispone de uno de los perfiles más internacionales del sector al generar más de un 60% de su negocio fuera de su mercado doméstico. Movistar, Vivo y O2 son las principales marcas bajo las que se articulará la oferta comercial de Telefónica en sus respectivos países: Vivo para Brasil, Movistar para España y el resto de Latinoamérica y O2 en UK, Irlanda, Alemania, República Checa y Eslovaquia.

Para la recopilación de la información cualitativa y cuantitativa de este Informe se han utilizado herramientas y desarrollos informáticos tanto internos como externos, destacando eSIF para temas relacionados con Recursos Humanos, Credit 360 para temas relacionados con clientes y comunidad y SAP para temas relacionados con Medio Ambiente. La implementación de estas herramientas nos ha permitido el autodiagnóstico y la verificación de cada dato desde su división de origen, así como seguir su trazabilidad, desviación y confianza a distintos niveles de agregación, pasando a su vez por dos procesos de chequeo y verificación tanto interna (Control de gestión/CFO en algunos países y la Dirección de Medio Ambiente y Sostenibilidad corporativa) como externa (Ernst & Young, Aenor).

La información que presentamos cuenta con verificación externa y toma los principios de Global Reporting Initiative (GRI) y AA1000 (APS) para su exposición, al ser los estándares más contrastados y utilizados en la elaboración de estas memorias, siempre con el ánimo de facilitar la comprensión, la comparabilidad y la máxima transparencia a nuestros grupos de interés.

Según Global Reporting Initiative (GRI)

En cuanto al Contenido:

El presente Informe Anual 2011 de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa se ha realizado usando los principios generales G3.1 dictados por el Global Reporting Initiative (GRI). En este capítulo, se expone brevemente cómo se han aplicado los principios de reporte del GRI-G3.1 a la hora de elaborarlo; detallando los principios para determinar el contenido y los principios para asegurar su calidad.

Con el fin de garantizar una presentación equilibrada y razonable del desempeño de la organización, se ha determinado el contenido que debe incluir la memoria. Esto se ha hecho teniendo en cuenta tanto la experiencia y el propósito de Telefónica, como los intereses de nuestros grupos de interés.

- **Materialidad:** La información contenida en la memoria cubre aquellos aspectos e indicadores que reflejan los impactos significativos, sociales, ambientales y económicos de Telefónica o aquellos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de nuestros grupos de interés, teniendo en cuenta tanto factores externos como internos.
- **Inclusividad de los grupos de interés:** Telefónica ha identificado a sus grupos de interés y describe en esta Memoria cómo ha dado respuesta a sus expectativas e intereses razonables.
- **Contexto de sostenibilidad:** Telefónica presenta su desempeño dentro del contexto más amplio de la sostenibilidad. Telefónica presenta su entendimiento sobre el significado del desarrollo sostenible y los incluye en los asuntos tratados en esta Memoria utilizando para ello información disponible y objetiva así como las mediciones de desarrollo sostenible, las condiciones y objetivos, la relación con la estrategia de la Compañía, los riesgos y oportunidades a largo plazo, los debates con grupos de interés sobre este aspecto, el desempeño en los distintos contextos geográficos en los que Telefónica está presente.
- **Exhaustividad:** la cobertura de los indicadores y aspectos materiales y la definición de la cobertura de esta Memoria son suficientes para reflejar los impactos sociales, económicos y ambientales significativos y para permitir que nuestros grupos de interés puedan evaluar el desempeño de Telefónica durante el periodo que cubre esta Memoria.

Para mayor información referente sobre esta Memoria y su contenido puede contactar con:
responsabilidadcorporativa@telefonica.es
www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blogs
www.youtube.com/rcysostenibilidad
www.twitter.com/rcysost
www.facebook.com/rcysostenibilidad

Si prefiere dirigirse a nosotros por correo postal, nuestra dirección es:
Reputación y Sostenibilidad Corporativas
Telefónica S.A. - Distrito Telefónica
Ronda de la Comunicación S/N - Edificio Oeste 2. Planta 1
28050 Madrid

En cuanto a la Calidad:

- **Equilibrio:** la memoria refleja los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para permitir una valoración razonable del desempeño general.
- **Comparabilidad:** la memoria y la información que contiene puede compararse con carácter anual a través de gráficos y tablas, indicando cuando procede las variaciones significativas de perímetro y cobertura que se han producido. Asimismo, el ATLAS RC favorece la comparabilidad de los indicadores considerados más relevantes en la gestión de la RC en Telefónica.
- **Precisión:** la información que contiene esta Memoria es precisa y suficientemente detallada en datos, fuentes, técnicas de medición, bases de cálculo, hipótesis y estimaciones, como para que nuestros diferentes grupos de interés puedan valorar el desempeño de Telefónica. Dicha información está contrastada con un Informe independiente de Ernst & Young.
- **Periodicidad:** la información se presenta siguiendo un calendario periódico de forma que nuestros grupos de interés puedan tomar decisiones con la información adecuada.
- **Claridad:** la información se expone de una manera comprensible y accesible para nuestros grupos de interés, de manera que puedan hacer uso de la memoria tanto por su vertiente de riesgos y oportunidades como por la de grupos de interés.
- **Fiabilidad / verificación:** la información y los procedimientos seguidos en la preparación de esta Memoria han sido recopilados, registrados, compilados, analizados y presentados a examen externo.

Según AA1000 (APS)

La Norma AA1000AS (2008) se elaboró con el objetivo de "garantizar la calidad del informe de sostenibilidad de la organización y de los procesos, sistemas y competencias que sirven de base para su ejecución por parte de toda la organización". Así, la verificación llevada a cabo por Ernst & Young se ha desarrollado bajo los principios definidos por la Norma:

- **Inclusividad:** referida a la participación de nuestros grupos de interés en el desarrollo y logro de una respuesta responsable y estratégica hacia la sostenibilidad.
- **Relevancia:** a través del cual Telefónica ha determinado la relevancia o importancia de un asunto para los grupos de interés.
- **Capacidad de respuesta:** esta memoria ofrece la respuesta de Telefónica a las demandas de nuestros grupos de interés, traducido en los hitos y retos de la Compañía en términos de sostenibilidad que se publican en este Informe.

Perímetro de consolidación de la información contenida en este informe

Este Informe Anual recoge la información más relevante que se ha producido en el año 2011 en términos de sostenibilidad y responsabilidad corporativa de Telefónica en sus vertientes económica, medioambiental y social en los países en los que Telefónica tiene operaciones de telecomunicaciones.

Telefónica es una empresa global con presencia en 25 países y 307 millones de clientes. En la Compañía trabjamos más de 286.000 profesionales, contamos con cerca de 15.000 proveedores y más de 1,5 millones de accionistas.

Durante el año 2011 se han producido importantes cambios en la estructura de nuestra empresa, de manera que el negocio de España ha quedado integrado dentro del área regional Europa y a su vez se han creado dos grandes áreas para dar respuesta a las oportunidades globales que se presentan a Telefónica. Estos dos segmentos son los de Telefónica Global Systems y Telefónica Digital. No obstante, ya que el cambio se produjo en los últimos meses de 2011 y para mantener el criterio de transparencia y comparabilidad con el año anterior en todos los proyectos y objetivos marcados, hemos decidido mantener la estructura de la información de España separada de la del resto de Europa, con la finalidad de que nuestros grupos de interés no pierdan información.

En el Informe Anual de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa queremos describir claramente el alcance de las operaciones que han sido consideradas, de manera que nuestros grupos de interés tengan conocimiento preciso del desempeño de Telefónica en materia de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa.

Desde la publicación del primer Informe Anual de Responsabilidad Corporativa en 2002, Telefónica siempre se ha presentado ante sus grupos de interés como una empresa de referencia mundial en el sector de las telecomunicaciones. Ésta es la razón por la que, desde ese primer Informe, siempre hemos incluido datos de nuestras operaciones en los distintos países en que la Compañía opera.

Informes locales de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad en los países:

Alemania	(desde 2006)	España	(desde 1999)
Reino Unido	(desde 2006)	Guatemala	(desde 2006)
República Checa	(desde 2006)	México	(desde 2006)
Argentina	(desde 2006)	Nicaragua	(desde 2006)
Brasil	(desde 2003)	Panamá	(desde 2006)
Colombia	(desde 2006)	Perú	(desde 2003)
Ecuador	(desde 2006)	Uruguay	(desde 2009)
El Salvador	(desde 2006)	Venezuela	(desde 2006)

El Informe Anual 2011 de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad recoge información económica, medio ambiental y social de todos los países donde estamos presentes. Para ello, en Telefónica contamos con un sistema on line para la coordinación y consolidación de la información recibida de cada país para cada uno de los indicadores, tanto cualitativos como cuantitativos. Dicho sistema permite su análisis para cada uno de los países en los que se desarrollan las actividades de manera comparable, ponderada y medible, siempre con la finalidad de usarlo como herramienta de gestión. La puesta en marcha de dicho sistema corporativo ayuda también a mejorar el proceso de revisión externa del Informe.

El origen de la información para cada uno de los capítulos de este informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad 2011 es el siguiente:

- **Información económica y financiera:** procede de las mismas fuentes que elaboran la información que se incluye en el Informe Financiero 2011, auditado por Ernst & Young. El perímetro de consolidación de esta información incluye todos los estados financieros de Telefónica, teniendo en cuenta que todos los datos de EBITDA de los negocios se presentan antes de gastos de gerenciamiento y de marca, y en el caso de España incluyen 2.671 millones de euros de la provisión por gastos de reestructuración de plantilla en España en el tercer trimestre de 2011. El CapEx incluye las adquisiciones de espectro en Brasil, Colombia y Costa Rica. En los resultados de Telefónica Latinoamérica, hay que tener en cuenta que incluyen desde el segundo trimestre del año, y con efectos retroactivos desde el 1 de enero de 2011, la consolidación global de TVA, compañía que ya formaba parte del perímetro de consolidación de Telefónica desde el cuarto trimestre de 2007.

- **Gobierno Corporativo y accionistas:** procede de las mismas fuentes que elaboran la información que se incluye en el Informe Anual de Gobierno Corporativo. En dicha información, el perímetro corresponde al Grupo Telefónica.

- **Innovación:** se consolida a través del área corporativa de Innovación de Telefónica S.A., en colaboración con Telefónica I+D. Las fuentes de los datos de inversión en innovación proceden de los sistemas de compras y son consolidados sin aplicar ningún criterio de proporcionalidad. Al tratarse de datos económicos, el perímetro se corresponde con el de la información económica descrito en el punto anterior.

- **Clientes:** procede de los propios sistemas de control de calidad de Telefónica S.A., y por los de operaciones de Telefónica Latinoamérica y Telefónica Europa. Hay que señalar que el número de accesos totales de Telefónica no tiene por qué coincidir con la suma parcial de los mismos, país a país, ya que, con criterios de homogeneización, el área de Control de Gestión corporativo debe estandarizar algunos criterios de contabilización de accesos. El criterio de estandarización ha sido el siguiente: RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30 incluyendo autoconsumo, inclusión de la totalidad de los accesos "fixed wireless", inclusión de Voz sobre IP y ADSL Libre, contabilización como banda ancha de ADSL, satélite, fibra óptica, cable modem y circuitos de banda ancha, contabilización de clientes Pay-TV como la suma de accesos televisión por cables + accesos televisión IPTV + accesos televisión satelital (DTH), incluye bucles alquilados por T O2 Alemania y de mayoristas de Línea Telefónica (AMLT) en España.

- **Empleados:** procede de los sistemas de gestión de Recursos Humanos, y en este Informe se utiliza el concepto de personas, en lugar del de empleado equivalente que se suele utilizar en los informes financieros. En aquellos casos en los que la información se presenta consolidada, se utiliza la cifra de empleados como factor de proporcionalidad. Este capítulo incluye todo el perímetro económico del Grupo Telefónica, aunque para algunos parámetros de gestión se excluye Atento por la distorsión que provoca sobre alguna información su naturaleza de negocio, tan diferente de la operadora de servicios de telecomunicaciones, verdadero core business de la Compañía. En todos los indicadores en los que se excluye Atento se especifica claramente a pie de tabla.

- **Medio ambiente y cambio climático:** procede de las áreas de Medio ambiente y Operaciones de cada uno de los países. Dicha información se recibe a través de cuestionarios on line y otro tipo de soportes informáticos que se ponen a disposición para las diferentes empresas y países. La información se consolida por suma simple, y, en el caso de cambio climático, teniendo en cuenta los factores de emisión del GHG Protocol. Dicho capítulo incluye todas las operadoras de telecomunicaciones del perímetro del Grupo Telefónica, incluyendo también la sede central -Districto Telefónica- y Telefónica S.A.

- **Proveedores:** procede directamente del sistema de adjudicación de contratos a través de las áreas de compras. La consolidación de la información se realiza sin aplicar ningún criterio como factor de proporcionalidad, presentándose la información desglosada por países o por líneas de negocio. Dicho capítulo incluye todo el perímetro económico del Grupo Telefónica. Es importante destacar la diferencia entre los datos de "aprovisionamientos" en las cuentas consolidadas de los estados financieros (de acuerdo al criterio de devengo y el perímetro de consolidación contable de Telefónica S.A.) y el criterio de "compras adjudicadas" que hemos usado en distintos apartados de este informe y que se refiere a las compras que son aprobadas en el periodo, independientemente de su criterio de contabilización y periodificación como gasto.

- **Inclusión digital:** procede de los propios sistemas de control de calidad, operaciones y regulación de Telefónica España, Telefónica Latinoamérica y Telefónica Europa. Asimismo, se incluye en dicho perímetro Telefónica I+D y las iniciativas de Fundación Telefónica que fomenten la innovación social.

- **Acción social:** procede de Fundación Telefónica, ATAM, las unidades de patrocinios de Telefónica S.A. y las propias emprendidas desde el área de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad. Esta información está verificada de acuerdo al estándar internacional London Benchmarking Group (LBG) con la finalidad de proporcionar una estandarización que facilite la comprensión del lector de factores que a veces resultan difíciles de comparar y calificar, como son las inversiones en tiempo y en gestión.

- **Tipos de cambio:** toda la información de este Informe se presenta en euros corrientes, salvo indicación contraria. Los tipos de cambio empleados han sido los medios anuales de cada periodo.

Actividades de servicios expuestos en este Informe

El Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad incluye las actividades de servicios de telecomunicaciones desarrolladas directamente por Telefónica en los diferentes países en los que opera y cuyos ingresos consolida globalmente. El análisis del impacto de las respectivas líneas de negocio en sus grupos de interés concluye que son las unidades de negocio de telefonía fija y telefonía móvil las que tienen un impacto más material en sus grupos de interés. Toda la información no financiera referente a los países que se incluye en este informe se refiere, por tanto, a los negocios de telecomunicaciones fijas y móviles y en los casos concretos en los que se incluyen datos consolidados que contienen más empresas (Terra, Atento, etc.) se expresa así específicamente a pie de tabla.

Por primera vez se incluye en todo el perímetro de consolidación a Vivo en Brasil, tanto para los doce meses de 2010 como para los doce meses de 2011, así como las operaciones en Eslovaquia, donde telefónica ha superado ya el millón de clientes y, por tanto, pasa a ser considerada como operación relevante.

Excepciones a este perímetro

Existen algunas operadoras de telefonía cuya información no se incluye en el informe debido a que el porcentaje de accionariado es muy inferior al 50% y no se tiene el control de la misma:

- **China Unicom:** empresa donde Telefónica tiene una participación estratégica del 5,38%.

- **Telecom Italia:** empresa donde Telefónica tiene una participación estratégica del 10,36%.

- **La información de Atento** se incluye en algunos indicadores de Recursos Humanos por la relevancia que esta empresa tiene sobre el total de plantilla de Telefónica. No obstante, al tratarse de una actividad ajena a los servicios de telecomunicaciones que podría distorsionar la transparencia y comparabilidad de los negocios core de Telefónica con sus homólogos y competidores, y el hecho de que la compañía ha comunicado a la CNMV si intención de vender una participación de control de la misma, nos han inclinado por no incluir Atento en el análisis de ciertos indicadores donde la diferente naturaleza del negocio distorsionaría la comparación de la gestión de dichos indicadores de Telefónica con el resto de empresas del sector y con ejercicios anteriores y posteriores.

De acuerdo al criterio de impacto relativo, las unidades de Telefónica de Contenidos (Telefe, Telefónica Servicios de Música o Telefónica Servicios Audiovisuales), Telefónica I+D o T-Gestiona no se incluyen en el informe, salvo que se mencionen explícitamente o se haga referencia al Grupo. Otras empresas sobre las que Telefónica no informa son Lycos Europa (32,1%) o Amper (6,10%).

Inclusiones extraordinarias al perímetro en este Informe

Se ha analizado para cada grupo de interés si existen unidades dentro del Grupo Telefónica que puedan tener un impacto significativo, concluyendo que son las siguientes:

- **Telefónica I+D** en el capítulo de Innovación Tecnológica.

- **Atento** en el capítulo de Empleados.

- **Fundación Telefónica** y **ATAM** en el capítulo de Comunidad.

- **Telefónica S.A**. como centro corporativo en los capítulos de Accionistas y Stakeholder Engagement.

Estructura del Informe

Para el ejercicio de 2011, en Telefónica presentamos un año más nuestro Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad construido sobre los pilares de credibilidad, rigor y transparencia.

Se trata de un informe de gestión, que incorpora las mejoras y avances realizados en materia de sostenibilidad, seguimiento de resultados y valoración del cumplimiento de los objetivos y retos y compromisos asumidos por la Compañía.

El informe presenta, en primer lugar, el análisis de materialidad basado en las recomendaciones de la norma AA1000 para identificar aquellos aspectos que resultan más relevantes para la sostenibilidad de Telefónica, así como el posicionamiento estratégico de la Compañía en materia de Sostenibilidad y su estructura organizativa global.

Posteriormente presentamos el informe de Sostenibilidad de Telefónica desde la perspectiva de triple cuenta de resultados, aportando indicadores e informes de gestión de los avances más significativos producidos en la Compañía en materia de sostenibilidad económica, medioambiental y social. Para ordenar las distintas categorías y subcategorías hemos tenido en cuenta la clasificación estándar de SAM para el índice mundial Dow Jones Sustainability Index (DJSI), con la idea de proporcionar al lector una más fácil comparación de los impactos con que se producen en otras empresas líderes en temas de sostenibilidad.

A modo de resumen y para una más rápida representación cuantitativa de los aspectos materiales de Telefónica en materia de sostenibilidad económica, medioambiental y social, se ofrece una tabla con la evolución de los indicadores básicos (KPIs) en los últimos tres años.

Al igual que en años anteriores, se incluye también la Comunicación de progreso de los Principios del Pacto Mundial y los indicadores GRI asociados a dichos Principios. Buscamos mantener un criterio general, global e intersectorial que permita al lector la comparabilidad, mejore la transparencia de las acciones realizadas, y refleje los avances en la gestión, siguiendo el espíritu de los informes de progreso del Pacto Mundial.

El análisis de todos los impactos se fundamenta en los principios de inclusividad, de materialidad, y de respuesta (principios del estándar AA1000), así como en la guía de elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.1, que se adjunta en este informe y refiere a las respuestas dadas en los y se adjuntan las cartas de verificación externa de la información ofrecida a lo largo de toda esta Memoria.

Informe de sostenibilidad de Telefónica 2011

- Informe financiero y de gestión
- Informe de Gobierno Corporativo
- Aspectos materiales de sostenibilidad
- Impacto económico
- Impacto ambiental
- Impacto social
- GRI 3.1 AA1000
- Verificaciones externas

Metodología de diálogo con los grupos de interés

Conocer los temas que más preocupan a nuestros grupos de interés es la base que utilizamos en Telefónica para priorizar los proyectos de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa, así como para definir y adaptar la estrategia en estos temas.

La práctica normalizada del diálogo con nuestros grupos de interés nos ayuda a mitigar riesgos, identificar nuevas oportunidades de negocio y mejorar nuestros resultados económicos. El resultado de estas relaciones a largo plazo establecidas bajo los criterios de transparencia y responsabilidad es una de las bases que forman el análisis de materialidad de nuestra compañía que conforma esta Memoria.

Entre nuestros grupos de interés se encuentran todas aquellas personas, asociaciones e instituciones que o bien afectan la actividad social de Telefónica o son afectadas por la misma. Entre ellos distinguimos a nuestros clientes, nuestros empleados, nuestros accionistas y nuestros proveedores, así como las distintas organizaciones sectoriales, gubernamentales y no gubernamentales con las que mantenemos una estrecha colaboración como corresponde a una organización tan relevante como es Telefónica para el desarrollo de las comunidades en las que operamos.

El lector puede encontrar una información más detallada acerca de cómo se concretan las acciones de diálogo habitual con nuestros stakeholders en el capítulo Stakeholder Engagement de esta memoria.

Encuesta sobre aspectos materiales para públicos expertos

En el mes de enero de 2012 se realizó una encuesta online a públicos expertos sobre los asuntos de materialidad de Telefónica en Diario Responsable. Durante tres semanas estuvo a disposición de los lectores del diario y se enlazó en todos los canales de comunicación y redes sociales de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa de telefónica en los distintos países en los que operamos.

Los principales objetivos del proyecto han sido dos:

- Conocer desde la perspectiva de los públicos expertos las valoraciones y posibles mejoras en los indicadores de materialidad para la memoria 2011 de Telefónica.
- Aprovechar para obtener, entre estos públicos, una valoración global del conjunto de la memoria 2010, así como algunas preguntas en abierto sobre otras posibles temáticas de interés.

Como resultado, obtuvimos un total de 334 cuestionarios completados total o parcialmente por un público experto compuesto de: 32% profesionales del campo de la Sostenibilidad y la RSC, 22% de profesionales de la enseñanza, 21% de profesionales de la comunicación, y 12% del Tercer Sector (ONGs). De éstos, el 58% contestó desde España, el 27% desde Latinoamérica y el resto desde otros países europeos.

Las conclusiones que emanaron de estos cuestionarios son que los indicadores presentados como base para realizar nuestra matriz de materialidad están en clara sintonía con el nivel de relevancia dada por los expertos consultados, y que la gran mayoría de los temas que tratamos son considerados en porcentajes elevados, como muy o bastante relevantes. Todos estos temas son tratados a lo largo de esta Memoria.

Los indicadores considerados más relevantes por el público de expertos han sido, por este orden: protección de menores, transparencia en tarifas, privacidad y Green ICT.

Los indicadores propuestos que han generado menos consenso han sido: campos electromagnéticos y *marketing* responsable.

Por lo que respecta a las respuestas no sugeridas sobre los temas de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa asociados a Telefónica, los más destacados han sido: transparencia, aspectos vinculados a las políticas de empleo de nuestra compañía, y otros aspectos relacionados con la atención al cliente.

La transparencia se ha vinculado en las respuestas sobre todo a la retribución de los consejeros y directivos de la Compañía. Sobre este tema damos completa información en el Informe de Gobierno Corporativo y el Informe sobre la Política de Retribuciones del Consejo de Administración de Telefónica que es adjunta a esta Memoria y que usted puede consultar pinchando aquí.

Los aspectos vinculados a las políticas de empleo que nos han señalado han sido: las políticas de estabilidad de empleo y mantenimiento de los puestos de trabajo, prioritariamente, la integración y la conciliación de la vida laboral y familiar, y las políticas de igualdad que sigue la compañía. Las respuestas a estos aspectos se recogen en esta Memoria, principalmente en los capítulos de Diversidad y Relaciones con nuestros profesionales.

Respecto a los aspectos relacionados con la atención al cliente que nos han sugerido en las encuestas destaca: las acciones concretas para el periodo de crisis, la mejor gestión de las reclamaciones, la gestión de las bajas y las tarifas especiales para colectivos con dificultades. Las respuestas a estos aspectos se recogen en esta Memoria, en los capítulos de Innovación social y Relaciones sostenibles con nuestros clientes.

Queremos destacar que, en la nube de *tags* que surge de la puesta en común de todas las sugerencias abiertas que se han solicitado para la confección de esta Memoria 2012, las palabras más repetidas dentro de los ámbitos de gestión de la sostenibilidad han sido: transparencia, protección, privacidad y compromiso.

diario_responsable

Grupo de interés identificados	Metodología de diálogo	Algunos ejemplos de diálogos
Clientes	A través de los canales de diálogo que establecemos en el momento de la venta y a través de los servicios de atención al cliente, seguimiento de la satisfacción, SDC, así como de las direcciones de *marketing* y estudios de mercado, foros de debate y áreas de encuentro con el fin de conocer la experiencia de consumo de nuestros productos y servicios en materias de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa.	http://info.telefonica.es/es/servicio_defensa_cliente/html/ http://www.telefonica.com.br/residencial/atencaoaoclien-te/faleconosco/ombusdman/ http://forum.o2.co.uk/ http://www.movistar.com.mx/Contacto-Foro-Conectados#ForoConectados http://www.movistar.com.ar/foro/web/guest/foro https://twitter.com/#!/search/users/Telef%C3%B3nica https://twitter.com/#!/search/users/O2
Empleados	A través de la encuesta anual a todos nuestros profesionales donde figuran cuestionarios específicos sobre materias de sostenibilidad y ética.	https://twitter.com/#!/UniversitasTef
Accionistas	Mediante continuadas reuniones, tanto individuales como colectivas, con inversores institucionales y analistas sectoriales, así como con canales *online* para conocer los temas que resultan más relevantes a la comunidad inversora y dar respuesta a sus preguntas, de manera que podemos establecer canales de comunicaciones directos y continuados en el tiempo.	http://www.telefonica.com/es/shareholders_investors/jsp/home/home.jsp http://serviciosaccionistas.telefonica.es/Registro.do?idioma=es http://www.telefonica.com/es/shareholders_investors/html/presentaciones/confinversores.shtml http://www.telefonica.com/es/shareholders_investors/html/presentaciones/index_foros.shtml
Proveedores	A través de la encuesta bianual de Satisfacción de Proveedores, y las evaluaciones de calidad incluidas dentro de los sistemas de calidad de las distintas operadoras.	http://www.telefonica.com/es/suppliers/html/modelo_compras/como_ser_proveedor.shtml
Organizaciones sectoriales	Participamos activamente en foros y asociaciones que debaten sobre los temas particulares de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa que afectan a nuestro sector con el objetivo de mejorar las mediciones, estandarizar indicadores y compartir las mejores experiencias.	Global e-Sustainability Initiative (GeSI) GSMA y GSM Europa CSR Europa International Telecommunication Union (ITU) ETNO (European Telecomunicacion Network Operators)
Organizaciones gubernamentales	El diálogo se articula principalmente por geografías, agrupando a los diferentes interlocutores según su ámbito de acción: locales, regionales, nacionales y globales. Dentro de cada campo de actuación mantenemos un diálogo fluido con los responsables de los servicios de telecomunicaciones, de innovación, de consumo, educativas, sociales, reguladoras y económicas, etcétera.	A través de las unidades de Relaciones Institucionales y Regulación en las distintas operaciones de Telefónica.
Organizaciones no gubernamentales y Fundaciones	Acuerdos de colaboración y dialogo continuo. Son los principales prescriptores de productos y servicios desarrollados en Telefónica para personas con alguna discapacidad.	ONCE y su Fundación ASPAYN Granada CNSE y su Fundación FIAPAS FAPS CERMI
Público profesional	La opinión de los públicos expertos en temas de sostenibilidad y responsabilidad corporativa es muy constructiva para la identificación de asuntos materiales. En este sentido, se ha encargado una encuesta en la revista profesional Media Responsable por la que recibimos 334 cuestionarios que opinaban sobre los indicadores de materialidad de Telefónica y su política de transparencia, así como nuevas áreas de interés para estos expertos.	Matriz de materialidad

Matriz de Materialidad

Realizamos el análisis de asuntos materiales basándonos en el sector, nuestra estrategia y las expectativas de los grupos de interés. Luego priorizamos los resultados en función del impacto de nuestra estrategia, reforzada con el nuevo programa Bravo!+

Para la elaboración de nuestro 9º Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad, y dando continuidad al ejercicio del año pasado, elaboramos un análisis de asuntos materiales (conforme a la norma AA1000AS) con el objetivo de enfocar este nuevo informe en aquellos temas que son relevantes, atendiendo a las demandas e inquietudes de nuestros Grupos de Interés

El estudio de materialidad, se realizó en dos fases diferenciadas.

Una primera identificación basada en un análisis del sector de telecomunicaciones, nuestra estrategia como compañía y las expectativas de los grupos de interés, que permitió detectar hasta 48 asuntos relevantes.

Para este análisis se utilizaron diversas fuentes:

- Exigencias y requisitos de organismos internacionales como la OCDE, OIT, Comisión Europea y Agendas Digitales
- Índices de inversión como el Dow Jones Sustainability Index y FTSE4Good.
- Informes de analistas de la industria.
- Análisis de riesgos de Telefónica.
- Análisis de resultados financieros.
- Revisión de proyectos en el seno de la Oficina Principios de Actuación Corporativa y Locales.
- Encuesta materialidad público experto.
- Diálogo con nuestros grupos de interés. Además de los paneles de diálogo *multistakeholder* realizados en la mayoría de los países sobre el Informe de Responsabilidad Corporativa u otros temas claves, en 2010 se consolidaron los canales de diálogo 2.0 (web , blogs, Twitter, YouTube , Flickr).

En una segunda fase, los resultados inicialmente obtenidos fueron priorizados en función de dos variables:

- **1.** Impacto actual o potencial en nuestra estrategia: Las prioridades estratégicas que se ven reforzadas con el nuevo programa Bravo!+ son:
  - Capturar las oportunidades digitales.
  - Reforzar la rentabilidad y sostenibilidad del negocio.
  - Agilizar la toma de decisiones simplificando los procesos.

  La transformación con Bravo!+ se despliega alrededor de cinco nuevos comportamientos:
  - **+Cliente:** Ofrecemos la mejor experiencia a nuestros clientes y convertimos el conocimiento que disponemos de ellos en una ventaja para ambos, Telefónica y clientes.
  - **+Digital:** Adoptamos las tecnologías más innovadoras para capturar las futuras oportunidades en nuestro sector.
  - **+Global:** Capturamos todos los beneficios de nuestra escala global.
  - **+Ágil:** Tomamos decisiones y las ponemos en marcha de manera rápida, simple y enfocada. Esto nos permitirá disponer de una organización y procesos de decisión claros y sencillos, con una menor burocracia y contar con unos profesionales motivados y comprometidos.
  - **+Líder:** Marcamos tendencia para ser la mejor compañía global de comunicaciones del mundo digital.
- **2.** Nivel de interés de nuestros grupos de interés.

1. El origen del análisis de materialidad se encuentra en el estudio"The contribution the ICT Industry Can Make to Sustainable Development" encargado por Global eSustainability Initiative (GeSI) y realizado por Business for Social Responsibility (BSR).
2. www.rcysostenibilidad.com

El ejercicio de priorización se efectuó con las unidades responsables de la gestión de los asuntos materiales inicialmente identificados, además de aplicarse un filtro de análisis de riesgo país, consistente en la evaluación del impacto en la estrategia y en la reputación.

Los resultados obtenidos han confirmado la importancia para nosotros de aspectos como la privacidad y protección de datos, el buen uso de internet por niños y jóvenes y Green ICT.

En la matriz de materialidad que se muestra aparecen los temas con un impacto medio-alto tras el análisis realizado, bajo la óptica de público experto. El desarrollo de estos temas se pueden encontrar a lo largo de este informe.

Dimensión Económica: Responsabilidad Cadena de Suministro,Integridad y Códigos de Conducta, Buen uso de internet por niños y jóvenes, Protección de Datos y Privacidad.

Dimensión Social: Diversidad, Seguridad y Salud, Inclusión Digital.

Dimensión Ambiental: Eficiencia energética, Servicios eficientes, Innovación Green, Gestión Ambiental.

Matriz de materialidad (*)

1. Protección de Datos y Privacidad
2. Buen uso de internet por los niños y jóvenes
3. Campos electromagnéticos
4. Green TIC
5. Código de Conducta
6. Transparencia
7. Calidad de Servicio
8. Cadena de Suministro
9. Diversidad
10. Marketing Responsable
11. Inclusión Digital
12. Accesibilidad
13. Gestión Ambiental

* Encuesta sobre aspectos materiales para grupos expertos (334 cuestionarios completados).

La sostenibilidad en Telefónica

La competitividad de la Compañía mejora como resultado de 13 proyectos clave vinculados a la sostenibilidad desde una doble perspectiva de gestión del riesgo y la oportunidad.

Durante 2011, continuamos avanzando en nuestro enfoque de sostenibilidad, en línea con el principal índice de inversión responsable, el Dow Jones Sustainability Index (DJSI): "La sostenibilidad corporativa es un enfoque de negocio que persigue crear valor a largo plazo para los accionistas mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social".

La sostenibilidad es un activo intangible fundamental para la creación de valor. Esto se pone de manifiesto a través de la transparencia y la competitividad. La transparencia nos permite generar confianza en los mercados y, en general, entre nuestros grupos de interés. La competitividad de la empresa mejora gracias a la optimización de los costes y el incremento de los ingresos que se produce mediante 13 proyectos clave vinculados a la sostenibilidad desde una doble perspectiva de gestión del riesgo y la oportunidad.

La Gestión de los Riesgos asociados al incumplimiento de los Principios de Actuación, que son la norma básica de conducta que rige las relaciones de la Compañía con sus grupos de interés, la Gestión de las Oportunidades para maximizar los ingresos y con un objetivo claro de contribución a la sociedad, todo ello con un Compromiso con los grupos de interés que pasa por potenciar la comunicación transparente y el diálogo efectivo para así construir relaciones de confianza, que permitan impulsar el progreso económico, tecnológico y social utilizando las TIC y generar valor a la Compañía.

Por todo ello, este año hemos evolucionado a un modelo de reporte bajo la perspectiva de la triple cuenta de resultados –dimensión económica, social y ambiental–, dando respuesta de forma integrada al DJSI y GRI A+, y verificado externamente bajo el criterio de la AA1000.

Estructura organizativa

En Telefónica, la gestión de la Responsabilidad y Sostenibilidad Corporativa forma parte de las competencias de la Secretaría General Técnica de la Presidencia, área encargada de desarrollar y gestionar los intangibles de la Compañía y con presencia en el Comité Ejecutivo.

Para afianzar estos asuntos dentro de la organización, de modo que formen parte de su ADN, la Compañía cuenta con una Comisión en el Consejo de Administración. De hecho, Telefónica fue la primera empresa del Ibex-35 con este órgano, creado en junio de 2002. La Comisión de RRHH, Reputación y Responsabilidad Corporativa está compuesta por 5 Consejeros (4 independientes y 1 dominical), y se reúne periódicamente y siempre que el Consejo solicite su intervención.

Consejeros

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

*Presidente de la Comisión

Funciones de esta Comisión

Impulsar la implantación de los valores de la Compañía

- Impulsar la correlación de los valores con la identidad de Telefónica.
- Supervisar la incorporación de los valores en las operaciones, especialmente en las áreas vinculadas con la gestión de los intangibles.
- Conocer el grado de identificación de los grupos de interés con los valores.

Impulsar el desarrollo del proyecto de Reputación Corporativa

- Monitorizar los riesgos de reputación.
- Monitorizar la percepción de los grupos de interés.
- Trasladar los resultados de estudios de reputación al Consejo de Administración.
- Fomentar la participación de Telefónica en iniciativas y foros, especialmente la monitorización de la presencia de la Compañía en índices de inversión socialmente responsable.

Asegurar el comportamiento ético y responsable de Telefónica

- Supervisar la difusión e implantación de los Principios de Actuación en todas las líneas de negocio y países en los que opera el Grupo.
- Impulsar la adopción de políticas corporativas comunes en materia de Sostenibilidad que derivan de los Principios.

Impulsar la verificación del Informe Sostenibilidad o balance de activos intangibles del Grupo

- Activar la medición del desempeño de Telefónica en la gestión de los activos intangibles (ética, valores, sostenibilidad, identidad...).
- Impulsar la transparencia a través de los Informes de Sostenibilidad, monitorizando el cuadro de mando de indicadores que afectan a las relaciones de Telefónica con sus grupos de interés.
- Informar al Consejo de Administración de los resultados alcanzados, así como el reporte de los mismos en los órganos de gobierno.
- Recibir de los verificadores externos sus opiniones sobre la verificación de los informes de Sostenibilidad.

Triple cuenta de resultados

Triple cuenta

Dimensión económica

Motor de progreso

Durante 2011, a pesar de las dificultades macroeconómicas, Telefónica incrementó su papel como motor de progreso de las sociedades en las que estamos presentes en un 8,3% contribuyendo así al desarrollo económico, social y tecnológico de las comunidades donde operamos.

El incremento de las entradas en 2011 se produce tanto por los ingresos procedentes de clientes como por desinversiones estratégicas.

Por el lado de los ingresos por clientes (+6,0%), el buen comportamiento se debe a la elevada diversificación de nuestra oferta comercial y al crecimiento general en Latinoamérica, que se ha convertido en la región más relevante para Telefónica en términos de crecimiento. Desde el punto de vista comercial, destaca nuevamente el fuerte avance de los datos móviles en todos los mercados en el comportamiento de las entradas.

En el lado más negativo del comportamiento de los ingresos se ha encontrado España, que presentó una caída de ingresos del -7,6% como consecuencia de la fuerte competencia en el mercado y del deterioro de las condiciones económicas del país. No obstante, el claro compromiso de sostenibilidad que tiene nuestra compañía supuso que, a pesar de las dificultades, invirtiéramos en España unos 3.000 millones de euros durante este difícil año para el despliegue de redes de banda ancha de alta velocidad y la adquisición del mejor espectro del mercado, lo que significa un 17% de las ventas del periodo.

En 2011 llama la atención el fuerte crecimiento de las desinversiones (157,1%). Se trata principalmente de las ventas de torres no estratégicas en el marco de una serie de iniciativas desarrolladas por los negocios para optimizar el uso del capital, así como la reducción parcial de nuestra exposición económica en Portugal Telecom y la venta de algunos activos no estratégicos de Telefónica de España.

El aumento de las entradas al año anterior, a pesar de la fuerte competencia y de la regulación adversa, permitió a la Compañía incrementar respecto los recursos de todos nuestros stakeholders: empleados (+7,5%), accionistas (+11,7%), proveedores (+6,6%), entidades financieras (8,1%) y administraciones públicas (+6,0%), así como destinar más recursos a las inversiones que garantizarán el futuro de la Compañía (+1,6%). Además, 140 millones de euros fueron destinados a inversiones en la comunidad, lo que supone un 0,18% de todo lo ingresado en el periodo.

Motor de progreso

En millones de euros.

Notas:
Todos los datos en millones de euros.
La información de este gráfico está calculada con criterio de pagos y toma en cuenta el perímetro de consolidación contable auditado en los estados financieros de Telefónica.
Los salarios de empleados no coinciden con los incluidos en la tabla de indicadores, donde aparecen netos de pagos a la Seguridad Social.

Contribución al progreso

Ingresos · Aprovisionamientos · Salarios · Aportaciones fiscales · Inversión

Todos los datos económicos en millones de euros

		Impacto económico	Ingresos/PIB	Magnitudes	
España 2010	Ingresos	18.880,6	1,8%		
	Pagos	4.383,2 · 3.368,4 · 2.021 · 2.021			
2011	Ingresos	17.431,3	1,7%	Empleados	54.879
	Pagos	4.256,2 · 5.785,6 · 2.576,1 · 2.021		proveedores adjudicatarios	2.480,0
				% compras locales	89,2%
				Accesos (miles)	47.055,7
Alemania 2010	Ingresos	4.791,8	0,2%		
	Pagos	1.872 · 674,1 · 201 · 2.057			
2011	Ingresos	5.000,6	0,2%	Empleados	6,021
	Pagos	2.007,8 · 444,1 · 424,6 · 558		proveedores adjudicatarios	1.411,0
				% compras locales	62,8%
				Accesos (miles)	24.486
Irlanda 2010	Ingresos	829,3	0,5%		
	Pagos	231,4 · 88,4 · 104 · 60			
2011	Ingresos	712,2	0,5%	Empleados	1.145
	Pagos	188,7 · 70,5 · 84,4 · 61		proveedores adjudicatarios	441,0
				% compras locales	89,1%
				Accesos (miles)	1.647,2
Reino Unido 2010	Ingresos	7.353,8	0,4%		
	Pagos	3.751,9 · 609,7 · 639,1 · 717			
2011	Ingresos	7.076,6	0,4%	Empleados	11.458
	Pagos	3.578,7 · 577,9 · 707,8 · 732		proveedores adjudicatarios	1,556,0
				% compras locales	66,7%
				Accesos (miles)	23.030,7
República Checa 2010	Ingresos	2.060,9	1,4%		
	Pagos	541,9 · 272,6 · 354,1 · 224			
2011	Ingresos	1.948,2	1,4%	Empleados	6.502
	Pagos	529,2 · 244,4 · 324,8 · 229		proveedores adjudicatarios	110,0
				% compras locales	89,3%
				Accesos (miles)	7.773,9

Contribución al progreso

Ingresos | Aprovisionamientos | Salarios | Aportaciones fiscales | Inversión

Todos los datos económicos en millones de euros

		Impacto económico	Ingresos/PIB	Magnitudes	
Eslovaquia 2010	Ingresos	109,5	0,2%		
	Pagos	50,3 / 13,9 / 4,4 / 12			
2011	Ingresos	153,5	0,2%	Empleados	396
	Pagos	65 / 14,1 / 18,5		proveedores adjudicatarios	10,0
				% compras locales	14,4%
				Accesos (miles)	1.164,1
Argentina 2010	Ingresos	3.212,4	1,2%		
	Pagos	788,8 / 572 / 1.072,8 / 398			
2011	Ingresos	3.361,4	1,3%	Empleados	25.947
	Pagos	781,4 / 625,1 / 1.034,4 / 449		proveedores adjudicatarios	1.222
				% compras locales	88,2%
				Accesos (miles)	23.022,3
Brasil 2010	Ingresos	11.849,1	0,8%		
	Pagos	2.995,7 / 1.530,9 / 4.891,7 / 1.797			
2011	Ingresos	15.064,5	1,0%	Empleados	105.731
	Pagos	3.508 / 1.882,5 / 6.568 / 2.468		proveedores adjudicatarios	3.704
				% compras locales	66,88%
				Accesos (miles)	87.200,1
Chile 2010	Ingresos	2.197	1,4%		
	Pagos	422,3 / 275,4 / 254,5 / 516			
2011	Ingresos	2.313,4	1,6%	Empleados	10.443
	Pagos	525,3 / 261,1 / 261,8 / 529		proveedores adjudicatarios	1.367
				% compras locales	77%
				Accesos (miles)	12.679,6
Colombia 2010	Ingresos	1.530,2	0,7%		
	Pagos	416,5 / 173,9 / 335,2 / 334			
2011	Ingresos	1.572,6	0,8%	Empleados	11.152
	Pagos	456,8 / 156,6 / 338 / 405		proveedores adjudicatarios	58,9%
				% compras locales	13.750,2
				Accesos (miles)	

Contribución al progreso

Ingresos | Aprovisionamientos | Salarios | Aportaciones fiscales | Inversión

Todos los datos económicos en millones de euros

		Impacto económico	Ingresos/PIB	Magnitudes	
Ecuador 2010	Ingresos	377,8	0,8%		
	Pagos	99,4 / 35,2 / 60,5 / 60			
2011	Ingresos	388,3	0,9%	Empleados	1.160
	Pagos	109,3 / 37,8 / 58		proveedores adjudicatarios	367
				% compras locales	76,98%
				Accesos (miles)	4.513,9
El Salvador 2010	Ingresos	101,8	0,6%		
	Pagos	48,1 / 15,7 / 15,8 / 13,1			
2011	Ingresos	106,4	0,7%	Empleados	1.775
	Pagos	50,7 / 14,4 / 11,4		proveedores adjudicatarios	182,8
				% compras locales	42,2
				Accesos (miles)	182,8
Guatemala 2010	Ingresos	184,6	0,6%		
	Pagos	50,6 / 57,4 / 20,3 / 48,6			
2011	Ingresos	164,5	0,6%	Empleados	2.916
	Pagos	57,7 / 28,8 / 20,4		proveedores adjudicatarios	195
				% compras locales	69,1%
				Accesos (miles)	187,6
México 2010	Ingresos	1.984,7	0,3%		
	Pagos	670,6 / 205,9 / 351,4 / 60			
2011	Ingresos	1.729,8	0,2%	Empleados	21.693
	Pagos	639,4 / 222,6 / 168,5 / 58		proveedores adjudicatarios	539,0
				% compras locales	76,1%
				Accesos (miles)	20.487,7
Nicaragua 2010	Ingresos	105	2,2%		
	Pagos	34,8 / 6,7 / 23,8 / 19			
2011	Ingresos	113,7	2,4%	Empleados	376
	Pagos	39,5 / 7,4 / 13,8		proveedores adjudicatarios	154,0
				% compras locales	39,9%
				Accesos (miles)	183,1

Contribución al progreso

Ingresos | Aprovisionamientos | Salarios | Aportaciones fiscales | Inversión

Todos los datos económicos en millones de euros

		Impacto económico	Ingresos/PIB	Magnitudes	
Panamá 2010	Ingresos	169,5	0,8%		
	Pagos	59,9 / 15,3 / 29,8 / 24,3			
2011	Ingresos	157,7	0,8%	Empleados	432
	Pagos	54,8 / 15,8 / 15,5		proveedores adjudicatarios	164
				% compras locales	52,8%
				Accesos (miles)	144,
Perú 2010	Ingresos	1.988,0	1,7%		
	Pagos	450,5 / 323,7 / 541,4 / 295,0			
2011	Ingresos	2.077,1	1,9%	Empleados	22.234
	Pagos	508,3 / 299,7 / 503,9 / 302,0		proveedores adjudicatarios	79,0%
				% compras locales	18.693,0
				Accesos (miles)	
Uruguay 2010	Ingresos	216,1	0,7%		
	Pagos	57,4 / 13,6 / 27,0 / 29,0			
2011	Ingresos	228,3	0,8%	Empleados	310
	Pagos	53,6 / 16,8 / 23,0		proveedores adjudicatarios	356
				% compras locales	36,3%
				Accesos (miles)	1.819,0
Venezuela 2010	Ingresos	2.356,7	1,1%		
	Pagos	594,2 / 179,0 / 603,6 / 293,0			
2011	Ingresos	2.736,8	1,3%	Empleados	8.344
	Pagos	686,0 / 254,2 / 597,5 / 372,0		proveedores adjudicatarios	920
				% compras locales	86,36%
				Accesos (miles)	10.436,4

Telefónica como inversor responsable (ISR)

A lo largo de 2011 las inversiones consideradas como ISR/ESG, con criterios específicos ambientales, sociales y de buen gobierno en los Fondos de Pensiones de empleo de Telefónica se han mantenido en torno al 2% del total de la cartera de valores, lo que resulta un porcentaje superior a la media que ofrecen las instituciones de ahorro españolas. La mayor parte de estos activos financieros corresponden a inversiones directas en sociedades de vivienda social para alquiler, actividades medioambientales y energía limpia y en fondos con gestión con criterios ESG.

Fonditel Pensiones EGFP, S.A. es la entidad gestora de los fondos de Pensiones de los empleados de Telefónica en España. Se trata de uno de los fondos de pensiones más relevantes en su territorio de actividad y es miembro fundador de SPAINSIF, el foro español de Inversión Socialmente Responsable que cuenta con las siguientes líneas de actuación:

- **1.** La promoción de la ISR para la generación de demanda y oferta en España.
- **2.** La transmisión de una visión plural e independiente sobre los distintos temas que afecten a la promoción de la ISR en España.
- **3.** La elaboración de un plan estratégico con objetivos a tres años y revisión anual para la promoción de la ISR en España.

Inversión Socialmente Responsable

Valoración a 31/12/2011, en millones de € *

	ETE, F.P.	Fonditel B. F.P.	Total FP Grupo Telefónica
Lazora S.A.	13,45	=	13,45
Lazora II S.A.	20,45	1,51	21,96
Foresta individual 1 S.A.	2,22	2,22	4,44
Eolia Renovables	=	3,26	3,26
CA AM ActionsEurope ISR	7,30	=	7,30
CA AM Actions Durables	=	2,83	2,83
F. Sam Soustainability Water	6,38	=	6,38
F.PF (Lux) Water	5,13	=	5,13
Jupiter Ecology Fund	5,44	=	5,44
Total	**60,44**	**9,83**	**70,27**
Patrimonio	2.836,03	271,07	3.107,09
% ISR	2,13%	3,62%	2,26%

Información de acuerdo con las memorias auditadas de los fondos de pensiones correspondientes a 2011.

Gestión de riesgos

El modelo definido por el Grupo Telefónica proporciona un alto grado de concienciación y garantiza una asignación más eficiente de los recursos para gestionar los riesgos identificados.

En Política y Procedimiento Corporativos de Gestión de Riesgos del Grupo Telefónica están basados en una serie de principios concretos, que se derivan de la experiencia, las mejores prácticas y las recomendaciones de Buen Gobierno Corporativo, y contribuyen al objetivo de mejora continua en el desempeño de los negocios.

Este Procedimiento Corporativo de Gestión de Riesgos garantiza la homogeneidad del modelo en todas las operadoras del Grupo Telefónica, así como que establezca de forma clara los flujos de aprobación y reporte de la información en materia de riesgos.

En el Grupo Telefónica se han definido cuatro categorías de riesgos, que son los Riesgos de Negocio, Riesgos Financieros, Riesgos Operacionales, y Riesgos Globales.

Dentro de esta última categoría, y del modelo corporativo de gestión de riesgos, se enmarcan los Riesgos Reputacionales y los asociados al incumplimiento de los Principios de Actuación, es donde se recogen eventos donde pueden afectar a Telefónica como empresa global, y son transversales a la operación.

Riesgos Reputacionales

Todos los riesgos identificados pueden tener en mayor o menor medida un impacto en la reputación, en función de su origen e impacto. Los diferenciamos en Riesgos "Reputacionales Puros" que son aquellos derivados fundamentalmente del incumplimiento de nuestros Principios de Actuación en el sentido extenso. Y por otro lado, los riesgos "Reputacionales Derivados", que son los riesgos operacionales con un impacto en la Reputación.

Riesgos Reputacionales Puros

Para la gestión de los riesgos vinculados a nuestros Principios de Actuación (en adelante, PdA) y a su impacto en la reputación, disponemos de un modelo de gestión simple y eficaz, basado en la identificación, evaluación, respuesta y seguimiento de proyectos derivados de ellos y de la gestión de la reputación.

Nuestra Oficina de Principios de Actuación, constituida en 2006, se encarga de asegurar el cumplimiento de estos principios y de desarrollar políticas y procedimientos para la prevención de los riesgos. Está integrada por las áreas corporativas de Recursos Humanos, Auditoría Interna, Secretaría General y Secretaría General Técnica de la Presidencia y cuenta con un representante de cada región operativa de Telefónica (España, Latinoamérica y Europa). Para realizar su labor, se apoya en estructuras similares en cada país donde estamos presentes.

La Oficina de Principios de Actuación en su función de gestión diaria del código de conducta, es la responsable

Prioridades para la gestión de los Riesgos Reputacionales

1. La prioridad de estos tres bloques pasaría a ser inmediata en el momento de la definición y lanzamiento de servicios sujetos a importantes alianzas con otras compañías o con organismos oficiales en los diferentes países en los que opera la compañía. Si esos productos se difinieran hoy y se lanzaran en un corto plazo, este bloque pasaría a la zona de "Urgente".

Líneas de actuación Oficina Principios de Actuación

La Oficina de Principios de Actuación desarrolla políticas y procedimientos para la prevención de los riesgos

de la identificación y evaluación de riesgos asociados al incumplimiento de los principios de actuación a través de las variables impacto económico e impacto en la reputación. Este proceso en coordinación con el área global de riesgos se realiza tanto en el ámbito global y local a través de las oficinas de Principios de Actuación País.

Para la gestión global de los riesgos identificados, definición de planes mejora, proyectos de mitigación, elaboración de normativas y procedimientos que garantice una adecuada gestión y la homogeneidad de lenguaje y planes se creó en 2009 una unidad de proyectos específica con las funciones descritas. Esta unidad de carácter transversal e interdisciplinar, donde por función de proyectos colaboran y se coordinan diferentes áreas de la Compañía, es la responsable de definir posicionamiento externo, normalizar y procedimentar, además de articular las actuaciones internas oportunas en materias de Responsabilidad de la Cadena de Suministro, Derechos Humanos, Integridad, Privacidad y Protección de Datos, Seguridad y Salud, Campos Electromagnéticos, Protección del Menor, Publicidad Responsable y Diversidad.

Para su seguimiento por la Oficina se incluyen una serie de indicadores clave de desempeño, asociados a cada proyecto. Semestralmente se reporta en la Oficina de PdA el seguimiento y avance los proyectos, para su control y evaluación de desempeño.

Riesgos Reputacionales derivados de la operación

Durante el año 2011 hemos continuado con el análisis de los riesgos reputacionales de la compañía, con un especial foco en aquellos derivados de la oferta de nuestros nuevos servicios digitales, dado el carácter estratégico que estos nuevos Servicios Digitales tienen para el futuro de Telefónica.

El objetivo principal del análisis ha sido la obtención de información que nos ayude a reducir al máximo el riesgo reputacional de la compañía desde el origen, identificando aquellos eventos que podrían estar provocados por la propia operación de la compañía y que podrían ser evitados desde la propia concepción de sus servicios (diseño de los servicios y de los procesos involucrados, modelos de negocio y relación con aliados).

Los bloques de riesgos que fueron tratados en el análisis detallado fueron: Privacidad y protección de datos, Protección del menor, Protección de la propiedad intelectual, Uso correcto del poder en el mercado, Corrupción, Externalización, Reacción ante desastres naturales, Marketing responsable, Comercialización responsable de terceros, Transparencia sobre el rol y responsabilidades de Telefónica y de sus partners y Riesgos de asociación de imagen de terceros.

En función de la probabilidad y el impacto final que los diferentes bloques de riesgo podrían tener en la reputación de la compañía, se estableció la siguiente priorización de proyectos para la prevención de los riesgos reputacionales desde el origen.

A lo largo de 2012, como resultado de este proyecto es la aprobación de un procedimiento de trabajo que permita la implantación de la sistemática de análisis de riesgos reputacionales en los procesos de creación de nuevos servicios, y por tanto fortalecer la prevención desde el origen y por defecto.

Código de Conducta

El código ético de la Compañía, expresado en los Principios de Actuación, rige desde 2007 el funcionamiento interno de Telefónica y su relación con el entorno, además de ser un elemento fundamental en la formación de su personal.

En Telefónica mantenemos nuestro compromiso con una gestión íntegra y transparente a través de nuestros Principios de Actuación, código ético que inspira y define la manera en la que desarrollamos nuestra actividad y las relaciones con todos nuestros grupos de interés.

Constituyen la norma básica de la que se desprenden políticas y normativas concretas para su cumplimiento en el desarrollo de nuestra actividad diaria.

Nuestros Principios de Actuación

Desde su aprobación en 2007, los Principios de Actuación nos han permitido dar respuesta a la preocupación, cada día más creciente, de las cuestiones relacionadas con la integridad y la transparencia ante las instituciones y organismos oficiales, así como competir en los índices de inversión socialmente responsables como el Dow Jones Sustainability Index o el FTSE4Good, entre otros.

Además, desde un punto de vista interno, nuestros Principios de Actuación se han constituido en una "guía" que nos ayuda en nuestra actividad diaria, además de fortalecer el sentimiento de pertenencia a una gran organización, ética y responsable, ayudando a construir un mejor lugar para trabajar.

A lo largo de 2011 se ha trabajado junto con el equipo de Telefónica en Brasil en la integración del código ético de Vivo con los Principios de Actuación de Telefónica. Para ello se creó un equipo con un plan de trabajo concreto para su aprobación en 2012.

Se ha realizado un exhaustivo análisis de ambos códigos, Principios de Actuación y Código Ética Vivo, con objeto de identificar sinergias entre ambos así como aspectos en los que se puedan complementar.

La utilización de los Principios de Actuación como código ética en Brasil, bajo la marca Telefónica, un mayor desarrollo de los Principios de Actuación en lo relativo a empleados en aspectos de apariencia personal, exclusividad, colaboración y liderazgo, a través de normativas a nivel país, y el desarrollo a nivel país de los aspectos de diversidad bajo el paraguas de los Principios de Actuación; son algunos de los trabajos a desarrollar dentro de las Oficinas de Principios de Actuación Corporativa y local

A lo largo de 2012 serán aprobados por las Oficinas de Principios de Actuación Corporativa y local, junto al resto de órganos de dirección correspondientes.

Formación en Principios de Actuación

Durante el año 2011, en Telefónica continuamos trasladando a nuestros profesionales los Principios de Actuación a través del curso formativo *on line*. El objetivo de esta actividad formativa, de carácter obligatorio, es dar a conocer a todos los empleados el Código Ético de la Compañía y reflexionar sobre la importancia de contar en el Grupo con unos estándares éticos que le ayuden en el desarrollo de su actividad diaria.

A diciembre de 2011, habían recibido formación cerca de 56.000 empleados, lo que supone un 19% del total de la plantilla[1] del Grupo Telefónica.

Empleados formados en principios de actuación[(1)]

	Diciembre 09	Diciembre 10	Diciembre 11
Telefónica España	34,3%	34,88%	48,36%
Telefónica Europa	80,1%	89,58%	90,54%
Telefónica Latinoamérica	67,2%	69,32%	38,19%

Línea Confidencial

En Telefónica todos los empleados tenemos la posibilidad, de forma anónima o personal, de realizar preguntas, buscar consejo y plantear cuestiones asociadas al cumplimiento de los Principios de Actuación y sus políticas asociadas a través de los canales de ayuda confidencial disponibles en el canal web. Los proveedores y demás interesados pueden acceder también a canales confidenciales mediante los portales habilitados para la relación con los diferentes grupos de interés.

Desde su implantación se han recibido 264 comunicaciones referidas en su mayoría a quejas de asuntos laborales. Todas ellas han sido tratadas e informadas a la Oficina de Principios de Actuación y, en los casos en que se identificó alguna irregularidad, a la Comisión de Auditoría y Control.

Durante 2011 se registraron un total de **91 denuncias**. De las 73 con investigación cerrada, 11 resultaron ser procedentes y entre las medidas adoptadas se incluyeron cinco despidos disciplinarios y dos consejos.

1. El dato de formación es una estimación de los negocios fijo y móvil en función de la plantilla promedio con el número de empelados formados históricamente. La disminución del dato en Latinoamérica se explica por la incorporación de una nueva empresa, Vivo, a esa media.

Oficina Principios de Actuación

En Telefónica nos apoyamos en la Oficina de Principios de Actuación para velar por la implantación y la observancia de nuestro código ético, identificar y desarrollar normativas, y apoyar a sus profesionales dando respuesta a sus dudas, quejas o alegaciones.

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

Distribución de las denuncias

Junto a esta Oficina, y con el objetivo de apoyar en las labores implantación de los Principios, existen en América Latina Oficinas Locales en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, El Salvador, México, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela, que cuentan con la misma composición que la Oficina de los Principios de Actuación Corporativa. En Europa, existe la figura del Compliance Officer en todas las operaciones de Telefónica Europa, siendo esta figura la responsable de asegurar el cumplimiento de los Principios en cada uno de los países.

Funciones Oficina PdA:

- **Gestión diaria del Código Ético** a través de la formación, comunicación y resolución de las comunicaciones recibidas en los canales confidenciales.
- **Identificación y evaluación de riesgos** asociados a los Principios de Actuación incluidos dentro del Modelo Global de Gestión de Riesgos.
- **Definición de los planes de acción** para las principales áreas de riesgo identificadas a través de la Unidad de Proyectos, creada en 2009 en el seno de la Oficina de Principios de Actuación. Además de articular las actuaciones oportunas a nivel interno (normas, procedimientos, etc.) se definirá el posicionamiento del Grupo en estas materias (statment o política).

En cuanto a su funcionamiento, la Oficina mantuvo durante 2011 cuatro reuniones en las que contó con la asistencia de los representantes de todas las áreas integrantes, los representantes regionales y los responsables de las áreas de riesgos identificadas. En ellas se realizó un seguimiento sobre el estado de la formación, las principales quejas y preguntas realizadas por los empleados, la ratificación de las normativas derivadas de los Principios de Actuación y el seguimiento de los objetivos fijados para cada una de las áreas de riesgo identificadas.

Integridad y Transparencia

En Telefónica venimos desarrollando una serie de elementos organizacionales, normativos y de seguimiento que conforman un entorno de control adecuado y de total intransigencia hacia la corrupción.

Nuestros Principios de Actuación contemplan los principios de conflicto de interés, corrupción, no aceptación de regalos y sobornos y el principio de neutralidad política. Respecto a este último, en 2011 no hay constancia de donativos a partidos políticos, una vez realizado el análisis de las bases de datos de pagos.

Tomando como base el texto de la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción, que el Grupo Telefónica tiene suscrito, señalaremos como corrupción:

- **El falseamiento deliberado de la información financiero-contable** (no registrar cuentas en libros, no consignar operaciones o consignarlas erróneamente, registro de gastos inexistentes, registro de gastos con indicación incorrecta de su objeto, utilización de documentos soporte falsos o destrucción deliberada de documentos contables antes de lo previsto por la ley).
- **Blanqueo de dinero.**
- **Dar o recibir sobornos.**
- **Enriquecimiento ilícito** o **malversación** de fondos o bienes de la sociedad.
- **Adquisición**, utilización, transferencia u ocultación de bienes a sabiendas que proceden del delito.
- **Participación en la realización de delitos** o su encubrimiento.
- **Obstrucción a la justicia.**

En 2011 se llevaron a cabo en el Grupo cerca de 1.000 trabajos de Auditoria Interna e Inspección. De ellos alrededor del:

- 21% analizaron total o parcialmente los procesos relacionados con el ciclo de gastos e inversión (compras, pagos a terceros, pagos a empleados, logística y gestión de almacenes, proceso inversor o gestión de activos, descuentos y devoluciones a clientes) que son los procesos en los que se gestiona la mayor parte del riesgo que se comenta.
- 22% fueron auditorías financieras o de sistemas de información destinadas fundamentalmente a la revisión de la existencia y eficacia de controles sobre el proceso de revelación de información en los procesos de los negocios que alimentan las principales cuentas del Grupo y en los procesos contables. Estas revisiones anuales tienen carácter de obligación legal para el Grupo Telefónica debido a que es empresa obligada por el ámbito de aplicación de la Ley Sarbanes – Oxley al cotizar en la Bolsa de Nueva York. Significa que el Grupo ha emitido una certificación sin debilidades materiales o significativas y el Auditor Externo ha atestiguado tanto los resultados como la eficacia del proceso de revisión.

Los Principios de Actuación de Telefónica contemplan el conflicto de intereses, la corrupción, la no aceptación de regalos y sobornos, así como la neutralidad política

- 10% trabajos se destinaron directamente a la prevención de fraudes, investigación de denuncias o revisión de actuaciones personales.
- 6% informes fueron destinados a verificar el correcto cumplimiento de otras obligaciones legales (laborales, protección de datos, fiscal, etc.).

Estos trabajos de auditoría se desarrollaron en la totalidad de las empresas y países en los que el Grupo mantiene intereses, principalmente en España, Gran Bretaña, Alemania, República de Irlanda, República Checa, Eslovaquia, Brasil, Argentina, Chile, Perú, Colombia, Venezuela, Ecuador, México, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Panamá y Estados Unidos.

En estos trabajos se detectaron 66 casos de mal uso o apropiación de los bienes de la empresa que fueron origen de 79 despidos. Todos ellos de relevancia poco significativa y sin que en ningún caso hubiese implicaciones de Altos Directivos del Grupo, ni de la Dirección de las empresas relevantes.

En general, la respuesta de la Dirección ha sido adecuada y en un tiempo razonable, lo que favorece que se mantenga un buen ambiente general de control interno.

Formación en las políticas y procedimientos anti-corrupción

Todos los empleados del Grupo conocen y/o tienen acceso al texto de los Principios de Actuación (con los valores aprobados por el Consejo de Administración) y las Normativas Corporativas e individuales de las empresas en las que se regulan los procesos de toma de decisiones, compras y contrataciones, pagos, gestión de almacenes, etc.

Además, el ambiente general de control es un aspecto destacado por los profesionales que trabajan en Telefónica. En este sentido, hay que destacar que el Grupo dispone de una serie de elementos que conforman un entorno de control adecuado, en el que el mensaje institucional no da lugar a equívocos en cuanto a la total intransigencia en relación con la corrupción y la ilegalidad. En concreto:

- **Comisiones del Consejo de Administración:**
  - Una Comisión de Auditoria y Control del Consejo de Administración de Telefónica S.A. y otras en las empresas cotizadas. Que recibe información del Auditor Externo, el Auditor Interno, Control de Gestión y Finanzas.
  - Una Comisión de Recursos Humanos y Reputación del Consejo de Administración de Telefónica S.A.
- **Unidades Organizativas específicas:**
  - Unidad Centralizada de Inspección especializada en trabajos de prevención de fraude e investigación de denuncias y otras situaciones.
  - Unidades de Auditoria en todos los países en los que el Grupo mantiene intereses significativos.
  - La Comisión Delegada del Consejo aprobó el Estatuto de la Función de Auditoria como reconocimiento expreso a la función y apoyo explícito a su responsabilidad, independencia y dotación adecuada de recursos.

Telefónica no tiene actividades en paraísos fiscales, según el listado de paraísos fiscales contemplados en la Disposición adicional 1ª Ley 36/2006 de medidas para la prevención del fraude fiscal y tras las modificaciones por la entrada en vigor de Convenios de Doble Imposición y de Intercambio de información.

Informe de Responsabilidad Corporativa 2011

Indicador	GRI	Perímetro
Nº empleados despedidos por incumplimiento de los PdA (en base a las denuncias recibidas en la Línea Confidencial)	S04	5
Total denuncias registradas en la Línea Confidencial relacionada con los Principios de Actuación y medidas adoptadas sobre las procedentes	S04	91
Nº de incidentes de corrupción investigasod en la Oficina PdA	S04	2
Nº de incidentes de discriminación investigados en la Oficina PdA	HR4	No se registraron casos de discriminación

Gestión de las relaciones sostenibles con nuestros clientes

Mejorar la experiencia de cliente e incrementar su vínculo emocional con nuestras marcas es una de las iniciativas estratégicas básicas que hemos establecido para transformarnos en una compañía líder global de comunicaciones del mundo digital.

El esfuerzo por mejorar la experiencia de cliente e incrementar su vínculo emocional con nuestras marcas es una de las iniciativas estratégicas básicas que hemos establecido para transformarnos en una compañía líder global de comuniaciones digital. Estas iniciativas se han traducido en el lanzamiento de diferentes propuestas orientadas a hacer del trato justo una seña de identidad en el modo de relacionarnos con nuestros clientes, así como iniciativas de mejora continua en la atención a nuestros clientes.

Campañas como "Thinking of You" (UK) o "We are changing for your Business" (CZ) son algunos de los ejemplos que muestran cómo centramos nuestra propuesta de valor en una comunicación transparente, la simplificación en la oferta, el lanzamiento de tarifas competitivas y flexibles y la priorización de nuestros clientes ya existentes.

Estas propuestas de valor han ido acompañadas de diferentes planes de mejoras continuas en la atención. Un buen ejemplo ha sido la implantación de herramientas para medir la satisfacción de nuestros clientes en el momento de interactuar con nuestros canales de contacto, tanto en tiendas como en centros de atención telefónica o páginas web. Este año también se ha incluido una herramienta de soporte vía web chat que está mostrando resultados muy positivos. Una vez avanzada la construcción del vínculo emocional con el cliente a través de la marca que perseguía el programa Customer Experience a lo largo del 2010, hemos evolucionado durante el ejercicio de 2011 en el conocimiento más preciso de nuestros clientes a través del Business Intelligence y del CRM con el propósito de anticiparnos a sus necesidades, dar un mensaje único y consistente a través de todos nuestros canales, y llegar con un oferta adaptada al cliente.

En Telefónica hemos consolidado una cultura de trabajo colaborativo y de compartición que nos ha permitido a lo largo del 2011 intercambiar las mejores prácticas comerciales y de experiencia de cliente, llevándolas a aquellos países en los que estamos presentes.

Por otra parte, **en Latinoamérica** se han puesto en marcha varios modelos orientados a la predicción de reclamaciones, la optimización del proceso de selección de indicadores a mejorar, de la gestión de los canales, del Servicio Técnico Móvil, de la gestión de reclamaciones y de la metodología para optimizar las inversiones en red.

Respecto al Business Intelligence en Latinoamérica, se ha unificado un modelo de gestión que nos permite disponer de una misma manera de trabajar en todas las operadoras (se ha iniciado el despliegue en México, Colombia -fija y móvil-, Venezuela, Centroamérica y Ecuador, y durante 2012 se terminará de implantar en el resto de países de la región). Por otro lado, hemos seguido trabajando en el Registro Consolidado de Clientes que permite un rápido acceso al perfil 360º del cliente convergente y en el Gestor de Campañas. A lo largo de 2011 hemos desplegado la misma solución de gestión de campañas masivas out-bound en Argentina, Colombia móvil, Perú móvil, Centroamérica y Venezuela. Y hemos empezado a definir y planificar los despliegues de módulos de optimización de campañas y de campañas in-bound.

Nuestros clientes en cifras

En un entorno marcado por un escenario macroeconómico adverso, fuerte intensidad competitiva y efectos negativos derivados de la regulación, el número de clientes de Telefónica ha continuado creciendo, especialmente en la segunda mitad del ejercicio, como consecuencia de los reenfoques comerciales que hemos introducido en los principales países donde operamos.

El número de nuestros clientes ha crecido en casi un 7% interanual en términos orgánicos, hasta alcanzar 306,6 millones a finales de 2011, con un impulso significativo de nuestros clientes de contrato y de banda ancha móvil.

Por geografías, destaca especialmente Latinoamérica que, con un crecimiento interanual orgánico de accesos del 10%, se consolida como principal contribuidor a la expansión de los accesos de Telefónica.

> Hemos consolidado una cultura de trabajo colaborativo y de compartición que nos ha permitido a lo largo del 2011 intercambiar las mejores prácticas comerciales y de experiencia de cliente

Los clientes móviles se sitúan en 238,7 millones en 2011, con un incremento interanual del 8% en términos orgánicos, tras acelerarse su crecimiento en la segunda mitad del año, que casi dobló la ganancia neta de la primera mitad del ejercicio (13 millones de nuevos clientes).

La importancia que damos en Telefónica a las relaciones sostenibles con nuestros clientes se refleja en un sostenido aumento del segmento contrato (+11% interanual), que supone ya casi un tercio de la base total de accesos móviles y cuya ganancia neta ha estado cercana al 40% en 2011, con cifras superiores al 100% en España y en el conjunto de Europa. Y en Latinoamérica mantenemos el liderazgo del sector en número de clientes de contrato.

Nuestros clientes de banda ancha móvil, uno de los segmentos del mercado que más deben avanzar en el futuro, superan ya los 38 millones a finales de 2011, lo que ha supuesto un crecimiento interanual del 61% y representando ya una penetración media del 16% sobre el total de nuestro parque de clientes de móvil; el 31% en Europa y 10% en Latinoamérica.

Nuestros clientes minoristas de Internet de banda ancha fija suman un total de 18,0 millones a finales de 2011 (+5% interanual). La estrategia de paquetización de servicios de voz, banda ancha y televisión ha demostrado ser una palanca clave para retener a nuestros clientes, lo que está haciendo que, tanto en España como en Latinoamérica, el porcentaje de accesos de banda ancha fija minoristas s esté incrementando sostenidamente con paquetes de doble o triple oferta.

Los accesos de TV de pago se sitúan en 3,3 millones en 2011 (+19% interanual), mostrando un repunte en su crecimiento, fundamentalmente gracias al éxito del reposicionamiento comercial del servicio en Latinoamérica, donde la ganancia neta obtenida en 2011 triplica la obtenida en 2010. También a la inclusión de los clientes de TVA en Brasil desde el mes de junio y a la favorable evolución comercial registrada en España en el segundo semestre del año.

Los accesos de telefonía fija tradicional totalizan 40,1 millones, lo que supone un descenso de un 3% interanual, que se ha mantenido estable a lo largo del año.

En miles	diciembre		
	2011	**2010**	**% Var**
Accesos Clientes Finales	301.311,8	282.994,9	6,5
Accesos de telefonía fija (1)	40.119,2	41.355,7	(3,0)
Accesos de datos e internet	19.134,2	18.611,4	2,8
Banda estrecha	909,2	1.314,1	(30,8)
Banda ancha (2)	18.066,3	17.129,6	5,5
Otros (3)	158,7	167,8	(5,4)
Accesos móviles	238.748,6	220.240,5	8,4
Prepago	162.246,9	151.273,9	7,3
Contrato	76.501,7	68.966,6	10,9
TV de Pago (4)	3.309,9	2.787,4	18,7
Accesos Mayoristas	5.296,0	4.637,4	14,2
Bucle Alquilado	2.928,7	2.529,2	15,8
Bucle Compartido	205,0	264,0	(22,3)
Bucle Desagregado	2.723,7	2.265,3	20,2
Mayorista ADSL (5)	849,3	687,4	23,5
Otros (6)	1.518,0	1.420,7	6,8
Total Accesos	**306.607,8**	**287.632,3**	**6,6**

Notas:
- El crecimiento interanual de los accesos está afectado por la inclusión de los accesos de HanseNet a partir de marzo de 2010 y la exclusión de los accesos de Manx Telecom desde el 1 de julio de 2010.
(1) RTB (incluyendo TUP) x1; Acceso Básico RDSI x1; Acceso Primario RDSI Accesos Digitales 2/6 x30. Incluye autoconsumo. Incluye la totalidad de los accesos "fixed wireless". Incluye Voz sobre IP y ADSL Libre.
(2) ADSL, satélite, fibra óptica, cable modem y circuitos de banda ancha.
(3) Resto de circuitos minoristas que no son de banda ancha.
(4) Incluye 151 mil clientes de TVA a partir de junio de 2011.
(5) Incluye bucles alquilados por T. Alemania y T. Reino Unido.
(6) Circuitos cuyo cliente final son operadoras. Incluye Alquiler Mayorista de Línea Telefónica (AMLT) en España.

Satisfacción del Cliente

En Telefónica conocedemos mucha importancia al Índice de Satisfacción al Cliente. Dicha relevancia se produce, además, al máximo nivel de la Compañía, ya que es el propio Consejo de Administración quien monitoriza su evolución cada mes en sus reuniones. El Índice de Satisfacción del Cliente (ISC) de Telefónica en 2011 se sitúo en 7,13, lo que supone el mismo nivel que el alcanzado en 2010. Esta puntuación supone que Telefónica cerró el ejercicio como líder de su mercado en satisfacción del cliente, con una ventaja de +0,04 sobre nuestro mejor competidor.

Los negocios en los que más ha mejorado la satisfacción de nuestros clientes durante 2011 han sido los servicios para empresas en Brasil, seguidos de los negocios móviles en El Salvador y Guatemala. Por otra parte, los que han presentado una peor evolución han sido los de Panamá y Venezuela.

En la región de **Europa**, el ISC alcanza 6,76 puntos y la ventaja con nuestro mejor competidor se sitúa en +0,12. Hay que destacar que esta cifra no es comparable con la que se publicó en 2010 (7,39p) al haber sido incluido España dentro de la región Europa tras la reestructuración organizativa que hemos llevado a cabo en Telefónica. Si hacemos una comparación proforma, el ISC de la región de Europa incluyendo España se mantendría prácticamente estable, con una ligera caída de 0,08 puntos. En **Latinoamérica**, la cifra también permanece estable, si bien esta vez con una ligera variación positiva de 0,06 respecto al año anterior. Destaca el buen comportamiento del índice en los servicios para empresas en Brasil.

El porcentaje de clientes insatisfechos aumentó en 0,75 puntos porcentuales hasta situarse en el 11,06%. Hay que decir que este porcentaje varía muy notablemente de un país a otro, siendo Eslovaquia el que presenta un mejor indicador (1,20%) y España el que presenta el peor (15,7%).

Telefónica

Los negocios en los que más ha mejorado la satisfacción de nuestros clientes durante 2011 han sido los servicios para empresas en Brasil, seguidos de los negocios móviles en El Salvador y Guatemala

España

Europa

Latinoamérica

Reclamaciones y servicio de defensa del cliente

Gestión de las reclamaciones

La resolución satisfactoria de las reclamaciones es crucial para la reputación de nuestra compañía y tiene una influencia decisiva en la recomendación de nuestros servicios en los entornos de nuestros clientes. Por estos motivos, en Telefónica contamos con equipos de personas dedicados en exclusiva a atender cualquier reclamación en todos los países en los que estamos presentes, tanto por email, como por teléfono o correo ordinario.

Es importante tener en cuenta que los criterios que en cada país se usan para medir las reclamaciones son muy distintos y no son comparables ni consolidables entre sí. La variación es debida a que los datos se verifican de acuerdo a los diferentes criterios que usan los diferentes reguladores en sus respectivos países y que varían notablemente de un país a otro. De esta manera, mientras en algunos países sólo se tienen en cuenta las reclamaciones en segunda instancia (caso del Reino Unido, donde representan un 0.2% del parque de clientes en 2011) en otros se consideran todas las llamadas a los centros de atención al cliente que han exigido una acción por parte de la compañía (caso de España, donde representan un 4.1% del parque de clientes en 2011). Según datos de la Oficina de Atención al usuario de las Telecomunicaciones de España, Movistar es la operadora de banda ancha más valorada con un índice de reclamaciones de sólo 1,56 por cada 10.000 abonados. Esta cifra es la mitad de la que presenta el operador que ocupa la segunda posición.

Más información sobre el comportamiento de las reclamaciones en cada uno de los países en los que estamos presentes puede encontrarse en las memorias locales de los mismos pinchando aquí. La tendencia en el número de reclamaciones en 2011 se ha visto afectado por distintos factores:

- El incremento en el uso de los terminales Smartphone, que hace que nuestros clientes entren en contacto con servicios más complejos de aquellos a los que ya estaban habituados.
- El aumento del número de clientes y del catálogo de productos y servicios que hemos puesto en el mercado.
- La difícil situación económica generalizada, que hace que cada unidad monetaria que nuestros clientes dedican a nuestros servicios sea más examinada.
- La mayor conciencia por parte de nuestros clientes de sus derechos como consumidor en todos los mercados en los que estamos presentes.

Tiendas de las tres marcas comerciales de Telefónica
(Vivo, en Brasil; O2 en Europa, excepto España; Movistar, en España y América Latina).

Hemos diseñado planes de precios sencillos, personalizado la oferta y eliminado la letra pequeña de la factura

Servicios de defensa del Cliente

En Telefónica ponemos a disposición de nuestros clientes, esta área independiente del negocio a la que acudir como instancia superior para la atención de sus reclamaciones en el supuesto de no haber recibido una respuesta satisfactoria por parte de nuestras áreas de atención del negocio. Las resoluciones del Servicio de Defensa del Cliente están fundadas en criterios de equidad e independencia y son vinculantes para el negocio.

Estos servicios de defensa al cliente están siendo implantados a distinto ritmo en los distintos países en los que operamos. En el ejercicio 2011, y a instancias del SDC de **España** se ha mantenido el primer encuentro de Defensores del Grupo, con presencia de países como Brasil, Venezuela o Argentina, con el fin de compartir entre todos nuestras mejores prácticas.

En 2011, el paso más relevante en este sentido ha sido la implementación del programa POTR **en la Republica Checa** para mejorar la calidad de las operaciones relacionadas con el trato al cliente fue uno de los mayores éxitos. Tras la aplicación del programa, el número de quejas bajo en un 35% y las reclamaciones descendieron en un 54% en Consumer Division. La satisfacción de clientes mejoro a final de año debido a los cambios en el modelo de servicio, la eliminación del contestador automático de la línea de atención al cliente y un aumento de las campañas de comunicación. En Business Division la mejora fue más notable, con un descenso en el número de quejas de un 57% y de las reclamaciones de un 61% con respecto a 2010.

La implementación de POTR en la República Checa comenzó por un estudio completo y detallado de las principales razones de las quejas y reclamaciones recibidas involucrando a 250 empleados en el análisis, identificando 23 categorías de estas reclamaciones y 11 áreas prioritarias de actuación. Después se implementó un programa completo y unificado a través de los departamentos de Telefónica Republica Checa involucrados en la atención al cliente. Desde la simplificación del catálogo de servicios hasta la mejora del sistema de facturación, el programa POTR ha sido una de las prioridades de actuación de 2011 del Comité Ejecutivo de la empresa. Los resultados del programa han superado las expectativas fijadas al comienzo de 2011 y, tras conocerse las cifras finales, más del 86% de empleados consideraron que POTR ha mejorado significativamente el trato al cliente de Telefónica Republica Checa.

Telefónica es la única operadora de telecomunicaciones **en España** que ha creado de forma voluntaria una segunda instancia de las características de nuestro Servicio de Defensa del Cliente (SDC). En el SDC en España gestionamos 6.072 expedientes en el año 2011. El 85% de estos expedientes se resolvieron de manera favorable a los intereses del cliente. Las principales actividades del SDC se desarrollan en 2 ámbitos: gestión de reclamaciones y elaboración de recomendaciones al negocio.

En cuanto a la gestión de reclamaciones el SDC ha mejorado su procedimiento de resolución urgente para la gestión de aquellos expedientes que requirieran de mayor agilidad en su tratamiento, estableciendo mecanismos de comunicación directa con las áreas implicadas de manera que se pudiera dar una respuesta satisfactoria al cliente en un corto periodo de tiempo.

En 2011, para aquellos clientes que han remitido su reclamación mediante el formulario electrónico disponible en la web (aproximadamente un 30 por ciento) se les abre la posibilidad de recibir los escritos del SDC a través de correo electrónico en vez de correo tradicional.

Así mismo, debido a las peticiones de aquellos clientes que por discapacidad física o incapacidad técnica no han podido tramitar sus expedientes por los cauces habituales, se ha abierto una vía presencial, facilitando en todo momento las opciones a los clientes para remitir sus reclamaciones.

El SDC mediante el diseño y ejecución de acciones de comunicación ha querido difundir una visión actualizada de la relación de Telefónica con sus clientes en los diferentes foros de consumidores. En este sentido se ha participado en encuentros organizados por organismos de consumo de diversas ciudades españolas (Valencia, Huelva, Córdoba, Madrid, Asturias...)

En cuanto a la función de traslado de recomendaciones de mejora al negocio, el SDC se ha centrado en este ejercicio en la Fibra Óptica, la Banda Ancha Móvil (tanto en los referido a los Smartphone como a otros dispositivos) así como en las ofertas de retención del negocio móvil. En este sentido en SDC ha expresado su interés en la información trasladada al cliente, la claridad de la facturación y la eficacia en los procesos de retención como aspectos sensibles que inciden directamente en la satisfacción del cliente.

Igualmente el SDC ha informado de su actividad de manera periódica a la Comisión de Calidad y Atención Comercial del Consejo de administración de Telefónica SA.

En Argentina, algunas de las acciones que destacan son: la reestructuración del modelo de atención a los organismos de Consumidores mediante la asignación de ejecutivos especializados, la gestión interna de las causas raíces de los reclamos más frecuentes de los usuarios, la implantación de sistemas de priorización de casos críticos y reiterados y la puesta en marcha de controles y encuestas de satisfacción para asegurar la calidad de las actuaciones.

Por último, en Venezuela se ha creado el portal de defensoría del Cliente, donde se pueden realizar reclamos que previamente hayan sido tramitados ante los canales regulares de atención sin encontrar una respuesta satisfactoria.

Tarifas y Facturas

En 2011 en Telefónica hemos continuado trabajando en la simplificación de las tarifas y la claridad de las facturas con el objetivo de conseguir la mejor experiencia para nuestros clientes, y corregir así los impactos negativos que se venían reconociendo en la satisfacción de estos.

De este modo, teniendo en cuenta las sugerencias de nuestros clientes, hemos simplificado el porfolio de productos y servicios, diseñado planes de precios sencillos, personalizado la oferta y eliminado la letra pequeña de la factura.

Así, en España presentamos la nueva oferta comercial para clientes bajo el concepto de "cliente único" al que nuestra oferta le simplifica y resuelve todas sus necesidades de comunicación. La nueva estrategia comercial se basa en cinco principios que hemos diseñado en la Compañía en colaboración con nuestros propios clientes: la libertad de elección, la transparencia, la personalización, un trato justo y flexibilidad para que el usuario pueda cambiar su tarifas cuándo y cómo quiera.

En Irlanda, hemos definido tarifas móviles competitivas, y de estructura modular para empresas. Así mismo hemos lanzado una nueva oferta para contrato con foco en la simplificación, claridad, transparencia, flexibilización y monetización de servicio de datos.

En Alemania, hemos observado los resultados de los estudios realizados con nuestros clientes para mejorar las tarifas.

En Telefónica sabemos que nuestros clientes nos demandan unas estructuras de tarifas no sólo más sencillas, sino también más comparables entre unos países y otros. Por eso hemos diseñado una iniciativa conjunta a nivel de grupo, y estamos aumentando los esfuerzos para simplificar las tarifas que se ofrecen en los diferentes países, intentando que nuestros clientes perciban mejor el valor de las mismas. Por ejemplo, Movistar España ofrece una tarifa que incluye 150min de voz, SMS ilimitados y 500MB de banda ancha móvil por 30€/mes mientras que O2 UK ofrece una tarifa que incluye 200min de voz, SMS ilimitados y 500MB de banda ancha móvil por 27£/mes y O2 Alemania ofrece una tarifa que incluye 100min de voz, 100 SMS y 300MB de banda ancha móvil por 24,99€/mes. Adicionalmente, se han compartido mejores prácticas también a nivel de tarifas para ofrecer las tarifas y productos más atractivos en todos los países en los que tenemos operaciones: Un ejemplo podrían ser las tarifas "Habla y Navega" que lanzó Movistar en Venezuela y que luego se generalizaron en el grupo. En general, comparar productos y tarifas entre países es muy complejo porque las estructuras de tarifas vienen marcadas por múltiples variables locales exógenas a Telefónica; la actuación de los competidores, factores socio-económicos, factores regulatorios, distintas estructuras de costes, variedad de servicios, etc. Partiendo de dichas limitaciones, estamos trabajando para mejorar la homogeneidad en el portfolio de productos y sus tarifas dentro del grupo.

Programa de Gurús en Reino Unido, con continuidad en el resto de países de Europa

Para llevar a cabo este proyecto hemos seleccionado a especialistas que ayudan a nuestros clientes a resolver todo tipo de dudas relacionadas con el uso de terminales, productos y servicios. Este servicio se presta tanto en tiendas como en los canales on line de Telefónica y en las redes sociales. El objetivo ha sido crear una comunidad gurú multicanal.

Estos gurús de las nuevas tecnologías atienden a clientes y no clientes de Telefónica, y han ido incrementando su presencia en tiendas de toda Europa debido a la buena acogida del público y al positivo impacto que ha supuesto la experiencia en la satisfacción del cliente.

El gurú es una persona que comparte su pasión y entusiasmo por las nuevas tecnologías, capaz de inspirar al cliente a través de ejemplos prácticos de uso, ofreciendo una gran experiencia, generando confianza, y con capacidad de explicar productos y servicios complejos de una forma sencilla y entendible por cualquier persona.

Esta experiencia ha sido muy bien valorada por nuestros clientes y se ha mejorado la satisfacción de aquellos que han recurrido a este servicio, así como el posicionamiento de marca frente a nuestra competencia. Otro aspecto importante es que se ha convertido en un canal de comunicación y de feedback entre Telefónica y sus clientes, usuarios y proveedores, lo que nos ha permitido contar con una mayor presencia de la voz de nuestro cliente en el desarrollo de productos, servicios y terminales.

Proyectos de reducción de reclamaciones

En Telefónica sabemos que las quejas y reclamaciones son una fuente importante de insatisfacción de cliente. En este sentido, en Telefónica República Checa hemos desarrollado a lo largo del 2011 un proyecto que tenía como objetivo reducir el número de quejas y reclamaciones. El nuevo modelo de gestión de reclamaciones que hemos puesto en marcha ha supuesto la implicación de toda la Compañía y, a través de sus 17 iniciativas, ha permitido identificar las causas raíz de las reclamaciones, así como la simplificación y agilización del mapa de procesos de resolución. Además nos ha permitido implantar un plan de comunicación exhaustivo, mejorando promociones y productos, simplificando el portfolio de productos, aumentando la claridad de las facturas e incrementando la transparencia de la propuesta de valor.

De este modo, además de reducir en más de un 50% el número de reclamaciones, hemos logrado evitar también las reclamaciones reiteradas, mejorando así eficiencias y experiencia de cliente.

El plan de reducción de reclamaciones puesto en marcha en la República Checa ha servido para reducir un 50% estas incidencias

Protección de datos y privacidad

Telefónica analiza de manera específica los riesgos de privacidad derivados de los productos y servicios digitales.

En uso universal de internet y sus funcionalidades han modificado las relaciones sociales, comerciales y la capacidad de expresión de la población, y además, han multiplicado la cantidad y el tipo de información a los que, tanto compañías como usuarios, tienen un fácil acceso.

Esta abundancia de datos sobre las personas, junto con la facilidad y velocidad a la que se pueden trasmitir entre diferentes redes, compañías y países, suponen una gran oportunidad de avance para consumidores y operadores, pero también una gran responsabilidad, para las compañías que en su día a día gestionan datos de carácter personal. De la adecuada definición de las reglas del juego dependerá en gran medida que las sociedades alcancen los objetivos fijados para el futuro (The Lisbon Council video http://youtu.be/3EtMC2Q3lbc).

En Telefónica entendemos que en el mundo digital el respeto a la privacidad e intimidad de las personas es aún más crítico que en los servicios tradicionales, por lo que tratamos de analizar de forma específica los riesgos relacionados con los productos y servicios digitales, con el fin de identificar y corregir sus principales causas desde el origen.

Somos conscientes de nuestra responsabilidad y de la progresiva importancia que la privacidad tiene en los nuevos servicios digitales, por lo que durante el año 2011 hemos realizado un análisis específico de los Riesgos Reputacionales de Privacidad y Protección de Datos de los servicios digitales en lanzamiento siguiendo la Metodología de Evaluación de Riegos del Grupo Telefónica y las directrices del informe COSO II.

Los resultados de este análisis nos permiten proteger la privacidad de nuestros clientes desde el origen, introduciendo garantías de protección de datos y opciones de privacidad "desde el diseño" en los nuevos servicios digitales lanzados por la compañía.

Este análisis nos ha servido de marco de referencia para encuadrar todos los esfuerzos de la compañía en materia de privacidad, entre los que se pueden destacar:

Consolidación de la política de seguridad del Grupo Telefónica:

En Telefónica respetamos los estándares de calidad y seguridad para la protección de los datos personales y los utilizamos de acuerdo a todas las legislaciones vigentes, puesto que nuestros clientes, empleados, accionistas y Principios de Actuación nos lo exigen. Por ello, se ha incrementado en 2011 en un 100% el esfuerzo de auditorías de protección de datos realizadas en 2010.

Los aspectos más importantes que revisamos son: aplicación de las medidas de seguridad en el tratamiento de los datos personales, control de acceso a los mismos, calidad de la información, consentimiento del afectado a tratar sus datos y posibilidad de que los afectados puedan ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.

Desde Telefónica dedicamos grandes esfuerzos a garantizar la seguridad de las comunicaciones y de la información, tanto de la compañía como de nuestros clientes. Para ello, hemos implantado de forma global en nuestras operaciones la Política de Seguridad de la Información que está basada tanto en la propia experiencia como en los principales estándares internacionales. Esta Política define las actuaciones necesarias para proteger la información tanto propia como de clientes, facilitando tanto la operativa de seguridad como su extensión de forma global.

Además, los Centros de Operaciones de Telefónica se configuran en forma redundante siguiendo las Políticas Corporativas de Seguridad y otras normativas internacionales tales como ISO y British Standards. Este refuerzo aumenta así el grado de seguridad ante posibles desastres naturales o intencionados en todos los países en los que la compañía tiene operaciones.

En Telefónica manejamos soluciones de seguridad locales y también infraestructuras globales críticas, además de colaborar con los gobiernos y cuerpos de seguridad internacionales en el intercambio de experiencia y con la protección de los servicios de las cyber-amenazas.

Matriz de Riesgos de Privacidad

Niveles de Riesgo de Privacidad

Riesgos Nivel I	Amenazas contra la seguridad física de las personas, de sus bienes y de sus cuentas bancarias.
Riesgos Nivel II	Acciones de destrucción o robo de información de los clientes (como sus contenidos personales, hábitos y contactos entre otros).
Riesgos Nivel III	Uso no autorizado de los datos personales de los clientes (aunque no se interactúe con ellos en el proceso).
Riesgos Nivel IV	Interacción privada no autorizada/deseada con el ciente (publicidad, prescripción inclusión en otros servicios entre otros).

Análisis realizado sobre la base de diecisiete nuevos servicios digitales en lanzamiento en el año 2011

Esta fuerte colaboración internacional y nacional es el resultado de años de investigación y desarrollo para entender estas amenazas, de las que nos protegemos a través de múltiples Centros de Operaciones de Seguridad, equipos específicos de respuesta a emergencias en los sistemas, y para lo que hemos integrado mecanismos de resistencia en nuestras redes y servicios en interés de nuestros clientes del sector público y privado.

En este sentido, no sólo cumplimos con la legislación de Protección de Infraestructuras críticas, sino que ayudamos a los clientes a cumplirla, ya que nos integramos dentro de la cadena de valor de otras compañías en la provisión de sus servicios.

Formación y sensibilización

Durante 2011 más de 30.000 empleados de Telefónica recibieron formación en protección de datos. Esto supone más del 90% de los empleados a los que va dirigido el curso. De estos, 26.000 empleados procedían de Europa, en concreto de España (13.800), Reino Unido (5.068), Alemania (4.500), República Checa (2.000) e Irlanda y Eslovaquia (1.000 entre los dos).

En Latinoamérica seguimos reforzando nuestra su actuación con acciones de concienciación y formación a los empleados, como cursos de seguridad de la información y protección de datos realizados en Chile (1.154 personas formadas por eLearning) y Ecuador (142 ejecutivos formados de forma presencial).

En Brasil se impartieron 137 cursos a los que asistieron 3.130 personas de nuestros proveedores aliados, en el ámbito de Call Center tanto de atención como técnico, además de extender la formación a más de 80 dealers.

En el caso de Uruguay estos cursos se hicieron extensivos a todo el personal de la compañía, tanto interno como externo, a través de 16 cursos impartidos durante 4 meses y la introducción de un módulo de formación de protección de datos en el curso que se imparte a las personas que se entran nuevas a la compañía.

En México, estas acciones destinadas al personal interno y externo, han formado a un total de 1.565 personas relacionadas con la compañía y han sido complementados con mensajes de los directivos en las pantallas de los edificios, mensajes en los teléfonos de cada colaborador, comunicados internos y trípticos.

Así mismo, México ha emprendido una campaña de comunicación al público mediante mensajes y avisos de privacidad en páginas web, comunicados a clientes en las facturas, avisos a través de cartelería y avisos de privacidad en las recepciones de los edificios de la compañía.

Es destacable la actuación de Ecuador, que en 2011 certificó bajo el estándar ISO 27000 el servicio de Internet Dedicado y Datos Fijos. Para el año 2012, se tiene prevista la certificación en ISO 27000 del proceso de Recargas Electrónicas.

Proyectos de Confianza Digital para promoción del control y elección de la privacidad de los clientes.

Desde finales de 2011 venimos trabajando en la creación de un Centro de Privacidad que dará servicio a todas las geografías, unidades de negocio y grupos de interés de la compañía, convirtiéndose así en el referente central en materia de privacidad del Grupo. También estamos mostrando con transparencia las implicaciones en materia de privacidad que los nuevos servicios digitales tienen para nuestros clientes, como en los casos de Priority Moments y O2 Wallet en Reino Unido, y a través de los compromisos que toma la Compañía con sus servicios (http://www.o2.co.uk/thinkbig/blueprint/commitments).

La revisión del Compromiso del Grupo en el ámbito de la privacidad y el lanzamiento del Centro de Privacidad son los principales retos a los que tendremos que hacer frente en el año 2012, entre los que juega un papel fundamental la política corporativa de protección de datos personales del Grupo Telefónica.

Privacidad de niños y adolescentes

En Telefónica estamos comprometidos con la protección de la privacidad de los colectivos más vulnerables como son niños y adolescentes.

Estos colectivos se benefician de toda la potencialidad de la red por su condición de nativos digitales, pero también tienen una alta exposición a riesgos de privacidad, ya que por su edad son más proclives a compartir y revelar información personal sin reparar en los futuros usos que otras personas o agentes pudieran realizar.

Entendemos que la protección de la privacidad en este ámbito es un tema que trasciende a Telefónica y por eso participamos activamente en iniciativas sectoriales que promueven el respecto de la información personal y de la privacidad en niños y adolescentes, como son:

Principios TIC de la Coalición de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para un Uso más seguro de los Niños y los Jóvenes en Internet

Telefónica es una de las 25 compañías del sector TIC en Europa que han promovido la creación de los primeros **Principios** para la mejora de la seguridad de los niños y jóvenes en internet, con el objetivo de conseguir que se beneficien de las ventajas que brinda la Red sin estar expuestos a los posibles malos usos que tanto preocupan a los padres.

Lanzados en enero de 2012, los Principios TIC son una guía para el desarrollo de productos y servicios orientados a mejorar la seguridad on line de los menores, basándose en temas clave, como los contenidos, el control parental, la gestión del abuso o el uso inadecuado, los contenidos de pornografía infantil, el control de la privacidad y la educación y la concienciación.

Lo diferencial de esta iniciativa es que ofrece una agenda a largo plazo que garantiza un desarrollo seguro y cubre todos los aspectos del acceso y el uso de internet y sus servicios.

Para más información link al documento adjunto (Principios TIC).

CEO Coalition

Coalición promovida en agosto de 2011 por la comisaria Neelie Kroes para hacer de internet un lugar mejor para los niños, esta iniciativa está enmarcada dentro de la Agenda Digital Europea. La Comisaria invita a desarrollar servicios y herramientas para promover el buen uso de internet y que sirvan oara evitar riesgos derivados de un mal uso. En el campo de la privacidad, se busca desarrollarsoluciones que aseguren por defecto una gestión de la privacidad conforme a la edad de estos colectivos. Esta iniciativa se hizo pública finalmente el pasado 2 de diciembre con el apoyo de Telefónica y Tuenti.

El compromiso de los miembros de la Coalición conlleva dedicar recursos para alcanzar los cinco objetivos propuestos por la Comisaria:

- Facilitar mecanismos sencillos de reporte de denuncias.
- Implementar configuraciones de privacidad adecuados a la edad del usuario.
- Usar la Clasificación de Contenidos.
- Ofrecer herramientas de control parental.
- Mejorar los procedimientos de eliminado de imágenes de abusos sexuales a menores.

Para más información:

- **Empresas que forman parte de la Coalición:** http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/11/1485&format=PDF&aged=0&language=ES&guiLanguage=en
- **Declaración de intenciones de los miembros firmantes:** http://ec.europa.eu/information_society/activities/sip/docs/ceo_coalition_statement.pdf
- **Iniciativas que el Grupo realiza en materia de educación y promoción del buen uso de las TIC:** (Ir al capítulo 4.6: Protección de menores)

GSMA – Principios de Privacidad Móvil

El GSMA[2] anunció el 27 de enero de 2011 la publicación de sus Mobile Privacy Principles (Principios de Privacidad Móvil). En febrero de 2012 la asociación GSMA, que representa los intereses de las empresas del ecosistema móvil en todo el mundo, publicó los principios que describen la forma en que deben respetarse y protegerse la intimidad de los consumidores cuando usan aplicaciones y servicios móviles, con el último objetivo de proporcionar a los usuarios una mejor transparencia, alternativa y control sobre el uso de su información personal por parte de las aplicaciones.

2. GSMA representa los intereses de los operadores móviles en todo el mundo. Presente en más de 220 países reúne a cerca de 800 operadores móviles y a más de 200 empresas del ecosistema móvil, Para más información: www.gsma.com.

Hemos colaborado con las instituciones internacionales en la creación de un nuevo marco regulatorio que contemple todas las necesidades de los consumidores y la industria en materia de privacidad y protección de datos

Estos principios tienen un apartado específico para el cuidado de niños y menores, que trabaja fundamentalmente en cuatro frentes:

- **1. Adaptar las aplicaciones a los rangos de edad:** Las aplicaciones que son para niños y adolescentes deberían ser apropiados para esos rangos de edad y asegurar que sus usuarios entienden las consecuencias de instalar o usar una aplicación o un servicio.
- **2. Establecer configuraciones por defecto:** Las aplicaciones dirigidas a niños y adolescentes deben tener una configuración por defecto que evite que los usuarios puedan publicar automáticamente su localización por defecto.
- **3. Cumplimiento con leyes de protección de menores:** Las aplicaciones deben cumplir en todo momento con los requerimientos legales impongan para proteger a los menores.
- **4. Verificación de edad donde sea necesario:** En determinadas circunstancias, la verificación de edad podría ser necesaria (por ejemplo, cuando las aplicaciones tienen una parte de red social o permiten el acceso a contenido para adultos).

Para más información sobre GSMA o las directrices sobre diseño de privacidad, consulte: http://www.gsma.com y http://www.gsma.com/Mobile-Privacy-Design-Guidelines

Colaboración con las instituciones internacionales:

El marco regulatorio en materia de privacidad y protección de datos está en plena evolución en las dos principales regiones en las que operamos.

Por ello, desde Telefónica hemos colaborado, tanto individualmente como a través de asociaciones sectoriales, con las instituciones internacionales de cara a la creación de un marco regulatorio que contemple todas las necesidades de los consumidores y de la industria en materia de privacidad y protección de datos.

En Europa hemos sido especialmente activos durante todo el 2011, participando en todos los debates sobre la revisión del marco regulatorio europeo en materia de Privacidad y Protección de Datos, que han dado como resultado la presentación de una propuesta por parte de la Comisión Europea el 25 de enero de 2012.

En enero 2011 respondimos a la consulta de la Comisión Europea sobre la Protección de Datos, así como a otras consultas de la Comisión sobre Cloud Computing y sobre notificación de incidentes de seguridad. El debate sobre Cloud Computing ha sido una prioridad en la agenda de cara a la presentación de la Estrategia Europea de Cloud Computing en 2012. Así mismo, tuvimos un activo papel en una audiencia organizada por la Comisión específicamente para las industrias de Telecomunicaciones y Webhosting en noviembre.

Además, hemos mantenido contactos regulares con grupos de interés relevantes, no sólo como compañía individual, sino también tomando un rol de liderazgo entre las Asociaciones de la Industria. Desde Telefónica dirigimos el Grupo de Trabajo de ETNO* sobre Protección de Datos, Confianza y Seguridad, uno de los siete grupos estratégicos de ETNO. Además, como ETNO, estamos liderando una coalición sectorial, compuesta por las principales asociaciones europeas (GSMA Europa, Eurolspa, ECTA, CableEurope y ETNO), que representan a la totalidad de la industria europea de comunicaciones electrónicas: operadores de telecomunicaciones fijas y móviles, proveedores de servicios de internet y operadores nacionales y paneuropeos.

La coalición ha preparado varias declaraciones conjuntas en las que se han remarcado las preocupaciones y oportunidades del actual proceso de revisión de las normas de Protección de Datos de la UE. Estas declaraciones conjuntas son muy apreciadas por la Comisión, miembros del Parlamento Europeo y otros grupos de interés, por lo que supone la opinión de la industria a través de una sola voz acerca de un asunto tan importante para la competitividad de las compañías de la UE.

En Latinoamérica se están produciendo cambios regulatorios en algunos países como:

- Brasil, que a finales de enero de 2011 cerró la consulta pública para el Proyecto de Ley de Protección de Datos Personales. Esta ley sería el primer esfuerzo en el país en esta materia, ya que actualmente no existe ninguna ley nacional al respecto.
- México, que ha aprobado recientemente su primera ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares.
- Colombia, que acaba de avalar constitucionalmente una ley en materia de protección de datos personales, complementaria a la Ley 1266 sobre Habeas Data.
- Chile, que modificó su ley de protección de datos haciendo foco en los datos económicos, financieros, bancarios y comerciales.

(*) ETNO: European Telecomunications Network Operators Association.

Buen uso de internet por niños y jóvenes

Telefónica es consciente de la importancia de las nuevas tecnologías de la información en la vida diaria y la educación de las nuevas generaciones, por lo que ha desarrollado herramientas y participa en diferentes programas que fomentan un buen uso de las TIC dentro de un entorno seguro para los menores.

Estrategia para el acceso seguro y responsable a Internet por parte de los menores basada en :

1. Autoregulación
2. Educación
3. Productos y Servicios
4. Alianzas estratégicas

Las tecnologías de la información y de la comunicación forman parte del desarrollo de las nuevas generaciones integrándose en las actividades cotidianas, tanto para el trabajo, como para el estudio y el ocio. Y en especial son piezas fundamentales en los proyectos educativos modernos y en el crecimiento intelectual de la juventud e infancia. Telefónica, consciente de este hecho, está poniendo gran énfasis en fomentar y participar en proyectos innovadores para que los niños y adolescentes obtengan el máximo partido de estas tecnologías a la vez que evitan los usos indebidos.

Telefónica es consciente de que para lograr este objetivo debe colaborar con todo tipo de organismos, sociedad civil y con otras empresas del sector, y durante 2011 son numerosas las actividades que se han desarrollado en este sentido, además de aquellas en las que ya venía participando desde hace años.

Para lograr sus objetivos, Telefónica ha desarrollado una estrategia que permite ofrecer a sus clientes un acceso seguro a las TIC a la vez que fomenta un uso seguro y responsable de las mismas por parte de los menores.

Esta estrategia está basada en cuatro pilares sobre los cuales ha desarrollado diferentes acciones dirigidas fomentar el buen uso de sus servicios: autorregulación, educación, productos y servicios y alianzas estratégicas.

1. Autorregulación

1.1. Normativa para la Provisión de los Contenidos para Adultos

Telefónica, como proveedor de servicios y de contenidos, dentro de la oferta que ofrece a sus clientes, debe contemplar mecanismos de control de acceso para evitar que los menores de edad accedan a contenidos que no son aptos para ellos.

Con este objetivo se aprobó en 2005 la Normativa para la Provisión de los Contenidos para Adultos, por medio de la cual, todas las operaciones del grupo están obligadas a ofrecer dicho tipo de contenidos notificando de manera clara y evidente que no son aptos para menores de 18 años, así como la posibilidad de restringir el acceso a los mismos bajo petición del cliente o, incluso, con el acceso bloqueado por defecto, en cuyo caso, debe ser el propio cliente quien, identificándose como adulto, solicite el acceso a los mismos.

En ciertos países, la restricción es también de tipo horario, ofreciendo los contenidos para adultos sólo en horario nocturno.

En lo que se refiere a las televisiones de pago que ofrece Telefónica en aquellos países donde se ofrecen contenidos para adultos, se ofrecen bajo PIN parental, es decir, que sólo el padre que tiene conocimiento del PIN puede acceder a ellos.

Con el fin de asegurar el cumplimiento de la misma al máximo nivel, esta normativa se aplica tanto internamente en nuestra compañía como con nuestros proveedores de contenidos, a quienes se les ha notificado su contenido y su aplicación.

Revisión

Desde que se aprobó esta normativa, la producción y distribución de contenidos se ha convertido en los últimos años en una actividad con mayor peso y transcendencia dentro de la estrategia de negocio de Telefónica.

Telefónica ha aumentado su actividad y su oferta de servicios de contenidos a través de las distintas plataformas. Los contenidos impactan en la imagen de marca que Telefónica quiere proyectar y contribuyen a construir la percepción real que los consumidores y usuarios potenciales tienen de Telefónica.

El impacto de la producción de contenidos en la marca Telefónica es, en términos generales, mayor que la que genera la distribución, por lo que en la revisión que se ha hecho de la normativa recibe un tratamiento especial. Por otra parte, cada vez es mayor la tendencia a la producción de propios contenidos que son distribuidos a través de las plataformas de Telefónica.

Como consecuencia de ello, se considera necesario impulsar la adopción de estándares que garanticen una provisión de contenidos de acuerdo a los objetivos de negocio que sean al tiempo coherentes con los valores declarados en los Principios de Actuación de Telefónica.

Durante 2011 se ha llevado a cabo una exhaustiva revisión de la normativa, ampliando su cobertura y su campo de actuación y haciéndola extensiva a todos los nuevos negocios que han surgido en los últimos años.

Dentro de la planificación de la normativa, está su aprobación en el primer semestre de 2012, con el fin de proceder a su aplicación durante el periodo 2012-2013.

Contenidos en internet
La citada normativa no es aplicable a Telefónica en su rol de proveedor de servicios de la sociedad de la información por el que Telefónica facilita el acceso a los Contenidos sin intervenir en la creación del contenido, modificación ni selección de los destinatarios de dichos Contenidos.

Para evitar que los niños accedan a los contenidos que circulan en internet que no están bajo la responsabilidad de Telefónica, la compañía ofrece filtros parentales, configurables en el hogar para que los padres puedan decidir a qué tipo de categorías de contenidos no deben acceder o visualizar sus hijos.
(Para más información ver el Informe de Innovación Social).

Otro tipo de contenidos
En relación con otros tipos de contenidos que se puedan categorizar como ilícitos o el uso de sus servicios para la distribución o realización de cualquier tipo de conducta ilícita, Telefónica manifiesta su oposición radical en este sentido.

Asimismo, no permite las actividades relacionadas con la pornografía infantil, tráfico de drogas, discriminación, terrorismo, xenofobia, trata de personas, tráfico ilegal de armas, entre otras, y se compromete a ofrecer y comunicar el uso de canales de denuncia entre nuestros clientes, para denunciar aquellos comportamientos que potencien el consumo de contenidos ilegales.

1.2. Alianza móvil de los operadores móviles

Desde 2008, Telefónica es miembro fundador de la Alianza de los Operadores Móviles contra los contenidos de imágenes de abusos sexuales en la red, por la que, de manera proactiva, procede al bloqueo de este tipo de contenidos, siguiendo las pautas y las listas proporcionadas por la Internet Watch Foundation (www.iwf.org.uk).

1.3. Código de Conducta Nacional

En el año 2007, Telefónica se adhirió al Acuerdo Marco europeo para fomentar el buen uso de la telefonía móvil por parte de los niños. Dicho acuerdo se declinó en Códigos de Conducta nacionales, donde Telefónica participa en cada uno de los países europeos donde opera.

En febrero de 2011, Telefónica, junto con los principales operadores españoles y la ONG Protégeles, presentó un icono en sus páginas web para facilitar las denuncias de sus clientes y reportar contenidos potencialmente ilegales que se hubiesen encontrado navegando en internet. El icono está enlazado con la página de denuncia de la ONG, donde los clientes pueden tanto reportar como buscar ayuda en caso de que estén sufriendo abuso de algún tipo o que necesiten consejo o asesoramiento profesional.

1.4. CEO Coalition

En diciembre de 2011 vio la luz la Coalición de los CEOs para promover un mejor internet para los niños, iniciativa impulsada por la vicepresidenta de la Comisión Europea, Neelie Kroes. Esta iniciativa es un llamamiento al compromiso de los CEOs de las principales empresas del sector de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información para promover actividades encaminadas a favorecer un mejor uso de internet por los niños, trabajando desde cinco áreas distintas pero relacionadas entre sí.

El compromiso de los miembros de la Coalición conllevará dedicar recursos para alcanzar los cinco objetivos propuestos por la comisaria:

Junto a los principales operadores españoles y la ONG Protégeles, Telefónica incluyó en 2011 un icono en sus páginas web para permitir la denuncia de contenidos potencialmente ilegales en internet

- Facilitar mecanismos sencillos de reporte de denuncias.
- Implementar configuraciones de privacidad adecuados a la edad del usuario.
- Ampliar el uso de la Clasificación de Contenidos.
- Ofrecer herramientas de control parental.
- Mejorar los procedimientos de eliminado de contenidos de abusos sexuales a menores.

Con un plazo de implementación de 18 meses, la industria, con el asesoramiento de la sociedad civil, desarrollará medidas para alcanzar cada uno de los cinco objetivos fijados por la CE.

Esta colaboración de la industria facilitará la búsqueda conjunta de soluciones que requieran la intervención de las distintas partes de la cadena de valor, profundizar en las relaciones entre la industria y las organizaciones cuyo objetivo es defender las necesidades de los niños en el entorno digital, reforzar proyectos y buenas prácticas que ya están en curso y la innovación en productos y servicios para un entorno más seguro en el uso de internet desde todas las plataformas (PC, tabletas, smartphones, etc) y disponibles para los distintos tipos de acceso a internet. (fijo, móvil, wifi...), así como estrechar las relaciones con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado.

1.5. Coalición de las empresas TIC

En enero de 2012, cerca de 30 empresas del sector de las Tecnologías de la Información y Comunicación, anunciaron el lanzamiento de la Coalición de las empresas TIC para un uso más seguro de internet por parte de los niños y adolescentes.

En 2011 se han estado reuniendo periódicamente las principales empresas del sector de las nuevas tecnologías para elaborar unos principios, que han sido revisados y validados por la sociedad civil.

Los Principios TIC son apoyados por compañías de todos los ámbitos del sector, desde operadores de red hasta fabricantes de dispositivos, pasando por proveedores de contenidos, motores de búsqueda, etc. y se basan en una serie de temas clave, como los contenidos, el control parental, la gestión del abuso o el uso inadecuado, los contenidos de pornografía infantil, el control de la privacidad y la educación y la concienciación.

La diferencia entre esta iniciativa y otras actuales radica en que la primera ofrece una agenda a largo plazo que garantiza un desarrollo seguro y cubre todos los aspectos del acceso y el uso de internet y sus servicios, haciendo hincapié en la necesidad de educar y formar en el buen uso de las herramientas para evitar los posibles riesgos asociados a ellas.

Los firmantes del documento se comprometieron a:

- Desarrollar métodos innovadores que mejoren la seguridad on line y promuevan un uso responsable por parte de los niños y los jóvenes tanto de la red como de los aparatos conectados a ella.
- Involucrar a los padres y tutores en la protección de sus hijos.
- Facilitar información clara, transparente y accesible acerca de la seguridad en línea y la conducta en la red.
- Aumentar la conciencia entre los usuarios sobre cómo y a quién denunciar posibles abusos o informar de cualquier incidente.

2. Educación

2.1. Foro de Generaciones Interactivas

En el año 2008, Telefónica junto con la Universidad de Navarra y la Organización de Universidades Interamericana creó el Foro Generaciones Interactivas, con el objeto de conocer más a fondo el uso que los niños y adolescentes hacen de las nuevas tecnologías y así poder elaborar planes educativos para fomentar el buen uso de las TIC.

Durante el año 2011 se ha encuestado a 127.154 escolares, con la participación de 2.900 colegios en 10 países: España, México, Ecuador, Brasil, Argentina, Chile, Colombia, Perú, Venezuela y Guatemala.

Otro hito de este año, ha sido la presentación del libro "La Generación Interactiva en Iberoamérica 2010. Niños y adolescentes ante las pantallas", de Xavier Bringué, Charo Sádaba y Jorge Tolsá. El segundo informe, centrado en la realidad iberoamericana – en el que han participado más de 78.000 menores de entre 6 y 18 años–, pone de manifiesto los numerosos retos tanto educativos como sociales que plantea el uso intensivo de las nuevas tecnologías y evidencia la importancia de la formación en un uso adecuado de éstas por parte de los menores. Durante los meses de noviembre y diciembre se presentó en cinco países (Colombia, Guatemala, México, Chile y Argentina).

Otras publicaciones destacadas fueron el estudio "Menores y Redes Sociales", "La Generación Interactiva en Madrid. Niños y adolescentes ante las pantallas", "La Generación Interactiva en Andalucía. Niños y adolescentes ante las pantallas, "Menores y Redes Sociales" y "La Generación Interactiva en Ecuador. Niños y adolescentes ante las pantallas".

Los clientes de Banda Ancha en España, Argentina y Colombia disfrutan de Aula 365, un servicio de apoyo escolar gratuito con contenidos multimedia para toda la familia

Tras la etapa de investigación, el Foro ha desarrollado una serie de acciones educativas: cursos para docentes y educadores, talleres enfocados a padres, actividades prácticas para menores, etc. Desde el año 2008, alrededor de 50.000 personas han sido formadas en el buen uso de las nuevas tecnologías entre España y Latinoamérica.

Durante el año 2011, el equipo de voluntarios del Foro Generaciones Interactivas ha impartido un total de 32 sesiones formativas en centros educativos e instituciones

Por otro lado, Telefónica, a través del Foro Generaciones Interactivas junto Pantallas Amigas, ha lanzado Infancia y Tecnología, un recurso didáctico online dirigido tanto a niños y niñas de 6 a 11 años como a padres y profesores. A través de tres historias animadas, se abordan aspectos que tienen que ver con el uso seguro y saludable de internet, los videojuegos y los móviles.

La web busca trasladar de manera lúdica a niños y niñas criterios de buen uso de estas tecnologías, a la vez que aportan a los adultos una visión cercana y positiva de las mismas. Las aventuras animadas conectan con la parte lúdica mientras que las guías didácticas están orientadas a la acción educadora. La web permite, además, descargarse las animaciones al teléfono móvil.

Como novedad en cuanto a servicios específicos para la protección de la infancia y promoción del buen uso de internet, destacan las negociaciones llevadas a cabo en Colombia para el desarrollo y la puesta en funcionamiento en el primer semestre de 2012 de la primera hotline en América Latina siguiendo los preceptos del Inhope.

Telefónica, junto con el Foro Generaciones Interactivas, el Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, ICBF (Instituto Colombiano de Bienestar Familiar), la Fundación Telefónica, y Red Papaz (Red Social de Padres y Madres), ha sentado las bases de este organismo que tendrá como función recoger las denuncias de los usuarios cuando naveguen por internet y encuentren contenidos que consideren ilegales.

El Inhope es un organismo cofinanciado por la Comisión Europea cuyo objetivo es regular el funcionamiento de las hotlines europeas para facilitar un canal de denuncia a los usuarios de internet sobre contenidos potencialmente ilegales. Esta red ha extendido su campo de trabajo más allá de las fronteras europeas y, actualmente, unos 40 países del mundo entero cuenta con una hotline perteneciente al Inhope. Pertenecer al Inhope es compartir una metodología de trabajo fiable y compartir buenas prácticas entre sus miembros.

Hay que destacar que Colombia siempre ha sido un país pionero en la lucha por un internet más seguro, participando desde hace años en distintas iniciativas como "Internet sano" en colaboración con la Policía Nacional.

3. Productos y servicios

3.1. Aula 365

Aula 365 ha sido una revolución en cuanto a la promoción de contenidos positivos en internet se refiere, lanzado en Argentina y después en España y Colombia.

Aula 365 es un servicio de apoyo escolar gratuito con contenidos multimedia para toda la familia. A través de este portal, desde Telefónica ponemos a disposición de nuestros clientes de Banda Ancha herramientas avanzadas de la Web 2.0 para que sus hijos aprendan: películas educativas multimedia, blogs, wikis, infografías, biografías, galería de imágenes, clases magistrales, etc.

Este servicio permite mejorar el rendimiento escolar de estudiantes de todas las edades, con el soporte de un profesor virtual para aclarar dudas y preguntas.

Todo ello en un entorno seguro en el que no se permite que los niños aporten datos personales ni fotografías, y siempre moderado para que en ningún caso los menores accedan a contenidos inadecuados.

En el ámbito de nuestro compromiso con la responsabilidad social trabajamos para fomentar el uso responsable de las nuevas tecnologías por los niños, al mismo tiempo que auspiciamos sacar el máximo provecho de sus posibilidades. Para ello, nos esforzamos en poner a disposición de nuestros clientes productos adaptados a su perfil y en lanzar acciones formativas que les enseñen como sacar el máximo provecho de ellos previniendo al mismo tiempo su uso inadecuado.

Esta preocupación por la seguridad de sus servicios lleva a Telefónica a ofrecer, conjuntamente con su servicio de internet de banda ancha, paquetes de seguridad con antivirus, antifraude, seguridad infantil avanzada, filtro de correo y filtrado de aplicaciones filtros parentales de contenidos, entre otros servicios, para proteger a los clientes de virus, robos de información o contenidos inapropiados.

Por otro lado, Telefónica dispone en sus apartados web de Responsabilidad Corporativa de consejos y recomendaciones para el buen uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación, así como un blog, donde expertos escriben sobre las últimas tendencias y las novedades en lo que se refiere a temas relacionados con niños y nuevas tecnologías.

Alianzas

Telefónica es consciente de que para fomentar el buen uso de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información y de sus servicios en general, necesita aliados estratégicos, como es la sociedad civil, donde destaca la colaboración nacional con los nodos del Inhope y del Insafe, como Protégeles, Childnet; y otras organizaciones no gubernamentales que persiguen objetivos similares al suyo, como FOSI. Así como participar en iniciativas promovidas por la propia industria *(ver apartado 1. Autorregulación),* la Comisión Europea, la Unión Internacional de Telecomunicaciones, entre otros.

Sin estas alianzas no sería posible llevar a cabo todas las acciones que desarrolla tanto formativas como de sensibilización, ni el sector TIC estaría en la situación de ofrecer medidas eficaces en su conjunto para lograr que sus servicios sean usados sacando el máximo partido de los mismos, evitando malos usos innecesarios.

Por esta razón, este pilar es tan importante y es transversal a su estrategia, porque es el que permite que todas las iniciativas desarrolladas alcancen el éxito esperado.

La innovación en Telefónica

Los operadores de telecomunicaciones estamos en el centro de la revolución digital, un fenómeno que implica nuevos modos de comunicarnos, informarnos y relacionarnos y avances en multitud de ámbitos (comercio, educación, sanidad, Gobierno...).

Telefónica tiene una posición privilegiada para aprovechar las oportunidades que están surgiendo en este nuevo entorno. Para capturarlas, en 2011 continuamos con el proceso de transformación de la Compañía y pusimos en marcha numerosas iniciativas.

En el plano organizativo, creamos una división de negocio global, Telefónica Digital, centrada en aprovechar todas las oportunidades de crecimiento en el mundo digital, acelerando la innovación, ampliando y reforzando el portafolio de productos y servicios y maximizando las ventajas de su importante cartera de clientes.

Por otro lado, reforzamos nuestro compromiso claro con el emprendimiento tecnológico a través de BlueVia, la plataforma de Telefónica para los desarrolladores; y Movilforum y Wayra, iniciativa puesta en marcha por la Compañía en 2011 para ayudar a los emprendedores con talento a acelerar sus ideas de negocio en el ámbito de las TIC.

Innovación tecnológica

Durante 2011, nuestro modelo de innovación en Telefónica ha continuado evolucionando. Hemos impulsando los modelos colaborativos y creando una de las mayores redes de innovación del sector TIC mundial, un sector clave para el desarrollo sostenible de las comunidades de las que formamos parte. Enfocamos la innovación tecnológica hacia la construcción digital aprovechando las oportunidades que nos ofrecen las nuevas tecnologías y herramientas de producción como el desarrollo software y el talento creativo.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son un importante instrumento básico para el desarrollo económico y social y en Telefónica somos conscientes del papel de la innovación como motor de desarrollo. Por eso hemos promovido en colaboración con INSEAD y la OCDE la realización del Informe InnovaLatino para conocer las tendencias en innovación tecnológica en América Latina.

En Telefónica sabemos que la innovación tecnológica es clave para el logro de ventajas competitivas sostenibles, que nos permita a las tendencias del mercado y nos permita la diferenciación de los productos desarrollados. Aplicando esta doctrina, Telefónica incrementó en 2011 su esfuerzo en innovación tecnológica, destinando a este concepto 5.090 millones de euros, lo que supone un 8,1% de nuestros ingresos consolidados de 2011. El porcentaje acumulado en los últimos tres años de la inversión en I+D+i sobre ingresos asciende así al 7,9%.

I+D

En Telefónica consideramos importante la diferenciación como estrategia para mejorar nuestra posición en el mercado, que no puede basarse exclusivamente en la tecnología adquirida. Por ello creemos en el fomento de las actividades de investigación y desarrollo (I+D), en un esfuerzo para lograr esta diferenciación y avanzar en otras actividades de innovación. De acuerdo con ello, Telefónica dedicó en 2011 a I+D un presupuesto de 983 millones de euros, lo que supone un 23% más que en 2010 y un porcentaje sobre ingresos del 1,6% (1,4% en el acumulado de los últimos tres años).

En Telefónica creemos en un modelo de "innovación abierta", por lo que el esfuerzo en I+D, se realiza a través, no sólo de Telefónica I+D, sino compartiendo trabajos con una gran variedad de empresas colaboradoras, constituyendo así una de las mayores redes de innovación del sector TIC mundial. Este modelo de I+D+I se ha constituido ya en una de las referencias mundiales en cuanto al modelo de innovación, y así fue reconocido por la propia OCDE, al habernos seleccionado a Telefónica como una de las tres empresas invitadas a participar en el seminario sobre la I+D+I en el nuevo entorno económico celebrado en Paris en diciembre de 2011.

Por otra parte, este modelo abierto nos ha permitido en los últimos años la apertura de las plataformas de nuestra empresa a la colaboración con terceros; apoyo a nuevas empresas de base tecnológica a través de iniciativas de capital riesgo, entrada en compañías de interés tecnológico, apoyándose en iniciativas como *Campus Party*.

Las actividades de Telefónica I+D realizadas durante 2011 se han centrado principalmente en las siguientes áreas:

- La comunicación del futuro entre las personas de una manera natural, aprovechando Internet y los teléfonos inteligentes.
- Video y servicios multimedia (combinación de texto, audio, imágenes y video) con una experiencia de usuario en todos los dispositivos conectados.
- Soluciones avanzadas en los negocios emergentes de las TIC, como plataformas para la tele -salud vigilancia y soporte remoto a los pacientes o monitorización.
- Gestión de servicios entre máquinas (M2M), relacionados con la eficiencia energética y movilidad de las personas.
- La computación en Cloud que hacen uso intensivo de los recursos disponibles en la web para publicar, comercializar y distribuir aplicaciones.
- El análisis del perfil de los usuarios en función de su uso de las comunicaciones proporcionando oportunidades para servicios y modelos de negocio (campañas de marketing, publicidad dirigida y servicios contextuales personalizados, la reducción de la rotación, la venta cruzada, etc.)
- Y la evolución de la red y los servicios en una nueva infraestructura global común a todas las líneas de negocio, para reducir costes de operación y mantenimiento, ofertando más capacidad, la explosión de datos móviles, contenidos de video y la evolución de una Internet de las personas hacia una Internet de los objetos.

Por otra parte, en Telefónica desarrollamos las iniciativas de innovación globales con una clara voluntad de adaptarlas a las necesidades regionales y locales. Así, durante 2011, una de las motivaciones de la nueva organización del Grupo ha sido concentrar en la división de Recursos Globales la mayor parte de la I+D interna para el desarrollo de nuevas redes y en Telefónica Digital la I+D destinada al desarrollo de nuevos productos y servicios en el nuevo entorno digital. Esta nueva organización responde a la estrategia que Telefónica de ir más allá de la operación de redes y proporcionar servicios completos de tecnología a clientes empresariales y particulares para lograr mayor valor añadido que la mera conectividad fija o móvil.

Durante 2011, en Telefónica hemos liderado una serie de proyectos relacionados con el desarrollo de la Internet del Futuro organizados por la Comisión Europea dentro del 7 Programa Marco de Investigación. Estos proyectos, realizados en colaboración con las principales empresas, entidades de investigación y universidades Europeas, se desarrollan a través de un modelo PPP (Public Private Partnership) con financiación parcial de la Comisión Europea. En estos proyectos, el "Futuro de Internet" lo entendemos de una manera práctica y orientada hacia la creación de servicios para los ciudadanos, desarrollando por etapas los conceptos de "Smart City" o ciudad inteligente, así como otros servicios encaminados a mejorar la vida de los ciudadanos.

La participación más importante en este ámbito se ha centrado en el proyecto FI-WARE. Este proyecto, central en la PPP futuro de Internet, va a desarrollar una arquitectura de referencia, así como una implementación práctica, de una plataforma abierta para la creación, despliegue prestación de servicios en diferentes áreas relacionadas con el futuro de Internet. Así, la plataforma de FI-WARE se convierte en el elemento central de la apuesta de la Comisión Europea y los diferentes socios de la PPP para el avance de este tipo de soluciones en Europa. Telefónica es líder de este proyecto que implica más de 25 socios adicionales y es, como se comenta, elemento central de la PPP, futuro de Internet en la que están implicadas más de 158 empresas y entidades y con una inversión total del orden de 600 Millones de Euros en 5 años.

Las tecnologías de la Información y la Comunicación son un importante instrumento para el desarrollo económico y social

Gestión de Propiedad Intelectual de Telefónica

Con el objetivo de crear valor sostenible en la Compañía a través dela protección de los productos que se están desarrollando y laidentificación de nuevos activos tecnológicos hace ya tres años queestablecimos la Telefónica Patent Office, actualmente dentro de Telefónica Digital. Esta Unidad asesora sobre la protección de los resultados e identifica las posibles patentes y promueve la generación de nuevas políticasde retorno de la inversión a partir de la comercialización de patenteso de su incorporación en estándares tecnológicos.

De esta manera, hemos generado un portfolio de patentes y de productos protegidos que nos ha permitido registrar 95 patentes, 57 de las cuales fueron registradas en la Oficina Española de Patentes y 38 en la Oficina Europea de Patentes, la Oficina Estadounidense o son patentes internacionales.

Casos de la Innovación en Telefónica

Telefónica y Campus Party

Movistar desplegó por primera vez en Campus Party, la nueva tecnología IPv6, el nuevo protocolo de Internet, que permitirá recuperar la conectividad extremo a extremo potenciando la llamada "Internet de las cosas", donde las máquinas y numerosos dispositivos actuales o futuros, como ordenadores, smartphones, PDAs, automóviles, neveras, lavadoras o cualquier otro electrodoméstico, incorporarían conexiones de datos e Internet.

Movistar, que vuelve a apoyar Campus Party como patrocinador principal, dando a conocer este año otros proyectos estratégicos clave para la compañía, tales como Wayra, vinculado a los mejores talentos con espíritu emprendedor; Bluevia, dirigido a los

desarrolladores de aplicaciones y un innovador acuerdo con Arduino, la plataforma líder en hardware libre.

Campus Party ha sido uno de los lugares elegidos para hacer la selección de proyectos dada la conjunción de innovación, talento y espíritu emprendedor que se concentra en este evento tecnológico y que permite a muchos de los participantes llevar a la práctica sus sueños.

Por otra parte, Fundación Telefónica presentó durante la edición de Campus Party Valencia 2011 el proyecto EducaParty. En este espacio, cientos de profesores, innovadores y entusiastas de la tecnología, a través de debates y talleres, analizaron la irrupción y los beneficios de las tecnologías en el campo de la educación.

Movistar ha mantenido desde los orígenes de *Campus Party*, hace quince años, un apoyo que ha contribuido a hacer de este encuentro de internet una referencia tecnológica a nivel mundial y a qué proyectos paralelos como Wayra, Bluevia o EducaParty se constituyan en fuentes de innovación y éxito de los proyectos de los participantes.

Por otro lado, Telefónica I+D presentó junto con la plataforma de hardware libre Arduino el producto *Arduino Shield*, que integra un módem que permite conectarse a Internet, fruto de meses de colaboración entre ambas compañías. Se invitó a los usuarios de la *Campus Party* a probarlo y proporcionar sus impresiones de cara a las siguientes versiones.

Campus Party celebró en esta edición su decimoquinto Aniversario con un giro definitivo hacia los contenidos formativos, con más de 300 horas de talleres, conferencias, competiciones y actividades. Alineada con esta agenda, la oferta de Movistar en esta edición incluyó también la participación de un maestro de la gastronomía, Ferran Adrià, quien explicó su visión personal sobre la creatividad y la importancia de considerar a los jóvenes como auténticos innovadores.

10 Fridays

Telefónica I+D ha puesto en marcha el programa *10 Fridays* por el que ingenieros empleados de la compañía podrán disponer de diez viernes para desarrollar sus propias ideas y que no son necesariamente parte de su día a día en la empresa. Con esta iniciativa se trata de favorecer la creatividad de los ingenieros y motivarlos al facilitarles trabajar en temas que impulsan ellos mismos en áreas de su interés.

El programa *10 Fridays* es pionero en España y en él tienen cabida proyectos diversos como e-health, análisis de datos psicométricos, desarrollo de juegos en HTML5 o proyectos con empresas de moda y publicidad.

Campus Party celebró su XV Aniversario con un giro definitivo hacia los contenidos formativos, con más de 300 horas de talleres, conferencias, competiciones y actividades

Algunas ideas pueden recibir además financiación en caso de tener éxito, convertirse en prototipos e incluso en un producto final. De hecho, ya se han generado resultados interesantes para la Empresa como proyectos semilleros, patentes y nuevas relaciones con empresas externas.

El Bulli Foundation y Ferran Adrià innovando con Telefónica

Telefónica y Ferran Adrià han puesto en marcha del concurso '*Ideas for Transformation*', en el que alumnos de MBA (Master in Business Administration) de diez de las mejores escuelas de negocios del mundo diseñarán propuestas para lo que ha de ser el nuevo Bulli a partir de 2014, elBullifoundation.

Para esta primera edición del concurso, correspondiente al curso académico 2011-2012, las escuelas seleccionadas han sido las de las Universidades de Harvard (Cambridge - Boston, EE.UU), Columbia (Nueva York, EE.UU) y Berkeley's Haas School of Business (Berkeley - California, EE.UU.), London Business School (Londres, Reino Unido) y la española ESADE. En la edición 2012-2013 se dará cabida a otros cinco centros de prestigio con sede en regiones como Latinoamérica o China.

Telefónica I+D es una de las áreas de Telefónica más activamente presentes en la creación del elBullifoundation. La división de investigación y desarrollo de la compañía trabaja con Ferran Adrià para convertirlo en un laboratorio de investigación que sea la nueva meca mundial de la creatividad en el mundo gastronómico. Internet puede llevar el mundo de la cocina a su próxima revolución, abriendo el camino a una nueva ola de innovación gastronómica. Por ejemplo, permitiendo a Ferran Adrià compartir su creatividad con el mundo en tiempo real, y creando experiencias nuevas donde el video, la inmersión y la participación simultánea de millones de personas pueden definir nuevas maneras de experimentar la cocina.

La utilización de la minería de datos (Data Miner) para entender el ADN de los alimentos y crear nuevas experiencias, la aplicación de tecnología multimedia y de comunicaciones punteras en el edificio que albergará elBullifoundation, de sensores y robótica en la cocina, de impresoras 3D, de herramientas inteligentes... en definitiva, una nueva cocina computarizada e hiperconectada que permite imaginar escenarios muy revolucionarios.

Telefónica I+D busca proveer a Ferran Adrià de la tecnología más puntera, pero que pase desapercibida, para que sus creaciones sean siempre las verdaderas protagonistas. Desde el Centro de Telefonica I+D de Barcelona se brinda apoyo a Ferran Adrià para combinar tecnología de vanguardia e Internet y adentrar a elBullifoundation en una nueva era de gastronomía innovadora.

Semana de Innovación

Durante toda una semana se celebró en Madrid la "Semana de la Innovación", una iniciativa, exportada directamente desde Argentina, donde ya han tenido lugar tres ediciones y donde participan los profesionales de varias empresas del Grupo. Entre las dinámicas se presentaron charlas con el fin de hacer reflexionar acerca de la gran oportunidad de desarrollar pequeñas innovaciones en el día a día incrementando así la cultura innovadora en Telefónica.

El concepto nace en el 2006, comenzando en Buenos Aires destinado a 250 empleados de Telefónica. Por su rápido éxito, se decidió volver a lanzar y se re enfocó el fin para estimular el pensamiento lateral buscando así despertar la curiosidad e innovación en el día a día de los empleados. Actualmente se ha llevado a cabo en varios países de Latinoamérica como Colombia, Perú, Ecuador, Chile, México, Venezuela y Uruguay y están comenzando a celebrarse en Europa.

Esta es una experiencia positiva, que brinda la oportunidad de exportar el modelo de Innovación a todos los países en donde Telefónica está presente. La importancia de este tipo de proyectos es que se desarrolla con know how propio, compartiendo así el éxito a nivel global y buscando la mejora de la gestión de los indicadores de innovación dentro del Grupo.

Movistar Innova en Chile

En agosto 2011, Telefónica concretó el anhelo de reunir y estructurar bajo una única arquitectura sus esfuerzos e iniciativas en innovación y emprendimiento en Chile. Movistar Innova, que ya se había transformado en la primera incubadora de negocios en este país, se orientó hacia tres ejes de actuación:

- **Emprendimiento.** Este eje le da continuidad a lo que desde un inicio se llamó Movistar Innova, un proyecto nacido en 2009 del brazo de telefonía móvil y apoyado por la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) constituyéndose en la primera incubadora de negocios y aceleradora de empresas privada de Chile. Su misión es poner a disposición de los emprendedores los canales, plataformas y conocimientos del Grupo Telefónica, para promover, apoyar, explotar y comercializar iniciativas de emprendimiento con alto potencial económico, que conduzcan a la creación o consolidación de empresas exitosas, innovadoras y de impacto en el mercado.
- **Innovación.** Este eje comenzó con el Proyecto Telco Innova que tuvo por objetivo implementar un Sistema de Gestión de Innovación. Fue auspiciado por la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) y su objetivo fue identificar, promover y sistematizar la innovación en todas las áreas de la empresa y realizar esfuerzos colaborativos con aliados estratégicos con especial foco en productos, servicios y procesos que fortalezcan la relación con los clientes. Todo ello con el fin último de desarrollar una cultura de innovación en toda la organización. El Proyecto Telco Innova, que se inició en diciembre de 2009, fue concebido como un ecosistema de innovación, por lo que también participaron activamente empresas colaboradoras de Telefónica.
- **Espacios.** Se trata de la creación de espacios físicos donde puedan encontrarse e interactuar quienes deseen emprender junto a Telefónica, impulsando iniciativas de innovación y emprendimiento en lo que se ha llamado el Centro Movistar Innova.

Movistar Innova, en su Eje Emprendimiento, ha alcanzado un importante nivel de madurez y ya cuenta con resultados concretos: más de 2.000 ideas de negocios en cinco convocatorias; con proyectos que han levantado 0,72 millones de euros en capital privado y 288.000 euros en capital semilla CORFO. Además, hoy 7 empresas ya están facturando en Chile y de ellas 2 ya están en Silicon Valley, como es el caso de SmartBoxTV.

SmartBoxTV es un emprendimiento que desarrolla aplicaciones para televisión digital interactiva en redes sociales, entregando estadísticas deportivas interactivas, mensajería y juegos, entre otros.

Otra iniciativa destacable es Baytex, consistente en un sistema Web (SaaS) para la construcción y administración de Revistas y Catálogos interactivos en dispositivos Tablet (iPad/Android).

Además con 20 proyectos en cartera y más de 30 emprendedores trabajando, Movistar Innova seguirá creciendo, a través de sus procesos de innovación interna, incubación y aceleración de Empresas.

En 2011, Movistar Innova fue reconocido por la creación del Centro Movistar Innova, espacio que congrega a los emprendedores favoreciendo el co-working.

Wayra es un proyecto integral latinoamericano que aspira a identificar las ideas con mayor potencial en el campo de las TIC que nació en Latinoamérica

El apoyo a las nuevas ideas: Wayra

Wayra es un proyecto integral que nació en Latinoamérica en abril de 2011, como una *startup* dentro de la propia Telefónica. Es un proyecto que aspira a identificar las ideas con mayor potencial en el campo de las TIC e impulsarlas en su desarrollo, dotándolas de la tecnología, herramientas, *mentoring* y la financiación necesaria para hacerlas realidad.

Wayra, que significa 'viento' en quechua, nació con la aspiración de convertirse en una incubadora de negocios digitales para el desarrollo de futuros '*Sillicon Valleys*' en los países donde Telefónica está presente. La compañía da muestra, a través de esta iniciativa, de que su liderazgo en los mercados en los que opera se concreta en compromisos con la sociedad y apoyo al talento innovador.

Su primer objetivo fue encontrar un sistema que permita captar el mayor número de ideas emergentes en un sector, como el tecnológico, en constante evolución y con un cambio permanente de hábitos de consumo, oportunidades y demanda de servicios. Se trata de un modelo de convocatoria por país donde, a través de las redes sociales y los contactos en Universidades y centros de desarrollo, se localiza a los emprendedores con ideas y proyectos en distintas áreas de innovación digital. El único requisito es que el proyecto esté relacionado con el mundo TIC.

Hasta ahora, Wayra ha abierto convocatorias para emprendedores del mundo TIC en nueve países, tanto en Latinoamérica como en Europa. De esta manera, los llamados de Colombia, España (Madrid y Barcelona), México, Argentina, Perú, Brasil, Chile y Venezuela han recibido más de 5,000 proyectos tecnológicos, lo cual la ha convertido en uno de los mayores detectores de talento innovador en dos continentes.

En las Academias de Wayra tomarán forma y se acelerarán los mejores proyectos emprendedores de innovación tecnológica seleccionados en el transcurso de las *'Wayra Weeks'*, realizadas luego de cada convocatoria y donde un jurado independiente selecciona de acuerdo a criterios comunes las mejores startups para acelerar.

Las Academias son espacios de encuentro y trabajo, diseñadas arquitectónicamente de acuerdo a las últimas tendencias en co-working, con acceso a la mejor tecnología y mentoría, donde interactuar con otros proyectos y con facilidades para la conectividad con el resto de países donde Wayra está presente. Tienen el objetivo de captar el talento y apoyar su crecimiento, proporcionando a los emprendedores un modelo integral de aceleración de proyectos tecnológicos.

El compromiso de Telefónica con los creadores de start-ups no se limita a la financiación, sino que acompaña a los emprendedores desde sus primeros pasos, identificando sus necesidades y ayudándoles a cubrirlas: apoyo administrativo, asesoramiento legal, formación en las diferentes áreas de un negocio y soporte tecnológico de primer nivel, que una de la mayores compañías de telecomunicaciones del mundo puede brindar a través de su equipo de I+D. Todo con el objetivo de hacer de estas start-ups proyectos comercialmente viables.

El mayor diferencial de Wayra como aceleradora del mundo digital está en su modelo integral de apoyo a los emprendedores y en su footprint global, dotándolos no sólo de financiamiento sino de asesoría experta con mentores, formación específica para su sector de negocio y un espacio en las Academias Wayra y acceso a los más de 300 millones de clientes de Telefónica en el mundo.

La seguridad en la red

En Telefónica estamos plenamente comprometidos en proporcionar un entorno seguro y de confianza a nuestros clientes, empleados y a cualquier grupo de interés que se relacione con la Compañía.

En este sentido venimos desarrollando distintas iniciativas destinadas a reforzar la confianza digital que debe producirse entre los usuarios de los servicios. Así, desde el Comité de Seguridad de Telefónica se ha fomentado la continua mejora y modernización de las pruebas técnicas en las redes telemáticas y en los servicios en general que prestamos a partir de un doble enfoque basado en los servicio de identificación y gestión de amenazas en Internet.

El Servicio de Seguridad Corporativa SIGA tiene como objetivo, desde su inicio en 2005, identificar amenazas e información relevante que pueda tener impacto en la seguridad o el valor de Telefónica y sus clientes: fraude, ciberdelitos, amenazas contra la Compañía o sus trabajadores, información interna de la compañía publicada en Internet, lucha contra la pornografía infantil y otras de consideración diversa. Este servicio da respuesta a problemas de seguridad comunes en Internet que pueden afectar tanto a nuestros clientes como a nuestros profesionales y a la reputación de la compañía. Algunas de estas respuestas son:

- **Mitigación del Fraude,** identificando información cuyo objetivo es el fraude a la Compañía, a través de venta fraudulenta de productos o servicios de Telefónica u otras acciones que perjudiquen a la compañía o sus productos.
- **Evitando "ciberocupas",** registrando y manteniendo sitios web con nombres que recuerden a marcas comerciales, productos o servicios de Telefónica y que lleven a confusión del cliente o sean una crítica indiscriminada hacia Telefónica.
- **Análisis del Canal Indirecto de ventas,** identificando el seguimiento del libro de estilo por parte de distribuidores autorizados e identificando a distribuidores no autorizados o fraudulentos.
- **Combatiendo Ciberdelitos** y **Ciberterrorismo,** identificando acciones e información tanto en páginas web de Telefónica como externas.
- **Identificando información confidencial** y de clientes, identificando información confidencial perteneciente a la Compañía o a clientes localizada en Internet.
- **Protección al menor y lucha contra la pornografía infantil,** identificando en sitios de Telefónica información referente a acciones ilegales asociadas a los menores sobre Bulling, contenidos sobre menores y pornografía infantil. Esta identificación conlleva el proceso inmediato de denuncia y retirada.

- **Reforzando a Reputación Corporativa y Marca,** velando por el buen uso de la marca en Internet, identificando aquellos casos en contra de la compañía e identificando variables que definen el posicionamiento y valor de la compañía respecto a sistemas internos, basadas en metodología Reptrack.
- **Ayudando al Negocio,** identificando el correcto desempeño del canal de venta indirecto por Internet e incluyendo el seguimiento de distribuidores y ofertas, identificando además falsos distribuidores y/o productos.
- **Permitiendo una mayor cooperación con Jueces y FFCCSE,** extendiendo los servicios de seguridad de Telefónica hacia las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, manteniendo una relación cordial y efectiva de intercambio de información sobre delitos identificados que afecten a la Compañía o a la sociedad.

Responsabilidad en la cadena de suministro

Telefónica crea un marco que promueve la sostenibilidad de sus proveedores multiplicando así el impacto positivo de su actividad. Responde así a su voluntad de mejorar las condiciones de vida y trabajo de las personas que integran nuestra cadena de suministro.

En Telefónica somos conscientes del impacto de nuestra cadena de suministro, que en el año 2011 alcanzó un volumen de compras de 27.295 millones de euros adjudicados a más de 14.500[1] proveedores localizados en más de 80 países. Asimismo, más de 243.000 personas de proveedores aliados[2] fueron claves en las labores de atención y soporte, trabajando en contacto directo con nuestros clientes.

Todos estos factores nos hacen seguir promoviendo y velando por el cumplimiento de los criterios de sostenibilidad, recogidos en nuestros Principios de Actuación, multiplicando así el impacto positivo de nuestra actividad. Esta actitud no responde a una cuestión de cumplimiento empresarial, sino a nuestra voluntad de impulsar una mejora en las condiciones de vida y de trabajo de las personas que participan en nuestra cadena de suministro.

En base al compromiso asumido con el **Pacto Mundial** y con los **Objetivos del Milenio** buscamos procesos de producción más eficientes e innovadores que ayuden a lograr un mundo mejor y más sostenible.

Objetivo

Gestionar los pilares básicos de la sostenibilidad en la Cadena de Suministro, teniendo como base el modelo de gestión de compras del Grupo, el cumplimiento legal y la transparencia. Dichos pilares nos permiten minimizar nuestro impacto negativo al mismo tiempo que fomentan la innovación y la eficiencia:

- **Gestión de riesgos.**
- **Promoviendo la eficiencia.**
- **Cultura de sostenibilidad.**
- **Construyendo relaciones con nuestros stakeholders.**

Normativa de Aplicación

Nuestro marco de referencia es el compromiso público asumido en 2010 recogido en el Portal de Compras (http://www.telefonica.com/es/suppliers/html/home/index.shtml). Dicho compromiso se desarrolla en dos niveles:

- **Externo:** a través de la Política de Responsabilidad en la Cadena de Suministro, que detalla la actitud y estándares que esperamos de los proveedores. Además, la Política es una herramienta de sensibilización, que nos ayuda a fomentar comportamientos sostenibles dentro de la propia cadena de suministro de nuestros proveedores.
- **Interno:** a través de estándares internos como la Norma de Extensión de los Principios de Actuación a la Cadena de Suministro, las Instrucciones de Compras, Normativas Corporativas de Control y los Requisitos de Gestión Ambiental a Proveedores[3], donde se establecen los procesos, indicadores y herramientas para el seguimiento del nivel de cumplimiento de los proveedores.

Líneas de Acción 2011

Modelo de Governance y Transparencia

Telefónica desempeña la función de compras en base a un modelo de gestión común que se basa en los principios de: concurrencia e igualdad de oportunidades, transparencia en el proceso y en la toma de decisiones, objetividad y unanimidad en las decisiones de adjudicación, vocación de servicio hacia los clientes internos y externos, cumplimiento mutuo de los compromisos con proveedores.

En los últimos años hemos sido testigos de las ventajas derivadas de la gestión electrónica de la cadena de compras y suministro. En 2011, el 91% de las negociaciones se realizaron electrónicamente, el 18% de las cuales fue bajo la modalidad de subasta. Así mismo, emitimos electrónicamente pedidos y cartas de adjudicación por más de 8.500 millones de euros y recibimos facturas electrónicas por un importe superior a los 7.400 millones de euros.

En 2011 nuestros principales proveedores por volumen de adjudicación fueron: Apple, Ericsson, Huawei, Samsung, Nokia, Atento, Nokia Siemens, Rim, Alcatel-Lucent y Sony Ericsson.

En el Grupo hay dos empresas clave en la gestión de la cadena de suministro:

1. En Telefónica hemos realizado una profunda revisión de nuestro catálogo corporativo de proveedores cerrando 2011 con 14.529 proveedores adjudicatarios conforme con los sistemas integrados del Grupo.
2. El Grupo Telefónica lanzó en 2008 el Programa Aliados en Latinoamérica para trabajar en estrecha colaboración con proveedores que prestan servicio en contacto directo con el cliente.
3. ICC-001 Instrucción Conjunta Corporativa para el control de riesgos laborales en la contratación de bienes y servicios
NCC - 003 Normativa de Criterios Generales sobre la contratación de bienes y servicios

- **Telefónica Compras Electrónicas (TCE):** es responsable de la gestión de la plataforma de comercio electrónico y del despliegue de herramientas electrónicas en las compras de todos los productos y servicios en todas las compañías del Grupo.
- **Telefónica Global Services (TGS):** se encarga de favorecer la gestión global de las principales compras del Grupo Telefónica mediante la provisión de servicios de valor agregado enfocados a fortalecer y simplificar la relación con nuestros principales proveedores. En 2011, adicionalmente a las compras de infraestructuras de red, dispositivos de cliente y sistemas de información, TGS incorporó dentro de su gestión la compra de servicios.

  En 2011, a través de TGS negociamos más de 18 mil procesos de compra por un valor superior a los 13.300 millones de euros.

Gestión de Riesgos

Realizamos periódicamente evaluaciones del nivel de riesgo de nuestros proveedores, conforme al producto y servicio que nos prestan, con el fin de definir una estrategia acorde al riesgo detectado:

Se distinguen diferentes niveles de riesgo en nuestros proveedores, acorde a la geografía:

- **Europa:** Fabricantes de terminales y equipos de infraestructura de red.
- **Latinoamérica:** Contratas y Call Centers , tanto técnicos como comerciales.

Como resultado de esta evaluación el Plan Anual de auditorías del Grupo en 2011 estuvo conformado por más de 1.770 auditorías a proveedores de riesgo.

Así mismo, hemos avanzado en el uso del check-list global con 63 auditorías en todo el Grupo, un 70% más que el Plan Anual de auditorías de 2010. El check-list global nos permite comparar el desempeño de proveedores en base a los mismos criterios. Los siguientes gráficos recogen el trabajo realizado por país y el nivel de cumplimiento observado en dichas auditorías.

Distribución de auditorías por país (*)

(*) Auditorías correspondientes al Plan Anual de 2011

Nivel de cumplimiento observado

EUROPA

Telefónica UK ha liderado el proceso realizando 8 auditorías in-situ a proveedores clave del sector, evaluaciones a potenciales proveedores y realizando el seguimiento de las acciones de mejora en 15 grandes proveedores.

Los puntos más relevantes de las auditorías han sido:

- La mayoría de los proveedores cumple con lo establecido en la Política del Grupo.
- En el caso de incumplimiento todos los proveedores han implementado planes de mejora, existiendo actualmente más de 15 planes en marcha.
- El aspecto más débil que encontramos en dichas empresas fue la escasa o ausencia de gestión en su propia cadena de suministro.
- Otros aspectos relevantes aunque infrecuentes, están relacionados con políticas de trabajo inaceptables como retención de documentos de identidad o establecimiento de multas como medidas disciplinarias.

Así mismo, dentro del Plan Anual de auditorías 2011, España llevó a cabo cuatro auditorías conforme la metodología estandarizada del Grupo a proveedores de productos de mercado, infraestructura de red, Call Center y publicidad y marketing. El siguiente gráfico muestra el nivel de cumplimiento.

España - Plan de Auditoría 2011. Nivel de cumplimiento

LATINOAMÉRICA – PROGRAMA ALIADOS

Hemos consolidado el programa como una de las mejores prácticas en el Grupo en materia de Gestión de Proveedores, un hecho que cobra todavía más relevancia, si se considera que el número de Aliados en la Región ha crecido interanualmente un 18.5%.

Es por ello que mantenemos nuestra ambición de ser reconocidos por nuestro modelo sostenible de alianza estratégica con nuestros terceros, que nos permite brindar un servicio excelente y consistente a nuestros clientes.

En 2011 continuamos avanzando en la implantación del Modelo Integral de Gestión de Aliados:

- Asegurando el cumplimiento de la normativa laboral y obligaciones contractuales.
- Propiciando el desarrollo de las empresas colaboradoras.
- Constituyéndonos como la ventanilla única en la gestión de Aliados.
- Impulsando los Principios de Actuación del Grupo.
- Desarrollando un Cuadro de Mando Regional para facilitar el reporte y seguimiento del programa.

Si en ejercicios anteriores nos centramos en el control de cumplimiento de la Normativa Laboral, en 2011 el foco lo hemos puesto en el desarrollo sostenible de proveedores. Así podemos destacar Argentina, donde se variaron las condiciones de un contrato ya adjudicado proveedores de bucle, de forma que además de garantizar la sostenibilidad de este se garantizase el desarrollo de sus empleados.

Principales indicadores del programa Aliados:

- Revisiones administrativas: 13.171.
- Auditorías in situ: 1.702.
- Auditorías checklist corporativo: 59, en el gráfico adjunto se muestran las principales áreas de riesgo.
- Proveedores con No Conformidades: 292.
- Planes de mejora en marcha: 178.

Riesgos identificados (%)

Promoviendo la eficiencia

En Telefónica creemos que todas las empresas pueden influir, dentro del ámbito de su propia cadena de suministro, en la búsqueda de procesos más eficientes y menos costosos, que redunden en la sostenibilidad de las comunidades donde actuamos.

En lo que se refiere a Eficiencia Energética, la Oficina de Cambio Climático del Grupo trabaja en tres líneas de actuación:

- a. Incorporación y petición de requisitos de eficiencia energética en el TCO^4 de productos de red.
- b. Homogeneización de criterios y precios en las decisiones de compra de energía.
- c. Inclusión de criterios de eficiencia energética en la estandarización de equipos de red.

Más información en el capítulo de Dimensión Ambiental.

El Programa Aliados se consolida como una de las mejores prácticas en gestión de proveedores. Más de 243.000 colaboradores aliados prestaron atención directo a nuestros clientes

Cultura de Sostenibilidad

Para Telefónica el progreso sostenible se basa en la creación de valor y nuestros proveedores son aliados estratégicos para lograr este objetivo. Compartir una misma visión y aplicar los mismos valores y principios nos permitirá trabajar día a día para maximizar nuestra contribución a la sociedad. Para ello existen numerosas iniciativas en nuestras líneas de negocio orientadas a:

- **1. Formación de nuestros equipos.** Dentro del programa Aliados se emprenden acciones formativas a los Gestores de Contratos destacando en 2011:
  - **a. Chile y Colombia:** diplomatura en Gestión de Negocios para Administradores de Contratos.
  - **b. Ecuador:** capacitación y certificación de Administradores de contrato de la compañía con un total de 164 asistentes.
  - **c. Venezuela:** Programa de certificación de Líder Integral donde se dictaron 13 sesiones y asistieron 222 personas.
- **2. Formación de nuestros proveedores y colaboradores.**

Además dentro del Programa Aliados se llevan regularmente acciones de formación y comunicación a proveedores como:

- **d. Plataforma iCampus:** portal de formación e-learning donde se pone a disposición de nuestros aliados, formación sobre principios de actuación, procesos de compra, productos, servicios y las ofertas comerciales. Este servicio está disponible tanto para Call Center como para empresas que prestan el servicio de forma presencial. Actualmente está implantado en 4 países y cuenta con más de 11.018 usuarios activos.
- **e. Argentina:** todos los contratos de servicio de mano de obra intensiva exigen un plan de formación impartido por el proveedor sobre el que existen controles de cumplimiento. En muchos casos, estos son sistematizados por el proveedor siguiendo métodos de calidad como ser ISO, COPC, PNC y otros particulares. En 2011 se impartieron un promedio de 385.000 horas de capacitación.
- **f. Chile:** inclusión en Talleres de Cultura Organizacional "Imagina" a los Líderes de Empresas Aliadas Estratégicas. Participación de gerentes y administradores de Contrato que permitieron el alineamiento estratégico con la Compañía, aprox. 200 personas
- **g. Colombia:** Telefónica firmó un convenio con SENA "Servicio Nacional de Aprendizaje" (Instituto perteneciente al Gobierno encargado de la formación en el país), y que ayuda en la certificación de los trabajadores en actividad Bucle en competencias laborales. Actualmente hay más de 1.000 técnicos certificados.

Construyendo relaciones con nuestros stakeholders

- **a. Cumpliendo nuestros compromisos:** trabajamos en la mejora de la gestión de facturas, con el fin de cumplir con los compromisos adquiridos.

  Según se recoge en el Informe Financiero "Las compañías españolas del Grupo Telefónica, S.A." han completado la adaptación de sus procesos internos y su política de plazos de pago a lo dispuesto en la Ley 15/2010 por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales. En este sentido, las condiciones de contratación a proveedores comerciales en el ejercicio 2011 han incluido periodos de pago iguales o inferiores a los 85 días, según lo establecido en la Disposición transitoria segunda de la citada ley."

	Ejercicio 2011	
Millones de euros	**Importe**	**%**
Pagos realizados dentro del plazo	8.361	95,2
Resto	425	4,8
Total pagos a acreedores comerciales	**8.786**	**100,0**
Plazo Medio Ponderado Excedido (días)	38	
Aplazamientos que a la fecha de cierre sobrepasan el plazo (*)	27	

(*) Con objeto de adaptarse a lo dispuesto en la Ley 15/2010, las sociedades españolas del Grupo Telefónica abonaron en los primeros días de 2011 un importe de 82 millones de euros correspondiente al saldo pendiente de adaptación al cierre del ejercicio 2010.

- **b. Colaborando con otras organizaciones para mejorar el impacto de nuestra Cadena de Suministro** como Green Choice Alliance, OK International o Forum Empresa.

  En este último caso, hemos impulsado el estudio de "Sostenibilidad y Call Centers" donde se recoge información cuantitativa y cualitativa de cómo cómo combinar externalización y subcontratación de forma que el cliente final "viva" la política de RSE de la empresa. (www.empresa.org/Estudios2011/sustentabilidad-callcenters-esp.pdf)
- **c.** Como miembros fundadores de GeSI: (Global e-Sustainability Initiative), fomentamos el uso de E-TASC[5] entre nuestros principales proveedores. En 2011 seguido el nivel de desempeño de nuestros principales proveedores por volumen y riesgo de actividad en esta herramienta.
- **d.** Estableciendo Alianzas para conseguir un mayor impacto:
  - **i.** Tanto a nivel Global: "Alianza Público Privada para el comercio responsable de minerales"

    Telefónica forma parte de la Alianza Público-Privada para el Comercio Responsable de los Minerales puesta en marcha por la Subsecretaría de Estado para la Democracia y Asuntos Globales de Estados Unidos con compañías privadas y asociaciones de comercio, la sociedad civil, y la Conferencia Internacional de la Región de los Grandes Lagos.

    De este modo consolida iniciativas previas de diferentes organizaciones con un éxito limitado, como por ejemplo el proyecto iTSCi, en el que Telefónica colabora desde hace dos años. Para más información: http://www.resdue.org/site-pqa
  - **ii.** Como a nivel local: Brasil: Firma del acuerdo entre Fenattel[6] y Febratel[7] - presidida por Carlos Antonio Valente, presidente de Telefónica en Brasil- para garantizar las buenas prácticas de actuación en el sector de telecomunicaciones en el ámbito nacional.

Para Telefónica, el progreso sostenible se basa en la creación de valor y nuestros proveedores son aliados estratégicos para lograr ese objetivo

LECCIONES APRENDIDAS

Las auditorías no son suficientes para garantizar la sostenibilidad de la cadena de suministro

Es precisa la colaboración entre empresas del sector y otras organizaciones.

Promover la formación de y entre nuestros proveedores

RETOS 2012

Promover la colaboración entre empresas del sector para mejorar los resultados y eficiencias de evaluaciones y auditorías a proveedores.

Avanzar en la implantación de la Norma de Extensión de los Principios de Actuación entre nuestros proveedores de riesgo y/o estratégicos .

4. TCO: Total Cost Ownership: es un método de cálculo diseñado para ayudar a los usuarios y a los gestores empresariales a determinar los costes directos e indirectos, así como los beneficios, relacionados con la compra de equipos.
5. E-TASC: Electronics- Tool for Accountable Supply Chains herramienta de autoevaluación que permite una evaluación homogénea, única para todos los clientes suscritos, del nivel de cumplimiento de estándares laborales, éticos, ambientales y de seguridad y salud.
6. Fenatel: Federação Nacional dos Trabalhadores em Empresas de Telecomunicações, entidad que representa a los trabajadores del sector de Brasil
7. Febratel: Federação Brasileira de Telecomunicações, entidad que representa a la patronal del sector de telecomunicaciones

Triple cuenta

Dimensión ambiental

Green TIC en Telefónica

La estrategia ambiental y de Green TIC de Telefónica tiene un enfoque basado en gestión de riesgos y aprovechamiento de oportunidades en términos de eficiencia energética, reducción de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y optimización de recursos.

En Telefónica concebimos a las Green TIC como un conjunto adicional de procesos y actividades que permiten generar valor para nuestra compañía en términos de reducción de costes y generación de nuevos ingresos. Se basa en principios de eco-eficiencia, gestión interna del carbono y reducción de consumos energéticos; así como en la provisión de servicios Green TIC para cliente que permitan promover la sostenibilidad ambiental y una economía baja en carbono.

Somos conscientes del potencial que el sector TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación) tiene para desmaterializar la economía y por esto creemos que es necesario aprovechar las oportunidades que nos brinda la gestión de la energía, el carbono y el cambio climático. Para esto, la Oficina de Cambio Climático y Eficiencia Energética de Telefónica continúa liderando la estrategia corporativa de energía y carbono del grupo bajo 5 líneas de actuación: operaciones, empleados, compras, clientes y posicionamiento.

Durante 2011 la estrategia sobre las Green TIC de Telefónica se consolidó en un solo modelo a partir de tres líneas estratégicas principales: Green desde las TIC (Green From ICT), Green con las TIC (Green By ICT) y Green TIC Global (Global Green ICT).

Bajo el modelo global **Green TIC,** hemos reforzado nuestros tres objetivos convergentes. El primero, enfocado a promover la eficiencia energética interna y reducir nuestras emisiones de CO_2eq, optimizando el uso de los recursos globales disponibles y extrayendo los beneficios de la escala. El segundo, dirigido al desarrollo de soluciones Green TIC competitivas para mejorar la eco-eficiencia de nuestros clientes, con base en la estrategia de provisión de servicios globales en el mundo digital. Y el tercero, estructurado para posicionar a Telefónica como empresa líder en Green TIC a nivel global, regional y local.

Global Green TIC
Posicionamiento Global (Global Green TIC)

Somos conscientes del potencial que el sector TIC tiene para promover una economía eco-eficiente[1] y baja en carbono. Los retos del mundo digital y la escasez de recursos naturales como la energía, nos ha dado la oportunidad a replantear nuestro modelo de negocio Green TIC a nivel global y local. Este modelo está alineado con la agenda energética, ambiental y de cambio climático global, así como con las respuestas que Telefónica entrega a los mercados en los que opera, a sus accionistas e inversores, al sector TIC y sus analistas y, sobre todo, a sus clientes.

Para esto, tenemos varias líneas de actuación en nuestra política de posicionamiento global, basada en cuatro pilares fundamentales.

- **Confianza y transparencia**
- **Estándares Green TIC**
- **Innovación Green TIC**
- **Promoción de políticas**

Confianza y transparencia

Consideramos que la mejor forma de ser líderes es generar confianza y ser transparentes en la gestión realizada. La transparencia en temas de cambio climático debe ir acompañada de una correcta identificación de riesgos y oportunidades, una gestión basada en proceso y una definición correcta de responsabilidades.

En 2011 reforzamos la identificación de los riesgos y oportunidades que el cambio climático presenta para Telefónica dentro del modelo global de riesgos de la compañía. Entre ellos se identificaron riesgos regulatorios, de negocio, operacionales y reputacionales que podrían afectar nuestra cuenta de resultados si no se gestionan acertadamente. En la actualidad, la gestión de la energía y el cambio climático en las empresas es generalmente voluntaria, sin embargo uno de los principales riesgos que nuestra compañía ha identificado es que posiblemente el sector TIC vaya hacia un proceso regulado de cuantificación de emisiones y futuros objetivos de reducción obligatorios.

Por esto, para gestionar los riesgos identificados, el primer paso es la medición acertada del consumo de energía interno y la cuantificación de nuestra huella de carbono interna y de nuestros servicios. Esto nos ha permitido tomar decisiones acertadas y trazar nuestra hoja de ruta hacia el año 2015.

Empresas globales que a su vez cotizan en bolsa, hemos visto como desde hace varios años cada vez más inversionistas y accionistas valoran mucho más la gestión de empresas en temas ambientales y sobre todo de energía y cambio climático. En Telefónica, por ejemplo, contamos con más de 1,4 millones de accionistas que esperan de nosotros transparencia, información veraz y positiva, no sólo sobre nuestros compromisos financieros, sino también sobre la eficiencia energética y los negocios "green", dado que éstos también afectan a la cuenta de resultados. Telefónica ofrece valor a sus accionistas a través de una estrategia de eficiencia energética y de lucha contra el cambio climático clara y adaptada al mundo de la empresa. Un reflejo de este éxito en 2011 se materializó en que por segundo año consecutivo en 2011 conseguimos la evaluación más alta otorgada por la Carbon Disclosure Project (CDP) en el sector de las telecomunicaciones.

1. Eco-eficiencia: gestión eficiente de aspectos ambientales como el agua, la energía, los residuos, los gases de efecto invernadero, entre otros.

Liderazgo de Telefónica en el Carbon Disclosure Project (CDP)

CARBON DISCLOSURE PROJECT

En 2011, obtuvimos por segundo año consecutivo la valoración más alta del sector de telecomunicaciones en el CDP, compuesto por dos índices que muestran a 551 inversores institucionales con activos por valor de 71 billones de dólares la transparencia y el desempeño de las compañías en materia de cambio climático

Con una valoración de 90 puntos sobre 100, un punto más que el año pasado, Telefónica es la única empresa española presente en el índice **Carbon Disclosure Leadership Index (CDLI),** que mide la cantidad y calidad de la información que ofrecen las empresas en materia de cambio climático.

La gestión de la energía y las emisiones de CO2, los servicios green y, en general, el aprovechamiento de las oportunidades y la minimización de los riesgos vinculados al cambio climático, han sido claves para conseguir esta posición en el principal índice de inversión sobre el carbono.

Top disclosure scores Vs. top performance bands

Durante 2011, trabajamos en fortalecer nuestro compromiso de llevar todos los retos y éxitos de nuestra estrategia Green TIC, incluyendo esta materia en el informe anual que entrega a sus accionistas, así como en otros informes corporativos. En 2011 también mejoramos nuestros canales globales 2.0 de información y debate sobre eficiencia energética y los servicios Green, sobre todo para nuestros clientes. Durante 2012, continuaremos comunicando efectivamente nuestros procesos de gestión de energía, carbono y Green TIC a nivel global.

Estándares Green TIC

Con el fin de materializar los beneficios del sector de las TIC hacia una economía baja en carbono, es importante disponer de estándares o metodologías que permitan efectuar comparaciones entre diferentes empresas y servicios Green TIC. Durante 2011 reforzamos nuestra participación dentro del Grupo de Estudio No.5 de "Medio Ambiente y Cambio Climático" del Sector de Normalización de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT-T)[2], encargado del desarrollo de las metodologías para medir el impacto ambiental de las TIC.

En Telefónica reconocemos a la UIT como organismo de normalización con el mandato de organizar, dirigir y promover los estándares y metodologías para las Green TIC a nivel mundial. El año 2011 marcó un hito importante a nivel metodológico en las Green TIC, ya que se aprobaron tres recomendaciones relevantes para el sector TIC con influencia directa en el subsector de las Telecomunicaciones.

Recomendaciones UIT para las Green TIC – 2011

- **(Mayo, 2011) Recomendación ITU-T L1000**: Estándar para el cargador Universal y solución de carga para teléfonos móviles y otros dispositivos TIC de mano: Provee especificaciones generales para un único cargador de terminales móviles, entre las que se encuentran: un cable micro usb "independiente" que pueda utilizarse con otros dispositivos (mp3, cámaras fotográficas, GPS); una carga máxima de 0,03 W para el adaptador cuando el móvil no esté conectado a él, y una corriente de carga recomendada deberá estar entre 750 y 1500mA.
- **(Sept, 2011) Recomendación ITU-T L.1410:** Metodología para evaluación de impacto ambiental de bienes, redes y servicios de Tecnologías de la Información y Comunicación. Establece los lineamientos metodológicos para cuantificar el consumo energético y generación de GEI en las TIC mediante un enfoque basado en análisis de ciclo de vida (LCA).
- **(Sept, 2011) Recomendación ITU-T L.1420:** Metodología para medición de consumo de energía y emisiones de gases de efecto invernadero de Tecnologías de la Información y Comunicación en Organizaciones. Define la metodología para realizar el inventario de energía y gases de efecto invernadero en una empresa TIC.

2. UIT: Unión Internacional de Comunicaciones. UIT-T: Sector de normalización de las telecomunicaciones de la UIT. (N. de las T.)

Telefónica tiene el reto de incluir aspectos "green" y de eficiencia energética en servicios TIC para edificios y transporte, entre otros sectores

Estos estándares marcan el inicio de un proceso metodológico para llevar a las Green TIC en el centro de la solución para promover la eficiencia energética, reducir las emisiones de GEI y la generación de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos.

Durante 2012, Telefónica continuará trabajando con la ITU en el desarrollo de un segundo grupo de metodologías para cuantificar el impacto ambiental del uso de las soluciones Green TIC a nivel global con énfasis en ciudades. Así mismo, durante 2012 Telefónica deberá implementar incluir la recomendación del cargador universal en nuestros procesos de estandarización y compra de dispositivos móviles, para nuestros más de 306 millones de clientes.

Innovación Green TIC

Se creería que la crisis económica ha generado que las agendas "Verdes" de las compañías pasen a segundo plano. En el sector TIC y sobre todo en el de las telecomunicaciones es un caso especial pues hemos puesto mayor atención en la oportunidad de negocio a través de servicios de eficiencia energética que favorezcan la competitividad de nuestros clientes a través de una reducción de costes. El desarrollo de tecnologías Green va de la mano con modelos de negocio exitosos basados en la innovación y conocimiento de los mercados. Telefónica tiene un reto, incluir aspectos "green" y de eficiencia energética en servicios TIC para edificios, sector transporte, sector eléctrico, entre otros.

La estrategia de innovación global de Telefónica tiene como objetivo transformar en realidad las posibilidades que ofrece el nuevo mundo digital y ser uno de sus principales protagonistas. Durante 2011, solamente el equipo de Telefónica I+D (Investigación y Desarrollo) invirtió 15 millones de euros en procesos de innovación para servicios de eficiencia energética (transportes, utilities, smart buildings) basados sobre todo en M2M.

Cuadrante Green: Empresas de Telecomunicaciones Sostenibles

Verdantix es una de las firmas de análisis de la industria más importantes para la valoración de aspectos green y de sostenibilidad en el sector TIC. Para evaluar a las empresas de telecomunicaciones, Verdantix compara las soluciones de 18 operadoras analizando sus respuestas a más de 40 preguntas sobre provisión de soluciones para reuniones virtuales, virtual hosting y cloud computing, smart metering y soluciones M2M. Además, incluye unas preguntas sobre la estrategia de negocio en eficiencia energética, gestión del carbono, innovación y sostenibilidad y entrevistas a 15 compradores de servicios "telco", que representan unos ingresos superiores a los 175.000 millones de euros.

Los aspectos de Telefónica más valorados por el "Green Quadrant: Sustainable Telecoms 2011" son, a) la disponibilidad de servicios de eficiencia energética, destacando los servicios de smart buildings; smart metering y M2M; virtual hosting, y servicio móvil green con dispositivos eficientes; b) La estrategia integrada de eficiencia energética y cambio climático centrada en el desarrollo de negocio y c) El modelo de gobierno corporativo para gestionar la energía y las emisiones de Gases de Efecto Invernadero en las operaciones y responder al cumplimiento de objetivos globales.

Proyecto Beywatch

Al final del 2011 concluyó con éxito el programa europeo Beywatch **(Building an Energy Watcher),** un proyecto europeo de investigación liderado por Telefónica I+D. Su objetivo era desarrollar y demostrar nuevas soluciones tecnológicas que preparen el camino hacia un sistema energético sostenible. Beywatch prepara el camino hacia la Smart Energy, el nuevo paradigma del sistema eléctrico que integra las fuentes de energía renovables, la generación distribuida e intermitente y nuevos modelos de consumidores (cargas móviles como los vehículos eléctricos y consumidores que también producen). Y necesita de herramientas de gestión inteligente de las redes de distribución, Smart Grid, que además integren al consumidor en los mecanismos del sistema, mediante la **Gestión Activa de la Demanda.**

Gracias a la implementación de todos estos procesos y la disponibilidad en el mercado de varios servicios Green TIC, en 2011 fuimos reconocidos como compañía de telecomunicaciones líder en Europa en soluciones de eficiencia energética para fomentar negocios sostenibles, según el informe "green quadrant" de Verdantix. Telefónica se situó entre una de las cinco empresas globales con operaciones en Europa que mejor integran los criterios de eficiencia energética y sostenibilidad en sus productos y servicios.

Dentro de esta visión de Innovación Green TIC, Telefónica ha establecido demos de servicios en sus centros de innovación de Madrid y Barcelona. En éstos, se han recreado servicios Green TIC innovadores de las ciudades conectadas como: Telemediciones M2M, servicio de inmótica, soluciones basadas en NFC, coche eléctrico, entre otros.

Durante 2012, todos los servicios Green TIC de Telefónica deben ir acompañados de mediciones de los beneficios en términos de energía y emisiones de GEI. Esto atraerá de manera natural la atención del mercado, la innovación, las inversiones y el desarrollo de nuevas tecnologías Green TIC.

Promoción de políticas

Las Green TIC son fundamentales para fomentar la competitividad a nivel global, en ciudades y en sectores estratégicos de la economía. Esto se puede lograr entre otras cosas por el desarrollo de servicios de eficiencia energética, aplicaciones y dispositivos operados en redes de telecomunicaciones eficientes. Así mismo, en Telefónica reconocemos que podemos contribuir a las acciones globales de mitigación y adaptación al cambio climático, así como la implementación de acciones compartidas para la reducción de gases de efecto invernadero GEI.

Para hacer esto una realidad, trabajamos en varios grupos de trabajo intersectoriales para colocar a las Green TIC en la agenda política de cambio climático y la sostenibilidad ambiental a nivel mundial. Para esto, creemos que es necesario ir de la mano con el Sector TIC para conseguir mejores resultados. Hemos participado en varios grupos de trabajo intersectoriales para posicionar a Telefónica y al Sector TIC en el centro de la solución al cambio climático, y en el 2012 continuaremos trabajando para esto.

Con el fin de llevar la agenda Green TIC a lo más alto de la agenda climática a nivel mundial sobre todo en temas de adaptación al cambio climático, Telefónica a través de Telefónica International Wholesale Services (TIWS) se unió a la *Task Force para valorar el potencial para evaluar el potencial de los cables submarinos en el control del clima y los océanos*, promovida la UIT y la Organización Meterológica Mundial (OMM) y Unesco.

La Compañía participa en varios grupos de trabajo intersectoriales para colocar a las Green TIC en la agenda política de cambio climático

Green desde las TIC (Green from ICT)

Trabajamos a nivel global con los departamentos globales de operaciones, compras y recursos humanos para fomentar la eficiencia energética interna y la reducción de gases de efecto invernadero (GEI) en nuestros procesos.

Como todos los años, cuantificamos nuestros consumos energéticos y nuestra huella de carbono interna en base a un modelo global basado en el Protocolo GEI y la Norma ISO 14064. En 2011 nuestro inventario se ha calculado en base a la recién aprobada Recomendación ITU-T L.1420: "*Metodología para medición de consumo de energía y emisiones de gases de efecto invernadero de Tecnologías de la Información y Comunicación en Organizaciones*" de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). El año de referencia para nuestro inventario de gases de efecto invernadero es el 2010, debido a la calidad de los datos y a la incorporación de Telefónica-Vivo (filial de telefonía móvil en Brasil) al Grupo.

Liderazgo y participación activa de Telefónica en foros y grupos de trabajo estratégicos

ITU	Grupo No. 5 de Medio Ambiente y Cambio Climático (ITU SG5) para desarrollo de metodologías y estándares GreenTIC.
GESI	Grupo de Cambio Climático del "Global-E-Sustainability Initiative" GESI para posicionamiento del sector a nivel global.
ict4ee.eu	Grupo No. 2 del ICT4EE Forum llevando el liderazgo del grupo de eficiencia energética en productos y servicios.
GSMA	Grupo "Green Power for Mobile" e iniciativa de Eficiencia Energética de la GSMA Association, para el desarrollo de proyectos de eficiencia energética y energías renovables.
Etno	Grupos de sostenibilidad y energía de la European Telecommunications Operators Network (ETNO), para posicionar a los operadores como empresas TIC líderes en temas Green.
ERT	Grupo trabajo Cambio Climático de la "European Roundtable of Industrials" (ERT), acompañando a otros sectores de la economía en sus agendas de cambio climático.
E3	Socios fundadores de "Empresas para la eficiencia energética en España" para fomentar iniciativas conjuntas encaminadas a la búsqueda de una mayor eficiencia energética tanto en las empresas como en los clientes finales.

Energía	Unidad de medida	2010	2011
Consumo combustible flotas (gasolina y diesel)	Miles de litros	24.843	22.882
Consumo biocombustible flotas (etanol y biodiesel)	Miles de litros	1.640	928
Consumo gasóleo operaciones y oficinas	Miles de litros	18.363	16.011
Consumo gas natural operaciones y oficinas	Nm3	6.623.162	5.413.698
Consumo eléctrico operaciones	MWh	5.099.303	5.269.807
Consumo eléctrico oficinas	MWh	770.323	739.645
Generación y compra de energía renovable	MWh	677.904	743.585
Emisiones de GEI			
Emisiones directas (Alcance 1)	tCO2eq	126.247	112.377
Emisiones indirectas (Alcance 2)	tCO2eq	1.602.769	1.615.732
Otras emisiones indirectas (Alcance 3)	tCO2eq	49.300	52.207
Emisiones evitadas	tCO2eq	244.626	272.033
Emisiones totales	tCO2eq	1.778.316	1.780.316

En 2011 las emisiones de GEI del grupo alcanzaron las 1,8 millones de toneladas de CO_2, aumentando un 0,4% respecto al año 2010. Esto se debe principalmente al creciente número de clientes a nivel mundial. Casi el 85% de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero provienen de las emisiones indirectas de nuestro consumo eléctrico en las redes que asciende a casi 600 millones de euros al año.

Operaciones: eficiencia energética y económica

Desde 2007 establecimos un compromiso de reducir un 30% de la energía que consumen nuestras redes (medida en kWh/acceso equivalente), al año 2015. A finales del año 2011 ya hemos alcanzado un 20% de nuestro objetivo a largo plazo.

Estamos convencidos de que para alcanzar la excelencia en la gestión de la energía y carbono, así como para lograr los objetivos de la empresa es vital que terceros puedan verificar los objetivos. La ausencia de datos en la medición de las emisiones se traducirá en el incumplimiento de los objetivos corporativos y, en un futuro, el incumplimiento de posibles normativas sobre medición de emisiones u objetivos obligatorios de reducción de CO_2.

Telefónica desarrolla cada año un proceso independiente de verificación de los datos energéticos y de emisiones en base a los procedimientos globales de elaboración de inventario de energía y CO_2. Lo que no se puede medir, no se puede gestionar ni mejorar. De ahí la importancia de contar con un cuadro de mando. Un inventario de emisiones de calidad es esencial para medir su evolución y alcanzar objetivos.

En 2011, desarrollamos más de 30 proyectos globales de eficiencia energética en las redes, que supusieron una reducción del consumo eléctrico de 68GWh, ahorros de 7,6 millones de euros y evitando la emisión de 24 kTonCO2eq a la atmósfera. Dentro de los procesos globales de eficiencia energética durante 2011 se realizaron varios de Free Cooling (aprovechamiento del aire exterior para controlar la temperatura en las estaciones base móviles y centrales de telefonía fija) en Uruguay, Nicaragua, España, Argentina y Brasil.

Tenemos un modelo de gobierno corporativo estructurado, con un gestor energético en cada país y un *Manual de buenas prácticas para la eficiencia energética en las redes (101 prácticas)*. Estos proyectos y su ahorro de energía y de emisiones de CO_2 también se verifican externamente. Los gestores de energía del Grupo Telefónica provienen de los equipos de operaciones locales y son responsables de la energía de las empresas en diferentes países de punto a punto. Están amparados por el Equipo Global de Operaciones de Telefónica y trabajan estrechamente con la oficina corporativa.

Evolución del objetivo de reducción de energía

Cada año mejoramos nuestros foros de intercambio de prácticas y toda la información se comparte a través de redes sociales internas y en el Workshop Mundial sobre Eficiencia Energética y Cambio Climático de Telefónica que en el año 2011 se llevó a cabo en Lima y contó con participantes de equipos de energía locales, partners tecnológicos e invitados especiales. La información de este evento puede encontrarse en: www.eficienciaenergetica.telefonica.com

Nuestra estrategia de eficiencia energética es extensiva también a nuestros Centros de Procesamiento de Datos. Actualmente el 6,7% de nuestro consumo eléctrico en redes proviene de data centers a nivel mundial. Por esto, Telefónica sigue firme en su compromiso de firma del Código Europeo de conducta para la eficiencia energética en los centros de datos y en la actualidad está construyendo el centro de datos de más eficiente energéticamente de España. Trabajamos también en los grupos de estandarización sectorial para establecer métricas específicas de eficiencia energética en Data Centers.

Durante 2011 Telefónica utilizó el servicio de Eficiencia Energética de GSMA para mejorar la eficiencia energética de nuestras operaciones mediante procesos de comparación entre países y otros competidores. Así, se identificaron mayores oportunidades de reducción sobre todo en las operaciones móviles del grupo a nivel mundial. Durante 2012, Telefónica priorizará inversiones en eficiencia energética gracias a estos ejercicios.

En cuanto al consumo de combustible en 2011 en las operaciones consumimos 16 millones de litros de gasoil sobre todo para generación de electricidad en caso de emergencia. Con el fin de reducir nuestras emisiones de GEI, tenemos un planteamiento específico, que incluye aumentar nuestras prácticas de eficiencia energética y usar energías renovables como fuente de electricidad alternativa.

En Telefónica creemos que la energía renovable es una de las mejores alternativas para reducir nuestra huella de carbono a nivel global.

Actualmente, compramos energía renovable en los mercados en los que está permitido: Alemania, Reino Unido, Irlanda y Brasil. En 2011 compramos alrededor de 736 GWh de energía de fuentes renovables evitando la emisión de más de 26,5 $kTonCO_2eq$ a la atmósfera.

Generamos nuestra propia energía renovable en nuestras sedes en España y Reino Unido y varios sitios de nuestra red alcanzando casi 4,6 MWh de generación de energía verde en 2011. Telefónica cuenta con sistemas de energía renovable en las redes y hemos trabajado con la asociación GSMA y su programa "Green Power for Mobile" durante 2011 para identificar estaciones base con potencial de generación de energía renovable en América Latina.

Potencial de Energía Renovable en Redes Móviles en Sudamérica

Green Power for Mobile

El estudio se realizó en Argentina, Chile, Colombia, México, Nicaragua, y Venezuela. Se cubrieron 127 sitios y se pudieron establecer casos de negocio especialmente en México y Colombia. Los ahorros potenciales por la implementación de soluciones en base a sistemas renovables híbridos (solar-eólico) podrían alcanzar ahorros aproximados de 2,71millones de euros cada año.

Detalles del estudio se pueden obtener en: http://www.gsma.com/developmentfund/wp-content/uploads/2012/04/telefonicasouthamericafeasibilitystudies.pdf

Compras: eficiencia energética en nuestra cadena de suministro

Para aumentar nuestra eficiencia energética, hemos puesto en marcha políticas y procedimientos para tomar en cuenta el contenido de carbono y la eficiencia energética de los procesos de compra de productos y servicios. En 2011 hemos fortalecido nuestras actividades en tres ejes:

- **Incorporación y petición de requisitos** de eficiencia energética en el TCO de productos de red. El análisis de estos requisitos nos ha llevado a la toma de decisión de incorporar la variable de eficiencia energética en el Total Cost of Ownership (TCO).
- **Homogeneización de criterios y precios** en las decisiones de compra de energía en el mercado eléctrico. En 2011, por ejemplo, Telefónica ahorró un millón de euros por compra en el mercado libre brasileño.
- **Criterios de eficiencia energética** en la estandarización de equipos de red. Uno de los retos es trasladar estos criterios a los equipos de clientes.

Creemos que nuestros proveedores son los aliados naturales de cualquier empresa para mejorar su eficiencia energética. Si podemos comprar equipos, infraestructuras y servicios más eficientes, nuestra factura se reducirá y las emisiones de CO2 también. Extender la cultura del cambio climático a los proveedores también ayuda a crear una economía más sostenible.

El proyecto de eficiencia energética en compras se apoya en el proyecto global de compras responsables con el fin de optimizar las relaciones con los distintos proveedores a nivel global.

Empleados: una cultura de eficiencia energética

En 2007 establecimos un objetivo al año 2015 de reducir un 10% los consumos energéticos por empleado en las actividades diarias de los profesionales de Telefónica. Para contribuir al cumplimiento de este objetivo, los equipos de operaciones bajo el liderazgo de los jefes de energía globales, ejecutan actividades de eficiencia energética en las distintas sedes de oficinas.

Asimismo, trabajamos con los departamentos de recursos humanos globales y locales para promover políticas de eficiencia energética en la oficina, movilidad sostenible y reducción de viajes de trabajo. Fomentamos el teletrabajo y el uso de las herramientas Green TIC de colaboración remota (video conferencia, web conference y telepresencia).

En 2011, el equipo de O2 UK en su nueva sede en el Reino Unido ha realizado un ejercicio para medir el impacto de las soluciones de trabajo en remoto de sus empleados.

Green con las TIC (Green by ICT)

Tenemos una estrategia global de servicios de Green TIC centrada en el desarrollo de soluciones integradas que podrían utilizarse a nivel mundial tanto en los países desarrollados como en desarrollo. El desarrollo de estos servicios de Green TIC permite que otros sectores y nuestros clientes sean más eficientes y reduzcan sus emisiones de GEI. Estos servicios proporcionan además, soluciones para la mitigación y adaptación al cambio climático y son claros ejemplos de la transferencia de tecnología en todo el mundo.

Debido a las características de ser un operador de telecomunicaciones integrado mundial (móvil y fijo), Telefónica tiene un enorme espacio para trabajar en el mercado de Green TIC. Trabajamos para incluir formalmente las soluciones Green TIC en nuestros catálogos de productos y servicios, para gestión de energía y recursos ambientales con impacto en sectores estratégicos de la economía como el transporte, la edificación, industria, empresas de servicios (utilities), entre otros.

Los servicios Green TIC de Telefónica están enfocados a optimizar el uso de recursos como el de energía y gestionar aspectos ambientales como el agua, los residuos, el clima, etc. Actualmente, Telefónica cuenta con una cartera de servicios de Green TIC que sigue creciendo cada año. Entre los servicios Green TIC comercialmente disponibles, tenemos: la inmótica, la gestión de flotas basada en tecnologías M2M, el alojamiento web virtual, entre otros. Estos servicios se entregan ya en las distintas operaciones del grupo a nivel mundial.

Nuestros servicios "Green TIC" ayudan a promover una economía eco-eficiente y baja en carbono y sobre todo favorecen la sostenibilidad de las ciudades. Es por esto que en 2011 Telefónica diseñó un modelo integrado de smart cities para todo el Grupo

Las TIC son un sector fundamental para fomentar la competitividad a nivel global, en ciudades y en sectores estratégicos de la economía. Esto se puede lograr entre otras cosas por el desarrollo de servicios de eficiencia energética, aplicaciones y dispositivos operados en redes de telecomunicaciones eficientes.

En 2011 se consolidaron dos grupos de trabajo importantes dentro de Telefónica para la identificación de servicios Green TIC a nivel global. El primero la Task Force de Vehículo Eléctrico con el objetivo de identificar las oportunidades de negocio que trae el vehículo eléctrico a empresas TIC como Telefónica; y el segundo la Task Force de Smart Cities para definir un modelo global de negocio para ciudades que contribuyan a la sosteniblidad global.

Las Smart Cities en Telefónica

Algo más del 50% de la población mundial vive en ciudades y es responsable del 75% de las emisiones globales y se espera que esta tendencia a la urbanización masiva continúe. Todas las ciudades son susceptibles de agruparse para adoptar soluciones inteligentes, puesto que es justamente ahí donde se produce la intersección entre las soluciones para transportes, industrias, redes de suministro y viviendas. Las ciudades están llamadas a ser la unidad de gestión y gobierno de cambio climático con mayor impacto a nivel global. En el futuro serán

Green con las TIC (innovación Green)

(1) TIC: Tecnologías de la Información y Comunicación. (2) Servicios Green TIC en el mercado.

Ejemplos de servicios Green TIC

Los servicios Green TIC de Telefónica están enfocados a optimizar el uso de recursos como el de energía y gestionar aspectos ambientales como el agua, los residuos, el clima, etc.

Gestión de Residuos en España

Telefónica, de la mano de Biouniversal, ha puesto en marcha una iniciativa pionera en el reciclaje de aceite usado doméstico, a través de contenedores inteligentes dotados con los servicios M2M (Machine to Machine) de Telefónica. Se trata de una solución única en el mundo que sistematiza la recogida de este tipo de residuos, que ha arrancado en Cádiz con la implantación de los primeros 250 contenedores, con el objetivo de llegar en 3 años a todas las poblaciones españolas de más de 50.000 habitantes y extender el procedimiento en un futuro a otros países europeos.

Para que esta solución sea viable ha sido decisiva la colaboración de Telefónica, que ha dotado a los contenedores de servicios M2M, imprescindibles para la óptima gestión de este sistema. Estos contenedores inteligentes, a través de una tarjeta SIM, envían una señal vía SMS al centro de control con el código identificativo y todos los datos del contenedor, para informar y dar un seguimiento preciso, evitando que tenga que desplazarse una persona cada poco tiempo para comprobar su estado. Los servicios M2M de Telefónica aportan información del volumen de llenado del recipiente, e incluso disponen de un sistema de alertas de seguridad que avisa ante cualquier situación inesperada como una avería del contenedor, robo, volcado, etc.

Punto de Recarga del Vehículo Eléctrico

Telefónica considera que puede entregar varias soluciones TIC para colobarar en la penetración del coche eléctrico en Europa y a nivel global. En 2011 establecimos un acuerdo global para suministrar tecnología de comunicaciones móviles a la empresa Chargemaster en el Reino Unido, encargada de implantar en Inglaterra un sistema de carga para vehículos eléctricos. Chargemaster Plc. es un fabricante de soluciones eléctricas para automóviles que, para que la infraestructura pueda operar, necesita que cada poste se comunique con la matriz para autorizar la recarga al usuario particular. Y aquí es donde entra Telefónica, que proveerá de tarjetas SIM a Chargemaster para las comunicaciones con la central de datos. El área de M2M Global prevé firmar acuerdos con otros proveedores en otros países de Europa para facilitar la penetración de los postes de recarga de coche eléctrico a nivel mundial.

Smart Bus en Brasil

En 2011 Telefónica-Vivo y Ericsson desarrollaron una iniciativa conjunta para mejorar la eficiencia en el sector transporte de la ciudad brasileña de Curitiba, la séptima del país, utilizando tecnología M2M mediante la introducción de procesos de billetes electrónicos y gestión de flotas en buses de la localidad. Este servicio permitió optimizar el tráfico en la ciudad, así como la reducción de consumo de combustible en las flotas del ayuntamiento. El proyecto fue reconocido como un proyecto que contribuye a la mitigación de cambio climático durante la celebración de la Cumbre de Cambio Climático COP17 en Durban (Suráfrica) a finales de 2011. Este tipo de soluciones para gestión del transporte público es muy popular para que las ciudades puedan reducir su huella de carbono.

Green ICT Application Challenge

La aplicación "Smart Recycling" o "Reciclaje Inteligente" ganó el concurso primer concurso internacional organizado por la UIT con el apoyo de Telefónica y Research In Motion (RIM), para identificar las aplicaciones más innovadoras para aumentar la eficiencia energética y luchar contra el cambio climático. La ganadora presentó su aplicación durante la Semana de Estándares Green TIC en Roma (Italia) en septiembre de 2011 y recibió un premio de 10.000 dólares para desarrollar la aplicación.

La segunda aplicación ganadora fue "Plante Aquí", una aplicación green verdaderamente global, resultado del Appies Hackaton en Sao Paulo a finales de diciembre en conjunto con la UIT y Telefónica-Vivo.

La aplicación puede ser utilizada por cualquier consumidor del planeta para plantar un árbol o colaborar con su plantación por medio de la web o de un dispositivo móvil; no tiene por qué ser necesariamente un teléfono inteligente. La aplicación "plante aquí", desarrollada por Tadeu Gaudio, está disponible en: http://www.planteaqui.org.

smart cities o ciudades inteligentes y ayudarán a establecer patrones de eficiencia energética y sostenibilidad con soluciones basadas en las TIC.

La propuesta de Smart Cities de Telefónica se basa en una perspectiva integrada de sostenibilidad y Green TIC dentro de un grupo de trabajo interno, cuyo objetivo es desarrollar un conjunto unificado de servicios para las ciudades inteligentes de todo el mundo (como Madrid o São Paulo).

Durante 2011, la Fundación Telefónica presentó el estudio "Smart Cities: un primer paso hacia el internet de las cosas", desarrollado por un equipo de expertos de Telefónica I+D, que establece que la aplicación de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) se hace imprescindible en las ciudades. Esto se debe a que ellas son verdaderas plataformas donde las personas viven y trabajan, donde las empresas desarrollan su actividad y en el marco de las cuales se prestan numerosos servicios. El estudio puede descargarse en: http://www.fundacion.telefonica.com/es/que_hacemos/conocimiento/publicaciones/index/1

Durante 2012, fortaleceremos el Modelo de Smart Cities algo en lo que Telefónica viene trabajando. Dentro de este modelo, los servicios Green TIC tienen un peso fundamental ya que las administraciones locales requieren reducir costes y consumos energéticos de manera importante.

Modelo Green Customer Experience

Para el creciente mercado de la telefonía móvil residencial, Telefónica diseñó en 2010 el modelo global Green Customer Experience (GCEx) para ofrecer a los clientes una experiencia green desde que se plantean comprar un dispositivo móvil, durante su uso y hasta el final de su vida útil. Incluye también aplicaciones green y funciones que potencian la eficiencia energética y uso de materiales no-contaminantes en los dispositivos.

Durante 2011 reforzamos la visión de Telefónica en temas de dispositivos y aplicaciones móviles dentro del modelo CGEx. Fortalecimos nuestra estrategia de desarrollo de "aplicaciones green" con una iniciativa conjunta con la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y desarrollamos el primer Green ICT Application Challenge, buscando las creaciones más ingeniosas

Creemos que las "green apps" son ejemplos excelentes de transferencia de tecnología y del uso de las TIC en todo el mundo

para aumentar la eficiencia energética, cuidar el planeta y luchar contra el cambio climático. Junto con los equipos de expertos en aplicaciones de Telefónica y BlueVia, creamos una línea estratégica particular para desarrollar aplicaciones green. Creemos que las "Green apps" son ejemplos excelentes de transferencia de tecnología y del uso de las TIC en todo el mundo.

En lo que respecta a dispositivos "green" durante 2011, fortalecimos nuestra estrategia de dispositivos con características ambientales específicas sobre todo con la inclusión del estándar del cargador universal en la adquisición de nuevos equipos para cliente. Así mismo, el equipo de Telefónica O2 UK ha continuado con la implementación del modelo eco-rating que tiene como objetivo de concienciar a los clientes en temas de sostenibilidad en los equipos móviles que puedan adquirir. Telefónica O2 Alemania implementó el modelo eco-rating en 2011. Así mismo, Telefónica está liderando actualmente un trabajo colaborativo con otras empresas del sector TIC para desarrollar un estándar global que permita comparaciones homogéneas de la sostenibildad ambiental de los dispositivos móviles llevados al mercado.

Durante 2011, Telefónica llevó el Modelo GCEx a Perú, con el fin de promover hábitos eficientes entre los clientes a América Latina Durante 2012 se continuará llevando este programa a las distintas empresas del Grupo.

Telefónica cree firmemente que el Sector TIC está dentro de la solución del cambio climático. Apostamos por servicios integrados y de valor añadido y no meramente conectividad. Nuestras líneas de negocio, sobre todo el área de M2M, cloud y aplicaciones, trabaja en definir esos servicios. Creemos también que debemos trabajar con partners para lograr el éxito en distintos mercados.

Green Customer Experience en Perú

Durante 2011, Movistar Perú en conjunto con Nokia lanzó la primera oferta comercial dentro del modelo GCEX. Constituye la primera oferta "sostenible" integrada entre un operador y un fabricante en América Latina, que vincula el uso del servicio móvil al ahorro de energía y posibilita a los clientes preocupados por el medio ambiente, el acceso a terminales de vanguardia tecnológica que minimizan el impacto ambiental.

Fabricados con materiales innovadores y de eco-diseño, los terminales de Nokia vienen en empaques 100% reciclables, de tamaño más reducido y con aplicaciones y contenidos "eco".

Los móviles llevan consigo con un cargador de alta eficiencia y opción de reciclaje final. Todo ello acompañado de una atractiva oferta comercial de Movistar que premió la decisión de adquirir este servicio integrado. Los dispositivos que podían acceder a esta promoción fueron el Nokia C7, el Nokia N8 o el Nokia C3.

Gestión ambiental en Telefónica

La Compañía trabajó en 2011 bajo el principio de la Eco-eficiencia para minimizar el impacto ambiental de sus actividades, promoviendo las mejores prácticas de gestión y la adopción de criterios ambientales en el despliegue de la red.

Telefónica, en su compromiso de contribuir al bienestar de las personas, pone al servicio de la sociedad las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) como motor de desarrollo económico y social. Reconocemos la importancia de la gestión eficiente de recursos escasos como la energía o el agua para garantizar el desarrollo sostenible de las actividades productivas a nivel mundial. Por esto, nuestra gestión de riesgos ambientales se basa en los principios de Eco-eficiencia operativa y sobre todo del cumplimiento legal ambiental.

En Telefónica tenemos una política ambiental clara en la que el cuidado del medio ambiente no es sólo un compromiso, sino un elemento más dentro de nuestros objetivos de negocio. Constituye así un reto para la gestión interna, porque el cumplimiento legal, la gestión ambiental y el control del uso de recursos deben redundar en una mejora de nuestra eficiencia operativa.

Trabajamos fuertemente en 2011 para minimizar el impacto ambiental de nuestras actividades, promoviendo las mejores prácticas de gestión en todos los países donde estamos presentes; la adopción de criterios ambientales en el despliegue de la red; y la participación de todos los empleados en la consecución de los logros.

Política Ambiental del Grupo Telefónica

La Política Ambiental del Grupo Telefónica establece las líneas de actuación en materia ambiental, eficiencia energética y cambio climático de todas las empresas y unidades de negocio que forman la Compañía:

1. Garantizar el cumplimiento de la legalidad vigente y de todos aquellos compromisos voluntarios que Telefónica suscriba en materia de medio ambiente en los países en los que opera; y adoptar, de forma complementaria y conforme al principio de precaución, normas y directrices internas más restrictivas allí donde no existe un desarrollo adecuado de la legislación ambiental.

2. Implantar sistemas de gestión ambiental que prevengan y reduzcan los impactos negativos que las actividades e infraestructuras puedan causar sobre el medio ambiente, identificando yextendiendo las mejores prácticas en todo el Grupo.

3. Aplicar la mejora continua en toda la Compañía, mediante la evaluación sistemática y periódica del comportamiento ambiental a través de un índice específico, y el establecimiento de objetivos ambientales.

4. Hacer un uso sostenible de los recursos naturales, promoviendo la compra de productos cuyo origen y fabricación sean más respetuosos con el medio ambiente; minimizando el consumo de materias primas y la generación de residuos; y fomentando el reciclado, la recuperación de materiales y el tratamiento adecuado de residuos.

5. Transmitir a la cadena de suministro y proveedores de servicios los procedimientos y requisitos ambientales relativos a su actividad con Telefónica y asegurar el cumplimiento de los mismos.

6. Establecer los procesos necesarios para garantizar la comunicación, sensibilización y formación en materia ambiental de los empleados del Grupo.

7. Hacer público anualmente el comportamiento ambiental de la Compañía, incluyendo los indicadores más relevantes y los objetivos alcanzados.

8. Ayudar a combatir el cambio climático, a través de la reducción interna de emisiones de Gases de Efecto Invernadero, y el desarrollo de servicios y productos que contribuyan a que otros sectores puedan reducir sus emisiones.

9. Promover la creación de servicios de telecomunicación que contribuyan al desarrollo sostenible de la sociedad.

10. Trabajar con otras organizaciones en la búsqueda de modos de desarrollo más sostenibles.

Campos electromagnéticos en Telefónica

Telefónica es consciente de la inquietud existente en la sociedad en torno a las emisiones de campos electromagnéticas y por ello, mantiene una comunicación transparente sobre este tema. Siempre que se requiere, la Compañía aporta información a las comunidades de vecinos, Administraciones Públicas, clientes o cualquier otro interesado acerca del funcionamiento de sus estaciones base y antenas de telefonía móvil, y colabora en la difusión del conocimiento existente sobre esta temática.

Durante 2011 trabajamos en consolidar la política global del grupo de trabajo de Campos Electromagnéticos.

En Telefónica siempre hemos desplegado nuestra red respetando todas las exigencias legales a nivel internacional y local. Incluso en los inicios, cuando existía por entonces un vacío legal, nos sumamos a códigos voluntarios de buenas prácticas y en la mayoría de los países en los que operamos lideramos diversas acciones.

No sólo adoptamos los límites de exposición a radiofrecuencias establecidos por ICNIRP avalados por la Organización Mundial de la Salud sino que también desarrollamos procedimientos internos en el ámbito de nuestro Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001 que nos permiten hacer un seguimiento del cumplimiento de estas normativas.

Para garantizar que se cumplan estos mínimos, compartir mejores prácticas, y actuar de manera coordinada en materia de campos electromagnéticos existe el proyecto Global de CEM donde se coordinan todos los aspectos relativos a este tema.

Durante el 2011 hemos llegado al consenso de unos compromisos mínimos recogidos en la Política Global CEM. En la que se establecen compromisos mínimos para todas las operaciones de Telefónica:

- Cumplir estrictamente con la normativa, los estándares y directrices internacionales reconocidas para todos los servicios y productos..
- Promover una legislación basada en las directrices internacionales (ICNIRP), especialmente en aquellos casos en que no existe normativa local, que impulse una homogeneización de la misma y que elimine las barreras al despliegue.
- Apoyar y difundir la investigación científica independiente y de alta calidad sobre comunicaciones móviles reconocida por la Organización Mundial de la Salud.
- Comunicar de forma abierta y transparente a nuestros clientes y el público en general.

Aspectos ambientales del despliegue de red y respuesta de Telefónica

1. Planificación de la Red

- Impacto potencial en uso de suelo
- Inquietud social

Red Móvil	Red Fija	
●	●	Selección óptima de sitios
●	●	Estudio impacto ambiental
●		Análisis de fragilidad visual
●		Participación ciudadana
●		Medición de campos electromagnéticos

2. Construcción

- Impacto visual
- Generación de residuos
- Campos electromagnéticos

Red Móvil	Red Fija	
●		Reducción de impacto visual
●	●	Gestión de residuos

3. Operación y Mantenimiento

- Campos electromagnéticos
- Generación específica de residuos y ruido
- Consumo de energía
- Emisiones de GEI

Red Móvil	Red Fija	
●		Medición de campos electromagnéticos
●	●	Información y transparencia
●	●	Control de ruido
●	●	Gestión de residuos

4. Desmantelamiento

- Generación de residuos y ruido

Red Móvil	Red Fija	
●		Restauración de paisaje
●	●	Gestión de residuos

● Red Móvil ● Red Fija

Eco-eficiencia en Telefónica

Para Telefónica, la Eco-eficiencia es *la gestión eficiente de aspectos ambientales como el agua, la energía, los residuos, los gases de efecto invernadero, entre otros*, en nuestras operaciones.

Los mayores aspectos ambientales asociados a nuestras actividades se concentran en el despliegue de red. Durante la operación debemos gestionar la generación de residuos, nuestros consumos de energía (electricidad y combustibles) y el impacto visual de nuestras instalaciones. Si bien los aspectos ambientales de nuestras operaciones no son intensivos, tenemos una alta dispersión geográfica, lo que hace extremadamente necesario una gestión ambiental basada en procesos homogéneos.

Telefónica cuenta con un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) global, conforme al estándar internacional ISO14001, que fija las directrices de la gestión ambiental en todas las empresas del Grupo. A través de este sistema, Telefónica persigue mejorar su comportamiento ambiental mediante la generalización de las mejores prácticas en todos los países y la adopción de criterios de eco-eficiencia sobre todo en el despliegue de la red.

Adicionalmente, dentro del proceso de provisión del servicio hacia cliente final, las oficinas, tiendas y call centers de Telefónica generan residuos, consumen energía y agua y producen emisiones de GEI asociadas. Asimismo, a nivel global los países desarrollan programas de gestión de residuos y reciclaje para equipos de cliente, sobre todo terminales móviles.

Telefónica lleva varios KPIs de eco-eficiencia en todas las operaciones del Grupo, las cuales poseen sistemas de gestión ambiental implementados o bien se encuentran en fase de implementación. Actualmente, el 65% de las operaciones de Telefónica poseen la certificación ambiental ISO-14001.

Sistema de Gestión Ambiental — ISO-14001

Empresa	Negocio fijo	Negocio móvil
España	☹	☺
Argentina	☹	☺
Brasil	☹	☹
Chile	☹	☹
Colombia	☺	☺
Ecuador	N/A	☺
El Salvador	N/A	☹
Guatemala	N/A	☹
México	N/A	☺
Nicaragua	N/A	☹
Panamá	N/A	☹
Perú	☹	☺
Venezuela	N/A	☹
Uruguay	N/A	☹
Alemania	☺	☺
Reino Unido	N/A	☺
Irlanda	N/A	☺
República Checa	N/A	☺
Eslovaquia	N/A	☺

N/A: No aplica

Indicadores de Eco-Eficiencia Global

Consumo de recursos		2009	2010	2011	%Var
Total consumo de papel blanco (incluidas facturas)	Toneladas	16.941	14.720	13.171	-10,5
Total consumo de papel reciclado	Toneladas	637	523	492	-5,9
Número de clientes con factura electrónica	Miles	12.597	10.338	29.618	186,5
Consumo de agua	Metros cúbicos	4.436.869	4.004.086	3.927.601	-1,9
Residuos					
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (Operaciones)	Toneladas	1.571	2.048	2.180	6,5
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (Clientes)	Toneladas	1.895	1.644	1.702	3,5
Residuos de equipos eléctricos y electrónicos que son enviados a reciclaje	Toneladas	3.462	4.056	3.998	-1,4
Energía [1]					
Consumo total combustible [2]	Miles de litros	39.285	44.847	39.820	-11,2
Consumo gas natural operaciones y oficinas	Nm3	6.637.096	6.623.162	5.413.698	-18,3
Consumo eléctrico total [3]	MWh	5.839.742	5.869.626	6.009.452	2,4
Generación y compra de energía renovable	MWh	497.095	677.904	743.585	9,7
Emisiones de GEI [1]					
Emisiones directas (Alcance 1)	tCO2eq	114.580	126.247	112.377	-11,0
Emisiones indirectas (Alcance 2)	tCO2eq	1.559.203	1.602.769	1.615.732	0,8

[1] Datos de energía y emisiones 2010 verificados en 2011. Datos de energía y emisiones 2011 en proceso de verificación.
[2] Consumo total de operaciones, oficinas y flotas, tanto en gasolina, diesel, etanol y biodiesel.
[3] Incluye consumo de operaciones y oficinas.

Telefónica gestiona varios indicadores de eco-eficiencia en todas sus operaciones. Actualmente, el 65% de las operaciones de la Compañía poseen la certificación ambiental ISO-14001

- **1. Uso eficiente del Agua.** El consumo de agua en Telefónica se controla a nivel de oficinas ya que en redes es un recurso que no utilizamos. Durante 2011, hubo una reducción de un 1,9% de consumo global debido principalmente al desarrollo de actividades de ahorro y campañas de concientización con empleados.
- **2. Eficiencia en la gestión en el consumo de papel.** Durante 2011 en las oficinas de la empresa se consumieron 1.125 toneladas de papel blanco y 425 toneladas de papel reciclado. En Telefónica desarrollamos prácticas encaminadas a la reducción del consumo y al fomento del uso del papel reciclado en oficinas e incluso a nivel de cliente fomentado la suscripción de clientes a la factura sin papel.
- **3. Eficiencia en la gestión de residuos.** La generación de residuos es uno de los principales aspectos ambientales de nuestra actividad. La tipología de residuos es variada, pero todos ellos son gestionados por separado en función de su peligrosidad y tratados por empresas autorizadas. Los más relevantes son los procedentes de equipos eléctricos y electrónicos de la red y de oficinas (2.556 toneladas), y los peligrosos, en nuestro caso fundamentalmente de baterías (2.371 toneladas). Del total de residuos generados, Telefónica recicló más de 3.998 toneladas. Además, ofrecemos en la mayoría de las operaciones la posibilidad a nuestros clientes de depositar los teléfonos en desuso en lugares habilitados para su reciclaje.
- **4. Gestión de la Energía y CO_2:** Durante 2011 continuamos gestinando nuestra energía y gases de efecto invernadero bajo el modelo Green from ICT de la Oficina de Cambio Climático y Eficiencia Energética del Grupo. Hemos alcanzado casi un 0,4% de crecimiento de emisiones de GEI respecto al año anterior, sobre todo por el crecimiento de nuestra red en América Latina.

Colombia gestión de residuos en operaciones fijas

Con éxito rotundo, Telefónica Colombia desarrolló el primer proyecto de Desmontaje de Torres de telefonía fija del Grupo llamado "Plan de Chatarrización de Torres Bianual II Inalámbrico", en conjunto con el Fondo de Tecnologías de la Información y las Comunidades de Colombia FONTIC. Durante 2011, se desmontaron 951 torres, obteniéndose alrededor de 204 toneladas de hierro transformado en chatarra; 1,6 toneladas de cable Telefónico recuperado y unos ingresos por venta de residuos de alrededor de 30 mil euros.

Triple cuenta

Dimensión social

Nuestros profesionales

Telefónica sabe que la clave de su liderazgo está en sus empleados y por ello, mediante planes de formación, desarrollo y reconocimiento, busca convertir la Compañía en el mejor lugar para trabajar.

En Telefónica estamos viviendo hoy un momento decisivo en nuestra historia. Nos hemos convertido en una compañía líder en el sector de las comunicaciones y ello ha sido posible gracias a la contribución de cada una de las personas que forman parte de Telefónica. Hoy, más que nunca, sabemos que nuestro éxito como compañía depende del compromiso de todos nuestros empleados con los retos que nos esperan durante los próximos años. Por esta razón, a través de nuestras políticas de Recursos Humanos, de nuestros procesos y de las iniciativas que ponemos en marcha en cada una de nuestras empresas, pretendemos facilitar a nuestros empleados los recursos, las oportunidades de desarrollo, el reconocimiento y el apoyo necesarios para que sientan que están en el mejor lugar para trabajar.

Si bien, el foco de las iniciativas de Recursos Humanos en torno a la transformación cultural de la compañía durante 2010 estuvo en el programa Vive la Experiencia y sus 8 comportamientos, durante el último trimestre de 2011, como consecuencia del lanzamiento de Bravo+, el nuevo programa estratégico que marca las prioridades de Telefónica hasta 2020, se comenzó a trabajar en el diseño de los cinco nuevos comportamientos que servirán para alinear a toda la organización en torno a Bravo+ y lograr la transformación cultural y estratégica que este programa pretende. Esos cinco comportamientos resumen el "cómo" tiene que actuar cada empleado y también cómo tiene que actuar la organización para que las cosas sucedan más rápido y Telefónica alcance sus objetivos.

Telefónica

Telefónica sin Atento

Además de los 5 comportamientos de Bravo+, en las áreas de Recursos Humanos seguimos trabajando en otros proyectos e iniciativas relacionadas con temas como el desarrollo profesional, el trabajo en equipo, el reconocimiento, la claridad en la comunicación, etcétera.

Nuestros profesionales en cifras

El Grupo Telefónica, sin incluir el Grupo Atento, cuenta con más de 134.000 empleados de los que 1.540 son directivos. La plantilla se distribuye entre 25 países y es un 1% más amplia que en 2010. La plantilla total asciende a 291.027. Esa plantilla significa un incremento de 2,1% respecto al cierre del ejercicio 2010. Este es un dato a destacar, especialmente teniendo en cuenta que ha sido un entorno complicado de crisis económica mundial y de cambios fundamentales en el mercado de telecomunicaciones.

Debido a la naturaleza del negocio de Atento (campañas intermitentes a lo largo del ejercicio), su índice de rotación no es comparable con el de los negocios centrales de Telefónica (servicios de telecomunicaciones), lo que distorsiona significativamente el turnover conjunto de la compañía como negocio de telecomunicaciones (que asciende a 52,68). La cifra de rotación de Telefónica excluyendo los negocios de Atento se sitúa en 2011 en el 22,39%.

Si atendemos a la distribución de empleados por regiones, Latinoamérica sigue concentrando el mayor porcentaje de la plantilla del Grupo Telefónica con 71%. Le siguen España con 19%, el resto de Europa con un 9% y el 1% restante se reparte entre diferentes países que no se enmarcan en ninguna de las principales regiones.

El 96% de la plantilla de Telefónica, excluyendo a Atento, tiene contratos indefinidos. Si incluimos a Atento, la cifra baja a un 81%.

Telefónica sin Atento contaba al cierre de 2011 con un 37% de mujeres, la cifra sube a un 54% cuando incluimos a Atento. Respecto al porcentaje de mujeres en puestos directivos en 2011, Telefónica ha logrado incrementar la cifra hasta el 19,1%.

	2010		2011	
	Plantilla final	Turnover1	Plantilla final	Turnover1
Telefónica sin Atento	133.210	16,22	134.293	22.39
Atento	151.896	91,72	156.734	79.14
Plantilla total	**285.106**	**55,80**	**291.027**	**52.68**

1 El índice de rotación (turnover) se calcula sobre la plantilla promedio del periodo.

Empleados de Telefónica por países

Formación y gestión del talento

La formación y desarrollo de los empleados en Telefónica se enmarca en un ciclo que comienza con la fijación de objetivos, continúa con la evaluación del desempeño (qué se ha logrado y cómo se ha hecho) y concluye con el diseño de su plan de desarrollo individualizado a partir de las oportunidades que Telefónica pone a su disposición. Durante todo el proceso, buscamos promover un liderazgo inspirador que fomente una cultura de "feedback" como parte esencial del crecimiento de las personas.

Las oportunidades de desarrollo en Telefónica se estructuran a través de diferentes herramientas: formación presencial (cursos, seminarios, talleres, conferencias...) y formación eLearning; experiencias críticas (asignaciones internacionales, liderazgo de proyectos, etc.); oportunidades de desarrollo en el propio puesto de trabajo; colaboración en proyectos; aprendizaje de otros (*mentoring*, *coaching*...); y herramientas de valoración y auto-conocimiento.

La formación en cifras

En 2011, en Telefónica invertimos 66,4 millones de euros en la formación de nuestros profesionales, si incluimos a Atento. Esto supone un incremento de más de un 10% respecto a 2010. Si atendemos al número de horas de formación, en 2011 los empleados recibimos más de 17 millones de horas que se traducen

En 2011, se realizaron en Universitas Telefónica 43 ediciones de 14 programas diferentes:

1. Leading & Managing Change
2. Leading Self
3. Leading High Performing Teams
4. Telefónica 2020 **Nuevo***
5. China **Nuevo***
6. Customer Focus
7. Effective Negotiations
8. Fundamentals of Business Management
9. Engaging Realities **Nuevo***
10. Innovation & Leadership **Nuevo***
11. ComunicAction
12. Postgrado en Business Telecoms
13. Powerful Leadership Conversations
14. English Week

en una media de 60 horas por empleado (incluyendo a Atento). El incremento en las horas respecto de 2010 es de un 34%, una cifra notablemente superior al incremento en la inversión. Esto se explica, en gran parte, por el impulso de la formación elearning que ha continuado en 2011 y que ha permitido seguir gestionando de forma cada vez más eficiente los recursos destinados a la formación.

Universitas Telefónica

Desde Universitas Telefónica se desarrolla una labor clave en la formación de los empleados. En 2011, el equipo de Universitas diseñó su nueva visión: "Crear un lugar que llegue a ser el punto de encuentro para Telefónica, una incubadora de ideas, un espacio de reflexión, un laboratorio para experimentas y cometer errores, para aprender y compartir, y así permitirle a Telefónica ser una verdadera learning organisation".

Universitas Telefonica ha modificado su enfoque estratégico con el objetivo de ser excelente en el rigor académico y el ambiente de aprendizaje, aumentar su relevancia para Telefónica (mediante investigaciones específicas sobre Telefónica, programas esponsorizados y co-dirigidos por ejecutivos de Telefónica, y el compromiso del Comité Académico), y maximizar el networking, celebrando la diversidad y compartiendo la cultura.

Durante 2011 también se han hecho cambios en el **Campus Universitas** Telefonica para convertirlo en un centro que invita a sus participantes a relajarse, hacer networking, aprender, compartir mejores prácticas y crecer como personas y profesionales. La instalación de la pista de tenis y los cambios en la decoración han contribuido a dar un ambiente más cercano, tanto en el interior como en el exterior del campus.

Dentro del Programa de Sinergias y Cooperación que estamos desarrollando con China Unicom, y con el objetivo de desarrollar relaciones mutuas de confianza y facilitar un mejor conocimiento entre los ejecutivos de ambas empresas, Universitas organizó la segunda parte del **Programa China Unicom** que se celebró en Pekín. El foco del programa fue mejorar la gestión cultural del liderazgo estratégico de los participantes.

En cuanto a la participación de los profesionales en estos cursos, durante 2011 el campus de Universitas recibió **2.674 participantes** que se distribuyen de la siguiente forma:

	Total 2011 (est)
Programas Universitas DIRECTIVAS	695
Programas Universitas PRE-DIRECTIVAS	684
Programas Regionales (Telefónica Europe)	41
Eventos internos	737
Programas de idiomas	90
Postgraduate in Telecom	83
Programas "Train the Trainer"	27
Eventos externos	317
Total	**2.674**

La **valoración global promedio que hemos obtenido de la experiencia en Universitas Telefónica fue de 9,0/10** (una décima más que en el 2010). El programa mejor evaluado con una evaluación promedio de 9,6 fue Leading Self, seguido de Leading Managing Change con un 9,3.

Corporate E-learning (a+)

Dentro del ámbito de Universitas Telefónica se sitúa la gestión del proyecto de eLearning Corporativo en Telefónica. Los principales logros de 2011 en materia de eLearning han sido:

- La puesta en funcionamiento de la nueva **versión de la plataforma e-learning global,** cuya principal novedad es la incorporación de toda una serie de herramientas 2.0 para desarrollar una nueva cultura interna de **"social learning".**
- La implantación de:
  - **Escuela de idioma inglés** con casi 7.000 alumnos y con un altísimo nivel de satisfacción.
  - **Escuela de finanzas** (más de 2.000 alumnos) incluyendo lecciones magistrales de los principales directivos del área financiera corporativa.
  - **Escuela TIC,** con más de 6.400 alumnos.
- Piloto de programa de **formación on-line semipresencial de idioma chino.**
- Diseño e implantación de **contenidos globales,** de utilidad estratégica para toda la compañía ("Conoce Telefónica", "Recomendaciones de uso de las redes sociales para los empleados de Telefónica", "Fundamentos de Business Intelligence").
- Creación de la **comunidad de gestores e-learning locales** en todas las operaciones locales de Telefónica.

GREAT PLACE TO WORK®

Ranking Great Place to Work 2011

Latinoamérica

Ranking Empresas	Empresas
1	Nicaragua
1	Uruguay
1	Venezuela
2	Ecuador
3	TM Argentina
4	El Salvador
4	Chile
5	Colombia
5	Panamá
11	Guatemala
12	TASA
13	México
15	Perú
22	Vivo
78	Telesp
◇5	México
◇8	Vivo
◇40	Telesp

◇ Ranking TI & Teleco

Atento

Ranking Empresas	Empresas
1 (empresas de más de 1.000 empleados)	**Atento España**
2 (empresas con más de 5.000 empleados)	México
2	El Salvador
3	**Uruguay**
3	Puerto Rico
4	Guatemala
6	Argentina
9	Perú
39	**México**

Europa

Puesto en ranking	Empresas
6 (empresas de más de 250 empleados)	Irlanda
Entre las mejores empresas para trabajar de Alemania	Alemania
Entre las 50 mejores empresas para trabajar de Reino Unido	Reino Unido

Del total de horas de formación ofrecidas, el 72% han sido realizadas por hombres y el 28% por mujeres. La descompensación se explica fundamentalmente por el mayor peso de horas de formación destinadas a operaciones y tecnología (el 38% del total de las ofrecidas), parte de la empresa en la que la mayor parte de los empleados son hombres. Por otra parte, los cursos destinados a temas de gestión administrativa, comercial, finanzas y marketing presentan tasas más cercanas al 50%.

Respecto a la distribución por género de los cursos ofrecidos en la Universidad Corporativa (68% para empleados y 32% para empleadas).

Clima laboral y compromiso

En 2011, más de 108.000 empleados en 24 países respondieron a la encuesta global de clima y compromiso que se llevó a cabo en los últimos meses del año.

El Índice Global de Clima y Compromiso 2011 (ICC) ha resultado un 76%, dos puntos por encima respecto al resultado de 2010. Con este resultado se supera también en dos puntos el objetivo fijado para 2011 que era mantener el 74% logrado en 2010.

Indicadores de Clima Laboral*

(*) Excluye personal de teleoperación.

ICC por Región	2009	2010	2011
España	60%	63%	65%
LATAM	83%	84%	83%
Europa	76%	75%	76%
TSA y Filiales	67%	66%	71%
Global Telefónica	**73%**	**74%**	**76%**

Notas:
1. Empleados que han participado en la encuesta de clima laboral a diciembre de 2011. Dentro de la encuesta se excluye personal de teleoperación.

La participación también creció 0,5 puntos, situándose en el 75% de los empleados invitados a participar.

Entre los aspectos que el estudio muestra más reforzados destacan el orgullo de pertenencia y el liderazgo del jefe inmediato.

Como novedad en la encuesta de 2011, hemos incluido preguntas que nos ayudan a explorar con mayor profundidad el compromiso de los empleados y sobre las condiciones que ayudan a hacer el trabajo más efectivo. Este enfoque se denomina "Clima efectivo" (compromiso + condiciones en las que se realiza el trabajo) y nos permite hacer una mejor gestión del compromiso de los empleados.

Posteriormente a la realización de estas encuestas -el primero de los eslabones- se ha distribuido la información a los líderes de toda la organización. Con estos datos, se han diseñado los planes de mejora más adecuados para lograr nuestro objetivo de posicionar a nuestra compañía entre las mejores empresas para trabajar en el mundo.

Premios Great Place to Work

En 2011 Telefónica fue elegida una de las 25 mejores compañías globales para trabajar en el mundo según el Instituto Great Place to Work.

Esta era la primera vez que el prestigioso Instituto, conocido internacionalmente por la elaboración de este tipo de listados a nivel local y regional, publicaba un ranking de carácter global.

En concreto, Telefónica ocupó el puesto 17, en una selección en la que participaron 350 compañías de 45 países. Se trataba de multinacionales que contaban con al menos 5.000 empleados, de los cuales un 40%, como mínimo, debían trabajar fuera del país de origen de la compañía. Además de estos requisitos, para la elaboración de su primer ranking global, Great Place to Work valoró los resultados a nivel local de las encuestas a empleados que miden el grado de confianza en la compañía, así como los datos de una auditoría en la que se analizaron las políticas y prácticas de RR.HH. de las compañías.

Telefónica estuvo además presente en los rankings de Great Place to Work en 13 países.

Ya en los últimos años Telefónica se había venido alzando con el reconocimiento de mejor empresa para trabajar en países como Alemania, Ecuador, Uruguay y Venezuela. En la edición de 2010, fue la segunda mejor compañía a nivel regional en América Latina y estuvo entre las 25 mejores en Europa.

Atento, filial de Telefónica, figuró también entre las 25 mejores empresas para trabajar, concretamente en el puesto 24. La compañía de atención al cliente, BPO y CRM contaba en diciembre de 2010 con una plantilla global de unos 152.000 empleados.

Telefónica es la única operadora de telecomunicaciones que apareció en el ranking y, junto Atento, las únicas empresas españolas en el mismo.

Políticas y prácticas de Conciliación laboral en Telefónica

Una de nuestras prioridades como compañía es favorecer la conciliación de la vida personal y profesional de nuestros empleados. Con este objetivo, se han puesto en marcha diferentes programas e iniciativas en Telefónica.

A continuación mostramos algunos de los ejemplos más significativos:

"Tiempo para Vos"

Iniciativa lanzada en Argentina para general una cultura de trabajo flexible que brinde libertad a las personas para enriquecer sus vínculos y relaciones fuera del ámbito laboral.

Dentro de los beneficios de la iniciativa están: acordar la jornada de entrada y salida, reducción de la jornada durante el primer año de vida de los hijos, 2 días al año para tiempo personal, teletrabajo, viernes por la tarde libres, licencia por estudios, etc.

Teletrabajo en Telefónica España

Esta iniciativa se implantó en 2006 y, dado su éxito, se ha renovado el compromiso de Telefónica en la firma del Convenio Colectivo para 2011-2013. El proyecto pretende ser una herramienta que apoye la transformación, se basa en la gestión por confianza, es voluntario y los empleados que acuerdan esta modalidad con su jefe deben cumplir un perfil determinado (autodisciplina, adaptabilidad, independencia, flexibilidad, capacidad de trabajar sin supervisión, etc.). Además, es necesario que sus actividades puedan adaptarse a la modalidad del teletrabajo. Una vez dentro del programa, tienen un tiempo mínimo de dos días de teletrabajo (y máximo de 4 días) a la semana o tiempo de jornada equivalente y se les garantizan los mismos derechos sindicales y se mantienen inalteradas sus condiciones contractuales y salariales.

A junio de 2011, había 2.277 teletrabajadores en Telefónica España de los cuales, 1.609 pertenecían al negocio fijo y 668 al negocio móvil. Aproximadamente el 50% eran hombres y el otro 50% mujeres. El gráfico adjunto muestra la evolución del número de personas teletrabajando desde el año 2006, cuando se inició el proyecto.

Algunas de las opiniones de las áreas involucradas en el proyecto son:

- "*10% de incremento en la productividad*" (Contabilidad Tesorería)
- "*Mejora en la atención personalizada de clientes*" (Grandes Empresas)
- "*Mayor productividad del trabajo en casa vs. Oficina*" (Servicios Comerciales)

Programa "Joined Up People" en Telefónica Reino Unido

En Telefónica Reino Unido se ha puesto en marcha el proyecto **"Joined Up People",** un proyecto que fomenta el trabajo flexible y ha supuesto un cambio en la cultura y en la forma en la que las personas colaboran.

Evolución del número de teletrabajadores

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
TD	0	31	61	97	148	162
TM	5	6	20	36	54	78
To	9	36	81	133	202	227

En el proyecto participan empleados de las áreas de Ventas, Tecnología, Finanzas y RRHH. Algunos de los beneficios son el aumento en la productividad y la reducción del absentismo. Además, los resultados de la encuesta de clima en materia de conciliación han mejorado. Según los profesionales de RRHH de Telefónica Reino Unido, esta es también una potente herramienta de atracción y retención del talento.

Por otro lado, la iniciativa supone un ahorro importante de costes. Por ejemplo, han ahorrado más de £3,8 millones, simplemente porque ahora necesitan 500 escritorios menos (incluyendo todo el equipo necesario para el puesto de trabajo). También esperan reducir en un 30% el gasto en papel en la sede de Slough, con el impacto medioambiental que esto supone. Otro de los capítulos de ahorro ha sido el referente a viajes que podría suponer £600.000 al año.

En definitiva, este proyecto promueve la conciliación de la vida personal y laboral a través del trabajo flexible que contribuye a crear una cultura "donde lo que importa es lo que se hace y no desde dónde se hace".

Programa UNO de Telefónica Chile

UNO, un programa de Calidad de Vida puesto en marcha en Telefónica Chile y considerado una buena práctica por toda la región LATAM, surgió con el objetivo de lograr el compromiso emocional de los empleados a través de ofrecerles beneficios a medida. Para diseñarlo se tuvieron en cuenta las sugerencias de los propios empleados recogidas en la encuesta de clima y en grupos de discusión en los que se les preguntaba "¿Qué es calidad de vida para ustedes?" "¿Qué debería tener en cuenta un plan de calidad de vida?".

Tomando como base las respuestas, se construyó UNO. Este programa permite que cada colaborador elija dentro de un pool de beneficios no monetarios (salario emocional), los que más se ajustan a sus intereses y motivaciones, construyendo así un programa de calidad de vida flexible y personalizado.

Las características del plan son:

- 21 beneficios creados para los aproximadamente 6.000 colaboradores, pero pensados para cada UNO de ellos.
- Todos tienen 1.000 créditos para crear tu propio plan de calidad de vida flexible.
- Se pueden hacer cambios en el plan 3 veces al año (abril, julio y noviembre).
- Los líderes pueden hacer modificaciones en acuerdo con los colaboradores cuando necesiten.
- La vigencia del plan de calidad de vida es de un año (abril a marzo). Lo créditos no son acumulables.
- La mayoría de los beneficios se centran en temas relacionados con:
  - Familia.
  - Salud.
  - Bonos, becas y préstamos.
  - Convenios y entretención.
  - Productos y servicios.

Atracción y retención del talento

Durante 2011 uno de los principales hitos en materia de Talento fue el diseño del **nuevo Modelo Global de Gestión del Desempeño y del Potencial** que se lanzará en 2012 en todas las empresas de Telefónica y cuyas características se muestran a continuación:

Alineado con la estrategia	Evaluación del Desempeño basada en criterios claros: **Objetivos individuales** (QUÉ) **5 comportamientos** de Telefónica (CÓMO): **+Cliente, +Global, +Digital, +Ágil y +Líder**
Consistente y Global	Un modelo global para todos los empleados, con un criterio consistente para la evaluación del Desempeño y el Potencial, con la misma escala de valoración.
Diferenciador	Facilita la diferenciación positiva entre buen desempeño y desempeño excepcional apoyado por una distribución guiada y un proceso de calibración.
Integrado y orientado a la acción	Un único Perfil de desempeño como input clave para la Retribución, Carrera y Desarrollo
Fomenta el criterio de los responsables	Promueve que los responsables desarrollen su criterio y asuman la responsabilidad de las evaluaciones.

Programas de Graduados

En Telefónica le damos una gran importancia a la captación y gestión del talento de nuestras personas desde el inicio de sus carreras. Por esta razón, tenemos en marcha varios programas locales destinados a recién graduados universitarios que les permiten acelerar su desarrollo dentro de la organización.

En la actualidad existen en torno a 300 graduados que se reparten en programas locales, presentes en Argentina, Brasil, Ecuador, México, Perú y Telefónica Europa. Los participantes pasan un exhaustivo proceso de selección y aquellos que resultan elegidos para formar parte del programa tienen un plan de desarrollo que abarca acciones como formación ad hoc para este colectivo en escuelas de negocio, programas de inducción en la compañía, asignación de un mentor o un coach y oportunidades de realizar rotaciones internacionales dentro de Telefónica.

Los beneficios de estos programas de graduados son, entre otros, una mejora en el desempeño en la mayoría de los participantes, así como su retención en la compañía como cantera de talento.

Movilidad del Talento

En Telefónica es una prioridad promover la movilidad del Talento porque creemos que es un factor clave para el desarrollo de las personas y de la organización, gracias a la transferencia de conocimientos y prácticas entre las distintas empresas. Por esta razón, tenemos en marcha desde el año 2008 el **Modelo de Gestión Global de Asignaciones Internacionales,** y que en 2011 ha atendido a un total de 320 asignados. De ellos, el 48.75% son nuevas asignaciones (156), mostrando un crecimiento ligeramente inferior al de 2010 (52%) y de 2009 (54%).

Número de empleados por tipo de asignación 2011

Para tener una retribución justa y reconocer el trabajo de sus empleados, Telefónica realiza de manera periódica encuestas salariales de mercado para mantenerse en una posición competitiva

Número de Asignaciones Largo Plazo

Localizaciones en destino

Retribución justa y reconocimiento al trabajo

La política de retribuciones de Telefónica tiene como criterio fundamental el de configurar paquetes retributivos que permitan atraer, retener y motivar a los profesionales más destacados, a fin de que la Compañía pueda cumplir sus objetivos estratégicos dentro del marco crecientemente competitivo e internacionalizado en que desarrolla su actividad, y al mismo tiempo el control de costes.

Por ello Telefónica realiza de manera periódica encuestas salariales de mercado para mantenerse en una posición competitiva, trabajando con consultoras con enfoque global, cuya metodología de trabajo y herramientas están diseñadas, entre otras cosas, para satisfacer las necesidades regionales, asegurándose de que exista consistencia en la metodología utilizada y en el análisis de los resultados.

La compensación fija que Telefónica paga a sus empleados está en todos los casos por encima de los salarios mínimos locales en distintitas proporciones. Así, por ejemplo, en las empresas donde más empleados hay las diferencias respecto al salario mínimo son: Telefónica España 2,73 veces, Telefónica Brasil 1,22 veces, Telefónica México 1,56 y Telefónica Argentina 1,35 veces.

Por lo que respecta a la relación entre el salario base de los hombres respecto del de las mujeres, en nuestro mercado doméstico (España, el más relevante) el salario medio de las mujeres representa el 95,2% en los mandos medios y el 94,6% en los gerentes.

En la mayoría de los casos además de la retribución fija, el paquete retributivo de nuestros profesionales se encuentra formado por la retribución variable anual que está vinculada, de una parte, a la consecución de objetivos concretos de negocio, cuantificables y alineados con el interés social que inciden en la creación de valor, y de otra parte, a la evaluación del desempeño individual. Los objetivos se ajustan anualmente a las prioridades estratégicas del negocio.

Planes de Acciones para empleados de Telefónica:

Plan Global de Compra de Acciones para Empleados

Este Plan ha continuado avanzando a lo largo de 2011. La inscripción al Plan por parte de los empleados fue totalmente voluntaria y comenzó en mayo de 2010. Actualmente, más de 38.000 empleados en todo el mundo mantienen su posición como accionistas de la compañía, con más de 2.400.000 acciones en su poder. En septiembre de 2012 el periodo de tenencia finaliza, y se entregarán las acciones de recompensa a cada uno de los empleados activos participantes del plan.

Plan de incentivos a largo plazo en acciones de Telefónica, S.A.: "Performance and Investment Plan".

En la Junta General de Accionistas de Telefónica, S.A., celebrada el 18 de mayo de 2011, fue aprobada la puesta en marcha de un plan de incentivos a largo plazo en acciones denominado "Performance and Investment Plan" dirigido a los ejecutivos de alto potencial y desempeño del Grupo que ha sido diseñado para incentivar y recompensar el desarrollo individual y de la compañía, y fomentar un mayor compromiso en los resultados de la compañía, tanto como empleados y como accionistas de la misma.

El Plan tendrá una duración total de cinco años y se dividirá en tres ciclos de tres años de duración cada uno de ellos (es decir, con entrega de las acciones que correspondan en cada ciclo a los tres años de su inicio), independientes entre sí. El primer ciclo se inició el 1 de julio de 2011 (con entrega de las acciones que correspondan a partir del 1 de julio de 2014) y el tercero se hará el 1 de julio de 2013 (con entrega de las acciones que correspondan a partir del 1 de julio de 2016). El Plan preverá que el número de acciones a entregar oscilará entre el 30% del número de acciones teóricas (para el supuesto de que la evolución del TSR de la acción de Telefónica, S.A. se sitúe en, al menos, la mediana del Grupo de Comparación), y el 100% para el caso de que dicha evolución se sitúe en el tercer cuartil o superior del Grupo de Comparación, calculándose el porcentaje por interpolación lineal para aquellos casos que se sitúen entre la mediana y el tercer cuartil.

El 1 de Julio de 2011 se realizó la primera asignación de acciones bajo este Plan, un total de 5.344.463 acciones.

Plan de derechos sobre acciones de Telefónica, S.A.: "Performance Share Plan" (PSP)

Se trata de un incentivo de largo plazo para nuestros ejecutivos alineado con el comportamiento de la compañía y con el objetivo de crear un espíritu de accionistas de la empresa. Constaba de 5 ciclos de asignaciones anuales, con un período de vencimiento (vesting) de 3 años cada uno. Tras el vencimiento del Plan, en el mes de julio de 2011 se han entregado al total de directivos del Grupo Telefónica que estaban incluidos en el segundo ciclo, un importe de 2.898.948 acciones (correspondientes a un total de 4.126.082 acciones brutas a las que se aplicó, previamente a la entrega, una retención de 1.227.134 acciones).

Plan de Acciones Restringidas: "Restricted Share Plan (RSP)"
En la Junta General de Accionistas de Telefónica, S.A., celebrada el 18 de mayo de 2011, fue aprobada la puesta en marcha de un nuevo plan de incentivos a largo plazo en acciones denominado "Restricted Share Plan" (RSP). Se trata de una herramienta flexible para acciones de reclutamiento del mercado externo, y es útil para retener al personal clave de las nuevas adquisiciones, dándoles participación en el patrimonio de la Compañía a través de derechos convertibles en acciones. Su duración total es de cinco años, con entregas puntuales independientes entre sí, que se pueden producir en cualquier momento de los años 2011 a 2015.

Reconocimiento al buen trabajo

En el marco del programa estratégico global, en Telefónica lanzamos en 2010, para todos los empleados de la compañía, los Premios Bravo! Por primera vez, en la empresa acometíamos a nivel global una iniciativa con el objetivo de premiar el compromiso, esfuerzo y buen hacer de nuestros profesionales. Durante 2011, los empleados de Telefónica propusieron un total de 1.700 nominaciones. Se trata de postulaciones que representan los reconocimientos otorgados entre empleados al mejor desempeño a nivel individual y de equipos de Telefónica. En España registramos cerca de 700 nominaciones, 550 en Latinoamérica y 430 en Europa.

De todas las nominaciones se entregó el Premio bravo! a cerca de 300 personas, el broche de oro de los distintos programas de reconocimiento que existen a nivel local y regional en las distintas empresas del Grupo Telefónica.

Comunicación y transparencia con nuestros empleados

El Modelo de Comunicación Interna establecido en el Comité Corporativo de Comunicación Interna, impulsado por la Secretaría General Técnica de Presidencia y por Recursos Humanos, continua liderando la estrategia global de comunicación y la línea editorial de todos los canales de comunicación corporativos.

En Telefónica hemos seguido impulsando los diferentes soportes de comunicación interna a disposición de los empleados. Entre ellos destacan la revista global SOMOS, y los medios electrónicos y audiovisuales como El diario de Telefónica, la Intranet Corporativa, el Portal de Distrito Telefónica, la Intranet de Telefónica España, el Portal del Directivo, la Red de Conocimiento Global "eKISS 2.0", y el Programa bravo!+, entre otros.

Además, durante 2011 se pusieron en marcha diversos micrositios para temas de interés de los empleados, como por ejemplo el del Día de las Mejores Prácticas Comercial y de Marketing, y también el del Correo Unificado Global. En el primer caso, se invitaba al empleado a conectarse y seguir online la retransmisión en directo, además de que se informaba al empleado -para su implicación- sobre la nueva dinámica de trabajo en la Compañía, además de informarle sobre las ideas más innovadoras, y las mejores prácticas seleccionadas entre las unidades operativas del negocio. En el caso del proyecto sobre Correo Unificado Global, el objetivo fue asegurar el conocimiento de este nuevo sistema de correo global en toda Telefónica, así como transmitir los beneficios en los que se traducía la homogenización.

Libertad de asociación y diálogo social

En materia de libertad de asociación, en Telefónica tenemos como referentes nuestros Principios de Actuación así como el Protocolo Social de Acuerdos Internacionales que la Compañía tiene firmado con la Union Network International (UNI).

En Telefónica respetamos la privacidad de elección de los profesionales en filiación sindical, por lo que no pedimos datos de dicha filiación. Como muestra del dinamismo de la actividad sindical en la Compañía, destacamos que 77.736 empleados han votado en elecciones sindicales en Telefónica o que supone más del 27% del total de la plantilla. Todos estos procesos de elección se desarrollaron con libertad y total garantía.

En sus relaciones laborales en Latinoamérica, Telefónica privilegia la cercanía con sus colaboradores, la comunicación y el respeto a las leyes laborales. Eso le ha permitido ser elegida como el segundo mejor empleador del continente

Las políticas de relaciones laborales que mantenemos en todas las operaciones de Latinoamérica privilegia la cercanía con nuestros colaboradores, el diálogo, la comunicación y el respeto a las leyes laborales. A tal efecto impulsamos de manera sistemática iniciativas de participación, círculos de mejora, apoyo a ideas innovadoras, etc. especialmente en aquellos aspectos vinculados con la gestión del cambio y el desarrollo tecnológico para nuestros empleados y para el entorno social. Todo ello ha debido contribuir a que seamos elegidos como segundo mejor empleador del continente y muy destacados con respecto a otras industrias de nuestro sector.

Las relaciones sindicales en nuestras empresas latinoamericanas se basan en el respeto a los representantes legítimos y el cumplimiento de las reglamentaciones internacionales. En los países garantizamos el diálogo permanente estableciendo relaciones de confianza. En algunos lugares hemos sido asimismo reconocidos como referentes en la profundización del dialogo social. Durante 2011 las relaciones sindicales se han desarrollado con normalidad y prácticamente no hemos tenido ningún conflicto en ningún país pese a haber tenido que acometer algunas reestructuraciones debidas a la convergencia operativa de operaciones fijas y móviles.

En este periodo también hemos avanzado en el perfeccionamiento y ordenación de normas y políticas referidas a la relación con las empresas contratistas que es un asunto muy complejo y que provoca algunas inquietudes sociales.

Finalmente también estamos auspiciando formulas consensuadas para disminuir la litigiosidad laboral en dos o tres operaciones que por su pasado histórico eran motivo frecuente de esta problemática.

Negociación colectiva

Durante 2011 el porcentaje de empleados de Telefónica con condiciones laborales reguladas por convenios colectivos se sitúa en el 71% de la plantilla.

En el ámbito de Telefónica España y fruto del consolidado marco de diálogo social que venimos desarrollando en los últimos años se han culminado con éxito la negociación del Convenio Colectivo para 2011-2013 de Telefónica de España y el acuerdo del Plan Social del Expediente de Regulación de Empleo (ERE) que prevé un máximo de 6500 extinciones de contratos de trabajo. Con ello se han conseguido dos importantes acuerdos sociales, en el ámbito de la negociación colectiva que nos permitirán avanzar s en nuestro proyecto de transformación para seguir manteniendo nuestra posición competitiva en el mercado actual, atendiendo de forma óptima las nuevas necesidades de nuestros clientes.

En el nuevo Convenio Colectivo se recogen aspectos fundamentales solicitados por la Representación de los Trabajadores en aras a conseguir estabilidad laboral y garantía de empleo durante su vigencia, además modifica el esquema de clasificación profesional, pasando a una organización por grupos profesionales. Se incorporan aspectos muy novedosos que, por citar como ejemplo, el acuerdo obtenido sobre el Protocolo de Actuación para los supuestos de acoso laboral, sexual y por razón de sexo en el trabajo. En materia salarial se garantiza un equilibrio con un esquema pionero en España que permite el crecimiento de los salarios de los trabajadores vinculándolo al resultado operativo de la compañía, con la desindexación de la revisión salarial tradicional, se consigue de este modo, un equilibrio muy razonable entre los intereses de ambas partes, Empresa y empleados.

En esta línea de negociación, el acuerdo obtenido con la Representación de los Trabajadores para el Expediente de Regulación de Empleo que concede la opción a los empleados para que durante su vigencia de 2011 a 2013 puedan acogerse de manera voluntaria a las medidas que se contemplan en el Plan Social para su baja en la empresa, siempre con plena observancia de los principio de voluntariedad, universalidad y no discriminación.

Durante 2011 se ha desarrollado también el proceso de Elecciones Sindicales en Telefónica de España para la elección de los representantes de los trabajadores que tuvo lugar en el mes de marzo con un porcentaje de participación del 81,64% de la plantilla se eligieron a los miembros de los comités de empresa provinciales. El proceso se desarrolló con plenas garantías y total normalidad.

Respecto de las empresas del grupo cabe destacar el Convenio Colectivo de Telefónica Soluciones con vigencia para el año 2011.

Comités Paritarios de Seguridad y Salud

El modelo de seguridad y salud establecido en las diferentes regiones de Telefónica, muestra una alta representatividad y participación de los trabajadores en los aspectos de seguridad y salud a través de los correspondientes Comités de Seguridad y Salud, que ascienden a un total de 222 Comités en todas las regiones Telefónica.

A este respecto, es necesario destacar que durante 2011 países como México, Chile y Venezuela han reforzado los programas de trabajo y las actuaciones derivadas de éstos, en el ámbito de sus respectivos Comités de Seguridad y Salud.

En todas las regiones Telefónica, los Comités de Seguridad y Salud permiten la puesta en práctica y consolidación de los objetivos establecidos en materia de seguridad y salud, mediante un continuo análisis y seguimiento de la actividad preventiva programada.

Diversidad e Inclusión

Todos somos diferentes.
En Telefónica vemos en la diferenciación,
una ventaja competitiva.
En la unión de distintos orígenes,
experiencias y perspectivas,
la clave del éxito.
Porque aportando singularidades
de cada individuo, todos crecemos.
Somos responsables de crear una cultura
en la que todos nos sintamos respetados
e incluídos.
Ese es el verdadero Progreso.
Progreso a través de la inclusión

Gestión de la diversidad en Telefónica

En Telefónica creemos en nuestra fuerza de trabajo diversa como una verdadera palanca de generación de valor. La diferenciación, los distintos orígenes, experiencias y perspectivas que se integran en nuestra Compañía es una ventaja competitiva y uno de los pilares de nuestro éxito.

Nuestros Principios de Actuación, que rigen el comportamiento de nuestros empleados, recogen explícitamente que: 'impulsamos la igualdad de oportunidades y tratamos a todas las personas de manera justa e imparcial sin prejuicios asociados a la raza, color, nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual, estado civil, edad, discapacidad o responsabilidades familiares'.

Indicadores

A cierre de 2011, el número de mujeres en Telefónica era de 156.897, el 54% de la plantilla total (3,5 puntos porcentuales más que en 2010). Asimismo, el 19,1% de los directivos eran mujeres (frente al 16,8 del año anterior).

El número de empleados en los que se ha podido certificar alguna discapacidad era de 1.568 en 2011.

Líneas de Acción 2010

Durante 2011 se ha continuado con la labor comenzada el año anterior a través del proyecto global de Diversidad presentado en el último trimestre de 2010 en el marco de la Oficina de los Principios de Actuación. El proyecto, encargado de integrar la Diversidad en todos los ámbitos de la Compañía ha desarrollado este año un piloto en Telefónica Europa cuyos resultados han sido tan satisfactorios que serán trasladados al resto de las regiones durante el siguiente ejercicio.

Diversidad en Telefónica Europa

En 2011 se llevaron a cabo una investigación interna y otra externa al objeto de determinar las necesidades de la Compañía para una adecuada gestión de la Diversidad en Telefónica. Siendo conscientes de la amplitud de temas que abarca la diversidad, ambas investigaciones pusieron foco en la diversidad de género que ha permitido hacer un diagnóstico de la situación más preciso para un ámbito de la diversidad que en la actualidad es de gran importancia.

Investigación Interna:

Internamente el análisis ha consistido en la realización de 'grupos de discusión' a empleados de diferentes colectivos (mujeres no managers, mujeres managers, hombres managers, mujeres incorporadas tras la baja maternal...), así como entrevistas en profundidad a directivos de todos los países integrantes de la región Europea en 2011.

El resultado obtenido ha tenido como respuesta el compromiso de desarrollar grupos de acciones en tres ámbitos de actuación:

- **1. Liderazgo**
  Un compromiso de mejorar el entendimiento de nuestros líderes sobre los beneficios de gestionar con la perspectiva de la diversidad y así no perder las oportunidades que brinda su gestión.
- **2. Clientes**
  Elaboración de estudios en profundidad en relación a grupos de clientes que, con un potencial comercial importante, no están siendo considerados convenientemente como parte de nuestra base de clientes.
- **3. Talento**
  Mejorar los procesos de reclutamiento y retención de talento al objeto de atraer y retener a la Compañía el mejor equipo diverso.

Telefónica Europa va a implementar diversos programas que ayuden a alcanzar los siguientes compromisos:

- 1) Pipeline de Talento.
- 2) Programa de Liderazgo de Mujeres.
- 3) Programa de Perfil de Candidatos.
- 4) Programa de Perfil de Graduados.
- 5) Comités de Selección.

A cierre de ejercicio 2011 cada uno de los países de la región Europea ha designado uno de los miembros de sus consejos de administración como 'Diversity Champion' así como un 'Champion Europeo' que durante el siguiente ejercicio va a ser representado por el CEO de Telefónica Alemania, responsable de acometer acciones dirigidas a alcanzar los compromisos anteriormente enunciados.

Algunas de las iniciativas ya comenzadas a diciembre 2011 son las siguientes:

Telefónica España

- Incorporación de un Protocolo de Actuación para los supuestos de acoso laboral, sexual y por razón de sexo en el trabajo en el nuevo Convenio Colectivo 2011-2013.
- Planificación de la implementación de los grupos de discusión de la investigación interna.

Áreas de interés identificadas como resultado de la investigación interna

Telefónica República Checa:

- Guardería en la oficina.
- Programa de apoyo a los padres que con excedencias por maternidad ó paternidad
- Portal online para permitir a la mujer estar en contacto con la compañía durante la duración del periodo de baja por maternidad.

Telefónica Alemania

- El CEO de la compañía ha firmado una iniciativa de la industria en favor de una mejora en la participación de la mujer en puestos directivos 'Memorandum de apoyo a la mujer para alcanzar puestos directivos'.
- Asimismo Telefónica Alemania participa en un programa de la industria para favorecer una mayor representación de la mujer.

Telefónica Irlanda

- Mejora del esquema de trabajo flexible.

Telefónica en el Reino Unido

- Campaña sobre salud mental.
- Mejora del esquema de trabajo flexible.
- Introducción de la diversidad en el ámbito comercial: nuevos segmentos de clientes a valorar; mejora del diseño de las tiendas, servicio y lenguaje utilizado con esos segmentos de clientes infraconsiderados para incorporar sus preferencias y necesidades.
- Lanzamiento de 'mumsnet', nuevos servicios comerciales orientados a las familias.

De entre todas las iniciativas mencionadas algunas tienen un componente muy local y no son 'exportable a otros países. Sin embargo, muchas de ellas tratan problemáticas presentes en todos los países. A modo de ejemplo la incorporaciones al puesto de trabajo tras una baja maternal/paternal es un proceso de adaptación duro en cualquier sitio. En Telefónica somos conscientes del riesgo de retención de nuestro talento si no cuidamos esas necesidades. De esta manera el Programa de apoyo a los padres con excedencias por maternidad o paternidad busca dar apoyo que nuestros profesionales independientemente del género en este tipo de circunstancias.

Investigación Externa:

Teléfonica, junto con LinkedIn como socio analista, realizó una investigación durante la segunda mitad de 2011 para entender qué es lo que valoran las mujeres profesionales para estar satisfechas con sus trabajos y con las compañías para las que trabajan. La idea que subyace es identificar posibles carencias, barreras, así como elementos valorados para avanzar hacia un equilibrio en la proporción de mujeres y hombres profesionales que conforman el grupo Telefónica; poniendo especial énfasis en aquello que sirva de ayuda a las mujeres para progresar en sus carreras profesionales en compañías como la nuestra.

Las siguientes características resume la metodología utilizada en el estudio:

- **LinkedInResearch Network** seleccionó una muestra representativa profesionales del sector de las telecomunicaciones y la tecnología en España, Brasil, Irlanda, Alemania, República Checa y el Reino Unido.
- Los miembros de LinkedIn de esa selección fueron invitados a participar en el estudio a través de un e-mail enviado por LinkedIn.
- LinkedIn encuestó a **826 miembros en septiembre 2011** para este estudio.
- LinkedIn's **Recruitment Index** fué calculado con una selección de preguntas Core de reclutamiento y está basado en 5,000+ respuestas de estudios de benchmark recientes.
- De los 826 miembros de LinkedIn encuestados, se realizaron entrevistas a un número de ellos en los distintos países y grupos de profesionales.
- Los miembros encuestados estaban en España (16%), Reino Unido (21%), Irlanda (16%), Alemania (16%), República Checa (15%) y Brasil (16%).
- Los miembros que respondieron a las encuestas pueden agruparse en las siguientes categorías: mujeres con salario sin hijos (25%), mujeres managers sin hijos (25%), madres trabajadoras (17%) y hombres senior managers (27%).
- En el Reino Unido, Alemania, Irlanda y la República Checa se preguntó por O2 como subsidiaria de Telefónica.

Las conclusiones obtenidas del estudio han sido de enorme interés e incluidas como variables consideradas en la gestión del proyecto de Diversidad en particular y de la gestión de nuestros profesionales en su sentido más ampliolo que refuerza algunas de las ideas que siempre han dirigido la Diversidad en Telefónica:

- Diversidad 360º: la diversidad es un concepto trasversal y a tener en cuenta en todas las áreas de la compañía.
- En relación al ámbito del género investigado, los aspectos más altamente valorados por las mujeres tienen que ver con su desarrollo profesional.

Especial relevancia ha tenido la coherencia de los resultados obtenidos en las dos investigaciones realizadas, la interna y la externa, y por tanto sirven de aval para el programa de acciones del Proyecto de Diversidad en Telefónica.

Atracción, reclutamiento y selección en diversidad:

En Telefónica llevamos años trabajando en aras de ser el empleador de elección para candidatos de distintos orígenes, raza, género, edad...

El objetivo es disponer de una oferta diversa en el Reclutamiento que permita llevar a cabo un proceso de Selección diverso y equilibrado de manera que las incorporaciones a la compañía sean una de las herramientas que ayuden a alcanzar una fuerza de trabajo diversa capaz de entender y dar respuesta a las necesidades de clientes de distintos orígenes, raza, género, edad, etc.

En 2011 Telefónica fue elegida una de las 25 mejores compañías globales para trabajar en el mundo según el Instituto Great Place toWork.

Movilidad del Talento para la promoción de la diversidad

En Telefónica es una prioridad promover la movilidad del Talento porque creemos que es un factor clave en la gestión de la diversidad de la que disfrutamos y permite el desarrollo de las personas y de la organización, gracias a la transferencia de conocimientos y prácticas entre empresas a lo largo del Grupo. Por esta razón, tenemos en marcha desde el año 2008 el **Modelo de Gestión Global de Asignaciones Internacionales.**

Del 100% de asignaciones nuevas que se han efectuado en 2011, el 35,26% corresponde a mujeres y el 64,74% a hombres. Esto supone un descenso frente al año anterior donde la proporción era 41%-59% y se aproxima a la cifra del 2009 35%-65% respectivamente.

Si atendemos al tipo de asignación realizada por ambos, la distribución por género para las asignaciones de corto plazo y las rotaciones es muy similar. Sin embargo, en el caso de las nuevas asignaciones de más de 12 meses, vemos que el 88,89% las han realizado hombres frente al 11,11% de mujeres. El motivo de mayor peso que explican estos datos es que en la gran mayoría de las sociedades en las que operamos el hombre tiene un mayor peso que la mujer en la carga familiar y esta circunstancia hace que a las mujeres les sea difícil aceptar retos que supongan un cambio de residencia de la unidad familiar por muy atractivas que sean las condiciones de la rotación.

Distribución por tipo de asignación y género — Mujeres / Hombres

Seguridad y salud en el trabajo

El ámbito de la Seguridad, Salud y Bienestar en Telefónica se rige por los mismos principios de "solidez y prestigio" que rigen los "Principios de actuación de nuestra Compañía.

Es nuestro objetivo aprovechar las sinergias que nos ofrece un modelo global de Compañía con objeto de implementar políticas, procedimientos y actuaciones comunes que nos permitan generar un proceso de mejora continua que incide directamente en el bienestar de los trabajadores y, en consecuencia, en la reducción de los accidentes laborales.

Objetivo del proyecto

El objetivo de nuestro proyecto contempla establecer un Sistema Global de Gestión de Seguridad y Salud en las operadoras de las diferentes regiones Telefónica que nos permita identificar y compartir las mejoras prácticas, así como poder realizar el seguimiento del modelo tal y como se describe a continuación:

Europa: seguir estableciendo sinergias de grupo en torno al modelo de Gestión y avanzar en aquellos aspectos preventivos que así lo requieran.

España: mantener el proceso de mejora continua del Sistema de Gestión.

Latinoamérica: avanzar en la consolidación del modelo de Gestión, mejorando la implantación del mismo y alcanzar la excelencia del Sistema. En el medio plazo se pretende ampliar el modelo a todas las empresas que conforman el grupo.

Órgano de gestión

La Dirección del Servicio Mancomunado de Prevención de Riesgos Laborales (perteneciente a la Dirección de Recursos Humanos y Gestión de Talento de Telefónica España) es la unidad designada como Centro de Competencia del Grupo Telefónica, coordinando las actuaciones globales en materia de prevención y salud laboral.

Durante 2011, se ha continuado con la labor de promover, mediante el correspondiente asesoramiento, a las operadoras de las diferentes regiones Telefónica en materia de seguridad, salud y bienestar, impulsando la Política Preventiva en todas las Empresas del Grupo y sentando las bases para un Sistema de Gestión Global de Seguridad y Salud, preparando para ello la implantación del Proyecto Human Capital 2.0.

En 2011 se realizaron dos investigaciones, una interna y otra externa, para determinar las necesidades para conseguir una adecuada gestión de la Diversidad

Indicadores GRI Globales 2011

	IR	ODR	IDR	AR
TOTAL 2011	0,83	0,36	25,62	4.436,23
TOTAL 2010	0,91	0,32	27,78	5.562,11

IR (Tasa de accidentes). **ODR** (Tasa de enfermedades profesionales). **IDR** (Tasa de días perdidos). **AR** (Tasa de absentismo)

Tasa de accidentes (IR): es la cantidad de accidentes en relación al tiempo total trabajado por la totalidad del colectivo de trabajadores durante el periodo objeto del informe.

IR= (nº total de accidentes / total horas trabajadas) x 200.000

Tasa de enfermedades profesionales (ODR): es la cantidad de casos de enfermedades profesionales en relación al tiempo total trabajado por la totalidad del colectivo de trabajadores durante todo el período.

ODR= (nº total de casos de enfermedades ocupacionales / total horas trabajadas) x 200.000

Tasa de días perdidos (IDR): es el impacto de los accidentes y enfermedades profesionales tal y como se reflejan en el número de días no trabajados por los empleados afectados. Se expresa comparando el total de días perdidos con el total de horas previstas de trabajo para la totalidad de la plantilla durante el período objeto del informe.

IDR= (nº total de días perdidos / total horas trabajadas) x 200.000

Tasa de absentismo (AR): se refiere al número real de días perdidos por absentismo, expresado como porcentaje respecto al número de días totales previstos de trabajo para la totalidad del colectivo de trabajadores durante el período del informe.

AR= (nº total de días perdidos por incapacidad durante el periodo / nº total de días trabajados por el colectivo de trabajadores durante el mismo periodo) x 200.000

*Nota: el factor 200.000 es el resultado de 50 semanas laborales de 40 horas por cada 100 empleados. Al utilizar ese factor, la tasa resultante queda vinculada al número de trabajadores, no al número de horas.

Para facilitar la transparencia y la comparación con otras empresas de nuestro sector, en los ratios se han incluido sólo los negocios core de Telefónica: telecomunicaciones fijas y móviles en los países en los que operamos, sumando todas las actividades de España, al ser el centro corporativo de la Compañía. Se han excluido para el cálculo de estos ratios los empleados de actividades no relacionadas con la actividad principal de nuestra compañía (principalmente los de Atento y Terra en América Latina). De la misma manera, las empresas de contratación social de ATAM no se han tenido en cuenta porque se desvirtuaría la comparabilidad de Telefónica con el resto de operadoras al tratarse de actividades cuyo objeto principal es la integración de personas con discapacidad.

		CONSECUENCIA			
		LIGERAMENTE DAÑINO (LD)	DAÑINO (LD)	MUY DAÑINO (MD)	EXTREMADAMENTE DAÑINO (ED)
PROBABILIDAD	MUY BAJA (MB)	Trivial	Tolerable	Tolerable	Moderado
	BAJA (B)	Trivial	Tolerable	Moderado	Importante
	MEDIA (M)	Tolerable	Moderado	Importante	Muy importante
	ALTA (A)	Moderado	Importante	Muy importante	Muy importante
	MUY ALTA (MA)	Importante	Muy importante	Muy importante	Muy importante

Líneas de acción 2011

Durante 2011son destacables los siguientes hitos:

Actuaciones del "Centro de Competencia de Seguridad, Salud y Bienestar"

En 2011 hemos continuado trabajando en la homogeneización de procedimientos e instrucciones en el ámbito de la Seguridad, Salud y Bienestar, promoviendo y divulgando las "buenas prácticas" entre las operadoras de las diferentes regiones del Grupo Telefónica.

Desde el Centro de Competencia hemos progresado notablemente en el proceso de diagnosis del grado de implantación de la seguridad salud y bienestar en las diferentes compañías, mediante el "cuestionario de autodiagnóstico" (estructurado en cuatro niveles: iniciado, intermedio, avanzado y excelente), lo que nos ha permitido establecer objetivos comunes en materia de Seguridad, Salud y Bienestar.

En esta línea hemos progresado en todas las regiones tal y como se reseña a continuación:

Europa

En Alemania, Irlanda, Reino Unido y República Checa continuamos manteniendo el nivel de excelencia en la diagnosis de nuestros sistemas de gestión de seguridad y salud. Es muy notable en esta línea la progresión continua en Eslovaquia, que ha obtenido el nivel de "Avanzado". Para ello hemos implantado en su Sistema de Gestión el seguimiento de los incidentes que conlleva un programa para el control y eliminación de los riesgos.

España

En la operación en España, como parte del sistema global de vigilancia de la salud, realizamos anualmente el ofrecimiento de reconocimiento médico preventivo a toda la plantilla.

Queremos destacar que con la firma del Convenio Colectivo de Telefónica de España, hemos implantado el acceso al servicio de psicoterapia como elemento de mejora a los servicios de salud ya existentes. De esta manera, afianzamos el compromiso de Telefónica dentro del programa "Good work good health", iniciativa promovida por ETNO (European Telecommunications Network Operators) en el que han participado diversas operadoras del ámbito de las telecomunicaciones en Europa con objeto de compartir las mejores prácticas en el sector sobre la gestión de la salud mental y bienestar en el lugar de trabajo.

Latinoamérica

En la región latinoamericana hemos obtenido avances significativos en los sistemas de gestión de Seguridad Salud y Bienestar (SSB). En concreto hemos alcanzado el nivel de "avanzado" en el sistema de gestión, de acuerdo al procedimiento establecido para su diagnosis, en Argentina, Brasil, Chile, El Salvador, Guatemala, Perú y Venezuela.

"Workshop 2.0 – Proyecto Global SAP"

Durante 2011 tuvo lugar en España el encuentro a nivel global de los responsables en recursos humanos y seguridad y salud, en el que se estableció el modelo global de procesos para la gestión de la prevención de riesgos laborales y salud laboral y el cumplimiento de requisitos normativos tanto internos como externos, para su implementación en SAP Human Capital Managment. En esta línea, hemos consensuado la matriz corporativa de "Evaluación General de Riesgos de Telefónica", introduciendo 5 niveles de probabilidad y consecuencia que permiten obtener la estimación del riesgo asociada a las tareas que desarrollan los trabajadores.

Posteriormente hemos catalogado los diferentes riesgos, agrupándolos en: Seguridad, Higiene y Ergonomía y Psicosociología.

Este procedimiento global de evaluación nos va a permitir establecer procesos y procedimientos comunes de trabajo seguro, así como diseñar objetivos de mejora continua para todas las operadoras de las regiones Telefónica.

Auditoria del "Sistema de Gestión de Seguridad y Salud"

Una vez obtenida la certificación en el estándar internacional OHSAS (Occupational Health and Safety Assessment Series) del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud de nuestra sede social en el ámbito Telefónica España, ubicada en el Distrito Telefónica, durante 2011, y como parte del proceso de verificación establecido en el citado estándar, se ha obtenido la renovación del certificado OHSAS.

Los responsables de recursos humanos y seguridad y salud de todo el Grupo mantuvieron un encuentro en el que se estableció el modelo global de procesos para la gestión de la prevención de riesgos laborales

La mejora continua que propone el modelo OHSAS nos asegura mantener unos elevados niveles de protección de la seguridad y salud de los trabajadores, además de la implantación de un sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo coordinado y coherente con los objetivos y estrategias de la organización que conlleva la reducción de los ratios de accidentalidad.

Participación de la Dirección del Servicio Mancomunado de Prevención de Riesgos Laborales en el foro internacional GSM Association

El GSMA representa los intereses de los operadores móviles a nivel mundial, contando con la participación en el mismo de más de 800 operadores, incluido Telefónica, pertenecientes a más de 220 países.

En esta línea, el GSMA dispone de una gran diversidad de grupos de trabajo en el que se comparten sinergias y líneas de trabajo conjuntas como parte de la estrategia global del GSMA.

Uno de estos grupos es el denominado HSSE, dedicado a la seguridad y salud en todo lo relativo a las operaciones móviles, del que forman partes diversos operadores.

Desde el Servicio Mancomunado se ha participado en el HSSE mediante el desarrollo del documento *"Guideline for the prevention of occupational risk related to the protection and prevention of occupational hazards as they relate to infrastructure sharing"*.

Este procedimiento, implantado previamente en España, y que mediante el grupo HSSE hemos podido exportar al resto de países, pretende disponer de una serie de líneas maestras en materia de seguridad y salud en lo relativo a la compartición de infraestructuras que habitualmente realizan los operadores.

Mediante el intercambio de información y el establecimiento de los preceptivos medios de coordinación y comunicación entre los operadores se pueden establecer medidas preventivas efectivas que permitan el desarrollo seguro de los trabajos independientemente del operador que esté actuando en el emplazamiento.

"Continuando la mejora de las actividades preventivas en las regiones del Grupo Telefónica"

- En Europa, durante 2011, debemos destacar a Telefónica Eslovaquia que ha completado para todas sus oficinas la valoración de riesgos/categorización de las tareas definidas para cada tipo de trabajo.

  Asimismo, el número de accidentes de trabajo se ha reducido considerablemente, en concreto en un 15% con respecto a 2011, lo que evidencia la mejora asociada a la efectiva implantación del sistema de gestión de seguridad y salud en trabajo.

- En Latinoamérica podemos destacar varios países que en 2011 ahondan en un proceso de mejora continua de sus actividades preventivas, como es el caso de Brasil Vivo, en el que se ha realizado un programa de prevención contra caídas de altura con una participación en el mismo de 300 profesionales.

- Desde Chile se ha desarrollado la implementación de cuarenta planes de emergencia, habiendo realizado para ello inspección de los lugares de trabajo, instalación de señalización, designación de equipos de emergencia, charlas de seguridad a todos los ocupantes del edificio, etc.

- En Perú se han definido procedimientos de trabajo seguro para las tareas de trabajos en postes, trabajos en cámaras subterráneas, trabajos en torres de comunicaciones y manejo seguro de vehículos.

- En Venezuela, una vez realizado el correspondiente proceso de elección de 80 delegados de prevención, se han constituido un total de 68 Comités de Seguridad y salud.

- En Colombia se ha logrado la calificación ante el Consejo Colombiano de seguridad bajo el estándar RUC –herramienta de evaluación con características similares al OHSAS 18001– obteniendo una nota del 96%.

  En esta línea se ha establecido un sistema de gestión de seguridad y salud, con una estructura conformada en cuatro bloques generales: liderazgo y compromiso gerencial, desarrollo y ejecución del sistema de gestión, administración de los riesgos y finalmente el proceso de evaluación y seguimiento (auditorias, acciones correctivas y preventivas, inspecciones y seguimiento de los requisitos legales).

Accidentalidad

Mediante el procedimiento "análisis siniestralidad Grupo Telefónica" desarrollado para todas las regiones del Grupo Telefónica, nos permite disponer de una herramienta unificada para analizar la accidentalidad de las diferentes empresas y poder realizar el análisis comparativo de las tasas de accidentalidad, y por tanto poder establecer procesos de mejora continua (más datos en el cuadro a pie de página).

Los indicadores que hemos recabado de las diferentes regiones en 2011, son los siguientes:

- Tasa de Incidencia
- Ratio de Gravedad
- Tasa de Duración Media

Representación de los trabajadores en Comités Paritarios de Seguridad y Salud

El modelo de seguridad y salud establecido en las diferentes regiones de Telefónica, muestra una alta representatividad y participación de los trabajadores en los aspectos de seguridad y salud a través de los correspondientes Comités de Seguridad y Salud, que ascienden a un total de 233 Comités en todas las regiones Telefónica.

A este respecto, es necesario destacar que durante 2011 países como México, Chile y Venezuela han reforzado los programas de trabajo y lasactuaciones derivadas de éstos, en el ámbito de sus respectivos Comités de Seguridad y Salud.

En todas las regiones Telefónica, los Comités de Seguridad y Salud permiten la puesta en práctica y consolidación de los objetivos establecidos en materia de seguridad y salud, mediante un continuo análisis y seguimiento de la actividad preventiva programada.

Indicadores de accidentalidad

España	2011	2010	2009
Tasa de Incidencia	7,69	7,78	7,79
Ratio de Gravedad	260,13	199,43	208,75
Tasa de Duración Media	33,82	25,60	23,02

Europa	2011	2010	2009
Tasa de Incidencia	3,52	4,09	5,21
Ratio de Gravedad	98,73	79,63	89,39
Tasa de Duración Media	28,08	19,43	17,12

Latam	2011	2010	2009
Tasa de Incidencia	10,79	12,23	8,16
Ratio de Gravedad	323,27	420,02	137,75
Tasa de Duración Media	29,96	34,33	16,87

Inclusión digital

Eliminar las barreras de acceso a las tecnologías de la información y la comunicación es promover la inclusión social mediante las capacidades de Telefónica para eliminar obstáculos geográficos, sociales o económicos.

En Telefónica asumimos el compromiso para promover el desarrollo económico, social y cultural de las comunidades donde operamos, y nuestro compromiso se extiende a asegurar que toda la sociedad pueda disfrutar los beneficios de las tecnologías de la información y comunicación. Nuestro objetivo es eliminar las barreras que pueden bloquear el acceso a las TIC, ya sean económicas, geográficas, económicas, educacionales o debido a una discapacidad.

Desde hace unos años, el reto de Telefónica es pasar de lo que denominamos la "inclusión social", que consiste en la donación de dinero o tecnología a proyectos sociales y de inclusión digital, hacia la creación de un nuevo concepto que aproveche las fortalezas distintivas del negocio de Telefónica, tanto por su experiencia empresarial, como por su amplia presencia territorial y su capacidad tecnológica. La innovación social de Telefónica está alineada con la estrategia de negocio de la Compañía para así maximizar su impacto a través de la creación de valor para el negocio.

Telefónica entiende la innovación social como nuevas ideas (productos, servicios y modelos) que satisfacen simultáneamente necesidades sociales y que crean nuevas oportunidades de negocio. En definitiva, aplicar soluciones comerciales a desafíos sociales presentes en la sociedad en ámbitos tan diversos como la salud, la seguridad o la educación, la agricultura o el acceso a internet desde zonas rurales.

(para más información, consultar www.rcysostenibilidad.telefonica.com/es/innovacion)

Acceso a zonas Remotas

La brecha geográfica es una barrera que puede impedir el acceso a las telecomunicaciones en zonas rurales remotas debido al alto coste de que conlleva dotar de infraestructuras adecuadas a estas zonas de difícil rentabilidad por la alta proporción de costes fijos que tiene el modelo de negocio del servicio. Con el objetivo de romper esta brecha geográfica, en Telefónica destinamos recursos a la innovación de diversas tecnologías y servicios. Algunos de los ejemplos más significativos de 2011 en este sentido han sido:

ConectaRSE

Telefónica lanzó durante 2011 "ConectaRSE para crecer: Premio al desarrollo rural a través de las telecomunicaciones", que busca identificar las mejores iniciativas desarrolladas en zonas rurales del país, que hayan tenido impacto social y económico en sus pobladores y/o comunidades, usando como base las telecomunicaciones.

El premio busca identificar las mejores prácticas de transformación y buen uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) de cara a generar espacios de aprendizaje para impulsar la gestión rural, la promoción de la innovación y el emprendimiento. El fin último es reconocer, sobre todo, a las localidades rurales que están siendo partícipes de las oportunidades que brindan las TIC, ya que su experiencia puede servir como ejemplo a muchas otras iniciativas individuales, proyectos colectivos, alianzas con ONG y alianzas público- privadas con impacto económico y productivo a partir del uso del Internet, telefonía móvil, telefonía pública y TV de Pago.

Respecto a los premios, se eligieron tres ganadores por lo que recibirán equipamiento, formación y asesoría integral para el desarrollo y fortalecimiento de sus iniciativas ($30.000 para el primer lugar, $20.000 para el segundo lugar y $10,000 para el tercero). También se otorgó un Premio Especial al Testimonio de Vida a las cinco historias más impactantes de transformación a partir del uso de las nuevas tecnologías.

El primer puesto fue para la "Asociación de Turismo Rural Solidario (ASTURS)" en Capachica (Puno). La iniciativa consistía en fortalecer las capacidades y habilidades de las familias, implementar y mejorar los servicios turísticos y desarrollar viajes de turismo solidario dirigido a las familias emprendedoras de turismo rural vivencial, de las comunidades del lago Titicaca poco visitadas. ASTURS ha mejorado las condiciones de vida de 75 familias de 9 comunidades con microcréditos, fortalecimiento de capacidades a partir de las TIC y desarrollo de viajes solidarios con turistas. Se cuenta con apoyo de las asociaciones DEPARTS y Culture Contact de Francia.

ConectaRSE busca identificar las mejores iniciativas desarrolladas en zonas rurales del país usando como base las TIC

Programa Fono Ya en Perú

Movistar en el Perú creó a finales del 2009 el programa "Fono Ya". Es un servicio de telefonía fija inalámbrica que cuenta con el respaldo de la tecnología celular, lo que ha permitido llegar a zonas alejadas del país que no tenían opción de comunicación en su hogar. A finales de 2011, son ya más de 560.000 los hogares que disponen de comunicación gracias a Fono Ya, con lo que Movistar amplía el número de personas que disfrutan en Perú de sus servicios de telecomunicaciones.

Se trata de una propuesta de telefonía "rápida, fácil y económica", mediante la cual el cliente sólo lo compra, se lo lleva y puede comenzar a hablar desde la comodidad de su hogar. Entre los beneficios que ofrece este servicio a los segmentos socioeconómicos más desfavorecidos se encuentra la oportunidad de acceder a los servicios adicionales sin pagar más, como el hacer uso del envío y recepción de mensajes de texto.

Durante 2010, destacó el lanzamiento de las "recargas virtuales Fono Ya", un servicio que permite a los usuarios recargar sus teléfonos fijo-inalámbricos de manera virtual en cualquiera de los 60.000 puntos de recarga a nivel nacional y contar siempre con 30 días efectivos de línea activa.

Conexão Amazónica en Brasil

La Amazonía brasileña está más conectada al mundo gracias a la tecnología de Telefónica, a través de una antena que llevará conexión a Internet de banda ancha y tecnología celular de tercera generación a cerca de 20.000 personas de comunidades remotas del estado de Pará, en el norte del país. La antena, que comenzó a funcionar en 2009, fue instalada en la pequeña Belterra, municipio de casi 13.000 habitantes que hasta ahora vivían "aislados", sin conexión móvil ni Internet, en lo más profundo de la Amazonía.

La iniciativa fue desarrollada por la operadora móvil Vivo, sociedad de Telefónica, y la sueca Ericsson, como parte de un proyecto mayor de innovación social que lleva a cabo la Organización No Gubernamental "Saude e Alegría", que desde hace 22 años trabaja para combatir el aislamiento de la región, ente otros aspectos.

La llegada de nuestra tecnología desencadenó una positiva revolución en la vida de las comunidades riberanas, contribuyendo activamente al desarrollo de la región. De acuerdo con las investigaciones de la Facultad Integradas Tapajós, cerca del 90% de las personas opinan que el teléfono móvil cambió para mejor su día a día, el 53% consideran que ha contribuido activamente para la creación de empresas y la generación de puestos de trabajo, más del 40% de los estudiantes utilizan ahora el Internet para sus estudios y el 20% de ellos están matriculados en cursos a distancia.

Inclusión económica

Dos tercios de las personas en el mundo ganan menos de 2.000 dólares por año. Se trata de personas incluidas en la conocida como "base de la pirámide". Sólo en América Latina cerca de la mitad de la población de casi 700 millones de personas, se encuentra en esta agrupación, con un 25% por debajo de la línea de pobreza (lo que significa un gasto de 2 dólares por día por persona).

Pero la pobreza, no sólo aplica a América Latina. Según el informe "Exclusión y desarrollo social 2012" elaborado por la Fundación FOESSA y Cáritas, la ONG de la Iglesia Católica, la proporción de hogares españoles que viven por debajo del umbral de la pobreza es de casi el 22 por ciento y que otro 25 por ciento de los hogares está en "situación de riesgo".

Las TIC son una herramienta idónea para la inclusión social y económica de comunidades con bajos ingresos

Las TIC son una herramienta idónea para la inclusión social y económica de comunidades de bajos ingresos. Servicios como "mobile banking" presentan una oportunidad real para favorecer la inclusión financiera de comunidades de bajos ingresos, a la vez que se acelera la consecución de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Los programas más relevantes realizados en 2011 fueron:

Programa Porta a Porta en Brasil

Vivo en Brasil creó a finales del 2009 un grupo de comerciales encargados de ofrecer a los habitantes de rentas bajas del barrio de Piratininga, en las afueras de São Paulo, la instalación de servicios fijos de comunicaciones. En la actualidad lo que empezó como una experiencia piloto se extiende a otras comunidades de Brasil de bajos ingresos y emplea de forma directa a unas1.000 personas bajo el programa "Porta a Porta".

Los comerciales contratados son residentes de estas comunidades, con lo que además de generar desarrollo económico, también se produce un impacto social a través del empleo directo. Además, al tratarse de población local, aporta una mayor confianza y cercanía a los potenciales nuevos clientes al ofrecer estos servicios.

En la actualidad, Vivo cuenta con más de 20 paquetes diferentes adaptados para consumidores de bajos ingresos. Están basados fundamentalmente en un modelo de prepago, el cliente no paga la cuota mensual y dispone de un crédito para gastar en cualquier tipo de conexión, ya sea fija o móvil.

Empresarios Pymedia en Colombia

El programa "Empresarios Pymedia" en Colombia nació en 2009. La introducción del uso de las TIC en las pymes es clave de cara a incrementar su productividad y competitividad en una economía globalizada. Para ello, y aprovechando la tecnología instalada por Telefónica por medio del proyecto Compartel, Telefónica en colaboración con diversas universidades colombianas apoya a las Pymes colombianas en el uso de las Tecnologías de la información y la Comunicación como herramienta para incrementar la competitividad de sus negocios.

El objetivo del programa es conectar a estudiantes y egresados de carreras afines a la comunicación y la publicidad, para que asesoren a las Pymes en la implementación de estrategias y la creación de campañas publicitarias, a través de medios digitales para aumentar sus posibilidades de contactar con nuevos clientes. En definitiva, crear el ecosistema idóneo para que estudiantes y empresarios.

La cuarta versión se llevó a cabo en el primer semestre de 2011 y giró en torno al concepto de "Ideas para E- Volucionar". Contó con 15 universidades en 7 ciudades en las que participaron 447 empresas y donde la empresa ganadora fue Guianza Express y los universitarios fueron dos estudiantes de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de Cartagena. El objetivo para las siguientes versiones del proyecto es consolidar el programa en las universidades participantes para llegar a más estudiantes, lo que permitirá aumentar el número de pymes clientes de Telefónica. También se pretende crear una comunidad de empresarios Pymedia a través de una operación virtual, y con nuevos socios estratégicos, garantizando así la sostenibilidad del proyecto.

Wanda, Inclusión Financiera en América Latina

Telefónica y MasterCard han llegado a un acuerdo para crear una Joint Venture que tiene como objetivo liderar el desarrollo de soluciones financieras a través del móvil en América Latina.

El acuerdo incluye a los doce países de Latinoamérica en los que Telefónica opera a través de la marca Movistar. Se trata de la primera vez que dos empresas líderes del sector de pagos y de las telecomunicaciones se alían para crear una nueva compañía enfocada en integrar las ventajas de facilidad y accesibilidad del uso del móvil como herramienta para dar soluciones financieras asociadas con los sistemas de pago electrónico existentes.

El uso de medios de pagos electrónicos se extenderá a nuevos segmentos donde tradicionalmente sólo se acepta dinero en efectivo (taxis o vendedores ambulantes, entre otros). El abanico de oportunidades que se abre ante esta iniciativa engloba tanto la inclusión financiera de poblaciones todavía no bancarizadas como la transformación de los modos de pago tradicionales, introduciendo las facilidades que ofrecen las nuevas tecnologías, en este caso la telefonía móvil.

En 2012, Wanda ofrecerá soluciones de pagos móviles a más de 87 millones de clientes Movistar en doce países de la región. Los servicios de pago a través del móvil estarán asociados a un

La Amazonía brasileña está más conectada al mundo gracias a la tecnología de Telefónica que lleva internet a comunidades remotas del norte del país

cartera móvil o cuenta prepago, a través de la cual se podrán realizar transferencias de dinero, recargas y pago de facturas y compras, entre otros servicios. La cartera móvil estará disponible en cualquier momento, independientemente del lugar donde se encuentre el usuario del servicio.

Movistar Remesas

Movistar lanzó durante 2010 el programa "Movistar Remesas", un servicio de envío de dinero que permite a los clientes enviar dinero de forma rápida y segura a familiares y amigos en más de 200.000 puntos de pago distribuidas por más de 190 países. Según una investigación reciente del Banco Mundial, Latinoamérica recibe más 38.300 millones de dólares de envíos de dinero todos los años. Esta cifra equivale al 70% de la inversión privada en la región.

El servicio es fruto del acuerdo entre Telefónica y MoneyGram International que facilitará el envío de dinero a sus clientes desde cualquier emplazamiento de Movistar Remesas a través de la red internacional de MoneyGram, con oficinas en todo el mundo.

Vicente del Bosque, seleccionador nacional de Fútbol, inauguró la nueva red de transferencias de dinero haciendo los dos primeros envíos, uno nacional a la ONG Fundación Síndrome de Down en Madrid y la primera transacción internacional al programa Proniño de la Fundación de Telefónica en Latinoamérica. Ambas donaciones sumaban un total de 20.000 €.

M-Inclusion:

El proyecto Plataforma de Inclusión Móvil para Europa y Latinoamérica (M-Inclusion) es una acción de Apoyo financiada por la Comisión Europea al amparo del VII Programa Marco, cuyo objetivo general es la creación, a través de una plataforma online, de un marco de cooperación entre promotores de soluciones móviles de la UE y de Latinoamérica para promover el desarrollo de soluciones nuevas y asequibles que mejoren la autonomía personal de personas en riesgo de exclusión. Entre los socios del proyecto se encuentran tres Universidades: la Universitat Politécnica de Valencia en España, la Universidad Peruana Cayetano Heredia en el Perú y la Universidad Federal de Minas Gerais en Brasil.

El proyecto comenzó en noviembre de 2011 y tendrá una duración de dos años. Entre los objetivos que persigue están:

- Realizar una acción de mapeo con el objeto de identificar organizaciones, necesidades reales de los grupos objetivo establecidos, así como soluciones y tendencias móviles existentes para la inclusión social en Europa y Latinoamérica.
- Establecer grupos de trabajo para identificar las necesidades principales, analizar soluciones tecnológicas y tendencias y definir una hoja de ruta para la M-Inclusion.
- Apoyar la identificación y promoción de nuevas ideas que puedan ser desarrolladas a través de futuros proyectos de I+D.
- Concienciar sobre las actividades de M-Inclusion y difundir ampliamente los resultados del proyecto.
- Generar oportunidades de mercado dentro del sector de las tecnologías móviles.

Telefónica, como miembro de la Red Europea de la discapacidad RSE+D, impulsada por la Fundación ONCE, publica por primer año la mayor parte de los indicadores propuestos por dicha red para evaluar la integración de la discapacidad en las empresas españolas.

Indicadores discapacidad

Indicador	Dato 2011
Cumplimiento de la Ley de Integración Social del Minusválido (LISMI) (España)	3,18%
Volumen de contratación a proveedores sociales que emplean a pcd* (€) (España)	8.979.000
Nivel de accesibilidad a página web ** (W3C)	AA
Diálogo establecido con organizaciones representativas de las pcd* (España)	Acuerdos con ONCE, CERMI, CNSE, FIAPAS, FEAPS , ASPAYM Granada y CENTAC
Productos / servicios que incorporan principios de accesibilidad universal y diseño para todos	Avatar LSE, Factura en Braille, Tarifas especiales, ATAM (LAVECO, MONDECO, SERVITELCO, DO2 SOSTENIBLE)
Inversión en innovación social y discapacidad (€) ***	9.877.734
Voluntarios de Telefónica que participaron en iniciativas donde las pcd* son beneficiarias	920
Pcd* beneficiarias de acciones de voluntariado	11.300

Datos Grupo Telefónica a finales de 2011
(*) pcd: personas con discapacidad
(**) Página Movistar.es
(***) Dato LBG. Incluye Patrocinios e iniciativas de Telefónica Europa que tienen como beneficiarios a pcd y ATAM.

Pescando con Redes en Brasil

El programa "Pescando con redes 3G" tiene el propósito de promover el desarrollo económico en Brasil e incrementar la seguridad pública. Para ello busca la inclusión digital y social de las personas aisladas que se dedican a la pesca y los cultivos marinos.

La pesca es una de las principales actividades económicas en la región de Bahía en Brasil y muchas familias dependen de ella para sobrevivir. Pero en tiempos recientes la industria ha padecido de exceso de pesca, falta de inversión e infraestructura escasa. Como resultado, los ingresos han disminuido para el municipio y sus habitantes, lo que ha ocasionado pérdida de oportunidades y la migración de los miembros de las familias en busca de trabajo.

El programa "Pesca con Redes 3G" ofrece financiación y asistencia técnica al Instituto Ambiental Brasil Sustentable, una organización brasileña que trabaja en proyectos de desarrollo sostenible.

Los pescadores recibieron dispositivos móviles con crédito para acceder a la red inalámbrica 3G HSUPA de Vivo. Estos equipos les permiten conectarse directamente desde la costa a la tierra con consumidores y socios a través de voz y datos. Asimismo, también se desarrollaron aplicaciones de software personalizadas que se diseñaron para dotarles de capacidades de navegación, clima, mercadotecnia, ventas directas, recopilación de datos y soporte técnico. Por último, se establecieron centros de capacitación en el pueblo de Santa Cruz Cabrália y en un barco capaz de llegar y capacitar a las comunidades de pescadores más alejadas.

Discapacidad

La inversión realizada a través de patrocinios y otros programas sociales en materia de innovación social y discapacidad fue de casi 10 millones de euros en 2011, una gran parte de ellos a través de ATAM.

La Compañía, siguiendo las directrices de la Convención Derechos Humanos de las Personas con Discapacidad y de la mano de las asociaciones nacionales e internacionales de la discapacidad desarrolla el programa Telefónica Accesible. Dentro del programa, en 2011 se realizaron los siguientes avances en las regiones de América Latina y Europa:

Europa:

En España:
Las acciones realizadas por Telefónica España en 2011 y que seguirá impulsando en 2012 se resumen en los siguientes frentes:

- **Desarrollo de diversos estudios** para conocer el colectivo de personas con discapacidad y sus necesidades
- **Desarrollo de nuevos productos y servicios.** Como es el caso del Avatar LSE, el cual, aplica procesos de reconocimiento de voz . Además de presentar en tiempo real el contenido subtitulado que transcribe la voz.
- **Fomentar la contratación a Centros Especiales de Empleo.** La contratación a Centros Especiales de Empleo en 2011 ha sido más de 8.5 millones de euros.
- **Fomentar la contratación de personas con discapacidad.** El cumplimiento de la Ley de Integración Social del Minusvalido (LISMI) por parte de Telefónica en España ha sido del 3.18%.
- **Crear un espacio de soluciones accesibles,** como por ejemplo, la aplicación "Goo Taxi" que permite la posibilidad de adquirir un taxi adaptado a través del teléfono móvil sin tener que realizar ninguna llamada telefónica.
- **Ofrecer terminales accesibles** enfocados a distintos tipos de discapacidad.
- **Adaptar los distintos canales de atención al cliente** y la comunicación para que den la atención adecuada en función del tipo de discapacidad. Un ejemplo es la factura en braille y en letras grandes y, la plataforma de teleinterpretación en lengua de signos.

En Reino Unido:
La filial de Telefónica O2 UK, ofrece un amplio abanico de servicios para personas con discapacidad como factura en Braille, servicios de atención accesibles o secciones dentro de la Web corporativa como "Access for all" con información de interés para este colectivo. Como novedad, O2 UK lanzó un piloto con el fin de formar a un grupo de expertos en sus tiendas llamados "Gurus"en materia de accesibilidad para que asesoren a clientes con discapacidad cómo mejorar las características de su smartphone y enseñarles a utilizar las últimas aplicaciones móviles accesibles a este colectivo.

En República Checa:
La filial de Telefónica O2 en República Checa, ofrece un amplio abanico de descuentos para personas con discapacidad, así como acceso a terminales accesibles en sus tiendas. Como producto novedoso, lanzó una línea de atención telefónica especial para personas sordas y lanzó una campaña de sensibilización para promover el uso de tecnología por parte de personas mayores llamada "Let´stalkaboutage".

En Irlanda:
La filial de Telefónica O2 en Irlanda, ofrece servicios de atención a personas con discapacidad accesibles como text2speech, email, Twitter, web chats, Facebook. Como novedad en 2011, ofreció empleados de tiendas comerciales cursos en lengua de signos para mejorar la atención a personas sordas en las tiendas de O2 Irlanda.

En Alemania:
La filial de Telefónica O2 en Alemania ofrece un amplio abanico de servicios para personas con discapacidad como servicios de atención accesibles u ofertas específicas para personas sordas. Como novedad en 2011, se creó una tienda online donde se puede acceder a vídeos traducidos a lengua de signos con información sobre productos y servicios de O2 Alemania.

América Latina

En América Latina, en 2011 la mayor parte de países pusieron foco en establecer un contacto directo con diferentes entidades o fundaciones que trabajan por la discapacidad con el fin de entender las necesidades de este grupo frente a nuestro sector con el fin de conocer las necesidades y de las oportunidades para Telefónica en el colectivo de personas con discapacidad.

Acceso a la Educación

Las tecnologías TIC pueden ofrecer un campo muy amplio a los profesionales y alumnos de la educación para ampliar y hacer más eficiente su labor, ayudando a facilitar el acceso y aumentar los niveles educativos de las personas, lo que resulta fundamental para su desarrollo personal y la mejora de las comunidades. En este sentido, Telefónica invierte en la mejora de las habilidades tecnológicas de colectivos en riesgo de exclusión.

La inclusión de las personas con discapacidad en la cadena de valor, ya sea como empleados, clientes y/o proveedores es el eje principal de Telefónica

El Servicio Universal es una garantía de servicio a toda la población, con una calidad mínima y a unos precios asequibles

Aula 365

Aula 365 es un servicio de apoyo escolar gratuito con contenidos multimedia para toda la familia que ha sido lanzado en Argentina y después en España y Colombia. A través de este portal, desde Telefónica ponemos a disposición de nuestros clientes de Banda Ancha herramientas avanzadas de la Web 2.0 para que sus hijos aprendan: películas educativas multimedia, blogs, wikis, infografías, biografías, galería de imágenes, clases magistrales... Este servicio permite mejorar el rendimiento escolar de estudiantes de todas las edades, con el soporte de un profesor virtual para aclarar dudas y preguntas.

Durante 2011 estuvieron en funcionamiento un total de 467 aulas y 220.771 educadores se registraron en comunidades virtuales del proyecto.

Puede encontrar más información en el capítulo Fundación Telefónica.

Infancia y Tecnología

Infancia y Tecnología es un recurso didáctico online, lanzado por Telefónica en 2011 a través del Foro Generaciones Interactivas junto Pantallas Amigas, y que está dirigido tanto a niños y niñas de 6 a 11 años como a padres y profesores. A través de tres historias animadas, se abordan aspectos que tienen que ver con el uso seguro y saludable de Internet, los videojuegos y los móviles.

La web busca trasladar de manera lúdica a niños y niñas criterios de buen uso de estas tecnologías, a la vez que aportan a los adultos una visión cercana y positiva de las mismas. Las aventuras animadas conectan con la parte lúdica mientras que las guías didácticas están orientadas a la acción educadora. La web permite, además, descargarse las animaciones al teléfono móvil.

Como novedad en cuanto a servicios específicos para la protección de la infancia y promoción del buen uso de internet, destaca las negociaciones llevadas a cabo en Colombia para el desarrollo y la puesta en funcionamiento en el primer semestre de 2012, de la primera hotline en América Latina siguiendo los preceptos del Inhope.

Foro de Generaciones Interactivas

En el año 2008, Telefónica junto con la Universidad de Navarra y la Organización de Universidades Interamericana crearon el Foro Generaciones Interactivas, con el objeto de conocer más a fondo el uso que los niños y adolescentes hacen de las nuevas tecnologías y así poder elaborar planes educativos para fomentar el buen uso de las TIC.

Durante el año 2011 se ha encuestado a 127.154 escolares, con la participación de 2900 colegios en 10 países: España, México, Ecuador, Brasil, Argentina, Chile, Colombia, Perú, Venezuela y Guatemala.

Otro hito de este año, ha sido la presentación del libro "La Generación Interactiva en Iberoamérica 2010. Niños y adolescentes ante las pantallas", de Xavier Bringué, Charo Sádaba y Jorge Tolsá, 2011. El segundo informe centrado en la realidad iberoamericana – en el que han participado más de 78.000 menores de entre 6 y 18 años- pone de manifiesto los numerosos retos tanto educativos como sociales que plantea el uso intensivo de las nuevas tecnologías y evidencia la importancia de la formación en un uso adecuado de éstas por parte de los menores. Durante los meses de noviembre y diciembre se presentó en 5 países (Colombia, Guatemala, México, Chile y Argentina).

Otras publicaciones fueron el estudio "Menores y Redes Sociales", "La Generación Interactiva en Madrid. Niños y adolescentes ante las pantallas", "La Generación Interactiva en Andalucía. Niños y adolescentes ante las pantallas, "Menores y Redes Sociales", y "La Generación Interactiva en Ecuador. Niños y adolescentes ante las pantallas",

Tras la etapa de investigación, el Foro ha desarrollado una serie de acciones educativas: cursos para docentes y educadores, talleres enfocados a padres, actividades prácticas para menores, etc. Desde el año 2008, alrededor de 50.000 personas han sido formadas en el buen uso de las nuevas tecnologías entre España y Latinoamérica.

Durante el año 2011, el equipo de voluntarios del Foro Generaciones Interactivas ha impartido un total de 32 sesiones formativas en centros educativos e instituciones

	Moneda Local	Euros
Argentina	84.763.437	14.760.027
Brasil	239.154.248	102.880.570
Perú	46.293.295	12.903.151
Colombia	137.921.372.485	53.693.756
Venezuela	121.485.330	20.317.085
Ecuador	4.348.032	3.126.791
República Checa (1)	141.000.000	5.733.906
España [1]	44.480.000	44.480.000

(1) Dato de 2010

Brecha de Salud

Las tecnologías TIC son herramientas que ofrecen soluciones contrastadas para la mejora del servicio sanitario, y en este entorno se están desarrollando avances muy significativos capaces de mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, de manera más eficiente y democratizada.

Algunos de los proyectos iniciados en 2011 en torno a e-Health con el objetivo de superar las brechas de colectivos en riesgo de exclusión han sido:

Servicio Universal

El Servicio Universal es una garantía de servicio a toda la población, con una calidad mínima y a unos precios asequibles. Dichos servicios y las condiciones en que son prestados, así como los operadores que asumen dicha responsabilidad, son especificados por cada regulador sectorial en cada uno de los países que así deciden establecerlo.

El objetivo de los Fondos de Servicio Universal (FSU) es establecer los mecanismos de financiación adecuados para poder afrontar los proyectos relacionados con la extensión de servicios de telecomunicaciones a toda la población en las condiciones establecidas de calidad y precios asequibles.

Telefónica presta este servicio en Argentina, Brasil, Colombia, España, Perú, República Checa y Venezuela.

Respuesta a situaciones de emergencia

La buena gestión de las redes y los servicios de telecomunicaciones es un elemento clave a la hora de dar una respuesta rápida y eficaz ante situaciones catastróficas por parte de los equipos de emergencia.

Los servicios de telecomunicaciones tienen un papel clave en la gestión de las emergencias sanitarias, las catástrofes naturales y otras humanitarias, ya que permiten anticipar alertas de forma masiva, coordinar a los distintos grupos que deben intervenir, proporcionar soporte a las iniciativas de colaboración y mejorar la eficacia de los equipos de salvamento.

En Telefónica somos conscientes de la responsabilidad social que una buena gestión de nuestras redes puede tener en la prevención, reducción y mitigación de este tipo de situaciones. Es por ello que establecemos Planes de Continuidad de Negocio para poder continuar ofreciendo los servicios de comunicación con normalidad en casos de emergencia en todos los países en los que la Compañía opera. Todos estos planes siguen normas internacionales y se elaboran teniendo en cuenta las características y los riesgos de cada región. Su implementación suele implicar la contingencia de plataformas de comunicación para soportar las operaciones y agilizar la recuperación en caso de caídas de los sistemas se utilizan plataformas. Además, el hecho de estar presentes en diferentes países, permite a las operadoras locales apoyarse entre sí en caso de necesidad.

En 2011 destacan las labores realizadas por Telefónica en países que han sufrido situaciones importantes de emergencia.

Terremoto en Lorca (España)

La dramática situación vivida por los vecinos provocó que el tráfico de llamadas telefónicas se multiplicara por 15 las horas siguientes a los terremotos que devastaron la ciudad, llegando nuestra compañía a gestionar más de 500.000 llamadas simultáneas. Para poder hacerlo, sin coste para las familias, Telefónica habilitó una línea 900 de atención al ciudadano y desplazó unidades móviles para dar servicio en las zonas de mayor concentración de personas.

Así mismo, se habilitaron líneas para grupos cerrados de usuarios para la Unidad Militar de Emergencias y Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado, que también registraron importantes picos de tráfico de llamadas. Telefónica no facturó las llamadas nacionales y los mensajes de texto desde móviles que se hicieron desde Lorca el día del terremoto y los dos siguientes. Además, establecimos la "Tarifa cero para Lorca", con una duración máxima de un año, para las líneas telefónicas fijas, ADSL y servicios de televisión, para los damnificados que perdieron su casa.

Inundaciones en Centroamérica

Más de un millón de personas se vieron afectadas en El Salvador, Guatemala, Costa Rica, Nicaragua y Honduras por las fuertes lluvias torrenciales que acecharon la región durante el pasado mes de noviembre y que causaron más de 100 víctimas mortales. Entre los afectados se encontraron algunos niños y niñas del programa Proniño así como sus familias que en muchos casos se han visto desplazadas de sus hogares. Fundación Telefónica hizo una llamada a todos los empleados y voluntarios de Telefónica para que hicieran una donación desinteresada para comprar material de primera necesidad como alimentos, medicamentos y ropa, así como buscar alojamiento a todas aquellas miles de personas que se han quedado sin hogar. Toda esta ayuda fue canalizada por nuestras ONG y entidades colaboradoras que trabajan en el programa Proniño en los países afectados.

Erupción del Puyehue-Cordón Caulle (Argentina)

En solidaridad con los habitantes de las localidades patagónicas damnificadas por la erupción volcánica y la lluvia de cenizas, Telefónica extendió durante un mes planes de llamadas gratuitas y descuentos de hasta el 50% para todos sus clientes. Además, liberamos el acceso a todos los contenidos educativos de nuestra red social Aula365 Speedy para permitir que los alumnos y profesores aislados pudieran continuar con la enseñanza escolar desde los hogares y facilitar su interacción.

Inundaciones en Rio de Janeiro (Brasil)

Además de una donación extraordinaria de un millón de dólares para las víctimas de las inundaciones, Telefónica dio medio día libre a 100 profesionales para ayudar de manera voluntaria a la Cruz Roja, en la gestión y reparto de las donaciones. Abrimos una cuenta para donaciones para la Cruz Roja brasileña, así como urnas para donaciones en el Campus Party que se estaba celebrando en aquellos días en Sao Paulo y se estableció una campaña de SMS sociales. Además, Vivo cedió 30 aparatos y planes de voz y datos a Defensa Civil, que sirvieron para la comunicación con los refugios de las áreas damnificadas. Otra acción importante será el "SMS Social", o envío de mensajes a los clientes pidiéndoles que realicen donaciones.

Proyectos sociales

En Telefónica asumimos el compromiso para promover el desarrollo económico, social y cultural de las comunidades donde operamos, y nuestro compromiso se extiende a asegurar que toda la sociedad pueda disfrutar los beneficios de las tecnologías de la información y comunicación.

Durante 2011 destinamos 143,26 millones de euros a acción social en Telefónica. Esta cifra supone un crecimiento del 8,6% respecto a la del año anterior. Es importante destacar que el 97,4% de esta cifra fue aportado en dinero y que el criterio de calificación de los proyectos de acción social aplica la metodología estandarizada de London Benchmarking Group y que está verificado externamente por LBG con el objetivo de ofrecer una visión completa del alcance y valor de nuestra inversión en la comunidad, medir el impacto que han conseguido nuestras acciones en la comunidad, ayudar en la gestión de nuestras relaciones con la comunidad y el tercer sector y facilitar su aseguramiento.

Evolución de la inversión en acción social*

Forma de contribución 2011*

*Cifras en miles de euros

Es importante destacar que el fuerte peso del apartado "otros" (un 3,3% del total) corresponde a las ayudas extraordinarias que ofrecimos desde Fundación Telefónica a Colombia con motivo de las inundaciones que tuvieron lugar en el país, especialmente en el área de Manatí, donde precisamente se estaba celebrando en aquellos días el I Encuentro Nacional de Jóvenes Fundación Telefónica Colombia.

La Fundación Telefónica

La misión de Fundación Telefónica es el desarrollo de una acción social y cultural relevante y transformadora, enfocada a facilitar el acceso al conocimiento desde una gestión innovadora y global. Para ello, trabaja en programas propios de innovación social que utilizan las nuevas tecnologías y las redes colaborativas, dirigidos especialmente a niños y a jóvenes.

La Fundación opera en los principales países en los que Telefónica tiene operaciones, y sus principales objetivos sociales de Fundación Telefónica son: la erradicación del trabajo infantil en Latinoamérica, la mejora de la calidad de la educación y del conocimiento a través de las TIC y la divulgación del conocimiento a la sociedad.

También gestiona la red multicultural del voluntariado corporativo del Grupo Telefónica, promoviendo el desarrollo de acciones solidarias de los empleados en colaboración con otras instituciones.

En cuanto a las líneas concretas de actuación, en la Fundación Telefónica ponemos el foco estratégico en el acceso a la educación y el conocimiento y la aplicación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). Así, Fundación Telefónica fomenta la igualdad de oportunidades en las sociedades en las que trabaja apoyando el acceso a la educación y al conocimiento para mejorar el bienestar de las personas.

Infancia

Uno de los proyectos más relevantes de Fundación Telefónica es Proniño, que lucha contra el trabajo infantil a través de la escolarización y atención de niños, niñas y adolescentes en Latinoamérica. Se trata de la principal iniciativa desarrollada por una empresa privada en este ámbito.

Durante 2011, 279.511 niños, niñas y adolescentes han sido atendidos por el programa Proniño y se atendieron de forma continuada 6.496 escuelas y 889 centros de atención en 13 países.

Inversión de Telefónica en proyectos sociales

Clasificación	TOTAL	% sobre el total	% sobre 2010
Desarrollo Socioeconómico	9.111.025	6,4%	-21,5%
Arte y Cultura	27.338.834	19,1%	8,7%
Educación y Juventud	88.630.654	61,9%	12,3%
Bienestar Social	12.396.764	8,7%	0,9%
Salud	679.694	0,5%	-12,4%
Medioambiente	356.858	0,2%	-44,3%
Otros	4.745.383	3,3%	86,2%
TOTAL	143.259.213	100,00%	8,56%

Juventud

Los proyectos de la Fundación para promover la educación y el conocimiento en la juventud se enfocan en una doble vertiente: la continuidad educativa dirigida a los jóvenes egresados de Secundaria de Proniño en Latinoamérica, y los congresos para jóvenes universitarios y preuniversitarios *Lo que de verdad importa* en España, durante los cuales se les da la oportunidad de compartir historias personales de superación con ponentes que, a través de ellas, les transmiten actitudes positivas y les dan la ocasión de reflexionar sobre lo que de verdad importa en la vida.

2.704 jóvenes estaban registrados a 31 de diciembre de 2011 en el proyecto de emprendimiento y continuidad educativa y 477 becas de Continuidad Educativa fueron concedidas a lo largo del año.

Discapacidad

La actividad de Telefónica, y en concreto de Fundación Telefónica, en este sentido se centra en el desarrollo de una importante labor de I+D orientada fundamentalmente a facilitar la accesibilidad de estos colectivos a la información, comunicación, formación y empleo; posibilitar una mejor atención sanitaria y asistencial a personas mayores, enfermas, discapacitadas o desprotegidas, y ayudar en la educación para la salud y prevención de diferentes enfermedades y discapacidades.

Desarrollo Comunitario

Durante 2011, en Fundación Telefónica llevamos a cabo varias experiencias de desarrollo local, como son Conexión Amazónica en la región Amazónica de Brasil, el Parque Santo Antonio, en Sao Paulo y en Santa Cruz de Cabralia, en Bahía. El objetivo de ese proyectos es mejorar la calidad en la vida de las poblaciones de forma sostenible, a través del acceso a las tecnologías.

Aulas Fundación Telefónica

Aulas Fundación Telefónica es un proyecto de inclusión digital que promueve el uso de las nuevas tecnologías como herramienta esencial para la mejora de la calidad educativa en América Latina.

Fundación Telefónica ha desarrollado un modelo pedagógico de formación y acompañamiento continuo para los docentes que pretende consolidar una comunidad educativa virtual (Red del Educador). El objetivo es que éste sea un espacio de aprendizaje para intercambiar y compartir experiencias con los profesores de otras Aulas Fundación Telefónica de Latinoamérica y con el grupo de expertos en orientación y formación que lidera el proyecto. Con la Red de Aulas Fundación Telefónica se contribuye al cumplimiento de las Metas Educativas 2021 de la OEI, ya que además de fortalecer infraestructuras en las instituciones educativas, permite la formación

de redes, el acceso al conocimiento y la disminución de la brecha digital de las poblaciones vulnerables pertenecientes a las escuelas públicas donde tenemos presencia.

La gran fortaleza de este proyecto está en el itinerario educativo diseñado para que los docentes den usos diversos a los recursos tecnológicos, incluyendo los ambientes colaborativos, producción de contenidos y metodologías para aplicar las TICs en el aula.

Durante 2011 funcionaron 467 Aulas Fundación Telefónica.

Escuelas Amigas

Escuelas Amigas es un proyecto de acercamiento e intercambio cultural a través de Internet entre escolares de España y de Latinoamérica; estos últimos, de escuelas donde estudian beneficiarios directos e indirectos de Proniño.

En este proyecto hay tres protagonistas: los alumnos, los docentes y los Voluntarios Telefónica, que actúan como dinamizadores de las actividades. La base del EEAA es el uso de las TIC en los procesos de aprendizaje, como un elemento que ayuda a romper barreras geográficas y culturales.

Portal EducaRed

El Portal Educared se constituye como una comunidad de aprendizaje intercultural en red y en un referente internacional en el análisis de la innovación educativa y promueve la interacción entre maestros, alumnos, padres de familia y centros de enseñanza para intercambiar valores pedagógicos entre culturas. En 2011 tuvimos 220.711 educadores registrados en comunidades virtuales y tuvieron lugar 34.747 acciones formativas en red.

Fundación Telefónica convoca el Premio Internacional EducaRed dirigido a docentes de todo el mundo que contribuyen a mejorar la calidad de la educación a través de las TIC. En 2011 se celebró el sexto Encuentro Internacional EducaRed, que contó con 13.050 inscritos en su etapa on line y más de 1.300 en la fase presencial, celebrada en Madrid.

Didáctica del arte

Fundación Telefónica desarrolla una serie de programas educativos dirigidos a escolares, familias y adultos, entre otros, adaptados en su metodología a las necesidades e intereses de cada uno de estos grupos. Estos programas tienen como objetivo crear un espacio de diálogo, intercambio, observación, análisis y reflexión crítica que enriquezca y abra la mirada de nuestros visitantes.

Además, la Fundación realiza investigaciones, conferencias y congresos con autores internacionales consolidados como referentes, e impulsa la creación artística contemporánea relacionada con la tecnología, a través de concursos internacionales y de un ambicioso programa de exposiciones

A lo largo del año, 42.678 personas participaron en 2.508 proyectos educativos desarrollados en España y Latinoamérica en el marco de las diferentes exposiciones.

El voluntariado en Telefónica

Fundación Telefónica gestiona la red multicultural del voluntariado corporativo del Grupo Telefónica, que busca promover la acción social y colaboración de los empleados, desarrollando acciones solidarias tanto en el marco de los programas de Fundación Telefónica, como también en colaboración con otras fundaciones.

El voluntariado corporativo canaliza el espíritu solidario de los empleados, ofreciéndoles oportunidades para que realicen un aporte personal de su tiempo, conocimientos y/o dinero para ayudar a las personas que más lo necesitan. A través de esta iniciativa, Fundación Telefónica contribuye a hacer mejores ciudadanos en las sociedades en las que está presente.

La iniciativa se desarrolla en los 19 países donde opera el Grupo Telefónica, y durante 2011 alrededor de 26.000 voluntarios participaron activamente en alguna de las 1.459 iniciativas de voluntariado propuestas.

Indicadores de impacto social durante 2011:

- Alrededor de 26.000 voluntarios activos a 31 de diciembre de 2011.
- 1.459 iniciativas de voluntariado desarrolladas.
- 268.660 beneficiarios directos.
- 112.943 horas de voluntariado desarrolladas.

ATAM dinamiza el curso on-line “Voluntariado en proyectos asociados a la discapacidad” dentro del Proyecto Pro desarrollado junto con la Fundación Antena 3. Se trata de un programa formativo que proporciona las nociones teóricas y prácticas para apoyar a personas con discapacidad. Este programa formativo se dirige a aquellos que llevan a cabo acciones de voluntariado con personas con discapacidad o bien que tengan interés o inquietud por desarrollar este tipo de actividades. En 2011 se desarrollaron un total de 5 cursos con un total 143 alumnos inscritos.

Integración de las personas con discapacidad: ATAM

ATAM es una entidad de Telefónica sin ánimo de lucro y declarada de Utilidad Pública con casi 40 años de andadura profesional que trabaja con el objetivo de prevenir la discapacidad y de ofrecer el apoyo que permita la integración social de las personas con discapacidad

Este proyecto social lo configuran en 2011 más de 56.000 socios empleados en activo, jubilados y prejubilados de 30 empresas de Telefónica que actualmente tienen suscrito con ATAM convenio de colaboración. La aportación de todos ha alcanzado durante el ejercicio 2011 más de 14 millones de euros. Gracias a esta financiación, y al esfuerzo de los casi 100 profesionales y colaboradores de la Asociación, más de 13.000 personas se han podido beneficiar de los distintos programas y servicios que desarrolla ATAM.

ATAM desarrolla su actuación en tres grandes líneas de acción: el programa de atención a familias, los centros de atención directa y la Integración laboral.

Programa de atención a familias

ATAM responde, a través de la provisión de soluciones personalizadas, ante cualquier necesidad derivada de situaciones de discapacidad y dependencia surgidas en el núcleo familiar por medio de una red integrada por diferentes puntos de atención, distribuidos geográficamente a lo largo de todo el territorio nacional. Esta red permite, incorporando la adecuada utilización de apoyos, recursos públicos, privados y los propios de ATAM, ofrecer una metodología de atención centrada en la persona. Durante 2011 se han implantado 3 puntos de atención a familias: uno en Sevilla, que cubrirá Andalucía Occidental; otro en Barcelona para Cataluña y el tercero en Bilbao, que abarcará Cantabria y País Vasco.

ATAM también dispone de un sistema de **ayudas económicas** individuales. En 2011 se han invertido más de 6,5 millones de euros destinados a rebajar el gasto que supone para una persona y su familia padecer una causa de discapacidad. Estas ayudas comprenden cualquier tipo de discapacidad ya sea física, psíquica y sensorial y se encuentran estructuradas en dos programas atendiendo a la edad: Menores y Mayores de 60 años. A lo largo de este ejercicio, 4.800 personas con discapacidad han recibido un total de 3.484 ayudas, es decir, un 7,5% más que en 2010.

En cuanto a la **prevención de la discapacidad y la valoración** de la misma se ha continuado trabajando a través del Equipo Clínico de ATAM formado por profesionales de la salud y psicólogos. Este equipo ha atendido en 2011 un total de 2.087 consultas de diferentes especialidades (oftalmología, psiquiatría, neurología, psicología, rehabilitación).

En 2011 también se han implantado dos proyectos innovadores dentro del programa de atención a familias, como son **T, Resuelve** (un servicio telefónico gratuito que ofrece orientación familiar a nivel nacional para resolver inquietudes y dudas de carácter social y psicológico, y que ha gestionado un total de 594 consultas), y **Aprende** (el espacio de formación social on-line de ATAM que enfoca distintas problemáticas sociales y que ha desarrollado en 2011 el primer curso con un total de 273 alumnos enfocado a la preparación de cuidadores no profesionales de personas mayores).

Programa de atención directa

ATAM aporta al sistema público centros de atención directa para dar respuesta educativa, asistencial y residencial a personas con discapacidad gravemente afectadas. En estos servicios se han atendido a 140 personas con discapacidad.

Programa de integración laboral

ATAM promueve el empleo de las personas con discapacidad desde la igualdad de oportunidades. Esta labor la realizan los asesores personales de la Red de Atención Social en coordinación con la unidad central. Estos asesores, distribuidos por toda la geografía española, son los que mejor conocen los recursos locales. En 2011 ATAM ha atendido a un total de 762 demandantes de empleo y se han gestionado 251 ofertas de trabajo. El resultado final ha sido la incorporación de 281 personas con discapacidad en el mercado laboral. En este aspecto de colaboración con las empresas, el año 2011 ha sido especialmente intenso dadas las circunstancias que vive el mercado laboral en España. Se ha continuado con la labor de asesoramiento que ATAM viene realizando con las empresas del Grupo Telefónica.

A pesar de la prolongada y severa crisis económica generalizada, ATAM ha venido realizando un significativo esfuerzo para consolidar su crecimiento empresarial y como resultado, sus empresas LAVECO, MONDECO, SERVITELCO y DO2 Sostenible, que operan bajo la fórmula de Centro Especial de Empleo, tienen al cierre del ejercicio una plantilla constituida por 527 trabajadores, de los cuales el 92% son personas con discapacidad. Entre todos forman equipos humanos de gran calidad que se apoyan en la tecnología y la formación para salvar las dificultades que pueden generarse de la discapacidad.

Estas empresas desarrollan sus actividades dentro de sectores tan diferenciados como lavandería industrial, montaje y ensamblaje de componentes eléctricos y electrónicos, soluciones integradas de gestión medioambiental, limpieza, call center, etc., con unos niveles de eficiencia y calidad equiparables a cualquier otra empresa que compite en el mercado. Servitelco es una empresa dedicada a servicios de telemarketing, Laveco se especializa en servicios de lavandería industrial, Mondeco desarrolla su actividad principal en montaje de componentes industriales y DO2 Sostenible dedicada a gestión y cuidado del medioambiente. El año 2011 ha sido especialmente importante para Servitelco, ya que ha aumentado su plantilla en más de un 70% pasando de 231 empleados en 2010 a 393 empleados en 2011. Este aumento es el resultado de haber sido adjudicataria de diversos concursos con Telefónica y la Administración Pública como el Servicio de Ventanilla Única para Empleados de Telefónica, el Servicio de Atención al Ciudadano de Madrid Movilidad del Ayuntamiento de Madrid y el servicio de atención a, además de seguir ofreciendo el Servicio de Atención Telefónica de la Dirección General de Tráfico.

Por otra parte, ATAM ha continuado colaborando con la Fundación Telefónica a través de del portal **Mercadis,** desde el que se gestionan ofertas y demandas de empleo. Este año se han registrado 2.328 usuarios nuevos, se han incorporado 46 empresas y se han gestionado 555 ofertas de empleo.

ATAM ha realizado un gran esfuerzo para consolidar su crecimiento y al cierre de ejercicio, sus empresas empleaban a 527 trabajadores, un 92% de los cuales son personas con discapacidad

Cuando por las características de la persona es imposible su incorporación en la empresa ordinaria o en un centro especial de empleo, se recurre a las actividades prelaborales. En los centros ocupacionales se desarrollan sus habilidades profesionales, personales y sociales a través de una ocupación activa. ATAM dispone de 4 recursos concertados con las Administraciones Públicas, con 247 usuarios y gestionados de diversos modos.

Labores de difusión y sensibilización

ATAM participó en diciembre en el programa televisivo en la 2 de TVE *"El mundo se mueve contigo"*. Se trata de un programa de participación ciudadana dedicado a la discapacidad que persigue romper las barreras a las que se enfrentan las personas con capacidades físicas y sensoriales diferentes. El reportaje mostraba la viabilidad de la integración social de las personas con discapacidad a través de la integración laboral como eje principal. Diferentes profesionales de la Asociación tuvieron la oportunidad de explicar cómo se lleva a cabo esta integración y mostrar la profesionalidad y calidad de los servicios que prestan estos centros especiales de empleo, que compiten en el mercado ordinario con el resto de empresas de sus respectivos sectores de actividad.

Como ya viene siendo habitual ATAM celebró el Día Internacional de las Personas con Discapacidad, organizándose la visita de un grupo de empleados de T-gestiona a las instalaciones de Servitelco y Laveco. Durante la visita, 15 trabajadores de esta empresa de Telefónica tuvieron la oportunidad de conocer cómo se desarrollan las actividades en un centro especial de empleo, centro de trabajo modelo de sostenibilidad económica.

Los Telefónica Ability Awards (TAA) tuvieron un impacto en medios de comunicación de más de 57 millones de personas en su primera edición

Jornadas de investigación y salud

En 2011 el Equipo Clínico de ATAM ha participado en diversos foros médicos. En marzo participó en el *IV Congreso de Miastenia Gravis y Congénita* donde se expusieron la importancia del adecuado manejo médico de la miastenia gravis. En mayo se involucró en la primera Conferencia Internacional en el centro nacional de Enfermedades Raras de Burgos. Dedicó una ponencia a la paraparesia espástica familiar, una enfermedad neuromuscular poco frecuente. En esta línea de trabajo, en octubre participó en el *IV Congreso Nacional de Enfermedades Raras* organizado por D´genes en Murcia y FEDER (Federación Española de Enfermedades Raras). Al evento acudieron más de 300 personas. En este Congreso estuvieron representadas más de 80 enfermedades consideradas raras y posibilitó un marco de relación entre profesionales, familiares y los propios afectados por enfermedades raras. ATAM presentó una ponencia sobre las vías de tratamiento y evaluación de la calidad de los recursos, así como la acupuntura médica en los pacientes con enfermedades raras.

Coincidiendo con el Año Internacional del Alzheimer la Asociación del Grupo de Mayores de Telefónica organizó en colaboración con ATAM la Jornada *"Alzheimer se escribe con A de ayuda"*. El Equipo Clínico de ATAM participó en la misma aportando sus conocimientos en cuanto a la prevención, detección, diagnóstico y tratamiento del Alzheimer y sobre Ayuda psicológica y emocional al enfermo, familia y cuidadores familiares. A esta jornada acudieron más de 150 personas, que demostraron un gran interés por la temática y las ponencias, lo cual generó una alta intervención de los presentes.

Mayores dependientes

ATAM dispone de una línea de especialización orientada a la atención de los mayores dependientes que complementa la tradicional intervención focalizada en la discapacidad. En 2011 se firmó un convenio con la AGMT para reforzar y potenciar los cauces de comunicación y relación, orientados a la mejor identificación y solución de las necesidades específicas de los mayores dependientes. A través del mismo los mayores colaborarán activamente con ATAM en la detección y seguimiento de las necesidades provocadas por la discapacidad y dependencia en el colectivo de mayores y la definición de mecanismos de respuesta apropiados para este colectivo. Además se habilitó el *"Consultorio ATAM"* en la Revista Al Habla donde se han ido resolviendo dudas a este respecto.

Ability Awards de Telefónica

Los Ability Awards de Telefónica tienen como objetivo reconocer a aquellas empresas e instituciones que desarrollan modelos de negocio sostenibles y que incluyen a las personas con discapacidad en la cadena de creación de valor, ya sea como empleado, proveedor y/o cliente. En definitiva, las empresas galardonadas han sido capaces de incorporar la discapacidad en todo su ciclo productivo, para incrementar su valor de forma sostenida.

Los premios se dividen en seis categorías principales: Compromiso de la Alta Dirección y Liderazgo de los Empleados; Reclutamiento y Selección; Accesibilidad y Orientación a clientes; Desarrollo Profesional y Formación; y Prevención y Retención; y en tres categorías absolutas: Mejor gran empresa privada; Mejor pequeña o mediana empresa privada y Mejor organización del sector público.

La primera edición se celebró en 2010 con un impacto en medios de comunicación de más de 57 millones de personas. En 2011, se lanzó la segunda edición cuyos premios serán entregados en 2012.

Para esta segunda edición se han recibido a lo largo de 2011 más de 410 candidaturas que representaban a más de 230 entidades. Un aspecto relevante de esta segunda edición es la elevada calidad de las solicitudes recibidas, lo que se traduce en que el 80% de las organizaciones que se presentaron cumplían todos los requerimientos establecidos en las bases del concurso, por lo que pasaron a la segunda fase del proceso. Actualmente, el proceso se encuentra en la fase de selección de las 75 entidades que evaluarán los Jurados en 2012.

Los premios cuentan con el apoyo de un Patronato que reúne a aquellas instituciones, asociaciones y administraciones públicas involucradas con la discapacidad y cuyos técnicos forman parte del Club Ability.

El Club Ability es una red de interés común que busca compartir y mejorar de manera consistente las mejores prácticas que han sido identificadas a través de los Telefónica Ability Awards en las diferentes categorías. Actualmente, está compuesto por las 48 Compañías y Organzaciones Ability finalistas de los premios en su primera edición.

Esta red ha demostrado que en la actualidad las entidadesespañolas están realizando iniciativas pioneras que merece la pena compartir y dar a conocer. Así, el Club se convierte en un espacio de colaboración para intercambiar buenas prácticas que ayuden a estas entidades a abordar nuevos retos y seguir mejorando. Asimismo, el Club Ability genera conocimiento y opinión que ayude a otras empresas y organizaciones a integrar la discapacidad en sus procesos de negocio.

Durante 2011 se han realizado en el marco del Club Ability dos talleres temáticos sobre liderazgo yaccesibilidad universal. En 2012, tendrá lugar el tercero cuyo tema central será la creación de empleo.. Durante cada taller se debatieron cuáles son en la actualidad las barreras que impiden la integración de la discapacidad en los negocios desde el punto de vista del liderazgo, accesibilidad universaly qué acciones o iniciativas se puede hacer para superarlas.

Asimismo y en 2011, se realizó el primer desayuno dAbility que trató sobre la Accesibilidad de las Redes Sociales y que tuvo como invitados a blogueros de experiencia en el campo de la discapacidad y personalidades de CERMI, ONCE y su Fundación.

Durante la Ceremonia de entrega de premios de la primera edición de los Telefónica Ability Awards y que tuvo lugar el 17 de Enero de 2011 se comunicaron los próximos pasos a realizar en el ámbito de los premios: su expansión a cuatro países en los que Telefónica opera.

http://www.telefonicaabilityawards.com/

Think Big

En línea con el apoyo a los jóvenes para una transición a la vida adulta independiente y responsable, nació en 2010 el programa "Think Big" en Europa. "Think Big" se ha creado con el respaldo de Fundación Telefónica, y tiene como objeto prestar apoyo económico y formativo para que los jóvenes muestren todo su talento al resto de su Comunidad, generando un impacto positivo e impulsando su papel como agentes del cambio de la sociedad, inspirando y celebrando sus éxitos, para que sean protagonistas de sus propios proyectos. El programa defiende una visión positiva de los jóvenes y surgió en el Reino Unido bajo el lema de "We relieve in young people" (nosotros aliviamos a los jóvenes).

En el sitio web www.o2thinkbig.co.uk se recogen propuestas de proyectos para llevar a cabo que van desde luchar contra la delincuencia juvenil, mejorar su parque de la comunidad o enseñar música a otros jóvenes. Think Big está ahora en marcha en Reino Unido, Alemania, Irlanda, República Checa y Eslovaquia y se han apoyado más de 500 proyectos y se ha dado formación a cerca de 1.600 jóvenes durante 2011.

Las actividades del programa se desarrollan en alianza con diferentes ONG de prestigio (National Youth Agency y UK Youth en el caso de Reino Unido) y pueden, por ejemplo, articularse en el ámbito de la lucha contra la delincuencia juvenil, la rehabilitación de espacios comunitarios, la enseñanza de música a otros jóvenes o el fomento de asociacionismo. Los jóvenes que se beneficien del programa reciben financiación adecuada para los proyectos propuestos, formación, la posibilidad de disponer de un mentor que ellos mismos elijan de entre la red de Voluntarios Telefónica y el apoyo de la empresa para dar visibilidad a sus proyectos a nivel nacional. El programa se complementa con actividades para animar a los clientes a participar de forma activa en los proyectos que proponen y desarrollan los propios jóvenes.

Impacto de los servicios de telecomunicaciones

Telefónica sabe que la clave de su liderazgo está en sus empleados y por ello, mediante planes de formación, desarrollo y reconocimiento, busca convertir la Compañía en el mejor lugar para trabajar.

Análisis externo de los impactos de las telecomunicaciones

En Telefónica participamos activamente en la divulgación del conocimiento y en la generación de debates en torno al conocimiento de las TIC y su repercusión en la sociedad. En este sentido publicamos trabajos de investigación, organizamos talleres especializados y fomentamos debates sobre temas actuales y de impacto social que hemos promovido.

Publicaciones

La Colección Fundación Telefónica/Ariel, que supera ya los 58 títulos desde que se creó en 2006, recoge básicamente en sus tres formatos –libro, cuaderno e informe los resultados de trabajos de investigación, talleres especializados y debates sobre temas actuales y de impacto social que ha promovido Fundación Telefónica y que están relacionados sobre todo con las nuevas tecnologías y sus consecuencias económicas, sociales y culturales en la Sociedad de la Información. Durante este tiempo, además de los ya clásicos informes anuales sobre el estado de la Sociedad de la Información en España (SIE), que han cumplido diez años, se han editado estudios monográficos sectoriales sobre TIC y sanidad, TIC y administraciones locales y un informe sobre TIC y administración de Justicia. Durante 2011 se han editado un total de 19 nuevas publicaciones en castellano, portugués e inglés, que pueden consultarse y adquirirse aquí:

http://www.fundacion.telefonica.com/media/que_hacemos/pdf/Catalogo_2011.pdf

Entre las publicaciones que más impacto han tenido destacan: Comunicación móvil y Desarrollo Económico y Social (Manuel Castells, Mireia Fernández-Ardébol y Hernán Galperin), Nomadismos tecnológicos (Giselle Beiguelman y Jorge La Ferla), y la 11 edición del Informe de la Sociedad de la Información en España.

Cátedra telefónica	Línea temática
Internet de Nueva Generación UPM – Universidad Politécnica de Madrid	Seguridad
Sostenibilidad en Comunicaciones Móviles UPM – Universidad Politécnica de Madrid	Sostenibilidad
Aplicaciones Sociales de la Ayuda a la Decisión UC3M – Universidad Carlos III de Madrid	Horizontal
Internet del Futuro para la Productividad UC3M – Universidad Carlos III de Madrid	Productividad
Economía de las Telecomunicaciones UC3M – Universidad Carlos III de Madrid	Productividad
Análisis de la Evolución y Tendencias Futuras de la Sociedad de la Información UPC – Universidad Politécnica de Cataluña	Eficiencia energética
Social Media Universitat Pompeu Fabra	Horizontal
Nuevas Tecnologías para el Medio Ambiente y la inclusión digital Universidad Politécnica de Valencia	Eficiencia Energética Innovación Social
Nuevas Tecnologías para la Educación Universidad de Deusto	Educación
Seguridad y Productividad en la Sociedad de la información Universidad de Zaragoza	Productividad Seguridad
Tecnologías de Procesado de la Información, Almacenamiento y Comunicaciones en aplicaciones de Sanidad Universidad de Navarra	Sanidad

Cátedra telefónica	Línea temática
Telemedicina Universidad de La Laguna	Sanidad
Tecnologías Accesibles Universidad de las Palmas de Gran Canaria	Innovación Social
Tecnologías de la Información y las Comunicaciones aplicadas al Medio Ambiente Universidad de Oviedo	Eficiencia Energética
Tecnologías Aplicadas a la Eficiencia Energética Universidad de Extremadura	Eficiencia Energética
Inteligencia en la Red Universidad de Sevilla	Tecnología
Cultura Científica y Comunicación Digital Universidad de Gerona	Educación
Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad UNED	Responsabilidad corporativa
Seguridad integral Universidad de Salamanca	Seguridad
Responsabilidad Social Empresarial Universidad de Alcalá de Henares	Responsabilidad corporativa
CAPTA – Mejora de la Autonomía de las Personas Universidad de Alcalá de Henares	Innovación Social
Sostenibilidad e Inclusión Universidad de Valencia	Eficiencia Energética
TIC y Envejecimiento de la Sociedad Universidad de León	Innovación Social
Cátedra Movilidad y Educación Universidad de Valladolid	Educación

Por otra parte, Fundación Telefónica edita la revista TELOS, Cuadernos de Innovación y Comunicación, que se ha convertido en un referente académico en el estudio de las comunicaciones y el impacto de las TIC en la sociedad. Durante 2011 se han editado cuatro nuevos números: número 86 (dossier: la crisis de la esfera pública), número 87 (dossier: nuevos perfiles profesionales para la comunicación digital), número 88 (dossier: cultura en la era digital) y número 89 (dossier: el futuro de la democracia)

Cátedras de Telefónica

La Red de Cátedras Telefónica tiene como objetivo facilitar y potenciar la comunicación y el trabajo conjunto entre la Universidad y Telefónica para contribuir al desarrollo del conocimiento del impacto de las TIC en la Sociedad de la Información.

La Red de Cátedras aborda este trabajo de forma multidisciplinar y con especializaciones propias en cada una, investigando

prioritariamente en las áreas de conocimiento de educación, innovación social, eficiencia energética, productividad de las personas y de las empresas, responsabilidad corporativa y sostenibilidad, sanidad, seguridad, social media y tecnología.

Puede encontrar más información sobre los estudios, publicaciones y debates generados por las cátedras Telefónica en esta dirección:

http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blogs/catedrastelefonica/

Así como en los canales de Twitter, Facebook y Youtube con el nombre **"Cátedras Telefónica"**

Análisis interno de los impactos de las telecomunicaciones

En Telefónica existe una iniciativa voluntaria de teletrabajo implantada en España desde 2006 que, dado su éxito, se ha renovado en la firma del Convenio Colectivo para 2011-2013. Se basa en la gestión por confianza e implica tener un tiempo mínimo de dos días de teletrabajo (y máximo de 4 días) a la semana o tiempo de jornada equivalente y se garantizan los mismos derechos sindicales y se mantienen inalteradas sus condiciones contractuales y salariales.

A diciembre de 2011, había 2.407 teletrabajadores en Telefónica España de los cuales, 1.626 pertenecían al negocio fijo y 781 al negocio móvil. Aproximadamente el 50% eran hombres y el otro 50% mujeres. El gráfico adjunto muestra la evolución del número de personas teletrabajando desde el año 2006, cuando se inició el proyecto.

En general, la iniciativa recibe una alta valoración con pocas áreas de mejora. Algunos de los aspectos a mejorar destacados por los encuestados (jefes y empleados) son:

- Algunos problemas técnicos con las aplicaciones y herramientas: se requiere mayor rapidez del puesto de trabajo
- Aislamiento social de los "teletrabajadores" y prolongación de la jornada laboral.

Otras opiniones de las áreas involucradas en el proyecto son:

- "10% de incremento en la productividad" (Contabilidad Tesorería)
- "Mejora en la atención personalizada de clientes" (Grandes Empresas)
- "Mayor productividad del trabajo en casa vs. Oficina" (Servicios Comerciales).

Por otra parte, Telefónica provee a sus empleados de la misma tecnología móvil que ofrece a sus clientes para que puedan realizar sus labores fuera de la oficina aunque no tengan un contrato de teletrabajo específico (ordenadores portátiles, blackberry, iPads, conexiones Internet 3G, Secure Client, Acceso remoto Unificado ARU, etc). Así, la compañía continúa ofreciendo a todos sus empleados el pago de un porcentaje de la instalación y de la cuota mensual de la banda ancha en sus domicilios.

En este sentido, también destaca el éxito de la plataforma digital de programas de formación online ofrecidos por Telefónica a sus empleados, e-learning, que ha incorporado durante 2011 una serie de herramientas 2.0 para desarrollar una nueva cultura interna de "***social learning***". Entre los programas que más han destacado durante 2011 están la **Escuela de idioma inglés** (más de 7.000 alumnos), la **Escuela de finanza**s (más de 2.000 alumnos) y la **Escuela TIC** (más de 6.400 alumnos).

Recomendaciones de uso responsable de las telecomunicaciones a nuestros clientes

En Telefónica ayudamos a nuestros clientes a hacer un uso más responsable de nuestros productos y servicios, especialmente en temas relacionados con la protección de la infancia) como en temas de spam y de herramientas útiles para un menos consumo energético. Dichos consejos están disponibles en las distintas páginas web de Telefónica y atienden tanto a los servicios móviles como a los Internet y televisión de pago.

De esta manera, en Telefónica ofrecemos a nuestros clientes, en la mayoría de los países, la posibilidad de depositar los teléfonos que ya no usan en lugares habilitados para su reciclaje. Así, en 2010, se reciclaron más de 1.600 toneladas de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos procedentes de antiguos móviles de clientes. En la actualidad, damos la opción de reciclar móviles antiguos en los mercados europeos en los que operamos y en estos países de Latinoamérica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Panamá y Perú.

Así mismo, en la Oficina de Cambio Climático y Eficiencia Energética de Telefónica hemos creado el modelo global "Green Customer Experience", para ofrecer a los clientes una experiencia "green" desde que se plantean comprar un dispositivo, durante su uso y hasta el final de su vida útil. Este modelo contempla que próximamente, los usuarios puedan visitar las áreas verdes -green corners- que habrá en las tiendas más representativas de Telefónica para informarse de las ofertas disponibles dentro de dicho modelo. Este tipo de soluciones se identifican con el icono Green Technology.

Stakeholders engagement

El día a día de una compañía como Telefónica, con más de 85 años en el mercado, lleva implícito un diálogo continuo con nuestros grupos de interés, especialmente sobre los temas más relevantes tanto para nosotros como para los *stakeholders* (temas materiales).

La interacción permanente de Telefónica con sus *stakeholders* permite a la Compañía identificar y gestionar riesgos y oportunidades vinculados a posibles impactos económicos, sociales y ambientales de nuestra actividad. Y es, asimismo, la base para crear relaciones de largo plazo y generar confianza.

Cómo dialogamos

Los nuevos medios sociales o *social media* multiplican las posibilidades de informar, escuchar, aprender, conversar, compartir e influir. Por ello, cada día los utilizamos más para dialogar. Además, usados en combinación con los tradicionales encuentros presenciales con los grupos de interés en 2011 no sólo nos permitieron aprovechar lo mejor de los dos mundos (*online y offline*) sino que nos aportaron ventajas adicionales: conversaciones con mayor alcance, más participativas e intensas, continuadas en el tiempo; posibilidad de aprovechar más las conclusiones...

Por otro lado, en Telefónica somos conscientes de que hay multitud de temas que no podemos abordar solos sino que necesitan un proceso de diálogo sectorial, o que dé cabida a diversos *stakeholders* (entidades gubernamentales, ONGs, consumidores, académicos, científicos...), o basado en una alianza público-privada

Sobre qué dialogamos

Los **análisis de materialidad** permiten a Telefónica centrarse en los temas que realmente interesan a nuestros *stakeholders* y que también son relevantes para la estrategia de la Compañía. También entendemos que forma parte de nuestra responsabilidad dialogar sobre el papel de **las TIC en temas de agenda pública**, es decir, asuntos que preocupan a toda la sociedad como la educación, la sanidad, la productividad, el *e-government*, la eficiencia energética y el cambio climático, para aportar soluciones en beneficio de todos.

Para qué dialogamos. En Telefónica consideramos que el diálogo debe ayudar a fortalecer la relación con los grupos de interés y **buscar resultados** concretos, positivos tanto para la compañía como para los colectivos implicados, y, siempre que sea posible, **vincularse a proyectos** concretos. Esto puede implicar darle una vuelta de tuerca a los tradicionales paneles o buscar nuevas metodologías para favorecer incluso la **co-creación** con el fin de desarrollar determinadas iniciativas, productos y servicios con los *stakeholders*.

Así, en 2011 continuamos con el **diálogo vinculado a los proyectos relacionados con la gestión de riesgos y de oportunidades** y trabajamos en dos líneas de actuación:

- **1.** Iniciativas en las que de algún modo reinventamos el diálogo presencial. Se trata de una vuelta de tuerca que implica cambios en nuestro modo de hacer las cosas.
- **2.** Diálogo 2.0 para aprovechar al máximo las ventajas de los medios sociales para relacionarnos con nuestros grupos de interés.

Nuevas iniciativas de diálogo presencial

En España e Irlanda encontramos varios ejemplos que muestran cómo el diálogo permite **co-crear** y hacer las cosas de un modo diferente, mucho más participativo. En concreto, facilita el **diseño de servicios con los clientes.**

Con el objetivo de tener en cuenta la voz de los clientes a la hora de ofrecerle nuevos servicios y conocer en primera persona sus necesidades, en 2011 Movistar **España** utilizó las metodologías de Service Design y Design Thinking.

El Service Design sitúa a los usuarios en el centro del proceso de creación en todas las fases (inspiración, ideación y prototipado) a través del diálogo y la observación de su día a día. Este método nos permitió diseñar un nuevo acceso de voz y banda ancha, basado en tecnología 3G, para facilitar los servicios de comunicación en las zonas rurales o de difícil acceso donde no es posible prestarlos con tecnologías fijas. El objetivo es llegar a unas 200.000 personas que actualmente no puede tener banda ancha, para favorecer la universalidad de este servicio en España.

El diálogo con los usuarios de los servicios es más relevante si cabe cuando se trata de **colectivos con capacidades o necesidades distintas**. Así, por ejemplo, en España, creamos, de la mano de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM) y la CNSE (Confederación Nacional de Sordos de España), un avatar en 3D que se comunica en lengua de signos. Gracias a él, las personas con problemas auditivos pueden asistir a una videoconferencia o ver la televisión.

Del mismo modo, después de mantener una serie de reuniones con Irish Deaf Society (Sociedad de Personas Sordas de Irlanda), Telefónica **Irlanda** decidió lanzar un plan de precios especial para los miembros de esta asociación.

Antes de actuar, escuchamos

Conocer las expectativas de los grupos de interés es clave para poner en marcha nuevas iniciativas tanto de negocio como de filantropía. El diálogo es, en este sentido, la mejor vía para descubrir las necesidades reales.

De ahí que antes de lanzar nuestro programa de acción social y medioambiental en el Reino Unido, **Think Big Blueprint,** llevamos a cabo un intenso diálogo con expertos en sostenibilidad, empleados, clientes, proveedores y organizaciones de medio ambiente. El proceso incluyó estudios, entrevistas, *focus groups* con clientes, talleres con empleados, así como debates y presentaciones a clientes, asociaciones benéficas y ONG. Dichas aportaciones fueron utilizadas por el grupo de trabajo sobre Sostenibilidad *(Sustainability Taskforce)*, presidido por el CEO de Telefónica **Reino Unido,** Ronan Dunne

Canales sociales en países en los que Telefónica está presente

Facebook | Youtube | Twitter | Otros

Telefónica mantenía vivos el año pasado 240 canales sociales en Internet para dialogar con sus diferentes audiencias, la mayoría en Twitter y Facebook

Diálogo más inclusivo

Implicar en el proceso de diálogo a todas las áreas de la Compañía y tener en cuenta tanto a los grupos de interés globales como locales es uno de los objetivos de Telefónica.

Así, por ejemplo, durante 2011, organizamos, en diferentes **provincias de Perú**, encuentros *monostakeholders* con empleados, clientes, medios de comunicación, representantes del gobierno, etc. Las reuniones, denominadas "Comités descentralizados", permitieron a la **alta dirección** –gerente general y directores- escuchar las inquietudes de estos *stakeholders* y conversar sobre ellas.

En estos encuentros resultó clave la figura del "sponsor", el Director de cada una de las diez zonas más relevantes para nuestra empresa en el país que se encarga de tener una relación más cercana con la ciudad y ver sus necesidades, inquietudes, planes de desarrollo, metas comerciales, etc. y sirve como portavoz del lugar ante el Comité de Dirección de Telefónica del Perú.

Un paso por delante

El avance de la tecnología ha generado nuevas formas de comunicación, de relacionarse, entretenerse, opinar, informarse, trabajar y participar en la sociedad. Telefónica es una de las empresas que está en el centro de esta revolución digital y vemos importante ir un paso por delante para analizar con los *stakeholders* las tendencias, las oportunidades y los desafíos alrededor del nuevo entorno.

A esto responde la iniciativa de **Cultura Digital** de Telefónica **Colombia**, que organizó en 2011 once talleres de cultura digital con colectivos como docentes, psicólogos, empleados y la comunidad digital (tuiteros, blogueros y expertos). De los encuentros surgieron propuestas como el uso de la "inteligencia digital" para comprender y reflexionar sobre las dinámicas sociales generadas alrededor del uso de las TIC, desarrollar buenos hábitos para el consumo de las mismas. Asimismo, con el fin de lograr la comprensión del entorno digital en la cotidianidad social o incluir Internet como Política Pública.

Diálogo 2.0

En Telefónica contábamos con 240 canales sociales *on line* en 2011 (215 en 2010), con las marcas Telefónica, Movistar, O2 o Vivo, para dialogar con las diferentes audiencias. Los países en los que teníamos mayor presencia 2.0 en esta fecha eran Brasil, Argentina, España y Colombia.

Del total de los canales, un 30% utilizan la plataforma Twitter; un 25%, Facebook; un 17%, YouTube y el resto, otras plataformas populares, entre las que se encuentra Tuenti en España, un 28%.

Además del continuo aumento de seguidores en los canales, la estrategia digital y de *social media* de Telefónica mereció en 2011 el reconocimiento del **Observatorio español de Comunicación Interna e Identidad Corporativa.**

Los grupos de interés a los que prestamos más atención en estos procesos de diálogo *online* fueron los clientes, los empleados, los académicos y universitarios, y todas las personas conectadas a las redes sociales en general. Los temas prioritarios fueron: nuevos productos y servicios; calidad, provisión y atención a los clientes, los niños y el uso de las nuevas tecnologías, temas de inclusión digital, *green* TIC, Informe de RC y acción social.

Los objetivos que perseguimos en Telefónica al establecer diálogo con nuestros grupos de interés a través de la web 2.0 en 2011 fueron, sobre todo, conocer mejor sus opiniones y expectativas; ofrecerles un canal ágil y eficaz de atención y resolución de incidencias, complementario a los call centers y las tiendas; facilitarles información de forma más personalizada, establecer una conexión emocional con ellos y mejorar la percepción que tienen de nosotros para afianzar nuestra legitimidad para operar en los diferentes mercados.

Colombia: Un canal de atención al cliente en crecimiento

Telefónica Colombia, a través de sus operaciones Movistar y Telefónica Telecom, dio sus primeros pasos en las redes sociales a mediados de 2010 con el fin de crear un espacio de relación con sus clientes, pero fue en 2011 cuando se comenzaron a ver los frutos de esta iniciativa.

Por un lado, cada una de las operaciones diseñó una estrategia para dicha gestión y desde el nivel corporativo se promovió en marzo la creación de **Comité de Gestión Digital,** formado por un equipo de trabajo integrado por Atención al Cliente, Marketing, Comunicaciones y Relaciones institucionales.

Los esfuerzos de cada empresa y la coordinación de los mismos han permitido a la compañía convertirse en un referente en redes sociales en Colombia con más de 150.000 seguidores y fans, en Twitter y Facebook, respectivamente.

En términos operativos, por ejemplo, el perfil **@MovistarCo** pasó de atender 1.700 casos de clientes en septiembre de 2011 a 5.500 en diciembre, lo que representa un crecimiento del 223%, constituyéndose así en el canal de atención que más crece en la compañía.

España: Diferentes clientes, diferentes conversaciones

En 2011, Movistar España vio la necesidad de crear nuevos canales 2.0 para segmentos con necesidades y expectativas específicas. Así, puso en marcha diversos perfiles en Twitter, YouTube, Slideshare, Flickr y LinkedIn, Facebook, Google+ y blogs dirigidos a grandes clientes como multinacionales (www.aunclicdelastic.com), pymes (www.contunegocio.es) y emprendedores y autónomos (www.masquenegocio.com), con el objetivo de generar vinculación a la marca a través de contenidos diferenciados, centrados en los intereses de dichas audiencias.

En paralelo, a lo largo del ejercicio, se fueron consolidando los canales 2.0 de Movistar creados en 2010 para el gran público:

- Tuenti: 718.010 seguidores (442.941 hace un año)
- Facebook: 120.000 fans (45.207)
- Twitter: 55.000 followers o seguidores (21.427)
- Foros: 42.000 usuarios registrados (11.000 hace un año), 350.000 visitantes únicos y 20.000 posts mensuales.

Internamente, la Compañía aprovecha los canales 2.0 para informar a sus empleados, fomentar el diálogo y canalizar el talento

Irlanda: Nuevo foro de atención al cliente y costes bajo control
Telefónica Irlanda se unió en marzo de 2011 a la comunidad 2.0 más popular del país, *boards.ie* con el objetivo prioritario de reforzar su atención al cliente *(customer care)*.

La idea era crear un foro que nos ayudase a reducir las llamadas de los clientes de modo que actuase de canal de atención para los usuarios y promoviese las resoluciones *peer to peer* (P2P) sin involucrar a ningún agente de la compañía. Así, los clientes resuelven dudas e incidencias con rapidez en una plataforma que no nos supone grandes costes. Desde su creación cuenta con 9.266 posts.

Reino Unido: Diálogo con los usuarios para mejorar los productos
Telefónica Reino Unido lanzó en 2011 **1st Edition** (1.ª Edición), una plataforma que permite a los clientes colaborar para dar forma a las nuevas aplicaciones digitales, antes de su lanzamiento. De este modo, se entabla un diálogo abierto para contribuir a mejorar los productos y la experiencia del usuario sobre la marcha.

Con este modelo se ha desarrollado *O2 Connect*: un nuevo servicio móvil que permite a los usuarios de *smartphones* realizar llamadas a través de redes WiFi desde sus números de teléfono móvil normales.

La iniciativa actúa, asimismo, de palanca para la innovación y la colaboración, y nos ayuda a incrementar nuestra velocidad de comercialización en un mercado cada vez más competitivo.

El objetivo es trasladar 1st Edition a otros mercados de Telefónica Europa en los próximos meses.

Venezuela: Confianza y cercanía en tiempos de cambio
@MovistarVe ha experimentado cambios desde sus inicios y finalizó 2011 como la primera cuenta de redes sociales en el sector de empresas de servicios en Venezuela y la única en telecomunicaciones que ha abierto un espacio oficial para escuchar, dialogar y dar respuestas concretas a las necesidades más relevantes de los usuarios.

El balance del cambio a lo largo de los próximos meses fue positivo: se mantuvo la fortaleza de la cuenta y la cifra de seguidores siguió aumentando –al cierre de este Informe se sitúa en 257.497.

Herramientas 2.0 para nuestros profesionales

En Telefónica tratamos de aprovechar los canales 2.0 para aportar información a los empleados, fomentar el diálogo, canalizar el talento, favorecer la colaboración, alinear el día a día con los objetivos del negocio y consolidar su sentido de pertenencia.

Yammer
Yammer se ha afianzado dentro de nuestra compañía hasta superar en 2011 los 20.000 usuarios: unos 14.000 en Europa y unos 7.000 en Latinoamérica.

La red resulta de gran utilidad para compartir información, planes, inquietudes y casos relacionados con clientes y negocios. También

Ejemplo de funcionamiento de la metodología de diálogo

Nueva metodología de diálogo sobre Sostenibilidad

En 2011, en Telefónica desarrollamos una metodología de diálogo que combina los canales 2.0 con los tradicionales encuentros presenciales con los grupos de interés.

Así, en torno a los eventos *offline* planteados para tratar temas relevantes para la Compañía y los *stakeholders*, organizamos debates online en **RConversa**, plataforma creada por Telefónica a mediados de 2011.

Este *site* permite enriquecer el diálogo con encuestas, documentos y enlaces de interés, y está integrado con las principales redes sociales para ampliar el alcance de la conversación y hacerla más participativa (los debates se trasladan a Twitter con el hashtag #RConversa).

A lo largo del proceso se da una retroalimentación entre los mundos *offline* y *online* ya que las aportaciones de los internautas se trasladan al encuentro físico y viceversa. El moderador del diálogo, figura clave en la metodología planteada por la Compañía, actúa de vehículo transmisor, dinamiza la conversación e integra en las conclusiones las ideas más significativas.

Durante la conversación, prestamos especial atención a las aportaciones de los grupos de interés para identificar oportunidades y riesgos para Telefónica, inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social y a una relación más estrecha con los propios *stakeholders*.

Entre los temas abordados hasta el cierre de este Informe con esta metodología, cabe destacar el compromiso con la accesibilidad universal; el consumidor *green* y el impacto de las nuevas tecnologías en aspectos como la autonomía de las personas, el desarrollo de las zonas rurales o el crecimiento de las pymes.

Canales 2.0: ecosistema RCySost

En 2011, Telefónica siguió fortaleciendo su ecosistema de *social media* sobre Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad (RCySost) formado por una web, un blog, una cuenta de Twitter, YouTube, Flickr y, como novedad, la plataforma citada anteriormente, RConversa.

A través de estos canales abordó temas tales como eficiencia energética y *green* TIC; innovación social; discapacidad; infancia y nuevas tecnologías El concepto y el valor de la sostenibilidad y el *stakeholder engagement* en general también fue objeto de numerosas conversaciones con los grupos de interés.

El blog www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blogs incluye posts escritos por profesionales de Telefónica y otros expertos en la materia. Este contenido nos sirve para promover la conversación, que tiene lugar fundamentalmente en Twitter. De este modo el blog actúa de plataforma donde damos cabida a noticias, análisis de tendencias, información didáctica, consejos prácticos... Durante 2011 lanzamos versiones locales de este canal en países como Colombia y México.

En Twitter, la cuenta de **@RCySost** se mantuvo como un referente en su ámbito, alcanzando más de 23,5 millones de impactos al cierre de 2011 (1 millón el año anterior), es decir que los *tweets* de @RCySost aparecieron más de 23,5 millones de veces en los *timeline*. Asimismo el concepto @RCySost se extendió gracias a las cuentas de las operaciones locales de Telefónica en Argentina, Colombia y El Salvador.

Por otro lado, los paper.li (periódico que muestra una selección de contenidos procedentes de Twitter) nos ayudaron a profundizar en los temas estratégicos.

se ha convertido en una buena herramienta para que los empleados puedan aportar a los proyectos en curso ideas que pueden surgir incluso fuera de la oficina y se comparten a través de la aplicación de Yammer para los *smartphones*. Así, por ejemplo, la utilización de este canal de *microblogging* en 2011 facilitó la toma de decisiones tanto en áreas como Recursos Humanos y Comunicación Interna como en la Alta Dirección.

Entre las comunidades de Yammer más activas destacan la formada por los responsables de los canales *online* de Latinoamérica y las comunidades de conocimiento eKISS, plataforma de intercambio de conocimiento de Telefónica. Además, la formación también se está extendiendo en este nuevo medio: cada una de las escuelas (English School, Escuela TIC...) que componen nuestra plataforma de *e-learning* tiene o va a tener una extensión en Yammer.

Por otro lado, el diálogo y la transferencia de conocimiento se apoyan en **eKISS**, plataforma interna global que nos permite compartir más de 200.000 documentos y que registró más 250.000 visitas y 32,5 millones de accesos durante 2011. Además, el equipo de eKISS organiza conferencias presenciales para todos los empleados con acceso online, en directo y en diferido que atraen a más de 15.000 personas.

Wiki interna

El proyecto **Comunica 2.0**, que se lanzó en noviembre del 2009, tiene el objetivo de recopilar el conocimiento que hay en nuestra Compañía. A través de ella, nuestros empleados pueden consultar y publicar información sobre productos y servicios, proyectos, departamentos y perfiles de colaboradores de la empresa. Al cierre de 2011, contaba con más de 5.500 usuarios registrados, un 52% más respecto a 2010, y más de 3.200 entradas creadas, un 17% más. En 2011 trabajamos en la extensión de la Wiki a Telefónica Europa, comenzando por España. En concreto, la herramienta se lanzó en la Dirección de Desarrollo de Contenidos Audiovisuales, y en el área de Empresas.

En una segunda fase, la iniciativa contempló el nacimiento de un ecosistema de microblogging, por medio de Yammer. En 2011 se han creado, entre otras, la comunidad de Comunicación Interna Latinoamérica, Canal Online del negocio móvil, y la comunidad de Contabilidad Analítica de Latinoamérica, entre otras.

Las comunidades en Yammer facilitan la transición hacia el tercer hito del proyecto, la red social interna. No obstante, en 2011 se ha trabajado también en otros escenarios posibles de red colaborativa, como es el piloto de ADN en Argentina.

La Oficina del Accionista atendió un total de 63.142 llamadas telefónicas y recibió más de 2.500 consultas a través de su correo electrónico; la mayoría sobre cotizaciones y evolución en Bolsa

Relaciones con nuestros accionistas

Telefónica es una compañía completamente cotizada en Bolsa que cuenta con un total de 4.563.996.485 acciones ordinarias de un valor nominal de 1 euro en manos de cerca de un millón y medio de accionistas. Nuestras acciones están admitidas a cotización en el Mercado Continuo Español (dentro del selectivo Índice Ibex 35) y las cuatro Bolsas de Valores españolas (Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia), así como las Bolsas de Londres (Reino Unido), Tokio (Japón), Nueva York (Estados Unidos), Buenos Aires (Argentina), São Paulo (Brasil) y Lima (Perú).

En el año 2011, destinamos 7.966 millones de euros a remunerar a nuestros accionistas, cantidad que supone el 86% del flujo de caja generado en el ejercicio y en torno al 13% de la capitalización bursátil de la Compañía al cierre del ejercicio. La retribución al accionista se realizó mediante el pago en efectivo de dividendos (7.580 millones de euros) y la recompra de acciones propias (386 millones de euros). La información detallada de la evolución de la retribución de nuestros accionistas puede consultarla aquí

Desde el año 2003, en que el Consejo de Administración de Telefónica aprobó la denominada Normativa española e internacional sobre Comunicación de Información a los Mercados, la Compañía difunde de forma inmediata y simultánea en los mercados en los que está presente toda la información que considera relevante y, por tanto, susceptible de ser comunicada al mercado. Asimismo, dichas comunicaciones se publican en nuestra página web de manera continuada, donde toda persona interesada puede encontrar toda la información de referencia, tanto actual como histórica

Además de la página web, en Telefónica contamos con diferentes herramientas y canales de comunicación para garantizar los principios de transparencia e igualdad en las relaciones que establecemos con nuestros accionistas, tanto minoristas como institucionales. Así se recoge en el Reglamento del Consejo de Administración de Telefónica, que regula los cauces a través de los cuales se establece esa relación. La práctica normalizada de diálogo en materia de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa con nuestros accionistas, así como con otros grupos de interés de la compañía, nos ayuda a mitigar riesgos, identificar nuevas oportunidades de negocio y mejorar nuestros resultados económicos. Para mantener estos canales de comunicación contamos en Telefónica con dos áreas específicas: la Oficina del Accionista para atender a accionistas particulares y la dirección de Relaciones con Inversores para atender a los accionistas institucionales.

Accionistas particulares

Por medio de la Oficina del Accionista aseguramos una comunicación transparente y fluida con nuestros accionistas particulares. A cierre de 2011, se encuentran más de 200.000 accionistas registrados en el Servicio de Atención al Accionista, que reciben la Tarjeta Accionista que les identifica como accionistas de la Compañía y a quienes distribuimos la revista trimestral "Acción Telefónica". "Acción Telefónica" es una publicación de periodicidad trimestral con información financiera y reportajes de actualidad así como información de las campañas exclusivas a las que se puede acceder. A lo largo de 2.011, enviamos 597.582 ejemplares al domicilio de los accionistas.

En la Oficina del Accionista contamos con un teléfono de información gratuito 900 111 004 en el que atendimos durante el año 2011 un total de 63.142 llamadas, con una media mensual de 5.262 llamadas atendidas. En el periodo coincidente con la Junta General de Accionistas se incrementaron hasta 19.000 las llamadas mensuales. Además de estas consultas telefónicas, la Oficina del Accionista atendió más de 2.500 consultas recibidas por correo electrónico (accion.telefonica@telefonica.es) y postal.

Tres claves para el diálogo

- Telefónica se ha incorporado con nuevas iniciativas al canal de los *social media* para identificar necesidades, riesgos y oportunidades en el diálogo con sus clientes y accionistas.
- A mediados de 2011 vio la luz RConversa, una plataforma *online* creada para mantener debates sobre temas relevantes para el Grupo y los *stakeholders* complementarios a los eventos *offline* organizados por Telefónica.
- Desde 2003 la Compañía difunde de manera inmediata toda su información relevante a través de vías como su página web, la Oficina del Accionista o la dirección de Relaciones con Inversores.

Los temas por los que más nos preguntaron nuestros accionistas particulares en dichos canales han sido:

- Información general de la Compañía: 5.865
- Información financiera: 43.960
  - 16.832 consultas sobre la Junta General de Accionistas.
  - 20.505 consultas sobre la evolución en Bolsa y cotizaciones.
  - 6.555 consultas sobre resultados y hechos relevantes.
  - 68 consultas sobre ampliaciones de capital y operaciones financieras especiales.
- Campañas exclusivas para accionistas: 11.206
- Otros: 2.111

Así mismo y como viene siendo habitual, en el año 2.011, la Oficina del Accionista estuvo presente en las ferias de Bolsalia y Borsadiner, que son los eventos más importantes de España para profesionales del mundo financiero, ahorradores e inversores.

Inversores institucionales

Las comunicaciones con inversores institucionales las realizamos a través de la dirección de correo específico para inversores institucionales (ir@telefonica.es) y el área de Relaciones con Inversores, que depende directamente del Director General de Estrategia, Finanzas y Desarrollo. El área de Relaciones con Inversores ofrece una atención personalizada a los inversores institucionales y mantiene una comunicación diaria con los profesionales de la inversión internacionales, además de representar a la compañía en numerosos eventos profesionales a escala mundial. Desde esta área, los mercados conocen las principales estrategias organizativas, operativas y de negocio de la Compañía, así como las expectativas sobre el desempeño futuro, ayudando a una formación de precios bursátiles más transparente y sostenible.

Durante 2011, se mantuvieron reuniones personales con 809 inversores y 188 analistas, lo que supuso un incremento del 5,6% y del 43,5% respectivamente. Además, representamos a la Compañía en nueve foros profesionales de inversores en España, Europa, América Latina y Estados Unidos.

Como hecho destacado, cabe señalar la organización del VIII Investor Conference en Londres durante los días 13 y 14 de abril. Dicha conferencia contó con la participación de 450 profesionales. De éstos, aproximadamente el 50% atendió presencialmente al evento, representando aproximadamente el 23% del capital social de Telefónica y el resto lo pudo seguir mediante webcast. El evento contó con la participación de los principales ejecutivos de la Compañía y se dio la oportunidad de multiplicar las interacciones entre los gestores de las distintas áreas de negocio y los asistentes durante las sesiones plenarias y sesiones adicionales en grupos más reducidos.

Relaciones con el regulador: Competencia y Regulación

Materia de Derecho de la Competencia

Europa

Durante el año 2011 no se han finalizado acciones relevantes contra Telefónica, ni se ha impuesto ninguna sanción relevante. Por lo que se refiere a las acciones iniciadas en 2011, a continuación se indican las más relevantes:

El 5 de enero de 2011 la Comisión Europea envió un requerimiento de información a Telefónica,S.A. relativo a los acuerdos formalizados con Portugal Telecom SGPS, S.A. (Portugal Telecom) para la compra de la participación de esta última en la Joint Venture de Brasilcel, N.V., participada por ambas compañías, y propietaria de la compañía brasileña Vivo. El 19 de enero de 2011 la Comisión Europea abrió procedimiento formal para investigar si Telefónica y Portugal Telecom hubieran infringido las reglas de competencia de la Unión Europea en relación a una cláusula contenida en los mencionados acuerdos. Tras contestar varios requerimientos de información de la Comisión Europea, en octubre de 2011 Telefónica recibió un Pliego de Cargos por parte de la Comisión Europea, habiendo presentado el pasado 13 de enero de 2012 su respuesta a dicho Pliego de Cargos.

Por lo que respecta a España se abrieron dos procedimientos por posible incumplimiento de la normativa de Defensa de la Competencia, actualmente en fase de tramitación.

La Comisión Nacional de Competencia inició en enero de 2011 un procedimiento contra varios operadores móviles, entre ellos Telefónica Móviles España, remitiendo en julio un Pliego de Concreción de Hechos por el que les imputaba la aplicación de unos precios excesivos a los servicios mayoristas de terminación y de originación de mensajes cortos SMS y MMS, conducta presuntamente constitutiva de abuso de posición de dominio. Telefónica Móviles España evacuó sus alegaciones a la propuesta de resolución del expediente en enero de 2012. Asimismo, en 2011, ya a nivel autonómico, el Servicio Vasco de Defensa de la Competencia, abrió un expediente contra Telefónica de España, Telefónica Móviles España y Euskaltel, enviando en junio un Pliego de Concreción de Hechos por el que se les imputaba una presunta conducta colusoria consistente en la presentación de una oferta conjunta en la licitación en un concurso convocado por el Ayuntamiento de Bilbao. Telefónica de España y Telefónica Móviles España presentaron sus alegaciones a la propuesta de resolución del expediente en noviembre de 2011.

Finalmente, en la Republica Checa, tras varios requerimientos de información recibidos por Telefónica Czech Republic, en marzo de 2011 la Autoridad Checa de Competencia inició un procedimiento contra Telefónica Czech Republic por presunto incumplimiento de la normativa de competencia, en concreto por precios abusivos en forma de estrechamiento de márgenes. Este procedimiento se encuentra asimismo en fase de tramitación.

Latinoamérica.

En relación con las acciones finalizadas contra Telefónica, cabe resaltar la finalización de dos procedimientos en materia de Derecho de la Competencia; uno en Chile con la imposición de una multa de 2.211.880 Euros aprox, y otro en El Salvador, en el que se impuso una multa a Telefónica de 187.456,5 Euros aprox.

Por lo que se refiere a las acciones mas relevantes iniciadas en 2011, en Chile el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia abrió dos procedimientos sobre los efectos en la libre competencia de la diferenciación de precios en los servicios públicos de telefonía off net/ on-net y de la oferta conjunta de servicios de telecomunicaciones. Ambos procedimientos no son contenciosos, sino que tienen como fin la dictación de instrucciones de alcance general para el mercado, por lo que no genera la imposición de sanciones o multas.

En Perú durante el año 2011, se inició un procedimiento de oficio por OSIPTEL contra Telefónica del Perú por la presunta comisión de actos contrarios a la libre competencia en la modalidad de ventas atadas supuestamente realizadas en el mercado de telefonía fija e Internet. Presentadas las alegaciones por Telefónica en septiembre de 2011, el procedimiento se encuentra en trámite de investigación.

Materia de Regulación

Europa

En el año 2011 no se han iniciado ni finalizado acciones relevantes contra Telefónica. Tampoco se ha impuesto ninguna sanción relevante en este ejercicio.

Latinoamérica

Cabe resaltar que en Brasil, durante el ejercicio 2011, se han iniciado 81 acciones contra Telefónica y han finalizado 357 en contra y se han impuesto sanciones en dicho ejercicio por un valor monetario de 28.295.381 euros.

Informe de progreso del Pacto Mundial

Informe de Progreso del Pacto Mundial

Los operadores de telecomunicaciones estamos en el centro de la revolución digital, un fenómeno que implica nuevos modos de comunicarnos, informarnos y relacionarnos y avances en multitud de ámbitos (comercio, educación, sanidad, Gobierno...).

Los Diez Principios del Pacto Mundial

DERECHOS HUMANOS:

Principio 1: Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos

ESTÁNDARES LABORALES:

Principio 3: Las empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4: Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción

Principio 5: Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6: Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

MEDIO AMBIENTE:

Principio 7: Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8: Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

ANTICORRUPCIÓN:

Principio 10: Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

El Pacto Mundial, Global Compact, es la iniciativa de Naciones Unidas en materia de Sostenibilidad por la que las empresas firmantes se comprometen a gestionar sus operaciones de acuerdo a 10 principios en los ámbitos de Derechos Humanos, Derechos Laborales, Medioambiente y Anticorrupción. Telefónica es socio del Pacto Mundial desde el año 2000 y ha colaborado muy activamente en la tarea de difusión y promoción de los Principios con la oficina del Pacto Mundial en Nueva York así como con las Redes Nacionales del Pacto presentes en la mayoría de los países en los que operamos.

En enero de 2011 el Pacto Mundial anunció en el World Economic Forum, en Davos la creación de una plataforma empresarial que nace para impulsar la sostenibilidad en todo el mundo y que está constituida por 54 empresas. Telefónica es una de las empresas del LEAD y, por tanto, una de las 54 multinacionales que identificadas por Naciones Unidas como líderes mundiales en materia de sostenibilidad. Además somos miembros del Comité Ejecutivo del LEAD. Las únicas firmas españolas presentes en el LEAD son Telefónica, BBVA, Endesa y Acciona.

Nuestra pertenencia al Lead Group del Pacto Mundial ha sido reconocida por un gran grupo de inversores PRI liderado por Aviva Investors, Amundi Group, los fondos de pensiones suecos (AP1, AP2, y AP3), Boston Common Asset Management, CPP Investment Board, Cyrte Investments, Dexia AM, DNB, the Government Pension Fund Norway, Guilé Foundation, Keva, KLP, MN Services NV, New Zealand Superannuation Fund, Newton Investment Management, Nordea, Northern Ireland Superannuation Fund, OPSEU Pension Trust, La Caixa Fondos de Pensiones, PGGM Investments, Santa Fe Portfolios, SNS AM, StatewideSuper, Syntrus AM, The Central Church Fund of Finland, The Church of England National Investing Bodies, Trillium AM, USS, Vancity Investment Management.

Global Compact LEAD

Principio 1: "Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia"

En Telefónica entendemos el informe del Representante Especial del Secretario de Naciones Unidas para la cuestión de los Derechos Humanos de gran ayuda ya que su implementación nos permite garantizar el respeto a los Derecho Humanos desde todos los ámbitos de la empresa.

Es por ello que durante 2011 hemos trabajado junto con BSR 'The Business of a Better World' que cuenta con una gran experiencia en el desarrollo de Programas de Derechos Humanos en el mundo empresarial, en la identificación de las necesidades que tenemos desde un punto de vista global y en la definición de un plan de trabajo a desarrollar durante el siguiente ejercicio.

Las operaciones de Telefónica por la naturaleza de su negocio llevan aparejadas una cantidad de riesgos y oportunidades de derechos humanos que además evoluciona de forma creciente. Nuestro reto consiste en construir un marco común a toda la Compañía, lo que supone el refuerzo de nuestra estrategia global y en concreto de los objetivos de sostenibilidad.

Indicadores GRI asociados

GRI	Indicador	2010	2011
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización	59.7%	48,4%(1)
PR8	Valor monetario de las multas por incumplimientos de las normativas de privacidad de datos	3.832.652	3.851.000

(1) Se trata de una estimación que incluye los datos de los negocios de telecomunicaciones fijas y móviles. La disminución del porcentaje sobre la plantilla total se explica por la incorporación al perímetro de Vivo en Brasil.

Derechos del trabajo

Entre los principios que Telefónica promueve se encuentran aquellos relacionados con los derechos del trabajo por los que se pretende erradicar el trabajo forzozo o realizado bajo coacción, el trabajo infantil y al tiempo que se potencia el reconocimiento efectivo de la negociación colectiva y el apoyo desde las empresas de la libertad de asociación.

Principio 2: "Las empresas deben asegurarse de que no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos"

Los acontecimientos ocurridos en algunos países a lo largo de 2011 llevaron a la Asamblea General de Naciones Unidas (ONU) a declarar el acceso a Internet como un Derecho Humano, considerándolo como (i) una herramienta imprescindible para el crecimiento y el progreso de la sociedad en su conjunto y (ii) un derecho universal que debería ser de fácil acceso para cualquier individuo. En definitiva, el acceso a Internet se ha convertido en un facilitador de otros Derechos Humanos.

Así, bajo el paraguas de nuestro programa de Innovación Social, promovemos el desarrollo de iniciativas que tengan como fin disminuir las barreras de entrada al uso de las TIC de los grupos excluidos -ya sea por razones de discapacidad, económicas, geográficas, etc -. Entre los diferentes proyectos desarrollados en 2011 destacan: Plataforma de teleinterpretación (en España), Compartel (en Colombia), Conexión Amazónica (en Brasil), Fono Ya e Intégrame (en Perú).

En Telefónica asumimos la responsabilidad de llevar estos principios a nuestra cadena de suministro, como se muestra en el capítulo correspondiente de este informe y desarrollar la tecnología adecuada para garantizar el acceso a las redes en situaciones de emergencia.

Indicadores GRI asociados:

GRI	Indicador	2010	2011
HR2	Nº total de auditorías realizadas en proveedores de riesgo	1.163	1.773

Principio 3: "Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva"

En la actualidad existen diversos tratados internacionales que incorporan la libertad sindical (directa o indirectamente) en su cuerpo normativo. Entre ellos se encuentra la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 o el Convenio 87 de la Organización Internacional del Trabajo, dedicados exclusivamente a este tema. Todos estos tratados reconocen el contenido del Principio 3 del Pacto Mundial como uno de los derechos fundamentales de los trabajadores.

En Telefónica asumimos el compromiso de garantizar que todos los trabajadores -directos e indirectos- puedan tener la posibilidad de formar y afiliarse al sindicato de su elección, sin temor a represalias o intimidaciones, de conformidad con la legislación local de cada uno de los países donde operamos. Durante 2011, en Telefónica mantuvimos y desarrollamos dicho compromiso con todos los profesionales de nuestras empresas, independientemente del país en el que trabajen, garantizando los derechos de asociación y laborales, tal como se refleja en nuestros Principios de Actuación así como el Protocolo Social de Acuerdos Internacionales que la Compañía tiene firmado con la Union Network International (UNI).

En 2011, un 71% de nuestros empleados tienen sus condiciones laborales reguladas por convenios colectivos. En Telefónica respetamos la privacidad de elección de los profesionales en filiación sindical, por lo que no pedimos datos de dicha filiación. Como muestra del dinamismo de la actividad sindical en la Compañía, destacamos que 77.736 empleados han votado en elecciones sindicales en Telefónica o que supone más del 27% del total de la plantilla. Más información puede encontrarse en el capítulo de Libertad de asociación.

Indicadores GRI asociados:

GRI	Indicador	2010	2011
LA4	Empleados con convenio negociado	74.9%	71.0%

Principio 4: "Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción"

En Telefónica garantizamos la no existencia de condiciones de trabajo forzoso en ninguna de las empresas del Grupo, en ninguno de los países donde operamos. La preocupación por dar esa garantía, se extiende además de a nuestros empleados, a lo largo de nuestra cadena de valor dónde consideramos si cabe más relevante asegurarnos del cumplimiento de un derecho fundamental crítico por parte de nuestros proveedores. La existencia de estas prácticas es un riesgo que si bien es más frecuente en los países en desarrollo también lo es en países desarrollados y dado que el alcance de nuestras operaciones es global, global es también nuestra responsabilidad. De esta manera disponemos de políticas globales muy claras sobre las horas de trabajo establecidas, la seguridad en el trabajo y la remuneración de los profesionales.

El Índice de Clima y Compromiso laboral de 2011 se sitúa en un 76%, dos puntos por encima respecto al resultado de 2010. Por otra parte, Una de nuestras prioridades como compañía es favorecer la conciliación de la vida personal y profesional de nuestros empleados. Con este objetivo, durante 2010 se han puesto en marcha diferentes programas e iniciativas en Telefónica: Tiempo para Vos (Argentina), Teletrabajo (España) y Joined Up People (Reino Unido) entre otroas.

En Telefónica asumimos la responsabilidad de llevar a nuestra cadena de suministros el Principio impulsando una mejora en las condiciones de vida y de trabajo de las personas que forman parte de nuestra cadena de suministro y asegurarnos de la no vulneración de sus Derechos Humanos.

Indicadores GRI asociados:

GRI	Indicador	2010	2011
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los Derechos Humanos incluidos en los principios de actuación.	n.d.	84.171(1)

(1) La cifra es una estimación que toma el número de empleados que han finalizado el curso en el año y se aplica una duración media estimada de una hora y media por cada curso realizado.

Principio 5: "Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil"

En 2011, en el Día Mundial contra el Trabajo Infantil, se reportó que de los 215 millones de menores que trabajaban en todo el mundo, 74 millones de niños y 41 millones de niñas lo hacían en trabajos peligrosos para su salud física, su seguridad y su desarrollo emocional y moral. Los esfuerzos realizados por el Programa Internacional para la Erradicación del Trabajo Infantil, para el cumplimiento de los principios recogidos en el Convenio número 138 -sobre la edad mínima- y el Convenio número 182 -sobre las peores formas de trabajo infantil- de la OIT, han permitido avanzar en el objetivo de conseguir la abolición efectiva del trabajo infantil para 2016. No obstante, la crisis económica mundial hace temer por una desaceleración en el ritmo de reducción, por lo que a falta de menos de cinco años, se prevé algo difícil el poder alcanzar la meta marcada. En este sentido, en Telefónica, no toleramos ni directa ni indirectamente, ningún tipo de empleo infantil en el entorno laboral, según se recoge en nuestros Principios de Actuación.

Al mismo tiempo, seguimos trabajando externamente en dos frentes, con el fin de contribuir en la erradicación del trabajo infantil en aquellos países en los que estamos presentes. El primero lo afrontamos de la mano de nuestros proveedores, trabajando por una gestión sostenible de nuestra cadena de suministro y garantizar la no existencia de trabajo infantil en nuestros proveedores, además de incentivarles a ellos para que transmitan esta idea a sus respectivas cadenas de valor.

En Telefónica abordamos este problema también desde nuestra Fundación, que tiene como uno de sus principales objetivos sociales la erradicación del trabajo infantil en Latinoamérica mediante dos programas concretos con financiación renovada en 2011: acceso a la educación y el conocimiento y la mejora de la calidad educativa.

Indicadores GRI asociados:

GRI	Indicador	2010	2011
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Programa Proniño(2)	Programa Proniño

(2) Para más información sobre este programa, consulte el capítulo 6.4: Proyectos Sociales.

Principio 6: "Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación"

Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el reconocimiento de los derechos fundamentales en el trabajo es cada vez mayor entre las organizaciones, las comunidades y las empresas. Estos derechos, entre los que se encuentra la eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación, establecen criterios de referencia para una conducta empresarial responsable y sostenible.

De esta manera, nuestros Principios de Actuación, que rigen el comportamiento de todos los empleados, recogen explícitamente que "impulsamos la igualdad de oportunidades y tratamos a todas las personas de manera justa e imparcial, sin prejuicios asociados a la raza, color, nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual, estado civil, edad, discapacidad o responsabilidades familiares". Además, en Telefónica creemos en nuestra fuerza de trabajo diversa como una verdadera palanca de generación de valor. La diferenciación, los distintos orígenes, experiencias y perspectivas que se integran en nuestra Compañía son una ventaja competitiva y uno de los pilares de nuestro éxito.

Durante 2011 se ha continuado con la labor comenzada el año anterior a través del proyecto global de Diversidad presentado en el último trimestre de 2010 en el marco de la Oficina de los Principios de Actuación. El proyecto, encargado de integrar la Diversidad en todos los ámbitos de la Compañía ha desarrollado este año un piloto en Telefónica Europa cuyos resultados han sido tan satisfactorios que serán trasladados al resto de las regiones durante el siguiente ejercicio.

Indicadores GRI asociados:

GRI	Indicador	2010	2011
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	0	0
LA13	Mujeres directivas	16.8%	19,1%
LA13	Empleados con discapacidad	1.610	1.568
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres	n.d.	95,2%(1)

(1) Dato de España para mandos medios.

Principio 7: "Las empresas deberán soportar el principio de precaución ante los grandes retos ambientales"

La estrategia ambiental que desarrollamos en Telefónica se enmarca dentro de una política integrada de sostenibilidad para toda la Compañía y firmada y asumida por la alta dirección. En Telefónica somos conscientes del enorme reto a nivel mundial que es el Cambio Climático, y que incide en nuestro sector de las telecomunicaciones en una doble vertiente de riesgos y oportunidades de negocio. Para esto, tenemos una estructura organizativa denominada Oficina de Cambio Climático y Eficiencia Energética. Esta Oficina, representada por unidades corporativas y de negocio, es la responsable de gestionar, controlar e impulsar todos los proyectos de la Compañía que tengan que ver con energía, cambio climático y green services. Todo ello hacia un mismo objetivo: reducir nuestras emisiones internas mediante acciones de eficiencia energética, y en segundo lugar proveer productos y servicios que faciliten la mitigación de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en nuestros clientes y en sectores estratégicos de la economía.

En 2011, desarrollamos más de 30 proyectos globales de eficiencia energética en las redes, que supusieron una reducción en el gasto de energía de 7.6 millones de euros. Destacaron también en el año los procesos globales de eficiencia energética de Free Cooling (aprovechamiento del aire exterior para controlar la temperatura en las estaciones base móviles y centrales de telefonía fija) en Uruguay, Nicaragua, España, Argentina y Brasil, donde se realizaron más de 100 proyectos. Es importante destacar que Telefónica ha alcanzado ya el 20% del objetivo que anunció en 2008 para 2015 en reducción de consumo energético en sus redes, lo que supone un ahorro del 20% en el coste. Para más información puede consultar el capítulo de medio Ambiente de este informe.

Indicadores GRI asociados:

GRI	Indicador	2010	2011
AM18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. (% de ahorro de coste energético).	15%	20%

Principio 8: "Las empresas deberán realizar actividades para promover mayor responsabilidad ambiental"

Los potenciales riesgos ambientales asociados a nuestra actividad en Telefónica se concentran en el despliegue de red. Durante la operación debemos gestionar residuos de red, reducir los consumos de papel y agua, gestionar los consumos de energía y la generación de emisiones de CO2 en nuestras operaciones. Además debemos gestionar también la vida útil de la red, donde se realizan los esfuerzos en la gestión de los residuos, la eficiencia energética y el control del impacto visual, ambiental y acústico de nuestras instalaciones.

EN01, EN03, EN04, EN08, EN16, EN22, EN23, EN27, EN29, EN30

Consumo de recursos		2009	2010	2011	%Var
Total consumo de papel blanco (incluidas facturas)	Toneladas	16.941	14.720	13.171	-10,5
Total consumo de papel reciclado	Toneladas	637	523	492	-5,9
Número de clientes con factura electrónica	Miles	12.597	10.338	29.618	186,5
Consumo de agua	Metros cúbicos	4.436.869	4.004.086	3.927.601	-1,9
Residuos					
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (Operaciones)	Toneladas	1.571	2.048	2.180	6,5
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (Clientes)	Toneladas	1.895	1.644	1.702	3,5
Residuos de equipos eléctricos y electrónicos que son enviados a reciclaje	Toneladas	3.462	4.056	3.998	-1,4
Energía (1)					
Consumo total combustible (2)	Miles de litros	39.441	45.371	39.555	-12,8
Consumo gas natural operaciones y oficinas	Nm3	6.637.096	6.623.162	5.413.698	-18,3
Consumo eléctrico total (3)	MWh	5.828.832	5.853.842	5.987.248	2,3
Generación y compra de energía renovable	MWh	493.678	674.772	740.596	9,8
Emisiones de GEI (1)					
Emisiones directas (Alcance 1)	tCO2eq	114.604	125.511	110.878	-11,7
Emisiones indirectas (Alcance 2)	tCO2eq	1.564.194	1.604.103	1.612.373	0,5

(1) Datos de energía y emisiones 2010 verificados en 2011. Datos de energía y emisiones 2011 en proceso de verificación.
(2) Consumo total de operaciones, oficinas y flotas, tanto en gasolina, diesel, etanol y biodiesel.
(3) Incluye consumo de operaciones y oficinas.

Creemos en nuestra fuerza de trabajo diversa como una verdadera palanca de generación de valor. La diferenciación de orígenes y experiencias que se integran son una ventaja competitiva

Principio 9: "Las empresas deberán promover el desarrollo y difusión de tecnologías amigables con el medio ambiente"

En Telefónica reconocemos que podemos contribuir a las acciones globales de mitigación y adaptación al cambio climático, así como la implementación de acciones compartidas para la reducción de gases de efecto invernadero GEI.

Para ello trabajamos en varios grupos de trabajo sectoriales e intersectoriales para colocar a las Green TIC la agenda política de cambio climático y la sostenibilidad ambiental a nivel mundial: Grupo No. 5 de Medio Ambiente y Cambio Climático (ITU SG5) para desarrollo de metodologías y estándares GreenTIC, Grupo de Cambio Climático del Global-E-Sustainability Initiative" GESI para posicionamiento del sector a nivel global, Grupo No. 2 del ICT4EE Forum llevando el liderazgo del grupo de eficiencia energética en productos y servicios, Grupo "Green Power for Mobile" e iniciativa de Eficiencia Energética de la GSMA Association, para el desarrollo de proyectos de eficiencia energética y energías renovables, Grupos de sostenibilidad y energía de la European Telecommunications Operators Network (ETNO), para posicionar a los operadores como empresas TIC líderes en temas Green, Grupo trabajo Cambio Climático de la "European Roundtable of Industrials" (ERT), acompañando a otros sectores de la economía en sus agendas de cambio climático.

Indicadores GRI asociados:

GRI	Indicador	2010	2011
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas (miles de euros invertidos en acción social medioambiental -LBG-) .	640,4	356,9

Principio 10: "Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno"

En Telefónica somos conscientes del elevado coste de la corrupción. En el plano económico, existe un incremento de los costes a través de la cadena de valor y se desincentiva la inversión.En el plano legal, con penalizaciones legales y sanciones financieras y una evidente reducción de la confianza de los grupos de interés. Además, en el plano reputacional, el daño al que la empresa debe hacer frente suele ser aún más costoso que las sanciones económicas impuestas. También somos conscientes de las oportunidades que a medio- largo plazo contarán las empresas con una fuerte estrategia anticorrupción. En Telefónica mantenemos nuestro compromiso con una gestión íntegra y transparente a través de nuestros Principios de Actuación, código ético que inspira y define la manera en la que desarrollamos nuestra actividad y las relaciones con todos nuestros grupos de interés. Puede encontrar más información acerca de la labor de nuestra Oficina de Principios de Actuación, formación en PdA, líneas confidenciales de empleados, auditorías anti-corrupción y avances en la implementación del código ético en nuevas subsidiarias en el capítulo Código de Conducta

Indicadores GRI asociados:

GRI	Indicador	2010	2011
SO4	Medidas tomadas a incidentes de corrupción (personas despedidas)	7	5

Indicadores Telefónica

En Telefónica seguimos unos indicadores clave para la gestión de la sostenibilidad de la Compañía. Estos indicadores se basan en aspectos materiales y se monitorizan desde hace años para permitir su comparación y su evolución en series largas de tiempo.

Dimensión económica		2009	2010	2011	%Var
Ingresos de Telefónica	Mill. Euros	56.731	60.737	62.837	3,5
Innovación tecnológica	Mill. Euros	4.291	4.814	5.091	5,8
Aportaciones fiscales [1]	Mill. Euros	11.744	12.894	13.768	6,8
Gastos salariales totales	Mill. Euros	6.775	8.409	11.080	31,8
Inversión en infraestructuras [1]	Mill. Euros	7.064	10.844	10.224	-5,7
Volumen de compras adjudicado	Mill. Euros	23.048	26.828	27.295	1,7
Inversión en I+D	Mill. Euros	693	797	983	23,3
Proveedores locales	%	79,3	87,5	90,2	3,1
Número de empleados despedidos por incumplimiento de los Principios de Actuación	Unidades	8	7	5	-28,6
Número de incidentes de corrupción investigados por la Oficina de Principios de Actuación	Unidades	13	5	2	-60,0
Empleados formados en Principios de Actuación	%	57,0	59,7	48,4	-19,0
Número de auditorías realizadas a proveedores de riesgo	Unidades	840	1.163	1.773	52,5

Dimensión social		2009	2010	2011	%Var
Plantilla total física	Personas	257.426	285.106	291.027	2,1
Plantilla fija	Personas	213.525	231.124	238.783	3,3
Índice de absentismo [2]	Días	6.046	5.560	4.436	-20,2
Número de horas de formación	Miles de horas	11.218	13.052	17.438	33,6
Mujeres en plantilla	%	50,1%	51,5%	53,9%	4,6
Mujeres directivas	%	15,6%	16,8%	19,1	13,7
Número de personas con discapacidad	Personas	1.420	1.610	1.568	-2,6
Total inversión social (LBG)	Miles de Euros	108.471	131.959	143.259	8,6
Horas de voluntariado	Horas	126.122	109.796	112.943	2,9

Dimensión ambiental		2009	2010	2011	%Var
Consumo de recursos					
Total consumo de papel blanco (incluidas facturas)	Toneladas	16.941	14.720	13.171	-10,5
Total consumo de papel reciclado	Toneladas	637	523	492	-5,9
Número de clientes con factura electrónica	Miles	12.597	10.338	29.618	186,5
Consumo de agua	Metros cúbicos	4.436.869	4.004.086	3.927.601	-1,9
Residuos					
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (Operaciones)	Toneladas	1.571	2.048	2.180	6,5
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (Clientes)	Toneladas	1.895	1.644	1.702	3,5
Residuos de equipos eléctricos y electrónicos que son enviados a reciclaje	Toneladas	3.462	4.056	3.998	-1,4
Energía [5]					
Consumo total combustible [3]	Miles de litros	39.441	45.371	39.555	-12,8
Consumo gas natural operaciones y oficinas	Nm3	6.637.096	6.623.162	5.413.698	-18,3
Consumo eléctrico total [4]	MWh	5.828.832	5.853.842	5.987.248	2,3
Generación y compra de energía renovable	MWh	493.678	674.772	740.596	9,8
Emisiones de GEI [5]					
Emisiones directas (Alcance 1)	tCO2eq	114.604	125.511	110.878	-11,7
Emisiones indirectas (Alcance 2)	tCO2eq	1.564.194	1.604.103	1.612.373	0,5

1. Esta cifra difiere de la publicada en el apartado Motor de Progreso por expresarse aquí bajo el criterio de devengo contable y no bajo el criterio de caja.
2. Tasa de Absentismo (AR) AR=(nº total de días perdidos, por incapacidad, durante el periodo / nº total de días trabajados por el colectivo de trabajadores durante el mismo periodo) x 200.000.
3. Consumo total de operaciones, oficinas y flotas, tanto en gasolina, diesel, etanol y biodiesel.
4. Incluye consumo de operaciones y oficinas.
5. Datos de energía y emisiones 2010 verificados en 2011. Datos de energía y emisiones 2011 en proceso de verificación.

Reconocimientos a la excelencia

El compromiso con la sostenibilidad de Telefónica ha llevado a la compañía a recibir numerosos reconocimientos internacionales a lo largo del pasado año.

Algunos de los reconocimientos a la gestión de la sostenibilidad en Telefónica fueron:

Globales

Miembro del **Sustainability leaders** del Dow Jones Sustainability Index 2011.

Líder del sector en el **Carbon Disclosure Project (CDP).**

Primera operadora europea en soluciones de eficiencia energética según el **"green quadrant"** de Verdantix.

Primera operadora europea en el ranking Fortune **"The 2011 World's Most Admired Companies".**

En Alemania

Gold version of the **"Holistic Occupational Health Management System"** (GABEGS) certificate por el Gobierno de Baviera.

En Argentina

Mención especial por la **Comunicación de Progreso 2011** de la Red Argentina del Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Empresa de telecomunicaciones mejor gestionada en Latinoamérica según Euromoney.

En Chile

Mejor Empresa para Madres y Padres que Trabajan según Fundación Chile Unido y Revista Ya de El Mercurio.

En Colombia

Premio **ANDESCO** a la responsabilidad social empresarial.

En Ecuador

Segunda empresa en el ranking **Best Place to work.**

Mejor Práctica en **Inserción Sociolaboral de Personas con Discapacidad,** por la Vicepresidencia de la República del Ecuador.

Mejores prácticas de RSC por la Provincia del Pichincha.

En España

Premio a la transparencia informativa de las **Memorias Anuales,** por El Nuevo Lunes.

El proyecto interactivo RETADIS, galardonada con el **Premio a la Mejor Iniciativa para la difusión y buen uso de Internet 2011.**

Premio Nacional de Informática y Salud por la Sociedad Española de Informática de la Salud.

En México

Premio **"Ética y Valores en la Industria"** en la categoría de Mejores Prácticas en Responsabilidad Social, de CONCAMIN y FUNTEC.

Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR) por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi).

En Nicaragua

Primera empresa en el ranking **Best Place to work.**

En Panamá

Segunda mejor empresa para trabajar en Latinoamérica y primera operadora según **Great Place to Work.**

En Perú

Premio a la Ecoeficiencia Empresarial del Ministerio de Medio Ambiente.

En Reino Unido

Primera operadora británica con el certificado **Carbon Trust Standard.**

En Uruguay

Primera empresa en el ranking **Best Place to work.**

En Venezuela

Primera empresa en el ranking **Best Place to work.**

En El Salvador

Atento, segunda empresa en el ranking **Best Place to work.**

Referencias GRI

PARTE I: Indicadores de de perfil

1. Estrategia y análisis

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
1,1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	√	√	Carta del Presidente	
1,2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	√	√	3. La sostenibilidad en Telefónica	

2. Perfil de la organización

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
2,1	Nombre de la organización.	√	√	1.1. Principios para la elaboración del Informe	
2,2	Principales marcas, productos y/o servicios.	√	√	1.1. Principios para la elaboración del Informe	
2,3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas,filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	√	√	Informe Anual	
2,4	Localización de la sede principal de la organización.	√	√	1.1. Principios para la elaboración del Informe	
2,5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	√	√	1.1. Principios para la elaboración del Informe	
2,6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	√	√	Informe Anual de Gobierno Corporativo	
2,7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios.	√	√	Informe Anual	
2,8	Dimensiones de la organización informante.	√	√	Informe Anual	
2,9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	√	√	1.2. Perímetro de consolidación de la información contenida en este informe	
2,10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	√	√	10. Premios a aspectos de Sostenibilidad en Telefónica	

3. Parámetros de la Memoria

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
3,1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	√	√	1.2. Perímetro de consolidación de la información contenida en este informe	
3,2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	√	√	1.2. Perímetro de consolidación de la información contenida en este informe	
3,3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.)	√	√	1.2. Perímetro de consolidación de la información contenida en este informe	
3,4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	√	√	1.2. Perímetro de consolidación de la información contenida en este informe	
3,5	Proceso de definición del contenido de la memoria.	√	√	1.2. Perímetro de consolidación de la información contenida en este informe	
3,6	Cobertura de la memoria (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores).	√	√	1.2. Perímetro de consolidación de la información contenida en este informe	
3,7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	√	√	1.2. Perímetro de consolidación de la información contenida en este informe	
3,8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	√	√	1.2. Perímetro de consolidación de la información contenida en este informe	
3,9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	√	√	1.2. Perímetro de consolidación de la información contenida en este informe	
3,10	Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio, o métodos de valoración).	√	√	1.2. Perímetro de consolidación de la información contenida en este informe	
3,11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	√	√	1.2. Perímetro de consolidación de la información contenida en este informe	
3,12	Tabla que indica la localización de los Contenidos básicos en la memoria.	√	√	11. Referencias GRI	
3,13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye en el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.	√	√	11. Referencias GRI	

4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
4,1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	√	√	Informe Anual de Gobierno Corporativo	
4,2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	√	√	Informe Anual de Gobierno Corporativo	
4,3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número y el sexo de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	√	√	Informe Anual de Gobierno Corporativo	
4,4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	√	√	5.6. Stakeholder Engagement	
4,5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	√	√	Informe Anual de Gobierno Corporativo	
4,6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	√	√	Informe Anual de Gobierno Corporativo	
4,7	Procedimiento de determinación de la composición, capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno y sus comités, incluida cualquier consideración sobre el sexo y otros indicadores de diversidad	√	√	Informe Anual de Gobierno Corporativo	
4,8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	√	√	Informe Anual	
4,9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	√	√	3. La sostenibilidad en Telefónica	
4,10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	√	√	Informe Anual de Gobierno Corporativo	
4,11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	√	√	4.3. Código de conducta	
4,12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	√	√	4.2. Gestión de riesgos	
4,13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya. ≠	√	√	A lo largo del informe	
4,14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	√	√	2.1. Metodología de diálogo	
4,15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	√	√	2.1. Metodología de diálogo	

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
4,16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	√	√	2.1. Metodología de diálogo	
4,17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	√	√	2.2. Matriz de Materialidad	

PARTE II. Enfoque de la Dirección (DMAs)

G3 DMA	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
DMA EC	Dimensión económica	√	√	4.1. Motor de progreso	
DMA EN	Dimensión medioambiental	√	√	5. Impacto ambiental	
DMA LA	dimensión laboral	√	√	6.1. Nuestros profesionales	
DMA HR	Dimensión de derechos humanos	√	√	4.3. Código de conducta	
DMA SO	Dimensión social	√	√	6.4. Proyectos sociales	
DMA PR	Dimensión de clientes	√	√	4.4. Gestión de las relaciones sostenibles con nuestros clientes	

PARTE III. Indicadores de desempeño

Económico

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
Desempeño económico					
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	√	√	4.1. Motor de progreso	
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	√	√	5.2. Gestión ambiental en Telefónica	
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	√	√	6.1. Nuestros profesionales	
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	√	√	4.3. Código de conducta	
Presencia en el mercado					
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	No	√	6.1. Nuestros profesionales	

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	√	√	4.1. Motor de progreso	
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	No	√	6.1. Nuestros profesionales	
Impactos económicos indirectos					
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	√	√	4.7. La innovación en Telefónica	
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	√	√	4.1. Motor de progreso	

Medio Ambiente

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
Materiales					
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	√	√	5. Impacto ambiental	
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados..	√	√	Impacto ambiental	
Energía					
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	√	√	5. Impacto ambiental	
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	√	√	5. Impacto ambiental	
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	√	√	5. Impacto ambiental	
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	√	√	5. Impacto ambiental	
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	√	√	5. Impacto ambiental	
Agua					
EN8	Captación total de agua por fuentes.	√	√	5. Impacto ambiental	
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No	No		Este indicador no es aplicable para el conjunto de actividades de la compañía
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	No	No		Este indicador no es aplicable para el conjunto de actividades de la compañía

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
Biodiversidad					
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	No	No		Este indicador no es aplicable para el conjunto de actividades de la compañía
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	√	√	5. Impacto ambiental	
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	No	No		Este indicador no es aplicable para el conjunto de actividades de la compañía
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	√	√	5. Impacto ambiental	
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	No	No		Este indicador no es aplicable para el conjunto de actividades de la compañía
Emisiones, vertidos y residuos					
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	√	√	5. Impacto ambiental	
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	√	√	5. Impacto ambiental	
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	√	√	5. Impacto ambiental	
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	√	√	5. Impacto ambiental	
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	√	√	5. Impacto ambiental	
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	√	√	5. Impacto ambiental	
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	√	√	5. Impacto ambiental	
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	√	√	5. Impacto ambiental	
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	√	√	5. Impacto ambiental	
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	No	No	5. Impacto ambiental	Este indicador no es aplicable para el conjunto de actividades de la compañía

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
Productos y servicios					
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	√	√	5. Impacto ambiental	
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	√	√	5. Impacto ambiental	
Cumplimiento normativo					
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	√	√	5. Impacto ambiental	
Transporte					
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	√	√	5. Impacto ambiental	
General					
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	√	√	5. Impacto ambiental	

Social: prácticas laborales y trabajo digno

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
Empleo					
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo.	√	√	6.1. Nuestros profesionales	
LA2	Número total de empleados y tasa de nuevas contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	√	√	6.1. Nuestros profesionales	
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	√	√	6.1. Nuestros profesionales	
LA15	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	No	No		No disponible
Relaciones empresa/trabajo					
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	√	√	6.1. Nuestros profesionales	
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	√	√	6.1. Nuestros profesionales	
Salud y seguridad en el trabajo					
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	√	√	6.1. Nuestros profesionales	
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	√	√	6.1. Nuestros profesionales	

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	√	√	6.1. Nuestros profesionales	
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	√	√	6.1. Nuestros profesionales	
Formación y educación					
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y por categoría de empleado.	√	√	6.1. Nuestros profesionales	
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	√	√	6.1. Nuestros profesionales	
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por sexo.	No	√	6.1. Nuestros profesionales	
Diversidad e igualdad de oportunidades					
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por categoría de empleado, sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	√	√	6.1. Nuestros profesionales	
Igualdad de retribución entre hombres y mujeres					
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	No	√	6.1. Nuestros profesionales	

Social: Derechos Humanos

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
Prácticas de inversión y abastecimiento					
HR1	Porcentaje y número total de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas que incorporan preocupaciones en materia de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	√	√	4.8. Responsabilidad en la cadena de suministro	
HR2	Porcentaje de los proveedores, contratistas y otros socios comerciales significativos que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	√	√	4.8. Responsabilidad en la cadena de suministro	
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	√	√	4.3. Código de conducta	
No discriminación					
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	√	√	4.3. Código de conducta	
Libertad de asociación y convenios colectivos					
HR5	Operaciones y proveedores significativos identificados en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda ser violado o pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	√	√	4.8. Responsabilidad en la cadena de suministro	

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
Explotación infantil					
HR6	Operaciones y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.	√	√	4.8. Responsabilidad en la cadena de suministro	
Ttrabajos forzados					
HR7	Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	√	√	4.8. Responsabilidad en la cadena de suministro	
Prácticas de seguridad					
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	√	√	4.3. Código de conducta	
Derechos de los indígenas					
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	√	√	4.3. Código de conducta	
Evaluación					
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	No			
Medidas correctivas					
HR11	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.	No			

Social: Sociedad

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
Comunidades locales					
SO1	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	No			
SO9	Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	No			
SO10	Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	No			
Corrupción					
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	√	√	4.3. Código de conducta	
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	√	√	4.3. Código de conducta	
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.		√	4.3. Código de conducta	

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
Política pública					
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	√	√	4.3. Código de conducta	
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	√	√	4.3. Código de conducta	
Comportamiento de competencia desleal					
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	√	√	6.6.3. Relaciones con el regulador: Competencia y Regulación	
Cumplimiento normativo					
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	√	√	6.6.3. Relaciones con el regulador: Competencia y Regulación	

Social: responsabilidad sobre productos

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
Salud y seguridad del cliente					
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	√	√	4.7. La innovación en Telefónica	
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	√	√	6.6.3. Relaciones con el regulador: Competencia y Regulación	
Etiquetado de productos y servicios					
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	√	√	4.4. Gestión de las relaciones sostenibles con nuestros clientes	
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	√	√	4.4. Gestión de las relaciones sostenibles con nuestros clientes	
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	√	√	4.4. Gestión de las relaciones sostenibles con nuestros clientes	
Comunicaciones de marketing					
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	√	√	4.5. Protección de datos y privacidad	

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	√	√	4.5. Protección de datos y privacidad	
Privacidad del cliente					
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	√	√	4.5. Protección de datos y privacidad	
Cumplimiento normativo					
PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	√	√	6.6.3. Relaciones con el regulador: Competencia y Regulación	

Suplemento sectorial de Telecomunicaciones

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
Operaciones internas					
IO01	Inversiones en el desarrollo de redes de telecomunicaciones por país/región.	√	√	4.7. La innovación en Telefónica	
IO02	Costes netos de las obligaciones de servicio universal.	√	√	6.2. Inclusión digital	
IO03	Prácticas que aseguran la seguridad y salud de personal de instalación y mantenimiento de antenas, estaciones base y otras instalaciones.	√	√	6.1. Nuestros profesionales	
IO04	"Cumplimiento con de los estándares ICNIRP referentes a las emisiones EMF generadas por los terminales".	√	√	5. Impacto ambiental	
Acceso					
IO05	"Cumplimiento de los estándares ICNIRP referentes a las emisiones EMF generadas por las estaciones base".	√	√	5. Impacto ambiental	
Aplicaciones tecnológicas					
IO06	Prácticas y políticas establecidas respecto a la Specific Absorption Rate (SAR) de terminales.	√	√	5. Impacto ambiental	
IO07	Descripción de Políticas y Prácticas en relación con el emplazamiento de antenas.	√	√	5. Impacto ambiental	
IO08	Número y porcentaje de emplazamientos que comparten y reaprovechan estructuras.	√	√	5. Impacto ambiental	
PA5	Número y clase de servicios que se proveen a los sectores poblacionales con menores ingresos.	√	√	6.2. Inclusión digital	
PA6	Programas para mantener los servicios de telecomunicaciones en situaciones de emergencia.	√	√	6.3. Respuesta a situaciones de emergencia	
PA7	Políticas y prácticas para garantizar los derechos humanos en asuntos relacionados con el acceso y uso de los servicios de telecomunicaciones.	√	√	6.2. Inclusión digital	

Perfil	Descripción	Respuesta en 2010	Respuesta en 2011	Localización	Explicación de la omisión
PA8	Políticas y prácticas para comunicar asuntos relacionados con los campos electromagnéticos.	√	√	5. Impacto ambiental	
PA9	Inversiones totales en programas y actividades relacionadas con la investigación de los campos electromagnéticos	√	√	5. Impacto ambiental	
PA10	Iniciativas para garantizar la claridad en las tarifas.	√	√	4.4. Gestión de las relaciones sostenibles con nuestros clientes	
PA11	Iniciativas para comunicar a los clientes el uso más resposable de los productos	√	√	6.5. Impacto de los servicios de telecomunicaciones	
Aplicaciones tecnológicas					
TA1	Ejemplos sobre la eficiencia de recursos de los servicios de telecomunicaciones ofrecidos	√	√	6.5. Impacto de los servicios de telecomunicaciones	
TA2	Ejemplos sobre servicios de telecomunicaciones ofrecidos que pueden reemplazar objetos físicos	√	√	6.5. Impacto de los servicios de telecomunicaciones	
TA3	Indicar cambios en el uso de transporte o recursos que ofrecen los servicios	No	√	6.5. Impacto de los servicios de telecomunicaciones	
TA4	Indicar los efectos secundarios, tanto sociales como medioambientales, del uso de los servicios de telecomunicaciones ofrecidos.	No	√	5. Impacto ambiental	
TA5	Descripción de prácticas relacionadas con tecnología y derechos de propiedad intelectual.	No	√	4.7. La innovación en Telefónica	

Verificaciones y validaciones

Declaración de aseguramiento de LBG - Telefónica

Telefónica ha encargado a Corporate Citizenship el aseguramiento de la aplicación del modelo de medición LBG durante el año 2011 (finalizado el 31 de diciembre).

El modelo LBG proporciona un marco sólido y creíble que mide el valor e impacto real, para la empresa y la sociedad, de la inversión corporativa en la comunidad. Va más allá de las aportaciones puntuales para incluir la gama completa de contribuciones destinadas a la comunidad (tiempo de los empleados, contribuciones en especie y dinero).

Nuestro trabajo se ha limitado a asegurar la correcta aplicación del modelo LBG. Este es el quinto año que Telefónica ha utilizado el modelo LBG y sigue siendo un miembro activo del grupo LBG España.

A nuestro juicio, Telefónica continúa demostrando que entiende el modelo LBG y está aplicando sus principios a la medición de actividades en la comunidad en España y en el extranjero. En nuestro comentario de abajo, identificamos algunas mejoras que la compañía puede hacer en el desarrollo de la aplicación del modelo de cara al futuro.

Comentario

Para el correcto uso del modelo LBG hace falta que las empresas dominen, entiendan y apliquen los principios de LBG. Esto permite desarrollar un mapa completo y exacto de sus contribuciones, prestando la debida atención a todos los recursos invertidos. Telefónica ha conseguido este objetivo.

El reto de Telefónica, para el futuro, es aplicar este conocimiento de manera estratégica en sus programas sociales, a fin de aumentar tanto la eficiencia en el uso de recursos como el beneficio total para la comunidad. Además, el modelo LBG puede ayudar a asegurar que el apoyo que Telefónica da a la comunidad está apropiadamente alineado con la naturaleza de su negocio, su innovación, sus intereses y sus responsabilidades.

Corporate Citizenship
www.corporate-citizenship.com
Abril de 2011

MAS Business administra LBG España y ha dado soporte para el proceso de aseguramiento y la preparación de esta declaración de aseguramiento.

ERNST & YOUNG

Ernst & Young, S.L.
Torre Picasso
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
28020 Madrid
Tel.: 902 365 456
Fax: 915 727 300
www.ey.com/es

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME ANUAL 2011 DE SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA DE TELEFÓNICA

A la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa de Telefónica, S.A.

Alcance del trabajo

Hemos llevado a cabo la revisión del contenido del Informe Anual 2011 de Sostenibilidad Corporativa de Telefónica (en adelante, el Informe) que ha sido elaborado de acuerdo a lo señalado en:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.1.
- Los principios recogidos en la Norma AA1000 APS 2008 emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical AccountAbility).

El perímetro considerado por Telefónica para la elaboración del Informe está definido en el apartado "Perímetro de consolidación de la información contenida en este informe" del Informe adjunto.

La preparación del Informe Anual 2011 de Sostenibilidad Corporativa adjunto, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa y la Dirección de Telefónica, S.A., quienes también son responsables de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Criterios

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con:

- La Norma ISAE 3000 Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC), con un alcance de aseguramiento limitado.
- La Norma AA1000 Assurance Standard 2008 de AccountAbility bajo un encargo de aseguramiento moderado de tipo 2.
- La Guía de Actuación sobre trabajos de revisión de Informes de Responsabilidad Corporativa emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (ICJCE).

Procedimientos realizados

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección de Sostenibilidad y Reputación, así como a la Dirección de diversas unidades de negocio que han participado en la elaboración del Informe Anual 2011 de Sostenibilidad Corporativa, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

1. Entrevistas con los responsables del área de Sostenibilidad y Reputación de Telefónica, y una selección de directivos y personal clave de las direcciones involucradas en su preparación. El propósito fue obtener un conocimiento sobre cómo los objetivos y políticas de Sostenibilidad Corporativa son considerados, puestos en práctica e integrados en la estrategia de Telefónica.
2. Revisión de los principales procesos y sistemas a través de los cuales Telefónica establece sus compromisos con sus grupos de interés, así como la relevancia e integridad de la información incluida en el Informe.
3. Revisión de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe a lo señalado en la Guía de GRI versión 3.1.
4. Comprobación, en base a selecciones muestrales, de la información cuantitativa de los indicadores incluidos en el Informe y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información. Las pruebas de revisión se han definido a efectos de proporcionar los niveles de aseguramiento indicados en el apartado "Criterios" de este informe. Se han realizado trabajos de revisión en las operaciones de Telefónica en España, Brasil, Argentina, Perú, Colombia, México, Chile, Venezuela, Ecuador, Uruguay, Panamá, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Alemania y Reino Unido.

El alcance de esta revisión es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto, la seguridad proporcionada es también menor. El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

Estos procedimientos han sido aplicados sobre la información contenida en el Informe Anual 2011 de Sostenibilidad Corporativa, a excepción de la información relativa a los indicadores de consumo de energía y emisiones que no ha sido objeto de revisión y sobre los cuales no emitimos conclusión.

Independencia

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

1

ERNST & YOUNG

Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión del Informe Anual 2011 de Sostenibilidad Corporativa, y con el alcance indicado en el apartado de "Procedimientos realizados" anterior, concluimos que:

- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe no haya sido preparado según la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI), tal y como se indica en el mismo.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el resto de la información e indicadores incluidos en el Informe adjunto contenga errores significativos o que el Informe no haya sido preparado de acuerdo con los principios recogidos en la Norma AA1000 APS (2008) emitida por AccountAbility, entendidos como:
  - ✓ **Inclusividad**: Se dispone de mecanismos para la identificación de sus grupos de interés, así como para conocer y entender sus expectativas, tal como se describe en el capítulo "Matriz de stakeholders y metodología de diálogo" del Informe adjunto.
  - ✓ **Relevancia:** Se ha realizado un análisis de materialidad y una encuesta para seleccionar los aspectos más significativos a incluir en el Informe, tal como se describe en su capítulo "Matriz de asuntos relevantes".
  - ✓ **Capacidad de Respuesta**: Se dispone de mecanismos para diseñar, desarrollar, evaluar y comunicar las respuestas a las principales expectativas de los grupos de interés, que se reflejan en el capítulo "Hitos y Retos" en el Informe adjunto y que reflejan los principales compromisos asumidos.

Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado a la Dirección de Sostenibilidad y Reputación de Telefónica, nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora en relación con la aplicación de los principios de la Norma AA1000 APS (2008) y con las actuaciones realizadas con los principales grupos de interés identificados. Las recomendaciones más significativas se refieren a:

a) ***Inclusividad:***

En el año 2011 se han potenciado los diferentes canales de diálogo con los grupos de interés, en especial los mecanismos online "dialogo 2.0". Nuestra recomendación es continuar con la extensión progresiva de los mismos a los diferentes grupos de interés y a los principales países donde se desarrollan actividades.

b) ***Relevancia:***

En el Informe adjunto, además del estudio de materialidad, se ha incorporado un apartado específico con la información relevante de los riesgos más significativos identificados por la Oficina de Principios de Actuación de Telefónica S.A. en materia de reputación.

Nuestra recomendación es seguir trabajando en adaptar la identificación de los riesgos más significativos a cada uno de los países donde opera.

c) ***Capacidad de Respuesta:***

El mantenimiento de la evaluación de los objetivos y el planteamiento de los retos que se han hecho públicos en el propio Informe Anual 2011 de Sostenibilidad Corporativa demuestran el compromiso de Telefónica de dar respuesta a las expectativas de los grupos de interés. Nuestra recomendación es definir más claramente el proceso de identificación de los objetivos para alinearlos directamente con las expectativas de los grupos de interés.

Asimismo, exponemos a continuación una serie de recomendaciones sobre las actuaciones relacionadas con los diferentes grupos de interés:

1) Clientes:

Durante el año 2011 se ha trabajado en la simplificación y claridad de los precios y tarifas de los servicios ofrecidos por Telefónica. Nuestra recomendación es mejorar la información relativa a quejas y reclamaciones.

2) Empleados:

Se han mejorado los sistemas de información para obtener la información relativa a los indicadores de "seguridad y salud", fijándose asimismo retos en materia de "diversidad". Nuestra recomendación es ampliar la información referente a diversos aspectos de compensación, así como desarrollar las políticas y normas para la gestión de la "diversidad".

3) Proveedores:

Durante el año 2011 se ha continuado con el desarrollo del "Programa Aliados" y la aplicación de la "Política de responsabilidad en la cadena de suministro", manteniendo el programa de auditorías de los proveedores de riesgo e incluyendo asimismo información sobre los plazos de pago a proveedores. Nuestra recomendación es definir con más claridad sus retos y objetivos en esta materia a fin de mejorar su compromiso con este grupo de interés.

4) Sociedad:

Durante el año 2011 Telefónica ha continuado trabajando en su compromiso con la sociedad, incrementado su aportación económica en "acción social" y lanzando nuevos programas como el "Think Big" en Europa y otros programas relacionados con la "inclusión digital". Nuestra recomendación es establecer métodos para medir el impacto de los proyectos de "inclusión digital".

4) Medio Ambiente:

Durante el año 2011 se han fortalecido los servicios relacionados con "Green TIC", y unificando el posicionamiento de Telefónica en este área. Nuestra recomendación es seguir trabajando en estos aspectos y mejorar el alcance de la información en algunos indicadores.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa de Telefónica, S.A., de acuerdo con los términos de nuestra carta de encargo.

ERNST & YOUNG, S.L.

AA1000
Licensed Assurance Provider
000-59

Ana Mª Prieto González
Socia
Madrid, 28 de mayo de 2012

2

Telefónica

http://informeanual2011.telefonica.com