

2013

Informe Anual de Sostenibilidad  
Corporativa  
Telefónica en la Argentina



Ser más  
sostenibles

*Telefónica*



# Índice

## Cartas de presentación del Informe

Del Presidente de Telefónica S.A.

Del Presidente de Telefónica de Argentina S.A. y Telefónica Móviles Argentina S.A.

## 1\_

### Acerca de este informe

10 Principios para la elaboración de este Informe

12 Estructura y perímetro de consolidación de la información

## 2\_

### Telefónica, motor de progreso

16 Contribución a las comunidades: 'cash flow' social

18 Servicio Universal

## 3\_

### Nuestro enfoque

22 La responsabilidad corporativa y la sostenibilidad, parte de la visión de Telefónica

26 Estructura de la Reputación y Sostenibilidad Corporativas en Telefónica

28 Materialidad: centrados en los asuntos clave

30 La interacción de los grupos de interés de Telefónica

## 4\_

### Gestión responsable

34 Ética y cumplimiento

38 La satisfacción del cliente

40 Prácticas laborales

54 Libertad de asociación y diálogo social

56 Seguridad y salud de nuestros trabajadores

58 Sostenibilidad en la cadena de suministro

76 Derechos Humanos

## 5\_

### Personas

92 Privacidad: una Internet abierta y segura para todos

96 Libertad de expresión

100 Buen uso de Internet por los niños

102 Servicios más accesibles

104 'E-Health'

## 6\_

### Sociedad

108 El papel clave de las 'Telco' en la construcción del mundo digital

110 La innovación en Telefónica

112 Inclusión digital

114 Bienestar social

116 Fundación Telefónica

## 7\_

### Planeta

124 'Green' TIC y medio ambiente

126 Gestión ambiental

132 Energía y Cambio Climático

136 Campos electromagnéticos

138 Liderazgo ambiental y global

## 8\_

### Anexos

142 Tabla de indicadores

144 Referencias GRI

154 Cumplimiento de 'Global Compact'

156 Revisión y validación externa

# Carta del Presidente

**César Alierta Izuel**  
*Presidente Ejecutivo*



“ En Telefónica estamos convencidos de que la sostenibilidad corporativa y la transparencia son fuentes de competitividad y progreso en el largo plazo ”

Estimados amigos,

Un año más tengo el placer de dirigirme a ustedes para presentarles el *Informe Anual de Sostenibilidad Corporativa*, que recoge nuestras actividades en materia de gestión de riesgos y aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social.

Este Informe, tiene como objetivo responder a las inquietudes de información y transparencia de los distintos grupos de interés con los que nos relacionamos. Asimismo supone anticipar el cumplimiento de la *Directiva 2013/34* de la Unión Europea en lo que respecta a la “divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos”. Adicionalmente, tiene la voluntad de dar respuesta a las exigencias de información que, bajo el formato ‘informar o explicar’, se están desarrollando en algunos de los países en los que operamos.

En Telefónica estamos convencidos de que la sostenibilidad corporativa y la transparencia son fuentes de competitividad y progreso en el largo plazo. No sólo ayudan a afianzar nuestra legitimidad para operar en los diferentes países en los que estamos presentes, sino que también tienen repercusiones positivas en la gestión de nuestro negocio, y por ende en nuestros resultados. Además, las TIC, basadas en la conectividad, están liderando los procesos de transformación de nuestra sociedad y son un factor esencial para la creación de empleo, el crecimiento económico, el ahorro energético y la transparencia, según demuestran las agendas digitales de los organismos públicos y privados más relevantes del mundo.

En este informe podrán ver los avances que Telefónica ha conseguido en el ejercicio en las tres dimensiones básicas de la sostenibilidad: económica, social y ambiental. Por el lado del impacto económico, que en materia de sostenibilidad tiene que ver sobre todo con la forma en la que obtenemos nuestros ingresos y realizamos nuestras actividades, en 2013 destacan los resultados de nuestra Oficina de Principios de Actuación, los avances en el cumplimiento de los principios de sostenibilidad de nuestra cadena de proveedores y el progreso que hemos realizado en materia de privacidad y protección de datos.

En el impacto social, en este *Informe de Sostenibilidad Corporativa 2013* hemos destacado los proyectos de inclusión digital e innovación social, así como los importantes proyectos de fomento del emprendimiento en los que estamos inmersos.

Por la parte medioambiental, en este Informe podrán encontrar toda la información acerca de nuestra política ambiental. A nivel global, seguimos reduciendo nuestro consumo energético e incrementando notablemente la facturación electrónica como alternativa al consumo de papel, y además nuestros servicios Green han cosechado importantes avances.

Como podrán comprobar, la sostenibilidad se va incorporando de forma gradual a la cadena de valor de Telefónica. Así, colaboramos activamente con todos los grupos de interés que se relacionan con nuestra Compañía y ofrecemos una información exhaustiva de la evolución de los temas más relevantes, nuestros indicadores y nuestras políticas de sostenibilidad bajo los criterios de publicación estándares, como son GRI y el *Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact)*.

Todo ello ha permitido que en 2013 nuestra compañía haya sido incluida en el índice mundial Dow Jones Sustainability Index; ocupe la quinta posición en el Carbon Disclosure Project y en el índice Sustainalytics; haya sido reconocida como *Excellence Investment Register* por el índice Ethibel Sustainability; y, por duodécimo año consecutivo, forme parte del índice FTSE4Good. Y como consecuencia de todo, Telefónica ha sido reconocida en 2013 como la empresa más admirada entre las compañías de telecomunicaciones europeas y la segunda en el mundo por la revista Fortune.

Me gustaría concluir recordándoles que nuestra Compañía está posicionada en la actualidad como un actor fundamental en el sector. Contar con el reconocido equipo de profesionales que tenemos, me da la confianza para decirles que Telefónica va a tener un papel cada vez más decisivo en el mundo digital, porque estamos convencidos de que la tecnología debería estar al alcance de todas las personas, empresas y administraciones públicas para que puedan Ser más\_

Quisiera agradecer el apoyo de nuestros grupos de interés que, con sus opiniones y sugerencias, nos han ayudado a avanzar en la consecución de nuestra visión.

Muchas gracias



**César Alierta Izuel**  
Presidente Ejecutivo

# Carta del Presidente de Telefónica de Argentina S.A. y Telefónica Móviles Argentina S.A.

**Luis Blasco Bosqued**



Estimados amigos,

Como en los años anteriores, tenemos la satisfacción de presentarles, en nombre del Grupo Telefónica en la República Argentina, el décimo Informe anual consecutivo de Sostenibilidad Corporativa.

Desde que comenzamos a operar en el país, asumimos un fuerte reto con la innovación, la calidad y la transparencia. Prueba de ello y con una visión claramente definida hacia el cliente, hemos desplegado una amplia gama de servicios vinculados con la telefonía fija, móvil, banda ancha, soluciones de datos, cable submarino, telefonía pública y multitud de productos de valor agregado.

Ello nos permitió acercar el mundo de las telecomunicaciones y brindar soluciones, a todos los segmentos de la sociedad y de la actividad económica de la Argentina, además de contar con más de 26,6 millones de accesos a diciembre de 2013.

El documento que hoy les presentamos reafirma nuestro compromiso con los "Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas", y está realizado bajo las estrictas directrices del Global Reporting Initiative (GRI-G3) y la AA1000AS (Accountability Assurance Standard). Y naturalmente, hemos seguido contando con la revisión de los datos por parte de *Ernst & Young*.

No es ajeno al conocimiento de los ciudadanos argentinos, que nuestro sector impulsa el crecimiento de todos los rubros de la economía nacional y esto nos obliga a trabajar cada día más. Nuestra aspiración es ser uno de los motores principales del progreso de la República Argentina, por ello invertimos 4.122 millones de pesos en infraestructura y redes de telecomunicaciones (un 45,4 % más que el año 2012). Así mismo se fortaleció la cadena de valor, adjudicándose compras a un total de 1.425 proveedores de los

“ La sostenibilidad corporativa es una fuente de competitividad y diferenciación que dota a la marca de mayor solidez, facilita la fidelización de los empleados, afianza la confianza con nuestros clientes y apoya el desarrollo de las comunidades donde actuamos ”



cuales el 91% son de origen local. Por otra parte en concepto de impuestos y tasas municipales se ha pagado a las distintas administraciones públicas la suma de 7.469 millones de pesos.

La sostenibilidad corporativa es una fuente de competitividad y diferenciación que dota a la marca de mayor solidez, facilita la fidelización de los empleados, afianza la confianza con nuestros clientes y apoya el desarrollo de las comunidades donde actuamos. Cada día trabajamos basándonos en tres pilares culturales que nos permiten implementar nuestra estrategia: *Discover* (nos esforzamos para descubrir, en el entorno digital, lo que necesitan nuestros clientes), *Disrupt* (nos anticipamos al cambio e innovamos) y *Deliver* (trabajamos para brindar los beneficios tecnológicos a todas las personas).

Todo lo expuesto, se plasma en proyectos clave vinculados a la operación con criterios de sostenibilidad: protección al menor y uso responsable de la cadena de suministro, la privacidad y libertad de expresión, inclusión digital, innovación y desarrollo, derechos humanos y cuidado del medio ambiente, entre otros. Una iniciativa que lo demuestra es *Wayra*, nuestra aceleradora de proyectos digitales cuya misión es promover la innovación e identificar el talento en emprendimientos asociados a la tecnología, la comunicación y la información. Desde que se inició *Wayra* Argentina en febrero 2012 hasta fines de 2013, ya llevamos un porfolio de 29 compañías desarrolladas, que han recibido una coinversión mayor a los 14,4 millones de pesos.

También continuamos con nuestra política activa en materia de compromiso con el medio ambiente. Movistar nuevamente revalidó su certificación ISO 14001, y Telefónica de Argentina profundizó la implantación transversal de su sistema de gestión ambiental. Durante 2013, alcanzamos los 4,4 millones de clientes con factura electrónica.

Desde Telefónica entendemos que la educación es la herramienta más eficaz para integrar a todas las personas y potenciar sus habilidades y posibilidades, es por ello que alineados con las necesidades que plantea la educación del siglo XXI, alentamos la inclusión digital de todas las formas posibles, el acceso al mundo de Internet, y el uso pedagógico de las TIC en el aula. En trece años de gestión, el programa de "Aulas Interactivas" alcanzó a más de 230.000 alumnos de 606 escuelas en 161 localidades de 20 provincias del país y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; 246 de estas escuelas recibieron también la provisión e instalación de un "aula en red".

Bajo el lema "*Despertando ideas se despierta el futuro*" y con el propósito de continuar acompañando la transformación social y el

impacto de la tecnología en las personas y la sociedad, nuestra Fundación definió nuevos ejes de actuación: educación y nuevas tecnologías, cultura digital e innovación y proyectos sociales, así como voluntariado corporativo. En concreto, más de 1500 voluntarios celebraron su compromiso y pasión a través de 50 actividades que se desarrollaron en 23 provincias del país. Todos ellos se sumaron a un proyecto de transformación social que alcanzó a más de 9000 beneficiarios directos. Por otra parte se gestionaron varios proyectos educativos, entre los más relevantes cabe mencionar: vivero de innovación, ideas que innovan, aulas hospitalarias, etc. Nuestro programa Proniño el cual se está transformando para adaptarse a las nuevas competencias del siglo XXI, a fin de contar con todos los requerimientos técnico-educativos necesarios para el desarrollo educacional de los menores.

Las aspiraciones y realidades de transformación e innovación llevadas a cabo por Telefónica en la Argentina, se concretaron gracias a su capital humano. Ellos, bajo los lineamientos generales de nuestros Principios de Actuación, son los que hacen posible que todos los programas, acciones y estrategias se materialicen positivamente. En tal sentido, las gestión del capital humano se apoya en los siguientes pilares: organización, relaciones laborales y gremiales, seguridad, salud en el trabajo y medioambiente, cultura de servicio, liderazgo, desarrollo, reconocimiento, comunicación, calidad de vida, compensaciones y programas de calidad. No ha sido en vano el esfuerzo y dedicación ya que, nuevamente y por quinto año consecutivo, hemos logrado posicionarnos entre las 10 primeras empresas del ranking "*Great Place To Work*" para compañías de mas de 1.000 empleados.


Tenemos la voluntad de ratificar el compromiso de Telefónica de la República Argentina, como empresa que impulsa y fomenta el desarrollo social, la potencialidad de las personas y la inclusión productiva y social, mediante el empleo de las nuevas tecnologías.

*Innovar cada dia nos inspira para transformar el futuro.*

Afectuosamente,



**Luis Blasco Bosqued.**  
Presidente de Telefónica en Argentina.



# 1. Acerca de este Informe\_





Principios para la elaboración de este Informe\_

Estructura y perímetro de consolidación de la información\_



ACERCA DE ESTE INFORME

# Principios para la elaboración de este Informe

*Telefónica en la Argentina presenta el Informe de Sostenibilidad Corporativa 2013, un documento que recoge los avances producidos durante el ejercicio en aspectos económicos, ambientales y sociales, así como de derechos humanos y sobre políticas anticorrupción*

Este informe se ha elaborado bajo los principios generales G3.1 dictados por el Global Reporting Initiative (GRI).

Telefónica es uno de los operadores integrados de telecomunicaciones líder en el mundo en la provisión de soluciones de comunicación, información y entretenimiento, con presencia operativa en Europa y Latinoamérica. La Compañía está presente en 24 países y cuenta con una base de clientes que supera los 323 millones. Es una empresa constituida en España en 1924, totalmente privada y con más de 1,5 millones de accionistas directos. Telefónica cotiza en el mercado continuo en las bolsas españolas de Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia, así como en las de Londres, Nueva York, Lima y Buenos Aires. A finales de abril, el Grupo ocupaba en el mundo la sexta posición en el sector de telecomunicaciones por capitalización bursátil, la primera como operador europeo integrado y la vigésima en el ranking Eurostoxx 50, que agrupa a las mayores compañías de la zona Euro.

Telefónica en la Argentina gestiona cerca de 26,7 millones de accesos, 19,9 millones de accesos móviles y más de 4,8 fijos, con 1,8 millones de banda ancha.

En sus años de gestión, Telefónica se afianzó como un grupo líder de empresas especializado en telecomunicaciones integradas. Tras haber sido la primera inversión significativa de capitales españoles, contribuyó en estos años al desarrollo de las comunicaciones mediante inversiones de infraestructuras y una amplia oferta de servicios de telefonía fija, móvil e Internet.

Telefónica en la Argentina tiene más de 17.000 empleados directos, y 1.425 empresas proveedoras, de las cuales el 91% son empresas locales.

Para la recopilación de la información cualitativa y cuantitativa se han utilizado herramientas y desarrollos informáticos internos y externos,

destacando eSIF para cuestiones relacionadas con recursos humanos y Credit 360 para los asuntos de clientes, comunidad y medio ambiente. Este proceso 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. La información publicada ha pasado a su vez por procesos de chequeo y verificación tanto interna, como externa (Control de Gestión/CFO en algunos países y la Dirección de Medio Ambiente y Sostenibilidad Corporativa). Adicionalmente, la información recogida en este informe ha sido sometida a distintos niveles de revisión externa.

Este informe se ha elaborado bajo los principios generales G3.1 dictados por el Global Reporting Initiative (GRI) y AA1000 (APS), los estándares más contrastados y utilizados en la elaboración de informes de Sostenibilidad y Responsabilidad Social Corporativa. Se hace así para facilitar la comprensión, la comparabilidad y la máxima transparencia ante sus grupos de interés.

En este capítulo se expone cómo se han aplicado sus normas y se detallan las que determinan el contenido y la calidad, que garantizan una presentación equilibrada y razonable del desempeño de la organización. Todo este proceso se ha hecho teniendo en cuenta tanto la experiencia y el propósito de Telefónica, como la utilidad para sus grupos de interés. Asimismo, la revisión llevada a cabo por Ernst & Young se ha desarrollado bajo los principios definidos por la Norma AA1000AS (2008), unos valores que buscan "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".



## Según Global Reporting Initiative (GRI)

### En cuanto al contenido

→ **Materialidad.** La información contenida en el informe cubre los aspectos e indicadores que reflejan los impactos significativos sociales, ambientales y económicos de Telefónica, de acuerdo a su estrategia y desarrollo de negocio, y su gestión de riesgos y oportunidades.

Asimismo, también incluye los resultados de las investigaciones realizadas por la Compañía entre sus distintos grupos de interés para encontrar aquellos aspectos que podrían ejercer una influencia sustancial en sus evaluaciones y decisiones. Se tienen en cuenta tanto factores externos como internos, así como otros aspectos destacados entre las empresas del sector.

→ **Inclusividad de los grupos de interés.** Este informe se dirige a los distintos stakeholders o grupos de interés de la compañía y está realizado en función de los aspectos que han sido más destacados por ellos en su relación con nuestra empresa. Entendemos por stakeholders aquellas entidades o individuos que pueden ser afectados significativamente por la actividad, y los productos y servicios de Telefónica, así como aquellos grupos que pueden afectar a la capacidad de Telefónica para llevar a cabo sus estrategias y alcanzar sus objetivos. Los grupos de interés considerados han sido: accionistas e inversores, clientes, proveedores y empresas colaboradoras, empleados, organizaciones industriales, organizaciones sociales no gubernamentales, la administración pública, medios de comunicación y profesionales de la sostenibilidad.

→ **Contexto de Sostenibilidad.** En este informe se da respuesta a las temáticas expuestas desde una perspectiva de sostenibilidad, en el sentido de cómo la Compañía contribuye y ayuda a lograr un mejor desarrollo de los factores económicos, sociales y ambientales a nivel local, regional y global, dentro de su estrategia como empresa y de acuerdo a su política de gestión de los riesgos y oportunidades.

→ **Exhaustividad.** Los indicadores y aspectos materiales, así como la definición de la cobertura de este informe resultan suficientes para reflejar los impactos sociales, económicos y ambientales significativos. Permiten también que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño durante el ejercicio 2013.

### En cuanto a la calidad

- **Equilibrio.** El Informe refleja los aspectos positivos y negativos del desempeño de la organización para permitir una valoración razonable del desempeño general.
- **Comparabilidad.** El informe y la información que contiene pueden compararse con carácter anual, a través de gráficos y tablas que indican, cuando procede, las variaciones significativas de perímetro y cobertura que se han producido. Asimismo, se presenta en la web de Sostenibilidad de Telefónica (<http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/es/>) la plataforma ATLAS RC (<http://atlas.telefonica.com/app/>), que favorece la comparabilidad de los indicadores considerados más relevantes en la gestión de la Sostenibilidad en Telefónica.
- **Precisión.** La información que contiene este Informe es precisa y suficientemente detallada en datos, fuentes, técnicas de medición, bases de cálculo, hipótesis y estimaciones, como para que los diferentes grupos de interés puedan valorar el desempeño de Telefónica. Los datos publicados están contrastados con un informe independiente de Ernst & Young.
- **Periodicidad.** Este informe se presenta siguiendo un calendario periódico para que los grupos de interés puedan tomar decisiones con la información adecuada.
- **Claridad.** La información se expone de una manera comprensible y accesible para los grupos de interés de Telefónica.
- **Fiabilidad y verificación.** La información y los procedimientos seguidos en la preparación de este informe han sido recopilados, registrados, compilados, analizados y sometidos a examen externo.

### Según AA1000 (APS)

- **Inclusividad.** Se refiere a la participación de los grupos de interés en el desarrollo y logro de una respuesta responsable y estratégica hacia la Sostenibilidad.
- **Relevancia.** A través de ella, Telefónica ha determinado la importancia de cada asunto para los grupos de interés.
- **Capacidad de respuesta.** Es la reacción de Telefónica a las demandas de sus grupos de interés, traducido en los hitos y retos de la Compañía en términos de Sostenibilidad.

### Para más información sobre este Informe:

- [www.telefonica.com.ar/rc13](http://www.telefonica.com.ar/rc13)
- [www.rcysostenibilidad.telefonica.com/es](http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/es)
- [www.youtube.com/rcysostenibilidad](http://www.youtube.com/rcysostenibilidad)
- [www.twitter.com/rcyost](http://www.twitter.com/rcyost)
- [www.facebook.com/rcysostenibilidad](http://www.facebook.com/rcysostenibilidad)

Este Informe ha sido elaborado por el equipo de la Dirección de Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas de Telefónica en la Argentina, bajo la dirección de Eduardo Bonal, que depende de la Dirección General de Relaciones Institucionales, Comunicación e Imagen y Seguridad Corporativa, bajo la dirección de José Luis Rodríguez Zarco, en coordinación con la Dirección Global de Reputación y Sostenibilidad Corporativas de Telefónica, S.A.

**Si prefiere dirigirse a nosotros por correo postal:**  
Dirección de Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas  
Avda. Ingeniero Huerdo 723  
1107AOH Ciudad Autónoma de Buenos Aires  
República Argentina

O por e@mail a:  
[responsabilidadcorpo.ar@telefonica.com](mailto:responsabilidadcorpo.ar@telefonica.com)



ACERCA DE ESTE INFORME

# Estructura y perímetro de consolidación de la información

Los datos que aparecen en este informe, de periodicidad anual, recogen la evolución en materia de Sostenibilidad Corporativa de Telefónica en la Argentina

Para elaborar esta publicación, Telefónica cuenta con un sistema online para la coordinación y consolidación de la información, para cada uno de los indicadores cualitativos y cuantitativos.

Para elaborar esta publicación, Telefónica cuenta con un sistema online para la coordinación y consolidación de la información, para cada uno de los indicadores cualitativos y cuantitativos.

Este Informe Anual de Sostenibilidad describe claramente el alcance de las operaciones de Telefónica de Argentina S.A. y de Telefónica Móviles Argentina S.A.

Telefónica edita un Informe de Sostenibilidad Anual del Grupo a nivel global (Telefónica S.A.) e informes de Sostenibilidad locales de Telefónica en Alemania, Reino Unido, República Checa, Brasil, Colombia, Ecuador, México, Panamá, Perú y Venezuela.

Los informes están disponibles en <http://Atlas.telefonica.com>

Con respecto a la información que contiene este informe, cabe destacar que el Grupo está dividido, básicamente, en cuatro grandes áreas operativas: Telefónica España, Telefónica resto de Europa, Telefónica Brasil y Telefónica resto de Latinoamérica. El perímetro de consolidación de la información referente a operaciones que se incluye en este informe, se referirá sólo a las operaciones de prestación de servicios de telecomunicaciones con el objetivo de atenernos a la materialidad de la información y a hacer esta más comparable con las otras empresas de nuestro sector.

En cualquier caso, toda la información referente a Recursos Humanos incluirá la consolidación de todos los empleados de Telefónica en la Argentina.

La lista completa de todas las empresas que conforman el Grupo Telefónica están publicadas en el Anexo VI: Principales sociedades del Grupo Telefónica del informe de estados financieros [http://informeanual2013.telefonica.com/sites/default/files/documentos/Financiero\\_ESP.pdf](http://informeanual2013.telefonica.com/sites/default/files/documentos/Financiero_ESP.pdf)

Para ampliar información general sobre este informe: <http://informeanual2013.telefonica.com/>

Por categorías, el origen de la información que se presenta en este Informe es el siguiente:

- **Gobierno Corporativo y accionistas.** Procede de las mismas fuentes que elaboran la información que se incluye en el Informe Anual de Gobierno Corporativo 2013.
- **Información económica y financiera.** Proviene de las mismas fuentes que elaboran la información que se incluye en el Informe Financiero 2013, auditado por Ernst & Young.
- **Innovación.** Se consolida a través del área corporativa de Innovación de Telefónica Digital, en colaboración con Telefónica I+D y Telefónica Global. Las fuentes de los datos de estos capítulos proceden de los sistemas de compras y son consolidados sin aplicar ningún criterio de proporcionalidad.
- **Clientes.** Procede de los sistemas de control de calidad de Telefónica y de los de operaciones de Telefónica Latinoamérica y Telefónica Europa. El número de accesos totales de la Compañía 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 corporativa estandariza algunos criterios de contabilización de accesos. El criterio de estandarización se expresa en el capítulo correspondiente.

- **Empleados.** La cifra procede de los sistemas de gestión de Recursos Humanos. En los casos en los que la información se presenta consolidada, se utiliza la cifra de empleados como factor de proporcionalidad. La sección destinada a ellos incluye todo el perímetro económico del Grupo Telefónica, excepto en el capítulo de Seguridad y Salud del Empleado, en el que las tasas que se reportan son sólo de los negocios de telecomunicaciones del grupo, de manera tal que puedan ser más fácilmente comparables con otras compañías del sector ya que se contemplan circunstancias y legislaciones específicas del sector en su elaboración (p.e. catalogación de enfermedades profesionales).
- **Medio ambiente y cambio climático.** La información llega de las áreas de Medio Ambiente y Operaciones a través de cuestionarios online y otros soportes informáticos. Los datos se consolidan por suma simple y, en el caso de cambio climático, se tienen en cuenta los factores de emisión del GHG Protocol.
- **Proveedores.** Proviene 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 y se presenta desglosada por países o líneas de negocio. Es importante destacar la diferencia entre los datos de aprovisionamientos en las cuentas

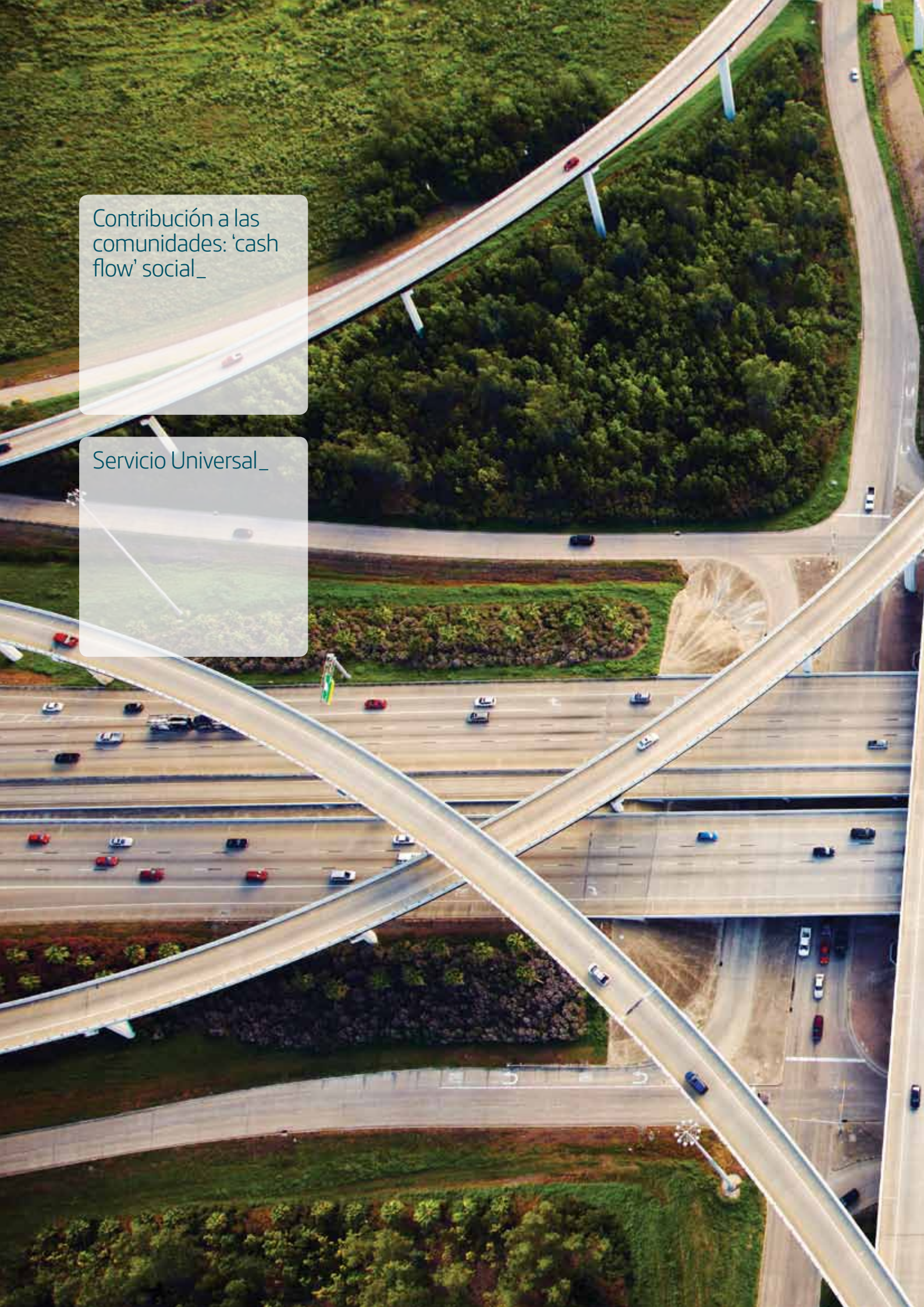
consolidadas de los estados financieros (de acuerdo al criterio de devengo y el perímetro de consolidación contable del Grupo Telefónica) y el criterio de compras adjudicadas utilizado en distintos apartados de este informe y que se refiere a las compras que son aprobadas en el periodo, independientemente de su criterio de contabilización y periodificación como gasto.

- **Inclusión digital.** La información llega de los sistemas de control de calidad, operaciones y regulación de Telefónica Latinoamérica, Telefónica Europa, Telefónica Digital y Fundación Telefónica, así como de los Informes de Innovación Social que edita el área de Sostenibilidad y RSC de la Compañía.
- **Acción social.** Los datos proceden de los sistemas de control de gestión y comités de patrocinios de Fundación Telefónica y el Grupo Telefónica y se integra bajo verificación LBG en soporte informático conjunto.
- **Tipos de cambio.** Toda la información de este Informe se presenta en pesos argentinos corrientes, salvo indicación contraria. Los tipos de cambio aplicados se corresponden con los utilizados en todos los estados financieros publicados por la Compañía (balance, cuentas de resultados consolidadas e individuales) con el objetivo de facilitar la relación integral entre variables financieras y variables no financieras.

A lo largo de este Informe, se incluyen enlaces a otras informaciones, que proporcionan mayor desglose sobre determinados asuntos aquí tratados. No obstante, la información de estos links no forma parte integrante de este Informe.

Los informes  
están disponibles  
en [http://Atlas.  
telefonica.com](http://Atlas.telefonica.com)





Contribución a las comunidades: 'cash flow' social\_

Servicio Universal\_





# 2. Telefónica, motor de progreso\_



TELEFONICA MOTOR DE PROGRESO

# Contribución a las comunidades: 'cash flow' social

*Telefónica tiene vocación de ser un motor de desarrollo económico, social y tecnológico de las comunidades en las que está presente.*

La visión de Telefónica es transformar en realidad las posibilidades que ofrece el nuevo mundo digital.

La visión de Telefónica es transformar en realidad las posibilidades que ofrece el nuevo mundo digital, combinando activos de una empresa de telecomunicaciones con activos digitales tradicionales para ayudar a la gente a acceder y disfrutar de lo mejor que la tecnología puede ofrecer.

Las nuevas tecnologías son una fuente de oportunidades de innovación social que dan lugar a productos, servicios e ideas que satisfacen necesidades sociales al mismo tiempo que crean nuevas relaciones y colaboraciones entre agentes e instituciones del mundo público, privado y del tercer sector.

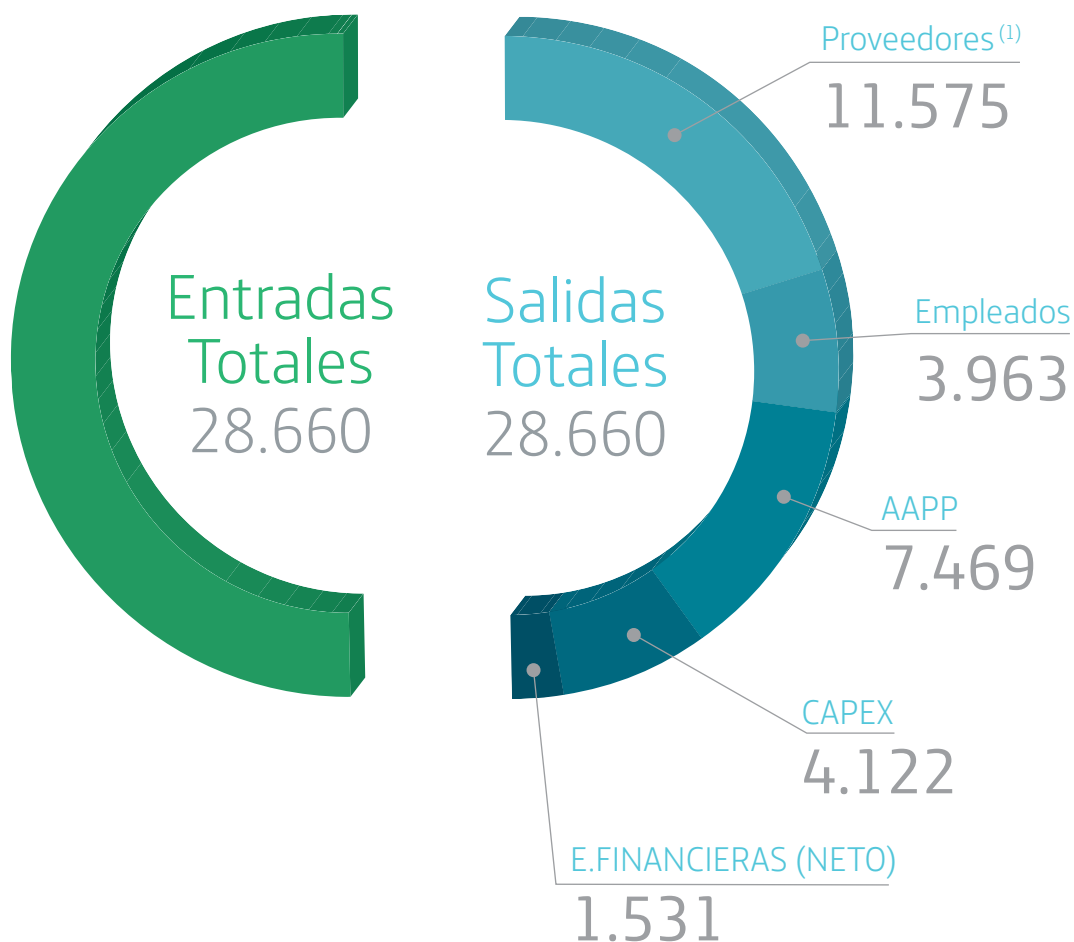
En este sentido, la compañía ha creado diferentes unidades de desarrollo de productos y servicios que abarcan, entre otros, *Cloud Computing* (servicios en la nube), *eHealth*, Servicios Financieros, M2M (conexiones máquina a máquina), Vídeo y Hogar Digital, Aplicaciones y Seguridad.

Con el fin de brindar infraestructura a estos servicios y ampliar la cobertura y capacidad de su red, Telefónica en la Argentina continuará realizando fuertes inversiones en tecnología alcanzando en 2014 el despliegue de fibra óptica en más de 1.500 armarios de centrales telefónicas, lo cual permitirá ofrecer mayores velocidades de banda ancha. Es compromiso de Telefónica fortalecer la confianza de los Clientes, Empleados, Accionistas, Proveedores, Organismo Regulador y la Sociedad utilizando el Modelo de Gestión de Calidad, generando el mejor lugar para trabajar, de manera de incrementar la eficacia del sistema de gestión y suministrar productos y servicios de calidad.

En esta línea, Telefónica en la Argentina ha definido las siguientes prioridades de gestión para el corto y mediano plazo:

- Contribuir al desarrollo económico y social, profundizando el papel de aliado estratégico del país;
- Asegurar el sostenimiento del negocio tradicional (servicios básicos) y sumar a este compromiso nuevos productos y servicios de valor agregado para el segmento residencial, pequeñas y medianas empresas, grandes empresas y gobierno;
- Continuar con la inversión en red para brindar un servicio superador, invirtiendo en despliegue nuevas tecnologías como VDSL y fibra óptica para banda ancha y soluciones inalámbricas para el servicio de telefonía básica;
- Simplificar la oferta de productos y servicios para acercarse al cliente de una manera más fácil, focalizándose en el aporte de valor agregado generado;
- Agilizar el uso de los sistemas de gestión y comercialización para lograr una rápida respuesta a las distintas necesidades de los clientes;
- Evolucionar los sistemas de atención al cliente ofreciéndoles una real integración entre los canales telefónicos, presenciales y virtuales y así mejorar aún más el entendimiento de las necesidades de los mismos;
- Acompañar a los clientes corporativos y a las pequeñas y medianas empresas en su crecimiento, brindando soluciones integrales basadas en tecnología de la información;
- Orientar todos los procesos de la compañía hacia la calidad del servicio, generando una experiencia del cliente superadora y homogénea;





**Nota:** Datos en millones de pesos. Consolidado Telefónica de Argentina S.A. + Telefónica Móviles Argentina S.A. (Movistar Argentina). La información de este gráfico está calculada con criterio de pagos y toma en cuenta el perímetro de consolidación contable de los estados de flujos de efectivo consolidados, de los ejercicios anuales terminados el 31 de diciembre

<sup>(1)</sup> Incluye todos los proveedores por gastos de explotación, incluidos los de interconexión y de leasing operativo

Ingresos/PBI(%)	Magnitudes
1,1%	Empleados 17.139
	Proveedores locales 1.298
	% compras locales 88,1%
	Accesos (miles) 26.650,7

- Potenciar y desarrollar el Capital Humano de Telefónica para posicionarla como una de las mejores compañías para trabajar en el país;
- Continuar con una adecuada gestión de la caja cumpliendo con los compromisos asumidos.

En síntesis, la estrategia de negocio de largo plazo de la Compañía consiste en mantener y mejorar la posición en el mercado competitivo de las telecomunicaciones en Argentina. Esto implica innovar en el desarrollo de nuevas ofertas de servicios de telecomunicaciones, tanto los servicios tradicionales, como la Banda Ancha y servicios de valor agregado, para clientes corporativos y residenciales.

En esta línea, la Compañía continuará realizando inversiones significativas en el servicio tradicional y en el de Banda Ancha, potenciando los contenidos y variedad de servicios multimedia de valor agregado que se pueden prestar sobre dicho servicio y mejorando la experiencia de los clientes con los servicios.

La Compañía considera que la implementación de esta estrategia de negocio de corto y mediano plazo, continuará teniendo un efecto beneficioso sobre la competitividad en el sector de las telecomunicaciones y sobre la sociedad.



TELEFONICA MOTOR DE PROGRESO

# Servicio Universal

*El objetivo del Servicio Universal consiste en establecer mecanismos de financiación adecuados para lograr la extensión de los servicios de telecomunicaciones a toda la población a fin de asegurar a todos los ciudadanos un mínimo común de servicios en condiciones de igualdad y a un precio asequible*



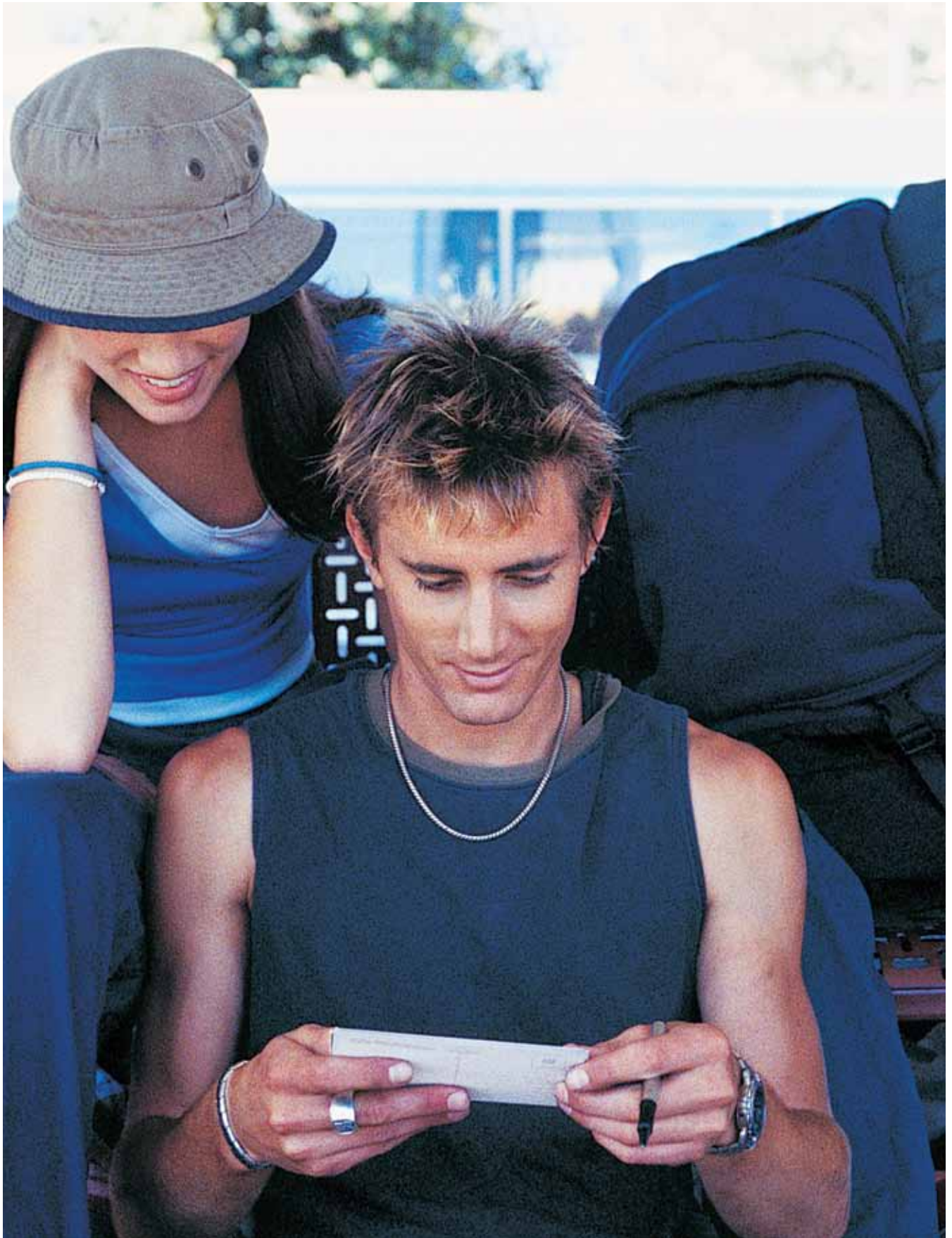
Los acuerdos públicos de Servicio Universal existen en ocho de los países en los que Telefónica ofrece sus servicios.

El denominado Servicio Universal implica la garantía de llegar a toda la población con servicios de calidad a precios asequibles. En cada caso, el regulador sectorial, en aquellos países que deciden establecerlo, especifica los diferentes servicios que se engloban bajo esa denominación, las condiciones en que se prestan, así como los operadores que asumen esta responsabilidad. En el caso de Telefónica, el Servicio Universal se ofrece actualmente en Argentina, Brasil, Colombia, España, Perú, República Checa, Venezuela y Ecuador.


## Servicios Universal Argentina

	2013
	Moneda Local
Argentina	135.133.813









La responsabilidad corporativa y la sostenibilidad, parte de la visión de Telefónica\_

Estructura de la Reputación y Sostenibilidad Corporativas en Telefónica\_

Materialidad: centrados en los asuntos clave\_

La interacción de los grupos de interés de Telefónica\_





# 3. Nuestro enfoque



NUESTRO ENFOQUE

# La responsabilidad corporativa y la sostenibilidad, parte de la visión de Telefónica\_

*La visión de la Compañía parte del convencimiento de que la tecnología debería estar al alcance de todas las personas, empresas y administraciones públicas para que puedan Ser más\_*

Telefónica ayuda a las personas a acceder, comprender y disfrutar de lo que la tecnología puede ofrecerles.

La tecnología es increíble y cada día nos sorprende con nuevos avances. Pero la tecnología no es nada sin las personas. Lo realmente importante es cómo potencia sus vidas.

La tecnología transforma la manera en la que las personas se comunican, se informan, se divierten, compran, comparten y aprenden. La tecnología también potencia a las empresas, brindándoles nuevas oportunidades de negocio e incrementando su productividad.

### ¿Por qué trabajamos cada día?

Como consecuencia de esta realidad, en Telefónica creemos que todo el mundo debería tener a su alcance la tecnología para "poder ser más". De esa forma, todos podremos hacer más cosas, vivir mejor, ser más\_. Y tenemos esta creencia por tres motivos.

Primero, porque la tecnología digital ofrece nuevas oportunidades para las personas y tiene el poder de transformar la sociedad de manera positiva. Por ello, asumimos la responsabilidad de liderar esta transformación, creando oportunidades para todos y no sólo para unos pocos.

Segundo, porque acercar la tecnología a las personas requiere unas capacidades especiales; y en Telefónica tenemos una oportunidad única. Podemos acercar la tecnología a las personas a través de nuestras redes y nuestras capacidades comerciales. Esto es lo que mejor sabemos hacer.

Y tercero, porque la tecnología está creando una revolución imparable e irreversible en nuestra industria. Podemos beneficiarnos de las oportunidades que surgen para aquellas compañías que mejor respondan a las necesidades de los clientes.

**Todos podemos Ser más\_**



El mundo digital crea nuevas oportunidades de negocio. Queremos que nuestros accionistas sean más\_, beneficiándose de los ingresos de nuestro futuro digital.



Todos tenemos el objetivo de desarrollar nuestro potencial como profesionales. Queremos que nuestros empleados sean más\_, logrando lo mejor para ellos mismos, para sus equipos y para sus clientes. Tenemos el compromiso de ser un *Great Place to Work*.



La tecnología cambia la forma de vida de las personas. Queremos que nuestros clientes sean más\_ descubriendo, comprendiendo y usando la tecnología para mejorar sus vidas.





## ¿Cómo trabajamos cada día?

*Discover, Disrupt, Deliver* definen nuestra forma de trabajar. Estas tres actitudes resumen tanto nuestros actuales comportamientos corporativos y valores de marca, como las expectativas de nuestros clientes, empleados y analistas.

## ¿Qué hacemos por nuestros clientes?

La conectividad es el primer paso en el mundo digital. Ser una Telco Digital significa dar un paso más. Nuestra misión es actuar como guía de las personas y negocios. Les ayudamos a acceder, comprender y disfrutar más de lo que la tecnología puede ofrecerles. Esto significa que vamos a utilizar nuestro conocimiento del mercado, nuestras redes, nuestra tecnología y nuestra capacidad comercial para ofrecerle servicios digitales sencillos, inteligentes, seguros y divertidos. En resumen, una Telco Digital acerca lo mejor de la tecnología a las personas.

## ¿Cómo trabajamos?



**'Disrupt'**. Nos anticipamos al cambio e innovamos con nuestro conocimiento del mundo digital y nuestro espíritu de apertura. *Disrupt* significa mejorar las reglas del juego para generar más valor para nuestros clientes y para Telefónica.



**'Discover'**. Siempre hemos sido conscientes de la importancia de estar enfocados a nuestros clientes. Pero ahora, en el mundo digital, es para nosotros el momento de descubrir lo que necesitan.



**'Deliver'**. Sacamos el mayor partido de nuestra escala global sin dejar de ser ágiles, permitiéndonos cumplir con nuestra promesa de llevar la tecnología a las personas.



Empresas

La tecnología ofrece nuevas oportunidades de negocio y aumenta la productividad. Queremos que las empresas puedan *ser más\_* gracias a las herramientas y conocimientos que les permitan adaptarse al ritmo que exige el mercado.



Instituciones

Las instituciones tienen el reto de acelerar el desarrollo socioeconómico. Queremos que las instituciones puedan *ser más\_* transformadoras y por eso colaboramos abiertamente con ellas.



Socios

En el mundo digital, las empresas no pueden hacerlo todo por su cuenta. Queremos que nuestros socios, empresas en crecimiento y emprendedores *sean más\_* gracias a nuestra escala, visión y experiencia.



Sociedad

La sociedad busca el progreso socioeconómico y la protección del medio ambiente. Queremos que pueda *ser más\_* aprovechando las oportunidades de la tecnología.





La sostenibilidad corporativa es una fuente de competitividad y progreso: ayuda a reducir el riesgo, aumenta el valor de marca y la diferenciación ante los clientes.

### La sostenibilidad en la visión de Telefonica

Estamos viviendo una revolución social y económica sin precedentes en la Historia de la Humanidad, provocada por las posibilidades que abre la tecnología a las personas. Nuestra misión es acercar estas posibilidades de la tecnología a todas las empresas y personas, de manera que puedan vivir mejor, hacer más cosas y *Ser más...*

La estrategia de sostenibilidad de la compañía forma parte de esta misión, y se traduce en resultados claros:

- Ayudamos a la gente a vivir mejor. En Telefónica estamos convencidos de que con nuestra tecnología y servicios podemos ayudar a mejorar la calidad de vida y seguridad de nuestros usuarios.
- Transformamos la sociedad. En Telefónica sabemos que allí donde hay TIC, hay desarrollo y oportunidades, y que las nuevas tecnologías son una fuente de emprendimiento e innovación social.
- Cuidamos el planeta. En Telefónica trabajamos para gestionar eficientemente los potenciales riesgos ambientales de nuestra operación, y brindar servicios que promuevan la sostenibilidad ambiental de personas y ciudades.

### ¿Cuál es nuestra gestión estratégica de sostenibilidad?

La transparencia empresarial y la gestión de la ética recogidas en los Principios de Actuación

de Telefónica permiten generar confianza en los mercados y, en general, entre los grupos de interés de la Compañía.

La sostenibilidad corporativa es una fuente clara de competitividad y progreso: ayuda a reducir la prima de riesgo en los mercados financieros, aumenta el valor de marca y la diferenciación ante los clientes, facilita la fidelización de los empleados, garantiza un proyecto estable como empresa, y, de cara a la sociedad, afianza la legitimidad para operar y permitir el desarrollo sostenible de las comunidades en las que Telefónica está presente.

En Telefónica, la sostenibilidad se analiza desde una perspectiva de valor con tres líneas principales: crecimiento en la actividad, incremento en la rentabilidad y la gestión del riesgo. Centrándose en la calidad, la innovación y la productividad para crear una ventaja competitiva y valor a largo plazo.

Esto se traduce, en una serie de proyectos clave vinculados a la operación con criterios de sostenibilidad (económico, social y ambiental) 100% alineados con la misión de la compañía, y ofrecer una gestión responsable y transparente en todo nuestro footprint.

Protección del menor, sostenibilidad en la cadena de suministro, la privacidad y libertad de expresión, los derechos humanos en todas sus vertientes, la gestión de las oportunidades vinculadas al impacto positivos de nuestros servicios en la sociedad y en el medio ambiente, son algunos de los proyectos en desarrollo.



Todo ello debe ir muy en sintonía con el denominado *stakeholder engagement*, que nos ayuda a incorporar a Telefónica en debates en materia de sostenibilidad, fuera de los tradicionales que, por necesidad de proyectos, se gestionan dentro de los mismos.

Los avances y resultados de esta gestión ven su luz en el Informe de Sostenibilidad Corporativo, teniendo como referencia los resultados de la matriz de materialidad, bajo el marco de estándares globales de reporte, que son verificados externamente. Con ellos informamos a todos nuestros stakeholders de los principales avances en materia de gestión y evolución de indicadores, además de comunicar cuáles son los objetivos para los nuevos cursos.

La sostenibilidad de Telefónica está clasificada entre las mejores del sector por los más relevantes analistas del mismo, y sus acciones son reconocidas por los más prestigiosos índices de sostenibilidad globales, como el Dow Jones Sustainability Index (DJSI), el Carbon Disclosure Project (CDP), Sustainalytics, Oekom, FTSE, etc.





NUUESTRO ENFOQUE

# Estructura de la Reputación y Sostenibilidad Corporativas en Telefónica\_

El modelo de Sostenibilidad de Telefónica se estructura mediante una gestión estratégica y ejecutiva operacional con base corporativa.

El modelo de Sostenibilidad de Telefónica se estructura mediante una gestión estratégica y ejecutiva operacional con base corporativa. Este modelo se manifiesta en los órganos y unidades que la compañía tiene en el ámbito corporativo y en los países donde está operando.

La Dirección Global de Reputación y Sostenibilidad Corporativas es la responsable de la gestión estratégica de Sostenibilidad, reportando directamente a la Dirección Global de Asuntos Públicos y Regulatorios. Para la supervisión de los aspectos relacionados con la sostenibilidad, Telefónica cuenta con una Comisión en el Consejo de Administración.

## Órganos de Gobierno

En mayo de 2013 el Consejo de Administración acordó la constitución de la Comisión de Asuntos Institucionales como órgano superior de gobierno de Reputación y Responsabilidad Social Corporativa, sustituyendo así a la Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa, creada en 2002.

De esta manera, se consolida y se refuerza la ejecución y desarrollo de nuestra estrategia de sostenibilidad con el resto de cuestiones de asuntos públicos, para tener un mejor conocimiento de las demandas y expectativas de todos nuestros grupos de interés.

## Funciones de la Comisión de Asuntos Institucionales

- Analizar, informar y proponer al Consejo de Administración los principios a los que debe acomodarse la política de Patrocinios y Mecenazgo del Grupo, realizar su seguimiento, así como aprobar individualmente aquellos patrocinios o mecenazgos cuyo importe o importancia excedan del umbral fijado por el Consejo, y deban ser aprobados por este.
- Impulsar el desarrollo del proyecto de Reputación y Sostenibilidad Corporativas del Grupo Telefónica, junto con la implantación de los valores centrales de dicho Grupo.

La Comisión de Asuntos Institucionales dispone de un calendario de reuniones y un plan anual de actividades. Así, la Comisión se reúne mensualmente con carácter general, conforme al calendario establecido, y cuantas otras veces resulte oportuno, previa convocatoria del Presidente. Durante 2013, tal y como estaba previsto, la Comisión de Asuntos Institucionales ha celebrado seis reuniones para analizar determinadas cuestiones y aspectos relativos a la reputación y a la responsabilidad social del Grupo Telefónica.

## Órganos de gestión

El área de Reputación y Sostenibilidad Corporativas trabaja con la visión de facilitar, mejorar y medir la gestión de la reputación corporativa de Telefónica generando programas





y acciones sistemáticas que tiendan a generar un mayor nivel de confianza y respeto por parte de los *stakeholders* para facilitar así la construcción del nuevo posicionamiento público. Para materializarlo, desde el área se promueve, de forma transversal en la compañía, un modo responsable y sostenible en la forma de hacer negocios a través de:

- 1) La identificación, prevención y mitigación de posibles riesgos reputacionales (puros y derivados de la actividad),
- 2) De la gestión de los principios de actuación o código ético, y
- 3) Del desarrollo de políticas, normativas y proyectos para desplegar los principios de actuación y todo ello con el objetivo de responder a nuevas demandas regulatorias.

La dirección de Reputación y Sostenibilidad Corporativas está englobada en el área de Asuntos Públicos de la Compañía, cuya misión es difundir y transmitir el posicionamiento público digital de Telefónica en todos aquellos espacios y ámbitos públicos internacionales relacionados

con el mundo Internet, el refuerzo de nuestra posición en Europa y Latinoamérica, la mejora de nuestra reputación en todos los países donde Telefónica está presente y la nueva política de explotación digital de los patrocinios.

### La Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad en los países

El equipo de Reputación y Sostenibilidad Corporativas tiene presencia internacional a través de colaboradores directos en los países en los que Telefónica desarrolla operaciones, para así implementar los proyectos globales y desarrollar sus propios proyectos en función de su contexto local. De esta manera, la Compañía ofrece respuestas locales a los asuntos específicamente relevantes de cada país.

En la Argentina la gestión de la Reputación y Sostenibilidad Corporativas está a cargo de la Dirección de Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas, que depende de la Dirección General de Relaciones Institucionales, Comunicación e Imagen y Seguridad Corporativa.

El equipo de Reputación y Sostenibilidad Corporativa tiene presencia internacional a través de colaboradores directos en los países en los que Telefónica desarrolla operaciones.



NUESTRO ENFOQUE

# Materialidad: centrados en los asuntos clave

*Hemos dado un paso importante en la metodología de la Materialidad, con el objetivo de transmitir mejor a los mercados y a la sociedad las cuestiones relacionadas con la sostenibilidad haciendo una memoria más creíble y fácil de usar*

El proceso de análisis de Materialidad ha permitido elaborar una matriz general que refleja qué asuntos son objeto de reporte y matrices específicas para cada aspecto material relevante.

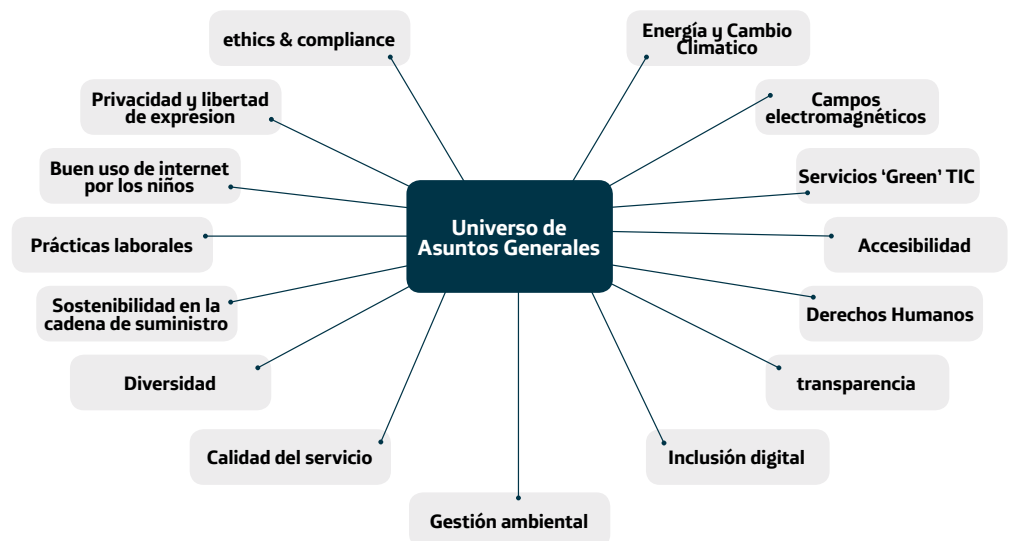
Aprovechando el marco que nos ofrecía la versión G4 del Global Reporting Initives (GRI), en Telefónica hemos querido dar un paso más en lo referente a nuestra matriz de materialidad para así centrarnos en aquellos asuntos que resultan claves para nuestra actividad y nuestros principales grupos de interés.

De esta manera, hemos realizado un análisis de materialidad elaborando un procedimiento global que ha permitido conocer los aspectos materiales

que reflejan los efectos económicos, ambientales y sociales significativos, y también aquellos que tienen una relevancia mayor en las evaluaciones y decisiones de los grupos de interés, tanto a escala corporativa como de país.

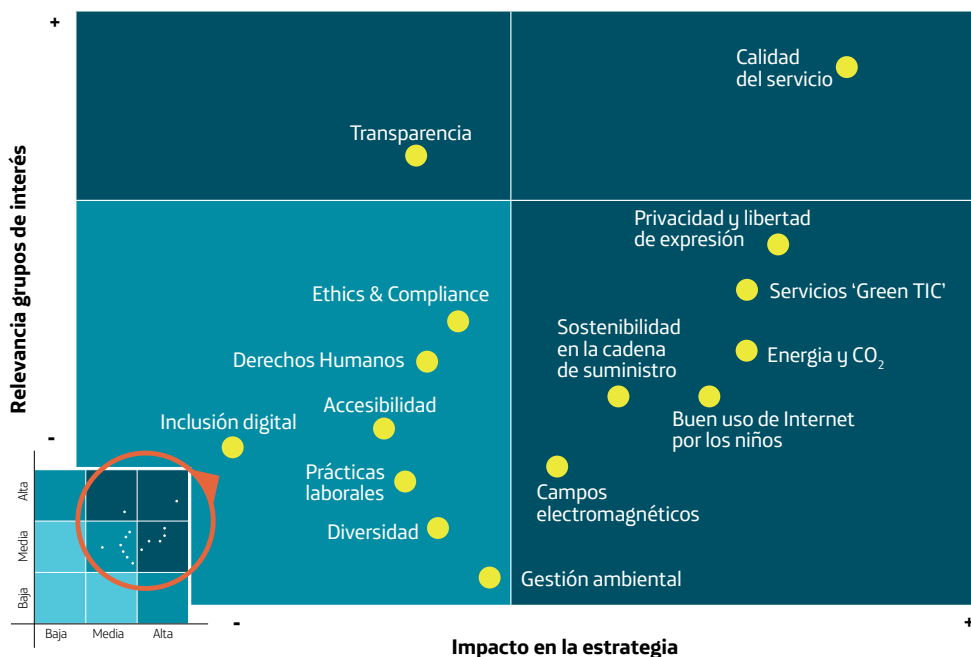
Este procedimiento nos ha permitido elaborar una matriz general más exhaustiva que refleja qué asuntos son objeto de reporte y una matriz específica para cada aspecto material relevante.

## Identificación de asuntos generales relevantes





## Matriz de materialidad



Las fases del proceso de análisis son:

### 1. Identificación de asuntos generales relevantes:

Para identificar los asuntos generales relevantes se analizó las tendencias del sector, los indicadores de GRI G4 y se realizaron entrevistas con los grupos de interés internos. Se identificaron 15 temas relevantes.

### 2. Identificación de asuntos específicos relevantes:

Por cada asunto general se realizaron entrevistas individuales con expertos de las áreas involucradas para analizar e identificar qué aspectos eran materiales. Se identificaron un total de 67 asuntos específicos

### 3. Identificación de 'stakeholders' afectados:

Resultado de nuestro diálogo continuado con nuestros grupos de interés identificamos a todos aquellos con los que mantenemos una estrecha colaboración ponderándolos en función del impacto y relevancia para la Compañía.

### 4. Evaluación del impacto en la gestión de la Compañía:

Para determinar si un aspecto era material se llevó a cabo un análisis cualitativo conforme a cuatro parámetros y evaluados bajo un criterio común:

#### → Visión y relevancia estratégica de la Compañía y de Sostenibilidad:

La visión de la Compañía parte del convencimiento de que la tecnología debería

estar al alcance de todas las personas, empresas y administraciones públicas para que puedan *Ser más... Discover, Disrupt, Deliver* definen nuestra forma de trabajar. Estas tres actitudes resumen tanto nuestros actuales comportamientos corporativos y valores de marca, como las expectativas de nuestros clientes, empleados y analistas. Bajo estos criterios se analizó si cada uno de los asuntos relevantes identificados se ajustaba a la visión y estrategia de la Compañía

#### → Tendencias de nuestros pares de la Industria:

Analizamos si cada uno de los temas relevantes estaba siendo tratados por las compañías de la Industria.

#### → Iniciativas sectoriales y tendencias de Sostenibilidad internacional:

Evaluamos si los asuntos generales identificados estaban siendo considerados por los principales organismos sectoriales e índices de Sostenibilidad. (GESI, ITU, DJSI, GSMA, CDP, ISO, etc.).

#### → Contexto normativo:

Se analizaron leyes, regulaciones, acuerdos internacionales y acuerdos voluntarios relevantes para cada uno de los asuntos identificados.

### 5. Evaluación de la Relevancia para los grupos de Interés:

Identificamos los stakeholders principales en cada uno de los asuntos generales utilizando toda la información de los diferentes mecanismos existentes en nuestro diálogo habitual con ellos.





## NUESTRO ENFOQUE

# La interacción con los grupos de interés de Telefónica

*En Telefónica sabemos que la comunicación interactiva con todos nuestros grupos de interés, presencial y 'online', nos ayuda a buscar resultados positivos tanto para nuestra Compañía como para todos los colectivos implicados*

Conocer las cuestiones que más preocupan a los *stakeholders* de Telefónica es la base sobre la que se asientan los proyectos de sostenibilidad de la Compañía.

En nuestro día a día asumimos la responsabilidad de compartir aquellos temas relacionados con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) que más interesan y preocupan a nuestros grupos de interés. De esta manera podemos identificar la relevancia e impacto de las mismas, lo que nos ayuda a buscar resultados precisos y positivos entre todos.

Para ello colaboramos activamente con diferentes grupos de interés (*stakeholders*) especializados para mejorar este intercambio. Entre ellos figuran entidades gubernamentales, ONG, asociaciones de consumidores, académicos y científicos, empleados e inversores. Conocer las cuestiones que más preocupan a los *stakeholders* de Telefónica es la base sobre la que se asientan los proyectos de sostenibilidad de la Compañía.

En Telefónica en la Argentina disponemos de 35 canales *online* con las marcas Telefónica y Movistar, para comunicarnos con las diferentes audiencias (dato de agosto de 2014). De ellos, un 11% se apoya en Twitter; un 88%, en Facebook; un 1% en otras.

Los objetivos que perseguimos en Telefónica con este diálogo son, sobre todo, conocer mejor las opiniones y expectativas de los grupos de interés; ofrecerles un canal ágil y eficaz de atención y resolución de incidencias; facilitarles información de forma más personalizada, establecer una conexión emocional con ellos y mejorar la percepción que tienen de nosotros, para afianzar nuestra legitimidad a la hora de operar en los diferentes mercados.

### Conversando sobre el impacto digital

Para apoyar y mostrar la transformación digital de la Compañía, los canales *online* reforzaron los contenidos y centraron la conversación tanto sobre los nuevos negocios digitales (M2M

o *Machine to Machine, Big Data, Cloud*, publicidad móvil, seguridad digital, etc.), como sobre su papel como parte de la solución a las grandes preocupaciones de la sociedad (educación, salud, inclusión digital, eficiencia energética, gobierno abierto, etc.).

Esta tendencia se reflejó en blogs como Tendencias Digitales, *Think Big*, *Telefónica's Digital Hub*, M2M, Red de Cátedras Telefónica, y Sostenibilidad y sus cuentas en las diferentes redes sociales.

Asimismo, la mayoría de los debates que se realizaron durante el pasado ejercicio en la plataforma de diálogo *online* RConversa, se centraron en el mundo digital. Las TIC en el ámbito de la salud; las tecnologías de la educación en la nueva era digital; los MOOC; el emprendimiento en el mundo digital; las ciudades digitales y el gobierno abierto, fueron algunos de los temas de los 13 debates organizados.

Ya en marzo de 2014, Telefónica ha publicado su posicionamiento público en el nuevo ecosistema de Internet. *El manifiesto, titulado Un Manifiesto Digital. Una Internet abierta y segura para todos*, destaca los asuntos políticos y los retos para liberar todo el potencial del mundo digital para los consumidores, empresas y administraciones, a la vez que proporciona 10 recomendaciones para mejorar la experiencia de los consumidores en Internet y generar más inversión en infraestructuras digitales.

Además, representa una oportunidad para abrir el debate a escala internacional ante organismos, reguladores, industria y usuarios para definir las políticas públicas que deben adoptarse en el nuevo entorno para impulsar el desarrollo de la sociedad y la economía digitales.



## Grupo de interés identificados

## Metodología de diálogo

## Algunos ejemplos de compromiso e interacción

### Cientes



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 Estudios de Mercado, foros de debate, etc.

[www.telefonica.com.ar/atencion-al-cliente](http://www.telefonica.com.ar/atencion-al-cliente)  
[www.movistar.com.ar/atencion-al-cliente](http://www.movistar.com.ar/atencion-al-cliente)  
[https://www.facebook.com/TelefonicaComAr/app\\_1518311861714459](https://www.facebook.com/TelefonicaComAr/app_1518311861714459)  
[https://www.facebook.com/comunidadmovistarargentina/app\\_238477866348908](https://www.facebook.com/comunidadmovistarargentina/app_238477866348908)  
<http://ctc.telefonicomar.com/twitter/>  
<http://www.movistar.com.ar/atenciontwitter/>  
<https://comunidad.movistar.com.ar/>

### Empleados



Promovemos distintos canales de comunicación interna que tienen como objetivo establecer vías de diálogo con los empleados e impulsar un modelo de comunicación horizontal e integrador que promueva una cultura de trabajo colaborativa

### Accionistas



<http://www.telefonica.com.ar/accionistaseinversores/>

### Proveedores



A través de la encuesta bienal de satisfacción de proveedores, y las evaluaciones de calidad incluidas dentro de los sistemas de calidad de las distintas operadoras.

<http://www.telefonica.com.ar/proveedores/>

## Herramientas para los profesionales

Los empleados de Telefónica disponen del sitio web Telefónica y la Comunicación 2.0, en el que se promueve el uso responsable de los canales de *Social Media*, a través de recomendaciones de actuación, un curso *online* y de la Política de Redes Sociales de la Compañía.

Asimismo, en Telefónica fomentamos el uso de la Red Social Empresarial (RSE) con los objetivos de comunicar e impulsar su transformación cultural hacia una Telco Digital y reforzar el compromiso de sus profesionales en este cambio, facilitando la cooperación. Esta red interna –Yammer– cuenta ya con más de 55.000 empleados registrados, incorporándose de media cada mes otros 2.000 profesionales. Al cierre de este informe Yammer contaba con más de 400 comunidades de interés activas en la red principal (Red Global).

En la Argentina existen además los canales locales ADN, la red colaborativa del Grupo Telefónica, punto de encuentro en el cual los empleados de la compañía comparten su vida profesional y personal, a través de herramientas on line que fomentan el trabajo en equipo y la camaradería, con más de 12.000 usuarios activos y el Portal web Mobile de noticias, con 1.000 usuarios únicos por día.

En la actualidad, todos los canales globales de comunicación interna en Telefónica son bidireccionales, y recogen la opinión y valoración de los profesionales. En 2013, las informaciones más vistas en el boletín online diario fueron las referidas a ventajas para los empleados (ofertas, sorteo de regalos, becas...) y a la organización y los resultados de la Compañía. Lo más visto en la revista corporativa online fue lo relativo a la estrategia de Telefónica para convertirse en una Telco Digital.



Ética y cumplimiento\_

La satisfacción del cliente\_

Prácticas laborales\_

Libertad de asociación y diálogo social\_

Seguridad y salud de nuestros trabajadores\_

Sostenibilidad en la cadena de suministro\_

Derechos Humanos\_





# 4. Gestión responsable\_



GESTIÓN RESPONSABLE

# Ética y cumplimiento

*Como parte de nuestro ADN, la ética es pieza fundamental en el proceso de transformación hacia una Telco Digital*

El Código Ético de Telefónica, avalado por el Consejo, marca nuestros Principios de Actuación.

Para Telefónica es prioritario que nuestros empleados conozcan el espíritu y contenido de nuestro código ético. Es la base para la construcción de una cultura donde los empleados entienden lo que se requiere de ellos y cuál es su responsabilidad en el cumplimiento de los Principios de Actuación.

Del mismo modo, confiamos que nuestros socios y proveedores cumplan con unos principios similares a los nuestros.

Además, existen una serie de elementos que conforman un entorno de control adecuado. Esto configura nuestro programa anticorrupción, donde el mensaje institucional no da lugar a equívocos en cuanto a la total intransigencia en relación con la corrupción y la ilegalidad.

## Código ético

Nuestro código ético, denominado "Nuestros Principios de Actuación", aprobado por el Consejo de Administración en 2006 y revisado en 2010, se aplica a todos nuestros empleados y operaciones, con independencia del país donde desarrollamos nuestra actividad.

Disponible en cuatro idiomas, el código refuerza nuestro compromiso de actuar en línea con los

principios éticos más exigentes, asociados a la honestidad y confianza, respeto de la ley, la integridad y los derechos humanos. Además, se establecen unos principios específicos orientados a garantizar la confianza de nuestros clientes, profesionales, accionistas, proveedores y la sociedad en general.

El órgano encargado de velar por el cumplimiento del código ético en todo el Grupo es la Oficina de Principios de Actuación. Durante 2013, este organismo incorporó a los nuevos representantes designados por las áreas que integran la Oficina (Auditoría, Secretaría General, Recursos Humanos y Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad), y revisó y actualizó su funcionamiento y responsabilidades, de acuerdo con la nueva organización.

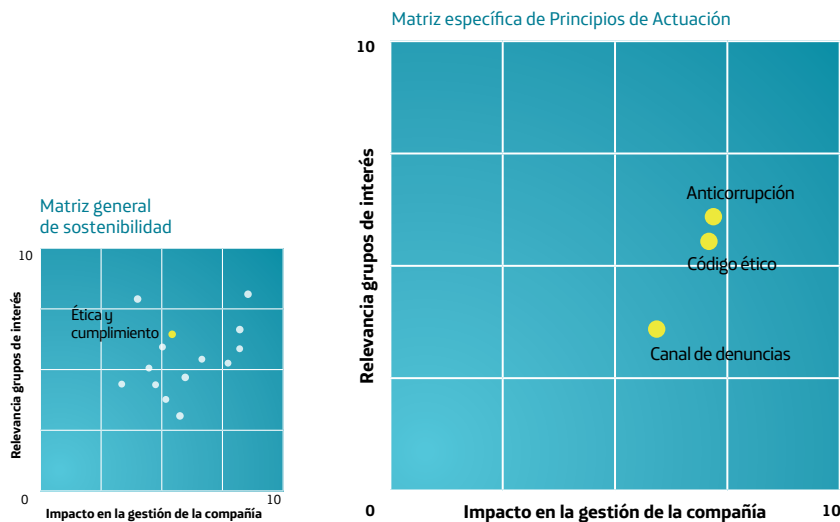
En la Argentina la Oficina de Principios de Actuación está coordinada por la Dirección de Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas, sus representantes locales realizan reuniones periódicas para tratar los temas generales y reuniones específicas de ser necesario tratar algún tema en particular.

## Formación

Dentro de los planes de formación profesional de los empleados ha sido incluida la actividad



## Matriz de materialidad



formativa online sobre Nuestros Principios de Actuación. En él, a través de varios escenarios, se explica la importancia para una empresa de contar con unas directrices éticas, las responsabilidades como profesionales frente a su cumplimiento y los canales de ayuda para plantear cualquier duda o denuncia.

A diciembre de 2013, 11.004 empleados de Telefónica Fija y Movistar Argentina (el 79%) habían superado el curso de Principios de Actuación.

Junto a la formación *online*, se han elaborado diversas actividades formativas presenciales para profundizar en algunos principios éticos, destacando su aplicabilidad. Estos se han impartido, bien en toda la organización, o en aquellas áreas identificadas de riesgo.

Todos los empleados tienen acceso, a través de sus respectivas intranet, a la web de Principios de Actuación, donde pueden encontrar toda la información relativa al código ético y a los mecanismos que aseguran su cumplimiento.

En la Argentina, los empleados también tienen disponible en sus intranet, el Manual de Convivencia, que pretende orientarlos en su quehacer diario, estableciendo normas concretas

que disipen dudas y los ayuden a desarrollar correctamente sus acciones y sus relaciones en el marco amplio de los Principios de Actuación. Adecuando el comportamiento de sus integrantes a dichos valores, Telefónica podrá alcanzar objetivos tan preciados como el mejoramiento continuo, la calidad permanente y la excelencia del servicio.

### Canal Principios de Actuación

Todos los empleados tienen la posibilidad de realizar preguntas, buscar consejo y plantear cuestiones asociadas al cumplimiento de los Principios de Actuación y normativas asociadas, de forma anónima o personal.

El Canal de Principios de Actuación está disponible en la Intranet para empleados, y durante 2013 la Oficina de Principios de Actuación revisó y actualizó el reglamento que contempla su funcionamiento.

En 2013 la Oficina de Principios de Actuación registró, a través del canal de Principios de Actuación, un total de 77 comunicaciones a nivel global. De las 63 con investigación cerrada, 14 resultaron ser procedentes, siendo una de ellas por corrupción (considerado no material) y ninguna por discriminación. Entre las

A diciembre de 2013, más 15.800 empleados de Telefónica en la Argentina (el 75,1% de la plantilla) habían superado el curso de Principios de Actuación.





## Nuestros Principios de Actuación contemplan nuestro compromiso en materia de anticorrupción.

medidas adoptadas se incluyeron tres despidos disciplinarios.

Todas las comunicaciones recibidas fueron tratadas conforme a los principios de respeto, confidencialidad, exhaustividad y fundamento.

En los casos en los que se identificó alguna irregularidad, se informó a la Comisión de Auditoría y Control, dependiente del Consejo de Administración.

### Anticorrupción

Nuestro compromiso es de 'tolerancia cero' con el fraude y la corrupción, ya que entendemos que tienen un impacto negativo en los negocios y en la sociedad en cualquiera de sus formas.

En Telefónica existen una serie de elementos que conforman un entorno de control adecuado en todas nuestras operaciones.

### Normativos

Nuestros Principios de Actuación contemplan nuestro compromiso en materia de anticorrupción.

Además, existen una serie de normativas de aplicación global que desarrollan y complementan este Principio, con objeto de prevenir la corrupción en los procesos identificados con un mayor riesgo: toma de decisiones, compras y contrataciones, pagos, gestión de almacenes, etc.

Algunas son:

- Normativa corporativa sobre regalos, invitaciones y gastos de representación.
- Normativa de aprobación de patrocinios.
- Manual del modelo de compras de Telefónica.
- Normativa de criterios generales sobre contratación de bienes y servicios.

### Gestión de riesgos

Dentro del procedimiento global de identificación de riesgos se incluye la identificación de riesgos de corrupción y soborno en nuestras operaciones, con objeto de establecer e implantar los controles y planes de acción necesarios para su mitigación.

### Elementos organizacionales

Telefónica cuenta con una serie de comisiones y unidades específicas que, a través de su área específica de responsabilidad y experiencia, ayudan a garantizar el cumplimiento de nuestro compromiso de tolerancia cero frente a la corrupción y el soborno:

- Comisiones dependientes del Consejo de Administración: Comisión de Auditoría y Control, y la Comisión de Asuntos Institucionales.
  - Unidades organizativas específicas:
  - Unidades de Auditoría Interna en todos los países en los que el Grupo mantiene intereses significativos.
  - Unidad centralizada de Inspección especializada en trabajos de prevención de fraude e investigación de denuncias y otras situaciones.
  - Unidad de Intervención de Pagos en las empresas más importantes.
  - Dirección Global de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad.
  - Unidad corporativa de Gestión de Riesgos que centraliza y reporta la información de riesgos recibida de las áreas locales de gestión de riesgos, implantadas en las principales operadoras del Grupo.



## Controles

El equipo de Auditoría Interna e Inspección, responsable de los procesos de auditoría y las operaciones dentro del Grupo, realizó en 2013 cerca de 980 trabajos en la totalidad de las empresas y países en los que el Grupo mantiene intereses. Destacamos:

- Un 25% fueron auditorías financieras o de sistemas de información destinadas, fundamentalmente, a la revisión de la existencia y eficacia de controles sobre los procesos financieros que soportan la información de las principales cuentas contables del Grupo. Este ha emitido una certificación sin debilidades materiales o significativas.
- El 19% fueron trabajos dirigidos a la prevención de fraudes, investigación de denuncias o revisión de actuaciones personales.
- Un 8% 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).
- Y otro 7% de los informes fueron destinados a verificar el correcto cumplimiento de otras obligaciones legales (laborales, protección de datos, fiscal, etc.).

En estos trabajos se detectaron casos de mal uso o apropiación de los bienes de la empresa, que fueron origen de 99 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.



## Dow Jones Sustainability Index

- En 2013 Telefónica se situó entre las 10 compañías de telecomunicaciones líderes en el mundo por criterios de sostenibilidad, con 27 puntos porcentuales más que la media del sector, según el *Dow Jones Sustainability Index (DJSI)*, uno de los más exigentes del mundo. Entre las mejores prácticas del sector (*Best in Class*) Telefónica destacó en código de conducta y políticas anticorrupción, entre otros aspectos.



## Integridad

- No ofrecemos o aceptamos regalos, invitaciones u otro tipo de incentivos que puedan recompensar o influir en una decisión empresarial.
- Evitamos o declaramos cualquier conflicto de intereses que pueda anteponer prioridades personales a las colectivas.
- Nos comportamos con rectitud, sin buscar en ningún caso beneficio propio o de terceros a través del uso indebido de nuestra posición o nuestros contactos en Telefónica.



## GESTIÓN RESPONSABLE

# La satisfacción del cliente

*En Telefónica el cliente está en el centro de todo lo que hacemos. Los análisis de satisfacción son una herramienta clave para conocer la calidad del servicio y de la atención que prestamos a nuestros usuarios*

Desde el año 2005, Telefónica en la Argentina desarrolla su Programa de Calidad de manera orgánica y sistemática.

Los accesos totales de Telefónica en la Argentina superaron en 2013 los 26,6 millones, un 9% más que el año anterior, impulsados por los clientes móviles.

Desde el año 2005, Telefónica en la Argentina desarrolla su Programa de Calidad de manera orgánica y sistemática. A través de distintas encuestas de satisfacción y del análisis de los indicadores claves operativos, se realiza un diagnóstico que identifica las principales oportunidades de mejora en términos de satisfacción. A partir de las oportunidades se priorizan aquellas que alineadas con los criterios del Plan Estratégico conforman el Plan de Calidad.

El Plan de Calidad del 2013 comprendió distintos proyectos específicos de mejora en base a diferentes metodologías, como Grupos de Mejora (TRP), Six Sigma y la Implementación / Certificación de distintos Modelos de Calidad como ISO 14000, COPC (Customer Operations Performance Center) para los canales con contacto con clientes, e ITIL (Information Technology Infrastructure Library) para procesos técnicos.

Para medir la satisfacción de nuestros clientes utilizamos la metodología CSI (Customer Satisfaction Index), un indicador que se reporta de forma periódica al Consejo de Administración de la Compañía. Además, la Compañía cuenta con una comisión específica en su Consejo de Administración dedicada a la Calidad del Servicio y Atención Comercial. Esta se reúne trimestralmente para reforzar la orientación al cliente del Grupo.

En 2013, el Índice de Satisfacción del Cliente (ISC) de Telefónica en la Argentina disminuyó en 0,5 puntos respecto al año anterior, situándose en 6,9 puntos sobre 10. La caída producida en el nivel de Satisfacción de los clientes con la compañía se ha producido principalmente en el servicio Móvil, y esto mismo puede apreciarse en todo el mercado de comunicaciones. El incesante crecimiento de la demanda de este servicio en especial de los datos de la mano con la mayor penetración de equipos más sofisticados (*smartphones*), ha hecho que las inversiones realizadas en la red, sean cada vez más crecientes.

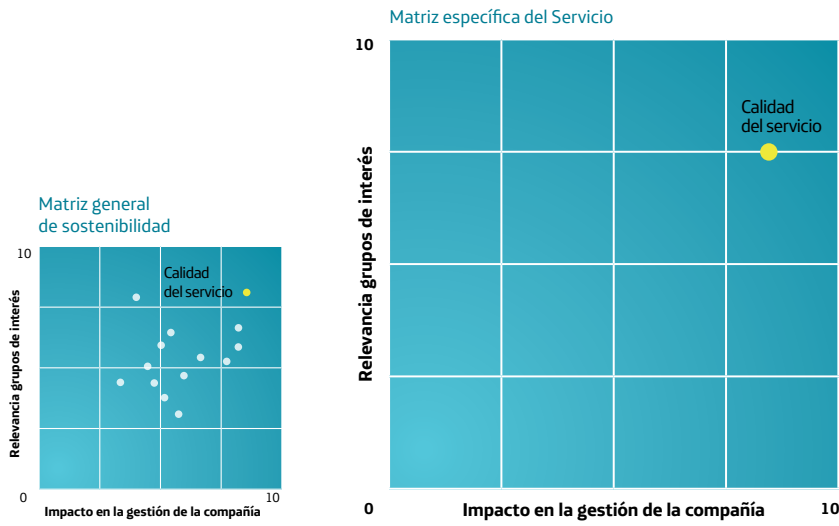
En la Argentina hemos logrado el primer premio –otorgado en Indianápolis, Estados Unidos, por la Sociedad Americana para la Calidad (ASQ)– de la International Team Excellence Competition 2013 por un proyecto de mejora en la calidad de gestión enfocado en la satisfacción final de los clientes.

El proyecto de Telefónica Conectados a tiempo, centrado en diagnosticar e implementar mejoras sostenibles en tiempos de instalación de diferentes equipamientos, fue reconocido también como el mejor en la competencia internacional. La iniciativa de Telefónica ha sido desarrollada bajo la metodología Six Sigma, un sistema implementado por la compañía que apunta al perfeccionamiento en la gestión de los productos y los procesos.





## Matriz de materialidad





## GESTIÓN RESPONSABLE

# Prácticas laborales

*Como empresa global y en un sector de rápida evolución, en Telefónica hemos apostado por poner a nuestros empleados en el centro para adaptarnos y transformarnos ante las nuevas realidades sociales y de la industria, y acelerar nuestra conversión en una Telco Digital*

A finales de 2013, Telefónica en la Argentina, contaba con 17.139 empleados.

El sector de las telecomunicaciones se ha redefinido completamente en un corto periodo de tiempo, apareciendo nuevos ecosistemas de negocio que obligan a las empresas a adaptarse y transformarse ante las nuevas realidades. Esta necesidad imperiosa de transformación va unida a la de innovación. Las empresas tienen que poner en marcha ecosistemas que promuevan y favorezcan la innovación que les asegure el éxito a largo plazo, lo que todavía sitúa todavía más a las personas en el centro del negocio.

Para responder a estas nuevas realidades, en Telefónica hemos centrado la gestión de las personas en tres aspectos claramente definidos: diseñar una organización más simple; disponer del mejor equipo humano, y contar con una cultura de compañía adecuada, capaz de adaptarse a las necesidades cambiantes de nuestros clientes.

Las tres áreas prioritarias del departamento de Personas apoyan la puesta en marcha del programa de transformación estratégico de Telefónica Be More\_.

## Una organización más simple

A nivel global, el Grupo Telefónica contaba con 126.730 empleados, de 105 nacionalidades, distribuidas en 24 países.

Latinoamérica sigue representando el mayor porcentaje de la plantilla. El país con más empleados es España con 34.604, seguido de Brasil con 20.878, Argentina con 17.139 y Perú con 9.824.

A finales de 2013, Telefónica en la Argentina, contaba con 17.139 empleados, con una media de edad de 41 años, de los que menos del 0,5% eran directivos.

En Telefónica en la Argentina apostamos por las políticas de trabajo sostenibles: el 99,5% del

personal tiene contratos laborales indefinidos y la presencia de mujeres en plantilla se mantuvo en un 32%. Además, el número de directivas aumenta cada año, llegando en 2013 al 9%, es decir, 2 p.p. más que el año anterior.

## El mejor equipo

El mejor equipo se consigue a través del desarrollo y captación de las cualidades necesarias, según el momento de la Compañía, y asegurando la correcta atracción y diversidad en la contratación de nuevo talento.

Los ejes de trabajo de Capital Humano tienen como objetivo alinear y coordinar la gestión de las personas para facilitar el logro de los objetivos del negocio y asegurar a los empleados un proyecto profesional atractivo y motivador.

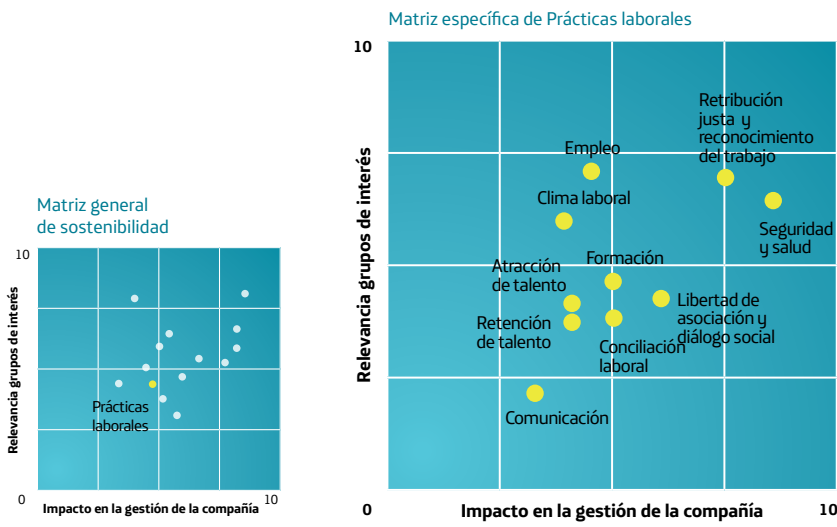
Durante el 2013 los focos de gestión de Capital Humano se pueden dividir funcionalmente en: Organización, Relaciones Laborales y Gremiales, Seguridad y Salud en el Trabajo y medio-ambiente, Cultura de Servicio, Liderazgo, Desarrollo, Reconocimiento, Comunicación, Calidad de Vida, Compensaciones y Programas de Calidad.

Con el propósito de mejorar la experiencia de nuestros clientes y de potenciar el desarrollo de negocios en todas las geografías, implementamos en la Argentina un nuevo modelo de Operaciones Regionales. Busca lograr una gestión integral de los negocios fijos desde el punto de vista comercial, de servicio (atención y red), institucional y organizativo, con un esquema matricial para cada rol funcional.

El modelo opera en el Interior del país y está segmentado en 6 regiones: Región Atlántica, Región Centro, Región Cuyo, Región Litoral y Noreste, Región Noroeste y Región Patagonia.

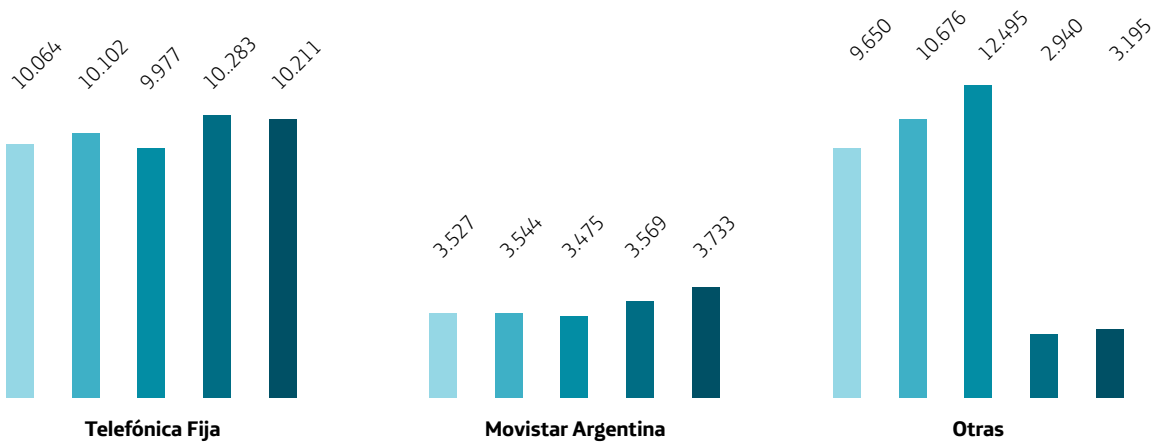


## Matriz de materialidad



## Total de empleados

2009 2010 2011 2012 2013

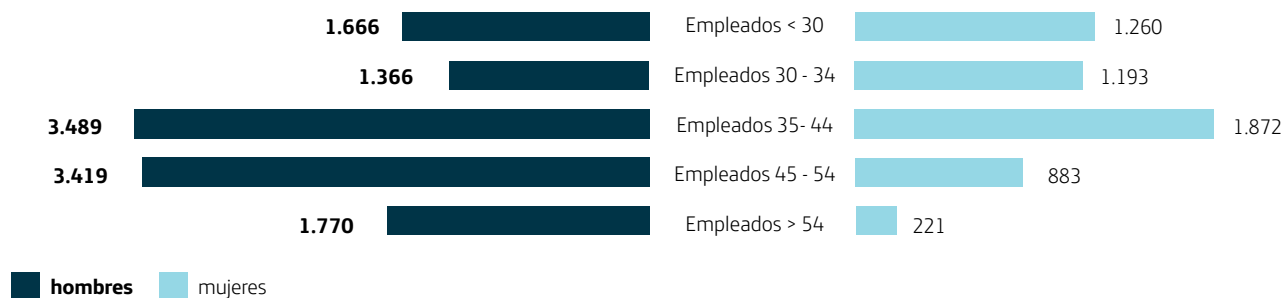


La reducción en el total de empleados 2012 se debe a la redefinición de empresas contempladas en el informe 2012





## Distribución de la plantilla por edad y género



### Best practice

**BE MORE\_ Experience**, una iniciativa que arrancó el 27 de enero y tuvo su punto final el 21 de febrero. El formato fue un MOOC (*Massive Online Open Courses* o *Cursos online* masivos y abiertos) impartido en cuatro idiomas. Se creó un entorno de aprendizaje abierto con libertad de participación que nos permitió la conexión de usuarios a nivel global, a una misma iniciativa de aprendizaje y conocimiento. A través de la superación de cinco retos, más de 7.000 empleados de todo el mundo pudieron vivir las tres actitudes, a través de comentarios, imágenes, vídeos, y votaciones.

**Be More\_ TV** es un nuevo canal de comunicación que trata de llevar a los empleados todo lo que sucede en la Compañía en torno a *Be More\_*: programas, acciones, actitudes... pero, sobre todo, personas.

El primer programa de *Be More\_ TV* vio la luz en enero de 2014, aunque la idea de su creación nació en septiembre. Ya desde el origen fue concebido como un canal fresco, distinto, que ofrecería una visión diferente de las cosas. Con la ayuda de todos los equipos de Comunicación Interna y la participación de empleados de todo el mundo, *Be More\_ TV* ha cobrado vida y es ya una realidad. Presentadores improvisados, partidas de póquer ficticias y actores espontáneos por unas horas, ya son muchos los empleados de

Telefónica que han participado en los programas y muchos otros desean prestarse como voluntarios para colocarse ante las cámaras y contar las historias de transformación de la Compañía.

La difusión del canal a través de Yammer, la red social corporativa de Telefónica, tiene la ventaja de que permite la interacción directa entre todos los empleados del Grupo, facilita la conversación y posibilita su visualización desde cualquier dispositivo (ordenador, tableta, móvil...).

El programa *Be More\_* se ha materializado en la transformación que ha experimentado la Compañía en su estructura organizativa. Esta transformación organizativa responde 100% a las 10 prioridades estratégicas definidas en el programa *Be More\_*. Los objetivos buscados con esta nueva estructura anunciada en febrero de 2014 se pueden resumir en: aumentar nuestros ingresos, modernizar las redes y los sistemas, obtener mayor eficiencia y reforzar nuestro liderazgo en el ecosistema digital.

Para alcanzar estos objetivos, la Compañía ha decidido dar más visibilidad a las operadoras locales, acercándolas al centro de decisión corporativo, simplificando el organigrama global y reforzando las áreas transversales para mejorar la flexibilidad y la agilidad en la toma de decisiones.

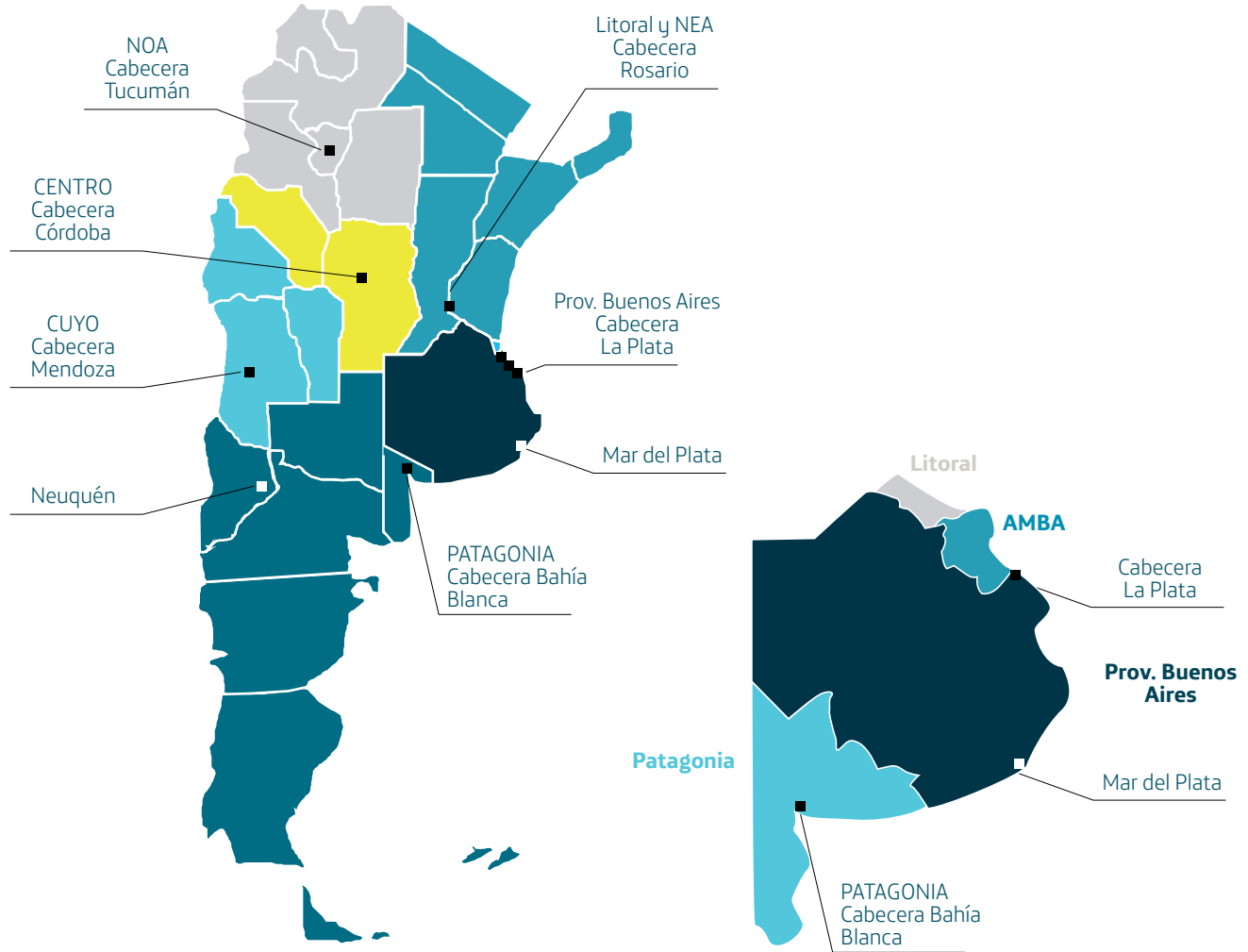
**99,5%**  
de contratos indefinidos

**32%**  
de la plantilla son mujeres

**17.139**  
empleados en la  
Argentina



## Estructura geográfica de regiones



Potenciar el desarrollo de negocios y mejorar la experiencia de clientes acercando la compañía a la geografía en la que opera, desde el punto de vista

- Comercial
- Servicio (Atención y Red)
- Institucional
- Organizativo



## La Cultura adecuada

Las mejores personas son capaces de conseguir los mejores resultados si comparten principios sobre cómo hacer las cosas y entienden que cada uno tiene un rol relevante para alcanzar el objetivo de toda organización, que no es otro que conseguir el éxito y garantizar la sostenibilidad en el largo plazo.

En 2013 hemos centrado nuestro esfuerzo en transmitir a toda la organización la necesidad de transformación, asegurando el compromiso y alineamiento de los empleados hacia el programa global de transformación Be More\_.

**BE MORE:** Es un nuevo programa de la Compañía conformado por un portafolios dinámico de iniciativas inspiradas sobre actitudes que reflejan cómo queremos trabajar.

**BE More se apoya en 3 actitudes:** *Discover*, *Disrupt* y *Deliver*. Las 3D's son una combinación de aquello que nuestros clientes esperan de nosotros y las actitudes que nosotros necesitamos mostrar, en nuestro día a día, para poder satisfacerlos.

**Discover:** Siempre hemos sabido la importancia de enfocar todas nuestras actividades hacia el cliente. Ahora, en el mundo digital, tenemos que descubrir sus nuevas necesidades.

**Disrupt:** Como líderes, nos anticipamos a los cambios y desafiamos el status quo gracias a nuestra experiencia digital y nuestro espíritu de apertura. Queremos mejorar las "reglas del juego" para nuestros clientes y para Telefónica.

**Deliver:** Aprovechamos nuestra escala global sin perder agilidad. Esto nos permite cumplir nuestra promesa de hacer que la tecnología sea asequible para las personas.

Desde Cultura de Servicio se busca instalar el sistema de creencias y valores de la compañía, que permita desplegar las actitudes y capacidades para acelerar la transformación hacia una telco digital.

## Diagnóstico de Capacidades

La iniciativa se orientó a medir e identificar la brecha cultural que tenemos en torno a las Capacidades y Actitudes para la transformación, realizando un diagnóstico para generar acciones de impacto que contribuyan a desplegar la cultura deseada. Para llevarlo a la práctica, se efectuó una encuesta muestral por Dirección, se entrevistaron 50 referentes de opinión y se realizaron 7 acciones de impacto focalizadas.

## Oficina Colaborativa 2.0

La iniciativa se orienta a adecuar la distribución de espacios a la modalidad de trabajo basada en el comportamiento digital, ágil y colaborativo; analizando las dotaciones por edificios y procurando facilitar equipos más colaborativos. La tarea se inició en los edificios más numerosos en cantidad de ocupantes, pero se prevé un abordaje integral que continúa avanzando.

## Reto

- Una vez definida la nueva estructura de la Compañía, anunciada a finales de febrero de 2014, uno de los retos va a ser obtener el mejor diseño de las áreas para conseguir impulsar la transformación de Telefónica en una Telco Digital.

## Gestión de la diversidad

Para Telefónica, la diversidad es una ventaja competitiva. El crecimiento del Grupo es posible gracias a su equipo de personas de diferentes culturas, generaciones origen étnico y orientación sexual, y con diversa experiencia profesional.

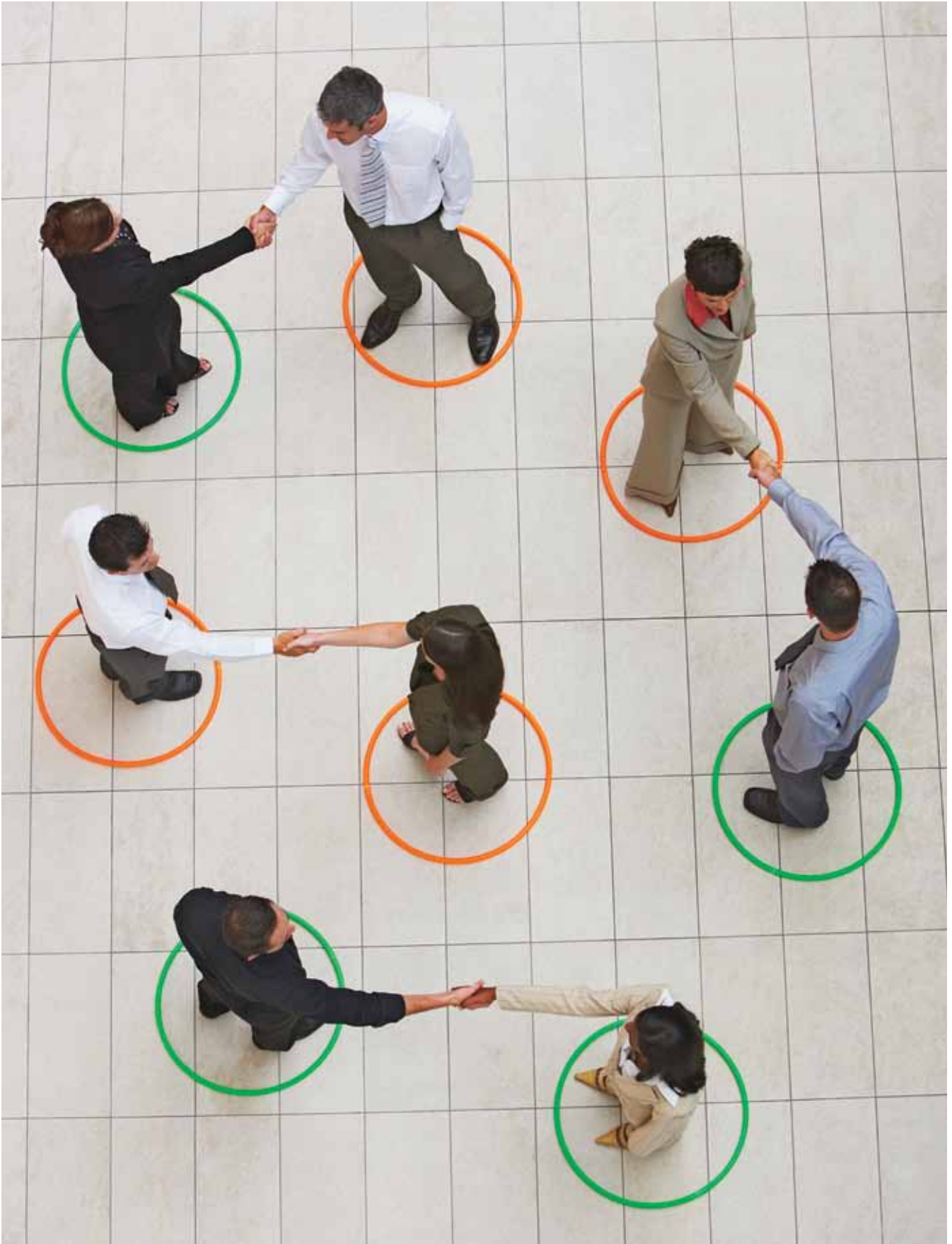
Nuestros Principios de Actuación contemplan el derecho fundamental de la igualdad:

"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".

### Diversidad en la plantilla de Telefónica de la Argentina

	2012	2013
Mujeres directivas	7%	9%
Mujeres directivas	32%	32%







GESTIÓN RESPONSABLE

# Prácticas laborales: Clima laboral, conciliación y compromiso

*Alinear expectativas y conocer los problemas son claves para mantener a nuestros empleados motivados es esencial para conseguir un alto compromiso y un excelente servicio para nuestros clientes*

Telefónica se sitúa en el Top 10 de las grandes empresas del mundo a la hora de ofrecer a sus empleados los mejores entornos de trabajo.

A finales de 2013 lanzamos la Encuesta de Clima y Compromiso, una de las herramientas más importantes de las que disponemos para conocer la opinión de todos los empleados sobre diversos aspectos de la organización.

Esta última edición contó con una participación del 78,1% de los empleados en la Argentina. Como resultado, el Índice de Clima y Compromiso 2013 (ICC) se ha mantenido alto, alcanzando un 76%.

Con estos resultados se ha realizado un análisis siguiendo el modelo de Efectividad del Empleado (EEF en sus siglas en inglés *Employee Effectiveness Framework*), donde se combinan dos variables: compromiso y preparación. Esto permite realizar un estudio a nivel departamental y así poner en marcha las medidas de mejora específicas, de tal manera que supongan un aumento de la satisfacción de nuestros empleados, incidiendo en cada variable en función del resultado obtenido en el área. En Telefónica sabemos que los beneficios reales de realizar encuestas de Clima y Compromiso se producen cuando la retroalimentación del empleado se convierte en acciones efectivas.

## Great Place to Work® (GPTW)

En 2013 Telefónica ha vuelto a ocupar puestos destacados en las listas de mejores lugares para trabajar, que elabora el instituto Great Place to

Work® (GPTW), referente internacional con más de 25 años de experiencia en el análisis y evaluación de entornos laborales. Para realizar sus *rankings*, el instituto realiza encuestas de clima laboral entre empleados y analiza las prácticas y políticas de gestión de personas de las compañías.

Estar por tercer año consecutivo entre las 20 mejores empresas multinacionales del mundo para trabajar (puesto 16), es sin lugar a duda un privilegio, pero también supone un reto para Telefónica: demostrar día a día que somos merecedores de este galardón.

## Calidad de vida

El Programa "Tiempo para vos" permite a Telefónica en la Argentina ser reconocida por generar excelentes experiencias en la calidad de vida de sus empleados, fomentando el tiempo flexible, la camaradería, y hábitos saludables para ellos y sus familias.

Entre las modalidades del tiempo flexible se encuentran:

**Jornada flexible:** Permite modificar el horario de ingreso y egreso de la jornada laboral. Los colaboradores pueden establecer de forma permanente el ingreso y egreso de su jornada laboral dentro de la franja horaria de 8 a 19 hs.



## Telefónica en la Argentina - Comparativa de evolución de participación y *ranking* de los últimos cinco años: Great Place to Work



Nota: a partir de 2012 se presento TASA (Telefónica Fija) y TM Argentina (Telefónica Móviles Argentina) en conjunto.

**Jornada part-time:** Permite la reducción de la jornada laboral a 6 hs. "continuas", en caso de maternidad, con reducción salarial proporcional.

**Días elásticos:** Se otorgan hasta dos días compensables al año.

**Viernes de Verano:** Los viernes la jornada termina a las 15. Las horas se recuperan en la semana.

**Viernes de Invierno:** Los viernes la jornada termina a las 15. Las horas se recuperan en la semana.

**Jornada abierta:** Posibilidad de cumplir al menos un día la jornada laboral fuera de la oficina.

**Nuevas licencias:** Nuevas licencias por adopción, paternidad y estudios terciarios.

### Colonias de vacaciones

El beneficio Colonias de vacaciones se lleva adelante durante el receso escolar de verano, en 2013 se realizó la colonia en 11 lugares : AMBA; Mercedes, Mar del Plata, Bahía Blanca, La Plata, Gral Roca, Neuquén, Mendoza, San Juan, San Luis, y Bariloche. El total de participantes fue de 1100 chicos distribuidos en todos estos lugares.







## GESTIÓN RESPONSABLE

# Prácticas laborales: Formación y gestión del talento

*El desarrollo del talento de nuestros colaboradores es un pilar básico para afrontar la transformación de la Compañía, y alcanzar el liderazgo digital a través de la motivación, el compromiso y la fidelización de los profesionales*

Durante 2013 se impartieron en Telefónica en la Argentina más de 480 mil horas de formación.

La formación y el desarrollo de nuestros profesionales se enmarcan en un ciclo que comienza con la fijación de objetivos, continúa con la evaluación del desempeño y concluye con el diseño de un plan de desarrollo individualizado.

Durante 2013 se impartieron en Telefónica en la Argentina más de 480 mil horas de formación. Las oportunidades de formación se estructuran a través de diferentes herramientas: formación presencial (Universitas y cursos especializados) y formación online (programas *e-learning*).

Universitas Telefónica es el lugar de encuentro de nuestros profesionales donde se viven la cultura y los valores de Telefónica, a la vez que se comparten inquietudes y puntos de vista en programas formativos. Esta iniciativa surge de nuestro compromiso con la formación y el desarrollo de nuestros profesionales. Universitas Telefónica resultó ganadora de los VIII Premios Garben Formación y Empresa como reconocimiento al lugar de encuentro de los mejores profesionales de la Compañía no solo de España, sino del resto de equipos de Europa, América y Asia. Los Premios Garben Formación y Empresa se instituyeron en el año 2005, con el objetivo de reconocer y estimular el esfuerzo realizado en pro de la mejora en las habilidades y capacitación de los trabajadores. Estos galardones destacan la labor realizada por instituciones, empresas y personalidades en distintos apartados relacionados con la formación continua.

Para fomentar el espíritu innovador de nuestra gente y favorecer los hitos de transformación necesarios para el negocio se lanzó por segundo año el *Programa Alfiles de la Innovación*, identificando 18 personas que se capacitaron con la Universidad de ESADE y trabajaron en procesos

y actividades para fomentar la innovación y la mirada disruptiva en la compañía.

Además para favorecer el desarrollo de los empleados con desempeño destacado y proyección, se otorgaron Becas de Posgrado y Masters tanto en la Argentina como en España. Se otorgaron más de 30 Becas de Posgrado/Masters, y 10 becas terciarias en IT y otras especialidades.

También se implementó el plan anual de capacitación, con acciones tanto presenciales, como por *e-Learning* y se continúa potenciando el uso del aula virtual. Durante 2013, se trabajó para la mejora de la asistencia a las actividades presenciales (superando el 90% de presentismo mensual) y se desarrollaron 14 escuelas de excelencia: programas de capacitación muy a medida de las necesidades particulares de las áreas y con foco en el proceso de transformación de la compañía. Por las escuelas, pasaron 2.594 personas, con una satisfacción de más de 95%.

## 'Corporate e-learning' (a+)

La oferta en *e-learning* es una palanca fundamental de formación que tiene como objetivo impulsar la evolución digital de nuestros profesionales con un modelo de formación más dinámico, colaborativo, con un único acceso para todos los usuarios y que potencie el autodesarrollo de los alumnos.

## Principales logros de 2013 en materia de 'e-learning'

- Puesta en funcionamiento de nuevas herramientas que permiten una gestión más amplia de la formación presencial (logística de aulas y ponentes, proceso de validación de



## Horas de formación/empleado

Argentina

28,2

inscripciones, permisos del gestor de formación para incluir calificaciones y cerrar eventos), una mejora en la visualización del perfil del alumno (con datos como quién le ha inscrito en un curso o quién es su responsable...) y datos de disponibilidad de los cursos (con código de colores por número de plazas libres).

→ Consolidación del modelo *e-learning*

### Gestión del talento

El talento es un activo global y en Telefónica lo impulsamos a través de programas formativos de referencia, promoviendo la diversidad y facilitando medidas de conciliación de la vida profesional y personal. Desarrollar el talento de nuestros empleados, presentarles oportunidades de desarrollo personal y profesional, y apoyar constantemente su crecimiento personal son propósitos distintivos de Telefónica.

La evaluación de talento permite disponer de un mapa de talento directivo de toda la Compañía, así como de un plan de sucesión estructurado. Constituye una herramienta fundamental de gestión diferencial e impulso de una cultura de meritocracia que debe facilitar la toma de

decisiones sobre aspectos como desarrollo, organización, compensación, etc. En 2013, se realizó una evaluación del talento en más del 80% del conjunto de directivos.

En Telefónica se privilegia la transparencia en el proceso de movilidad interna de los empleados. Por ello las vacantes, generalmente, se ofrecen primero internamente, y para facilitar la comunicación, se implementó un blog en ADN, nuestra red social interna, donde todas las búsquedas son publicadas y se trabajó en la mejora del proceso de búsquedas internas, alcanzando el objetivo del 95% de puntualidad, y en la mejora de la experiencia de ingreso, tanto para la obtención de las herramientas de trabajo, como en el Programa Bienvenida, nuestra inducción a la compañía.

Para poder ampliar el semillero de talentos, se lanzó el Programa Talentum que busca identificar interna y externamente jóvenes talentosos para fortalecer la gestión (el programa interno se realiza de manera bianual). En esta última edición ingresaron en Telefónica en la Argentina 20 jóvenes profesionales para las diversas áreas de la compañía y son acompañados por un programa de capacitación y desarrollo diferencial de 12 meses.

El '*e-learning*' es una de las palancas para impulsar la formación digital de todos nuestros profesionales.

**237.489,5**

Horas de conexión plataforma *e-learning* 2013

**8.740**

Alumnos que terminaron cursos *e-learning* en 2013

**4.158**

Personas (alumnos únicos) *e-learning* en 2013



## GESTIÓN RESPONSABLE

# Prácticas laborales: Retención del talento\_

La movilidad internacional da a las personas los conocimientos que la Compañía requiere para ser una organización global.

En 2013 se ha consolidado el modelo global de medición de consecución de objetivos, diferenciando entre performance y potencial, y uniéndolo a incentivos variables. El modelo de performance mide no solo la consecución de objetivos (*What*) tanto de la Compañía como individuales, sino el cómo (*How*) se han alcanzado esos objetivos utilizando en 2013 las Tres D, definidas en el programa de transformación Be More\_ como elementos de evaluación:

- *Discover*. Siempre hemos sido conscientes de la importancia de estar centrados en nuestros clientes. Pero ahora, en el mundo digital, es el momento de descubrir lo que necesitan.
- *Disrupt*. Nos anticipamos al cambio y buscamos nuevas fórmulas para aprovechar mejor nuestro conocimiento del mundo digital y nuestro espíritu de apertura. Disrupt significa mejorar las reglas del juego de forma que generen más valor para nuestros clientes y para Telefónica.
- *Deliver*. Sacamos el mayor partido de nuestra escala global sin dejar de ser ágiles, permitiéndonos cumplir con nuestra promesa de llevar la tecnología a las personas.

En 2013 más del 80% de los directivos fue evaluado siguiendo este modelo. Anualmente se realiza un proceso de *Management Review* para todo el colectivo de directivos que nos permite tener una visión global de nuestro talento y que es la principal fuente de información para la toma de decisiones a la hora de realizar promociones internas.

## Movilidad del talento

Para Telefónica, la movilidad internacional es una cuestión crítica para garantizar que la plantilla posee los conocimientos y capacidades necesarios para afrontar el reto de convertir a la Compañía en una organización global.

Esta movilidad no solo consolida el sentimiento de pertenencia a una sola empresa, también permite desarrollar la capacidad de liderazgo y atesorar experiencias que facilitarán la comprensión y la colaboración intercultural. Estos son conocimientos de especial utilidad al afrontar adquisiciones internacionales, negociar alianzas o abrir nuevos mercados.

En 2013 Telefónica implantó una política de movilidad internacional homogénea en todo el Grupo, ofreciendo una trayectoria profesional internacional a los empleados, y ayudando a atraer y retener a las personas adecuadas. Esta política incluye cuatro opciones de movilidad internacional: Global Largo Plazo, Global Corto Plazo y Desarrollo Corto Plazo que han sido diseñadas para traslados internacionales temporales. La Contratación Local Internacional ha sido diseñada para traslados permanentes de un país a otro. Cada opción dispone de sus requisitos de acceso, periodos de duración, remuneración y paquetes de beneficios independientes.



## Liderazgo

Desde el área se trabaja para asegurar la previsión del talento, es decir, la disponibilidad de las personas adecuadas en los puestos adecuados, construyendo cuadros de sucesión y generando acciones específicas de desarrollo.

**Talent review de mandos:** Se diseñó y desarrolló dentro de la empresa el Sistema de Evaluación de Talento y la Herramienta de Diagnóstico Online. El resultado fue que los jefes mapeados en la matriz de talento, puedan contar con información consolidada de fortalezas y oportunidades de mejora de más de 500 líderes.

**Management review:** Se hizo la actualización de Potencial y Desempeño Directivo y la implementación de un Cuestionario de Capacidades Críticas para la evaluación.

**Proceso de *coaching* y *mentoring* para líderes:** Varios Directores colaboran alternativamente en *mentoring* interno.





GESTIÓN RESPONSABLE

# Prácticas laborales: Retribución y reconocimiento

*La política de retribuciones de Telefónica tiene como objetivo atraer, retener y motivar a los profesionales para que entre todos podamos afrontar los retos de la transformación del sector*

El máximo órgano de gobierno de la Política Retributiva es la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno.

Dentro de nuestros Principios de Actuación se recoge el compromiso de Telefónica con sus empleados, garantizando una compensación justa y adecuada al mercado laboral en el que desarrollamos nuestras operaciones.

## Principios de la política retributiva

### 1. Concepto de Retribución Total

En el Grupo Telefónica, el concepto de Retribución Total se compone del sumatorio de la remuneración (salario base, remuneración variable, incentivos de ventas y beneficios a largo plazo *Equity programs*), los beneficios (planes de pensiones, vacaciones, seguros de vida y salud, vehículo de empresa.), desarrollo y oportunidades de carrera (programas de formación en la Universidad corporativa Universitas, plataforma de formación online A+, posibilidad de movilidad internacional, programas de reconocimiento y la cultura de programas sociales de la Compañía a través de Fundación Telefónica, el programa Proniño, el teletrabajo y las campañas de Salud y Bienestar laboral).

### 2. Recompensar la consecución de objetivos, de negocio e individuales

Telefónica incluye en su política de retribución el reconocimiento de una parte variable unida al cumplimiento de objetivos. Esta retribución variable se calculará anualmente en función de un porcentaje del salario fijo, un porcentaje unido al cumplimiento de objetivos del Grupo Telefónica y un porcentaje en función del cumplimiento de objetivos de la región y/o país. Cada responsable de equipo, lo será también de evaluar el cumplimiento de objetivos de su área, buscando la máxima diferenciación en la distribución.

### 3. El correcto equilibrio entre una estrategia de remuneración global y el alineamiento con las prácticas locales de cada mercado

Telefónica tiene una Política de Remuneración Global cuyo objetivo es conseguir la homogeneidad y alineamiento en las prácticas remunerativas a lo largo del Grupo; a su vez los equipos de Remuneración locales se aseguran el alineamiento con las prácticas locales. Contamos con proveedores únicos para todos los mercados y el lanzamiento de programas de retención son de aplicación global.

### 4. Un claro modelo de gobierno

El máximo órgano de gobierno de la Política Retributiva en Telefónica es la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno. Sus funciones se centran en la gestión retributiva del Presidente, Consejero Delegado, Consejo de Administración y de los altos directivos de la Compañía. El comité Ejecutivo de Telefónica aprueba la partida presupuestaria definida para la realización del proceso de revisión salarial, siendo el equipo Global de Remuneración el encargado de asegurar la correcta definición de los presupuestos locales. Para ello este equipo, utiliza la información macroeconómica de cada país (inflación, crecimiento y desempleo), la información de encuestas salariales (utiliza un proveedor único para todos los países, más información específica en algún mercado en función de las características especiales de estos), el análisis de equidad interna (controlando las retribuciones de aquellos puestos que son comparables en términos de funciones y responsabilidades mediante estructuras salariales que ayudan a analizar y mantener los intervalos salariales de forma equitativa), y el momento de negocio de cada operación.



En 2013 se ha consolidado el modelo global de medición de consecución de objetivos, diferenciando entre *performance* y potencial y uniéndolo a incentivos variables.

Este modelo de performance mide no solo la consecución de objetivos (*What*) de Compañía e individuales, sino también el cómo (*How*) se han conseguido esos objetivos utilizando las 3Ds o actitudes definidas en el programa *Be More\_*, como elementos de evaluación.

Dentro del concepto de retribución total, antes comentado, los Planes de Acciones para Empleados juegan un papel importante, ya que alinean los intereses de estos con los de los accionistas y, al mismo tiempo, generan un sentimiento de pertenencia e involucramiento más directo con los resultados de la Compañía. Nuestra filosofía de incentivos a largo plazo en acciones busca llegar a todos los empleados del Grupo a escala mundial, en todos los niveles organizativos. Para ello, se han diseñado y puesto en marcha diferentes planes basados en acciones de Telefónica:

→ Plan Global de Compra de Acciones para Empleados (GESP).

Bajo este plan, por cada acción que los empleados compran y mantengan en su poder hasta la finalización del período de *vesting*, Telefónica entrega otra acción de recompensa. Más de 25.000 empleados se han inscrito en la segunda edición del programa; teniendo en cuenta que el 70% de los inscritos participaron previamente en la primera edición, lo que evidencia el éxito del Programa, así como la confianza de los empleados para seguir invirtiendo en su Compañía.

→ Plan de incentivos a largo plazo en acciones de Telefónica, S.A.: *Performance and Investment Plan* (PIP).

Dirigido a los ejecutivos de alto potencial y desempeño del Grupo, se ha 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.

→ Plan de Acciones Restringidas: *Restricted Share Plan* (RSP).

Se ha puesto en marcha 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 atraer nuevos talentos, dándoles participación en el patrimonio de la Compañía a través de derechos convertibles en acciones.

## Reconocimiento

Para Telefónica es de vital importancia fomentar e impulsar la cultura de reconocimiento entre sus profesionales.

En la Argentina, como en el resto de Latinoamérica, se ha establecido un programa de reconocimiento que permite impulsar el compromiso individual y la colaboración entre los equipos de trabajo, así como reforzar las actitudes *Be More\_*, pues los comportamientos que son premiados están alineados a las tres D's: *Discover, Disrupt, Deliver*.

Esta iniciativa incluye tanto el reconocimiento cotidiano, en el que cualquier colaborador puede reconocer a sus compañeros o líderes, y el reconocimiento diferencial, en el que los directores, vicepresidentes o miembros del Comité de Dirección de cada operadora reconocen, en eventos especiales, a equipos de proyectos que han logrado importantes resultados.

El programa también incluye una premiación regional, en la que los tres mejores proyectos de cada país (uno por cada D) compiten entre ellos para ser los reconocidos de la región como los más *Deliver, Discover o Disrupt*.

Los reconocimientos del programa *Be More\_* son entregados de manera pública, y los ganadores son publicados en diferentes medios de comunicación de cada país, de manera que los colaboradores reconocidos se sientan orgullosos de su logro y sean motivados a continuar realizando una labor que les permita *Ser más\_*.

Dentro de nuestros Principios de Actuación se recoge el compromiso de Telefónica con sus empleados.



GESTIÓN RESPONSABLE

# Libertad de asociación y diálogo social

*Telefónica, en virtud del acuerdo alcanzado con Unión Network International (UNI), está comprometida con las normas fundamentales de la OIT sobre el trabajo que se refieren a la libertad de sindicación y el derecho a la negociación colectiva*



## Negociación colectiva en Argentina

Durante 2013, y en la misma línea que el resto de regiones donde opera la Compañía, se trabajó en asegurar un marco de estabilidad laboral en materia de negociación colectiva en todas las empresas.

- Firma del Convenio Colectivo del trabajo de la actividad de telefonía móvil, siendo el más flexible que existe en el mercado, se llegó a un acuerdo salarial con todos los sindicatos, y se cerraron los acuerdos económicos con las organizaciones colectivas UPJET; OSTEL y FOESITRA. Además se firmaron los acuerdos de carreras pendientes (FOETRA/ FATEL y CEPETEL), de forma que todos los gremios tienen planes de carrera basados en el mérito y en el enriquecimiento de tareas.

### **Representación de los trabajadores en Comités Paritarios de Seguridad y Salud**

El modelo de seguridad y salud, 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, en todas las regiones Telefónica.







GESTIÓN RESPONSABLE

# Seguridad y salud de nuestros trabajadores

*La seguridad, la salud y el bienestar de los empleados constituyen en Telefónica una de las principales líneas de atención y actuación de la Compañía, cuya implantación se realiza a través del sistema de gestión de prevención de riesgos laborales*

Telefónica garantiza elevados niveles de protección, seguridad y de salud de sus trabajadores.

## Promoción de la salud durante 2013

Durante el ejercicio se han llevado a cabo distintas campañas de promoción de la salud.

Otras se llevan a cabo en periodos de tiempo determinado como la promoción de hábitos saludables, como el ejercicio físico, la alimentación y el abandono del hábito de fumar.

Además, en 2013 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 del Grupo Telefónica.

En la Argentina se han verificado condiciones de trabajo en 175 edificios, se realizaron talleres de concienciación de líderes operativos, alcanzando el 83% de los mismos, y se han movilizado más de 5.000 personas en simulacros de evacuación realizados en 186 edificios de todo el país.

## Representación de los trabajadores en Comités Paritarios de Seguridad y Salud

El modelo de seguridad y salud 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, 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.

## Accidentalidad

Para facilitar la transparencia y la comparación con otras empresas de nuestro sector, en los ratios se han incluido solo los negocios core de Telefónica: telecomunicaciones fijas y móviles.

Se ha excluido para el cálculo de estas ratios a los empleados de unidades de negocio no relacionados con la actividad principal de nuestra Compañía.

## Hitos

Inicio del proceso de Auditoría Externa OHSAS.



<b>Argentina</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Tasa de incidencia (IT)	32	40
Ratio de gravedad	1.690	1.223
Tasa de duración media	53	31

<b>Indicadores GRI Argentina 2013</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Tasa de absentismo (AR)	5.606	9.147
Tasa de accidentes (IR)	3,16	4
Tasa de días perdidos (IDR)	169	122
Tasa de enfermedades profesionales (ODR)	0,01	0,08





GESTIÓN RESPONSABLE

# Sostenibilidad en la cadena de suministro

*La sostenibilidad en la cadena de suministro se ha convertido en un asunto clave de nuestro sector, donde las compañías compartimos con nuestros proveedores y contratistas cada vez más partes de la cadena de valor*

En Telefónica asumimos en 2010 un compromiso público con la sostenibilidad en la cadena de suministro, incorporando a los criterios de compra aspectos sociales, laborales y medioambientales.

La identificación y gestión de los riesgos asociados a la cadena de suministro es una responsabilidad inherente a cada empresa, como se pone de manifiesto en los Principios Rectores de Empresas y Derechos Humanos de la ONU.

En Telefónica asumimos en 2010 un compromiso público con la sostenibilidad en la cadena de suministro, incorporando a los criterios de compra aspectos sociales, laborales y medioambientales. El compromiso, detallado en una política y reglamentado en estándares internos, se ha convertido en un aspecto relevante del modelo global de compras del Grupo.

## Una cadena de suministro con alcance global

Nuestro compromiso nos ha permitido articular el impacto positivo de la actividad del Grupo, a través de una cadena de valor internacional.

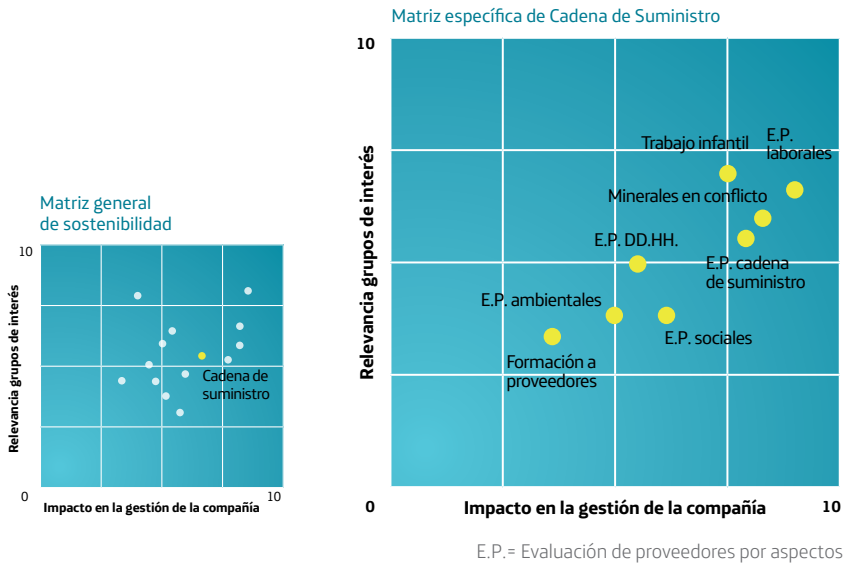
- Más de 800 Profesionales en 19 países.
- Más de 15.700 proveedores adjudicatarios procedentes de 73 países.
- Volumen de compra superior a los 191.000 millones de pesos.

## La Sostenibilidad integrada en el proceso de compras





## Matriz de materialidad



- Cerca del 91% del volumen adjudicado a proveedores locales.
- Más 247.000 empleados de nuestros proveedores realizan actividades clave de soporte y atención en Latinoamérica, jugando un papel fundamental en la satisfacción de nuestros clientes

### Un modelo de compras global y transparente

Nuestro modelo de compras se basa en un enfoque de gestión global que, a su vez, da respuesta a las necesidades de los diferentes mercados, países y líneas de negocio, garantizando una gestión coordinada y transparente entre las empresas del Grupo y sus proveedores.

En 2013, continuamos consolidando en la Argentina nuestro objetivo de gestionar globalmente las compras y fortalecer la relación con nuestros proveedores, negociando a través de Telefónica Global Services más de 22.000 procesos de compras, por importe superior a 122.000 millones de pesos.

Asimismo, en 2013 hemos avanzado en el proyecto de transformación de la función de compras hacia una gestión Extremo a Extremo (E2E). Este proyecto busca hacer más eficiente la

relación con nuestros proveedores, mediante una mayor estandarización de las especificaciones y una mayor involucración de Compras en las actividades posteriores a la adjudicación.

Desde Compras también trabajamos para cumplir el objetivo de Telefónica de ser una Telco Digital. Las herramientas de comercio electrónico nos ayudan a contribuir a este objetivo y a velar porque nuestra actividad se realice con transparencia e integridad. Así, en 2013:

- Negociamos electrónicamente más de 202.000 millones de pesos, además de casi 29 millones de pesos a través de subasta electrónica.
- Realizamos más de 18.500 millones de operaciones de formalización electrónica, que incluyen cartas de adjudicación, pedidos electrónicos y contratos.
- Recibimos 598.484 facturas emitidas electrónicamente.
- Avanzamos en la interconexión de los sistemas de las empresas del Grupo con los de nuestros proveedores, superando los 16.500 pedidos.
- Más de 2.000 proveedores fueron formados en la gestión de negociaciones, pedidos y facturas electrónicas.

Más de 2.000 proveedores fueron formados en la gestión de negociaciones, pedidos y facturas electrónicas.





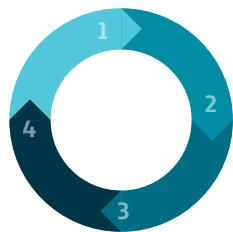
**El proceso EcoVadis: un círculo virtuoso**  
 Todos los proveedores evaluados siguen estas cuatro etapas

**1. Preselección**

- Registro en línea y calificación de todos sus proveedores
- Prioridades en las evaluaciones

**2. Evaluación**

- Recopilación de datos múltiples (cuestionarios en línea, etc.)
- Análisis de expertos RSE



**3. Resultados**

- Fichas de evaluación dinámicas y fáciles de usar, disponibles en línea
- Calificaciones de rendimiento del proveedor e información cualitativa

**4. Mejora**

- Plan de acción correctivo: módulo
- Fichas de evaluación para mejorar el rendimiento de los proveedores

**Gestión de riesgos**

Pilar clave del modelo de sostenibilidad de la cadena de suministro, la gestión de riesgos se articula en cuatro procesos básicos:

- Evaluación y análisis de aspectos clave.
- Mapa de proveedores de riesgo.
- Definición de aspectos que se deben mejorar.
- Seguimiento y soporte.

Para Telefónica es fundamental evaluar a priori el nivel de riesgo de nuestros proveedores. Debido a la dimensión de nuestra cadena de suministro, esta evaluación debe realizarse por una fuente externa e independiente. Por este motivo, en 2012 apostamos por la solución brindada por EcoVadis.

**Despliegue de herramienta de evaluación 360° de nuestros proveedores**

A fines de 2012 Telefónica reforzó la evaluación previa que realiza a sus proveedores de riesgo, gracias al acuerdo alcanzado con EcoVadis. La solución propuesta por esta empresa se basa en estándares internacionales de responsabilidad corporativa –además de contar con la contribución de expertos en el ámbito de la sostenibilidad que analizan la información aportada por los proveedores o publicada por organizaciones de referencia– lo que permite un análisis 360° del desempeño de nuestros proveedores.

La plataforma evalúa las políticas, acciones y resultados de nuestros proveedores en base a 21 criterios de sostenibilidad. Dando inicio así a un proceso integral de gestión de riesgos.

**Contamos con 21 criterios RSE**

Políticas	I Ambiental	II Social	III Ética
	Consumo de energía y CHG (CO <sub>2</sub> ) Agua Biodiversidad Contaminación local Materiales, productos químicos y residuos	Seguridad y salud en el trabajo Condiciones de trabajo Diálogo social Gestión de carrera y formación	Identificar lo mejor posible los fundidores o refinadores –conocidos como SOR, por su acrónimo en inglés– que integran la cadena de suministro.
Acciones	Uso del producto Fin del ciclo de vida útil Salud y seguridad del cliente Consumo responsable	Trabajo infantil Discriminación Derechos fundamentales	
Resultados	Desempeño ambiental de los proveedores Prácticas sociales		IV Proveedores



## Productos sostenibles

Telefónica es consciente de que los riesgos globales que afectan a la cadena de suministro necesitan soluciones sectoriales y *multistakeholder*.

Para conseguirlo, en Telefónica colaboramos a nivel mundial con dos organizaciones clave en el ámbito de la sostenibilidad en la cadena de suministro:

### GeSI Global e-Sustainability Initiative (GeSI)

Telefónica es miembro fundador de GeSI, organización que reúne a las empresas de TIC y asociaciones industriales comprometidas con la creación y el fomento de las tecnologías y las prácticas que mejoren la sostenibilidad social, económica y medioambiental. Creada en 2001, GeSI fomenta la cooperación abierta y global, informa al público de las acciones voluntarias de sus miembros para mejorar su sostenibilidad y fomenta las tecnologías orientadas al desarrollo sostenible.

En lo referente a la cadena de suministro, en junio de 2013 GeSI firmó un acuerdo con EcoVadis para actualizar y administrar la nueva versión de eTASC: plataforma de colaboración entre empresas del sector TIC que homogeneiza los requerimientos de sostenibilidad realizados a los proveedores, además de reducir la carga de trabajo asociada, mediante el intercambio de sus resultados con varios clientes.

### Alianza público-privada para el comercio responsable de minerales

Telefónica renovó su participación en la Alianza Público Privada (APP) para el comercio responsable de minerales. La APP ha sido promovida por la Subsecretaría de Estado para la Democracia y Asuntos Globales de Estados Unidos, es una iniciativa multisectorial y *multistakeholder*, que actualmente cuenta con más de 45 organizaciones asociadas.

La Alianza promueve y desarrolla iniciativas que dan respuesta a los diferentes desafíos a los que se enfrentan las cadenas de suministro que pueden integrar minerales procedentes de áreas de conflicto. La APP provee financiación y coordinación de apoyo a las organizaciones que trabajan en la región para el desarrollo de las cadenas de suministro verificables como libres de conflicto; alinear los programas y prácticas de la cadena de custodia; fomentar el abastecimiento responsable de la región, promover la transparencia y fortalecer la sociedad civil en la región y capacidad gubernamental.

Además, podemos citar a nivel local otras organizaciones con las que colaboramos en materia de sostenibilidad en la cadena de suministro, como el Pacto Regional de América Latina y el Caribe, CERES, Cemefi, las cámaras de comercio locales y Forum for the Future, entre otros.

## Foco Aliados

### Objetivos

Aliados es una iniciativa de transformación y compromiso con nuestras empresas colaboradoras y con terceros que se convierten en aliados de la Compañía. La importancia de esta iniciativa, que comenzó su andadura en Latinoamérica en 2008. La alineación de los terceros es un elemento fundamental para el logro de los objetivos del Grupo, por eso el programa persigue:

- Asegurar la construcción de aliados estratégicos.
- Garantizar el cumplimiento de los objetivos organizacionales, la seguridad técnica y desarrollar mecanismos de detección temprana y prevención de riesgos.
- Sensibilizar a los contratistas sobre el cumplimiento de las normas de Telefónica.

El programa vela por el cumplimiento de los estándares sociolaborales y éticos, facilita el avance de las empresas aliadas en materia de sostenibilidad y promueve la excelencia del servicio a los clientes.

Telefónica renovó su participación en la Alianza Público Privada (APP) para el comercio responsable de minerales.



Se ha definido un modelo global de gestión de terceros que se materializa en herramientas comunes.

### Modelo de Gestión

Se ha definido un modelo global de gestión de terceros que se materializa en herramientas comunes, entre las que destacan: la política de mínimos, el comité de terceros, el modelo de detección y gestión de riesgos, auditorías laborales y la plataforma online de formación a proveedores.

Además y respetando el marco legal vigente en cada país, se comparten las prácticas de sostenibilidad con las empresas aliadas en base a talleres, certificados y boletines de comunicación.

La piedra angular de esta iniciativa es el Comité de Aliados, organismo encargado de llevar a la práctica el modelo y realizar un seguimiento y actualización del mismo. El Comité, presente en los principales países de la región, está compuesto por las áreas clave en la relación con las empresas aliadas Recursos Humanos (garante de los aspectos laborales y de seguridad y salud), Compras (que garantiza que los criterios de sostenibilidad se incorporan al proceso de Compras), Sostenibilidad (encargado de vigilar por el desempeño de sostenibilidad de los proveedores: evaluación y seguimiento), Secretaría General y áreas gestoras o peticionarias (que identifican a los proveedores clave para el desempeño del servicio que serán incorporados al ámbito de Aliados, tras el análisis del Comité).

### Modelo de Gestión Aliados

La gestión consolida la relación en función de los siguientes lineamientos.

#### Proveedor Sólido

- |  |                    |
|--|--------------------|
| ▪ Base: Salud contable, cuota de mercado y operativa                     | Vinculo Emocional  |
| ▪ Excelencia: buenas prácticas en estrategias/planes y modelo de gestión | Compromiso Cliente |

#### Contrato (relación) Sustentable

- |  |                      |            |
|--|----------------------|------------|
| ▪ Preservación de la identidad de los actores  |                      |            |
| ▪ Desarrollo de espacios comunes y también necesariamente privados                     | Proveedores Sólidos  |            |
| ▪ Preservar la solidez con estrategias acordadas de mediano plazo                      | Contrato sustentable | Excelencia |
| ▪ Pautas establecidas, preservar al cliente y a la marca                               | Gestión Transparente |            |
| ▪ Reconocimiento, feedback y pago variable por la calidad y productividad del servicio |                      |            |

#### Gestión Transparente

- |   |  |
|---|--|
| ▪ Todos sabemos quiénes somos, qué hacemos, para qué y cómo                       |  |
| ▪ Estamos todos orgullosos de pertenecer a la comunidad de empresas de Telefónica | Nuestro compromiso es la clave para el desarrollo del modelo de excelencia |
| ▪ Siempre respondemos cualquier pregunta o duda con sólidos argumento             |  |



## Marco de la cadena de suministro ('value drivers')

### Sostenibilidad cadena de suministro - value drivers

Gestión riesgos	Producción eficiente	Cultura de sostenibilidad	Productos sostenibles
<ul style="list-style-type: none"> <li>Reducir al mínimo los riesgos (ambientales, laborales, etcétera)</li> <li>Proteger la reputación y el valor de la marca</li> <li>Facilitar el acceso a la financiación y a los seguros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reducir los costes de materiales, energía y transporte</li> <li>Desarrollo de relaciones estratégicas con proveedores para optimizar el proceso, los productos y los servicios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Formar e implicar a los empleados / áreas usuarias</li> <li>Construir relaciones sólidas con los 'stakeholders'</li> <li>Posicionamiento en los índices de sostenibilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Innovar para satisfacer las necesidades del cliente y de los socios de Telefónica</li> <li>Acceder a nuevos mercados</li> <li>Aumentar el poder de fijación de precios y mejorar la fidelidad del cliente</li> </ul>

### Cumplimiento legal, modelo de gobernanza, gestión y transparencia

## Modelo operativo de control:

Ventanilla unica	Auditoria y mejoras	Auditoria y mejoras
<ul style="list-style-type: none"> <li>Control y seguimiento de la Ventanilla</li> <li>Participación en los Comités de Gastos y de Compras</li> <li>Evaluación de Oferentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificación de puntos críticos en todas las actividades</li> <li>Segmentar la problemática y verificar solides de las empresas</li> <li>Comité de Aliados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Revisión y control de auditoría, comunicación a aéreas operativas y propuestas de mejoras</li> <li>Verificación de accesos a sistemas y personal declarados</li> <li>Implementación del Plan Verde</li> </ul>

Modelo de gestión	Ventanilla Única	Control Documental	Auditoria y mejoras	Análisis de riesgo de litigiosidad	Políticas y Sistema
	<b>Control documental</b>		<b>Litigios</b>		<b>Políticas y sistema</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollar un modelo de gestión proactivo de control documental</li> <li>Seguimiento de proveedores que pasan o no por el proceso de compra</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Colaborar con Secretaría General y peritos judiciales en relación a demandas que involucren a terceros</li> <li>Análisis de problemas raíz para evitar futuras demandas</li> <li>Visibilidad punta a punta en todo el ciclo de vida de un reclamo</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar y formalizar las herramientas y políticas</li> <li>Desarrollar el Sistema de Gestión de Aliados con visión América</li> </ul>	





Se controló al 100 % de los contratos a fin de determinar cuáles de ellos son de Mano de Obra Intensiva para realizar el seguimiento de Gestión de Aliados.

### a) Buenas Prácticas en la Republica de la Argentina:

En Telefónica de Argentina para asegurar el cumplimiento de estándares sociales, laborales, de seguridad y salud y ambientales en la cadena de suministro, a las prácticas del modelo de Gestión de Aliados, se sumaron las siguientes mejoras:

#### 1. De proceso:

- a. Una mejora relevante es la definición de un proceso único que implica la integración de políticas de control, seguimiento, optimización de la información, registro de diagnóstico y calificación de proveedores, sostenido sobre un sistema de gestión integrando a toda área que requiera la información, y eficientizando recursos internos y de los proveedores.
- b. Se definió e implementó el procedimiento llamado "cláusula de salida". Este aplica a proveedores que, de manera temprana, se detectan problemas financieros. Se actúa de manera conjunta con el usuario del contrato, Compras y Secretaría General a fin de dar un cierre a la situación, reemplazar al proveedor, cumplir con las obligaciones laborales e intentar que el personal mantenga su fuente de trabajo, sin costos adicionales. Durante el 2013 se hicieron efectivas dos negociaciones exitosas aplicando este procedimiento.

#### 2. De seguimiento:

- a. Se controló al 100 % de los contratos a fin de determinar cuáles de ellos son de Mano de Obra Intensiva para realizar el seguimiento de Gestión de Aliados. Los datos del año son los siguientes:
  - Cartas de adjudicación ingresadas - 7.290
  - Desestimadas por no tener MOI - 6.000
  - Contratos con proveedores nuevos - 337
  - Contratos nuevos con proveedores ya controlados 953
- b. Se desarrolló un mecanismo de información y comunicación del estatus de cada proveedor con acceso web que permite que cada uno disponga de información actualizada del control de la documentación y sus pendientes. Este portal web al que accede el proveedor, se convierte también en una herramienta que nos permite verificar el

desempeño del proveedor en relación a sus obligaciones patronales y ejercer planes específicos de seguimiento y control.

- c. Seguimiento del entorno social: Esta acción permitió seguir on-line el total de los conflictos del personal de las terceras empresas, su impacto en la sociedad y en la calidad del servicio prestado a nuestros clientes.
- d. Seguimiento de los aumentos de costos por inflación en los contratos: Se realizó el seguimiento de las paritarias salariales, se evaluó la estructura de costos y se negociaron los aumentos en los contratos para garantizar la sostenibilidad del proveedor aunque esto significara, en algunos casos, desvío en el presupuesto.

### b) Un factor determinante de gestión: Implantación del modelo de desarrollo en la relación con los proveedores:

El área de Calidad segmentó los contratos/ actividad de manera tal de definir un modelo de certificación para cada Segmento (COPC, ISO, Premio Nacional de Calidad o certificación especiales a doc de la actividad por ejemplo el de Agentes o Canales). Este mecanismo se considera el más idóneo para el desarrollo sostenible de la relación con proveedores.

### c) Acciones sobre las no conformidades detectadas en las auditorías:

Este punto fue especialmente tratado y auditado internamente por el área de control identificando puntos de mejora que permitieron extender el control al 100% de los proveedores del Grupo en la Argentina que tiene contratos de servicio con mano de obra intensiva.

Otro punto de mejora incluido en el proceso es la catalogación y registro formal de todos los proveedores en tres niveles de riesgo y esta información es suministrada a los principales responsables de los contratos y una vez al año es comunicada a Compras.

En todos los casos en donde se verifican desvíos en los compromisos asumidos, se retiene el 20% de la facturación hasta su regularización. Frente a incumplimientos graves, esta retención se



incrementa forzando una negociación preventiva para resolver la contingencia o el contrato.

#### d) Acciones formativas a proveedores de Telefónica en la Argentina:

Durante todo el 2013, se promovieron distintas acciones formativas destinadas a los proveedores y empleados de Telefónica en la Argentina para conseguir los siguientes objetivos:

- Fomentar el cumplimiento de estándares de calidad y servicio en proveedores
- Fomentar el respeto de los Principios Éticos de Telefónica entre proveedores
- Crear una cultura de colaboración con Terceros entre los empleados.

→ Durante el 2013 se desarrollaron 4 programas de cursos dirigidos a Administradores de los contratos con un total de 40 personas involucradas donde se vieron aspectos de planificación y gestión de contratos, calidad, gestión de Aliados y PdeA. Además de realizaron talleres específicos con la misma temática aunque de menor profundidad donde participaron 20 personas.

→ Se actualizaron el tríptico y el manual del líder que permite entender y fortalecer los driver críticos del modelo.

→ Se desarrollo un espacio en la Intranet para los líderes.

Adicionalmente, las exigencias de actualización técnica y nuevos productos o servicios involucra acciones de formación por parte de los proveedores para mantener los estándares de calidad y servicio. La estimación por exigencias contractuales de calidad es la siguiente:

Durante todo el 2013, se promovieron distintas acciones formativas destinadas a los proveedores y empleados de Telefónica en la Argentina.

Empresa	Segmento	% de capacitación ponderado sobre el total de horas de capacitación
<b>Telefónica de Argentina</b>	Atención no presencial	42,13%
	Comercial	18,90%
	Creación Planta: Gest. Mant, Ing. Troncal P.Ext	9,40%
	Gest. Mant Ing. P.Int. -IT	3,63%
	Mant/Ins Serv.Cliente.	12,74%
	Otros terceros	6,20%
	Sistemas	6,99%
	<b>Total general de horas de Capacitación Anual</b>	<b>218.762</b>
<b>Telefónica Móviles Argentina</b>	Atención no presencial	61,50%
	Comercial	29,22%
	Creación Planta: Gest. Mant, Ing. Troncal P.Ext	3,08%
	Otros terceros	1,58%
	Sistemas	4,62%
	<b>Total general de horas de Capacitación Anual</b>	<b>263.639</b>



**Indicadores (información a cierre de 2013):**

- Distribución de Terceros por Empresa Colaboradora (EECC): La distribución por actividad del personal de terceras empresas, reúne los siguientes porcentuales:
  - Apoyo (Estructura y Soporte) - 11%
  - Atención y Gestión de clientes - 26%
  - Comercial - 36%
  - Gestión de Red, Provisión del servicio y Sistemas - 27%
- Cantidad de Auditorías Administrativas por EECC: Se realizaron un promedio de 1000 auditorías administrativas por mes. Cantidad de Auditorías in situ por EECC: Se realizaron un promedio de 129 auditorías en sitio por mes, entre auditorías documentales en el establecimiento madre del proveedor y auditorías de campo, con inspecciones operativas y en establecimientos. Esto alcanzó al 90% de las empresas de mayor criticidad por número de empleados, importancia estratégica o riesgo por el tipo de actividad que involucra.
- Cantidad de Auditorías in situ en RC: Se realizaron 11 auditorías a empresas representativas de cada segmento.
- Número de No Conformidades detectadas en las auditorías (in situ o administrativas): El 35% del total de auditorías presenta algún tipo de desvío. La mayor parte en temas de fecha de entrega de la documentación laboral o demoras en el proceso de ingreso o egreso administrativo de las personas, y le siguen los desvíos detectados en el cumplimiento de las normas de Seguridad e Higiene en el Trabajo.
- N° de proveedores con planes de mejora en marcha: 324.
- N° de proveedores excluidos por no cumplir con los objetivos de los planes de Mejora: 2 (se rescindieron los contratos por faltas graves en la gestión del personal).
- N° de planes de mejora propuestos e implementados por los proveedores: Los planes se desarrollan por proveedor. El 100% de aquellos con no conformidades, se encuentra con algún plan definido.







GESTIÓN RESPONSABLE

# Sostenibilidad en la cadena de suministro: comercio responsable de minerales

*En Telefónica estamos comprometidos con el respeto de los Derechos Humanos y trabajamos con nuestros proveedores para aplicar de forma eficiente nuestra política de responsabilidad en la cadena de suministro, buscando el modo adecuado para gestionar el impacto de nuestras operaciones*

La extracción de minerales y el impacto asociado se está situando en el ámbito de la acción internacional para así reducir el impacto negativo en las regiones afectadas.

## Introducción

Los procesos de extracción y tratamiento de minerales para la obtención de metales conllevan una serie de acciones que causan un impacto significativo, ambiental y social, que perduran en el tiempo más allá del periodo de actividad de dichas extracciones.

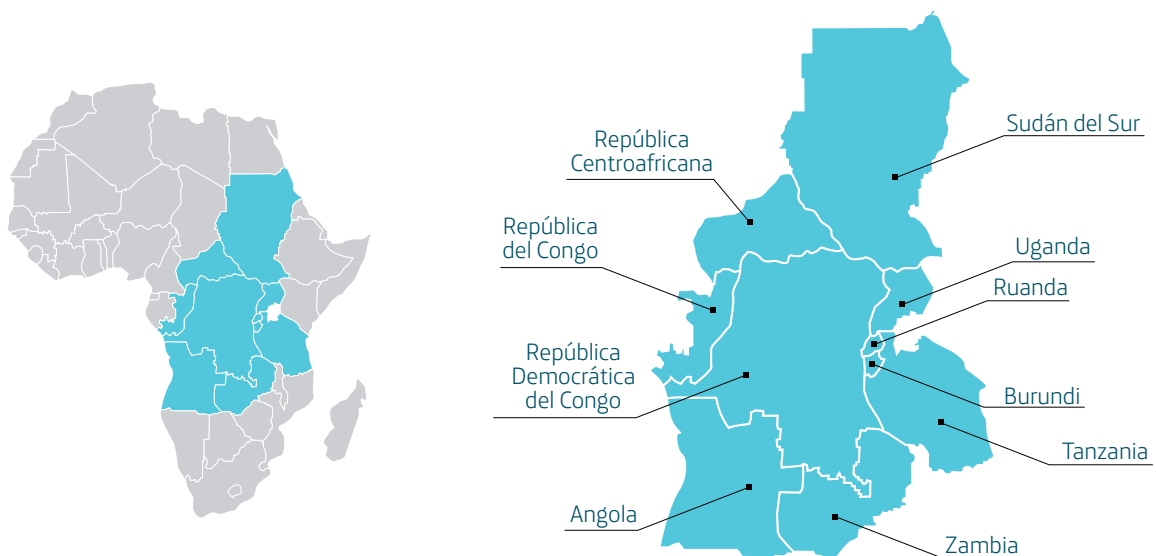
Actualmente muchos servicios incorporan tecnología digital, lo que implica que los metales estén presentes en numerosos sectores, desde la industria del automóvil y los fabricantes de equipos al sector de la tecnología y de los fabricantes de terminales. Esta expansión en el uso de componentes electrónicos ha incrementado el impacto en la sociedad y en el medio ambiente. Por ello, el suministro responsable de minerales se ha

convertido en un asunto cada vez más importante y actual, tanto desde el ámbito regulatorio como para la opinión pública en general.

La extracción de minerales y el impacto asociado se están situando en el ámbito de la acción internacional para reducir así el impacto negativo en las siguientes regiones:

**La región de los Grandes Lagos africanos. Minerales procedentes de zonas de conflicto**  
Se denominan así a cuatro tipos de minerales que proceden principalmente de la República Democrática del Congo (DRC) y de la región de los Grandes Lagos africanos: Angola, Burundi, República Centroafricana, República del Congo, Ruanda, Sudán del Sur, Tanzania, Uganda y Zambia.

## La región de los Grandes Lagos africanos: origen de los minerales procedentes de zonas de conflicto





Un minero sostiene en su mano fragmentos de coltán. / Fotografía cedida por Responsible Sourcing Network

El nombre *minerales procedentes de zonas de conflicto* se refiere al hecho de que los beneficios obtenidos con su venta financian a grupos armados en la región, lo que prolonga el conflicto y da lugar a abusos contra los Derechos Humanos. Los minerales procedentes de zonas de conflicto, también conocidos como 3TG, son:

- **Casiterita.** Mineral del que se extrae el estaño. Se utiliza en aparatos electrónicos (para soldadura), recubrimientos y también como estabilizador en plásticos.
- **Columbita-tantalita o coltán.** Es un mineral de elevada conductividad del que se extrae el tántalo. Se utiliza para la fabricación de aparatos electrónicos.
- **Wolframita.** Mineral del que se extrae el tungsteno o wolframio, utilizado en cables para dispositivos eléctricos y de soldadura.
- **Oro.** Utilizado en joyería y electrónica.

#### **Indonesia: extracción de estaño**

Una tercera parte del estaño del mundo procede de Indonesia, y su extracción desempeña un papel importante en el desarrollo local. A diferencia de lo que ocurre en la región de los Grandes Lagos africanos, la situación en Indonesia no viene determinada por un conflicto, sino más bien por el impacto de la extracción sobre el medio ambiente y sobre los Derechos Humanos. Es importante señalar que el primero afecta a los ecosistemas marinos y terrestres. El último se refiere esencialmente a las peligrosas condiciones de trabajo y al empleo de mano de obra infantil, que son característicos de la minería secundaria de la zona.

Se tiende cada vez más a considerar minerales procedentes de zonas de conflicto a todos los minerales 3TG, con independencia de su origen, por lo que esta lista podría ampliarse en un futuro próximo.

Telefónica sigue las directrices de la OCDE e impulsa su aplicación a la cadena de suministro, con especial atención a los minerales procedentes de áreas de conflicto.



## Situación de Telefónica sobre los requisitos regulatorios en el ámbito de los minerales procedentes de zonas de conflicto

El Grupo Telefónica sigue las directrices de la OCDE establecidas en su informe *Guía de diligencia debida para cadenas de suministro responsables de minerales procedentes de áreas afectadas por conflictos y de alto riesgo*.

En este sentido, en Telefónica:

- Hemos adoptado una política de empresa, recogida en este documento.
- Hemos estructurado una gestión interna para apoyar una debida diligencia de la cadena de suministro, de acuerdo con nuestra política de responsabilidad en la cadena de suministro.
- Estamos implementando un sistema de control y transparencia de la cadena de suministro sobre minerales procedentes de zonas de conflicto.
- Hemos reforzado nuestro compromiso con los proveedores relevantes.
- Estableceremos en el Grupo un mecanismo de reclamaciones.
- Informamos sobre la debida diligencia de la cadena de suministro. Además, Telefónica, como sociedad cotizada en la Bolsa de Valores de Nueva York, cumple debidamente con la Sección 1.502 de la *Reforma Dodd-Frank de Wall Street* y con la *Ley de Protección al Consumidor*. Asimismo, en marzo de 2014 la Comisión Europea publicó un borrador del reglamento de minerales de conflicto que establecerá un proceso voluntario donde los importadores comunitarios del estaño, tántalo, tungsteno y oro podrán certificar por sí mismos que no contribuyen a la financiación de conflictos armados.

## Enfoque de Telefónica

En Telefónica estamos comprometidos con el respeto de los Derechos Humanos y trabajamos con nuestros proveedores para aplicar de forma eficiente nuestra política de responsabilidad en la cadena de suministro, buscando el modo adecuado para gestionar el impacto de nuestras operaciones comercialización de minerales podrían llevar a un conflicto armado o a causar

una violación de los Derechos Humanos de las personas y comunidades afectadas. Entendemos que la extracción de minerales es un importante motor económico en los países y regiones anteriormente mencionados, lo que significa que si se interrumpiese la extracción y procesamiento de minerales, se produciría un impacto negativo en el desarrollo de dichas áreas.

Somos conscientes de que la búsqueda de una solución para este tipo de situación es compleja y que va más allá de las propias empresas. Por ello, es necesario un compromiso conjunto de los gobiernos y autoridades locales, de las compañías y de las organizaciones sectoriales sin ánimo de lucro para tomar medidas con el fin de que las diferentes iniciativas puestas en marcha puedan tener éxito. Dichas medidas recogen todas las actuaciones orientadas a promover la transparencia de la cadena de suministro, la obtención de los minerales libres de conflicto o la gestión del impacto que presenta la extracción y procesado de mineral sobre el medio ambiente y sobre las condiciones de trabajo.

Siguiendo el espíritu de los *Principios Rectores de la ONU*, Telefónica considerará a cualquiera de los minerales 3TG como "minerales procedentes de zonas de conflicto". Por este motivo, animamos a que nuestra cadena de suministro lleve a cabo procesos efectivos de diligencia debida –según lo establecido en a la *Guía de diligencia debida para cadenas de suministro responsables de minerales procedentes de áreas afectadas por conflictos y de alto riesgo* de la OCDE– para garantizar, siempre que sea necesario y posible, la trazabilidad de los minerales 3TG y la mitigación de riesgos asociados, incluidos los de financiación de grupos armados y de violación de los Derechos Humanos.

Telefónica apoya y forma parte de las principales iniciativas en nuestro sector orientadas a reducir el impacto y a reparar este tipo de situaciones. En la Sección 4 de este documento se recogen las principales iniciativas internacionales relacionadas con los minerales procedentes de zonas de conflicto.

## Trabajando con nuestros proveedores y estableciendo alianzas

Telefónica no tiene relaciones comerciales directas con fundidores o refinadores (SORs, según el acrónimo inglés), pero trabajamos activamente para incluir criterios de sostenibilidad en toda la cadena de valor.



→ Hemos incluido en las Condiciones Generales para el *Suministro de Bienes a Telefónica S.A. y Sociedades de su Grupo, Normativa de Compras (MCT. NI.003), Edición 8.1*, de marzo de 2014, un requisito para la presentación de ofertas: la garantía expresa de que a su mejor saber y entender tras efectuar el oportuno y minucioso análisis, los productos ofrecidos no contienen ninguno de los denominados minerales procedentes de zonas de conflicto. Se aplica esta denominación a aquellos minerales que cumplen con las siguientes dos condiciones:

- Que dichos minerales sean cualquiera de los siguientes: casiterita, columbita-tantalita, oro o wolframita.
- Que estos minerales hayan sido extraídos de la República Democrática del Congo, Angola, Burundi, República Centroafricana, República del Congo, Sudán del Sur, Tanzania, Uganda, Zambia u otros países que en un futuro pudieran ser considerados zonas de conflicto.

→ El proveedor deberá disponer de una política clara sobre minerales procedentes de zonas de conflicto que promueva la adopción y uso de las directrices de la OCDE para empresas multinacionales y los *Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre empresas y Derechos Humanos* para su uso interno y dentro de su cadena de suministro extendida. Para apoyar su política, el proveedor deberá tener un sistema adecuado de gestión. Este requisito es obligatorio y no hay posibilidad de llegar a un acuerdo distinto en las condiciones específicas o en cualquier otro documento relacionado.

→ Estamos verificando el cumplimiento de nuestros proveedores a través de evaluaciones externas. Las principales herramientas para alcanzar este objetivo son:

- Evaluaciones 360º a nuestros proveedores de riesgo, gracias a un convenio firmado con EcoVadis<sup>(1)</sup> en mayo de 2013.
- Auditorías a nuestros principales proveedores de riesgo, donde los riesgos asociados a minerales tienen un seguimiento específico.

→ Seguimos las directrices de la OCDE establecidas en su *Guía de diligencia debida para cadenas de suministro responsables de minerales procedentes de áreas afectadas por conflictos y*

*de alto riesgo*, e impulsamos su aplicación entre nuestros proveedores que trabajan con estos minerales. Esperamos que nuestros proveedores establezcan un sistema de gestión adecuado que aborde esta situación y que permita: llevar a cabo una identificación de riesgos y una evaluación de su propia cadena de suministro; definir un plan de gestión de riesgos, si fuese el caso; llevar a cabo una auditoría independiente con terceros, en caso necesario, e informar sobre los progresos para mitigar proactivamente los riesgos de abusos contra los Derechos Humanos.

→ Telefónica forma parte, desde su inicio en noviembre de 2011, de la Alianza Público-Privada para el Comercio Responsable de Minerales –un esfuerzo conjunto del Departamento de Estado de los EE. UU., la Agencia para el Desarrollo Internacional de los EE. UU., organizaciones no gubernamentales, compañías y organizaciones industriales– donde se asume el reto de gestionar los problemas asociados a los minerales de conflicto, al tiempo que se ofrecen soluciones que beneficien a las personas involucradas en el comercio responsable de los minerales en la República Democrática del Congo y la Región de los Grandes Lagos africanos. De este modo, se integran iniciativas anteriores en las que hemos participado anteriormente, por ejemplo, el proyecto iTSCi ([www.itri.co.uk](http://www.itri.co.uk)).

#### **Participación en las iniciativas del sector**

Para lograr mayor impacto en el suministro responsable de minerales, y también para facilitar las acciones que desarrollamos en colaboración con nuestros proveedores, participamos activamente en diversas iniciativas existentes en el sector. Entre ellos se encuentra la Electronic Industry Citizenship Coalition (EICC) y el Global e-Sustainability Initiative (GeSI) Extractives Working Group.

GeSI ha desarrollado una serie de programas cuyo objeto es garantizar la trazabilidad de los minerales utilizados, desde el momento de la extracción hasta el producto final, así como iniciativas que promueven la transparencia en la cadena de suministro.

Telefónica apoya y forma parte de las principales iniciativas en nuestro sector orientadas a reducir el impacto y a reparar este tipo de situaciones.

<sup>(1)</sup> EcoVadis ([www.ecovadis.com](http://www.ecovadis.com)) promueve la mejora de las prácticas ambientales y sociales de las empresas apoyándose en la capacidad de influencia de las cadenas de suministro globales. Realiza *rankings* de referencia que recogen el desempeño en materia de sostenibilidad de los proveedores. Además ofrece herramientas de seguimiento que permiten a las empresas gestionar los riesgos asociados a su cadena de suministro.





## 4. Principales iniciativas internacionales

### Iniciativas globales y regionales

Iniciativas globales y regionales	Organización principal	Objetivo	Carácter
<p>Guía de la OCDE de diligencia debida para cadenas de suministro responsables de minerales procedentes de áreas afectadas por conflictos y de alto riesgo</p>	<p>Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE)</p>	<p>Ofrece recomendaciones para una actuación responsable en las cadenas de suministro de minerales a escala global. Ayuda a las compañías a respetar los Derechos Humanos y a evitar contribuir al conflicto a través de sus decisiones y prácticas de compra de minerales o metales. Promueve la rendición de cuentas y la transparencia, dentro de la cadena de suministro, en lo referente a los minerales procedentes de zonas de conflicto.</p> <p><a href="http://www.oecd.org/investment/mne/mining.htm">www.oecd.org/investment/mne/mining.htm</a></p>	<p>Voluntario</p>
<p>Guía de Diligencia Debida de las Naciones Unidas para mitigar el riesgo de un apoyo directo o indirecto del conflicto en la República Democrática del Congo</p>	<p>Grupo de Expertos de la ONU en la República Democrática del Congo (UNGoe)</p>	<p>Publicado en mayo de 2011, complementa a la Ley de Dodd-Frank Act (2010), Section 1.502, de Estados Unidos. Las directrices tienen por objeto evitar (i) la violación de los Derechos Humanos, y (ii) la promoción de los conflictos armados como consecuencia de las operaciones de extracción. Promueve la rendición de cuentas y la transparencia para los minerales de conflicto dentro de la cadena de suministro.</p> <p><a href="http://www.un.org/sc/committees/1533/egroupguidelines.shtml">www.un.org/sc/committees/1533/egroupguidelines.shtml</a></p>	<p>Obligatorio</p>
<p>La Alianza Público-Privada para el Comercio Responsable de Minerales (PPA)</p>	<p>Representantes participantes de gobiernos, industrias y principales miembros de la sociedad civil: <a href="http://www.resolv.org/site-ppa/governancecommittee-and-workgroups/governancecommittee-and-workgroups/">http://www.resolv.org/site-ppa/governancecommittee-and-workgroups/governancecommittee-and-workgroups/</a></p>	<p>La PPA proporciona apoyo a la financiación y a la coordinación de organizaciones que trabajen en la región para desarrollar cadenas de suministro verificables como 'libres de conflicto'; alinear los programas y las prácticas de la cadena de custodia; fomentar el suministro responsable de la región, promover la transparencia, y fortalecer la sociedad civil y la capacidad gubernamental en la región.</p> <p><a href="http://www.resolv.org/site-ppa/">www.resolv.org/site-ppa/</a></p>	<p>Voluntario</p>
<p>Programa de fundición libre de conflictos</p>	<p>Global e-Sustainability Initiative (GeSI) junto con la Electronic Industry Citizenship Coalition (EICC)®</p>	<p>Una iniciativa que ofrece a las compañías y a sus proveedores una guía y herramientas para identificar el origen de los suministros de mineral. Es así como la fundición y las refinerías pueden catalogarse como 'libres de conflicto'. Celebra un congreso dos veces al año, que reúne a cientos de representantes de la industria, de gobiernos y de la sociedad civil para discutir las mejores prácticas en esta materia.</p> <p><a href="http://www.conflictreesmelter.org/">www.conflictreesmelter.org/</a></p>	<p>Voluntario</p>



## Iniciativas globales y regionales

	Organización principal	Objetivo	Carácter
Estándar y Herramientas para el Oro Libre de Conflictos del Consejo Mundial del Oro	Consejo Mundial del Oro (WGC)	Establece un marco común para las compañías mineras para actuar con responsabilidad en la extracción de oro y para que demuestren que sus operaciones mineras no provocan situaciones de conflicto o de abuso de los Derechos Humanos.  <a href="http://www.gold.org/about_gold/sustainability/conflict_free_standard/">www.gold.org/about_gold/sustainability/conflict_free_standard/</a>	Voluntario
LBMA Directrices para un Oro Responsable	London Bullion Market Association (LBMA)	Asegura que todas las existencias de oro y todo el oro producido por las refinerías están 'libres de conflicto'. Permite a las empresas de insumos mineros identificar y conseguir fundiciones libre de conflictos.  <a href="http://www.lbma.org.uk/pages/index.cfm?page_id=137">www.lbma.org.uk/pages/index.cfm?page_id=137</a>	Obligatorio para refinerías acreditadas por la LBMA
Certificación de la cadena de custodia del RJC (Consejo de Joyería Responsable)	Consejo de Joyería Responsable (RJC)	Programa de certificación iniciado en marzo de 2012. Da apoyo a la identificación y seguimiento a lo largo de la cadena de suministro de la procedencia de metales preciosos (oro, platino, paladio, rodio) 'libres de conflicto' gracias a la documentación de la cadena de custodia.  <a href="http://www.responsiblejewellery.com/chain-of-custody-certification/">www.responsiblejewellery.com/chain-of-custody-certification/</a>	Voluntario
Iniciativa para la Cadena de Suministro del Estaño TRI Tin Supply Chain Initiative (iTSCI)	ITRI; Tantalum-Niobium Pact International Study Center; Channel Research	Da soporte a las unidades responsables de la contratación en África Central mediante el desarrollo de: <ul style="list-style-type: none"> <li>Una cadena de custodia física que sigue y vigila los minerales desde el punto de extracción hasta el proceso de fundición.</li> <li>Un sistema de diligencia debida que incluye auditorías y evaluaciones externas a los yacimientos mineros y a las rutas de transporte.</li> </ul> <a href="http://www.itri.co.uk/index.php?option=com_zoo&amp;task=item&amp;item_id=2192&amp;Itemid=189">www.itri.co.uk/index.php?option=com_zoo&amp;task=item&amp;item_id=2192&amp;Itemid=189</a>	Voluntario
Certificado alemán de las Cadenas de Comercio	Instituto Federal Alemán de Geociencias y Recursos Naturales (BGR)	Da soporte a las unidades responsables de la contratación en África Central, mediante la creación de un marco de certificación para yacimientos mineros artesanales.  <a href="http://www.bgr.bund.de/EN/Themen/Min_rohstoffe/CTC/Home/CTC_node_en.html">www.bgr.bund.de/EN/Themen/Min_rohstoffe/CTC/Home/CTC_node_en.html</a>	Voluntario
Mecanismo de certificación regional de la ICGLR	Conferencia Internacional sobre la Región de los Grandes Lagos (ICGLR)	Establece un mecanismo de certificación para la minería y el comercio de minerales de conflictos procedentes de la Región de los Grandes Lagos africanos.  <a href="http://www.oecd.org/investment/mne/49111368.pdf">www.oecd.org/investment/mne/49111368.pdf</a>	Obligatoria para los países miembros





## Lo que esperamos de nuestros proveedores

Si bien los requisitos específicos de debida diligencia y de procesos diferirán dependiendo del mineral y de la posición de la compañía dentro de la cadena de suministro, las compañías

deberán revisar la selección de proveedores y las decisiones de aprovisionamiento, e integrar en sus sistemas de gestión el siguiente marco de cinco etapas, basado en la *Guía de la OCDE de diligencia debida para cadenas de suministro responsables de minerales procedentes de áreas afectadas por conflictos y de alto riesgo*.

1

### ■ Establecer sistemas sólidos de gestión en la empresa

- Adoptar una política corporativa.
- Establecer la gestión interna para dar soporte a una diligencia debida de cadena de suministro.
- Implantar un sistema de control y transparencia de la cadena de suministro de minerales procedentes de zonas de conflicto.
- Reforzar el compromiso con los proveedores relevantes.
- Establecer un mecanismo de reclamaciones corporativo.

2

### ■ Identificar y valorar riesgos en la cadena de suministro

- Identificar lo mejor posible los fundidores o refinadores –conocidos como SOR, por su acrónimo en inglés– que integran la cadena de suministro.
- Comprometerse con los SOR para determinar la mina de origen y las rutas de tránsito.
- Evaluar si los SOR han llevado a cabo todos los aspectos de diligencia debida según el marco de la OCDE.

- En caso necesario, llevar a cabo controles sobre el terreno en las propias instalaciones de los SOR, incluso a través de la participación en programas impulsados por el sector.



Guía de diligencia debida sobre extracciones de minerales de la OCDE

3

### ■ Diseñar y establecer una estrategia para responder a los riesgos identificados

- Informar sobre los SOR de riesgo.
- Definir el plan de gestión de riesgos.
- Establecer, seguir y vigilar el resultado de los esfuerzos en la mitigación de los riesgos.
- Evaluar hechos adicionales, o situaciones de riesgo, bien porque requieran mitigación, o por un cambio en las circunstancias.

4

### ■ Llevar a cabo auditorías externas independientes en los puntos identificados en la cadena de suministro, conforme a la debida diligencia

- Definir el ámbito.
- Implementación de forma regular.
- Introducción de medidas correctivas.

5

### ■ Informe sobre la diligencia debida de la cadena de suministro





GESTIÓN RESPONSABLE

# Derechos Humanos

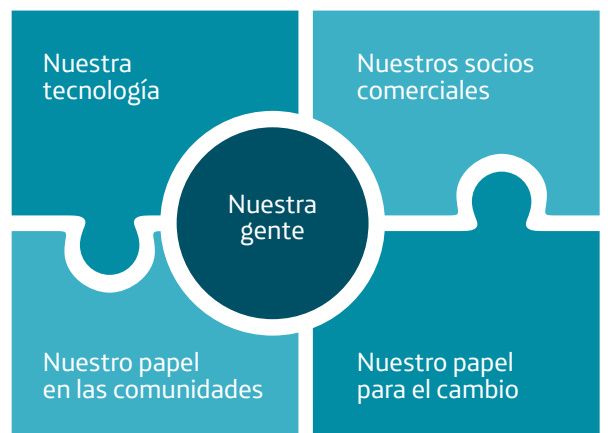
Para Telefónica, de acuerdo a los 'Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos' de las Naciones Unidas, la evaluación de impacto de su actividad en los Derechos Humanos es fundamental para la sostenibilidad del negocio. En 2013 hemos trabajado proactivamente para fortalecer el compromiso de respetarlos

## Compromiso

Desde que en 2006 el respeto a los Derechos Humanos se constituyó en uno de los pilares de nuestros Principios de Actuación y, en 2012, fuésemos pioneros en la realización de una evaluación global del impacto de nuestras operaciones –de acuerdo a los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas–, nuestro objetivo durante 2013 ha sido integrar los aspectos identificados en los procedimientos externos, tanto a nivel global como a nivel local.

Conforme a los Principios hemos desarrollado el compromiso explícito de respetar los Derechos Humanos de nuestros stakeholders, incluyendo a nuestros empleados, miembros de la comunidad, clientes y socios comerciales, así como los millones de personas en las que influimos cada día a través de nuestros productos y servicios.

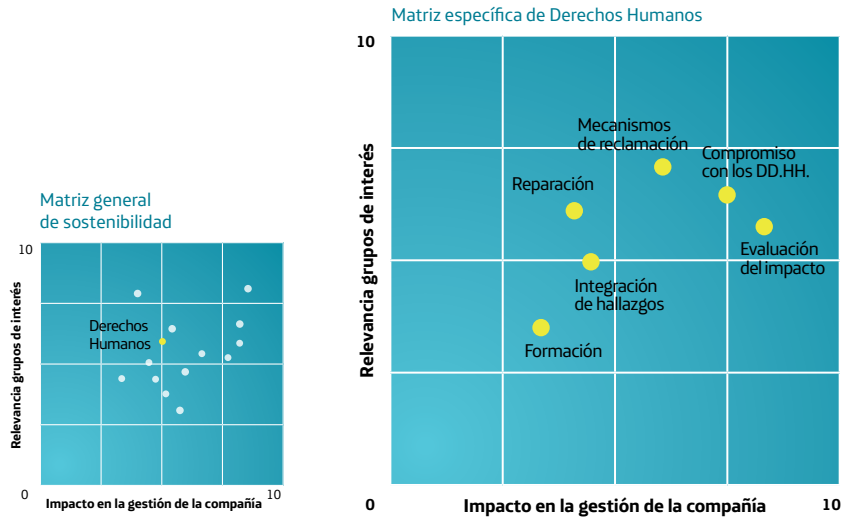
Nuestra estrategia se ha desarrollado basándose en cinco factores clave que cubren nuestra área de influencia:



- |  |   |  |   |  |
|--|---|--|---|--|
| <p><b>Nuestra gente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Respetamos a nuestros empleados definiendo e implementando elevados estándares laborales, medioambientales, de salud y de seguridad, además de contar con condiciones laborales justas, equitativas y de excelencia.</li> </ul> | <p><b>Nuestra tecnología</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Reconocemos que como proveedor global líder de tecnología, nuestra empresa puede ayudar a promover, o ser utilizada para impedir, el cumplimiento de los Derechos Humanos.</li> </ul> | <p><b>Nuestros socios comerciales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nuestra responsabilidad en el respeto de los Derechos Humanos se extiende a nuestras relaciones comerciales. Requerir altos niveles de desempeño –en las condiciones laborales, medioambientales y de seguridad y salud– a nuestra cadena de suministro, es para nosotros una forma de promover y obtener el mejor resultado para lograr cambios, mitigar los riesgos relacionados con comportamientos abusivos en el marco de las relaciones empresariales.</li> </ul> | <p><b>Nuestro papel en las comunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ A través de nuestros productos y servicios, así como del conocimiento de los diferentes retos de las comunidades locales, podemos dar respuesta a algunas de las necesidades más relevantes con la debida consideración de los Derechos Humanos.</li> </ul> | <p><b>Nuestro papel para el cambio</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ Nos comprometemos a explorar todas las oportunidades relevantes de participación o alianza con grupos de interés externos que permitan propiciar cambios sistémicos y promuevan el respeto de los Derechos Humanos.</li> </ul> |
|--|---|--|---|--|



## Matriz de materialidad





Telefónica ha creado grupos de trabajo globales para la gestión de aspectos clave en materia de DD.HH.

### Debida diligencia

El informe final de la evaluación de nuestro impacto en el 2012 ha servido como punto de partida para desarrollar e implementar un plan de trabajo de ámbito corporativo y local.

Las principales líneas de acción de dicho plan fueron:

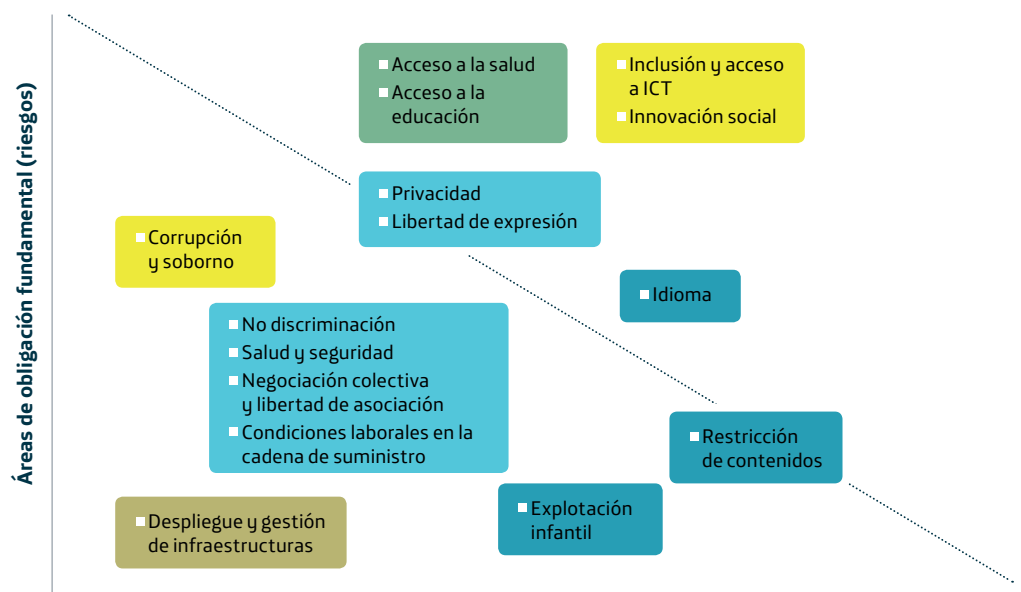
- Compartir los hallazgos con las áreas implicadas a nivel local.
- Integrar los hallazgos, identificando las políticas, estrategias y sistemas de gestión ya existentes.
- Estructurar grupos de trabajo internos y globales para la gestión de aspectos clave identificados, como el Grupo de Trabajo de Privacidad y Libertad de Expresión, o el Grupo de Trabajo de Empresas y Derechos del Niño.
- Iniciar la construcción de un mapa de *stakeholders* y plataformas *multistakeholders*.
- Seguimiento de los riesgos y oportunidades.

### No discriminación

Los Principios de Actuación del Grupo recogen: "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".

- **Igualdad de oportunidades.** En la normativa corporativa del Grupo Telefónica para el fomento de la integración laboral de personas con discapacidad recogemos nuestro compromiso con la igualdad de oportunidades para todos, incluidas las personas con discapacidad.
- **Diversidad.** El proyecto de diversidad, iniciado en 2012 con el piloto de la región europea, continuó en 2013 con el objetivo de crear una estructura y procesos globales que permitan resaltar la diversidad de nuestro Grupo, a la vez que faciliten el proceso de transformación de la Compañía.

### Áreas de ventaja competitiva (oportunidades)





### **Seguridad y salud**

Nuestros *Principios de Actuación* dicen: "Ofrecemos a nuestros empleados un entorno laboral seguro. Para ello se establecen los mecanismos adecuados para evitar accidentes, lesiones y enfermedades laborales que estén asociadas con nuestra actividad profesional, a través del cumplimiento estricto de todas las regulaciones normativas, la implantación de procedimientos de trabajo seguro, la formación y la gestión preventiva de los riesgos laborales".

### **Negociación colectiva y libertad de asociación**

Los *Principios de Actuación* recogen el derecho de nuestros empleados a pertenecer a la organización sindical de su elección y no toleramos ningún tipo de represalia o acción hostil hacia aquellos empleados que participen en actividades sindicales.

### **Condiciones laborales en la cadena de suministro**

El compromiso público con la sostenibilidad en la cadena de suministro, asumido en 2010, nos ha permitido articular el impacto positivo de nuestra actividad, a través una cadena de valor con un alto componente local en Telefónica en la Argentina:

- 1425 proveedores de los cuales el 91% locales.
- Volumen de compra superior a los 13.800 millones de pesos.
- Cerca del 88% del volumen adjudicado a proveedores locales.

En 2013 hemos consolidado nuestro modelo de gestión responsable en la cadena de suministro, que se refuerza con otras iniciativas como el compromiso con los DD.HH., o con el comercio responsable de minerales.

### **Privacidad**

En Telefónica respetamos los derechos y las libertades de las personas, entre los que se encuentra el derecho fundamental a la protección de los datos de carácter personal. Nuestros *Principios de Actuación* contemplan este derecho fundamental y establecen pautas comunes de comportamiento para todas nuestras empresas.

### **Libertad de expresión**

En Telefónica estamos convencidos de que la mejor forma de lograr el avance global en el respeto de la libertad de expresión y en la privacidad es a través del diálogo entre gobiernos, industria, sociedad civil (incluidos expertos en Derechos Humanos), inversores, organizaciones supranacionales, y otras partes interesadas. Por ello, en marzo de 2013 constituimos, junto con un grupo de operadores y fabricantes del sector, el Grupo de Diálogo de la Industria de Telecomunicaciones para la Libertad de Expresión y la Privacidad.

### **Derechos del Niño**

Trabajamos 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 eficiencia en el uso de recursos como la energía.

### **Corrupción y soborno**

Nuestro compromiso es de 'tolerancia cero' con el fraude y la corrupción. El Grupo dispone de diferentes elementos y procesos de control en todas sus operaciones, para velar por su cumplimiento, y existen una serie de elementos que conforman un entorno de control adecuado en todas nuestras operaciones.

### **Acceso a la salud**

En 2013 nos hemos comprometido a convertirnos en un actor relevante en eHealth con productos y servicios que contribuyen a unos modelos nuevos, más eficientes y efectivos, de salud.

En 2013 hemos consolidado nuestro modelo de gestión responsable en la cadena de suministro, que se refuerza con otras iniciativas como el compromiso con los DD.HH., o con el comercio responsable de minerales.





Telefónica es miembro fundador del Grupo de Trabajo de Privacidad y Libertad de Expresión.

#### **Acceso a la educación**

Apoyamos la educación mediante los programas de Fundación Telefónica, centrados en el aprendizaje y la educación, tanto a través de nuestros proyectos de intervención directa como mediante un compromiso con la innovación pedagógica. Implementamos y respaldamos la generación de conocimiento, la investigación, publicaciones y el apoyo a la comunidad educativa.

#### **Inclusión y acceso a las TIC**

En Telefónica asumimos el compromiso para promover el desarrollo económico, social y cultural de las comunidades en las que operamos, y nuestro compromiso se extiende a asegurar que toda la sociedad pueda disfrutar de los beneficios de las tecnologías de la información y comunicación (TIC).

#### **Innovación social**

La estrategia de innovación social del Grupo está orientada a mejorar la vida de las personas, aprovechando las oportunidades que ofrecen las tecnologías de la información y las comunicaciones.

#### **Idioma**

En Telefónica apoyamos el derecho de las minorías a disfrutar de su propia cultura, a profesar y practicar su propia religión, o a utilizar su propio idioma.

### **Reparación/Mecanismos de reclamación**

Incluso con las mejores políticas y prácticas vigentes, Telefónica puede causar o contribuir a un impacto adverso sobre los Derechos Humanos.

Las consultas y hechos relativos a nuestras actividades se pueden plantear a través de diferentes canales, tanto a nivel local como global: en el ámbito, como es el caso de nuestro canal específico de la Oficina de *Principios de*

*Actuación*, un canal confidencial que permite a nuestros empleados solicitar asesoramiento y plantear cuestiones asociadas al cumplimiento de los Principios de Actuación, especialmente cuando detecten indicios de inobservancia.

El resto de grupos de interés, pueden acceder a diferentes canales confidenciales dispuestos en cada uno de los portales que hay habilitados a tal efecto. Estos canales pueden servir, bien para dar su opinión o para poner en conocimiento de Telefónica cualquier cuestión que les afecte. También pueden recabar información sobre cuestiones comerciales y corporativas, y comunicar cualquier tipo de vulneración de derechos de cualquier tipo.

### **Hitos**

- Desarrollo del Compromiso del Grupo con los Derechos Humanos.
- Inclusión de los principales hallazgos en las políticas y proyectos clave: responsabilidad en la cadena de suministro, privacidad y protección de datos, privacidad y libertad de expresión...

Los hitos logrados en la gestión de los diferentes aspectos identificados se pueden encontrar en cada uno de los capítulos, donde se recogen los avances realizados en 2013 por las iniciativas que la compañía ya tenía en marcha con anterioridad a la evaluación.

### **Retos**

- Desarrollar material de formación y sensibilización, sobre el impacto de Telefónica en los Derechos Humanos (DD.HH.) y los marcos internacionales de referencia.
- En los procesos críticos. Trabajar con los *stakeholders* implicados en el entendimiento de la situación, análisis de impacto, y acceso a mecanismos de denuncia y reparación.



## Mecanismos de reparación



### Empleados

- Canal confidencial de la Oficina de Principios de Actuación



### Accionistas

- Buzón de la Oficina del Accionista



### Proveedores

- Portal del Proveedor del Grupo Telefónica



### Clientes

- Portal comercial de Telefónica en cada uno de los países



### Sociedad

- Canal específico de Reputación y Sostenibilidad



GESTIÓN RESPONSABLE

# Derechos Humanos: respeto de los derechos de la infancia

*Hemos definido un nuevo enfoque que nos permite consolidar y dar mayor visibilidad a las iniciativas en las que veníamos trabajando, donde la infancia es protagonista*

En 2012 Telefónica participó en la consulta y piloto realizado por Unicef para la elaboración de las Guías de RSC y Derechos del Niño.

## Empresas y derechos de la infancia

Nos encontramos en plena revolución digital, donde la tecnología transforma la vida de las personas en su forma de comunicarse, informarse, divertirse, comprar, compartir y aprender. Los niños y adolescentes son agentes clave de esta transformación y protagonistas ineludibles del futuro, aunque con frecuencia se encuentran entre los miembros más marginados y vulnerables de la sociedad. Por ello, hemos venido trabajando activamente, desde hace más de una década, para fomentar y respetar sus derechos como parte de nuestra estrategia empresarial y desde diferentes líneas de actuación.

Hasta la fecha, el reconocimiento de la responsabilidad de las empresas hacia la infancia con frecuencia se había centrado en la prevención y eliminación del trabajo infantil.

En Telefónica hemos trabajado durante 2013 para evolucionar este enfoque tradicional hacia otro más global, tal y como se describe en los *Derechos del Niño* y *Principios Empresariales* elaborados por UNICEF.

“Las empresas tienen un enorme potencial para proteger los derechos de los niños mediante el modo en que producen y comercializan sus productos, en que proporcionan sus servicios y en que ejercen su influencia en el desarrollo económico y social. A la inversa, algunas políticas o prácticas empresariales pueden causar daños irreversibles sobre los niños y amenazar no solo su desarrollo sino incluso su supervivencia” .

Asimismo, en 2012 Telefónica participó –junto con un reducido número de empresas de diferentes sectores y de ámbito internacional– en la consulta y piloto realizado por Unicef para la elaboración de las Guías de RSC y Derechos del Niño. La experiencia obtenida fue muy valiosa a la hora de incorporar a los niños como colectivo especial en las futuras evaluaciones de impacto en Derechos Humanos.

### Nuestro marco de actuación

Basándonos en el marco establecido en los *Derechos del Niño* y *Principios Empresariales de UNICEF*, hemos definido un nuevo enfoque que nos permite consolidar y dar mayor visibilidad a las iniciativas en las que veníamos trabajando, donde la infancia es protagonista.

#### Enfoque tradicional

- Prevención del trabajo infantil en operaciones propias y cadenas de suministro
- Acciones filantrópicas en la protección de la infancia

#### Enfoque de Derechos

- Visión global del impacto de la empresa en los niños
- Diseño de productos y servicios
- Métodos de marketing y publicidad
- Trabajo digno
- Prevención del trabajo infantil
- Protección en situaciones de emergencia
- Acciones filantrópicas
- Relaciones con gobiernos locales



# 1

## Cumplir con la responsabilidad de respetar y promover los Derechos del Niño

En Telefónica cumplimos con esta responsabilidad en nuestras actividades propias y relaciones comerciales.

En 2012 llevamos a cabo una evaluación global de nuestro impacto en los Derechos Humanos, donde los Derechos del Niño fueron una de las cuestiones analizadas, y que formaba parte de los 16 aspectos evaluados.

Según este estudio, los mayores riesgos proceden de la utilización de mano de obra infantil por parte de alguno de nuestros proveedores, así como el uso inadecuado de las tecnologías de información. Para la gestión global de estos riesgos, contamos con las iniciativas recogidas en los capítulos de Sostenibilidad en la cadena de suministro y en El buen uso de Internet por los niños, de este informe.



Derechos del Niño y Principios Empresariales, UNICEF, Pacto Mundial y Save the Children, 2012.

# 2

## Contribuir a la erradicación del trabajo infantil en nuestras operaciones y en nuestra cadena de suministro

El Grupo Telefónica cumple con las legislaciones locales y estándares internacionales, respetando la edad mínima para iniciarse en la vida laboral, velando por las condiciones de trabajo y el impacto en la seguridad y salud de los jóvenes trabajadores. La cadena de suministro global está compuesta por más de 15.000 proveedores procedentes de 73 países y, a través de nuestra política de Responsabilidad en la Cadena de Suministro y las actuaciones derivadas para su cumplimiento, trabajamos activamente por la eliminación del trabajo infantil en nuestra cadena de valor.

En 2013, además, hemos reforzado este compromiso poniendo en marcha la plataforma 'Aquí estoy y actúo', un proyecto de sostenibilidad para la erradicación del trabajo infantil en las empresas y en sus cadenas de valor, en América Latina y el Caribe.

Los logros más importantes han sido:

- Utilización de la Guía por más de 100 empresas en 12 países de Latinoamérica.
- Presentar la Guía Metodológica en diferentes foros internacionales como referente en su contribución en la erradicación del trabajo infantil.
- Reconocimiento de la guía y la plataforma online adoptada por diferentes organismos internacionales desde su lanzamiento.

## Best practices

### Reconocimientos



- **Ojo de Iberoamérica 2012**
  - Ojo de Oro - Ojo sustentable RSE
  - Ojo de Oro - Categoría 'Mobile'
- **Festival El Dorado 2012**
  - Oro en Cyber
  - Plata en Outdoor
  - Grand Prix Cyber
- **The One Show Interactive**
  - Lápiz de Plata
- **FIAP 2012**
  - Sol de Plata - Categoría 'Interactivo' Iberoamérica
- **Publicidad DeVida 2012**
  - Reconocimiento
- **Cannes Lions 2012**
  - León de Plata Categoría 'Mobile Francia'
  - León de Bronce Categoría 'Mobile Francia'
- **La Copa de Iberoamérica**
  - Categoría 'Bien Público'
- **Premios Accenture**
  - Ojo de oro - Ojo sustentable RSE
- **Clio Awards 2012**
  - Oro - Categoría 'Mobile España'
- **New York Festivals 2012**
  - Plata - Philanthropic Appeals





3

### Proporcionar un trabajo digno a los jóvenes trabajadores, padres y cuidadores

Estamos convencidos de que la mejor forma de velar por los derechos de la infancia desde el hogar, consiste en garantizar un trabajo digno de los padres y cuidadores. Por ello que en nuestras operaciones las retribuciones son equiparables a las funciones realizadas, siempre por encima del salario mínimo vigente en cada país.

4

### Asegurar la protección y seguridad de los niños en todas las actividades e instalaciones empresariales

Contamos con una política de Prevención de Riesgos Laborales y un procedimiento de evaluación de riesgos en los que se tiene en cuenta a trabajadores especialmente protegidos. Su finalidad es adoptar un conjunto de medidas preventivas para promover la mejora de la seguridad y de la salud en el trabajo de este colectivo y, en especial, de las trabajadoras embarazadas, las que hayan dado a luz o estén amamantando a sus hijos. En este último caso, se establecen medidas de prevención de situaciones que puedan influir negativamente en su salud o en la de su hijo.

En lo referente a nuestros proveedores y según se recoge en nuestra Política de Responsabilidad en la Cadena de Suministro:

En cualquier caso, la acción que se tome se realizará considerando los intereses del niño, de conformidad con las disposiciones del Convenio de la OIT 138 y deberá ser coherente con el Convenio de los Derechos del Niño de la ONU.

5

### Garantizar que los productos y servicios sean seguros y que a través de ellos se promuevan los Derechos del Niño

En nuestro afán por garantizar que nuestros productos y servicios sean seguros y que a través de ellos se promueva un contexto online más respetuoso con los menores, en Telefónica trabajamos para que los menores puedan sacarle el máximo partido a las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC), a la vez que se les enseña a evitar usos indebidos.

Esto es aplicable en el ámbito de comercialización de nuestros productos y servicios (como por ejemplo 'Aula 365') y a través de iniciativas sectoriales y alianzas con organismos internacionales



6

Utilizar líneas de marketing y publicidad que respeten y apoyen los derechos del niño

En Telefónica nos ocupamos de que nuestras actuaciones de comunicación y comercialización respeten los derechos de los niños. Dentro de nuestro programa de transformación, estamos trabajando para definir un marco de comercialización responsable, en el que los niños reciben una atención específica.

7

Respetar y promover los Derechos del Niño en relación con el medio ambiente y la adquisición y uso de tierras

En Telefónica tenemos una política ambiental global orientada a reducir nuestra huella en el entorno, especialmente en lo referente a nuestro despliegue de red. Cumplimos con la legislación ambiental vigente a escala local e internacional en lo relativo al impacto visual, la gestión de residuos, la huella acústica, etc., cubriendo el espectro poblacional general y, sobre todo, el de los niños como grupo de población sensible a la contaminación ambiental.

8

Respetar y promover los Derechos del Niño en las disposiciones de seguridad

9

Ayudar a proteger a los niños afectados por situaciones de emergencia

En situaciones de emergencia, Telefónica trabaja para que los niños afectados disfruten de ciertos niveles de protección, como disponer de alimentos y agua potable.

10

Reforzar los esfuerzos de la comunidad y el gobierno para proteger y satisfacer los Derechos del Niño

Telefónica contribuye al cumplimiento de los Derechos del Niño, no solo a través de nuestras propias prácticas, sino también ayudando a fortalecerse a las comunidades donde operamos y en las que los niños viven y crecen.

Fundación Telefonica, a través del programa Proniño, contribuye al desarrollo de las comunidades mediante la erradicación del trabajo infantil.







GESTIÓN RESPONSABLE

# Derechos Humanos: compromiso\_

*Nos comprometemos a trabajar, dentro de nuestro ámbito de influencia, para evitar de forma proactiva cualquier tipo de abuso contra los Derechos Humanos*

En Telefónica somos conscientes de que la gestión consistente de los Derechos Humanos es crítica para el éxito de nuestro negocio, especialmente por:

- La heterogeneidad de los desafíos y oportunidades en el ámbito de los Derechos Humanos en los países donde operamos.
- El desarrollo de la tecnología hace que los riesgos y oportunidades en Derechos Humanos sean mucho más significativos para nuestro sector. Además, su importancia va en aumento con el desarrollo del Internet de las Cosas o el *Big Data*. Como consecuencia de ello, en Telefónica estamos comprometidos con el respeto de los Derechos Humanos internacionalmente reconocidos y recogidos en la *Declaración Universal de los Derechos Humanos (UDHR)*, el *Pacto Internacional sobre Derechos Civiles y Políticos (ICCPR)*, el *Pacto Internacional sobre Derechos Económicos, Sociales y Culturales (ICESCR)*, la *Organización Internacional del Trabajo (OIT)*; las ocho convenciones centrales sobre los Derechos Humanos Fundamentales, la Convención 169 de la OMT sobre los derechos de los pueblos indígenas, la *Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño (UNCRC)* y la *Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de personas con discapacidad (CRPD)*.

Como miembros del *Global Compact* desde 2002, hemos asumido el compromiso de respetarlos y protegerlos, conforme a los 10 principios básicos. Asimismo, respetamos el marco establecido en los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos.

## Nuestro Compromiso

En línea con nuestros *Principios de Actuación*, estamos comprometidos con el respeto de los Derechos Humanos de nuestros empleados, miembros de la comunidad, clientes y socios comerciales, así como los de los millones de personas en las que influimos cada día a través de nuestros productos y servicios.

Nos comprometemos a esforzarnos dentro de nuestro ámbito de influencia –que incluye a nuestros empleados, socios comerciales y otros actores vinculados con nuestros negocio– en el conocimiento, aprendizaje continuo y mejora, en caso necesario, con el fin de asegurar y evitar de forma proactiva cualquier tipo de abuso contra de los Derechos Humanos, así como también cualquier complicidad derivada de situaciones de abuso de nuestros socios comerciales.

Nuestra estrategia en materia de Derechos Humanos se ha desarrollado en torno a cinco factores clave que cubren nuestra esfera de influencia:

- 1. Nuestra gente.** Respetamos a nuestros empleados definiendo e implantando elevados estándares laborales, medioambientales, de salud y de seguridad, además de contar con condiciones laborales justas, equitativas y de excelencia.
- 2. Nuestra tecnología.** Creemos que la tecnología tiene un impacto positivo en los Derechos Humanos. Usados de forma apropiada, nuestros productos y servicios deberían facilitar, y no reprimir, la privacidad y libertad de expresión. Reconocemos que como proveedor global líder de tecnología, nuestra empresa puede ayudar

Nuestro compromiso con los Derechos Humanos es la base de la estrategia del Grupo en este ámbito.





## Implantación

Nuestro modelo de siete pasos es la base para la gestión de los Derechos Humanos, la implantación de prácticas claves dentro del Grupo, y para alcanzar una posición de liderazgo dentro del sector.



**Establecimiento de un compromiso con los Derechos Humanos** en con nuestros *Principios de Actuación*, que está siendo integrado en nuestras políticas corporativas y locales: recursos humanos, seguridad corporativa, auditoría, innovación social, regulación, legal, compras, sostenibilidad, ventas, marketing y diseño de productos



Incorporación de los Derechos Humanos en **nuestro modelo de auditoría**.



Evaluación de nuestro impacto en los Derechos Humanos en **cada uno de nuestros mercados**.

Telefónica espera que todos sus socios comerciales respeten los Derechos Humanos en toda la cadena de valor.

a promover –o ser utilizada para impedir que se conculquen– los Derechos Humanos. Este riesgo crece cada año en la misma medida en que las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) cobran un mayor protagonismo en la forma en que las personas trabajan, aprenden e interactúan. Reconocemos la importancia de contar en lo sucesivo, en el desarrollo de nuestros productos y servicios, con un enfoque centrado en los Derechos Humanos.

### 3. Nuestros socios comerciales.

Reconocemos que nuestra responsabilidad en el respeto de los Derechos Humanos comprende nuestros impactos directos y se extiende a nuestras relaciones comerciales. Requerir altos niveles de desempeño –en las condiciones laborales, medioambientales y de seguridad y salud– de nuestra cadena de suministro, es para nosotros una forma de promover, y obtener el mejor resultado para lograr cambios y mitigar los riesgos relacionados con comportamientos abusivos de las relaciones empresariales.

Esperamos que todos nuestros socios comerciales actúen siguiendo esta misma línea, incluyendo aquellos de primer nivel o sucesivos que componen nuestra cadena de valor.

### 4. Nuestro papel en las comunidades.

A través de nuestros productos y servicios, así como del conocimiento de los diferentes retos de las comunidades locales, podemos dar respuesta a algunas de las necesidades más relevantes con la debida consideración de los Derechos Humanos.

### 5. Nuestro papel para el cambio.

Reconocemos también que el respeto por los Derechos Humanos puede tener implicaciones que van más allá de nuestra esfera de influencia. Nos comprometemos a explorar todas las oportunidades relevantes de participación o alianza con grupos de interés externos que permitan propiciar cambios sistémicos y promuevan el respeto por los Derechos Humanos.



4

**Realización de cursos de formación sobre Derechos Humanos**, para empleados y proveedores relevantes, adaptados en función del público, del asunto y de la geografía.

5

**Adaptación de los mecanismos de reclamación** existentes para garantizar que se aplica a riesgos específicos de Derechos Humanos relevantes en cada mercado.

6

**Diálogo permanente con nuestros grupos de interés**, en la suma de esfuerzos para abordar conjuntamente los riesgos del sector, y facilitar la creación de alianzas que capitalicen las oportunidades de liderazgo.

7

**Controlar e informar**, con el fin de comunicar los avances y retos, tanto a nivel global como local

## Impulso, coordinación y seguimiento

La Dirección de Reputación y Sostenibilidad Corporativas de Telefónica S.A., con la participación de sus áreas homólogas en los países, es la responsable promover, coordinar, medir y reportar, tanto a escala global como local, el desarrollo e implantación de este compromiso.

En Telefónica nos comprometemos a mantener un modelo transparente de gestión del programa de Derechos Humanos, y a compartir periódicamente con los órganos internos de dirección la visión que tiene nuestros principales grupos de interés en el ámbito de los Derechos Humanos.

## Proceso de mejora

Telefónica está implantando este compromiso en todas sus líneas de actividad y países en los que opera. Para ello:

- Evaluamos de forma periódica el impacto en los Derechos Humanos de todas nuestras operaciones. Buscando el máximo respeto a los Derechos Humanos, revisamos y actualizamos continuamente nuestras principales políticas, procesos y sistemas de gestión.
- Revisamos y fortalecemos periódicamente los mecanismos anónimos de denuncias que permiten a nuestros empleados y a otras personas afectadas por nuestras operaciones, informar de cualquier sospecha sobre abuso de los Derechos Humanos. Investigamos y, cuando corresponde, adoptamos medidas correctivas para hacer frente a las violaciones denunciadas.
- Proporcionamos informes más transparentes acerca de los riesgos, incidentes ocurridos y de las acciones tomadas.





Privacidad: una Internet abierta y segura para todos\_

Libertad de expresión\_

Buen uso de Internet por los niños\_



# 5. Personas\_

Servicios más  
accesibles\_

'E-Health'\_





## PERSONAS

# Privacidad: una Internet abierta y segura para todos\_

*El respeto a la privacidad es fundamental para el desarrollo de la sociedad digital*

Telefónica respeta los derechos y libertades de las personas, protegiendo los datos de carácter personal, tanto 'online', como 'offline'.

El carácter universal y global de Internet, su fácil acceso por múltiples dispositivos, el número creciente de redes sociales y aplicaciones, el almacenamiento y el acceso a grandes cantidades de datos en la nube convierten a la Red en una herramienta de uso frecuente, tanto en el ámbito personal, como empresarial. Su uso masivo ha propiciado la revolución digital, pero esta condición de herramienta universal y participativa entraña riesgos y retos. Riesgos para la privacidad de los usuarios, y retos al difuminarse las barreras territoriales y los sistemas legales que regulan la privacidad.

Los procesos de reforma de la legislación en EE.UU. y en Europa se presentan como una oportunidad clara para incluir medidas de carácter global. Ejemplo de ello es la propuesta de Reglamento de Protección de Datos de la Unión Europea, que armoniza la normativa en los 28 Estados miembros, cerrando las lagunas existentes. No obstante, todavía está por definir su nivel de armonización con el modelo de EE.UU. y otras áreas geoeconómicas.

La labor educativa en privacidad es también una línea de actuación que se debe considerar; dado que 'privacidad' dista de ser un concepto compartido a escala universal. Desde la infancia y también en la edad adulta, la formación e información en materia de privacidad es esencial, para lograr que los usuarios sean conocedores de su nivel de privacidad y tengan posibilidad de controlar sus datos.

Un reto al que debemos hacer frente todos los agentes del sector –tanto operadores de Telecomunicaciones como empresas de servicios *Over the Top* (OTTs)– es cómo conjugar las exigencias de privacidad en el actual entorno, donde las posibilidades tecnológicas crecen exponencialmente, con el desarrollo tecnológico basado en la explotación de la información.

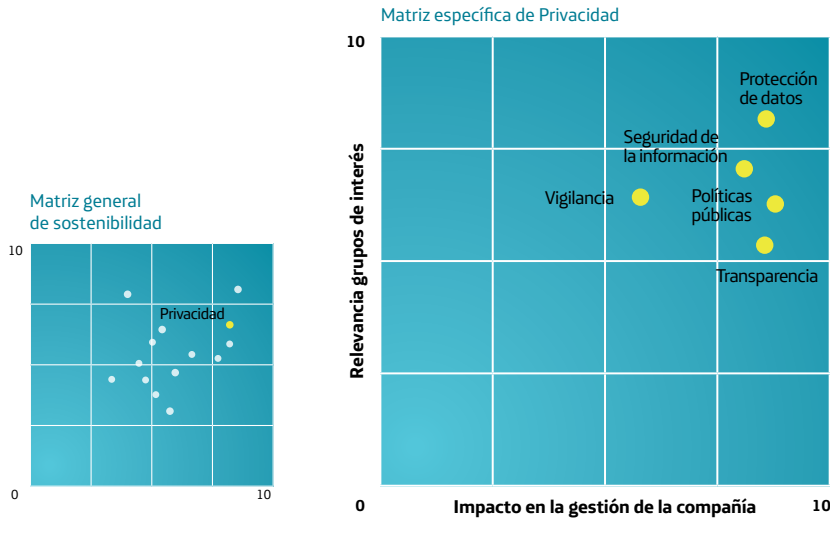
## Nuestro compromiso

En Telefónica respetamos los derechos y las libertades de las personas, entre los que se encuentra el derecho fundamental a la protección de los datos de carácter personal. Nuestros Principios de Actuación recogen este derecho y establecen pautas comunes de comportamiento a todas nuestras empresas para:

- Proteger la confidencialidad de la información de carácter personal que nos ha sido confiada, sea de clientes, accionistas, empleados o proveedores.
- Facilitar a nuestros grupos de interés información relevante sobre cómo usamos y almacenamos sus datos personales.
- Informar sobre el modo de acceder y corregir los datos que manejamos.
- Mantener todos los datos personales con las medidas de seguridad adecuadas. Si en algún momento esta seguridad se ve comprometida, actuamos de forma rápida y responsable.



## Matriz de materialidad



### Un marco regulatorio en transformación

El marco regulatorio en materia de privacidad y protección de datos está en plena evolución. Ejemplo de ello es la actualización por la OCDE de las nuevas directrices de privacidad *Privacy Guidelines Governing the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data*. Por ello, Telefónica, tanto individualmente como a través de asociaciones sectoriales, ha participado activamente en el debate institucional de cara a la creación de un marco regulatorio que contemple las necesidades de los consumidores y de la industria en materia de privacidad y protección de datos.

Además, durante 2013 participamos en numerosos eventos de alto nivel insistiendo en la posición de Telefónica, que defiende que la revisión normativa en curso debe conseguir un equilibrio entre seguridad jurídica y desarrollo de nuevos servicios.

En junio 2013, la Asamblea General de la Organización de Estados Americanos aprobó una resolución en la que, por primera vez, dicha organización abordó intensamente las cuestiones relacionadas con la protección de datos personales, señalando, entre otras cosas, la invitación a los estados miembros a apoyar los esfuerzos de la Red Iberoamericana de Protección de Datos y participar activamente en las conferencias mundiales de las Comisiones de Privacidad y Protección de Datos Personales.

### Manifiesto Digital: una Internet abierta y segura para todos

El Manifiesto Digital es el nuevo posicionamiento público de Telefónica en el ámbito de las políticas públicas para el mundo digital. El Manifiesto pone de relieve los retos y desafíos que deben afrontar las políticas públicas para liberar todo el potencial del Mundo Digital en beneficio de consumidores, empresas y administraciones públicas, a la vez que proporciona 10 recomendaciones para mejorar la experiencia de usuario en Internet y promover mayores inversiones en infraestructuras digitales.

#### Nuestras líneas de actuación

##### Política y Comité de Privacidad

Aprobada por el Consejo del Grupo Telefónica, esta política establece las directrices que toda empresa del Grupo debe seguir para proteger la privacidad de nuestros clientes y de todos aquellos grupos de interés que confían sus datos personales a Telefónica. La política de privacidad define pautas comunes de actuación, creando el marco para el desarrollo de una cultura de la privacidad. La política se articula en torno a tres pilares:

- La autorregulación, para garantizar los derechos de los usuarios y la seguridad, más allá de las leyes internacionales y locales.

El Manifiesto Digital es el nuevo posicionamiento público de Telefónica en el ámbito de las políticas públicas para el mundo digital.



Para garantizar el respeto de los derechos de sus usuarios, Telefónica ha creado el Comité de Privacidad, presidido por el 'Chief Privacy Officer.

- La privacidad, como motor de la confianza y generador de una óptima reputación de Telefónica.
- La privacidad, como elemento clave para fomentar la innovación, el bienestar y la prosperidad en el mundo digital.

Para facilitar el desarrollo y cumplimiento de esta política, se ha creado el Comité de Privacidad del Grupo, que está presidido por el *Chief Privacy Officer* e integrado por áreas clave, tanto a nivel de negocio, como a nivel de seguridad e infraestructuras. De esta forma, además de velar por el cumplimiento de la política de privacidad, se garantiza una posición pública, única, clara y coherente, en todas nuestras áreas geográficas de operaciones, con respecto a nuestras prácticas de privacidad y protección de datos. Para garantizar la alineación de los países del Grupo, así como la comunicación y la adecuación de las actuaciones a nivel local, se ha definido en cada país la figura del *Data Privacy Officer*.

**Formación y Sensibilización:**

Durante 2013 hemos continuado con el plan de formación, iniciado en 2011, en materia de protección de datos. En la Argentina más de 2.100 empleados se formaron en Seguridad y Redes Sociales. Esto supone el 13% de los empleados del país.

Además de la formación interna, hemos realizado un encuentro tecnológico en el cual participaron

expertos en seguridad de la información y soluciones digitales. El evento se realizó en Abril 2013 en Mendoza y se presentaron los principales servicios de seguridad para el segmento corporativo y gobierno. La campaña expuso sobre distintas soluciones que permiten a las empresas optimizar los niveles de seguridad en sus redes y la eficacia operativa de sus organizaciones, frente a un desafío creciente debido al mayor número de dispositivos a controlar que se integran a las redes de comunicaciones.

**Seguridad en nuestros servicios:**

Entre los servicios presentados en 2013 destaca "Tráfico Seguro", que permite interconectar distintas sucursales de una empresa, o sedes de un organismo público, mediante su red privada virtual (VPN) a Internet, de una manera confiable y segura. Esta arquitectura posibilita centralizar las políticas de seguridad de la compañía en una plataforma de alta disponibilidad alojada en el backbone de la red de Telefónica, donde cuenta con los más altos niveles de protección disponibles.

Además, se ofrecieron servicios de monitoreo y seguridad gestionada, acceso a internet en forma confiable, análisis y bloqueo de tráfico, y detección y mitigación de ataques DoS y DDoS, como parte de las soluciones de seguridad de la información para el sector corporativo, que garantizan un entorno de fiabilidad y confianza.



## 10 recomendaciones de políticas públicas para mejorar la experiencia digital de los consumidores y para conectar a todos a una Internet abierta y segura

---

1

Fortalezcamos la confianza digital a través de una experiencia de Internet segura, capacitando a los ciudadanos para que tengan el control de sus datos personales.

2

Hagamos realidad la portabilidad de la vida digital para que los consumidores puedan usar sus datos, información y aplicaciones de forma independiente al dispositivo o plataforma en uso.

3

Abramos los 'App Stores', los SS.OO. móviles y otras plataformas digitales, para ampliar la libertad de los usuarios, su capacidad de elección y la competencia.

4

Promovamos la interoperatividad de aplicaciones de Internet y servicios de comunicación y mensajería para mejorar la experiencia del usuario y fomentar la competencia.

5

Incrementemos la transparencia de las condiciones de uso de los servicios de Internet y la diferenciación entre publicidad e información en los resultados de las búsquedas online.

6

Transformemos los modelos educativos los procesos de aprendizaje y la enseñanza mediante la adopción de tecnologías digitales y servicios basados en recursos y estándares abiertos.

7

Fomentemos modelos de innovación abierta y estándares abiertos y evitemos que medidas injustificadas para proteger la propiedad intelectual, restrinjan los procesos de innovación en la Economía Digital.

8

Desarrollemos un marco regulatorio justo, estableciendo las mismas reglas para los mismos servicios digitales, una regulación inteligente basada en políticas orientadas a resultados y un sistema de supervisión caso a caso.

9

Desarrollemos un marco regulatorio justo, estableciendo las mismas reglas para los mismos servicios digitales, una regulación inteligente basada en políticas orientadas a resultados y un sistema de supervisión caso a caso.

10

Adaptemos la Gobernanza de Internet al nuevo contexto global siguiendo sus principios fundacionales e incluyendo en igualdad de condiciones a todas las partes interesadas.

---





PERSONAS

# Libertad de expresión\_

*El respeto a la libertad de expresión se produce a través del diálogo en gobiernos, industria, sociedad civil y otras partes interesadas*



En marzo de 2013 se constituyó oficialmente el Grupo de Diálogo de la Industria de Telecomunicaciones para la Libertad de Expresión y la Privacidad.

En nuestros días cualquier actuación en el mundo online, se puede considerar un acto de libertad de expresión. Por ello, cobra más relevancia el garantizar la privacidad y así también la protección de la libertad de la expresión. Así lo ratifica Farhan Haq, portavoz alterno de la ONU: "La libertad de expresión no puede existir sin protección de la privacidad".

En este contexto, es significativa la resolución sobre Derecho a la privacidad en la era digital -aprobada en noviembre de 2013 por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas- en la que se establece que los derechos de las personas son universales y deben ser protegidos tanto fuera de Internet como dentro de ella.

En Telefónica estamos convencidos de que la mejor forma de lograr el avance global en el respeto a la libertad de expresión y a la privacidad es a través del diálogo entre gobiernos, industria, sociedad civil (incluidos expertos sobre Derechos Humanos), inversores, organizaciones supranacionales, y otras partes interesadas afectadas.

Con este objetivo, Telefónica constituyó, en marzo de 2013, junto con un grupo de operadores y fabricantes del sector, el Grupo de Diálogo de la Industria de Telecomunicaciones para la Libertad de Expresión y de Privacidad.

El Grupo de Diálogo ha desarrollado los Principios Rectores para la Privacidad y la Libertad de Expresión que abordan estos derechos en el sector de las telecomunicaciones. Los principios, firmados el 6 de marzo de 2013, proporcionan un marco común para el desarrollo de políticas corporativas y procesos relacionados con la libertad de expresión y el respeto a la privacidad en el sector, explorando específicamente la interacción y los límites entre el deber de un gobierno de proteger los derechos humanos y la responsabilidad corporativa de las compañías de telecomunicaciones de respetarlos.

Actualmente, los principios cuentan con la participación de fabricantes y operadores como Alcatel-Lucent, AT&T, Millicom, Nokia Solutions and Networks, Orange, Telefónica, Telenor Group, TeliaSonera y Vodafone.





El Grupo de Diálogo publicó recientemente el primer informe anual, donde se recoge las principales actuaciones y avances del mismo un año después de su fundación.

### Principio rector

### Programa de Telefónica

Crear y/o mantener políticas pertinentes, bajo la supervisión del Consejo de administración o equivalente, resaltando el compromiso para prevenir, evaluar y mitigar, en la medida de sus capacidades, los riesgos para la libertad de expresión y la privacidad asociados con el diseño, venta, y operación de tecnología y servicios de telecomunicaciones

- Nuestros principios de actuación revisados en 2010 reconocen el derecho a la privacidad como base de una relación de confianza con nuestros grupos de interés.
- Así mismo el Grupo dispone de una Política de Privacidad aprobada por el Consejo en Marzo de 2013 que es de obligado cumplimiento en todos los países donde operamos.
- Así mismo el Grupo dispone de la figura del *Chief Privacy Officer*, máximo responsable de la implantación y seguimiento de la Política, que se apoya en los *Data Protection Officer* locales.
- En lo que se refiere a la gestión de la seguridad el Grupo dispone de la Política Corporativa de Seguridad de la Información, basada en estándares internacionales y actualizada conforme a las crecientes demandas internacionales en materia de seguridad. Además de realizar formación específica sobre dichas Políticas, todos nuestros empleados tienen acceso a la misma a través de la Intranet del Grupo.

Realizar regularmente evaluaciones de impacto en los derechos humanos y utilizar procesos de debida diligencia, adecuados a la compañía, para identificar, mitigar y gestionar riesgos para la libertad de expresión y la privacidad (tanto en relación a tecnologías, productos, servicios, como en países concretos) de conformidad con los Principios Rectores para la aplicación del marco Proteger, respetar y remediar de la ONU.

- El respeto y el compromiso con los derechos humanos es una de las bases de nuestros Principios de Actuación. Por ello y siguiendo el marco ofrecido por los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos, en 2012, realizamos un assessment - con el apoyo de Business for Social Responsibility ([www.bsr.org](http://www.bsr.org)) - en todas nuestras operaciones para evaluar el impacto global de nuestra actividad. El assessment nos ha permitido definir un proceso formal para la gestión proactiva de los riesgos y aprovechamiento de oportunidades, además de involucrar a nuestros principales grupos de interés. El ejercicio realizado nos permitió identificar como aspectos de alto riesgo a nivel de sector la privacidad y la libertad de expresión; para trabajar en una solución global ayudamos en la creación del Grupo de Diálogo de Privacidad y Libertad de Expresión.

[www.telecomindustrydialogue.org](http://www.telecomindustrydialogue.org)

Crear y/o mantener procesos y procedimientos operativos para evaluar y gestionar las solicitudes gubernamentales que puedan tener un impacto sobre la libertad de expresión y la privacidad.

- Telefonica dispone de procesos formales para atender los requerimientos recibidos por autoridades locales/gubernamentales. Estos procesos son responsabilidad de las áreas de Secretaría General y Seguridad de cada una de las empresas del Grupo.

En la medida de lo posible, adoptar estrategias para anticiparse, responder y minimizar el impacto potencial sobre la libertad de expresión y la privacidad en el supuesto de que se reciba una petición o exigencia gubernamental ilegal, o bien se considere que los gobiernos están haciendo un mal uso de los productos o la tecnología para fines ilegítimos.

- Además de los procesos formales indicados en el principio anterior, la reciente creación de las figuras del *Chief Privacy Officer* a nivel Global y de los *Data Protection Officer*, da mayor homogeneidad a los procedimientos y procesos que afectan a la privacidad de nuestros clientes





.....

Buscar siempre el garantizar la seguridad y la libertad de los empleados de la compañía que puedan estar expuestos a situaciones de riesgo.

- Salud, seguridad y bienestar en el trabajo, son los tres pilares de Telefónica no sólo para garantizar la protección de sus empleados, sino también para impulsar su satisfacción con la Compañía. En materia de seguridad física, la dirección global de Seguridad establece una serie de pautas a seguir adecuadas a los riesgos identificados en cada país, además de cubrir el propio proceso de desplazamiento.

.....

Sensibilizar y formar a los empleados involucrados en las políticas y procesos pertinentes.

- El Grupo Telefónica ha diseñado un plan específico para formar y sensibilizar a sus empleados, en las políticas y procesos que les competen. Este programa de formación continua, se realiza tanto de manera presencial como online. Ejemplo de ello es el esfuerzo realizado en Latinoamérica donde en 2013 se incremento el número de personas formadas en Privacidad y Protección de datos en un 65%.

.....

Compartir conocimientos e impresiones, cuando sea relevante y apropiado, con todas las partes interesadas implicadas para comprender mejor el marco legal y la eficacia de estos principios en la práctica, y proporcionar apoyo para su aplicación y desarrollo

- Consideramos fundamental el diálogo continuo con nuestros grupos de interés para identificar y mitigar los riesgos, así como desarrollar nuevas oportunidades de negocio. Creemos que tanto la transparencia como el compartir conocimientos con dichos grupos es clave para impulsar estos Principios Rectores.

.....

Aualmente, y cuando las circunstancias lo hagan necesario, informar externamente sobre los progresos realizados en la aplicación de los principios y, cuando proceda, sobre los principales eventos que se produzcan al respecto.

- El presente informe sintetiza los avances realizados por el Grupo Telefónica en materia de privacidad y libertad de expresión.

.....

Ayudar en la elaboración de políticas y normativas que promuevan la libertad de expresión y la privacidad, bien de manera individual o en colaboración con otras entidades, buscando mitigar los potenciales impactos negativos derivados de políticas o regulaciones.

- Telefónica cree que la mejor forma de lograr el avance global en el respeto de la libertad de expresión y la privacidad es a través del diálogo entre todos los agentes sociales implicados.

.....

Examinar, conjuntamente, las opciones para la implementación de los mecanismos adecuados de reclamación, tal como se detalla en el Principio 31 de los Principios Rectores de la ONU para las Empresas y los Derechos Humanos

.....

- Este aspecto, en debate a escala internacional, se está explorando dentro del Grupo de Diálogo.





## PERSONAS

# Buen uso de Internet por los niños\_

*Telefónica fomenta un entorno en el que los menores puedan usar las nuevas tecnologías de la comunicación e información evitando cualquier riesgo asociado a malos usos o desconocimiento*

La estrategia de Telefónica para fomentar el buen uso de sus servicios está basada en el diseño de productos y servicios específicos que favorezcan el uso positivo de las TIC.

Durante 2013, la estrategia de protección del menor ha evolucionado plasmándose en un reglamento interno que, además, ha recogido los acuerdos alcanzados dentro de los grupos de trabajo sectoriales en los que la Compañía ha participado, como la coalición de los CEO o la coalición de las empresas TIC.

Dicho reglamento será de obligado cumplimiento en todos los países, y las medidas se irán aplicando paulatinamente hasta alcanzar la homogeneidad en todas las acciones que llevamos a cabo en Telefónica para promover un buen uso de nuestros servicios por lo más jóvenes de la casa. En la Argentina el reglamento será implementado en 2014.

## Productos y servicios

Parte de la estrategia de Telefónica para fomentar el buen uso de sus servicios está basada en el diseño de productos y servicios específicos que favorezcan el uso positivo de las TIC tanto tanto en niños como en adolescentes, y de herramientas para prevenir que sean víctimas de abusos por parte de personas malintencionadas o que tengan acceso a contenidos inadecuados o

dañinos, sea a través de los teléfonos móviles, sea por Internet y televisión. Entre otros, ofrecemos antivirus y filtros de contenidos para garantizar una navegación segura a través de la Red.

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 de banda ancha herramientas avanzadas de la Web 2.0 para que sus hijos aprendan, mejorando el rendimiento escolar de estudiantes de todas las edades. La web cuenta con el soporte de un profesor virtual para aclarar dudas y preguntas.

<http://www.aula365.com/>

## Foro Generaciones Interactivas:

Formar a menores, padres y profesores en el uso responsable de las TIC en España y Latinoamérica es el objetivo del Foro de Generaciones Interactivas

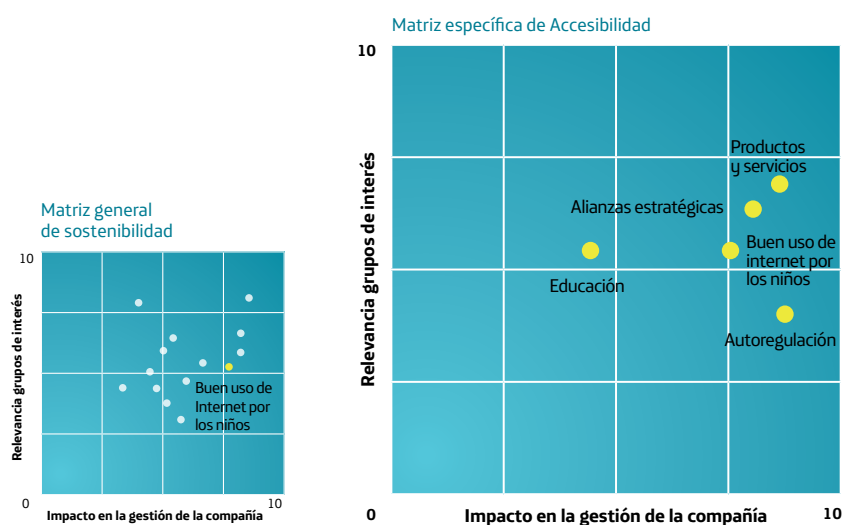
[www.generacionesinteractivas.org](http://www.generacionesinteractivas.org)

## Cibermamá:

Cibermamá es un espacio digital destinado a padres, que ofrece asesoramiento con respecto a la protección de los niños en Internet, consejos



## Matriz de materialidad



prácticos, notas de interés, sugerencias, encuestas y productos vinculados a promover una "Internet más segura".

Cibermamá cuenta con el respaldo de McAfee, una empresa con trayectoria internacional en el ámbito de seguridad de datos, que ofrece distintos servicios que garantizan la protección de todo tipo de amenaza informática, y Planeta Mamá, una web dedicada a las madres que, a través de reconocidos profesionales, informa sobre temas de interés que conciernen a la vida familiar y a la maternidad.

Para hacer un uso positivo de las nuevas tecnologías, se requiere tomar ciertos recaudos, especialmente con la protección de datos y el acceso a contenidos indebidos.

[www.cibermama.speedy.com.ar](http://www.cibermama.speedy.com.ar)

### Autorregulación

A nivel global Telefónica participa en numerosas iniciativas sectoriales con el objetivo de multiplicar los esfuerzos para lograr un objetivo común: ofrecer el mejor entorno posible para los menores en Internet.

### Alianza móvil de los operadores móviles:

Telefónica es miembro fundador, desde 2008, 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.

### Coalición de las empresas TIC:

En enero de 2012, cerca de 30 empresas del sector de las Tecnologías de la Información y la Comunicación anunciaron el lanzamiento de la coalición de las empresas TIC para un uso más seguro de Internet por parte de niños y adolescentes. A finales de 2013, cada una de las empresas entregó un documento con los compromisos que asumía para cada una de las acciones de los Principios TIC, y que serán auditados durante 2014 por un profesional externo que, tras analizar y verificar la información suministrada por cada empresa, emitirá un informe sobre la veracidad de la información suministrada.

A nivel global Telefónica participa en numerosas iniciativas sectoriales con el objetivo de multiplicar los esfuerzos para lograr un objetivo común: ofrecer el mejor entorno posible para los menores en Internet.



PERSONAS

# Servicios más accesibles

*En Telefónica estamos convencidos de que la tecnología debería estar al alcance de todas las personas, empresas y administraciones públicas para que puedan Ser más\_*

Creemos firmemente que la revolución digital en la que estamos inmersos tiene que generar nuevas oportunidades para todos, y no sólo para unos pocos.

Telefónica ha entendido la necesidad de evolucionar hacia una Telco Digital, capaz de mejorar la vida de las personas. Y creemos, además, que estas posibilidades deben de estar abiertas a todos, incluyendo a las personas con discapacidad y a los mayores. En otras palabras, una Telco Digital Accesible.

Según los últimos datos publicados por la Unión Internacional de Telecomunicaciones, la cifra de smartphones activos en el mundo supera ya los 1.000 millones, son los conocidos como *The Nex Billion*.

También existe otro grupo que supera la cifra de los 1.000 millones, al que podemos denominar *The Other Billion*, y que representa al colectivo

de personas con discapacidad en el mundo. Un grupo muy relevante al que hasta ahora no se le ha prestado una especial atención como segmento, pero que representa a un enorme número de usuarios potenciales de la tecnología móvil, en la medida en la que esta se ha convertido en un elemento clave de inclusión económica y social.

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 en Europa y en América Latina.

Telefónica Accesible es un proyecto transversal que además de vincular a las distintas áreas de los negocios donde Telefónica opera, vincula a los distintos departamentos que constituyen la cadena de valor de la Compañía. Este proyecto transversal se divide en cuatro grandes ejes: Liderazgo, Orientación a clientes, Cultura Interna y Difusión externa.

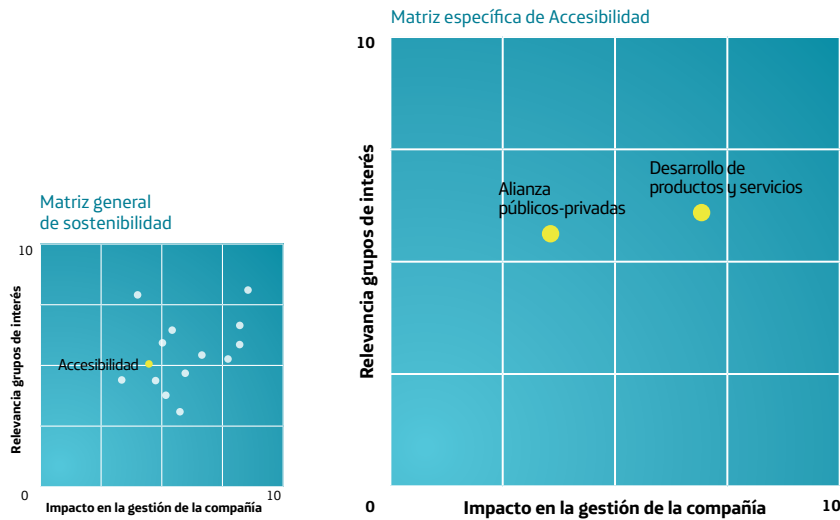
## Telefónica Accesible. Definición y ámbito de aplicación

Proyecto integral para impulsar la accesibilidad de las TIC, que contempla tanto la eliminación de las barreras, como la generación de oportunidades de creación de valor.





## Matriz de materialidad



## 'start-ups' del proyecto 'Wayra' para mejorar la calidad de vida de las personas con discapacidad



**Prodeaf.** Es un software de traducción de voz y texto al lenguaje de signos portugués, con el objetivo de ayudar a la comunicación entre las personas sordas y con problemas de audición y las personas oyentes. Todo ello a través de un avatar. Está disponible a través para web, tableta y smartphone. [prodeaf.net](http://prodeaf.net)



**uSound.** Es una aplicación que mejora la calidad de vida de las personas con problemas de audición y que previene los daños auditivos a la población. uSound aprovecha la capacidad de procesamiento del smartphone para funcionar como un audífono digital, luego de ingresar los datos de una audiometría (o realizarse un test de audición desde la propia app). Usound permite la correcta audición en transmisión remota de audio, archivos de audio y vídeo. [usound.com.ar](http://usound.com.ar)



**Biglauncher.** Es una iniciativa que a través de un interface cambia los colores de la pantalla, el contraste, el tamaño, etc., de las personas con discapacidad visual y/o mayores. [www.biglauncher.com/es](http://www.biglauncher.com/es)



**Insane Logic.** iPad Apps para la educación de las personas con dificultades en el habla y el aprendizaje. Insane Logic construye herramientas de comunicación accesibles que ayudan y permiten dar voz a los que luchan por hacerse entender. [www.mychoicepad.com](http://www.mychoicepad.com)



**Remote Assistant.** Se trata de un sistema de geolocalización de un familiar/amigo con discapacidad visual para saber dónde se encuentra y, además, incorpora un vídeo para que la persona cuidadora pueda ver por dónde se dirige el usuario. De esta manera, puede avisarle ante cualquier obstáculo. Asimismo, el propio smartphone detecta los obstáculos y avisa al usuario a través de vibraciones. [www.mapzproject.org](http://www.mapzproject.org)



Radio Me. Amplía y facilita las oportunidades para comunicarse de personas de más edad.





PERSONAS

# 'e-Health'

*En Telefónica ponemos nuestra tecnología al servicio de una mejor sanidad para todos*



Telefónica de Argentina ha puesto a disposición de Swiss Medical y el Hospital Italiano una solución M2M para la gestión remota de pacientes crónicos

A través de eHealth contribuimos a la transformación del sector sanitario hacia un nuevo modelo más conectado y sostenible. Las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación combinadas con el gran potencial de innovación que aportamos, son clave para crear un modelo de atención sanitaria eficiente y exitosa.

Nuestra visión está muy ligada al compromiso de la compañía con el avance de la sociedad, apoyando el desarrollo de un nuevo modelo en el que los pacientes, sus familiares, los profesionales y las organizaciones de la salud están cada vez más conectados a través de la tecnología.

En esta línea y de la mano de especialistas médicos y tecnológicos hemos desarrollado un conjunto de servicios que ayudarán significativamente a mejorar la eficiencia de la atención sanitaria y, por tanto, la calidad de vida de las personas

## Best Practice

Telefónica de Argentina ha puesto a disposición de Swiss Medical y el Hospital Italiano una solución M2M para la gestión remota de pacientes crónicos en Argentina. La propuesta hace posible realizar un monitoreo permanente de las prácticas efectuadas por el cuerpo médico, garantizando la asistencial para el paciente y una administración adecuada de las prestaciones diarias.

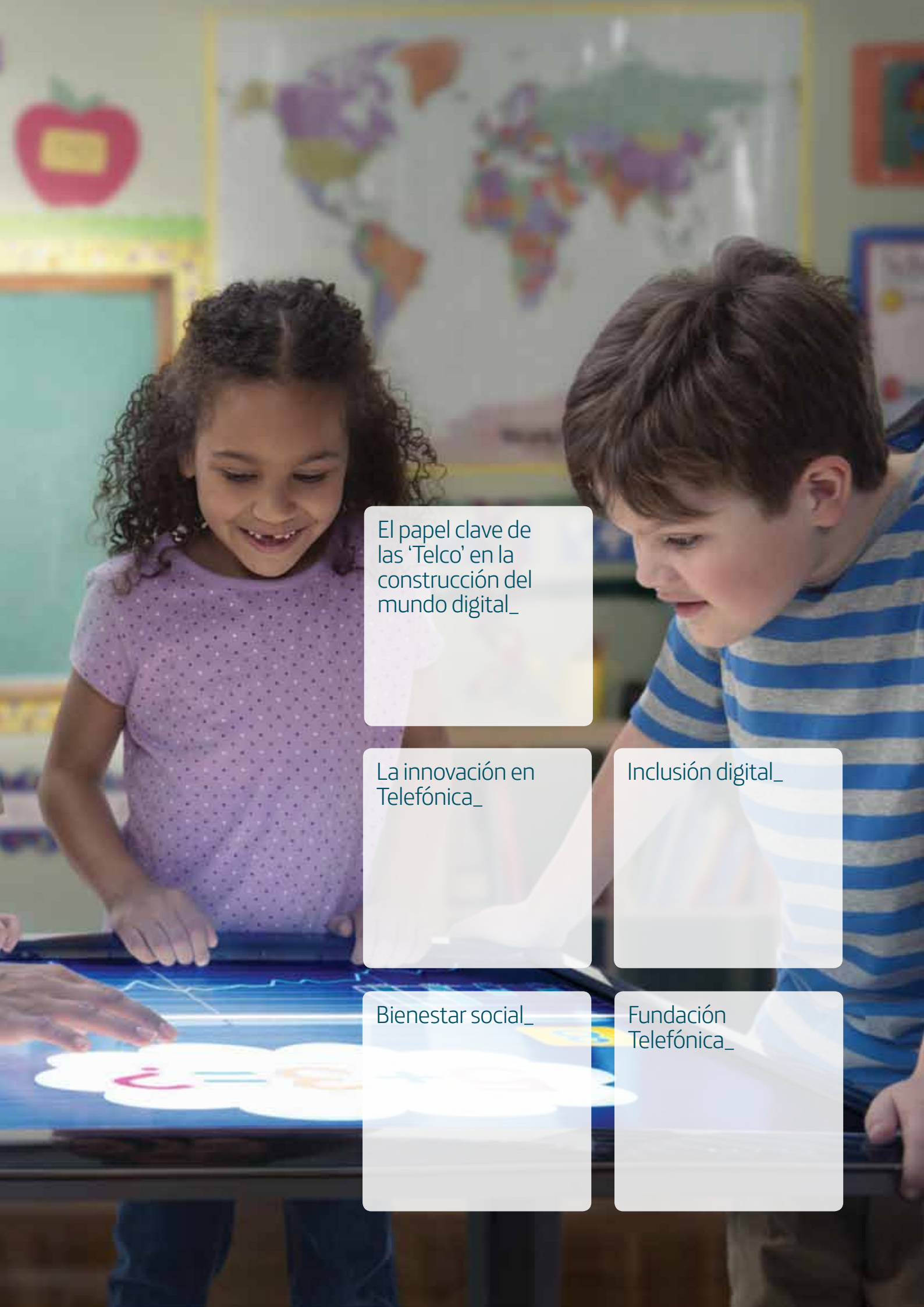
Esta solución se asegura de que el asociado reciba la atención de acuerdo a su patología, agilizando la toma de decisiones y la evolución de cada caso. También facilita la comunicación entre el paciente y profesional, ya que provee un servicio de asistencia diaria y llamadas de emergencias pulsando un botón que hace posible la comunicación directa con el médico. Adicionalmente, permite que los profesionales registren los datos e informes de la evolución del paciente, mejorando la gestión y la calidad del servicio.



# 6. Sociedad







El papel clave de las 'Telco' en la construcción del mundo digital\_

La innovación en Telefónica\_

Inclusión digital\_

Bienestar social\_

Fundación Telefónica\_





SOCIEDAD

# El papel clave de las Telco en la construcción del mundo digital\_

*Las telecomunicaciones se encuentran en el centro de la Revolución Digital. Ellas harán posible que todos y todo estén conectados, generando grandes oportunidades para el sector. Creemos que la tecnología debería estar al alcance de todas las personas para ampliar sus perspectivas personales y profesionales*

En 2013 ya se han alcanzado los 7.000 millones de móviles, y en 2014 ya hay más terminales que habitantes.

La Revolución Digital evoluciona deprisa y en grandes cifras. Y la conectividad, que está en la base de esta revolución haciéndola realidad, también avanza. En 2013 se alcanzaban los 2.800 millones de internautas, un 40% de la población mundial. Todos ellos acceden a Internet a través de las redes de telecomunicaciones. Con 760 millones de hogares conectados y 2.200 millones de conexiones de banda ancha móvil, vivimos en un mundo totalmente conectado.

Las redes sociales llegan de modo instantáneo a tanta gente como casi el equivalente de la población de Brasil, siendo determinantes en algunos recientes y profundos movimientos sociales y políticos.

Los ciclos de innovación son más cortos y los consumidores están deseosos de hacerse con la última novedad. Un nuevo dispositivo personal conectado tipo *wearable* (relojes, anteojos, pulseras, pulsómetros...), un coche conectado, contadores o domótica inteligente, drones de control o los nuevos servicios de una ciudad que

se hace inteligente... "Internet de las Cosas" está despegando.

Estamos también a las puertas de cambios disruptivos en el modelo productivo, con *Big Data* o *cloud computing*, o incluso las impresoras 3D que deslocalizan la producción como nunca antes. Todo esto es posible gracias a la conectividad de banda ancha y abre posibilidades de reinención y transformación en múltiples sectores e industrias. Servicios financieros, seguridad, salud, educación, publicidad, administraciones públicas o contenidos son algunos de los sectores que están incrementando su eficiencia y abriendo nuevas oportunidades de negocio en este nuevo mundo digital.

El tráfico de Internet se ha disparado en la era de los *smartphones*, con el vídeo como el servicio que más influye en su crecimiento. Un quinto del todo el tráfico de Internet se genera ya desde dispositivos móviles. Y los usuarios y las empresas quieren más.



Para hacer realidad esta revolución y la oportunidad que supone, las redes necesitan renovarse y transformarse. Más de un 50% de la población mundial ya disfruta de cobertura 3G.

Y los usuarios esperan ya las velocidades que ofrece el LTE. Asia está ya pensando en la quinta generación. La tecnología está disponible y la renovación de las redes es vital para hacer frente a la demanda y hacer realidad las oportunidades en el sector.

Y esto es sólo el principio. En 2013 se han alcanzado los 7.000 millones de móviles, pero en 2014 ya hay más móviles que población mundial. Con sólo un 30% de los móviles con conectividad de banda ancha, el potencial de crecimiento es enorme. El tráfico por usuario pasará de 440 MBytes en 2013, a 3,8 GBytes en 2018 y el tráfico total se multiplicará por 11.

A "Internet de las Cosas" le sucederá "Internet de Todo" y según las previsiones, en 2020 se alcanzarán los 50.000 millones de conexiones. Queda todavía un 99% de conexiones por realizar.

No cabe duda, las oportunidades generadas por la revolución digital existen y están ahí para el sector de las telecomunicaciones que las hace posibles.

### Las TIC en el centro de la solución:

Hoy en día, un smartphone de gama media posee mayor capacidad de procesamiento que los equipos con los que contaba la NASA cuando envió el primer hombre a la Luna. Saltos tecnológicos de semejante magnitud no se producen con demasiada frecuencia. Hoy generamos tantos datos en unos pocos días, como todas las generaciones anteriores de la Humanidad hasta la aparición de Internet. Y es el sector de las TIC, con sus nuevas tecnologías y su capacidad de innovación, el que está alimentando la economía digital e impulsando este periodo de cambio radical.

Internet está presente en nuestra vida cotidiana: en casa, en el trabajo y en el ocio. En la actualidad, Internet pone en contacto a una tercera parte de la humanidad y su influencia está transformando todas las sociedades en sus aspectos tanto económicos, como ambientales y sociales.

El abanico de posibles aplicaciones para hacer un mundo más sostenible es enorme: de

las ciudades inteligentes a las aplicaciones e-Health, pasando por las tecnologías limpias, los sistemas inteligentes de compra, los contadores inteligentes, la automatización doméstica, el ahorro energético y los productos de seguridad remota.

Numerosos estudios internacionales demuestran que la banda ancha y el uso de Internet impulsan el crecimiento económico y la productividad.

- Un 10% más de penetración del acceso a Internet por banda ancha se traduce en un incremento del PIB de 1,5 %.
- La inversión en TIC genera mayor crecimiento de la productividad que otras inversiones de capital.
- La digitalización ha incrementado la producción a escala mundial en 1.018.881 millones de pesos a lo largo de los dos últimos años y ha generado 6 millones de puestos de trabajo en el mismo plazo.
- Un 10% de aumento en el índice de digitalización de un país genera un incremento del 0,75% en el PIB per capita y un descenso del 1,02% en la tasa de paro.
- En los países en vías de desarrollo, la digitalización podría contribuir a sacar de la pobreza a más de 500 millones de personas a lo largo de la próxima década.
- La economía digital está creando nuevos puestos de trabajo, abriendo las puertas de los mercados laborales y generando modelos de negocio totalmente nuevos.

Nuestro objetivo es ofrecer productos y servicios digitales que ayuden a mejorar la vida de nuestros clientes, aprovechando al máximo todas las posibilidades que brinda la tecnología. Desde el desarrollo de nuevas sistemas para que los usuarios puedan comunicarse con sus familiares y amigos, hasta el apoyo a empresas y gobiernos para que aborden nuevas oportunidades, mejoren sus operaciones y aumenten la eficiencia.

Entre los servicios más relevantes desde el punto de vista de la sostenibilidad que impulsamos desde Telefónica destacamos aquellos relacionados con la educación, la salud y la accesibilidad.

## La Revolución Digital en cifras



**1.770**

millones de 'smartphones' en el mundo



**2.800**

millones de internautas en el planeta



**2.200**

millones de conexiones de banda ancha móvil



**50.000**

millones de conexiones en 2020



**50%**

población mundial dispone de cobertura 3G



**11**

veces crecerá el tráfico total en cinco años

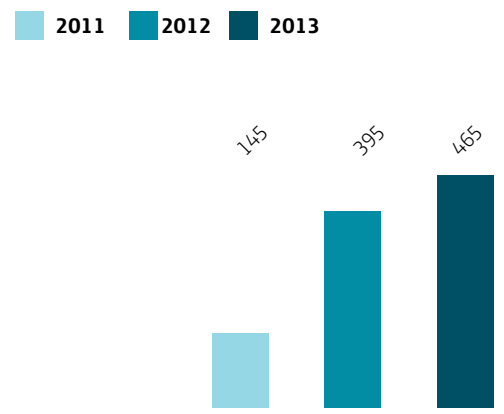


SOCIEDAD

# La innovación en Telefónica

En 2013 Telefónica en la Argentina invirtió 465 Millones de pesos en I+D registrando un incremento del 18% con respecto al año anterior (395 Millones de pesos)

Inversión I+D en millones de pesos



Durante 2013, en Telefónica hemos enfocado nuestra actividad innovadora en áreas fundamentales para la mejora de la calidad de vida de los consumidores.

### El impulso de la I+D

2013 ha sido un año relevante para la I+D de Telefónica. En el 25 aniversario del nacimiento de Telefónica I+D, Telefónica fue reconocida como la operadora de telecomunicaciones que más había invertido el año anterior en I+D en Europa y la segunda del mundo, según la Comisión Europea.

En Telefónica no solo proyectamos nuestra vocación innovadora en nuestra propia actividad y productos, también hemos impulsado durante 2013 la innovación en terceros, actuando como catalizadores del sistema nacional de I+D, a través de políticas de innovación abierta donde destaca nuestra aceleradora *Wayra*.

### Innovación para mejorar la vida de los consumidores

Durante 2013, en Telefónica hemos enfocado nuestra actividad innovadora en áreas fundamentales para la mejora de la calidad de vida de los consumidores, como son el *Machineto-Machine (M2M)*, *cloud*, *seguridad*, *vídeo*, *Big Data*, aplicaciones y servicios financieros.

### Patentes

En Telefónica sabemos que el conocimiento e invenciones generados a través de nuestra innovación crean un patrimonio intangible que se refleja, entre otros elementos, en las patentes. Durante 2013, Telefónica ha registrado 82 patentes (87 en 2012). De las patentes solicitadas en la OEPM, 57 son solicitudes europeas EP (*European Patent*) y 13 internacionales PCT (*Patent Cooperation Treaty*).

### Innovación social y ambiental

En el entorno de las telco digitales, se están produciendo avances muy significativos en áreas fundamentales para el futuro de nuestra Compañía, como son los que están teniendo lugar en *Big Data*, *e-Health*, *M2M*, etc. Estos avances pueden tener un importante impacto en la mejora de la sociedad y del medio ambiente, así como en la privacidad de los consumidores. Por eso, en Telefónica tenemos presentes estos aspectos ambientales y sociales desde las primeras fases de desarrollo de la investigación y la innovación.







SOCIEDAD

# Inclusión Digital

En Telefónica desarrollamos una serie de programas para que los menos favorecidos puedan acceder a las tecnologías y se beneficien de ellas

En trece años de gestión, el programa Aulas Interactivas, de Telefónica en la Argentina, alcanzó a más de 230.000 alumnos de 606 escuelas.

### Aulas Interactivas

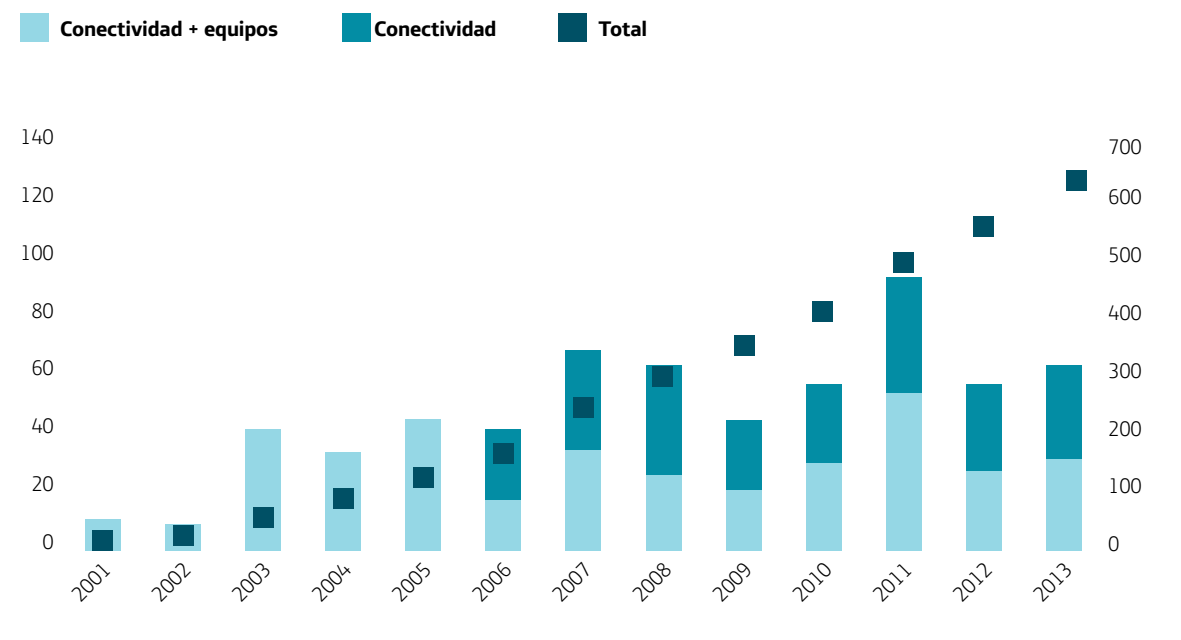
La inclusión digital repercute de una forma determinante en el acceso a la formación. Las TIC juegan un papel muy relevante, puesto que hacen posible que esta llegue a colectivos en riesgo de exclusión o habitantes de lugares remotos.

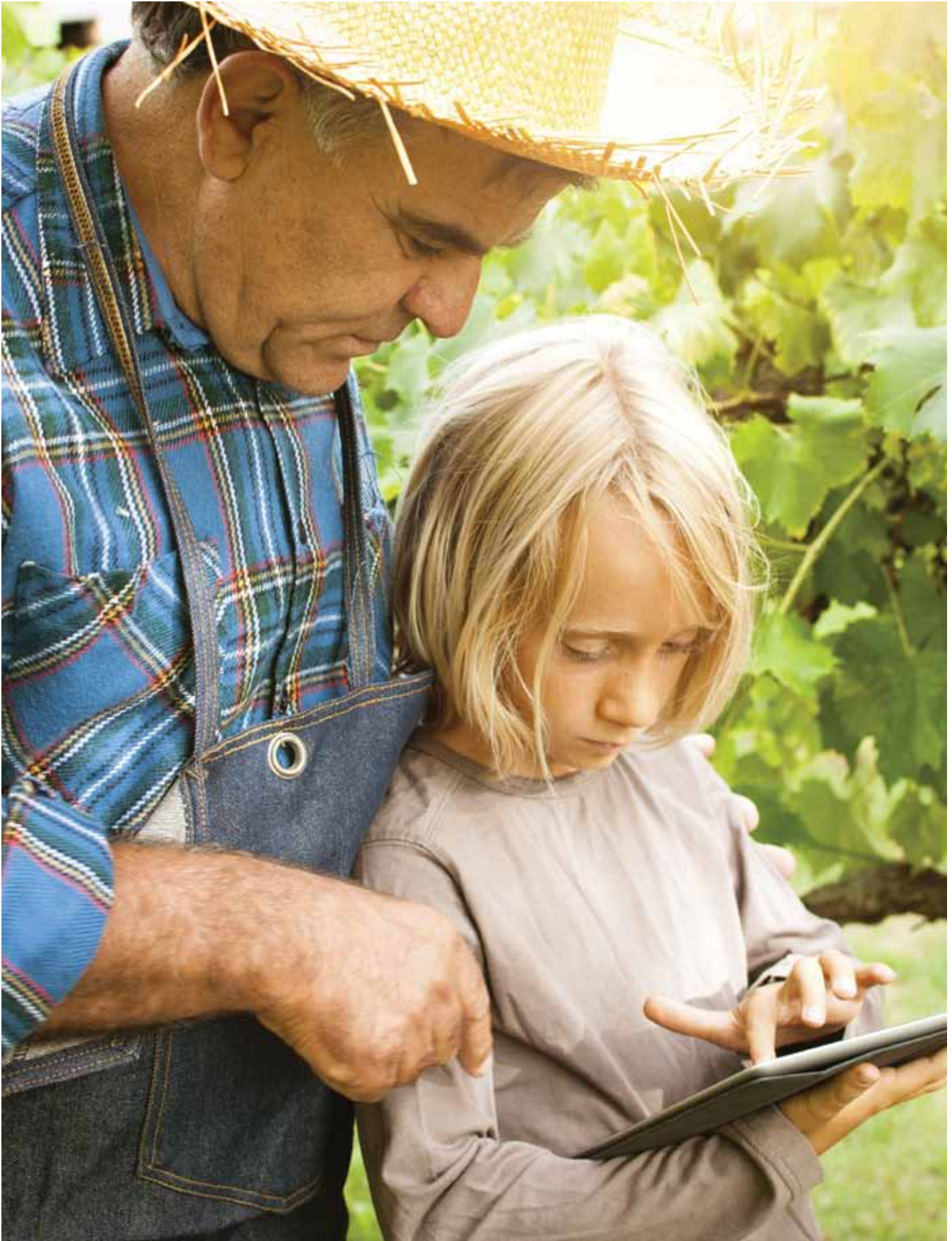
Mediante Aulas Interactivas se provee de acceso a Internet de Banda Ancha a escuelas públicas nacionales, provinciales y municipales, así como capacitación por parte de los voluntarios y del portal educativo de la Fundación Telefónica, Educared a alumnos y docentes.

El programa está destinado a alumnos de ciclos primarios y medio de escuelas públicas y busca contribuir a la inclusión tecnológica, reducir la brecha digital y fomentar el uso responsable de Internet como herramienta cotidiana para la educación, la investigación, la comunicación, la información y el entretenimiento.

En trece años de gestión, el programa alcanzó a más de 230.000 alumnos de 606 escuelas en 161 localidades de 20 provincias del país y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; 246 de estas escuelas recibieron también la provisión e instalación de un "aula en red".

### Evolución anual Aulas Interactivas







SOCIEDAD

# Bienestar social

*Acciones e iniciativas que tienen como objeto mejorar las condiciones y calidad de vida de grupos en potencial riesgo en la comunidad*

Telefónica trabaja por la excelencia en la coordinación y gestión de emergencias, aportando su infraestructura de comunicaciones y su conocimiento.

## Respuesta a situaciones de emergencia

Los planes de continuidad de negocio resultan un elemento clave para mejorar la eficacia de los equipos de seguridad y alerta ante situaciones de emergencia tanto ambientales como sociales.

### Desastres naturales:

El Grupo Telefónica desarrolla y mejora en todos los países en los que opera los planes de continuidad de negocio que aseguran, en la medida de lo posible, unos servicios de comunicación que funcionen con normalidad en caso de que ocurra cualquier eventualidad. Dichos planes respetan las normas internacionales y se elaboran teniendo en cuenta las características y los riesgos de cada región. Su implementación suele suponer la creación de plataformas de comunicación para dar soporte a las operaciones y agilizar la recuperación en caso de caídas de los sistemas en situaciones catastróficas.

### Alertas sociales:

Telefónica trabaja por la excelencia en la coordinación y gestión de emergencias,

aportando su infraestructura de comunicaciones y su *know-how* como integrador de servicios de emergencias, lo que le permite ofrecer un sistema integral que se adapta a las necesidades concretas del centro, integrándose con sus propios sistemas, procesos y procedimientos. Los centros de emergencias implantados por Telefónica han ganado varios premios EENA (European Emergency Number Association). En 2009, a la Excelencia; en 2010, a la Mejor Integración Tecnológica de servicios de emergencia, y en 2012, al Mejor Centro de Emergencias. En 2014 estamos nominados en la categoría de Mejor Centro de Emergencias.

## La acción social en Telefónica

En 2013, Telefónica Argentina destinó más de 33 millones de pesos a acciones sociales, según la metodología del estándar LBG verificada externamente. El Modelo LBG es una metodología innovadora que permite medir, gestionar, evaluar y comunicar las contribuciones, logros e impactos de la acción social empresarial en la comunidad, de manera comparable con otras entidades.



## Temporal en la ciudad de La Plata

En abril 2014, Telefónica en la Argentina implementó una serie de medidas destinadas a colaborar con las personas damnificadas por el temporal que afectó en esa oportunidad a la ciudad de La Plata, y a poner a disposición de la población distintas alternativas de comunicación mientras se normalizaba paulatinamente la prestación de servicios a los habitantes platenses.

### Entre las acciones que la compañía dispuso se encontraron:

- Bonificar en el abono a los clientes fijos afectados, por el tiempo en que no tuvieron disponible el servicio.
- Otorgar a todos los clientes Movistar con prefijo 0221, 40 minutos de comunicación para hablar a destinos de la misma operadora y 3.000 sms a todo destino nacional, alcanzando tanto a clientes prepagos como de abono fijo.
- Otorgar a los clientes fijos con inconvenientes de comunicación, soluciones móviles mediante el desvío de la línea fija a un número móvil y bonos de tráfico de voz y sms.
- Disponer un refuerzo de sus equipos técnicos abocados a normalizar la prestación del servicio de la compañía en la ciudad de La Plata, a partir del traslado de personal desde otras cabeceras de la provincia de Buenos Aires a las zonas más perjudicadas. Además, facilitó el acceso directo a sus servicios 112 y 114 para resolver distintas gestiones.
- Postergar las acciones a los clientes que tenían saldos pendientes de pago y que se encontraban ante una inminente incomunicación.
- Bonificar desde el 4 al 14/4 el 50% en todas las llamadas efectuadas entre líneas de la compañía desde números fijos con origen en cualquier sitio del país, hacia destinos con prefijo 0221, correspondiente a la ciudad de La Plata. La bonificación se realizó sobre las llamadas efectuadas desde líneas fijas residenciales, casas de familia, jubilados, profesionales y comerciales a otros teléfonos fijos.





## SOCIEDAD

# Fundación Telefónica

*Potenciar al aprendizaje, multiplicar el conocimiento y conectar personas e instituciones para contribuir al desarrollo de individuos y colectividades. Esos son los objetivos de la Fundación.*

[www.fundacion.telefonica.com.ar](http://www.fundacion.telefonica.com.ar)

En Argentina, más de 1500 voluntarios celebraron su compromiso y pasión a través de 50 actividades que se desarrollaron en 23 provincias del país.

Fundación Telefónica lleva dos décadas de intensa trayectoria y sólidos aportes para el mejoramiento y la transformación en las sociedades en la que el Grupo Telefónica está presente apostando a la visión de un futuro inclusivo, una mirada de innovación social y el involucramiento directo con un amplio abanico de actores sociales.

Bajo el lema: "Despertando ideas se despierta el futuro" y con el propósito de continuar acompañando la transformación social y el impacto de la tecnología en los individuos y la sociedad Fundación Telefónica definió en 2013 como nuevos ejes de actuación: Educación y Nuevas tecnologías, Cultura digital e Innovación y Proyectos sociales y Voluntariado Corporativo.

Fundación Telefónica contribuyó durante este año a fomentar innovación en los procesos educativos, gestionó la red de voluntariado corporativo y facilitó la generación y divulgación de conocimiento. Además fomentó la inclusión social, colaboró con la erradicación y prevención del trabajo infantil y promovió la igualdad de oportunidades.

Un año de crecimiento, grandes desafíos y nuevas iniciativas con organizaciones sociales, instituciones educativas y la comunidad en general.

## Voluntariado Corporativo

Si tienes la voluntad de cambiar el mundo, lo único que necesitas es una buena oportunidad.

Crear un futuro mejor, más sostenible, más equitativo, más humano. Los empleados del Grupo Telefónica son clave para alcanzar este propósito. Por eso Fundación Telefónica, a través del programa Voluntarios Telefónica, canaliza y promueve la acción social de los colaboradores de la compañía en beneficio de los niños, niñas y jóvenes que más lo necesitan. A lo largo del 2013 la iniciativa se transformó para sumar más voluntades y promover nuevas acciones que respondan a la disponibilidad de tiempo e interés de los voluntarios.

Los Voluntarios Telefónica en 2013 se distinguieron en numerosas acciones a lo largo de todo el país los proyectos más destacados fueron:

- **Día Internacional del Voluntario Telefónica:** un evento que reunió a empleados de 27 países a colaborar con organizaciones sociales e instituciones educativas. En Argentina, más de 1500 voluntarios celebraron su compromiso y pasión a través de 50 actividades que se desarrollaron en 23 provincias del país. Todo ellos se sumaron a un proyecto de transformación social que alcanzó a más de 9000 beneficiarios directos.
- **Un día por ellos:** junto con la Dirección de Capital Humano la Fundación Telefónica organizó el proyecto "Un día por ellos" que busca promover acciones de mejora en organizaciones sociales. A lo largo de 2013 se realizaron con la participación de más de 340 empleados 7 jornadas en tres instituciones. Guiados y asesorados por expertos los voluntarios realizaron actividades de



mejoras edilicias, adecuación de espacios de los establecimientos, recreación y parquización.

→ **Vacaciones Solidarias 2013:** donar sus vacaciones laborales para realizar actividades solidarias fue la propuesta de esta iniciativa. En 2013 se desarrolló por primera vez la versión local del programa y un grupo de empleados donaron su semana de vacaciones para colaborar en proyecto social en San Carlos de Bariloche donde realizaron mejoras edilicias, talleres de arte, música, lectura y salidas recreativas. A su vez, Voluntarios de Argentina viajaron a organizaciones Proniño de Colombia, Ecuador, México y Perú a realizar diferentes actividades vinculadas a educación.

## Proyectos de Educación

Promover, incentivar el uso en aula y brindar a niños, jóvenes y docentes herramientas que involucren educación y tecnología es uno de nuestros principales objetivos.

### Proyectos más destacados

**IdeasqueInnovan:** el concurso que tuvo como objetivo descubrir y conocer a jóvenes emprendedores tecnológicos. Una oportunidad

para que los jóvenes innovadores natos puedan desarrollar sus ideas con el objetivo de convertirlas en productos o servicios que mejoren la calidad de vida de sus comunidades. Para esto, Fundación Telefónica contó con el apoyo de Wayra Argentina y la IAE, Escuela de Negocios de la Universidad Austral. La propuesta incluyó diferentes instancias de co-creación, donde los participantes tuvieron la oportunidad de analizar sus ideas a través del intercambio con miembros de la comunidad emprendedora argentina y profesionales vinculados al mundo digital.

**Vivero de la Innovación:** este espacio que hoy cuenta con más de mil miembros, fue creado en 2012 y está centrado en la innovación y el trabajo colaborativo a través de una red social de enseñanza y aprendizaje. Cuenta con una mediateca y un espacio de formación permanente mediante aulas abiertas, coordinado y acompañado por especialistas en diferentes contenidos disciplinares y tutores. En este espacio se realizaron los talleres virtuales "Hacer animación en la escuela", "Hacer fotografía en la escuela" y "Hacer videoarte en la escuela" y reunió a más de 150 docentes en la modalidad de Aula Abierta.



**Segunda Edición del Concurso “100 Cuentos Cortos para Jóvenes”:** El objetivo del certamen, que contó con la participación de 222 jóvenes escritores, fue servir de estímulo para estos jóvenes y premiar sus capacidades artísticas y de expresión. El certamen se desarrolló sobre Liibook (una red de autores de libros/cuentos que fue uno de los proyectos ganadores de la edición 2011 de *Wayra* Argentina) y contó con el apoyo de *Wayra* Argentina y de la USAL (Universidad del Salvador).

**Aulas Fundación Telefónica en Hospitales:** con el fin de contribuir con la calidad y continuidad educativa de los niños que están bajo tratamiento médico, el proyecto trabajó bajo tres pilares: alumnos, a través de los certámenes “Animate Animando” y “Cien Cuentos Cortos para Jóvenes”; docentes, por medio de la capacitación virtual y los concursos en Innovación Educativa y TIC; y escuela, con el equipamiento de *netbooks* y su mueble móvil para trasladarlas. Se donaron un total de 110 *netbooks* y 4 muebles móviles a diferentes Escuelas Hospitalarias y Domiciliarias de Santa Fe; Chubut; Mendoza y Buenos Aires. Estas donaciones se suman a las realizadas en Mar del Plata, Bahía Blanca, Puerto Madryn, Mendoza, San Juan, La Pampa, Capital Federal, Salta y Tucumán.

## El Espacio Fundación Telefónica se transforma

Con la definición de los nuevos ejes de acción y con el objetivo de convertirse en un referente de la cultura digital, en el marco la celebración de su décimo aniversario en noviembre de 2013, el Espacio Fundación Telefónica empezó su transformación y adecuación arquitectónica. Sin embargo, la oferta de propuestas culturales fue rica y el fin de generar y divulgar conocimientos y saberes culturales y tecnológicos creados a partir de la vinculación con el mundo digital no se vio comprometido.



## Cultura Digital e Innovación

Acciones e iniciativas encaminadas a la promoción de experiencias en el marco de la cultura digital, al arte y la tecnología.

Durante el año se desarrollaron numerosas muestras, talleres, seminarios y conferencias. Las actividades fueron muchas, variadas y orientadas a diferentes disciplinas. Algunos ejemplos de las numerosas iniciativas propuestas en el Espacio Fundación Telefónica fueron:

- **Leandro Katz:** arrebatos, diagonales y rupturas: entre julio y octubre se realizó la exposición del artista argentino Leandro Katz, una de las principales apuestas del Espacio Fundación Telefónica y que contó con la participación de Bérénice Reynaud como curadora invitada. Fue la primera muestra en su tipo. Reagrupó docenas de obras fotográficas, digitales, en film y en video creadas por él entre 1965 y 2013. Asimismo el Espacio y Fundación Espigas realizaron la presentación del Libro de Leandro Katz, un recorrido por la trayectoria del artista con material inédito.
- **Feria Tecnológica:** se realizaron las jornadas dedicadas a la electrónica analógica, la robótica y el arte. La feria reunió los proyectos desarrollados en los talleres de Desarrollo de Objetos Móviles, Armado de Módulos de Sintetizador Analógico, Projectores Precarios y Proyectos Audiovisuales. Junto a la muestra se llevaron adelante talleres de Arte y Robótica, Música y Tecnología, Arte y Programación, Laboratorio de Realidad Aumentada y Vida Artificial, Laboratorio Electro-Textil, Animación, Videoarte y Periodismo digital, para escuelas, docentes, familias y público en general.
- **Talleres para escuelas:** Robótica, Arte y Programación se sumaron como nuevas propuestas a las que se realizan cada año.
  - **Robótica:** presentó una aproximación a los principios básicos de la robótica, a través de la experimentación con robots.
  - **Arte y Programación:** propuso a los alumnos un acercamiento a la programación como herramienta para la creación artística. La iniciativa estuvo orientada a alumnos de nivel secundario.
  - **Videoarte:** invitó a los alumnos a realizar una experiencia artística utilizando medios tecnológicos a través de los cuales pudieran indagar la poética y estética del arte contemporáneo.
  - **Fotografía:** dirigido a alumnos de tercer a séptimo grado la iniciativa se propuso brindar a los alumnos la oportunidad de aproximarse a la fotografía como medio de expresión artística, a través de un recorrido por los elementos fundamentales de su lenguaje. Además se los invitó a producir sus propias fotos.
  - **Animación:** la propuesta fue indagar la relación entre el arte y la tecnología a través de la animación. Los participantes, alumnos de quinto grado a tercer año del colegio secundario, se convirtieron en creadores de sus propias animaciones.
  - **Música y Tecnología:** La propuesta fue que los alumnos crearan música a través del juego y del uso intuitivo de los nuevos medios tecnológicos.





## Proyectos Sociales

Acciones e iniciativas destinadas a la integración de la juventud en general, y a la educación en particular.

### **Proniño: Igualdad de oportunidades en la infancia**

En 2013 a través del programa Proniño, Fundación Telefónica contribuyó al desarrollo de proyectos de infancia para la prevención y erradicación del trabajo infantil, reorientando alguna de sus actividades, hacia las Competencias del Siglo XXI. El equipo de Fundación Telefónica trabajó en forma coordinada en las siguientes iniciativas y acciones que nos permitieron trabajar estos objetivos:

- **Red de Empresas contra el Trabajo Infantil:** Fundación Telefónica integra este organismo de articulación pública-privada promovido por la Comisión Nacional de Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI) dependiente del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación.
- **Día Mundial de lucha contra el Trabajo Infantil:** El 12 de junio de 2013, en conmemoración por el Día Mundial contra el Trabajo Infantil, la Red de Empresas realizó la 2da Carrera "Una niñez sin trabajo infantil" en Palermo con la participación de más de 2.000 personas inscriptas.
- **IV Encuentro Internacional contra el Trabajo Infantil:** Fundación Telefónica participamos del encuentro con el objetivo de impulsar la asistencia a capacitaciones, encuentros y congresos que permitan seguir profesionalizando a los equipos en la temática del sector social, las Competencias del Siglo XXI y el trabajo infantil.
- **Concurso de Buenas Prácticas contra el Trabajo Infantil:** con el objetivo de divulgar las experiencias contra la problemática y difundir sus resultados positivos, Fundación Telefónica y la Organización Internacional del Trabajo (OIT) realizaron el concurso en el cual se presentaron 74 proyectos de organizaciones sociales provenientes de Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú, El Salvador y Venezuela.

## Apoyo al emprendimiento: 'Wayra'

Alineados con la visión de telefónica en la Argentina: "Transformar en realidad las posibilidades que ofrece el nuevo mundo digital y ser uno de los protagonistas", en *Wayra* Argentina buscamos las mejores empresas en el entorno digital para acelerarlas bajo un entorno desafiante, vanguardista, creativo y dinámico.

Para hacer posible esta transformación se buscan empresas, que tengan la mejor combinación de: Tracción, equipo, innovación, escalabilidad y con Telefónica. Nos tomamos esta tarea con mucha responsabilidad ya que somos conscientes del impacto social, económico y ambiental que van a generar.

Desde Wayra seleccionamos las empresas y les brindamos las herramientas necesarias para ayudarlas a crecer. Esto lo logramos con un modelo de Aceleración centrado en 4 focos:

### **1. Selección:**

Wayra realiza convocatorias abiertas, que se abren cada tres meses e invertimos en 10 empresas a lo largo del año. El proceso de selección cuenta de 3 etapas:

- 1) Análisis de todos los proyectos presentados junto a la ayuda de los *WayraFriends*.
- 2) Reuniones presenciales con los equipos semifinalistas.
- 3) Presentación final de equipos finalistas ante un jurado compuesto de inversores y mentores

### **2. Aceleración:**

→ **Coaching:** de acuerdo al estadio y a las necesidades de cada empresa, les brindamos asesoramiento de Estrategia (Asesoría Financiera y Legal), Diseño y testeo (UX Design, User Experience, Adquisición de Clientes), Desarrollo y expansión comercial

→ **Mentores:** Los Expertos apoyan a la startup en aspectos puntuales/técnicos poniendo a disposición su experiencia y contactos durante el tiempo que sea requerido/acordado. Producto, tracción, escala, inversión y Equipo.



→ **Espacio de Coworking:** Brindamos un espacio de 500m2 de Coworking, ubicado en Palermo, dotado con los servicios que necesitan para trabajar diariamente.

→ **Acuerdos y Beneficios:** Tenemos acuerdos con Endeavor, VIV (China) y Alianzas con las principales empresas de Soporte y servicios de IT: PayPal, Evernote, Amazon, RackSpace, entre otros.

### 3. Inversión:

Además de la inversión en servicios de aceleración, brindamos acceso a DemoDay local e Internacional y acercamiento a inversores.

### 4. Alumni:

El trabajo de una aceleradora no culmina cuando finaliza el proceso de aceleración, luego de este *Wayra* sigue acompañando e impulsando las empresas en las cuales ha invertido con programas que incluyen *mentoring*, espacios de oficinas en otros países, *coaching* y servicios a medida.

Los 8 proyectos seleccionados para conformar la 3ra generación de startups fueron:

**Acamica:** Es una propuesta educativa online para que cualquier persona pueda en poco tiempo aprender desde cero nuevas tecnologías y habilidades de negocios que les permita cambiar sus vidas trabajando en las profesiones más demandadas.

**InterviMe:** Plataforma gratuita de *Social & Mobile Recruiting* que ofrece a empleadores todo lo que necesitan para publicar y viralizar sus vacantes, gestionar su pipeline de candidatos y tomar mejores decisiones al contratar talentos.

**MobAppCreator:** Plataforma *self-service* que permite a cualquier persona crear su propia aplicación para Smartphones de manera rápida, económica y sin necesidad de poseer conocimientos de programación.

**MR PRESTA** utiliza la información pública y privada de los vendedores de Mercado Libre, la cual obtenemos de manera electrónica, para generar una calificación crediticia y poder extenderles crédito a estas pequeñas y medianas empresas.

**Nubimetrics:** Solución que provee información crítica accionable de las principales plataformas de e-commerce para asistir a vendedores y marcas a tomar mejores decisiones para potenciar sus negocios.

**Parsimotion:** Simplifica la gestión de las empresas que venden online, centralizando inventarios y pedidos en un sólo lugar e integrándose con los canales de venta online.

**Red Innova:** Comunidad internacional de innovación, internet, creatividad y espíritu emprendedor donde América Latina se conecta con el mundo. Un espacio para publicar tu aviso o buscar ofertas laborales que mejor se adapten a tus aptitudes y necesidades.

**uSound** Aplicación para *Smartphone* que funciona de manera similar a un audífono digital facilitando la integración social de personas con problemas auditivos.

**Webcentrix** Plataforma web multicanal que optimiza la atención al cliente por Internet, centralizando la información de múltiples canales digitales y aumentando la productividad de la empresa.

Desde que se inició *Wayra* Argentina en Febrero 2012 a fines del 2013 ya llevamos un portfolio de 29 compañías, que han recibido reinversión mayor a 14.450.000 pesos. Estamos orgullosos de haber acelerados empresas, capaces de sobresalir y escalar en un mercado cada vez más competitivo, que han encarado todos sus proyectos conscientes del impacto global que tiene cada toma de decisión.

Convencidos de que las nuevas tecnologías son una fuente de oportunidades de innovación que dan lugar a nuevos servicios y productos, es que *Wayra* busca acompañar este crecimiento e invierte en empresas con base tecnológica de diversas verticales: Educación, Salud, eCommerce, Recursos Humanos, entre otros. Desde nuestro inicio, *Wayra* logro consolidarse como un actor fundamental del ecosistema, constituyéndose como un dinamizador de empleo y crecimiento comercial, ayudando a transformar la sociedad



'Green' TIC y medio ambiente\_

Gestión ambiental\_

Energía y Cambio Climático\_

Campos electromagnéticos\_

Liderazgo ambiental global\_

# 7. Planeta\_









PLANETA

# 'Green' TIC y medio ambiente

*Las Green TIC nos permiten generar valor para nuestra compañía en términos de reducción de costes y generación de nuevos ingresos*

Realizamos nuestro análisis de materialidad ambiental como parte de nuestro compromiso de sostenibilidad.

Nuestra estrategia *Green TIC* y Medio Ambiente está diseñada para promover la sostenibilidad ambiental de nuestras operaciones, de nuestros clientes y de las ciudades en las que operamos. Concebimos 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.

Este año, la información ambiental reportada en el *Informe de Sostenibilidad* de Telefónica podrá énfasis en los asuntos materiales ambientales, cuya gestión se lleva a través de seis líneas de actuación:

- Campos electromagnéticos
- Gestión ambiental
- Liderazgo ambiental global

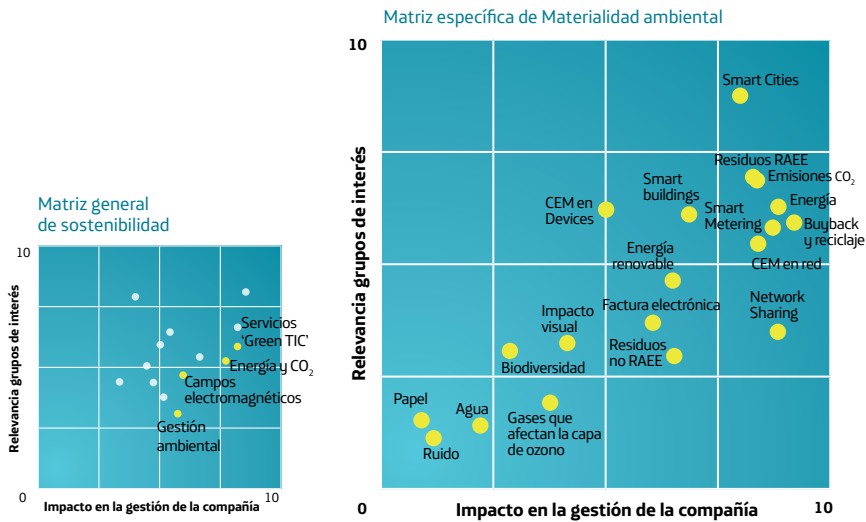
## Materialidad ambiental

Realizamos nuestro análisis de materialidad como parte de nuestro compromiso de sostenibilidad y elaboración de informes. Este análisis incluye –junto con la materialidad de sostenibilidad– una evaluación en las cuestiones ambientales más amplias para Telefónica. Este proceso ha dado lugar a importantes aspectos ambientales relevantes para nuestra empresa en este ámbito: campos electromagnéticos, los servicios de *Green TIC*, la energía y CO<sub>2</sub>, y la gestión de residuos.

Hemos trabajado en una metodología global de materialidad en donde incluimos los temas ambientales. Esto nos permite entender la importancia relativa para nuestros grupos de interés considerando los aspectos medioambientales materiales, para Telefónica en todo el mundo y las tendencias del medio ambiente en el sector de las TIC.



## Matriz de materialidad





PLANETA

# Gestión ambiental

*Incluimos al medio ambiente dentro de nuestro modelo de negocio y trabajamos para la adopción de criterios ambientales en todas nuestras operaciones y para reducir los riesgos ambientales asociados a nuestras actividades*

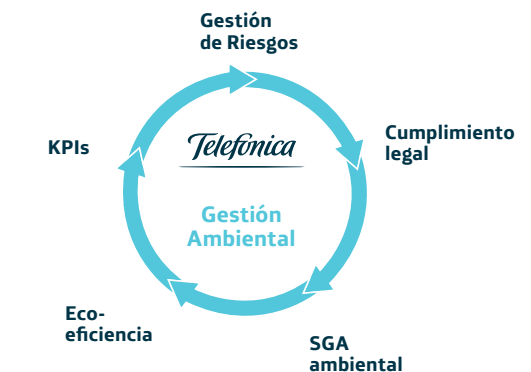
Los aspectos ambientales de nuestras operaciones no son intensivos, pero nuestra alta dispersión geográfica requiere una gestión ambiental basada en procesos.

De acuerdo con la política ambiental de la empresa y el Sistema de Gestión Ambiental Global, aplicable a todas las empresas de Telefónica, se asegura el cumplimiento de la legislación ambiental local persiguiendo la mejora continua de nuestros procesos de gestión. Los aspectos ambientales de nuestras operaciones no son intensivos, sin embargo tenemos una alta dispersión geográfica, lo que hace extremadamente necesario una gestión ambiental basada en procesos homogéneos basados en cinco principios:

- Medición del desempeño ambiental
- Gestión global de riesgos ambientales
- Cumplimiento legal ambiental
- Sistema de gestión ambiental global
- Eco-eficiencia

**KPIs ambientales.** Medimos nuestro desempeño ambiental en base a Indicadores ambientales de gestión (KPIs) globales aplicables a todas las operadoras de Telefónica. En base a ellos, tomamos decisiones, identificamos potenciales riesgos ambientales y medimos de impacto ambiental de nuestras operaciones en términos económicos.

**Riesgos ambientales.** Gestionamos nuestros riesgos ambientales en base a modelo global de gestión de riesgos. Entre ellos se destacan los riesgos de existencia de pasivos ambientales, de gestión inadecuada de residuos, riesgos de cambio climático en operaciones, entre



otros. Cada año valoramos nuestros riesgos ambientales en términos económicos.

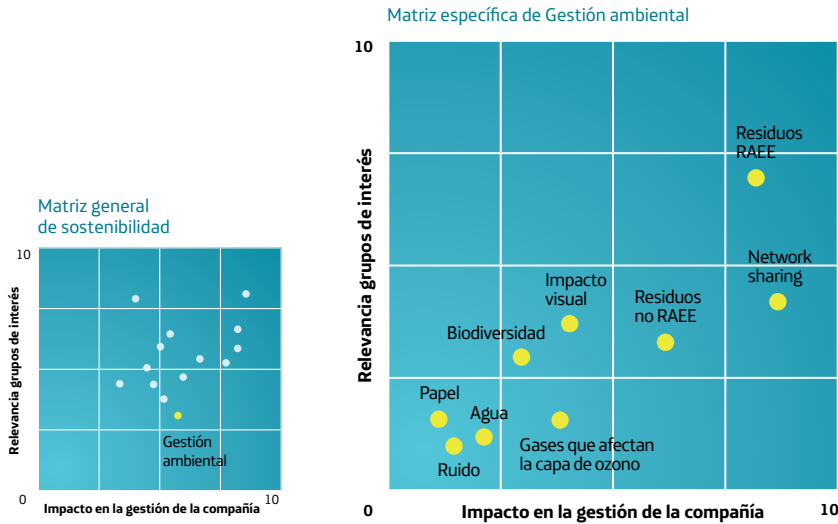
**Cumplimiento legal.** Cumplimos la legislación ambiental aplicable a nuestras operaciones. En caso de no existir marcos legales adecuados, trabajamos con las autoridades y el sector para promover estándares y normativas

**Sistema de Gestión Ambiental Global.** Telefónica Móviles Argentina cuenta con la certificación de la Norma ISO 14001 de Sistemas de Gestión Ambiental. El certificado es emitido por una entidad externa.

**Eco - Eficiencia.** Nuestros procesos de mejora continua se basan en principios de eco-eficiencia, es decir optimizar los procesos internos que puedan tener impacto en el medio ambiente, optimizando el consumo de recursos o bien reduciendo cargas financieras.



## Matriz de materialidad



## Despliegue responsable de red

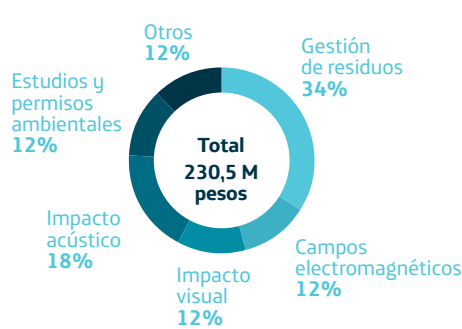
Gestionamos los aspectos ambientales en nuestra infraestructura de red. Trabajamos bajo el principio de precaución y el cumplimiento de la legislación ambiental local.

Realizamos estudios de impacto ambiental detallados. Trabajamos en obtención de permisos ambientales de operación, la gestión de residuos, el control de ruido, la reducción del impacto visual y la monitorización de campos electromagnéticos.

Para el despliegue de nuevas redes de fibra óptica o de LTE; realizamos la selección óptima de sitios para despliegue, siempre fomentando la infraestructura compartida con otros operadores y el desarrollo de evaluaciones técnicas para reducir el impacto ambiental de nuestras infraestructuras.

Gestionamos también los campos electromagnéticos (CEM) en nuestra red, como un aspecto más dentro de nuestro Sistema de Gestión Ambiental Global. Este nos obliga a realizar actividades de participación ciudadana e información a la comunidad durante el despliegue, así como llevar a cabo mediciones de las estaciones base.

## Gastos e inversiones en Gestión ambiental a nivel global



### Millones de de pesos

Gestion de residuos	10,8
Campos electromagnéticos	3,9
Impacto visual	3,9
Impacto acústico	5,8
Estudios y permisos ambientales	3,8
Otros	3,7
<b>Total</b>	<b>31,9</b>

## Sistema de gestión ambiental

Empresa	ISO 14001 Certificado	Empresa	ISO 14001 Certificado
Telefónica España*	😊	Telefónica México	😊
TIWS	😊	Telefónica Nicaragua	😞
Telefónica S.A.	😊	Telefónica Panamá	😞
Telefónica Argentina	😊	Telefónica Perú	😊
Telefónica Brasil	😞	Telefónica Venezuela	😞
Telefónica Chile	😞	Telefónica Uruguay	😞
Telefónica Colombia	😊	Telefónica Alemania	😊
Telefónica Ecuador	😊	Telefónica Reino Unido	😊
Telefónica El Salvador	😞	Telefónica Irlanda	😊
Telefónica Guatemala	😞	Telefónica Rep. Checa y Eslovaquia	😊

\* Incluye Telefónica Soluciones





## Despliegue responsable de red en cifras Telefónica en la Argentina

### Planificación

- 70 permisos ambientales obtenidos para despliegue de red

### Construcción

- 122 adecuaciones de impacto visual
- 1.200.000 pesos en inversiones en adecuaciones impacto visual
- 2.934 sitios compartidos con otros operadores

### Operación

- 1.894 mediciones de campos electromagnéticos

### Desmantelamiento

- 676 toneladas de residuos de operaciones gestionados (cables, tuberías, etc)
- 228 toneladas de RAEE de operaciones gestionados
- 2.400.000 pesos de ingresos por gestión de residuos de operaciones

## Residuos en Argentina (toneladas)

- Reciclados
- Reutilizados





## Eco-eficiencia operacional Telefónica en la Argentina

**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 2013 se consumieron casi 480.000 m<sup>3</sup> de agua, el 7,65% menos respecto al año anterior debido principalmente al desarrollo de actividades de ahorro.

**Eficiencia en el consumo de papel.** Durante 2013 en las oficinas de la empresa se consumieron 250,7 t de papel, 58 t menos que en 2012 (309 t) signando una reducción del consumo del 19%.

**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 en cumplimiento de la legislación ambiental y primando en la gestión por este orden: la reducción, reutilización y reciclado. Los más relevantes son los procedentes de equipos eléctricos y electrónicos de la red y de oficinas, y los peligrosos, en nuestro caso fundamentalmente de baterías. En 2013 gestionamos 1.805 toneladas de residuos (reciclaje y reúso) y generamos 2.400.000 pesos en ingresos por venta de residuos

**Gestión de la energía y CO<sub>2</sub>.** El uso eficiente de la energía y la gestión de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en Telefónica se gestiona a través de la Oficina de Cambio Climático y Eficiencia Energética del Grupo.

## Gestión de RAEE (E-waste)

Poseemos una política integrada de gestión de residuos eléctricos y electrónicos (RAEE) basada en principios de eco-eficiencia '3R': *Reducir, Reutilizar y Reciclar*. Estos principios de gestión de e-waste de Telefónica son:

- Promover modelos de gestión de RAEE bajo principios de eco-eficiencia y acorde con la legislación ambiental vigente.
- Promover estándares que reduzcan la generación de RAEE y mejoren el eco-diseño de AEE (Aparatos Eléctricos y Electrónicos) para servicios de telecomunicaciones.
- Desarrollar políticas de compra de AEE para nuestras operaciones que faciliten el re-uso y reciclaje al final de su vida útil.
- Educar y proveer a nuestros clientes opciones ambientalmente responsables a la hora de deshacerse de sus dispositivos en desuso.
- Controlar la correcta gestión de RAEE por parte de los proveedores y gestores.

Siguiendo estos principios, hemos desarrollado sistemas de gestión de RAEE para equipos obsoletos de red y hemos implementado programas de reciclaje y re-uso equipos de clientes, incluyendo teléfonos móviles desde el año 2006.

En 2013, se realizó la disposición final y reciclaje de alrededor 656 toneladas de RAEE procedentes de operaciones y oficinas. Estos residuos se entregaron a gestores calificados, bajo modelos de recuperación económica para reciclaje y reaprovechamiento de materiales.

Durante 2013 en las oficinas de la empresa el consumo de papel se redujo del del 19%.



## Fuentes de generación RAEE en Telefónica



Entrega a gestores calificados de residuos  
 Recogida de equipos por parte de fabricantes  
 Programas de reciclaje y reutilización de RAEE

En 2013, se realizó la disposición final y reciclaje de alrededor de 656 toneladas de RAEE procedentes de operaciones y oficinas.

Los programas diseñados por Telefónica, se caracterizan por promover un trabajo conjunto entre empresas especializadas de reciclaje, compañías de logística, así como con fabricantes de dispositivos móviles, con el fin de garantizar una *responsabilidad extendida* para la gestión eficiente de los RAEE. Para Telefónica, como parte de su retos, está el de gestionar adecuadamente los residuos e-waste de clientes, antes, durante y después.

### Cadena de valor más 'green'

#### Control ambiental a proveedores.

En Telefónica extendemos nuestro control ambiental a proveedores y contratistas para asegurar una correcta gestión ambiental. Para ello, además de incorporar cláusulas ambientales en todos nuestros contratos, realizamos acciones divulgativas en materia ambiental y auditorías para el control de nuestra cadena de suministro. El sistema de gestión ambiental global, exige la realización de auditorías internas y externas que aseguren el cumplimiento de los requisitos legales y los procedimientos ambientales definidos en la compañía a nivel global. En este sentido, Telefónica incluye como parte de sus procesos de auditoría ambiental un control

a nuestros proveedores. Además, incluimos criterios ambientales en nuestro programa global de sostenibilidad en la cadena de suministro.

#### Nuestros empleados.

En Telefónica somos conscientes de la importancia que tienen nuestros empleados como pilar en el correcto comportamiento y desempeño ambiental de la Compañía. Por eso durante 2013 hemos seguido esforzándonos para conseguir su implicación y hemos realizado varias actividades:

- Nueva Intranet *Green* de Telefónica: En 2013 se lanzó la nueva intranet *Green* global dirigida a empleados en donde podrán encontrar toda la información ambiental del Grupo.
- Formación Ambiental: en 2013 se realizaron 148 horas de formación ambiental a empleados.
- Voluntariado ambiental: gracias al programa de voluntarios de la Fundación Telefónica, se realizaron varias actividades de voluntariado ambiental con el compromiso de numerosos voluntarios Telefónica.







PLANETA

# Energía y Cambio Climático

*Trabajamos para reducir nuestro consumo energético y huella de carbono, desarrollando actividades de eficiencia energética e identificando oportunidades de reducción de CO<sub>2</sub>*



A través de la Oficina de Cambio Climático y Eficiencia Energética trabajamos para reducir el consumo energético y la huella de carbono de la compañía.

Identificamos oportunidades de reducción en cada una de nuestras operaciones, y donde es posible, promovemos actividades de eficiencia energética.

Los resultados de esta gestión son tangibles y accesibles.

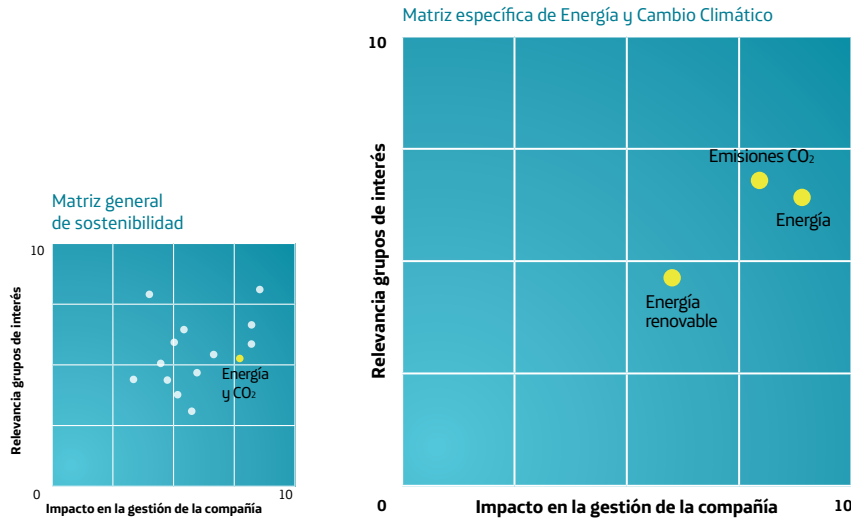
Todo este trabajo, además de beneficiar el medioambiente, nos permite reducir nuestra factura energética, mejorando así nuestra competitividad.

## Eficiencia energética en Telefónica





## Matriz de materialidad

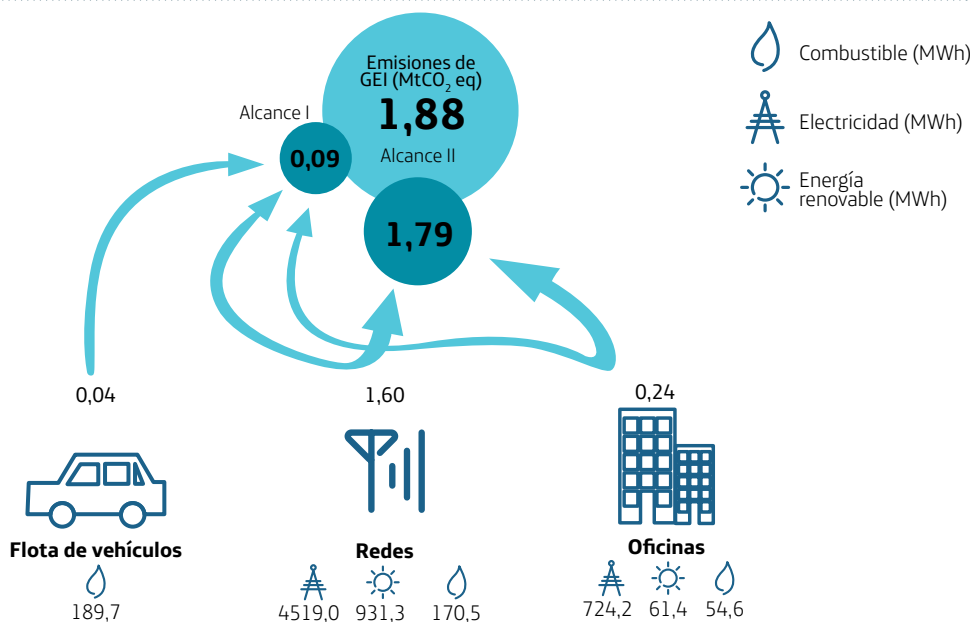


## Inventario de Energía y Emisiones

Cuantificamos de forma anual el consumo de energía de Telefónica y calculamos nuestra huella de carbono en base a un modelo global de acuerdo al Protocolo de GEI, la Norma ISO 14064 y la 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 UIT. Adicionalmente desarrollamos un proceso independiente de verificación de datos energéticos y de emisiones, llevado a cabo por AENOR. Ello nos permite identificar mejoras en nuestros procesos y gestionar la energía y el carbono de una forma transparente. La Oficina Corporativa realiza este proceso a nivel global y para cada una de las operadoras del Grupo bajo un mismo enfoque metodológico.

## Inventario de Energía y Emisiones de Telefónica a nivel Global



\*Datos de energía y emisiones en proceso de verificación especializada.



Inventario de Energía y CO <sub>2</sub> Telefónica Argentina <sup>[1][2]</sup>	Unidades	2012	2013	Var%
Energía	MWh	476.805	474.517	-0,5%
Combustible	MWh	61.381	60.166	-2,0%
Electricidad	MWh	415.424	414.351	-0,3%
Energía procedente de fuentes renovables	MWh	211,1	211,1	0,0%
Emisiones de GEI	tCO <sub>2</sub> eq <sup>[3]</sup>	175.160	174.407	-0,4%
Emisiones Directas (alcance I)	tCO <sub>2</sub> eq <sup>[3]</sup>	13.227	12.893	-2,5%
Emisiones Indirectas (alcance II)	tCO <sub>2</sub> eq <sup>[3]</sup>	161.933	161.515	-0,3% <sup>1</sup>

1 Inventario basado en ISO 14.064, GHG Protocol & ITU-T L.1420

2 Datos de energía y emisiones 2012 verificados en 2013. Datos de energía y emisiones 2013 en proceso de verificación

3 CO<sub>2</sub>eq = CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub> & N<sub>2</sub>O

### Actividades y resultados

Para reducir las emisiones de GEI, trabajamos en dos líneas de actuación:

- Reducción del consumo eléctrico a través de la implantación de proyectos que mejoren la eficiencia energética.
- Reducción del consumo de combustible fósil en operaciones, oficinas y flota de vehículos, sustituyéndolo por fuentes de energía más eficientes y limpias, utilizando vehículos de bajo consumo, disminuyendo el número de kilómetros recorridos gracias a una mejor gestión de la flota.

### Objetivos Energía y CO<sub>2</sub>

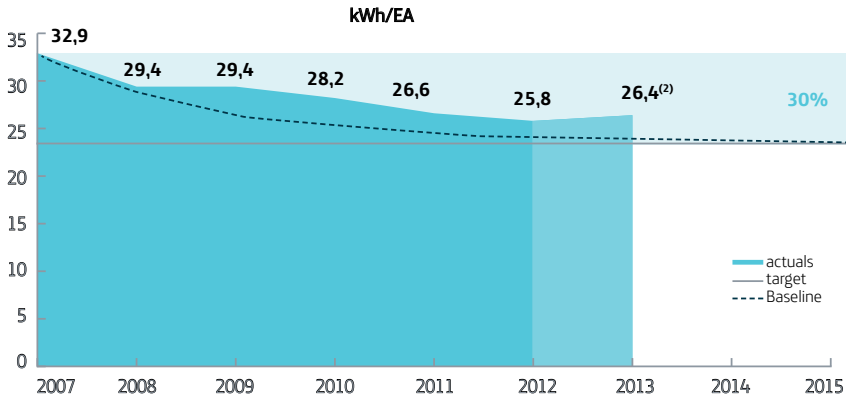
Con objeto de impulsar, gestionar y monitorizar el trabajo llevado a cabo para reducir nuestro consumo energético y huella de carbono a nivel global, Telefónica, a través de su Oficina de Cambio Climático y Eficiencia Energética estableció tres objetivos de reducción de energía y CO<sub>2</sub>.

30%

Consumo eléctrico  
Acceso equivalente<sup>(1)</sup>



2007-2015



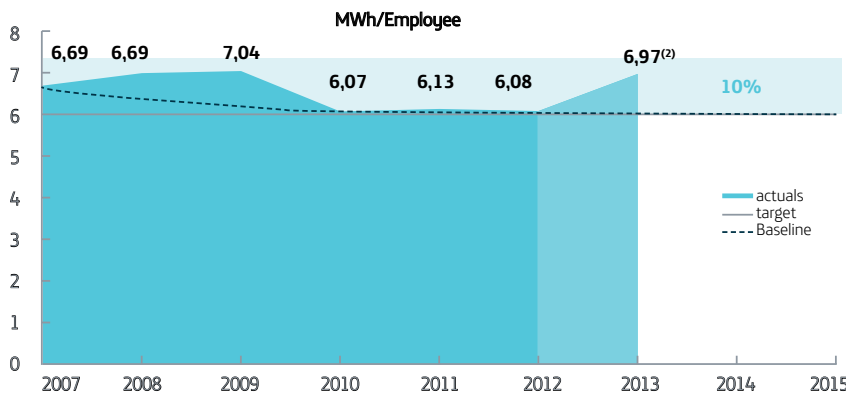
El despliegue de nueva tecnología de red para la prestación de nuevos servicios digitales, así como el creciente aumento del consumo de datos en los últimos años hace que el consumo energético de la red continúe subiendo. El aumento moderado de nuestros accesos equivalentes y la implantación de actividades de eficiencia energética en red nos acerca a la consecución de la meta .

10%

Consumo eléctrico  
Empleado



2007-2015



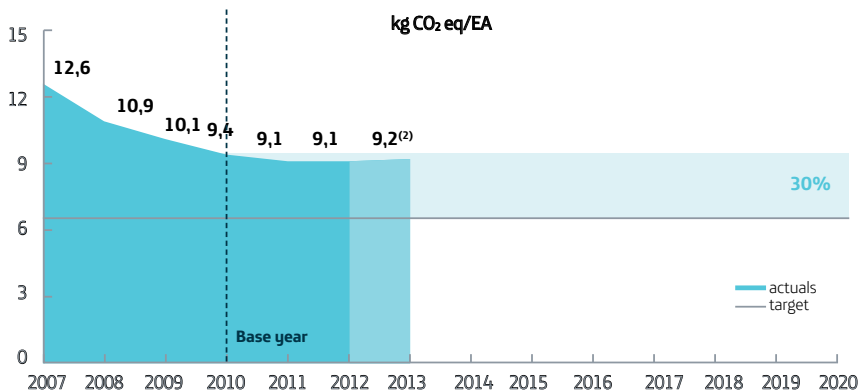
Pese a la mejora de la eficiencia energética en los edificios de oficinas, la simplificación de la estructura organizacional llevada a cabo en varias empresas de la compañía, hacen complicado reflejar y tangibilizar los resultados de esta gestión.

30%

Emisiones de CO<sub>2</sub>  
Acceso equivalente<sup>(1)</sup>



2010-2020



Gracias a la reducción del uso de combustible fósil en operaciones y flota de vehículos y la implantación de proyectos de eficiencia energética en redes y oficinas, nuestras emisiones de CO<sub>2</sub> globales permanecen estables en los últimos años, alrededor de 1,8 millones de toneladas métricas.

<sup>(1)</sup> Accesos equivalentes: Suma de los accesos totales (banda ancha, voz fija, voz móvil, TV, etc.) ponderados por el consumo relativo de potencia.

<sup>(2)</sup> Objetivos de energía y emisiones 2013 en proceso de verificación externa.





PLANETA

# Campos electromagnéticos

*Somos conscientes de la inquietud que existe en la sociedad sobre este tema, por esto brindamos información actualizada, trabajamos en el desarrollo de estándares sectoriales y cumplimos la normativa internacional*

Telefónica despliega su red respetando todas las exigencias legales locales e internacionales.

Telefónica es consciente de la inquietud que existe en la sociedad en torno a los campos electromagnéticos CEM. Por ello, mantiene una comunicación transparente sobre este tema.

Nos basamos en la valoración de lo que dicen los expertos: "Las revisiones científicas realizadas hasta el momento no establecen ningún riesgo para la salud por la exposición a las radiofrecuencias provenientes de los equipos de telefonía móvil siempre que se respeten los niveles recomendados por la Organización Mundial de la Salud (OMS) que son los recogidos por las recomendaciones del ICNIRP".

Los CEM en Telefónica se gestionan de forma integrada y se enfocan a dar respuesta a la potencial preocupación de nuestros clientes y usuarios. Por eso, siempre que se requiere, la Compañía aporta información a la Administración Pública, las comunidades de vecinos y los clientes acerca del funcionamiento de las estaciones de telefonía móvil. También se colabora en la divulgación sobre la materia.

Telefónica despliega su red respetando todas las exigencias legales locales e internacionales. De hecho, adopta como mínimos los límites de

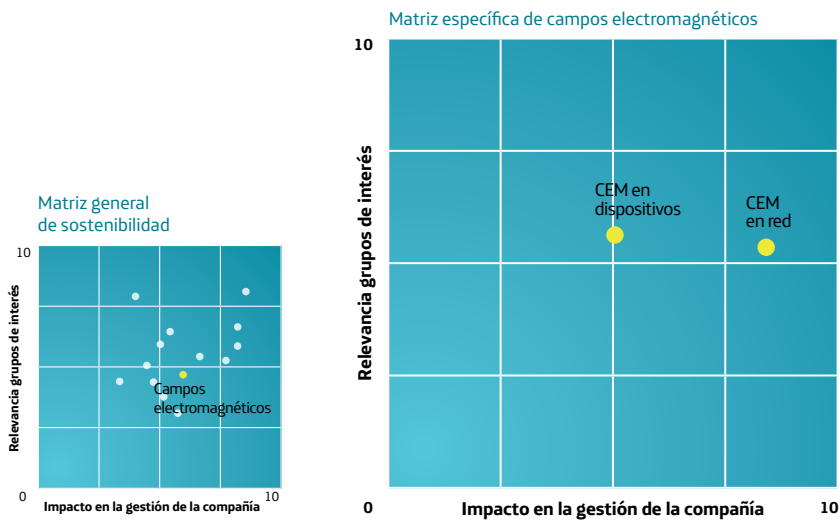
exposición a radiofrecuencias establecidos por ICNIRP (International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection) y avalados por la Organización Mundial de la Salud.

Ponemos énfasis en la gestión de CEM aplicada a antenas de telefonía móvil, dispositivos móviles y contadores inteligentes. Damos prioridad a este tema sobre todo en procesos asociados a despliegue de nuestra red a nivel local, bajo principios de gestión globales. Así, los compromisos mínimos comunes a todas las operadoras del Grupo Telefónica en torno CEM son:

- Cumplir estrictamente con la normativa, los estándares y directrices internacionales reconocidos para todos los servicios y productos.
- Promover una legislación basada en las directrices internacionales de la Comisión Internacional de Protección contra las Radiaciones no Ionizantes (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.



## Matriz de materialidad



- Apoyar y difundir la investigación científica independiente y de alta calidad sobre comunicaciones móviles reconocida por la Organización Mundial de la Salud (OMS).
- Comunicar de forma abierta y transparente a clientes y al público en general todas las acciones que la empresa realiza al respecto. La gestión de CEM en Telefónica la realizamos a través del trabajo coordinado con distintas áreas de la compañía a nivel global y local como son los departamentos de operaciones, de relaciones institucionales, comunicación, unidades regulatorias y legales, equipos ambientales y de sostenibilidad corporativa, entre otros.

Participamos activamente en grupos de trabajo como el GSMA y la UIT para intercambiar las mejores prácticas de gestión de campos electromagnéticos, desarrollo de estándares sectoriales y compartir información útil para nuestros clientes y grupos interesados. También apoyamos la investigación científica independiente en este tema.

### CEM en red

Todas nuestras estaciones base se han instalado cumpliendo los criterios de la ICNIRP y en las recomendaciones de la OMS. Adicionalmente, el Sistema de Gestión Ambiental Global nos obliga a llevar a cabo mediciones de las estaciones base que posteriores auditorías confirman el cumplimiento de los niveles del ICNIRP. Todos nuestros emplazamientos operan muy por debajo de los límites establecidos. En 2013, en Argentina se realizaron alrededor de 1900 mediciones de control de CEM.

### CEM en dispositivos móviles y contadores

En 2013, la preocupación social en cuanto a la exposición de radiofrecuencias de los campos electromagnéticos se ha extendido también a dispositivos móviles y contadores inteligentes.

Es importante mencionar que existe normativa internacional que controla estos niveles de exposición. Todos los dispositivos que Telefónica pone en el mercado, cumplen estos criterios normativos.

En 2013, en la Argentina se realizaron alrededor de 1900 mediciones de control de CEM -.



PLANETA

# Liderazgo ambiental global

*Telefónica trabaja en un posicionamiento global en temas ambientales de la mano del sector y de todas las empresas del Grupo*

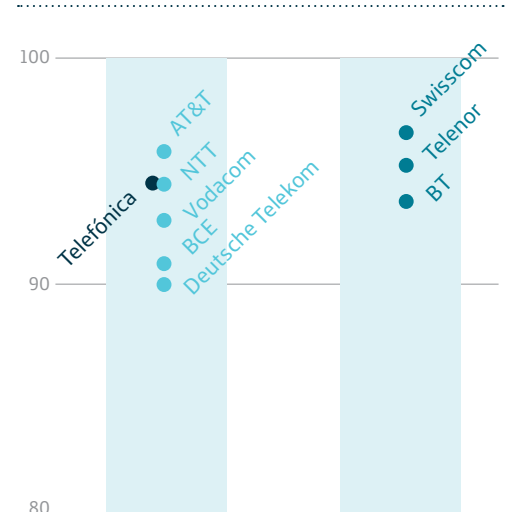
Telefónica ha sido valorada como una de las empresas más comprometidas en la lucha contra el Cambio Climático

Entre los principales hitos de posicionamiento y compromiso ambiental en 2013 destacan:

**Confianza y transparencia.** Nuestros inversores, los analistas y las ONG reconocen nuestra gestión.

- Telefónica se mantuvo por cuarto año consecutivo entre las cinco empresas de telecomunicaciones líderes del Carbon Disclosure Project (CDP).
- Formamos parte del grupo de las 10 mejores compañías Telco del mundo por criterios de sostenibilidad, incluidos los ambientales, según el DJSI.
- Hemos sido valorada como una de las empresas más comprometidas en la lucha contra el cambio climático, según la ONG Inglesa Environmental Investment Organisation (EIO), que nos ha incluido en el Top 5 de sus últimos rankings.
- Estamos entre las 20 mejores empresas en el ranking Cool IT Leaderboard 6 de Greenpeace, en el que se valora la lucha de las empresas para promover una economía baja en carbono y la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

Carbon Disclosure Leadership Index-Sector Telecomunicaciones (CDPL)





## Telefónica en foros y grupos de trabajo estratégicos



### Estándares 'Green' TIC

Continuamos trabajando en la Comisión de Estudio N° 5 de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) en estándares *Green TIC* para medir el impacto ambiental de las TIC.

- Trabajamos en el desarrollo y aprobación de la Metodología ITU L1430 para medir el impacto ambiental de los servicios *Green TIC* y lideramos el grupo de trabajo que desarrolla la metodología para medir el impacto ambiental de los teléfonos móviles: *Eco Rating*.
- Asumimos la Presidencia del Grupo Temático de Ciudades Inteligentes y Sostenibles de la UIT.
- Acogimos el evento mundial más importante de estándares *Green TIC*: la III *Green Standards Week* en nuestra sede corporativa, en Madrid, con la participación de alrededor de 400 profesionales.

### Políticas Públicas

Trabajamos en elevar el rol del Sector TIC y el de Telefónica en la contribución para promover la sostenibilidad ambiental de los usuarios de la tecnología y las ciudades. En 2013, trabajamos activamente en los siguientes grupos:

**ITU.** Participamos activamente en Comisión de Estudio No. 5 para desarrollo de estándares *Green TIC* y posicionamiento del sector TIC a nivel internacional en temas como el *e-waste*, los campos electromagnéticos y realizamos varios eventos e iniciativas nacionales y regionales.

**GSMA.** Trabajamos con el GSMA para promover la sostenibilidad ambiental de la telefonía móvil a nivel mundial.

**GeSI.** The Global E Sustainability Initiative, en donde cubrimos los grupos de Cambio Climático, Eficiencia Energética y Control Ambiental en la Cadena de Suministro, entre otros.

**ETNO.** The European Telecommunications Networks Operators; trabajamos en la task force de Energía promoviendo las mejores prácticas de eficiencia energética en redes a nivel europeo.

**ERT.** European Roundtable of Industrials. Participamos en el Grupo de Energía y Cambio Climático de la ERT, en la que nuestra misión consiste en identificar riesgos y oportunidades que las políticas europeas en energía y cambio climático pueden generar para la competitividad de las empresas.

Trabajamos en elevar el rol del Sector TIC y el de Telefónica en la contribución para promover la sostenibilidad ambiental de los usuarios de la tecnología y las ciudades.



# 8. Anexos

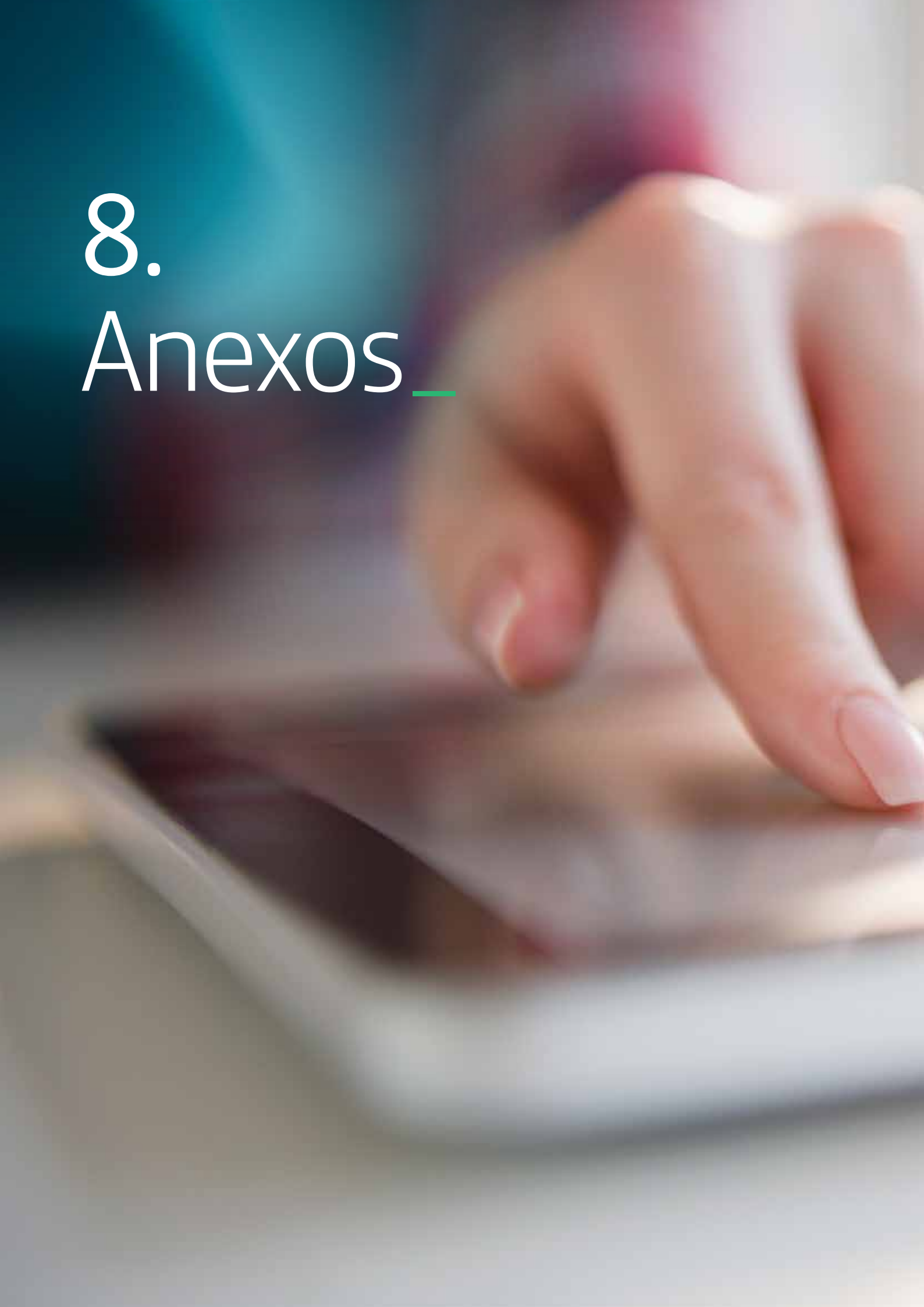


Tabla de  
indicadores\_

Referencias  
GRI\_

Cumplimiento  
'Global Compact'\_

Revisión  
y validación externa\_



ANEXO

# Tabla de indicadores

<b>Eficiencia económica</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Ingresos Grupo Telefónica (millones de pesos)	23.227	28.660
Inversión en I+D (millones de pesos)	395	465
Pagos a administraciones públicas (miles de pesos)	6.337	7.469
Pagos a empleados (millones de pesos)	3.079	3.963
Inversión en infraestructuras (millones de pesos)	2.835	4.122
Volumen compras adjudicadas (millones de pesos)	11.031	13.806
Empleados formados en 'Principios de Actuación' (porcentaje)	73,8%	79%

<b>Aspectos Sociales</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Plantilla total física	16.792	17.139
% de mujeres en la compañía	32%	32%
% de mujeres en puestos directivos	7%	9%
Tasa de accidentes (GRI)	3	4
Víctimas mortales	0	0
Número de horas de formación	567.889	483.202
Horas de voluntariado	7.343	12.335

<b>Clientes</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Total de clientes (en miles)	24.136	26.651
Telefonía fija (en miles)	4.762	4.833
Telefonía móvil (en miles)	17.604	19.955
Prepago (en miles)	11.000	12.916
Contrato (en miles)	6.604	7.038
Banda Ancha ADSL (en miles)	1.736	1.835
Otros (en miles)	33	27

<b>Proveedores</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Proveedores adjudicatarios (unidades)	1.319	1.425
Proveedores adjudicatarios locales (unidades)	1.228	1.298
Proveedores locales (porcentaje)	93%	91%



## Aspectos Medioambientales

2012 2013

### Despliegue de red responsable

Adecuaciones de impacto visual (unidades)	300	122
Mediciones de campos electromagnéticos (unidades)	377	1.894

### Residuos

Total residuos gestionados (en toneladas)	886,9	1804,89
Residuos aparatos eléctricos y electrónicos (en toneladas)	468,4	859,69
Residuos no RAEE (en toneladas)	418,5	945,3
Reciclaje y reuso de teléfonos móviles de clientes (en toneladas)	11,1	21,2
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos de clientes excepto teléfonos móviles (en toneladas)	49,3	183,0
Residuos de baterías de grupos electrógenos(en toneladas)	70,8	231,7

### Consumo de recursos

Consumo de papel en Telefónica (en toneladas)	1.981	1.599
Número de clientes con factura electrónica (unidades)	1.770.230	4.394.093
Numero de facturas electrónicas emitidas (millones)	63,5	47,5
Consumo de agua (m3)	518.468	478.795

## Inventario de Energía y CO<sub>2</sub><sup>1-2</sup>

2012 2013

Energía (MWh)	476.805	474.517
Combustible (MWh)	61.381	60.166
Biocombustible (MWh)	0	0
Electricidad (MWh)	415.424	414.351
Energía procedente de fuentes renovables (MWh)	211	211
Emisiones de GEI (tCO <sub>2</sub> eq)	175.160	174.407
Emisiones Directas (alcance I) (tCO <sub>2</sub> eq)	13.227	12.893
Emisiones Indirectas (alcance II) (tCO <sub>2</sub> eq)	161.933	161.515

Por favor, tened en cuenta las siguientes notas.

1-Inventario basado en ISO 14.064, GHG Protocol & ITU-T L.1420

2-Datos de energía y emisiones 2012 verificados en 2013. Datos de energía y emisiones 2013 en proceso de verificación

3-CO<sub>2</sub>eq = CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub> & N<sub>2</sub>O





ANEXO

# Referencias GRI: G3.1

## PARTE I: Indicadores de perfil

### 1. Estrategia y análisis

Perfil	Descripción	Respuesta en 2013	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.	√	En La Responsabilidad Corporativa y la Sostenibilidad, parte de la visión de Telefónica	

### 2. Perfil de la organización

Perfil	Descripción	Respuesta en 2013	Localización	Explicación de la omisión
2,1	Nombre de la organización.	√	Principios para la elaboración del Informe	
2,2	Principales marcas, productos y/o servicios (joint ventures).	√	Principios para la elaboración del Informe	
2,3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos	√	Informe Financiero	
2,4	Localización de la sede principal de la organización.	√	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 el Informe.	√	En Perímetro y estructura de Consolidación de la información	
2,6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	√	Principios para la elaboración del informe e Informe de Gobierno Corporativo	
2,7	Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios)	√	En Satisfacción del cliente	
2,8	Dimensiones de la organización informante.	√	Principios para la elaboración del informe e Informe de Gobierno Corporativo	
2,9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la Memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	√	Principios para la elaboración del informe e Informe de Gobierno Corporativo	
2,10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	√	A lo largo de todo el Informe	



### 3. Parámetros de la Memoria

Perfil	Descripción	Respuesta en 2013	Localización	Explicación de la omisión
3,1	Periodo cubierto por la información contenida en la Memoria.	✓	Principios para la elaboración del Informe	
3,2	Fecha de la Memoria anterior más reciente (si la hubiere).	✓	Principios para la elaboración del Informe	
3,3	Ciclo de presentación de Memorias (anual, bienal, etcétera).	✓	Principios para la elaboración del Informe	
3,4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la Memoria o su contenido.	✓	Principios para la elaboración del Informe	
3,5	Proceso de definición del contenido de la Memoria.	✓	Principios para la elaboración del Informe	
3,6	Cobertura de la Memoria (por ejemplo, países, divisiones, filiales.	✓	Principios para la elaboración del informe e Informe de Gobierno Corporativo	
3,7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la Memoria.	✓	Principios para la elaboración del informe e Informe de Gobierno Corporativo	
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.	✓	Principios para la elaboración del informe e Informe de Gobierno Corporativo	
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.	✓	Principios para la elaboración del informe e Informe de Gobierno Corporativo	
3,1	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).	✓	Principios para la elaboración del informe e Informe de Gobierno Corporativo	
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la Memoria.	✓	Principios para la elaboración del informe e Informe de Gobierno Corporativo	
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la Memoria.	✓	Principios para la elaboración del informe e Informe de Gobierno Corporativo	



3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la Memoria. Si no se incluye 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.	√	Principios para la elaboración del Informe
------	---	---	--

**4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés**

Perfil	Descripción	Respuesta en 2013	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 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 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 de Gobierno Corporativo	
4,4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	√	Informe de Gobierno Corporativo	
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 de Gobierno Corporativo	
4,6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	√	Informe 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 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.	√	En Ética y cumplimiento	
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	√	Estructura de la responsabilidad corporativa y sostenibilidad en Telefónica S.A.	
4,1	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	√	Estructura de la responsabilidad corporativa y sostenibilidad en Telefónica S.A.	
4,11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	√	Estructura de la responsabilidad corporativa y sostenibilidad en Telefónica S.A.	
4,12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	√	Acción Social	
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 de todo el informe	



4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	✓	Materialidad e interacción con los grupos de interés
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	✓	Materialidad e interacción con los grupos de interés
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.	✓	Materialidad e interacción con los grupos de interés

## PARTE II. Enfoque de la Dirección (DMAs)

Perfil	Descripción	Respuesta en 2013	Localización	Explicación de la omisión
DMA EC	Dimensión económica	✓	A lo largo de todo el informe	
DMA EN	Dimensión medioambiental	✓	A lo largo de todo el informe	
DMA LA	Dimensión laboral	✓	En Composición de la plantilla	
DMA HR	Dimensión de derechos humanos	✓	Derechos Humanos	
DMA SO	Dimensión social	✓	A lo largo de todo el informe	
DMA PR	Dimensión de clientes	✓	En Gestión Responsable	

## PARTE III. Indicadores de desempeño

### 1. Económico

Perfil	Descripción	Respuesta en 2013	Localización	Explicación de la omisión
<b>Desempeño económico</b>				
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.	✓	Motor de progreso	
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	✓	Gestión ambiental	
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	✓	Motor de progreso	
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos	✓	No Aplica	
<b>Presencia en el mercado</b>				
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.	✓	Retribución y reconocimiento	
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	✓	Motor de progreso y Gestión Responsable	
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	✓	Prácticas Laborales	
<b>Impactos económicos indirectos</b>				
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.	✓	Innovación en Telefónica	





EC	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	√	Motor de progreso
----	---	---	-------------------

**2. Medio ambiente**

Perfil	Descripción	Respuesta en 2013	Localización	Explicación de la omisión
<b>Materiales</b>				
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	√	Gestión ambiental	
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	√	Gestión ambiental	
<b>Energía</b>				
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	√	En Energía y Cambio Climático	
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias	√	En Energía y Cambio Climático	
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	√	En Energía y Cambio Climático	
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.	√	En Energía y Cambio Climático	
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	√	En Energía y Cambio Climático	
<b>Agua</b>				
EN8	Captación total de agua por fuentes.	√	Gestión ambiental	
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No	No aplica	Este indicador no es aplicable para el conjunto de actividades de la Compañía
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	√	Gestión ambiental	
<b>Biodiversidad</b>				
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.	√	Gestión ambiental	
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	√	Gestión ambiental	
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	√	No aplica	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.	√	En Medio ambiente	



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 aplica	Este indicador no es aplicable para el conjunto de actividades de la Compañía.
<b>Emissiones, vertidos y residuos</b>				
EN16	Emissiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	✓	En Energía y Cambio Climático	
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	✓	En Energía y Cambio Climático	
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	✓	En Energía y Cambio Climático	
EN19	Emissiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	✓	En Energía y Cambio Climático	
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	No	No aplica	Este indicador no es aplicable para el conjunto de actividades de la Compañía.
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	No	No aplica	Este indicador no es aplicable para el conjunto de actividades de la Compañía.
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	✓	Gestión ambiental	
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	No	No aplica	Este indicador no es aplicable para el conjunto de actividades de la Compañía.
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.	No	No aplica	Este indicador no es aplicable para el conjunto de actividades de la Compañía.
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 aplica	Este indicador no es aplicable para el conjunto de actividades de la Compañía.
<b>Productos y servicios</b>				
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	✓	Servicios Green Tic	
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	✓	Gestión ambiental	
<b>Cumplimiento normativo</b>				
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	✓	Gestión ambiental	



<b>Transporte</b>				
Perfil	Descripción	Respuesta en 2013	Localización	Explicación de la omisión
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.	✓	Gestión ambiental	
<b>General</b>				
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	✓	Gestión ambiental	
<b>3. Social: Prácticas laborales y trabajo digno</b>				
Perfil	Descripción	Respuesta en 2013	Localización	Explicación de la omisión
<b>Empleo</b>				
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo.	✓	Composición de la plantilla	
LA2	Número total de empleados y tasa de nuevas contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	✓	Composición de la plantilla	
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.	✓	Clima laboral, conciliación y compromiso	
LA15	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	No		Los procedimientos de baja por maternidad siempre incluyen la reincorporación automática, siendo la posterior desvinculación de la empresa algo voluntario por parte del empleado, sin necesidad de comunicar la causa a la Compañía.
<b>Relaciones empresa/trabajo</b>				
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	✓	Libertad de asociación y diálogo social	
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	✓	Libertad de asociación y diálogo social	
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>				
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.	✓	En Seguridad y salud de nuestros trabajadores	
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	✓	En Seguridad y salud de nuestros trabajadores	
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento,	✓	En Seguridad y salud de nuestros trabajadores	
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	✓	En Seguridad y salud de nuestros trabajadores	



<b>Formación y educación</b>				
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y por categoría de empleado.	✓		Formación y gestión del talento
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.	✓		Formación y gestión del talento
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por sexo.	✓		Retribución y reconocimiento
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>				
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.	✓		Prácticas Laborales
<b>Igualdad de retribución entre hombres y mujeres</b>				
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	NO		Diversidad
<b>4. Social: Derechos humanos</b>				
Perfil	Descripción	Respuesta en 2013	Localización	Explicación de la omisión
<b>Desempeño económico</b>				
HR1	Porcentaje y número total de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas que incorporen preocupaciones en materia de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	✓		Sostenibilidad 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.	✓		Sostenibilidad 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.	✓		Ética y cumplimiento
<b>No discriminación</b>				
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	✓		Ética y cumplimiento
<b>Libertad de asociación y convenios colectivos</b>				
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.	✓		Derechos humanos
<b>Explotación infantil</b>				
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, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.	✓		Derechos humanos
<b>Trabajos forzados</b>				
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.	✓		Derechos humanos





<b>Prácticas de seguridad</b>				
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.	No		Ofrecemos el porcentaje de formación en nuestros principios de actuación sobre el total de plantilla
<b>Derechos de los indígenas</b>				
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	√	En Sostenibilidad en la cadena de suministro	
<b>Evaluación</b>				
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	√	En Sostenibilidad en la cadena de suministro	
<b>Medidas correctivas</b>				
HR11	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.	√	En Ética y cumplimiento	
<b>5. Social: Sociedad</b>				
Perfil	Descripción	Respuesta en 2013	Localización	Explicación de la omisión
<b>Comunidades locales</b>				
S01	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	√	Acción social y Voluntariado	
S09	Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	√	Gestión Ambiental	
S010	Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.	√	Gestión Ambiental	
<b>Corrupción</b>				
S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	√	Ética y cumplimiento	
S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	√	Ética y cumplimiento	
S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	√	Ética y cumplimiento	
<b>Política pública</b>				
S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de lobbying.	√	En Materialidad e interacción con los grupos de interés	
S06	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	√	Ética y cumplimiento	
<b>Comportamiento de competencia desleal</b>				
S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	√	Ética y cumplimiento	
<b>Prácticas de seguridad</b>				
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	√	Informe Financiero	



## 6. Social: Responsabilidad sobre productos

Perfil	Descripción	Respuesta en 2013	Localización	Explicación de la omisión
<b>Salud y seguridad del cliente</b>				
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.	✓	Campo Electromagnéticos	
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.	✓	Ética y cumplimiento	
<b>Etiquetado de productos y servicios</b>				
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.	✓	Gestión Responsable	
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.	No		
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	✓	Gestión Responsable	
<b>Comunicaciones de marketing</b>				
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.	✓	Gestión Responsable	
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.	No		
<b>Privacidad del cliente</b>				
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	✓	En Privacidad: Una internet abierta y segura para todos	
<b>Cumplimiento normativo</b>				
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.	✓	Informe Financiero	



ANEXO

# Cumplimiento 'Global Compact'

## Derechos humanos

Principio 1	Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia	Derechos Humanos Ética y cumplimiento
Principio 2	Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos	Derechos Humanos

## Normas laborales

Principio 3	Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva	Libertad de asociación y diálogo social
Principio 4	Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción	Clima laboral, conciliación y compromiso Retribución y reconocimiento Seguridad y salud de nuestros trabajadores
Principio 5	Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil	Respeto de los derechos de la infancia Derechos Humanos
Principio 6	Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación	Prácticas Laborales

## Medio ambiente

Principio 7	Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca al medio ambiente	Gestión ambiental
Principio 8	Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental	Green TIC y medio ambiente, Gestión ambiental, Energía y Cambio Climático
Principio 9	Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente	Gestión Ambiental

## Anticorrupción

Principio 10	Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno	Ética y cumplimiento
--------------	--	----------------------

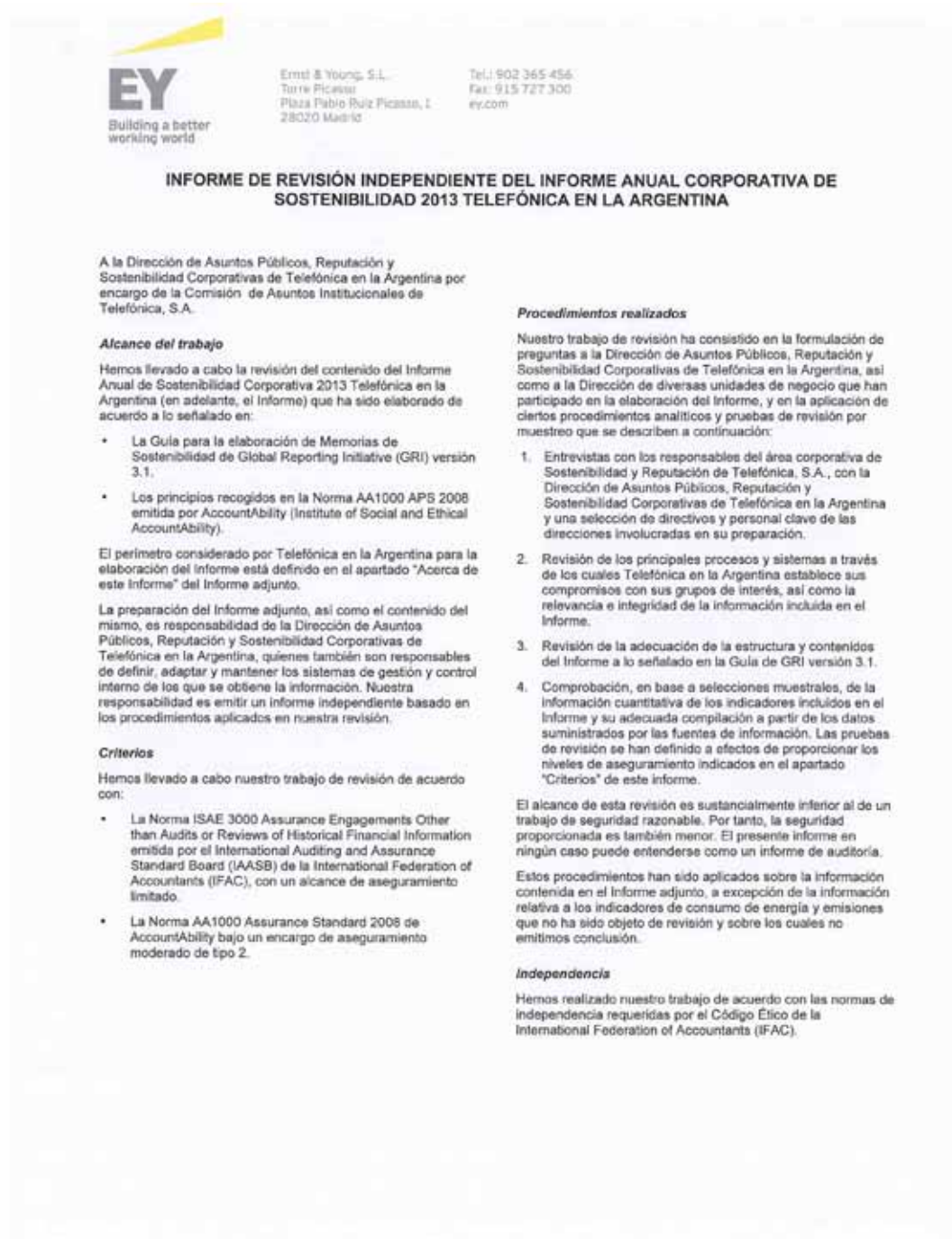






ANEXO

# Revisión y validación externa



Deloitte Social PL, Paseo Pío Picasso, 1, 28020 Madrid - inscrita en el Registro Mercantil de Madrid al Tomo L2749, Libro 3, Folio 213, Sección 8ª, Hoja M-21123, inscripción 116. C.I.F. B-19897003. A member firm of Ernst & Young Global Limited.



### Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión del Informe Anual de Sostenibilidad Corporativa 2013 Telefónica en la Argentina, y con el alcance indicado en el apartado de "Procedimientos realizados", 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 apartado "La interacción con los grupos de interés" del Informe adjunto.
  - ✓ **Relevancia:** Se ha realizado un análisis de aspectos relevantes y una encuesta para seleccionar los aspectos más significativos a incluir en el Informe, tal como se describe en su apartado "Materialidad".
  - ✓ **Capacidad de Respuesta:** Se dispone de mecanismos para diseñar, desarrollar, evaluar y comunicar las respuestas a las principales expectativas de los grupos de interés, tal como se describe en el apartado "La interacción con los grupos de interés" del Informe adjunto.

### Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado a la Dirección de Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas de Telefónica en la Argentina. 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 2013 se han venido potenciado los diferentes canales de diálogo con los grupos de interés. Nuestra recomendación es mejorar la utilización de la información recogida en dichos canales para la determinación de los objetivos en materia de sostenibilidad.

#### b) Relevancia:

En el año 2013 Telefónica ha desarrollado una metodología a nivel corporativo para la identificación de aspectos materiales siguiendo los principios establecidos por la versión G4 de GRI. Nuestra recomendación es seguir trabajando en adaptar la identificación de los riesgos más significativos para Telefónica en la Argentina.

#### c) Capacidad de Respuesta:

En el Informe se da respuesta a los aspectos materiales identificados, a fin de dar respuesta a las expectativas de los grupos de interés. Nuestra recomendación es definir objetivos en materia de desarrollo sostenible, para cada uno de los aspectos identificados y alinearlos directamente con las expectativas de los grupos de interés.

Asimismo, exponemos a continuación una serie de recomendaciones sobre las actuaciones relacionadas con las diferentes dimensiones incluidas en el Informe:

##### 1) Dimensión económica:

Durante el año 2013 se ha desarrollado la información relativa a tribuciones e impuestos, lo que refleja el compromiso de Telefónica en la Argentina con la transparencia. Nuestra recomendación es mejorar la información relativa a quejas y reclamaciones.

##### 2) Dimensión ambiental:

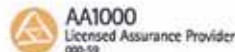
Durante el año 2013 se ha seguido trabajando en la gestión eficiente de los recursos, que permitan reducir el impacto ambiental en Telefónica en la Argentina. Nuestra recomendación es continuar con el desarrollo de los "Servicios Green" y la medición de su impacto en la sociedad, así como, continuar aumentando esfuerzos en el reporte de indicadores ambientales, especialmente en materia de gestión de residuos.

##### 3) Dimensión social:

Durante el año 2013 Telefónica en la Argentina ha continuado trabajando en su compromiso con la sociedad, impulsando los proyectos para fomentar una cultura adecuada, una mejor calidad de vida, así como el desarrollo del talento de los empleados. Nuestra recomendación es establecer métodos para medir el impacto de estos proyectos en la Sociedad.

Este Informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la Dirección de Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas de Telefónica en la Argentina, de acuerdo con los términos de nuestra carta de encargo.

ERNST & YOUNG, S.L.



  
Ana M<sup>a</sup> Prieto González  
Socia  
Madrid 22 de septiembre de 2014

Telefonica





Informe de Sostenibilidad Corporativa 2013  
Telefónica en la Argentina  
[www.telefonica.com.ar/rc13](http://www.telefonica.com.ar/rc13)  
[www.rcysostenibilidad.telefonica.com](http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com)

*Telefónica*

---

