



2010

INFORME ANUAL
de Responsabilidad
Corporativa y Sostenibilidad
Telefónica en Chile

Telefónica

2010

INFORME ANUAL
de Responsabilidad
Corporativa y Sostenibilidad
Telefónica en Chile

Telefónica

Acerca de este informe

3.1 - 3.4 - 3.5 - 3.6 - 3.7 - 3.8 - 3.9 - 3.13

Telefónica en Chile ha desarrollado por séptimo año consecutivo su Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad, con el objeto de reportar sobre su desempeño e impacto económico, social y ambiental.

Liderazgo para transformar el presente.

Período: se cubre el desempeño comprendido entre el 1 de enero y 31 de diciembre de 2010 y, en los casos en que amerita, se presentan datos de años anteriores con el objetivo de mostrar los avances de su gestión. Adicionalmente, el informe incluye una mirada de futuro respecto de los desafíos de la Compañía en las distintas materias de sostenibilidad.

Lineamientos: el informe fue desarrollado según los lineamientos de la Iniciativa Global de Reportes (GRI, en su sigla en inglés), en su versión G3, incluidos los indicadores del Suplemento para el Sector de Telecomunicaciones. Adicionalmente, ha sido contrastado con los Principios del Pacto Global de Naciones Unidas.

Desarrollo: al igual que en años anteriores, en la confección de este informe participaron representantes de las distintas áreas de la Compañía. Se realizó una ronda de entrevistas con los directores de las diferentes áreas de la empresa y dos talleres con empleados. Este equipo fue liderado por la dirección de Asuntos Corporativos.

Revisión: como es habitual, la Compañía sigue para la revisión de su informe los estándares GRI G3 y AA1000AS (AccountAbility) según los principios de materialidad, relevancia y exhaustividad. Este proceso fue realizado por Ernst & Young.

Alcance: el presente documento incluye el desempeño de Telefónica Chile, Telefónica Móviles Chile y la Fundación Telefónica en Chile. No se incorpora información individual de Atento y Terra, parte de Telefónica en el país. Cuando amerita, se presenta información de la Compañía a nivel global en toda su operación en Chile.

Distinciones utilizadas para denominar a las empresas:

- Telefónica: se refiere a la Compañía en su alcance a nivel mundial (Telefónica S.A.).
- Telefónica en Chile: se refiere a la operación en Chile de Telefónica.

Cabe recordar que en 2009 la compañía integró bajo una sola marca, Movistar, los servicios operados por Telefónica Chile y Telefónica Móviles Chile, con el propósito de ofrecer una plataforma única para productos comerciales en Chile.

Temas de mayor relevancia a reportar

¿CÓMO SE DEFINIERON?

Se realizó un análisis de materialidad, incluyendo el *feedback* obtenido de las siguientes acciones:

- **Ronda de diálogos con grupos de interés:** se llevaron a cabo nueve rondas con sindicatos, empleados, expertos en el área de educación y responsabilidad social, proveedores de servicios, clientes, organismos públicos y twittereros.
- **Talleres con trabajadores:** se efectuaron dos talleres.
- **Consulta a los directores:** de las distintas áreas de la compañía, quienes identificaron los aspectos de mayor relevancia desde la perspectiva de Telefónica en Chile en su área de competencia.
- **Temas relevantes del sector:** se consideraron los temas pertinentes para el sector emanados del Pacto Global de Naciones Unidas, OECD, Sustainable Asset Management (SAM), y otras organizaciones internacionales; así como los temas relevados por la prensa nacional durante 2010.
- **Feedback de Fundación Acción RSE:** se consideraron los comentarios y sugerencias realizados por el jurado del Premio al Mejor Reporte de Sustentabilidad 2010 de Acción RSE.
- **Análisis de materialidad llevado a cabo por Telefónica a nivel global:** considera el impacto del tema en la estrategia de la Compañía y la prioridad que le asignan los grupos de interés.



Detalle de este proceso en pág. 30.

¿CUÁLES SON?

- **Clientes:**
 - Capacidad de respuesta frente a desastres naturales.
 - Calidad del servicio: satisfacción del cliente.
- **Empleados:**
 - Satisfacción del empleado, beneficios y trabajo flexible.
- **Proveedores:**
 - Cadena de suministro: satisfacción de proveedores, compromisos de pago a proveedores y formación.
- **Inclusión digital y uso responsable de las TIC:**
 - Inclusión digital.
 - Accesibilidad.
 - Protección del menor.
 - Seguridad y riesgos *on-line*.
- **Medio ambiente:**
 - Eficiencia energética interna y cambio climático (uso de Energías Renovables no Convencionales, ERNC).
 - *Green Services*: productos y servicios – TIC para eficiencia energética.
- **Regulación y ética:**
 - Códigos de conducta (Principios de Actuación).
 - Transparencia, precios, tarifas y cumplimiento de normativa de regulación.
- **Innovación.**

Cómo navegar este informe

Para facilitar la lectura y navegabilidad del informe, se han incluido los siguientes elementos:

3.1 - 3.5



Indica que la información referida al indicador de la Iniciativa Global de Reportes (GRI), se encuentra en esa sección del informe. El número representa el indicador respectivo de dicha herramienta.



Indica que en el sitio web de la compañía en Chile o de la compañía a nivel global está disponible la información ampliada respecto de este tema. Se señala el vínculo específico.

Contacto 3.4

Información o sugerencias respecto de este informe, favor dirigirse a:
Paulina Dobud Larenas
Gerente de Responsabilidad Corporativa
E-mail: maria.dobud@telefonica.com

Nivel de aplicación del Reporte 2010 según estándar de Iniciativa Global de Reportes (GRI)

NIVEL DE APLICACIÓN DE MEMORIA	C	C+	B	B+	A	A+
	Información sobre el Perfil según la G3	Información sobre el Enfoque de Gestión según la G3	Indicadores de Desempeño según la G3 & Indicadores de Desempeño de los Suplementos Sectoriales	Información sobre los criterios enumerados en el Nivel C además de 1, 2, 3, 9, 2, 12, 5, 2, 13, 4, 16, 4, 17	Los mismos requisitos que para el nivel B	
CONTENIDOS BÁSICOS	Información sobre el Perfil según la G3	No es necesario	Información sobre el enfoque de gestión para cada categoría de indicador	Información sobre el enfoque de la dirección para cada categoría de indicador		
	Indicadores de Desempeño según la G3 & Indicadores de Desempeño de los Suplementos Sectoriales	Información sobre un mínimo de 10 indicadores de desempeño, y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Social y Ambiental	Información sobre un mínimo de 20 indicadores de desempeño y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Ambiental, Derechos Humanos, Prácticas Laborales, Sociedad, Responsabilidad sobre Productos	Información sobre cada indicador central G3 y sobre los indicadores de los Suplementos Sectoriales, de conformidad con el principio de materialidad ya sea al informando sobre el indicador o al explicar el motivo de su omisión		
VERIFICACIÓN EXTERNA DE LA MEMORIA			VERIFICACIÓN EXTERNA DE LA MEMORIA			VERIFICACIÓN EXTERNA DE LA MEMORIA





Índice

Pág.	
7	01 Introducción
14	02 Queremos conectar a los chilenos con sus afectos e intereses
17	03 Estrategia de Responsabilidad Corporativa
33	04 Nuestro negocio: hacia una operación sostenible
61	05 Nuestro aporte a la sociedad: comunicación para una mejor calidad de vida
77	06 Información complementaria



01

INTRODUCCIÓN

Pág.

- | | |
|-----------|---|
| 8 | 1 Mensaje del Presidente de Telefónica S.A. |
| 9 | 2 Carta del Presidente de Telefónica Latinoamérica
y del Presidente Ejecutivo de Telefónica en Chile |
| 10 | 3 Perspectiva de la Compañía |

Mensaje del Presidente de Telefónica S.A.

1.1



Estimados amigos:

Es un placer para mí presentar el Informe de “Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad” de Telefónica, un documento que, ya en su propia denominación, introduce un cambio de notable calado, que tiene que ver con nuestra estrategia en esta materia y con nuestros logros en 2010: por primera vez en nueve años introducimos el concepto “Sostenibilidad” en la denominación del informe.

El ejercicio de 2010 ha supuesto para nosotros, sin género de dudas, la cota más alta de resultados en Responsabilidad Corporativa. Para empezar, hemos liderado por segundo año consecutivo, el Dow Jones Sustainability Index (DJSI) —el índice de inversión socialmente responsable más importante del mundo— en el denominado supersector de las Telecomunicaciones, incluyendo operaciones fijas y móviles. También, la prestigiosa revista Fortune,

nos ha reconocido como la “Compañía más Admirada” del sector de las telecomunicaciones, entre otros motivos, por liderar el *ranking* de Responsabilidad Corporativa en el sector. Además, Telefónica ha liderado el Carbon Disclosure Project (CDP) en nuestro sector; conviene recordar que CDP aglutina a más de 475 inversores que gestionan conjuntamente activos por valor de 36 billones de euros y que recopila información sobre los riesgos y oportunidades identificadas relativas al cambio climático, los planes de reducción de emisiones y la transparencia de las actuaciones corporativas para mitigar el cambio climático. Adicionalmente, la Compañía ha renovado un año más su presencia en el índice de inversión ética FTSE4Goods. Y, por último, a estos logros globales, hay que sumar los numerosos reconocimientos y premios recibidos por todas nuestras operadoras en los diferentes países donde estamos presentes.

Mantener estos logros en 2011 no va a ser sencillo. Superarlos, será tarea titánica. Por eso nos hemos propuesto un profundo proceso de reingeniería de procesos, que abarca desde un nuevo planteamiento estratégico, hasta un nuevo modelo de trabajo. Sólo quien se reinventa cada día puede mantener una posición de liderazgo. Para ello hemos incorporado a nuestro Programa **bravo!** —programa global de transformación de compañía para el periodo 2010-2012— la Sostenibilidad y la Responsabilidad Corporativa como una de las palancas clave del denominado eje cultural. Así, junto con nuestra marca, nuestros profesionales, la responsabilidad corporativa es una palanca necesaria para reforzar nuestra relación con la sociedad. Los avances en esta materia tienen seguimiento tanto en el Consejo de Administración, principal órgano de gobierno de Telefónica, como en el Comité Ejecutivo, principal órgano de dirección. Además, en el terreno de la gestión interna, hemos vinculado nuestra estrategia en esta materia a la definición que hace el DJSI: “La Sostenibilidad Corporativa es —dice en el índice— un enfoque de negocio que persigue crear

valor a largo plazo para los accionistas mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social”. Esta definición nos está permitiendo no sólo una aproximación conceptual de mayor calado al fenómeno de la Responsabilidad Corporativa, sino, sobre todo, una mayor vinculación con la estrategia de negocio, tanto en la gestión de riesgos inherentes a nuestra actividad, como a la gestión de oportunidades vinculadas al impacto de nuestros servicios en la sociedad y al denominado *stakeholder engagement*.

Telefónica produce 16 informes de Responsabilidad Corporativa localmente y uno corporativo, también revisados externamente. Por este motivo, en 2010 hemos apostado por unirnos a la plataforma Global Compact Lead, una iniciativa formada por cerca de 50 compañías multinacionales que busca impulsar la idea de la Sostenibilidad bajo el impulso de las Naciones Unidas.

Por último, estamos adaptando nuestro modelo interno de gestión con el fin de dar respuesta a estas líneas de trabajo. Trabajar en Sostenibilidad es trabajar de forma horizontal para (y junto) con todas las áreas y todos los niveles organizativos: corporación, región o país. Asegurando esa “horizontalidad” seremos capaces de alcanzar nuestros retos. Nuestro reto es grande. Y nuestra ilusión, máxima. Confiamos en poder conseguirlo y poder seguir contando con su confianza.

Atentamente,

César Alierta I.
Presidente de Telefónica S.A.

Carta del Presidente de Telefónica Latinoamérica y del Presidente Ejecutivo de Telefónica en Chile

1.1

A nombre de Telefónica en Chile les presento el séptimo Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad correspondiente a 2010, año que quedará en la memoria por el terremoto y tsunami, el rescate de los 33 mineros y la celebración del Bicentenario.

Superadas las emergencias llegan las reflexiones. El rol de la empresa en la sociedad ha evolucionado, al igual que Chile y el mundo. Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han acelerado y profundizado el avance de la humanidad como, quizás, sólo lo había hecho la masificación de la electricidad. En este contexto, pareciera que la innovación es la única cultura posible, sello que inspira este informe.

En 2010 tuvimos los primeros resultados de una silenciosa transformación en la que hemos trabajado desde hace algunos años. Entre ellos, Movistar Innova, primera incubadora de negocios desarrollada bajo el alero de una empresa; también, contamos con Telco Innova, modelo orientado a innovar y mejorar los procesos internos. En la misma línea, la consultora Meta4 nos premió como la compañía más innovadora en programas pensados para sus colaboradores.

Una segunda reflexión es por qué ser innovadores. Como Compañía estamos convencidos de que renovar procesos y buscar ideas es el camino necesario para que nuestros clientes puedan disfrutar de un servicio de excelencia y la última tecnología en productos, servicios y redes. Pero hay otra razón. En Telefónica queremos seguir siendo aliados estratégicos de Chile y tenemos la profunda convicción de que la innovación también tiene que estar orientada a asegurar el desarrollo sostenible de nuestra sociedad y, como consecuencia, de Telefónica.

Un viejo proverbio africano dice: "si caminas solo llegarás más rápido, si caminas acompañado llegarás más lejos". Queremos seguir avanzando con Chile. En este informe encontrarán que, gracias al resultado de diálogo con nuestros grupos de interés, contestamos sus preguntas y respondemos a los temas que fueron sus preocupaciones durante 2010. Incluso damos un paso más, como resultado de ese proceso, en 2011 incorporamos sus inquietudes a nuestra gestión.

El año pasado fue también de celebraciones. Nos sumamos con entusiasmo al bicentenario e internamente festejamos el cumplimiento de dos compromisos muy importantes para nosotros: 28 localidades conectadas gracias al programa Puentes de Comunicación y 7.890 niños y niñas beneficiadas con el Programa Proniño.

Como ya es habitual en nuestra política de reportar y gestionar, este Informe cuenta con contenidos que respaldan el compromiso que tenemos con el Pacto Global. También audítamos los datos de acuerdo a los estándares Global Reporting Initiative en su versión G3 y de la norma de diálogo social AA1000AS. Los resultados de nuestras operaciones en Chile contribuyeron a que, por segundo año consecutivo, Telefónica sea la compañía líder mundial del sector de las telecomunicaciones por criterios de sostenibilidad, al encabezar de nuevo el índice Dow Jones Sustainability Index (DJSI) 2010.

Queremos aprovechar esta carta para agradecer a los empleados, colaboradores y sindicatos de nuestra empresa. Los resultados que les presentamos sólo pueden ser posibles gracias al profesionalismo y compromiso con que a diario trabajan para conectar a los chilenos con sus afectos e intereses.

Muchas gracias,

Claudio Muñoz Zúñiga
Presidente Ejecutivo
Telefónica en Chile



Claudio Muñoz Z.

José María Álvarez-Pallete
Presidente
Telefónica Latinoamérica



José María Álvarez-Pallete

Perspectiva de la Compañía

1.2 - 2.1 - 2.2 - 2.3 - 2.4 - 2.5 - 2.6 - 2.7 - 2.8 - 2.10 - 4.8 - PA04

Buscamos conectarnos con la sociedad; queremos escuchar y entender cuál es nuestro rol para aportar al desarrollo de los países en que operamos.

Nuestra misión
“Abrimos camino
para seguir
transformando
posibilidades en
realidad, con el fin
de crear valor para
empleados, clientes,
accionistas, socios a
nivel global y a toda
la sociedad”.

¿Cómo vivimos esta
misión en Chile?

“Queremos conectar a los chilenos con sus afectos e intereses, adaptando nuestro trabajo para dar servicios que contribuyan a una vida mejor”.

Telefónica en Chile está en proceso de evolución desde concebirse como una compañía de conectividad, a una de servicios convergentes e innovadores; evolución que apunta a mantener su compromiso con el país y los clientes.

En Telefónica en Chile asumimos el desafío de adaptarnos al nuevo escenario en el que los consumidores utilizan cada día más las comunicaciones, se crean redes sociales, se realizan compras *on-line*, se generan nuevos contenidos y donde, en su conjunto, se prevé un gran crecimiento.

Los cambios en la industria de las telecomunicaciones son inmensos; su tasa de innovación es sólo comparable con el sector farmacéutico y, por tanto, la amplitud de nuestros desafíos es constante.

Es un mundo donde la convergencia y la interactividad son parte del día a día, aspiramos a convertirnos en la mejor Compañía global del mundo digital.



MOVISTAR: convergencia, todos los servicios al alcance de nuestros clientes



TELEFONÍA FIJA
58% del mercado
1,9 millones de líneas



TELEFONÍA MÓVIL
41% del mercado
8,1 millones de líneas



BANDA ANCHA FIJA
45% del mercado
808,9 mil accesos ADSL



BANDA ANCHA MÓVIL
41% del mercado
423,6 mil accesos



TV DIGITAL
18% del mercado
341,2 mil clientes

US\$ 2.500 millones invertirá Telefónica en Chile en los próximos cuatro años, para dotar al país de una de las más modernas redes de telecomunicaciones del mundo.

Nuestra empresa

EMPLEO:

- **10.301** empleados directos.¹

CIFRAS:

- **US\$ 2.908 millones** en ingresos.¹
- **US\$ 332 millones** invertidos en innovación tecnológica en 2010.¹

Nuestro Impacto

MOTOR DE PROGRESO:

- **1,4%** de contribución al PIB² de Chile.¹
- **76,2%** de compras adjudicadas a proveedores nacionales por **US\$ 1.109 millones**.¹
- **1.443 proveedores** adjudicatarios en su cadena de valor.¹

CONECTIVIDAD: A TODOS LOS CHILENOS, EN CADA PUNTO DEL PAÍS

- Presente en el **100% de las comunas** del país.
- **11,9 millones de accesos** a través de servicios móviles y fijos, banda ancha y televisión digital.
- **69% de los hogares en Chile** disponen de telefonía fija de Telefónica en Chile y **46%** de móvil.*
- **78%** de chilenos provenientes de sectores de menores recursos³ acceden a servicios de comunicaciones a través de Telefónica en Chile.*
- **69% de cobertura en zonas rurales** en telefonía fija y **66%** en móvil.*



Más información sobre la compañía, su negocio y el mercado en:

- Telefónica Chile S.A.: Memoria Anual 2010, disponible en www.telefonicachile.cl/inversionistas/memoria-anual/
- Telefónica Móviles S.A.: Memoria Anual 2010, disponible en www.telefonicachile.cl/telefonica-moviles/pdf/Memoria_Anual2010.pdf

¹ Considera todas las empresas de Telefónica S.A. en Chile.

² Producto Interno Bruto en 2010.

³ 78% en el sector socioeconómico D y 71% del E.

* Extraído de Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones - Subtel, Diciembre 2009. La encuesta 2010 no está disponible aún en Subtel al cierre de esta edición.

Premios y distinciones obtenidos en 2010

Los Mejores Lugares para Trabajar en Chile: la consultora Great Place to Work y revista Capital reconocieron a la Compañía en el lugar N° 9 entre las Mejores Empresas para Trabajar en Chile.

La Mejor Empresa para Padres y Madres que Trabajan: Telefónica en Chile recibió el primer lugar en el *ranking* de “Las Mejores Empresas para Madres y Padres que Trabajan”, realizado por Revista Ya de El Mercurio, en conjunto con Fundación Chile Unido.

Premiación a la Innovación en Recursos Humanos 2010: la consultora internacional en Recursos Humanos Meta4 premió a Telefónica en Chile como la Compañía más innovadora en programas pensados para sus colaboradores.

10 años de Acción RSE: Telefónica en Chile fue reconocida como una de las empresas fundadoras de esta organización dedicada a promover el desarrollo sustentable y la Responsabilidad Social Empresarial.

Ranking de la Innovación: sexto lugar en el *ranking* de Empresas Innovadoras realizado por primera vez por la Universidad del Desarrollo, el Centro ESE de la Universidad de Los Andes y el diario La Tercera.



01

INTRODUCCIÓN

Perspectiva
de la Compañía

Telefónica ha protagonizado una historia internacional de crecimiento, con una expansión en cuatro continentes.

Hoy tenemos cerca de 12 millones de accesos en Chile, más que cualquier otra empresa en el país.

La Compañía en Chile opera Telefónica Chile (banda ancha fija, TV digital y telefonía fija) y Telefónica Móviles Chile (telefonía móvil y banda ancha móvil), además de Terra, la empresa de servicios de internet más grande de Latinoamérica; y Atento, líder en el país en el servicio especializado de *Contact Center* o plataformas multicanal para la atención de las relaciones entre las empresas y sus clientes.

En 2009, la empresa consolidó bajo una sola marca, Movistar, sus servicios de banda ancha fija y móvil, TV digital, telefonía fija y móvil, cuya implantación terminó de ejecutarse exitosamente durante 2010.

Telefonica

1ª Operadora
Multinacional
integrada en
telecomunicaciones
por número de
clientes

287,6 millones
de accesos

Nº 1 o Nº 2
en la mayoría de
los mercados

Presencia en
25 países

285.106
empleados

Estados Unidos
México
Guatemala
El Salvador
Nicaragua
Colombia
Ecuador
Perú
Chile

Panamá
Puerto Rico
Venezuela
Brasil
Uruguay
Argentina
Marruecos
Portugal

España
Irlanda
Reino Unido
Alemania
Rep. Checa
Eslovaquia
Italia
China



02

QUEREMOS CONECTAR A
LOS CHILENOS CON SUS
AFECTOS E INTERESES

La innovación es nuestra cultura para mantener el compromiso con Chile



Llegar a la oficina
Cantidad de clientes promedio registrados activos *Cloud Computing*
67.574



Pagar cuentas
Clientes de transacciones en la banca *online*
2.145 millones

Llamar a la casa para saber si llegaron los niños
Cantidad de teléfonos fijos Movistar
1.944.739

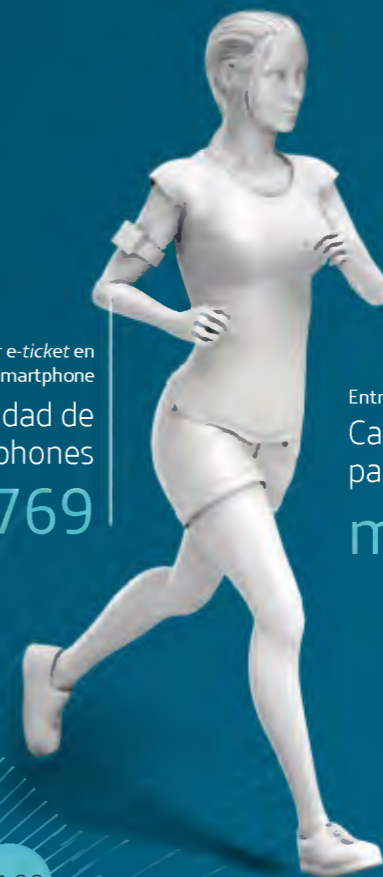


Despertar y prender el televisor
Clientes en TV Digital
341.202



Revisar sus redes sociales
Cantidad en Chile de cuentas de Facebook y Twitter
8 millones

Recibir e-ticket en Smartphone
Cantidad de Smartphones
264.769



Entrenamiento deportivo
Cantidad de aplicaciones para *running* en Smartphones
más de 15

Llegar junto a su familia a Movistar Arena
Cantidad de funciones durante 2010
103

Llegar a casa a descansar y poner música
Cantidad de accesos *HomeStation*
669

Estudiar postgrado por e-learning
Participación de mercado Banda Ancha Hogar y Móvil
44% y 41%



Con nuestros productos y servicios te acompañamos todo el día





A photograph of children playing with colorful puzzle pieces on a white surface. The puzzle pieces are in various colors including red, yellow, blue, green, and purple. The children's hands are visible, reaching for the pieces. The background is a plain white wall.

03

ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Pág.

18	1 Nuestra mirada de futuro
20	2 Hitos 2010, retos y desafíos para años futuros
23	3 Estrategia de Responsabilidad Corporativa y Principios de Actuación
26	4 Gestión de riesgos y oportunidades
27	5 Grupos de interés: transparencia y diálogo

Nuestra mirada de futuro

1.2 - 4.17

Claudio Muñoz, Presidente Ejecutivo de Telefónica en Chile, conversa con grupos de interés.

Invitamos a los representantes de los principales grupos de interés de la compañía a un desayuno con el Presidente Ejecutivo de Telefónica en Chile para sostener una conversación abierta y transparente en la que ellos manifestaran sus principales preguntas e inquietudes.

Asistieron la Organización de Consumidores y Usuarios (ODECU), en representación de los clientes; un medio de comunicación en representación de la prensa; el presidente de uno de los sindicatos de trabajadores de la compañía, representando a los trabajadores; un investigador en representación del medio ambiente; y el gerente general de uno de los *call centers* en representación de los proveedores. Las autoridades de Gobierno también fueron invitadas, pero lamentablemente, no pudieron asistir.

Las inquietudes de los grupos de interés y la respuesta del Presidente Ejecutivo de Telefónica en Chile:

Sandra Burgos A., Editora General, Diario Financiero.
¿Cuáles han sido los cambios que ha hecho la compañía para transformar la percepción pública y la percepción interna, desde una empresa conflictiva hacia una empresa innovadora y moderna?

Claudio Muñoz: El modelo tradicional de ser empresa está obsoleto, y así lo entendemos en Telefónica. Ahora las compañías debemos ser un actor relevante y aportante para lograr ser una mejor sociedad. En Telefónica, queremos ser parte de la solución a los problemas de esta sociedad, por ejemplo, en los temas de educación, tecnología, delincuencia, salud, entre otros, queremos ver dónde podemos aportar y actuar, ya sea mediante el debate o bien a través de nuestros servicios. Estamos cambiando y cada día nos reinventamos para ser una empresa más cercana con nuestros clientes y la sociedad.

Gabriel Barrionuevo, Gerente General, ACS - Multivoice (*Call Center*).
Nos gustaría hacer RSE y diferenciarnos a través de nuestro actuar, por ejemplo, dando trabajo en lugares alejados, prestando servicios a los pueblos originarios, facilitando el teletrabajo. El año recién pasado se generaron conflictos por la atención de Call Center desde otros países; ¿por qué no avanzar hacia un servicio de chilenos para los chilenos?

Claudio Muñoz: Necesitamos una industria de *Call Centers* eficiente y competitiva; no debe importar quién y dónde se presta el servicio, sino que la atención resuelva el problema de fondo que el cliente tiene. Como país debemos avanzar más en el tema de las migraciones, dado que la disponibilidad de trabajadores está disminuyendo, y más aún, no tenemos la capacidad para responder sólo con chilenos a la cantidad de personas que el país requerirá a futuro.

Luis Carrasco C., Presidente Sindicato Sintelfi (Telefónica en Chile).
Reconociendo los avances que ha habido en la forma de relacionarse entre la empresa y los trabajadores, ahora que las alzas en los sueldos son por meritocracia y no por antigüedad, ¿por qué aún existe inequidad para algunos trabajadores?

Claudio Muñoz: No queremos ser una empresa con inequidad. Aquí la pregunta de fondo es, ¿por qué dos personas que hacen lo mismo ganan un sueldo diferente?; por ello buscaremos los medios para conocer bien el tamaño de dicha inequidad, y luego entender por qué se produce esta diferencia. Considero en lo personal que la meritocracia debiera ser una solución a la inequidad. Mi sueño es ser una empresa que tiene un modelo para ir resolviendo los problemas, y que aspira a que los empleados tengan también un salario emocional; vamos a tener un desafío creciente por retener a nuestros talentos y que éstos tengan la camiseta bien puesta por la compañía.

Stefan Larenas R., Director General, Organización de Consumidores y Usuarios (ODECU).
¿Cómo ven ustedes los acuerdos arbitrales en casos vinculantes para la empresa?, ¿podemos tener una mesa de trabajo para resolver los conflictos?

Claudio Muñoz: Sí, confío en los mecanismos de acuerdo y conciliación. Como sociedad estamos más conectados, nuestra sociedad ha madurado y como consumidores hemos cambiado. Dado que siempre existirán diferencias, sobre todo en esta industria tan cambiante, debiéramos trabajar para minimizar y resolver los conflictos de manera adecuada y ojalá anticipada.

El Presidente Ejecutivo de Telefónica en Chile pregunta a los grupos de interés:

¿Qué tenemos que cambiar?

¿Qué tenemos que hacer distinto como compañía para mejorar?

Alex Godoy F.,
Investigador
Centro de Investigación para la Sustentabilidad, Universidad Andrés Bello.

¿Cuáles son los desafíos de Telefónica en Chile para evitar la generación de conflictos y anticiparse a una instancia de negociación?

Claudio Muñoz: En una industria como las telecomunicaciones, claramente las nuevas tecnologías no generan diferenciación ni ventaja competitiva; la diferencia está en las personas. Es por ello que reorientamos nuestra estrategia de negocios hacia tres objetivos: equipo ganador, cliente satisfecho y resultado sorprendente, que es la consecuencia de los dos últimos. Debemos trabajar con los mejores talentos y avanzar en capacitación y en el desarrollo de innovación y creatividad. La pregunta es cómo extrapolamos esto al país, y hacemos los modelos más competitivos para salir de la producción de *commodities*.

Sandra Burgos A.,
Editora General,
Diario Financiero.

Entrar en mayor conexión con la gente y entender cómo puedo aportar más al desarrollo del país. Por qué no hacer un Plan de Conectividad País, y mostrar ahí temas que hoy sí se hacen. Es necesario tener un plan de comunicación donde se conozcan realmente los avances y mostrar los aportes en conectividad que hace la empresa al país.

Gabriel Barrionuevo,
Gerente General, ACS - Multivoice (Call Center).

Nosotros somos el contacto directo con los clientes de Telefónica; ser *partners* de negocio pasa por escucharnos más, por estar más cerca. El *partnership* es también escuchar la estrategia de Telefónica y poder opinar respecto del modelo de negocios.

Luis Carrasco C.,
Presidente Sindicato Sintelfi (Telefónica en Chile).

Nosotros somos buzones de información y no siempre recibimos invitaciones a proponer ideas y opiniones. Faltan espacios de trabajo para mejorar y alinearnos con la empresa.

Stefan Larenas R.,
Director General, Organización de Consumidores y Usuarios (ODECU).

La Compañía debe comunicar mejor su Estrategia de Responsabilidad Corporativa y la nueva mirada para que la sociedad vaya sintiendo cuál es la visión de cambio de Telefónica en Chile. Igual hay temas pendientes como las torres de móviles, soterramiento de cables, entre otros.

Alex Godoy F.,
Investigador Centro de Investigación para la Sustentabilidad, Universidad Andrés Bello.

Crear impactos mayores pasa por estar aliados y en redes con centros de investigación, universidades y organismos públicos.



Hitos 2010, retos y desafíos para años futuros



Rafael Zamora S.
Director de Estrategia y Regulación

Telefónica tiene como plan estratégico el programa bravo! ¿Se mantiene con respecto a lo definido en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2009?



Sí, **bravo!** es un programa trianual de Telefónica (2010-2012) con el que estamos guiando las operaciones de la Compañía en todos los lugares en que operamos. Este programa se basa en cuatro ejes: Clientes, Oferta, Plataformas y Cultura; y cada uno de ellos tiene objetivos muy claros. Lo que estamos haciendo es un seguimiento permanente de los proyectos y logros comprometidos. En 2010 tuvimos avances significativos, por lo que reforzamos los mensajes para continuar con toda fuerza en los dos años que quedan.

¿Cuáles fueron las principales modificaciones en cuanto a Gobierno Corporativo durante 2011?


Desde 2009 somos una compañía integrada (operaciones fija y móvil), visión que también tiene nuestro directorio.

Desde el 1 de enero de 2011, Claudio Muñoz es nuestro Presidente Ejecutivo, cargo que reúne las labores de Presidente y de Gerente General. La dirección de la gestión la lleva adelante un equipo funcional que opera integradamente desde fines de 2009.


CLIENTES: lograr relaciones emocionales para ser los primeros en experiencia al cliente.

Retos	Desafíos para el 2011	Hitos 2010	Desafíos pendientes
<p>Desarrollar una cultura sorprendente para lograr crecer en ingresos y flujo de caja de forma sostenible.</p> 	<ul style="list-style-type: none">• Ser líder en Satisfacción de Cliente.• Reducir la pérdida de clientes.• Asegurar la eficiencia en el uso de los recursos.	<ul style="list-style-type: none">• Diseño de Proyecto de portabilidad numérica. (ver sección Regulación, ética e integridad, pág. 57).• Atención especializada por sectores productivos en segmento empresas.• Diseño de Proyecto experiencia clientes.	<ul style="list-style-type: none">• Alcanzar la meta de instalar el 90% en cuatro días, ya que se retrasaron los desarrollos tecnológicos para lograr el despacho en línea.• Asegurar la eficiencia en el uso de los recursos.• Subir nuestro Índice de Satisfacción a Clientes.
<p>Resultados sorprendentes para lograr crecer en ingresos y flujo de caja de forma sostenible.</p> 	<p>OFERTA: adelantarnos siempre con la mejor oferta, liderar en crecimiento de ingresos, ser referentes de innovación, consolidar la mejor red comercial.</p> <p>PLATAFORMA: transformar nuestra red, ser más eficientes, ser simples en todo lo que hacemos.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Proyecto Alta Velocidad 2.0. (ver sección Innovación, pág. 36).• Proyecto Desarrollo de Nuevos Negocios. (ver sección Innovación, pág. 36).• Convergencia de canales y sustentabilidad.• Líderes en Innovación, Movistar Innova y Telco Innova. (ver sección Innovación, pág. 36).• Segunda Portadora 3G.• Proyecto Desarrollo de Canal Online autoatención. (ver sección Grupos de interés: transparencia y diálogo, pág. 36).	


EMPLEADOS: un equipo motivado y comprometido que atienda a nuestra sociedad.

Retos	Desafíos para el 2011	Hitos 2010	Desafíos pendientes
<p>Formar un equipo ganador que trabaje en confianza, bajo un liderazgo inspirador, para convertirnos en el mejor lugar para trabajar en Chile.</p> 	<p>Convertir a nuestros colaboradores en fans.</p>	<p>Proyecto Cultura:</p> <ul style="list-style-type: none">• Programa de reconocimiento.• Desarrollo profesional.• Programa de calidad de vida y clima laboral.	<ul style="list-style-type: none">• Mayor participación en la gestión de clima.• Potenciar la Agenda de Liderazgo.

PROVEEDORES: aliados estratégicos basados en la confianza recíproca.

Retos	Desafíos para el 2011	Hitos 2010	Desafíos pendientes
<p>Desarrollar una cultura orientada al cliente.</p> 	<ul style="list-style-type: none">• Ser líder en Satisfacción de Cliente.	<ul style="list-style-type: none">• Diseño de proyecto de transformación de alta de Clientes 2011, busca optimizar tasas de instalación y rediseñar modelos de incentivos con alineación a la calidad.	
<p>Mejorar la relación con proveedores de servicio.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Implementar un canal interno de comunicación.• Construcción de una cultura de relacionamiento.• Reducir los tiempos de pago.	<ul style="list-style-type: none">• Proyecto estratégico de Telefónica en Chile que busca mejorar la relación y el resguardo del negocio a proveedores.• Mejora en los procesos de pago a proveedores.	<ul style="list-style-type: none">• Retroalimentar a los grandes proveedores respecto de la calidad del servicio contratado.
<p>Asegurar el respeto por los derechos humanos en proveedores de servicio.</p>			<ul style="list-style-type: none">• No se hizo la encuesta para medir el impacto de la inclusión de los lineamientos de RC.• No se incluyeron proveedores a la medición de Great Place to Work.

SOCIEDAD: contribuir al desarrollo de la sociedad.

Retos	Desafíos para el 2011	Hitos 2010	Desafíos pendientes
<p>Liderazgo inspirador.</p> 	<ul style="list-style-type: none">• Desarrollo de un modelo de medición de reputación.	<ul style="list-style-type: none">• Estar presente en las iniciativas para el apoyo y crecimiento del país.	
<p>Mejorar la calidad de vida a través de las TIC.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Cuatro aulas hospitalarias.	<ul style="list-style-type: none">• 22 Aulas Fundación Telefónica en escuelas Proniño.• Inauguración primera Aula Hospitalaria.• Lanzamiento piloto salas de Telemedicina.• Reposición del 98% de la red 15 días después del terremoto 27-F.	
<p>Mejorar el acceso e inclusión digital.</p>	<ul style="list-style-type: none">• 40.500 niños beneficiados con uso pedagógico de TIC.	<ul style="list-style-type: none">• Programa Puentes de Comunicación y Expansión de Redes.• Lanzamiento programa piloto Conectados con mi País.• Aumento cobertura de encuestados en Generaciones Interactivas.	
<p>Aportar a la sociedad más allá de su negocio y las TIC.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Cobertura de nueve mil niños en protección integral.• 540 voluntariados en actividades presenciales.	<ul style="list-style-type: none">• 7.890 niños participaron en programa Proniño.• 62.230 visitas sala de arte Fundación Telefónica.• 540 empleados en el Voluntariado, en actividad presencial.	

GRUPOS DE INTERÉS (GI): comunicaciones abiertas y transparentes.

Retos	Desafíos para el 2011	Hitos 2010	Desafíos pendientes
Desarrollar una cultura orientada a la sociedad, para reforzar la percepción de los GI.	<ul style="list-style-type: none">Implementación de un modelo sistematizado de diálogo social.	<ul style="list-style-type: none">Proceso de diálogo con Casa de la Paz en el contexto del Informe RC 2009.	

PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN (PDA): fortalecer el sentimiento de pertenencia a una organización ética y responsable.

Retos	Desafíos para el 2011	Hitos 2010	Desafíos pendientes
Capacitar a empleados en PDA.	<ul style="list-style-type: none">Aumentar la cantidad de empleados con el curso aprobado.	<ul style="list-style-type: none">Durante 2010 alcanzamos 5.092 capacitaciones de un total de 5.473 empleados.	
Gestionar cumplimiento de PDA.	<ul style="list-style-type: none">Modelo de difusión a través de los canales de comunicación interna.		<ul style="list-style-type: none">Difundir la Oficina de Principios de Actuación internamente.

MEDIO AMBIENTE: contribuir a la solución al cambio climático.

Retos	Desafíos para el 2011	Hitos 2010	Desafíos pendientes
Aportar al Cambio Climático.	<ul style="list-style-type: none">Creación de la Oficina de Cambio Climático de Telefónica en Chile.	<ul style="list-style-type: none">Puesta en marcha de la Oficina de Gestión Energética de Redes en Chile.	
Gestionar los impactos al medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none">Programa para el uso eficiente de los recursos (agua y papel).	<ul style="list-style-type: none">Programa de reciclaje de residuos de planta.	<ul style="list-style-type: none">Implementar un modelo interno de reciclaje de los desechos generados en oficina.Construir un modelo de control de indicadores en base a la norma GRI.
Promover el cuidado del medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none">Iniciativas para invitar a los clientes y la sociedad a tener un comportamiento responsable con el entorno.	<ul style="list-style-type: none">Conecta 2010, evento sustentable.Anfitriones del seminario "Educación para el Cambio Climático y la Eficiencia Energética".	

REGULACIÓN Y COMPETENCIA: compromiso con el marco legal y regulatorio, además del sector telecomunicaciones.

Retos	Desafíos para el 2011	Hitos 2010	Desafíos pendientes
Apoyar las medidas y acciones que favorecen el desarrollo de un mercado más competitivo.	<ul style="list-style-type: none">Adaptarnos para el pleno cumplimiento del marco legal y normativo respecto a colocalización y portabilidad numérica, que comenzarán a regir durante 2011.	<ul style="list-style-type: none">Promulgación de las normas de portabilidad numérica fija y móvil.Participación en el Proyecto de ley sobre la colocalización de antenas de telecomunicaciones.	

Estrategia de Responsabilidad Corporativa y Principios de Actuación

ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

ENFOQUE DE GESTIÓN - 4.6 - 4.8 - 4.11 - 4.12 - HR4 - SO3 - SO4



Telefónica forma parte del Comité Ejecutivo de la plataforma para el liderazgo en sostenibilidad corporativa creada por la ONU.

Telefónica es una de las 54 multinacionales elegidas por Naciones Unidas para formar parte de la iniciativa Global Compact Lead, una plataforma empresarial creada para impulsar la sostenibilidad en todo el mundo. Estas empresas han sido seleccionadas por ser líderes mundiales en esta materia de sostenibilidad económica.



Más información en
www.rcysostenibilidad.telefonica.com/es/media/pdf/davos.pdf

Estrategia de Responsabilidad Corporativa

En Telefónica entendemos que la Responsabilidad Corporativa (RC) es la creación de valor sostenible para la empresa y sus grupos de interés, a través de una gestión eficaz de los riesgos y de las oportunidades, y la construcción de relaciones permanentes con sus grupos de interés.

Por primera vez en su historia Telefónica integra la sostenibilidad a su planificación estratégica a través del programa **bravo!**, guía para el período 2010-2012 con un inédito alcance en todos los países en que opera.

Esquema Estratégico de la Responsabilidad Corporativa de Telefónica



¿Cómo se mide el desempeño?

Para evaluar el cumplimiento de los objetivos estratégicos, además de los indicadores internos de gestión, Telefónica cuenta con dos indicadores de seguimiento externo y global:

• **Dow Jones Sustainability Index**

El índice de sostenibilidad de mayor relevancia a nivel mundial. En 2010 Telefónica nuevamente fue líder en el sector de las telecomunicaciones en este índice.

• **RepTrak™**

Índice de reputación medido por Telefónica, a través de una encuesta a la ciudadanía, que permite conocer la percepción de los grupos de interés sobre la Compañía.

Telefónica S.A. N°1 en el Dow Jones Sustainability Index (DJSI) del sector de telecomunicaciones. La compañía lidera en 2010 el principal índice de sostenibilidad, por segundo año consecutivo, con 84 puntos sobre 100.

Principios de Actuación

¿Qué son y a quiénes se aplican?

Los Principios de Actuación (PDA) son las directrices de comportamiento ético que guían el actuar de Telefónica en su relación con sus grupos de interés. Se aplican a los empleados (deben comunicar cualquier indicio de incumplimiento), proveedores y socios de negocios.



El detalle de los Principios de Actuación se encuentra en: www.telefonica.com/es/about_telefonica/pdf/nuestrosprincipios.pdf

¿Cómo se despliegan?

Desde 2006 se realizan programas de formación y comunicación a los empleados que incluyen casos prácticos para su correcta comprensión.

¿Qué es la Oficina de Principios de Actuación (OPDA)?

Es el organismo encargado de la aplicación de los PDA a través de dos roles:

- Promoción y formación de una cultura corporativa basada en los PDA.
- Actuar como tribunal para consultas y reclamaciones de quienes recurran a esta instancia.

¿Cómo asegura la Compañía su aplicación transversal?

Para ello, Telefónica ha implementado las siguientes iniciativas:

- Registros de cumplimiento de formación de los trabajadores en los Principios.
- Seguimiento de los Principios en las Encuestas de Clima.
- Una línea de denuncia confidencial disponible en la página web de la empresa para ser usada por cualquier persona; y en la intranet corporativa para todos los empleados (ver recuadro).
- Auditorías internas.
- Evaluación de Competencias de acuerdo a estos Principios.



Línea Confidencial

¿Para quiénes?

Empleados o personas externas, de forma anónima o personal.

¿Qué pueden hacer?

Preguntas, buscar consejo y plantear cuestiones asociadas al cumplimiento de los PDA y sus políticas asociadas.

¿Cómo?

A través de canales confidenciales habilitados en la web disponibles para los diferentes grupos de interés. También está disponible un canal de denuncias con enlace directo a la casa matriz en España o en Chile.

Resultados 2010

Los canales recibieron a nivel global, de forma anónima o personal, 121 comunicaciones, 84 fueron consultas referidas a la aplicación e implementación de los Principios y políticas asociadas, y el resto referidas a posibles inobservancias.

4 Gestión de riesgos y oportunidades

1.2 - 4.9

La gestión de riesgos y oportunidades es un proceso que comienza con la identificación de las amenazas y oportunidades para conseguir los objetivos de negocio, gestión que incluye el cumplimiento de los Principios de Actuación.

Gestión de los riesgos

El Modelo de Gestión de Riesgos se basa en las mejores prácticas que existen actualmente. Considera un total de cincuenta riesgos agrupados en financieros y crediticios; operacionales; y de reputación e innovación, entre otros. Esto implica una activa participación de todas las áreas involucradas.

A su vez, los equipos de Planificación Estratégica, Finanzas y Control de Gestión, con el apoyo de Auditoría colaboran con su identificación y cuantificación.

El proceso consta de seis actividades:

1. Identificación.
2. Evaluación.
3. Respuesta al Riesgo.
4. Seguimiento y Reporte.
5. Revisión del Proceso e Información.
6. Comunicación.

Seguimiento:

El Comité de Dirección de la Compañía aprueba semestralmente el Mapa de Riesgos Corporativo y genera planes de acción para mitigarlos.

Gestión de las oportunidades

Las oportunidades se generan al aprovechar su propio negocio para maximizar el impacto positivo de Telefónica en la sociedad.

Ofrecer soluciones que permitan a toda la sociedad mejorar su calidad de vida a través del uso de las TIC y adelantarse a las necesidades del futuro.
Ver páginas 62 a 65 y 66 a 69.

Impulsar al sector de telecomunicaciones como motor de eficiencia energética y de baja huella de carbono.
Ver páginas 50 a 52.



Grupos de interés: transparencia y diálogo

3.5 - 4.14 - 4.15 - 4.16 - 4.17

Buscamos transformar el diálogo no sólo en una interactividad y en un conocimiento de intereses mutuos, sino que en un instrumento para construir un proyecto sostenible en el tiempo.

Para Telefónica, la transparencia y el diálogo efectivo con sus grupos de interés son esenciales para construir relaciones de confianza, que aporten valor a la compañía y permitan impulsar el progreso económico, tecnológico y social, utilizando las TIC.

Canales de diálogo y herramientas de consulta a los grupos de interés

	Empleados	Clientes	Sociedad	Proveedores
Canales de diálogo	<ul style="list-style-type: none">• Comunicación “cara a cara” a través de los Encuentros ampliados (trimestral) y Comités semanales. Reuniones de dirección (director con todos los colaboradores de la dirección) y <i>feedback</i> formales de desempeño semestrales.• Sesiones de retroalimentación, desayunos.• Boletín de noticias Día a Día.	<ul style="list-style-type: none">• Interfaces de atención: <i>call centers</i>, atención en sucursales, atención <i>on-line</i> vía sitios web.• Relación a través de almuerzos o desayunos con clientes; invitación a conferencias internacionales; presentaciones a clientes y <i>workshop</i> de productos, entre otras.	<ul style="list-style-type: none">• Redes sociales• Territorio Movistar: relación permanente a través de distintas iniciativas; y participación en eventos, concursos y programas.• Comunicación “cara a cara” y construcción de redes con juntas de vecinos, federaciones de padres y apoderados, y bloggers, entre otros.	<ul style="list-style-type: none">• Relación permanente a través del área de compras y áreas involucradas.
Herramientas de consulta	<ul style="list-style-type: none">• Encuesta Great Place to Work.• Encuesta de Clima Laboral y termómetro mensual.• Blogs internos.	<ul style="list-style-type: none">• Estudios de Satisfacción de Clientes.• Estudio Net Promotore Score y <i>Focus Group</i>.• Seguimiento Índice de Insistencia de Reclamos.• Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones.¹	<ul style="list-style-type: none">• Encuesta de Reputación, RepTrak.²• Encuesta a líderes de opinión y <i>focus group</i> a grupos específicos.• Desayunos de retroalimentación informe de RC.• Mapas de relacionamiento.• Encuestas de percepción sobre la alianza tecnología-educación (Corporación Nacional de Colegios Particulares).	<ul style="list-style-type: none">• Encuesta de Satisfacción de Proveedores.³

¹ Realizada por la Subsecretaría de Telecomunicaciones, Subtel.
² Encuesta de opinión pública efectuada por Reputation Institute que mide la evolución de la reputación de una empresa en torno a las percepciones sobre las dimensiones de: satisfacción con el producto, Buen Empleado, Integridad, Liderazgo, Innovación, Aporte Social y Desempeño Financiero.
³ Llevada a cabo por Telefónica S.A. a sus proveedores globales en forma bianual.

Telefónica en Chile responde a sus grupos de interés

ROBO DE CABLES
¿Qué está haciendo Telefónica respecto de este problema persistente que afecta el servicio?

La cantidad de cables robados (11 mil km) equivalen a la distancia entre Santiago y Vancouver; y cada vez que este delito se produce, se afecta a la comunidad que era comunicada a través de ellos. Telefónica en Chile tiene cerca de 2 millones de líneas fijas; muchas de ellas en comunas donde otras empresas no llegan. La Compañía ha recurrido al diálogo con los vecinos como camino para buscar soluciones en conjunto a este problema. Se ha desarrollado una campaña de información con un número 800 para canalizar las denuncias sobre estos hechos; un equipo de Telefónica en Chile se acercó a las zonas más afectadas para iniciar encuentros con los vecinos; y se han acordado soluciones, entre otras, el soterramiento y desvío de trazados en algunos sectores.

Fuimos la primera empresa de telecomunicaciones en Chile con atención a clientes en redes sociales.

Conversando con la sociedad

Movistar en las redes sociales

En 2007 fuimos la primera empresa en abrir una cuenta en Facebook (Club Movistar) para comunicar nuestros eventos, productos y servicios. A partir de entonces, estas nuevas vías de comunicación han evolucionado y nuestro uso de ellas también.

Las oportunidades que generan las redes sociales para los clientes y para la Compañía:

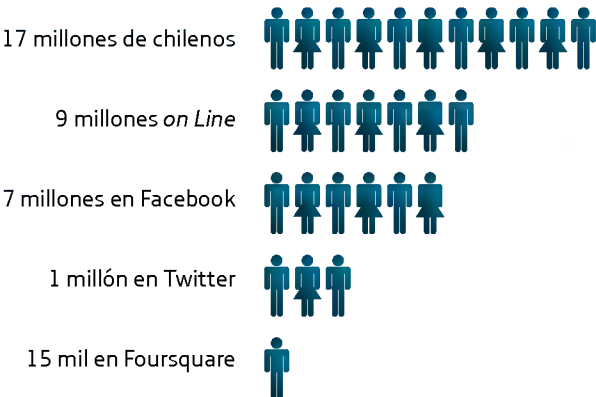
- Atención directa a los clientes.
- Educación a los clientes sobre los productos y servicios.
- Mayor conocimiento de las expectativas y necesidades de los clientes.
- Potenciamiento del sitio web para el soporte y el *self service* en *movistar.cl*.
- Aumento del *feedback* instantáneo con los clientes para mejorar los procesos.

- Gestionamos: Facebook, Twitter y Youtube.
- Monitoreamos: *blogs*, *website*, foros, *browsers*, *reclamos.cl*, entre otros.

Gestión en Twitter

34.191 *followers* con una tasa de crecimiento de **22%** mensual, una de las empresas con más *followers* del país.

Algunas cifras en Chile



68 personas participaron en los nueve diálogos sostenidos con colaboradores, proveedores de servicios, sindicatos, expertos en responsabilidad corporativa, clientes, organismos públicos y twittersos.

Diálogos con grupos de interés

En 2010, y por segundo año consecutivo, la Compañía realizó diálogos con distintos grupos de interés, que fueron conducidos por Fundación Casa de la Paz con el objetivo de recabar sus expectativas y opiniones respecto del desempeño de Telefónica en Chile; los temas de mayor relevancia (ver sección siguiente); y su evaluación respecto del Informe de RC.

Sus comentarios han sido considerados en el presente documento. Asimismo, las opiniones sobre la gestión han sido canalizadas para aportar a la mejora continua, a través de la entrega de los resultados de los diálogos al presidente y directores involucrados.



Aspectos a mejorar producto del *feedback* obtenido respecto del Informe de Responsabilidad Corporativa 2009.

Temas relevantes para el reporte

POR MEJORAR Y/O PROFUNDIZAR:

- Respuesta ante desastres naturales: medidas adoptadas como aprendizaje del terremoto 27/2.
- Impactos ambientales de la Compañía.
- Mayor relevancia a la Inversión social ligada al negocio: Brecha de acceso a las TIC, Conecta, Educared, alfabetización e inclusión digital, seguridad informática (especialmente en niños). Proniño es percibido como filantropía.
- Multas y sanciones por incumplimiento de normativa legal.

Principios en la confección

POR MEJORAR Y/O PROFUNDIZAR:

- Credibilidad: avanzar en la mejor expresión entre lo declarado y las prácticas. Informar el alcance e impacto de las iniciativas.
- Comparabilidad: explicación de las tendencias y claridad en su expresión gráfica.
- Equilibrio: reflejar opinión de los grupos de interés.

MANTENER:

- Retroalimentación de grupos de interés (en lo referente a los diálogos).

Temas de mayor pertinencia para nuestros grupos de interés

¿Cómo se definieron?

Para la definición de los temas de mayor pertinencia se realizó un análisis de materialidad en los siguientes pasos:



1

Temas de mayor pertinencia para los grupos de interés de Telefónica en Chile:

Se consideraron aquellos surgidos de las siguientes iniciativas realizadas:

- **Ronda de diálogos con grupos de interés:** se efectuaron nueve rondas con sindicatos, trabajadores, expertos en el área de educación y responsabilidad social, proveedores de servicios, clientes, organismos públicos y twittersos.
- **Talleres con trabajadores:** se realizaron dos reuniones para conocer sus opiniones.
- **Consulta a los directores:** de las distintas áreas de la Compañía, quienes identificaron los aspectos de mayor relevancia desde la perspectiva de Telefónica en Chile en su área de competencia.
- **Temas relevantes del sector:** se consideraron los temas pertinentes para el sector emanados del Pacto Global de Naciones Unidas, OECD, SAM y otras organizaciones internacionales, así como los temas relevados por la prensa nacional durante 2010.
- **Feedback de Fundación Acción RSE:** se consideraron los comentarios y sugerencias realizados por el jurado del Premio al Mejor Reporte de Sustentabilidad 2010 de la Fundación Acción RSE.

2

Análisis de materialidad llevado a cabo por Telefónica a nivel global:

Que determina la relevancia de un asunto para la organización y sus grupos de interés considerando las necesidades, preocupaciones y expectativas de ambos.

Se presenta en la forma de una matriz cuyos ejes son:

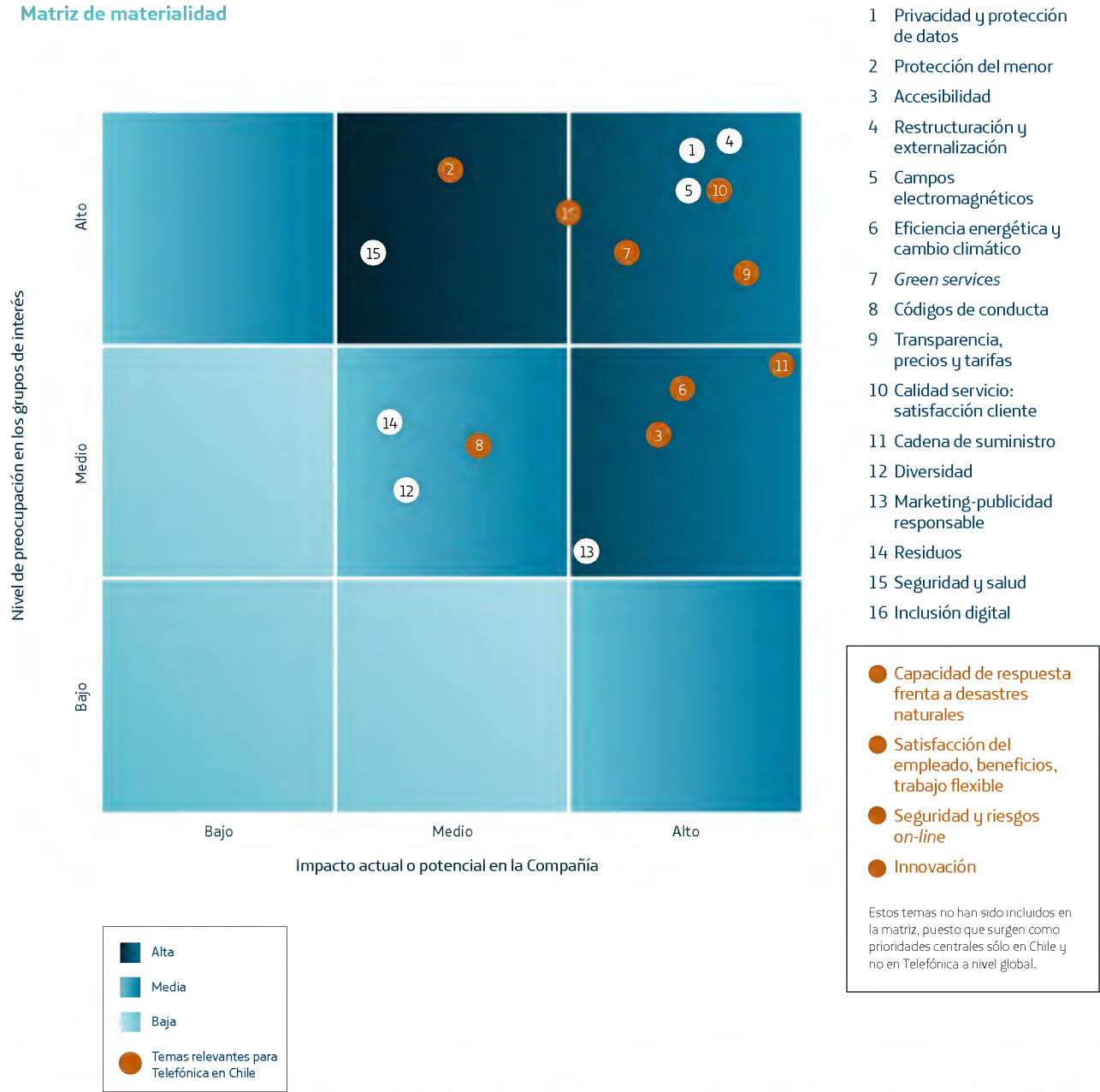
- a) Los temas de mayor importancia para los grupos de interés a nivel global de Telefónica.
- b) El impacto de dichos temas en la estrategia de la Compañía.

3

¿Cuáles son los temas de mayor pertinencia que se identificaron para Telefónica en Chile en este proceso?

- Calidad del servicio: satisfacción del cliente.
- Transparencia, precios, tarifas y, cumplimiento de normativa de regulación.
- Capacidad de respuesta frente a desastres naturales.
- Cadena de suministro: satisfacción de proveedores, compromisos de pago a proveedores, formación proveedores.
- Códigos de Conducta (Principios de Actuación).
- Accesibilidad.
- Inclusión digital.
- Protección del menor.
- Satisfacción del empleado, beneficios y trabajo flexible.
- Seguridad y riesgos on-line.
- Innovación.
- Eficiencia energética interna y cambio climático (uso de ERNC).
- *Green Services*: productos y servicios TIC para eficiencia energética.

Matriz de materialidad





04

NUESTRO NEGOCIO: HACIA UNA OPERACIÓN SOSTENIBLE

Pág.

34	1 Innovación
38	2 Clientes
42	3 Calidad del empleo
47	4 Cadena de proveedores
50	5 Medio ambiente
56	6 Regulación, ética e integridad

Hitos 2010

- Líderes en innovación: Movistar Innova y Telco Innova.
- Proyecto alta velocidad 2.0: fibra óptica.
- Proyecto desarrollo nuevos negocios: *HomeStation, cloud computing, term evolution.*
- Convergencia de canales y sostenibilidad.

¿Cuál es la visión de Telefónica?

Los cambios vividos en el contexto económico actual de globalización y de convergencia tecnológica, han posicionado a la innovación en Telefónica como una herramienta clave para alcanzar objetivos de crecimiento de ingresos y optimización de costos operativos.

El modelo de gestión de la innovación avanza en tres líneas de acción:

- Plataforma global de innovación.
- Desarrollo de capacidades que permitan alcanzar oportunidades de negocio a largo plazo.
- Ofrecer una respuesta global frente a competidores y socios globales.

¿Cuáles son las prioridades en Chile?

Desarrollo de un modelo de innovación abierta.

Mirada de Telefónica en Chile

¿Cuáles son las prioridades en innovación para Telefónica en Chile y hacia dónde apunta su estrategia?



Paula Figueroa A.
Directora de Marketing e Innovación

Queremos implementar un modelo de innovación abierto a todos los grupos de interés, bajo el programa de Movistar Innova. En este contexto, hemos desarrollado dos líneas de acción concretas y pioneras en el mercado chileno:

Incubadora de Negocios: único programa de emprendimiento corporativo en Chile desarrollado en una alianza entre la empresa privada, el mundo académico y el gobierno (Corfo). El modelo busca emprendimientos relacionados con las TIC en convocatorias abiertas y transversales a todos los sectores. En este proceso seleccionamos aquellas que potencian el negocio, ayudan a resolver necesidades de las personas y cuentan con el espíritu de emprendimiento y escalabilidad para el mercado chileno e internacional. En cada convocatoria recibimos cientos de propuestas de las que elegimos con un panel de expertos, y de éstos el 10% se constituye como empresas que ya están facturando. Ya hemos hecho cuatro convocatorias en cerca de dos años.

Innovación en Procesos: busca entre empleados y empresas colaboradoras representativas de la cadena de valor,

generar innovaciones incrementales basadas en nuestros procesos de negocio que nos permitan agregar valor, eficiencias, mejoras en nuestro servicio e incluso nuevas alternativas de negocios a partir de mejoras en los procesos.

¿Cómo en concreto se está innovando en productos y servicios para mejorar la calidad de vida de los chilenos?

El mercado chileno es muy exigente en cuanto a tecnología y servicios avanzados, esto nos obliga a estar a la vanguardia en redes de alta velocidad (fijas y móviles) como también a traer los últimos dispositivos en móviles, banda ancha y televisión.

En este contexto, siempre estamos escuchando las necesidades de los clientes, proceso que nos desafía a innovar permanentemente para que nuestros productos y servicios contribuyan a mejorar la calidad de vida de las personas. Hoy el principio de la convergencia hace que las personas demanden cada vez más contenidos, en cualquier lugar o momento, y ese es nuestro foco en innovación en productos y servicios, que está en línea con las tendencias mundiales y las necesidades de las personas.

Innovamos para abrir puertas al futuro



Accesos Potenciales
Fibra Óptica

Accesos Fibra Óptica



TESTIMONIO

“La clave está en creer firmemente en que no todo está hecho, en que el conocimiento no se encuentra encapsulado en un área o dentro de los límites de la empresa; sino que existe un enorme talento y un gran potencial de creatividad en toda la organización, incluso más allá de las fronteras de Telefónica”.

Juan Carlos Martínez A.
Subgerente de Innovación

Innovación en
productos y servicios

Lograr que la innovación esté en el centro de todo, es un desafío mayor, pero lograr ofrecer productos y servicios de última generación es un objetivo en el que Chile ha alcanzado posiciones de ventaja.

¿Cuáles son las innovaciones en redes que se están implementando?

- **Fibra óptica:** Chile será pionero en Latinoamérica, este tipo de redes están instaladas principalmente en los países desarrollados. Lograr una penetración de 700 mil clientes, que puedan acceder a 100 MB, requerirá de una fuerte inversión, la cual se estima alcanzará los US\$2.500 millones, enfocada en la instalación de redes en el segmento C1 y C2 y negocios. La fibra óptica es transformadora por su capacidad de hacer converger múltiples servicios que hoy usamos aisladamente.
- **Long Term Evolution (LTE):** esta tecnología representa más velocidad para los clientes móviles, ya sea de smartphones o de banda ancha móvil. También es conocida como red 4G y todavía está en fase experimental.
- **Fixed Wireless Telephony (FWT):** híbrido entre telefonía fija y móvil, desplegada en 2010 en la isla de Juan Fernández a propósito de su reconstrucción tras el maremoto de febrero. También se utiliza en otras zonas aisladas de Chile.

Cobertura Red 3G

2009: 75%

2010: 79%

Telefónica en Chile
responde a sus grupos
de interésINNOVACIÓN EN LA
COMUNICACIÓN CON CLIENTES

¿Por qué no es tan utilizada la plataforma de Twitter y online para dar respuesta a las dudas/requerimientos/reclamos de los clientes, o bien para alertar frente a emergencias?

Somos una de las empresas con mayor cantidad de usuarios de redes sociales: sólo Twitter alcanzó en 2010 a 34.191 *followers* y la página de Facebook tiene más de 57 mil *fans*. Para potenciar los nuevos canales y redes sociales, creamos en 2010 el área de redes sociales.

¿Cuáles son los nuevos productos que están emergiendo?

- **HomeStation:** también conocido como Hogar Digital, permite conectar, a través de una sola plataforma, a todos los equipos tecnológicos presentes en el hogar, sin necesidad de cables. Este equipo fue lanzado al mercado en abril de 2010.
- **Televisión de alta definición:** la conexión IPTV avanzada, que permite interactuar a través de la televisión, nos transporta a una forma de conectarse diferente.
- **Cloud Computing:** el lanzamiento de este disco virtual refleja lo rápido que avanzan los servicios tecnológicos en Chile. Esta innovación funciona como un disco duro externo.

Adjudicación financiamiento Corfo de proyectos

2009: US\$ 12.000
2010: US\$ 208.000

Conectando la innovación con el mercado

Para Telefónica, una cultura de emprendimiento e innovación es clave para el desarrollo del país, sin embargo, muchas ideas se pierden. El desafío de Telefónica es contribuir a esa cultura abriendo espacios para que las iniciativas se concreten. En 2009 crea Movistar Innova, primera incubadora de negocios privada de Chile y Latinoamérica.

¿Cómo funciona Movistar Innova?



La empresa pone a disposición de nuevas ideas digitales, más de 60 profesionales de Telefónica en Chile para que las apoyen y se transformen en negocios digitales. También busca mejorar la calidad de vida de personas en una situación vulnerable.



Más información en sección Acceso y uso responsable de las TIC, pág. 65.

Movistar Innova*
Nº de equipos de emprendedores que presentan una idea
2009: 800
2010: 250

Telco Innova: modelo de innovación al interior de Telefónica en Chile

Apoyado por Corfo, nace para implementar un sistema de gestión de innovación con foco en procesos internos. Busca recibir y potenciar ideas que surgen en la empresa. Las propuestas son analizadas por el Comité de Innovación liderado por el Presidente Ejecutivo de la Compañía.

Innovación como modelo sostenible

Tanto la innovación como la sostenibilidad tienen en común que aún son conceptos nuevos en la gestión empresarial, razón por la que necesitan de pilotos para demostrar las oportunidades que ofrecen.

- **Conecta 2010:** ya en su primera versión el año anterior, este evento se transformó en la muestra más importante de tecnología en el país y Latinoamérica. Con destacados invitados internacionales, Conecta busca mostrarle a los asistentes las últimas tendencias en tecnología e innovación.

CONECTA
2 0 1 0

Nº visitantes Conecta
2009: 5.000
2010: 7.759

TESTIMONIO

"Telco Innova me ayudó a reafirmar que el convencimiento y la persistencia son fundamentales para el éxito de cualquier proyecto tanto personal como laboral. Era un sueño y ahora es una realidad. La felicidad más grande será cuando Telco Innova esté inserto en el ADN de Telefónica en Chile".

Huguette Bandet R.
Jefa de Innovación Telco Innova

TESTIMONIO

"Movistar nos abrió las puertas y ayudó a validar legalmente el producto, y de la mano de Octantis logramos presentar mejor la idea para conseguir financiamiento. El producto consiste en transcribir audio a texto y aplicado a telefonía celular para múltiples productos; ya tenemos lanzado el primero que consiste en convertir a texto cada mensaje que depositan en el buzón de voz del cliente y lo enviamos como un sms en tiempo real, totalmente gratis para el cliente, como una extensión o mejora en el servicio buzón de voz".

Luis Pacheco M.
Gerente Comercial BDT Internacional S.A., comenzó su emprendimiento como empleado de Telefónica en Chile.

CONECTA Innovación con sello sostenible

Un evento sostenible se caracteriza por integrar, en su implementación y diseño, prácticas amigables con el medio ambiente e inclusivas con las personas:

a) Inclusión y respeto por las personas con discapacidad.

b) Cuidado del medio ambiente.



Mayor información de las acciones de cuidado del medio ambiente y la compensación de emisión de carbono, en sección Medio ambiente, pág. 50.

* El menor número de concursantes se debe a que en 2009 se realizaron dos convocatorias, en cambio en 2010 se realizó sólo una.

Hitos 2010

- Diseño de proyecto experiencia clientes.
- Atención especializada por sectores productivos en segmento empresas.

¿Cuál es la visión de Telefónica?

Lograr relaciones emocionales con nuestros clientes para ser los primeros en experiencia al cliente.

Somos una compañía centrada en el cliente. Por eso, en Telefónica, queremos construir y mantener vínculos emocionales con nuestros clientes, con el objetivo de conectarnos con sus necesidades y expectativas. Para ello, debemos conocerlos aún mejor y segmentarlos en función de sus necesidades, identificando aquello que más valoran y poder responder a sus requerimientos y deseos positivamente al primer contacto. El plan **bravo!** establece una serie de metas para lograr este objetivo.

¿Cuáles son las prioridades en Chile?

Desarrollar una cultura orientada al cliente, con el objetivo de liderar en satisfacción, con menor pérdida de clientes y en forma eficiente.

Mirada de Telefónica en Chile



Juan Antonio Echeverry D.
Director de Clientes

Telefónica propuso convertirse al 2012 en la mejor compañía global de comunicaciones del mundo digital, ¿cuáles han sido los avances y cuáles los desafíos pendientes para esta ambiciosa meta?

La Compañía avanza hacia este objetivo, sin embargo, la integración generó un desafío mucho mayor que no ha sido fácil y la baja en la satisfacción de clientes está manifestando que no lo hemos hecho todo lo bien que queríamos. Las grandes metas serán la integración de los procesos internos y en postventa, donde debemos lograr mayor consistencia.

Uno de los objetivos claros está en migrar hacia un mundo más *online*, y con una mayor autoatención, es imposible administrar a través de personas la diversidad de

requerimientos de los clientes, de cara a una oferta tan amplia de productos nuevos. Otro objetivo será la portabilidad.

¿Cómo se logra crecer en número de clientes, integrar a dos compañías, resistir uno de los mayores desastres naturales de la historia de Chile, y adicionalmente incorporar nuevos e innovadores productos para los clientes?

La Compañía pasó momentos difíciles en 2010, y lo hizo junto a sus grupos de interés. Lo ocurrido nos dio mayores fuerzas para avanzar aún más rápido en detectar dónde están nuestras debilidades y fortalezas. Es por ello que sorprende que en 2010 hayamos dado saltos tan importantes en nuevos productos y servicios cuyo desarrollo está directamente vinculado a la visión innovadora de Telefónica.



Telefonía MÓVIL

En ambos casos, la telefonía móvil y la banda ancha móvil, se conectan a una antena celular.



Desde el comienzo, se realiza un proceso de registro del cliente en la red (previo a la generación de tráfico). A partir de la antena, se realiza la generación de la llamada y/o sesión de datos.

Antes de llegar al usuario, se produce un proceso a través de PSTN, ISDN y Redes de otros operadores e internet.

PSTN, ISDN
y redes de
otros operadores

Internet



Televisión DIGITAL

El proveedor de contenidos sube la señal al satélite.



Luego, una estación en Perú sube al satélite la señal oficial a Chile. Los clientes reciben la parrilla programática de acuerdo al plan adquirido.



Convergencia para transformar posibilidades en realidad

¿Ver televisión en el celular? ¿Hablar por teléfono vía internet? ¿Bajar películas en el televisor? ¿Tener internet en la TV? Todo lo que hubiese parecido ciencia ficción hace años, hoy es una realidad y estamos innovando para seguir conectándonos con nuestros afectos e intereses.



Telefonía móvil



Telefonía fija



Televisión digital



Banda ancha fija



Banda ancha móvil



Banda ANCHA FIJA

EL cliente se conecta a través del módem al DSLAM, que a su vez se conecta al agregador de servicios y establece una conexión punto a punto.



Luego la información pasa a una Central de conmutación para internet en la que se asigna una IP, y el cliente queda habilitado para conectarse a internet.

Finalmente, antes de llegar al usuario, se conecta a plataformas de servicios para internet.



Telefonía FIJA



El cliente realiza la llamada local. A partir de ahí la llamada puede ser:

- 1 Larga distancia nacional
- 2 Larga distancia internacional
- 3 A móvil (celular)



1



2



3

Buscamos

mejorar los

servicios de

instalación

en productos


fijos.

Satisfacción del Cliente

Cliente satisfecho: este objetivo es central para Movistar y en 2010 la empresa revisó todas las áreas donde se interactúa con el cliente, reforzando los servicios donde existían mayores brechas respecto de un servicio de excelencia. Los procesos de instalación y ventas están mejorando, y el 2011 se reforzarán más aún los servicios de reparación y postventa, principalmente en el *call center*, donde existen recurrentes reclamos.

Adicionalmente, la empresa focaliza sus objetivos hacia un equipo humano alineado y entusiasmado con los nuevos desafíos.

Con el fin de prestar un mejor servicio, la empresa ha buscado mejorar la comunicación y transparencia en el cobro y facturación a sus clientes.



Las iniciativas emprendidas las encuentra en la sección Regulación, ética e integridad, pág.56.

Servicio no prestado

Servicio no cobrado

Frente a un problema en el servicio prestado a sus clientes, Telefónica en Chile ha definido no hacer los cobros respectivos. Esta política, junto a la búsqueda de un permanente diálogo honesto con los clientes, son claves para tener un cliente satisfecho. Ambos elementos fueron fundamentales para resolver un conflicto que se generó en Magallanes, durante octubre, además de las emergencias como el terremoto de febrero de 2010.

Telefónica en Chile

responde a sus

grupos de interés

¿Cuál es la posición de la empresa respecto de la polémica generada por la atención del *call center* en otros países?

El tema de fondo no es dónde se presta la atención, sino la calidad del servicio prestado; al cliente le da lo mismo si el ejecutivo está en Chile, Perú o cualquier otro país del mundo. Lo que le interesa es que le resuelvan su problema o inquietud en el menor tiempo posible. Nuestros esfuerzos están puestos en capacitar mejor a las empresas que nos prestan estos servicios; cada vez más debemos tender a una atención telefónica o virtual, y menos a una atención presencial, ya que los clientes quieren o pueden desplazarse menos de sus lugares de trabajo o de sus casas.

Baja en el índice de satisfacción a clientes

No podemos estar felices y tampoco orgullosos, que después de tres años consecutivos de alza en el índice de satisfacción, en 2010 hayamos tenido una baja en Chile.

Esta caída nos remece y moviliza a buscar soluciones, necesitamos innovar y mejorar las cosas que no hemos hecho bien. Para ello se ha diseñado un completo plan para mejorar todas las áreas de servicio al cliente.

Índice de

Satisfacción

de Clientes





Nº reclamos
recibidos*

2008: 2,473,0 mil

2009: 900,2 mil

2010: 442,1 mil

* La cifra para el año 2009 no coincide con la publicada en el informe de RC 2009, dado que se realiza una corrección al valor reportado para el año 2009.

Con el fin de gestionar de mejor manera la relación con nuestros clientes, se han separado los reclamos a otras empresas portadoras de telefonía que ingresan a los *call centers* de Telefónica en Chile, este cambio se hizo a partir del año 2010. Ello puede explicar, en parte, la disminución en el número de reclamos recibidos en 2010 respecto del año anterior.

Cientes empresas e instituciones

Uno de los aprendizajes importantes logrado en los últimos años en la empresa es la necesidad de gestionar esta atención a través de una plataforma especializada. Esta segmentación permite entregar un mejor servicio, genera una mayor cercanía con los clientes, busca dar una propuesta de valor única y especializada en las necesidades específicas de cada industria, permite contar con equipos de trabajo enfocados y especializados, basada en un conocimiento y relación profunda con los clientes.

El criterio de la segmentación se basa en los diferentes sectores productivos:

- **Industria, comercio y servicios:** mineras, alimentos, combustibles, transportes, entre otras.
- **Gobierno, salud y regiones:** cadenas de farmacias, municipalidades, universidades, entre otros.
- **Entidades financieras, retail y tecnología:** esta plataforma requiere una alta especialización tecnológica para atender bancos, *retail*, y empresas de alta tecnología, entre otros.

Telefónica en Chile responde a sus grupos de interés

CONFLICTO EN MAGALLANES

En 2010 hubo un conflicto con los clientes de Magallanes, en el sur de Chile. ¿Qué ocurrió? ¿Qué se hizo para solucionarlo?

Sí; en 2010 tuvimos un problema con nuestros clientes de banda ancha en Magallanes. Más allá de los motivos técnicos que generaron los problemas en el servicio, nos interesa disculparnos con nuestros clientes y avanzar muy rápidamente en las soluciones que permiten evitar nuevos problemas. Esperamos que el nuevo intercambio con la empresa Claro en Argentina para el respaldo parcial del 60% de la red de 800 kilómetros de fibra óptica, sea una medida efectiva y duradera. En el corto plazo compensamos económicamente a nuestros clientes.

PORTABILIDAD NUMÉRICA

¿Cuál es la posición de Telefónica en Chile frente a la nueva ley de portabilidad numérica en la telefonía móvil y fija en Chile?

Para Telefónica en Chile, la portabilidad numérica es una oportunidad para seguir estrechando vínculos con su comunidad de clientes, el sistema permitirá a sus clientes seguir gozando de los beneficios entregados por la empresa. El vínculo emocional con los clientes es el objetivo de la Compañía, y sólo se logra con calidad, propuestas de valor ajustadas a sus necesidades y con un sello permanente de innovación.

LLAMADAS MOLESTAS

Se han recibido reclamos en el Sernac respecto a llamadas molestas para ofrecer ofertas en servicios de telefonía, ¿cuál es la posición de Movistar respecto al tema?

Si una persona considera molesta una llamada de Movistar, nos preocuparemos de inmediato para que no se repita. Ahora si el cliente entrega su teléfono y es utilizado por otras instituciones, eso es algo donde por el momento no podemos intervenir.

Hitos 2010

- Diseño de un nuevo programa de reconocimiento.
- Fortalecimiento del desarrollo profesional.
- Calidad de vida y clima laboral: lanzamiento Programa Uno y relaciones sindicales con una agenda laboral transparente y proactiva.

¿Cuál es la visión de Telefónica?

La clave está en las personas. Ellos son nuestros clientes, nuestros fans, el corazón de todo lo que hacemos, ofrecemos, entregamos e ideamos.

Con esto en mente, **bravo!** establece tres desafíos de cara al siguiente trienio, que culmina el 2012: contar con un equipo alineado y comprometido; consolidar y reconocer nuestra marca; y convertirnos en la empresa más admirada del sector en el país en que opera cada empresa de Telefónica.

¿Cuáles son las prioridades en Chile?

Formar un equipo ganador que trabaje en confianza, bajo un liderazgo inspirador, que modele con el ejemplo, para convertirnos en el mejor lugar para trabajar en Chile.

Mirada de Telefónica en Chile



Arelis Díaz C.
Directora de Personas

¿Cómo lo ha hecho Telefónica en Chile para obtener tan importantes reconocimientos en relación al empleo?

Entendimos que había una brecha entre lo que queríamos ser y la forma cómo éramos percibidos. Trabajamos en un plan orientado para que también fuéramos reconocidos por todos nuestros grupos de interés. Ha sido un esfuerzo de cinco años que continúa porque aún tenemos oportunidades para mejorar; los nuevos escenarios también generan brechas que, con humildad, nos esforzamos en entender y gestionar.

¿Cómo ha impactado al clima laboral y las relaciones laborales la integración de la telefonía fija y móvil?

La integración es una profunda transformación que significa un

proceso de adaptación para todos. El poder identificar ese hecho, te permite estructurar la forma cómo lo gestionarás.

Hacer una transformación tan profunda entre dos empresas tan diferentes, tuvo sus efectos. Por ejemplo, la Encuesta de clima comienza en una situación muy alta que empieza a deteriorarse crecientemente en el primer cuatrimestre de 2010, pero también se ve que el plan de trabajo estructurado para acompañar la transformación funcionó y la curva que antes era descendente tiene un punto de inflexión e inicia un proceso de recuperación. Los premios anteriores son muestra de una confianza y que ésta se puede recuperar muy rápidamente. La gestión 2010 demostró que cuando hay confianza, ésta se impone.

Nº empleados directos

2008: 6.012

2009: 5.841

2010: 5.473

Nº becas a hijos de trabajadores*

2009: 3.792

2010: 3.660

* La cifra para el 2009 no coincide con la publicada en el Informe de RC 2009, dado que se realiza una corrección al valor reportado para el 2009.

Calidad de vida laboral

En 2010 Telefónica en Chile alcanzó dos grandes logros: el noveno lugar en Great Place to Work y la primera posición en el *ranking* de Fundación Chile Unido y revista Ya.

Ambos reconocimientos son resultados de la visión que tiene Telefónica de sus colaboradores, compromiso que se renovó en la integración desarrollada en 2010. En ese contexto, existió el riesgo de que la convivencia entre las dos culturas debilitara la calidad de vida laboral. A su vez, también existía la oportunidad de transformar ambas visiones en un renovado ambiente para todos a través de programas como UNO, iniciativas de

reconocimiento y el Club Telefónica, todas orientadas a mejorar la calidad de vida.

Programa Uno: beneficios flexibles, personales e inclusivos, que se gestionan a través de mil créditos. El total de estos bonos equivalen a un máximo de siete días libres con diferentes fines. Al 2010 participan 5.395 empleados.

Club Telefónica: es una asociación sin fines de lucro para que los empleados participen en actividades deportivas, culturales y sociales en su vida cotidiana. A 2010 pertenecen 5.002 empleados. Adicional a las actividades del Club, la empresa financia proyectos diseñados por los empleados, a través de fondos concursables.

TESTIMONIO

“Desde el área de Personas trabajamos intensamente y con mucha innovación creando el Programa Uno. En su nacimiento el entorno era complicado: menos recursos y dos programas de beneficios bien posicionados en cada empresa (móvil y fija), el desafío era integrarlos”.

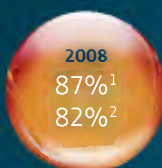
Vanessa Parra C.
Empleada Telefónica en Chile.

Índice de satisfacción de empleados

Por quinto año consecutivo, la calidad de vida y el clima laboral se mantienen en un alto nivel en Telefónica en Chile.

El monitoreo permanente de la satisfacción de los empleados con su trabajo permite entender dónde están las brechas entre lo que la empresa declara y lo que los empleados perciben, generando planes para mejorar la calidad del empleo.

Índice de Satisfacción de Empleados



¹ Telefónica Móviles / ² Telefónica Chile

Posición en Great Place to Work



³ Posición en Telefónica Móviles / ⁴ Posición de Telefónica Chile



Transformación cultural,

más cerca del cliente

Para conectar a los empleados con el cliente se inició un proceso de transformación cultural, tendiente a acercar las emociones del cliente e incluirlas en los procesos y la forma en cómo procede toda la Compañía. Este cambio cultural se fundó en cuatro programas estratégicos durante 2010.

1	2	3	4
<div>Somos</div> <div>Inducción para alinear a empleados con la estrategia de la empresa. Abordó a 2.489 empleados (45,5% del total) en 15 jornadas.</div>	<div>Protagonistas</div> <div>Desarrollamos herramientas de apoyo para los empleados que trabajan en primera línea con nuestros clientes, con el fin de alinear y mejorar el servicio y la atención a ellos.</div>	<div>Aplauso para Ti</div> <div>Reconocimiento basado en los pilares del plan bravo!</div>	<div>Estilo de liderazgo</div> <div>Se trazaron los objetivos centrales para 2010, y también se hizo un mapeo de talentos.</div>



Principios de Actuación para nuestros empleados

Nuestros empleados pueden confiar en Telefónica. La aplicación interna de los Principios de Actuación tiene cuatro focos: desarrollo profesional, compensación, derechos humanos y seguridad y salud. Cabe destacar que Telefónica adhiere los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas.

En ese contexto, trabajamos con la convicción de que, sin importar las diferencias, todos tenemos una riqueza individual que debe ser valorada profundamente. Esta diversidad nos desafía a entregar una experiencia cercana basada en el respeto y en la generación de oportunidades de desarrollo para todas las personas.

• INCLUSIÓN DE LA MUJER

La compañía tiene un modelo laboral inclusivo, que no discrimina entre hombres y mujeres.

% mujeres respecto del total de empleados

2008: 36%
2009: 38%
2010: 36%

Nº mujeres en cargos directivos (primera línea)*

2009: 1
2010: 2

• INTEGRACIÓN DE LOS MODELOS DE DESEMPEÑO LABORAL

Este programa nace para medir a los empleados según las mismas variables.

Este plan incluyó investigaciones de remuneración de mercado para establecer nuevas escalas salariales de acuerdo al compromiso de igualdad establecido en nuestros Principios de Actuación.

• INCLUSIÓN DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD

En Telefónica pueden desarrollar un trabajo de igual calidad y bajo las mismas condiciones de competencia profesional que cualquier otra persona.

- Única empresa privada que integró la mesa para la inclusión de personas con discapacidad del Ministerio del Trabajo de Chile.
- Primera encuesta interna a personas con discapacidad. La cantidad total es de 20 personas de Telefónica en Chile y 68 familiares.

Nº de empleados con discapacidad

2008: 16
2009: 18
2010: 20

Telefónica en Chile responde a sus grupos de interés

¿Cómo se integran dos compañías con más de 5 mil empleados, sin que se produzcan problemas significativos que afecten su operación? ¿Cuáles son los desafíos futuros?

El iniciar rápidamente la integración de los modelos de compensación, beneficios y desempeño fue clave en el proceso. Gracias a esa gestión pudimos contar con un mapa de cargos y una nueva escala salarial para todos, orden que resultó ser clave.

Además de la unificación de procesos y sistemas, las personas son las que se sienten amenazadas, pero la Compañía buscó mecanismos objetivos para explicar la naturaleza de los cargos.

Uno de los desafíos 2011 es avanzar en la integración de beneficios.

• SALARIO ÉTICO

El desafío de entregar una compensación justa y adecuada pasa por un salario digno y competitivo.

El salario mínimo en la Compañía, durante 2010, fue de US\$ 785 (en moneda nacional \$400.000 bruto).

• SEGURIDAD LABORAL

Este aspecto también representa un foco central de los Principios de Actuación.

En 2010 trabajamos en el análisis cualitativo y cuantitativo de la accidentalidad en nuestra empresa para avanzar en la eliminación de éstos.

Índice de frecuencia

2008: 13,0
2009: 7,9
2010: 5,8

Tasa de accidentabilidad

2008: 2,0
2009: 1,6
2010: 1,5

* Se realizó una corrección respecto a lo reportado en Informe RC 2009.
Total de directivos: 15.

Tanto la empresa como los líderes sindicales entendimos que lo relevante es buscar juntos soluciones.

Relaciones laborales y derecho a sindicalización

La Compañía mantiene buenas relaciones con sus 21 sindicatos de trabajadores que representan a un total de 66,77% de los empleados. Con ellos se construye una Agenda Laboral Anual con temas de interés para trabajadores y la compañía.

Adicionalmente, los Principios de Actuación resguardan el derecho de pertenecer a una organización sindical.

Telefónica en Chile responde a sus grupos de interés

En el contexto de la integración ¿qué rol jugaron los sindicatos y cómo son las relaciones con ellos?, ¿ha habido huelgas?

Los sindicatos han tenido un rol protagónico en la historia de Telefónica en Chile y durante la integración mantuvieron ese rol con un estilo muy cercano, abierto y transparente, la relación con ellos fue buena. Tanto la empresa como los líderes sindicales entendimos que lo relevante es buscar juntos soluciones que vayan en favor de los empleados y la empresa. En 2010 no tuvimos huelgas.

Nº empleados ganadores Programa Movilidad Interna

2009: 152

2010: 223

Nº empleados Programa Rotación Internacional

2009: 8

2010: 8

Nº becas de postgrado entregadas

2009: 155

2010: 122

Nº becas de pregrado entregadas

2009: 322

2010: 292

Capacitación y desarrollo

La empresa busca que sus empleados crezcan profesionalmente, que desarrollen sus competencias y que lo hagan mediante un camino propio, de tal manera de motivarlos a asumir mayores responsabilidades y desafíos alineados con la estrategia corporativa. Para ello cuentan con una serie de herramientas:

- **Movilidad Interna:** busca que las personas se autoimpongan nuevos y mayores desafíos profesionales en diferentes áreas de la Compañía, manteniendo talentos y conocimientos.
- **Rotación Internacional:** intercambio entre profesionales de Telefónica en el mundo para desarrollar proyectos de alto impacto de hasta seis meses de duración.
- **Becas profesionales:** la empresa apoya el estudio de pre y postgrado de sus empleados, en una modalidad de financiamiento compartido.
- **Jóvenes Profesionales:** programa de desarrollo profesional orientado a jóvenes que son capacitados en Chile y también en Sudamérica.

INSTITUTO TELEFÓNICA EN CHILE

Oportunidades para el desarrollo de talento y empleabilidad de los trabajadores

La capacitación permite a los empleados alinearse con los objetivos de Telefónica para aumentar la calidad del empleo y la productividad. Las mejoras en la empleabilidad y el clima organizacional son las consecuencias más atesoradas por los empleados.

Nº horas totales de capacitación

2008: 208.116

2009: 232.225

2010: 266.055

Nº participantes en cursos del Instituto Telefónica en Chile

2008: 17.188

2009: 15.168

2010: 17.828

Cadena de proveedores

EC6 - HR2

NUESTRO NEGOCIO:
HACIA UNA OPERACIÓN SOSTENIBLE

¿Cuál es la visión de Telefónica?

En Telefónica impulsamos activamente la responsabilidad en nuestra cadena de suministro, tal y como se recoge en el compromiso y la política de la Compañía que definen la relación con los proveedores.

¿Cuáles son las prioridades en Chile?

La relación con proveedores es una de las prioridades estratégicas de la Compañía.

Hitos 2010

- Diseño de proyecto de transformación de Alta de Clientes 2011.

Estamos cambiando y cada día nos reinventamos para ser una empresa más cercana con nuestros clientes y la sociedad. Esto sólo lo lograremos de la mano de nuestros proveedores.

Mirada de Telefónica en Chile



Juan Parra H.
Director de Finanzas y
Control de Gestión

¿Cómo es la relación con las empresas proveedoras en Chile? ¿Por qué este es un tema relevante en nuestro país?

En Telefónica en Chile, los proveedores representan el 90% de los contactos y de la atención diaria, por lo que hemos tomado conciencia de su importancia en la satisfacción de los clientes.

Durante 2010 la relación con los proveedores se convirtió en una de las 10 prioridades estratégicas para la Compañía, lo que se traduce en la construcción de relaciones siempre beneficiosas para ambos.

¿Cuáles fueron los principales avances en 2010 en estas materias?

En 2010 se desarrolló el Proyecto Estratégico para mejorar la relación con los proveedores. Los temas claves que se abordan son la contratación,

el pago y la comunicación con ellos, e incluye a todas las áreas de Telefónica en Chile que contratan servicios. Adicionalmente se avanzó en la sostenibilidad económica de su negocio, queremos asegurar un nivel de rentabilidad para nuestros proveedores que les permita tomar desafíos importantes y de futuro. En 2010 diseñamos una nueva gerencia en Telefónica en Chile cuya misión será estudiar este tema.

¿Qué falta y qué haremos para mejorar?

Lograr que internamente todos entiendan la importancia del cliente para la empresa y el valioso rol que tiene el área de proveedores. Los principales espacios de mejora pasan por un cambio cultural interno para alinear más a los proveedores con la estrategia **bravo!** y mejorar más aún la comunicación y retroalimentación con ellos.

La relación con nuestra cadena de proveedores se ha transformado en una prioridad estratégica para toda la Compañía.

Queremos ser sus aliados estratégicos.

Relación con los proveedores

Proyecto Estratégico de Proveedores

En 2010 se dio un paso importante en la búsqueda de mejorar la relación con los proveedores, donde se centraron los esfuerzos para mejorar la relación con ellos en dos grandes temas: ajustar las prácticas con la visión de una relación que beneficie a ambas partes y, lograr un alineamiento con la estrategia **bravo!**, que busca poner al cliente en el centro del quehacer.

¿Dónde detectamos las mayores brechas?

Posterior a un proceso de diálogo con los proveedores de la empresa, se determinó que en el corto plazo se debe actuar sobre tres temas esenciales: el pago oportuno a proveedores, la comunicación y retroalimentación en relación a los pagos y, la comunicación y retroalimentación en otros temas que tiendan a mejorar la relación con los proveedores.

Como parte de este proyecto que integra a distintas áreas de la compañía (Tesorería, Contabilidad, Compras, Control de Gestión, Intervención y Áreas Usuarias), adicionalmente y en forma paralela se iniciará un proceso para aumentar el pago en línea a proveedores, disminuir las dudas e inquietudes relacionadas a los temas de pago en los proveedores, agilizar las etapas de contratación y compra.

¿Ha habido avances en el tema?

Comenzará un proceso para aumentar el pago en línea con el objetivo de disminuir las dudas y agilizar las etapas de contratación y compra.



Plazo de pago a proveedores

Existe el compromiso de la Compañía por reducir permanentemente nuestros plazos de pago, que se transforma en un desafío que considera la construcción, durante 2011, de un cuadro de mando con indicadores que nos permitan medir con precisión el plazo de pago, hacer seguimiento, entregar información a los proveedores y proponer mejoras a nuestros procesos internos que contribuyan a optimizar esta situación.

La empresa busca reforzar las licitaciones vía internet. En 2010 un 19% de los contratos fueron licitados a través de subasta electrónica.



Alineando visiones y buenas prácticas

En 2010 se implementó un nuevo modelo de gestión de Personas y relaciones laborales con los proveedores que permitirá gestionar:

- Una estructura alineada a la misión, principios, valores y estrategia de Telefónica.
- La creación de valor recíproca.
- Transferencia de las mejores prácticas laborales.
- Empresas especialistas en sus respectivas áreas de desempeño.
- Alta adaptación al cambio.
- Relaciones de largo plazo económicamente beneficiosas.
- Auditorías laborales anuales.
- Capacitación en gestión de personas.

Impacto de Telefónica en Chile como comprador 2010

Compras adjudicadas
US\$ 1.414 millones.

Contratos adjudicados
3.131.

Total proveedores
1.294 (89,4% locales).

Telefónica en Chile responde a sus grupos de interés

Si bien los plazos de pago a los proveedores han mejorado, ¿qué está haciendo la empresa en sus procesos para agilizar esto aún más?

La empresa ha acelerado los procesos de pago. Hemos detectado un atraso entre la aprobación del trabajo y la emisión de la factura del proveedor, por lo que nos planteamos acortar los tiempos y apoyar a las empresas en su gestión de cobranza.

¿Por qué el pago a proveedores es a 60 días y una vez que el trabajo está terminado?

Esto se debe al modelo de negocio de las telecomunicaciones, donde la Compañía invierte, luego presta el servicio y en un plazo muy superior cobra por este servicio a sus clientes. Este modelo de pagos se transfiere a los proveedores de la empresa.

Hitos 2010

- Puesta en marcha de la Oficina de Gestión Energética de Redes en Chile.
- Programa de reciclaje de residuos de planta.
- Conecta 2010, evento sustentable.
- Anfitriones del seminario "Educación para el Cambio Climático y la Eficiencia Energética".

¿Cuál es la visión de Telefónica?

Las nuevas tecnologías son claves para hacer un uso eficiente de los recursos naturales y reducir el impacto ambiental de sus instalaciones, a la vez que son la base de las soluciones que ofrece a sus clientes para ayudarles a ser más eficientes energéticamente y disminuir su incidencia en el cambio climático.

Para Telefónica, el medio ambiente y el cambio climático son un elemento más dentro de sus objetivos de negocio. Constituyen así un reto para la gestión interna, y además, suponen una oportunidad de negocio que permite desarrollar nuevos servicios.

¿Cuáles son las prioridades en Chile?

El aporte de las TIC al desafío del cambio climático y resguardar los impactos de la operación al medio ambiente, son los desafíos estratégicos para la empresa en Chile.

Mirada de Telefónica en Chile

¿Cuáles son los temas centrales para Telefónica en relación al medio ambiente?

En primer lugar, el aporte de las TIC para reducir las emisiones de CO₂ a través de la baja de traslados consecuencias de teleconferencias, telemedicina, audios, facturación electrónica, e-learning, trámites, etc.

En segundo lugar, tenemos que hacernos cargo de los impactos ambientales que generan nuestras operaciones. En edificios y oficinas corporativas podemos avanzar en reducir consumos de agua, papel y energía.

En cuanto a redes en 2010 dimos un gran paso a través de la Oficina de Gestión Energética de Redes, innovador órgano que ya ha logrado importantes resultados en eficiencia a través del uso de energías renovables no convencionales y optimización de procesos. En la gestión de residuos también hemos dado algunos pasos.

¿Qué falta por mejorar y qué haremos para lograrlo?

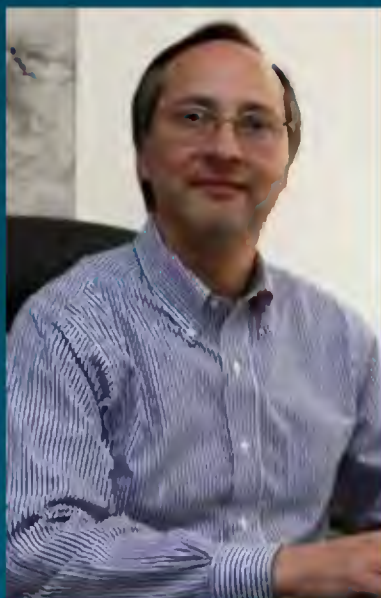
Para Telefónica la sostenibilidad es un modelo de gestión más que una meta. Como consecuencia, las oportunidades de mejora están vinculadas con la construcción de una cultura responsable con el ambiente en la

que todos contribuyamos a reducir las emisiones de CO₂ a través del uso masivo de las TIC.

En 2011 crearemos la Oficina de Cambio Climático de Telefónica en Chile, la cual coordinará la Oficina de Gestión Energética de Redes con las operaciones que se realizan en edificios y tiendas comerciales. A su vez, haremos iniciativas para invitar a los clientes a tener un comportamiento responsable con el entorno.

¿Qué está haciendo Telefónica en Chile para reducir la cantidad de torres móviles y minimizar su impacto urbanístico?

Estamos trabajando en cuatro focos: en primer lugar priorizamos la colocalización e instalación en azoteas en reemplazo de torres; como segunda acción firmaremos un convenio de roaming nacional con VTR y de OMV (Operador móvil virtual) con GTD para que ellos utilicen nuestras redes e instalen menos torres; una tercera tarea es dialogar con la comunidad, cada vez más nos involucramos con el entorno de las antenas para construir confianzas con los vecinos. Finalmente hemos participado activamente en la discusión de la ley, proponiendo alternativas técnicas para minimizar la instalación de nuevas torres.



Fernando Saiz M.
Director de Operaciones

Telecomunicaciones como parte de la solución al cambio climático

Estudios internacionales estiman que soluciones TIC podrían reducir en un 15% las emisiones totales de CO₂ en el mundo; las mismas fuentes han calculado que el sector TIC emite un 2% del CO₂.

Según el informe “SMART 2020. Hacia una economía baja en carbono en la Era de la Información”, las TIC pueden ayudar a reducir costes de hasta US\$ 870,8 millones en los sectores de edificación, transporte y logística.

Más información en: www.gesi.org/ReportsPublications/Smart2020/tabid/192/Default.aspx.

Frente a este desafío, Telefónica ha definido su estrategia de cambio climático al 2015, y ha delineado dos vectores de cambio y proyectos en cinco grandes áreas.

Vectores de cambio para la estrategia de cambio climático 2010-2015:

- Ingreso de nuevos productos y servicios que reducen la huella de carbono.
- Reducción de consumos consecuencia de adecuados planes de eficiencia energética.

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) pueden ser un aporte para disminuir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y así contribuir a disminuir el cambio climático.



Telefónica en Chile cuenta hoy con 65 sitios que autogeneran su energía a partir de fuentes renovables no convencionales.

Los estados de avance a diciembre del 2010, de cada uno de los proyectos que son parte de la estrategia de cambio climático-2015, son detallados a continuación.

¿Cómo aporta hoy Telefónica al cambio climático en cada una de las áreas definidas?

Operación Telefónica en Chile

La Oficina de Cambio Climático tiene como gran meta reducir el consumo eléctrico de Telefónica al 2015. Este objetivo apunta a una baja en el consumo de la red de 30% (kWh/acceso equivalente)¹ y de un 10% el consumo energético en oficinas (kWh/nº de empleados). Para alcanzar estos logros, la empresa cuenta con dos nuevos organismos:

- **Oficina de Gestión de Recursos en Edificios Administrativos y Comerciales:** deberá generar una cultura de eficiencia, auditoría energética en edificios, entre otras iniciativas, a partir de su creación en 2011.

- **Oficina de Gestión Energética de Redes:** en 2010 generó ahorros estimados en 3,4 millones de kWh, con una reducción estimada en la generación de CO₂ de 1.302 toneladas, donde adicional a los planes ejecutados en 2009 se suma la reducción por generación propia de energía eléctrica, en sitios de transmisión móviles, a partir de Energías Renovables No Convencionales.

Energías renovables en la red
Gracias a la Oficina de Gestión Energética de Redes, Telefónica en Chile cuenta hoy con 65 sitios que autogeneran su energía a partir de fuentes renovables no convencionales. Estos sitios son totalmente confiables en su funcionamiento y ayudan a reducir la huella de carbono de la Compañía. Han sido ubicados principalmente en zonas geográficamente aisladas o de difícil acceso.

Estudio sobre la contribución de las TIC al cambio climático

Telefónica participó en el desarrollo del estudio, realizado en conjunto con las organizaciones internacionales ITU y GESI. El documento "Uso de las TIC para afrontar el cambio climático" fue presentado en la Cumbre de Cambio Climático COP 17 en Cancún, México.



Para acceder a más información del estudio visite el siguiente web: www.itu.int/ITU-T/climatechange/itu-gesi-report.html

Principales proyectos de eficiencia energética y su impacto y ahorros de energía generados

Proyecto	% Ahorro
Energías Renovables No Convencionales (ERNC), eólica y solar, para autogeneración en antenas de telefonía móvil	> Aporte de 21 mil kWh de energía renovable por sitio
Revisión de equipos de climatización	> 20% de ahorro con respecto al consumo del equipo
Automatización Iluminación salas técnicas	> Entre un 20 y 40% de ahorro en consumo por iluminación
Reemplazo de balizas convencionales por balizas LED	> Superior al 70% de ahorro
Reemplazo de equipos de aire acondicionado en equipos electrónicos (Free Cooling)	> 10 a 30 % ahorro consumo sitio
Modernización en antenas de celulares de los sistemas de energía	> 10 a 30 % ahorro consumo sitio

¹ Acceso equivalente: corresponde a la suma de los principales accesos/conexiones, ponderados por el consumo relativo de potencia. Los objetivos se han fijado como porcentaje de mejora respecto de la medición del año 2007.

CONECTA Primer evento tecnológico masivo sostenible en Chile

Conecta 2010 trajo a Chile lo último en tecnología, espacio ideal para innovar y difundir prácticas sostenibles relacionadas con el medio ambiente y la sociedad.

Se midió y neutralizó la huella de carbono de Conecta, emitiendo 134 toneladas de CO₂, y neutralizándolas mediante la compra de Reducciones Certificadas (Créditos de Carbono), gestión realizada por Fundación Chile.

El evento contó con la participación del experto en cambio climático Rodrigo Jordán, quien expuso sobre los efectos de dicho fenómeno en Groenlandia.

CONECTA 2 0 1 0

- **Punto limpio:** depósitos diferenciados para poder reciclar del evento. Se logró reciclar: 50 kilos de latas, 100 kilos de papel, 50 kilos de plástico, 200 kilos de vidrio.
- **Reciclaje de móviles:** se instaló un buzón de Nokia para cambiar celulares en desuso por póleras.
- **Promoción de fuentes de energía renovables:** se tuvo en demostración una bicicleta que carga un celular y cargadores solares de celulares. También se exhibió el auto oficial de Conecta 2010: el híbrido Honda Civic Hybrid.



Seminario “Educación para el Cambio Climático y la Eficiencia Energética”

Telefónica en Chile acogió en octubre, a seis expositores expertos en cambio climático, investigadores chilenos y miembros del panel intergubernamental de cambio climático y galardonados con el premio Nobel de la Paz en 2007, junto a expertos en derecho ambiental, eficiencia energética, y educación para el cambio global.

Nº visitas web*

2009: 40 millones

2010: 48 millones

Clientes y sociedad

Soporte a otros servicios: a través de nuestros negocios contribuimos a que otros sectores como la banca y salud reduzcan sus emisiones de CO₂, objetivo que también logramos con nuestros servicios virtuales como telepresencia, salas de telemedicina y Cloud Computing.

Interacción electrónica con el cliente

Interacción vía web e información on line: la interacción con clientes a través de la web (sitio de la empresa o redes sociales) también reduce los traslados de los clientes.

Facturación electrónica: la reducción en el uso de papel, tintas y otros recursos son parte de los beneficios de la facturación electrónica. La empresa busca reforzar la facturación vía internet; en 2010 un 38% de las facturas fueron enviadas en forma electrónica, superior al 27% del año anterior.

Empleados

Cultura de eficiencia en el uso de los recursos: durante 2010 no se registraron avances en este punto, pero en 2011 se iniciará un programa de cambio cultural para la gestión eficiente de los recursos acompañado de una actualización en el equipamiento e infraestructura de la empresa.

Proveedores

Compras bajas en carbono en equipos de red y sistemas: la Oficina de Gestión Energética de Redes incorporó criterios de eficiencia energética en las compras de productos y servicios. Adicionalmente, se avanzó en la recolección de información sobre consumos energéticos en equipos de red y climatización en las instalaciones de Telefónica en Chile.

Facturación Electrónica

2009: 27%

2010: 38%

* La cifra para el año 2009 incluía minisitios y reflejaba visitas a los sitios web de la operación fija y móvil en forma separada. El indicador 2010 no incluye visitas a los minisitios, y refleja visitas al sitio web unificado www.movistar.cl

Gestión de impactos ambientales

La huella ambiental de las empresas de telecomunicaciones es más baja en comparación a otros sectores. Sin embargo, Telefónica se hace cargo de estos cuatro aspectos:



EFICIENCIA EN EL USO DE LOS RECURSOS

Los principales recursos que utiliza Telefónica en Chile son energía eléctrica, agua y papel.

La mejora de la eficiencia energética interna y la generación de energía a partir de fuentes renovables no convencionales permitieron aminorar el alza generada en el consumo de electricidad en 2010, producto del mayor tráfico de telefonía en la red de la empresa (a medida que aumenta el tráfico, aumenta el consumo de electricidad).

Si bien el agua es un bien escaso, la actividad de Telefónica no está ligada a su consumo en forma directa y, por tanto, las acciones de la compañía se centrarán en 2011 en impulsar buenas prácticas en su consumo y la instalación de dispositivos de ahorro. En 2010 no se realizó gestión para disminuir el consumo de agua y papel.



Mayor detalle de la estrategia de cambio climático en página 51.

Consumo de electricidad¹
2009: 213.555,3 MWh
2010: 224.145,5 MWh

Consumo de agua²
2009: 342.827 m³
2010: 384.717 m³

Consumo de papel³
2009: 79,6 ton
2010: 1.090,5 ton

GESTIÓN DE RESIDUOS

Este aspecto Telefónica lo desarrolla a través de dos programas:

- **Programa de reciclaje integral:** gestiona los residuos sólidos industriales peligrosos y no peligrosos generados en planta, fomentando el reciclaje y la reutilización en la Compañía. Incorpora residuos no peligrosos, molienda de cables eléctricos, fundición de metales no ferrosos y desarme de equipos y estructuras, buscando asegurar su disposición final.

Adicionalmente se gestiona el destino final de los computadores utilizados en la empresa.

IMPACTO AMBIENTAL Y VISUAL DE SU RED

Para minimizar el impacto de nuestra infraestructura (estaciones base y cableado) evaluamos cómo ésta afecta al paisaje desde dos puntos de vista: ambiental y visual, especialmente si las instalaciones están en áreas naturales o patrimonio protegido.

Entre las líneas de acción destacan:

- Búsqueda de las mejores localizaciones y realización de estudios de impacto ambiental.
- Consideración de criterios paisajísticos y ambientales.
- Utilización de infraestructuras existentes para aprovechar alturas.
- Aplicación de técnicas avanzadas para minimizar el impacto visual.
- Uso compartido de espacios e infraestructuras con otros operadores.

¹ El valor para el año 2009 no coincide con la cifra publicada en el Informe de RC 2009, ya que posterior a la publicación de dicho Informe, se realizó una verificación externa por parte de la empresa Aenor, haciendo variar la cifra de consumo.

² La cifra para el año 2009 no coincide con la publicada en el Informe de RC 2009, dado que se cambió la base de cálculo, incluyendo el consumo de la operación móvil en la cifra de consumo 2009.

³ El aumento en la cifra de consumo en el año 2010 se debe a que se incorpora el consumo de papel del área de marketing de la Compañía. Además, cambió el criterio del papel usado en facturación.
La cifra para el año 2009 no coincide con la publicada en el Informe RC 2009, dado que se cambió la base de cálculo.

EMISIONES ACÚSTICAS

Desde la planificación de las instalaciones la compañía gestiona los posibles ruidos considerando la legislación ambiental chilena y los criterios aconsejados por la Organización Mundial de la Salud.

A su vez, las instalaciones de red de telefonía móvil deben medir la potencia de emisión de campos electromagnéticos. Durante el 2010 se discutió la eficiencia de realizar mediciones periódicas de densidad de potencia, a todo el parque de antenas de la industria móvil, tal como lo estableció el protocolo de mediciones de la Subsecretaría de Telecomunicaciones. Producto de este estudio se determinó que sólo era necesario realizar mediciones a una muestra representativa de las antenas instaladas, proceso que se debiera llevar a cabo durante los primeros meses del 2011. Como consecuencia, durante el 2010 no se realizaron mediciones.

Nº estaciones base
compartidas con otras
compañías*
2009: 48
2010: 476

Nº emplazamientos con
medición de ruido
2009: 5
2010: 4

Nº emplazamientos con
medición de emisión de
campos electromagnéticos
2009: 1.810
2010: 0



* La cifra para el año 2009 sólo incluye a la operación móvil, en cambio la cifra 2010 incluye tanto la operación móvil como fija.

Regulación, ética e integridad

2.6 - 4.1 - 4.6 - IO07 - PA10

Hitos 2010

- La Compañía se ha preparado para el nuevo escenario que traerá la portabilidad numérica, lo que significará: cumplir con las normas del regulador; aumentar las inversiones en sus redes; cambiar sistemas; y preparar las plataformas comerciales para mantener a sus clientes y recibir a todos los que se quieran sumar a la empresa.
- Existe un proyecto de ley en curso por parte de la autoridad, que define las exigencias para la instalación de infraestructura que soporte antenas de telecomunicaciones (colocalización).

¿Cuál es la visión de Telefónica?

Los Principios de Actuación son la directriz de comportamiento ético de la Compañía en su relación con sus grupos de interés; se aplican a empleados propios y de empresas proveedoras de servicios.

Telefónica adopta conductas respetuosas, tanto con sus competidores como con el propio mercado, con el objetivo último de garantizar el bienestar de los consumidores. Para ello se somete a los diversos marcos regulatorios y a la regulación horizontal de competencia.

¿Cuáles son las prioridades en Chile?

- Resguardar la aplicación de los Principios de Actuación.
- Formar tanto a trabajadores propios como de empresas proveedoras de servicios en estos Principios.
- Resguardar el cumplimiento de la regulación y normas legales.
- Prepararse para el nuevo entorno competitivo con la portabilidad numérica y el ingreso de nuevos operadores móviles.

Mirada de Telefónica en Chile

¿Cómo se resguardan las conductas éticas en la compañía?



Javier De Miguel Del V.
Director de Auditoría Interna e Intervención

El principal aspecto en una sociedad es la convicción que debe guiar a todos sus integrantes, la que debe plasmarse en un marco de referencia sobre las conductas de los empleados. En Telefónica, ese contexto son los Principios de Actuación que requieren de un modelo organizacional en el que existan unidades que diseñen los procesos operativos y ejecuten los controles con la intensidad, periodicidad y suficiencia necesaria. A su vez, también debe existir una unidad independiente que supervise y verifique el funcionamiento del sistema proponiendo medidas para superar las deficiencias o fallas detectadas.

¿Cuáles son los mecanismos para que los empleados o cualquier persona externa informen conductas no éticas?

Existe un canal de denuncias corporativo, disponible en la página

web de la empresa, que resguarda el anonimato de la persona, si así lo quisiese.

¿Cuáles son los desafíos en materia de la aplicación de estos Principios?

Profundizar la promoción de estos Principios en los proveedores de servicios y socios de negocios, y una mayor difusión de los canales que tienen disponibles para sus reclamaciones.

Pasando a otras materias, ¿cómo se establecen las tarifas y se resguardan los derechos de los clientes?

Las empresas de telecomunicaciones en Chile están afectas a un marco regulatorio y son supervisadas por la Superintendencia de Telecomunicaciones. Esta resguarda el acceso de la ciudadanía a los servicios de telecomunicaciones a una calidad y precios adecuados. Las tarifas se fijan según la ley de la oferta y la demanda, con excepción de los cargos de acceso que son regulados por la autoridad.

La política impulsada por el Gobierno de "banda ancha para todos" y la incorporación de nuevas tecnologías, van a acelerar la discusión sobre las aplicaciones que benefician a todos los chilenos y es, en ese contexto, que Telefónica en Chile quiere aportar con soluciones claras y tangibles.

A lo anterior, se suman los cambios en el mercado con la promulgación de las normas de portabilidad numérica fija y móvil, así como con el ingreso de nuevos operadores móviles; con ello el panorama se revitalizará.

Tarifas y cumplimiento de la regulación

¿Cómo opera la regulación de la operación de empresas de Telecomunicaciones en Chile?

La regulación se enmarca en la Ley N° 18.168, Ley General de Telecomunicaciones (LGT) y sus normas complementarias, cuya aplicación y control los realiza el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, a través de la Subsecretaría de Telecomunicaciones.

¿Cómo se establecen las tarifas?

Según el principio de la Ley General de Telecomunicaciones, los precios se establecen libremente, excepto en algunos servicios.

¿Cuál es la tendencia en el precio de los servicios de banda ancha y telefonía móvil?

La tendencia es hacia la baja sostenida producto del fuerte dinamismo y competitividad del mercado.

¿Cómo está abordando Telefónica en Chile la colocalización de antenas?

La Compañía ha implementado distintas modalidades de colocalización, facilitando

a otros operadores algunas de sus torres, así como solicitando también espacios en torres de operadores de la competencia. Actualmente está en curso un proyecto de ley (segundo trámite constitucional) que regula la instalación de infraestructura de telecomunicaciones. Específicamente, entre otras materias, obligaría a obtener un permiso municipal y a realizar obras de mitigación en el entorno cercano a la instalación. Además, el proyecto en su estado actual, propone la colocalización tanto en la infraestructura nueva como en el parque de torres ya instalado en aquellas zonas que se definan como "saturadas de instalaciones".

Portabilidad numérica

¿Qué es?

Es uno de los hechos más relevantes en la última década en el sector que le otorga el derecho a los usuarios de ser propietarios de su número telefónico fijo y móvil para que elijan a su proveedor de servicios.

¿Cuándo entra en vigencia?

Se espera entre en vigencia en el segundo semestre de 2011. A fines de 2010 se promulgó la ley de portabilidad, cuyos detalles estarán contenidos en el reglamento que está en proceso de aprobación. Actualmente la portabilidad ya es una realidad en Estados Unidos, algunos países de Europa, Asia y América Latina.

Consecuencias

Aumento del nivel de competencia entre las compañías en tarifas y calidad de los servicios.

¿Qué está haciendo Telefónica en Chile?

- Comprometer mayores inversiones en sus redes.
- Cambiar los sistemas y preparar sus plataformas comerciales.
- Reforzar la cultura de innovación para contar con las mejores ofertas de servicio y calidad.

Telefónica en Chile responde a sus grupos de interés

LEY DE ANTENAS Y COLOCALIZACIÓN

¿Qué les parece que se retire del proyecto el carácter retroactivo de la colocalización obligatoria de antenas?

La colocalización es un tema secundario en esta discusión, nuestra principal preocupación es que no se paralice el sector y que las empresas puedan seguir instalando infraestructura para soportar el gran crecimiento que representa y representará la banda ancha móvil.

¿En qué medida esto puede afectar o favorecer el desarrollo de las telecomunicaciones?

La colocalización existe, y como en todas partes del mundo, de forma voluntaria. No creemos que sea necesario regular algo que ya funciona. Lo realmente importante es que se permita seguir desarrollando infraestructura, y así como las redes fijas necesitan seguir instalando fibra óptica, las redes móviles necesitan seguir instalando antenas. Creemos que esto es viable hacerlo de forma que tenga los menores impactos urbanísticos posibles.

Independiente de este proyecto ¿ustedes están dispuestos a compartir sus redes? ¿Por qué?

Telefónica en Chile actualmente comparte infraestructura con la mayor parte de los operadores y no vemos razón para que eso no siga siendo así. Estamos abiertos a explorar acuerdos que sumen valor al negocio e incluso a despliegues compartidos de infraestructura.

TARIFAS

¿Es real que las tarifas de banda ancha son más caras que en los países desarrollados?

Eso no es efectivo. De hecho el precio en Chile es un 4% más barato que el promedio de los países de la OECD en dólares nominales¹. Hay que considerar que el precio de banda ancha, que no está regulado por el gobierno, es un precio de mercado, es decir, es fijado por la oferta y demanda. Chile es un mercado altamente competitivo; lo que se traduce en beneficio para los usuarios.

¹ Fuente: OECD Broadband statistics (oecd.org/sti/ict/broadband).

Los Principios de Actuación son la directriz de comportamiento ético de los empleados de Telefónica en todas sus operaciones en el mundo.

Ética y gobierno corporativo

Ética

La Oficina de Principios de Actuación, que funciona en todos los países en donde la compañía está presente, resguarda la aplicación de estos Principios y la adecuada formación de los empleados.



Información de detalle sobre estos Principios se encuentra en sección 3.1 Estrategia y Principios de Actuación en pág. 25.

Gobierno corporativo

Tras la unificación de marca, la estructura legal de Telefónica en Chile, bajo el nombre de Compañía de Telecomunicaciones de Chile S.A. (Telefónica Chile S.A.) y Telefónica Móviles Chile S.A. se mantuvo, así como también la administración independiente de los directorios de ambas sociedades anónimas.

TELEFÓNICA CHILE S.A.

Propiedad: el accionista controlador de Telefónica Chile es la sociedad chilena Telefónica Internacional Chile Ltda. que, al 31 de diciembre de 2010, mantenía una participación, directa e indirecta, de 97,89%, a través de su filial Inversiones Telefónica Internacional Holding Ltda.

Los socios de Telefónica Internacional Chile Ltda. son Inversiones Telefónica Móviles Holding Limitada, con un 99,99999%, y Telefónica Móviles Soluciones y Aplicaciones S.A., con un 0,00001%, ambas controladas en un 100% por Telefónica S.A. Esta corporación española de telecomunicaciones es una sociedad anónima abierta cuyas acciones son transadas en distintas bolsas de valores de Europa, América y Asia. Su propiedad está muy diluida, siendo los accionistas con participaciones más significativas el BBVA, con un 5,54%, la Caixa, con un 5,17% y Blackrock Inc., con 3,9%.

Directorio: la administración de la empresa se ejerce a través de un directorio, compuesto por siete integrantes titulares y sus respectivos suplentes, que son elegidos en la Junta Ordinaria Anual de Accionistas. El actual Directorio de Telefónica Chile fue elegido por un período de tres años, en Junta Ordinaria celebrada el 20 de abril de 2010.

Comité de Directores: en la sesión de fecha 23 de marzo de 2010, se acordó el término del Comité de Directores, cuyas funciones y responsabilidades fueron asumidas por el mismo Directorio desde esa fecha. Lo anterior en consideración a que la Compañía no estaría obligada a tener dicho Comité de acuerdo con los requisitos establecidos en la Ley de Gobiernos Corporativos.

Comité de Auditoría: el 15 de noviembre de 2009, Telefónica Chile se desregistró de la Securities and Exchange Commission de EE.UU. (SEC), terminando así con sus obligaciones de información y cumplimiento de la Ley Sarbanes Oxley, la cual exigía la constitución de un Comité de Auditoría. Dado lo anterior, el Directorio, en sesión de fecha 20 de abril de 2010, acordó el cese del Comité de Auditoría, a partir de esa fecha, y la asunción de dichas responsabilidades.

Manual de Manejo de Información de Interés para el Mercado: en el marco de las adecuaciones realizadas por la compañía por la entrada en vigencia de la Ley de Gobiernos Corporativos, en sesión de Directorio de fecha 23 de marzo de 2010, se aceptó la actualización del "Manual de Manejo de Información de Interés para el Mercado", que fuera aprobado el 22 de mayo de 2008. Este Manual actualizado, que se encuentra a disposición del público en el sitio web de la compañía, contiene las políticas y normas internas referidas, tanto a la información que será puesta a disposición de los accionistas y del mercado, como

los sistemas implementados para garantizar que dicha información sea comunicada oportunamente a quienes corresponda.



Información de detalle sobre el gobierno corporativo de la compañía en Telefónica Chile S.A.: Memoria Anual 2010, disponible en www.telefonicachile.cl/inversionistas/memoria-anual/

TELEFÓNICA MÓVILES S.A.

Propiedad: Telefónica Móviles Chile S.A. es una sociedad anónima cerrada sujeta voluntariamente a la fiscalización de la Superintendencia de Valores y Seguros. Sus principales accionistas son: Inversiones Telefónica Móviles Holding Limitada (99,99999% del total de acciones), y Telefónica, S.A. (0,00001% del total). La primera compañía, pertenece a Telefónica S.A.

Directorio: el actual Directorio de Telefónica Móviles Chile S.A. está compuesto por cinco integrantes, los que fueron elegidos en la Junta Extraordinaria de Accionistas el 24 de mayo de 2010, por un período de tres años.

Manual de Manejo de Información de Interés para el Mercado: al igual que en Telefónica Chile S.A. y dada la entrada en vigencia de la Ley de Gobiernos Corporativos, en sesión de Directorio, de fecha 18 de marzo de 2010, se aprobó la actualización del “Manual de Manejo de Información de Interés para el Mercado”, que fuera aprobado el 25 de junio de 2009.



Información de detalle sobre el gobierno corporativo de la compañía en Telefónica Móviles S.A.: Memoria Anual 2010, disponible en www.telefonicachile.cl/telefonica-moviles/pdf/Memoria_Anual2010.pdf

Telefónica en Chile responde a sus grupos de interés

ANTENAS INSERTAS EN LAS CIUDADES
A menudo las antenas de telecomunicaciones son visualmente molestas y más aún para quienes colindan con ellas, ¿qué opina la Compañía al respecto?

Si bien entendemos que pueden generar molestias, las antenas se han vuelto cada día más necesarias, sobre todo después del terremoto. La solicitud de la ciudadanía es que amplíemos cada vez más nuestras áreas de cobertura; cuestión que se hace más recurrente cuando suceden eventos tan dramáticos como lo fue el terremoto, en donde la necesidad de conexión pasa a ser un imperativo para los vecinos de las diversas localidades. Eso sólo lo podemos hacer a través de las antenas.

CABLEADO DE EDIFICIOS Y CONDOMINIOS
En muchos edificios los habitantes están obligados a contratar a una determinada compañía de telecomunicaciones. ¿Cuál es la posición de Telefónica en Chile al respecto?

Es importante que los clientes puedan elegir al operador que preste las mejores alternativas de servicios y precios de acuerdo a sus necesidades, ya que para que el mercado funcione, los clientes deben tener varias alternativas. El cliente no está obligado a contratar al operador que ha realizado el cableado. El punto es que probablemente para otros operadores no es atractivo realizar las inversiones.

SERNAC FINANCIERO PARA FISCALIZAR A LAS TELECOMUNICACIONES
¿Qué opina la Compañía respecto del anuncio del Gobierno que incorporará la fiscalización al sector de telecomunicaciones el propuesto SERNAC Financiero?

Todo lo que ayude a mejorar los servicios es bienvenido. La compañía siempre ha tenido una genuina disposición en resolver los problemas de los clientes. Telefónica en Chile ha logrado una mejora sostenida en resolución de reclamos ante el SERNAC; hoy cuenta con una plataforma completamente dedicada que permite que el 100% de los casos que recibimos sean atendidos en un plazo máximo de 10 días.







05

NUESTRO APORTE A LA SOCIEDAD: COMUNICACIÓN PARA UNA MEJOR CALIDAD DE VIDA

Pág.

- | | |
|-----------|---|
| 62 | 1 Acceso y uso responsable de las TIC |
| 66 | 2 TIC al servicio del bienestar de los chilenos |
| 72 | 3 Compromiso social |

Acceso y uso responsable de las TIC

ENFOQUE DE GESTIÓN - 1.2 - EC8 - EC9 - S01 - PA01 - PA02 - PA04 - PA05

Hitos 2010

- En 2010 concluye exitosamente el programa Puentes de Comunicación que conectó a los más de 20 mil habitantes de 28 localidades remotas del país.
- Lanzamiento del programa piloto Conectados con mi País, en alianza con Un Techo para Chile, que en 2010 permitió a casi 50 familias de escasos recursos tener un notebook con internet móvil en su hogar.
- Generaciones Interactivas: Se encuestó a 38 colegios acerca del uso de las TIC por parte de niños y jóvenes.

¿Cuál es la visión de Telefónica?

Impulsar iniciativas de inclusión digital basadas en las TIC para incrementar la igualdad de oportunidades y mejorar la calidad de vida.

Las TIC son fundamentales para la educación, las relaciones, el ocio y, en definitiva, el desarrollo de la infancia y la juventud. De ahí la importancia de fomentar un entorno en el que los menores puedan usarlas de forma segura; como también prevenir amenazas que perjudican a empresas y usuarios, es un reto para Telefónica.

¿Cuáles son las prioridades en Chile?

Acceso: impulsar proyectos basados en las TIC que fomenten el acceso a las telecomunicaciones de personas en riesgo de exclusión social, es decir, que viven en zonas alejadas o que poseen un nivel adquisitivo limitado.

Uso responsable de las TIC: el objetivo es que los usuarios, en particular, los menores de edad, puedan aprovechar al máximo las posibilidades que ofrece una vida digital y evitar cualquier riesgo.

Mirada de Telefónica en Chile



Ramiro Lafarga B.
Director Comercial

¿Cuáles son las prioridades de la empresa para acortar las brechas de inclusión digital en Chile y para fomentar el uso responsable de las Tecnologías de la Información?

Como Compañía inserta en la sociedad nos hemos alineado a la Agenda Digital del Gobierno que plantea "Promover el desarrollo del país hacia una sociedad del conocimiento a través del fomento del uso de aplicaciones y contenidos digitales", objetivo totalmente coherente con la misión de Telefónica.

Queremos poner a disposición de la sociedad nuestra capacidad y programas de inversión social para acortar las brechas presentes en el país (geográfica, educacional, en salud, justicia, en eficiencia energética y social).

En cuanto al fomento del uso responsable de las TIC, nos preocupa principalmente la seguridad de los niños, y el desarrollo de herramientas disponibles a los padres para evitar que los menores puedan acceder a contenidos para adultos.

¿Cuáles son los desafíos en estas materias para los años futuros?

Los desafíos los podemos resumir en un lineamiento de Telefónica: queremos ser socios estratégicos de Chile. Esto significa asumir una meta constante, un estilo de gestión orientado a que el país acelere su camino al desarrollo y que cuente con Telefónica para ello. Nuestra historia es una muestra concreta de que cumplimos nuestros compromisos y en los años futuros mantendremos esa línea.

28 localidades remotas de Chile se conectaron a las TIC entre 2006 y 2010, beneficiando a más de 20 mil personas.

Acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)

Inclusión digital en los lugares remotos del país (brecha geográfica)



• PUENTES DE COMUNICACIÓN

Objetivo: Llevar cobertura de telefonía móvil a zonas aisladas del país.

Aliados: Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones y comunidades locales.

Plazo: 2006 - 2010.

Hito 2010: instalación de la radio base 28 en la localidad de Huanta, cercana al límite con Argentina en la IV Región.

Inversión Movistar 2010: US\$ 84.935.

Innovación: el programa se diseñó para instalar nueve antenas, pero gracias al Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones, se instalaron antenas de servicio móvil en otras 19 localidades remotas del país.

Inclusión digital en los sectores socioeconómicos bajos (brecha económica)

Telefónica en Chile innova permanentemente para desarrollar modelos de negocios sostenibles, que apuntan a que más personas accedan a las ventajas de las comunicaciones.

• PRODUCTOS Y SERVICIOS DE TELEFONÍA FIJA Y MÓVIL PARA TODOS

Líneas fijas de prepago y control: que facilitan a los usuarios tener teléfono fijo al permitirles controlar el gasto de sus facturas. Esto se suma a las líneas de telefonía fija inalámbrica de bajo costo.

Servicios móviles de prepago y control: Movistar fue pionero en la industria al lanzar el modelo Salta, que permite a las personas de menores recursos económicos, migrar desde la modalidad de prepago a un plan, otorgándoles días para completar la recarga, y ofreciéndoles anticipadamente una cantidad para que los puedan consumir libremente.

Recarga electrónica: facilita las recargas al permitir que las personas las realicen en diferentes puntos y con mayor seguridad, en particular, aquellas de menores recursos.

• MASIFICACIÓN DE BANDA ANCHA

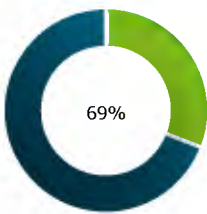
La Compañía sigue avanzando en conjunto con la industria y el gobierno, para mejorar el acceso a banda ancha en el país. Hoy un 10% de los 2,5 millones de hogares de los grupos socioeconómicos más desfavorecidos (GSE D y E) no tienen acceso (internet, banda ancha, etc.), y Telefónica en Chile se ha propuesto contribuir también ahí.

Telefónica en Chile busca participar en la construcción de una sociedad inclusiva, incrementando el acceso a las telecomunicaciones de todos los chilenos, acortando las brechas geográficas y económicas.

45% de los usuarios de banda ancha fija en el país, acceden a través de Telefónica en Chile.

Indicadores de Acceso a las TIC a través de Telefónica en Chile en 2010

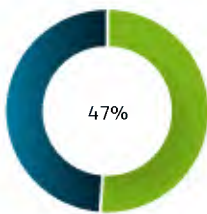
A nivel nacional



69% de los hogares en Chile disponen de telefonía fija de Telefónica.*

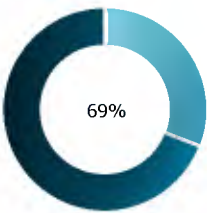


46% de hogares con telefonía móvil de Telefónica.*

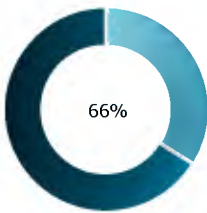


47% de hogares con acceso a banda ancha de Telefónica.*

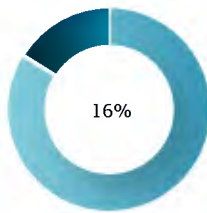
Brecha geográfica: hogares en zonas rurales



69% de cobertura en telefonía fija de Telefónica en zonas rurales.*

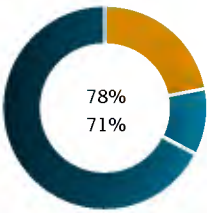


66% de cobertura en telefonía móvil de Telefónica en zonas rurales.*

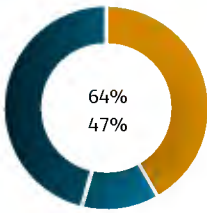


16% de hogares en zonas rurales con acceso a internet de Telefónica.*

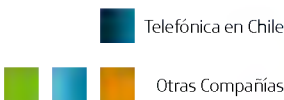
Brecha económica: hogares de menores recursos (GSE D y E)



78% de hogares de los GSE D y 71% en GSE E acceden a telefonía fija a través de Telefónica.*



47% de hogares en los GSE D y 64% en GSE E con telefonía móvil.*



* Extraído de Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Subtel - Dic 2009. La Encuesta 2010 no está disponible aún en Subtel al cierre de esta edición.



• CONECTADOS CON MI PAÍS UN TECHO PARA CHILE

A fines de 2009 comenzaron las conversaciones entre la Compañía y el Centro de Innovación de Un Techo Para Chile para facilitar el acceso a las TIC de segmentos de bajos ingresos que estuvieran desatendidos, entregando conectividad para cambiarle la vida a las personas, a través de negocios sostenibles.

En 2010 se realizó un piloto con casi 50 familias, en conjunto con las cuales se diseñó una solución integral consistente en:

- Un Netbook conectado a banda ancha móvil para cada hogar, a través de acceso a crédito sin intereses con la colaboración del Banco Interamericano del Desarrollo.
- Alfabetización digital y manejo de aplicaciones de Office, principalmente para los adultos. En esto se trabajó en conjunto con Microsoft y Fundación Vida Rural.
- Desarrollo de un portal de contenidos útiles como búsqueda de empleo, toma de horas en consultorios, etc.

• INICIATIVAS DE INCLUSIÓN DIGITAL EN ESCUELAS Y LICEOS

La Compañía desarrolla diversas iniciativas en este ámbito, entre las que se cuentan la Red Enlaces, Internet Educativa, Aulas Fundación Telefónica y Educared.



Mayor detalle de estas iniciativas de inclusión digital en Educación, sección 5.2. Ver página 67.

Las nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) son una herramienta esencial en la vida moderna.

Uso responsable de las TIC

Telefónica en Chile gestiona que el acceso a las TIC se haga con seguridad, responsabilidad y evitando malos usos, en especial entre los menores. El objetivo es que las personas puedan aprovechar al máximo las posibilidades que ofrece una vida digital. Para contribuir a ello, se ha desarrollado una estrategia basada en cuatro áreas de acción: autorregulación, productos y servicios específicos, educación y alianzas estratégicas.

Autorregulación

- **Normativa Interna para la Provisión de los Contenidos para Adultos:** apunta a estandarizar el tratamiento que se le da a estos contenidos en los distintos servicios que ofrece.
- **Alianza Contra la Pornografía Infantil:** sumándose a la alianza promovida por la Asociación Mundial de Operadores Móviles (GSMA por su sigla en inglés), la Compañía trabaja en todos los países para hacer realidad el bloqueo de este tipo de contenido en sus redes.

Productos y servicios

- **Control Parental:** incluido para todos los usuarios de televisión digital. Funciona bloqueando canales o la programación de una señal a través de la clasificación de dicho contenido. Se debe programar en cada uno de los decodificadores del hogar.
- **Protección Familiar:** puede ser contratada por los usuarios de Internet. Bloquea o monitorea la mensajería instantánea, clasifica destinatarios seguros y desconocidos, filtra la publicación de información personal en redes sociales y graba información cuando estos parámetros se infringen. Además, permite controlar el acceso a contenidos no deseados, restringir las ventanas de publicidad emergente y los tiempos de conexión.

- **Control en Portal Navegación Móvil Movistar:** disponible en wap.movistar.cl; la sección "adulto" del Portal se regula a través de autorización del usuario y no contiene sexo explícito. También el acceso a Google desde el portal está moderado.

Educación

Generaciones Interactivas: es un programa de Telefónica a nivel global cuyo objetivo es sensibilizar y formar a la sociedad en el buen uso de las TIC. En ese contexto, se realizó el segundo estudio sobre el uso de las TIC de niños y adolescentes a nivel iberoamericano y el impacto que este está teniendo en sus relaciones sociales y familiares, con los consecuentes retos para la educación. La encuesta 2010 aplicada en Chile incluyó a 38 establecimientos educacionales y abarcó a 1.631 personas.

Alianzas estratégicas

Convenio de cooperación con la Federación de Centros de Padres (Fedepadres), con quienes colaboramos para educar a la comunidad escolar y a líderes educacionales sobre el uso de la tecnología. El acuerdo también tiene como objetivo promover los programas de Fundación Telefónica referidos a las TIC a la educación y Generaciones Interactivas.

Los mismos fines buscamos con el **Convenio de Cooperación con la Corporación Nacional de Colegios Particulares Subvencionados (Conacep),** quienes tienen como socios a 500 sostenedores de 800 colegios particulares, tanto subvencionados como pagados.

TIC al servicio del bienestar de los chilenos

ENFOQUE DE GESTIÓN - S01 - PA01 - PA02 - PA03 - PA06 - TA02 - TA03

Hitos 2010

- Cumplimiento del compromiso de completar 22 Aulas Fundación Telefónica en escuelas Proniño e inauguración adicional de la primera Aula Hospitalaria.
- Lanzamiento del piloto de tres salas de Telemedicina en el contexto del programa eHealth.
- Reposición del 98% de la red, 15 días después del terremoto del 27 de febrero de 2010.

¿Cuál es la visión de Telefónica?

La innovación social permite desarrollar iniciativas vinculadas a la actividad de una Compañía y que, al mismo tiempo, tienen un impacto positivo en la sociedad. Mientras que para los beneficiarios estas acciones resultan un apoyo, a la empresa que las promueve le permiten acceder a nuevos nichos de mercado que quizás no están correctamente atendidos.

¿Cuáles son las prioridades en Chile?

Nuevos negocios en los que pueda aportar valor a la sociedad, a través de las TIC, en ámbitos que mejoren la calidad de vida de todos los chilenos.

Generar alianzas con otras compañías del sector para el desarrollo de soluciones y con otros colaboradores sociales e instituciones públicas que legitimen las iniciativas.

Mirada de Telefónica en Chile



Pedro Pablo Laso B.
Director de Empresas

¿Qué impacto pueden tener las nuevas TIC impulsadas por Telefónica en Chile en el mejoramiento de la calidad de vida de los chilenos?

El protagonismo de Telefónica en Chile se enmarca dentro de la gran transformación de las TIC, que se puede comparar con la que ha experimentado el mundo con la masificación de la electricidad; al mirar en perspectiva, podemos observar cómo la energía eléctrica ha modificado, creado y acelerado hábitos.

¿Cuáles son las áreas en las que está actuando Telefónica en Chile en estas materias?

Las áreas en las que estamos actuando son las que están planteadas en la Agenda Digital del gobierno, la cual define focos de acción muy concretos en los que Telefónica en Chile quiere contribuir a cerrar brechas. Se destacan los proyectos para el mejoramiento de las áreas de educación y salud pública.

¿Cuáles son los desafíos en estas materias para los años futuros?

Queremos que sean los mismos de la sociedad; para ello estamos avanzando en mejorar y aumentar los procesos de diálogos con los grupos de interés, con el fin de conocer cuáles son las áreas y proyectos en los que más nos necesitan y en aquellos en los que Telefónica pueda hacer una real contribución.

El año 2010 estuvo marcado por el terremoto y el accidente de los mineros, ¿cómo se ha preparado la empresa para enfrentar nuevas catástrofes naturales?

Se rediseñó el protocolo interno ante emergencias, pues el sismo superó cualquier norma existente. Adicionalmente se preparó la empresa y su red de comunicación para enfrentar problemas con el suministro de combustible y reparación de redes. Respecto de la comunicación de los clientes, se reforzó la campaña del Gobierno que busca privilegiar el uso de mensajes de texto en desmedro de la comunicación por voz.



58%
de las 2.495 escuelas
de la red Enlaces
accedieron a
Internet Educativa.

22 aulas
Fundación Telefónica.

Un aula
hospitalaria.

TIC apoyando una mejor
educación

Potenciando la educación de calidad

- **Red Enlaces:** programa gubernamental que promueve el acceso de profesores y estudiantes a las nuevas TIC. El aporte de la Compañía es llevar internet a la mayor cantidad de colegios públicos posibles en el país, a través de la conexión subsidiada Internet Educativa que ofrece conectividad de banda ancha a bajo costo para escuelas y liceos. Esta alianza con el Ministerio de Educación, cumplió 12 años en vigencia.
- **Aulas Fundación Telefónica:** son salas de computación financiadas y habilitadas por Fundación Telefónica en escuelas que forman parte de Proniño para fortalecer el aprendizaje digital. Cada aula cuenta con 16 computadores, conexión a internet de banda ancha de dos mega y el apoyo de un profesional para capacitar alumnos, profesores y apoderados.

En 2010 se inauguraron siete nuevas aulas, llegando a un total de 22 aulas funcionando en escuelas de Chile.

También se inauguró una Aula Hospitalaria, resolviendo la interrogante de cómo fomentar y apoyar la educación del niño hospitalizado. Considera la implementación de aulas y recursos didácticos especializados, disponibles desde la plataforma Educared.



Mayor información sobre Proniño y Educared en sección Compromiso Social, ver página 72.

La educación
es uno de
los pilares
fundamentales
para el
desarrollo social
y económico de
los países y la
incorporación
de las TIC genera
más y mejores
oportunidades
para el
aprendizaje.

En Chile, 10 millones de personas son usuarios del sistema de salud pública. Mientras, a nivel mundial están surgiendo diversas iniciativas para mejorar la calidad de los servicios a través de la incorporación de las TIC.

TIC mejorando los servicios de salud

Hacia un mejor servicio de salud pública

- **eHealth**

¿Qué es?

Conjunto de herramientas basadas en las TIC para gestionar la salud y el estilo de vida de las personas.

Potencial de cobertura

10 millones de chilenos que se atienden en consultorios y hospitales.

¿Cómo?

Con la nueva plataforma tecnológica de la Red Hospitalaria del Ministerio de Salud, y las salas de telemedicina, se mejorará la atención a los usuarios del sistema de salud pública; dichas mejoras pasan por menores tiempos de atención y por un aumento de capacidad en los *call center*.

¿En qué fase está?

La plataforma de salud comenzó a operar en 2005 y hoy es la más grande de Latinoamérica. Respecto de las salas de telemedicina, en 2010 se implementó un primer piloto en el hospital Las Higueras de Talcahuano conectado con los hospitales de San Carlos y Linares, todos ubicados en el área más afectada por el terremoto.

Próximos desafíos

Apoyar a través de las TIC, el mejoramiento en la atención de salud a las personas, por ejemplo, mediante avisos a pacientes a sus teléfonos móviles.

Tres salas de Telemedicina habilitadas.

Las tres nuevas salas de Telemedicina, significan potenciales beneficios para 1,5 millones de personas.



Telefónica en Chile valora la diversidad y confía en que es posible a través de las TIC, apoyar y fomentar la integración respetuosa de todos los miembros de la sociedad.

TIC fomentando la integración social

Integración de pueblos originarios

La Compañía cree en el valor de preservar la identidad cultural del país. Un importante porcentaje de los chilenos se declara de origen indígena y aprendió en su hogar un idioma distinto al castellano, siendo el idioma del pueblo mapuche, el más difundido.

- **Servicio de atención en mapudungún:** desde 2008 está a disposición de los clientes del pueblo mapuche el servicio de atención en idioma mapudungún, para resolver sus requerimientos en su propio idioma. Este servicio se desarrolló al alero de la alianza con el Ministerio de Planificación y la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI).

Integración de personas con discapacidad

Telefónica en Chile, considera esencial el diálogo con los representantes de las personas con discapacidad para captar sus necesidades puntuales y su prescripción para comercializar las soluciones. Es la única empresa privada que integra la Mesa para la Inclusión de Discapacitados en Chile y algunos de sus proyectos de inclusión son:

- **Biblioteca digital para personas con discapacidad visual:** es un sitio web gratuito diseñado por personas con igual condición, el cual tiene a disposición más de siete mil libros, cifra que va en aumento; algunos libros son descargables para escucharlos con lector de pantalla *Jaws* y otros pueden ser reproducidos directamente en el sitio.
- **Braille:** desde 2005 se emiten boletas en Braille y se dispone equipos especiales para personas con discapacidad visual.

465 usuarios
registrados en la
Biblioteca para ciegos.

- **Sistema de Capacitación Alternativa (SICLA):** desarrollado por la compañía para ayudar a personas con discapacidad para comunicarse. El software se entrega de forma gratuita a todas las personas e instituciones que lo requieren y se hayan capacitado para su utilización.



Información de integración de personas con discapacidad en las operaciones, se encuentra en la sección de Calidad del Empleo. Ver página 42.



Telefónica en Chile siempre ha estado disponible para el país.

2010 fue un año marcado por eventos de acontecer nacional, en los que la Compañía no dejó de estar presente.

TIC presentes en las emergencias e hitos del país

Principales hitos 2010

- **Elecciones presidenciales:** Telefónica en Chile estuvo presente a través de la red instalada en los 700 establecimientos del país que participan como centros electorales y permiten las comunicaciones del proceso electoral.
- **Bicentenario de Chile:** Telefónica en Chile cumplió con los compromisos adquiridos en el contexto de la celebración del Bicentenario, con la instalación de la vigésima octava antena en sectores remotos del país a través de Puentes de Comunicación y con el beneficio a 7.890 menores trabajadores a través de Proniño.



Mayor detalle de los programas Puentes de Comunicación y Proniño en secciones de Inclusión Digital y Compromiso Social, respectivamente. Ver páginas 62 y 72.

Emergencias que impactaron al país en 2010

- **Rescate de los Mineros atrapados en la mina San José:** Telefónica en Chile estuvo presente con un centro de comunicaciones en la mina, que a través de fibra óptica, permitía las comunicaciones en videoconferencia con los mineros atrapados 700 metros bajo tierra.
- **Terremoto 27 de febrero de 2010; Emergencia y reconstrucción:** el 27 de febrero de 2010, la zona centro sur de Chile fue abatida por un terremoto y tsunami, consecuencia de los mismos, el 14 de marzo hubo un corte de energía eléctrica generalizado en gran parte del país.

En los minutos siguientes al terremoto, la importancia de las TIC para los chilenos se hizo más latente que nunca. No disponer de electricidad y todas las pérdidas materiales que pudieran haber sufrido, pasaron a un segundo plano ante la urgencia de comunicarse con los seres queridos y de coordinar actividades de emergencia.

Telefónica en Chile sufrió daños en su infraestructura y la saturación de sus servicios, afectando las comunicaciones de sus clientes.

¿Cómo se evitó un colapso mayor en las telecomunicaciones?

Contar con un buen plan de contingencia, realizar simulacros periódicos, un equipo comprometido, haber tenido integrada al momento del terremoto la red de supervisión de telefonía fija y móvil, y adicionalmente contar con el apoyo de Telefónica en el mundo, fueron claves para evitar un problema mayor en las telecomunicaciones del país.

¿Por qué fue importante contar con el apoyo de Telefónica?

Desde el primer momento, el equipo de Telefónica, en todo el mundo, trabajó intensamente para ayudar a restablecer la conectividad a todos los chilenos. Más de 200 teléfonos satelitales y 29 profesionales de distintos países (diecisiete profesionales de Perú, nueve de Brasil y tres de Venezuela), se instalaron en Chile para sumarse a las labores de reparación que Telefónica en Chile estaba realizando. Adicionalmente viajó personalmente a Chile el Presidente de Telefónica, junto a un equipo de profesionales y teléfonos satelitales que fueron donados al Gobierno de Chile.

APOYO SOCIAL A LAS COMUNIDADES AFECTADAS

“Chile está llamando. Aquí estoy”.

Nueva “Política de Actuación Comercial Frente a Desastres”: conjunto de beneficios y facilidades para los clientes de las Regiones VII y VIII, que incluyeron recargas gratuitas en sus teléfonos móviles, facilidades de pago, habilitación de servicios suspendidos, liberación de teléfonos públicos y de red fija para llamar desde y hacia las zonas afectadas, entre muchas otras.

“Chile ayuda a Chile”: un aliado clave de la Teletón, brindando todo el soporte de telecomunicaciones y buscando facilitar los aportes y la participación, la Fundación Telefónica y Movistar habilitaron las donaciones a través del teléfono fijo y los mensajes de texto de los equipos móviles.

Contribución a través del programa Proniño, en ayuda de escuelas que participan en él, además de toda su comunidad escolar.

Devolución de dinero proporcional a la indisponibilidad sobre servicios de voz, banda ancha y televisión.

¿Cuáles fueron los primeros pasos de Telefónica en Chile?

En el Plan de Actuación frente a desastres está claramente definido que una vez ocurrida una emergencia debe activarse el Protocolo Integrado de Fijo y Móvil frente a emergencias y la creación de Comités de emergencia (Comité NOC).

El objetivo y tarea principal son determinar el impacto de la emergencia en el personal de Telefónica en Chile, el impacto en los sistemas de gestión de red en la zona afectada. En forma simultánea se crea el Comité de Crisis de todo el equipo directivo, definiendo las responsabilidades de cada uno frente a la crisis.

Educación de la comunidad para comunicarse en caso de emergencias

“Texto y no voz”, fue el mensaje central desplegado después del terremoto vivido en 2010, tanto Telefónica en Chile como la autoridad nacional, llevaron adelante una campaña de educación y sensibilización a la comunidad.

La reconstrucción del país como una oportunidad para apoyar a las zonas afectadas

A siete meses de ocurrido el terremoto en Chile, se desplegó en la Región del Biobío, la más afectada, una red de fibra óptica capaz de apoyar a 50 mil hogares de distintas ciudades en el Sur de Chile.



Mayor información de la red de fibra óptica en la sección Innovación. Ver pág. 34.

OPINIÓN

Michel De L'Herbe

Consultor de emergencia y continuidad del negocio

¿Cuál es el aprendizaje que deja el terremoto 2010 para el país?

Lo principal, fue darnos cuenta de la importancia de tener una comunidad informada y al tanto de qué hacer para comunicarse en una emergencia. Todo sistema basado en tecnologías, siempre es susceptible de tener un *black-out*. La comunidad entera debe saber cómo comunicarse responsablemente: esto se traduce en disminuir las comunicaciones por voz y utilizar los mensajes de datos y SMS. Esto es válido para todo tipo de emergencias.

El sector privado ha tomado muy en serio el asegurar la continuidad comunicacional de su negocio, así como el impacto de las comunicaciones en la comunidad.

Ha sido sorprendente el encadenamiento de esfuerzos en distintos sectores del país, una comunidad más consciente, municipios más ágiles y coordinados, institucionalidad dispuesta a aprender y mejorar y el mundo privado, mucho más ágil y activo en los planes de emergencia y reposición de servicios.

¿Estamos mejor preparados?

Sí, en mi opinión estamos mejor preparados como país, los aprendizajes como consecuencia del terremoto, servirán para cualquier tipo de emergencia. Uno de los elementos fundamentales tiene que ver con enseñar a las personas a administrar adecuadamente los recursos que tienen disponibles, en este caso, tiene que ver con las comunicaciones, donde las nuevas TIC son una herramienta para mejorar su propia calidad de vida.

Compromiso social

ENFOQUE DE GESTIÓN

Hitos 2010

- El programa Proniño de Fundación Telefónica en Chile, llegó en 2010 a su meta Bicentenario de entregar cobertura a 7.890 niños en situación de riesgo social.
- 62.230 personas visitaron las exposiciones de la Sala de Arte Fundación Telefónica.
- 394 trabajadores de Telefónica en Chile participaron de los programas de voluntariado.

¿Cuál es la visión de Telefónica?

Telefónica aspira a que su éxito empresarial camine paralelo al progreso social de los países en los que opera. Para ello, desde hace ya 11 años desarrolla una importante acción social y cultural que se canaliza a través de su Fundación Telefónica con el objetivo de articular a largo plazo la acción social y cultural de todas las empresas Telefónica.

¿Cuáles son las prioridades en Chile?

- Programa Proniño.
- Educación.
- Cultura.
- Voluntariado.

Mirada de Telefónica en Chile



Andrés Wallis G.
Director de Asuntos Corporativos

¿Cuáles son las áreas en las que está actuando Telefónica en estas materias?

El foco de Telefónica es la educación donde Fundación Telefónica desarrolla diversos programas: Proniño, que contribuye a erradicar el trabajo infantil a través de la educación de calidad; Educared, valioso programa para toda la comunidad escolar; Voluntarios, coordinación de los intereses de nuestros empleados por aportar a la sociedad y Debate y Conocimiento, espacio para generar acuerdos en torno al impacto de las TIC en la sociedad. Con Arte y Cultura ponemos a disposición de la ciudadanía valiosas muestras de interés público.

¿Qué impacto tienen los programas que Telefónica realiza en la sociedad chilena?

El criterio que tenemos como

programa es hablar de inversión social, concepto que nos parece más completo que las donaciones o filantropía. El mayor compromiso de la inversión social se traduce en gestionar nuestros programas con los mismos estándares con que desarrollamos los negocios. Como consecuencia, los impactos cuentan con indicadores que nos permiten hacer seguimiento a las inversiones sociales que realizamos.

¿Cuáles son los desafíos en estas materias para los años futuros?

Mantendremos el doble compromiso con la calidad y la cobertura, aumentando el énfasis que le hemos dado los últimos años a entregar cada vez mejores herramientas a los beneficiados de nuestros programas.



Niños
beneficiados en
protección integral
2008: 2.922 niños
2009: 5.002 niños
2010: 7.890 niños

Niños que
abandonan el
trabajo infantil
2008: 19%
2009: 28%
2010: 35%

Escuelas
participando
2008: 18
2009: 38
2010: 71

Proniño

¿Qué es?

Es el principal programa de la Fundación Telefónica y el mayor compromiso de inversión social de la Compañía a nivel global. Contribuye a la erradicación del trabajo infantil, facilitando la integración social de niños, niñas y adolescentes, mediante la escolarización con calidad.

Resultados

En su décimo año en Chile, llegó a beneficiar a 7.890 niños y niñas adolescentes, cumpliendo con el compromiso Bicentenario adquirido en 2007.

Inversión social

Más de US\$ 7,7 millones en los 10 años del programa (US\$ 2,4 millones en 2010).

Alianzas estratégicas

Desde los inicios, el Consejo de Defensa del Niño ha sido la ONG encargada de ejecutar el programa en el país. Hoy, también son aliadas estratégicas de Proniño la Vicaría de la Pastoral Social y de los Trabajadores, y la Protectora de la Infancia.

Cobertura

Proniño está presente en 71 escuelas de 22 municipios, desde Copiapó a Puerto Montt y centros de atención en San Antonio y Osorno.



Mayor detalle en la web de la Fundación Telefónica www.fundaciontelefonica.cl/proniño

proniño

Telefónica en Chile responde a sus grupos de interés

¿Cuál es la proyección futura del programa Proniño?

Proniño mantendrá su compromiso con la educación. La cobertura seguirá creciendo a la par de seguir aumentando la calidad educativa. La proyección del programa es seguir generando a los niños condiciones personales básicas para que puedan afrontar con éxito un proceso educativo, desde dotarlos de apoyo sicosocial, hasta asegurarle un entorno escolar y familiar compatible con su desarrollo.

TESTIMONIO

“Mi experiencia en este programa la definiría de creación permanente, y se ha logrado con readecuación, aprendizaje continuo y cambio constante.

Mi principal motivación ha sido el logro de las metas propuestas, esto ha implicado un fuerte énfasis en una gestión empresarial con impactos en lo social. Esto significó el tener que involucrarme en las nuevas tecnologías y aplicar mi experiencia docente en contextos vulnerables.

Agradezco al Consejo de Defensa del Niño y a la Fundación Telefónica por la confianza puesta en mi persona para llevar a cabo este gran proyecto”.

Adriana Lira M.
Directora de Proniño en Codeni



Exposición Juan Downey, Sala de Arte Fundación Telefónica

Educación en TIC, conocimiento y cultura

Para Fundación Telefónica es una prioridad favorecer el desarrollo de la educación de calidad para niños, niñas y jóvenes del país, mediante la aplicación de las TIC, y utilizando su fortaleza y capacidad tecnológica, su presencia territorial y su extensa base de empleados.

Educared

¿Qué es?

Es uno de los programas educativos más importantes de Fundación Telefónica a nivel global. Su objetivo es facilitar el uso didáctico de las TIC en la enseñanza, con el fin de potenciar el proceso de renovación pedagógica que beneficie a sus diferentes agentes: alumnos, apoderados y profesores.

¿Cómo funciona?

El programa ofrece, entre otros, contenidos especializados, herramientas pedagógicas, y la posibilidad de trabajar en conjunto en línea a través del portal www.educared.org, en forma gratuita.

Principales proyectos 2010:

- Talleres de Innovación Pedagógica en el Aula, a través de la tecnología.
- Capacitación *on line* en geometría y

tecnología educativa (Intercampus).

- Portal Educativo gratuito que promueve el uso educativo de Internet por parte de alumnos, apoderados y profesores (Ver web www.educared.org).
- Capacitación en Educared y sus contenidos pedagógicos en Aula Fundación Telefónica y en escuelas.
- Certamen Internacional Educared.
- Comunidad Virtual de Aulas Hospitalarias LATAM.
- Capacitación Sistema de Lenguaje Alternativo (SICLA) y en Usos de Tecnología para Personas con Discapacidad. Biblioteca Digital para Ciegos (Mayor información en página 69).
- Implementación Estudio Generaciones Interactivas (Mayor información en página 65).

Debate y conocimiento

¿Qué es?

Busca crear conocimiento sobre el impacto de las TIC en la mejora de la sociedad, divulgarlo y debatirlo en la sociedad.

¿Cómo funciona?

El conocimiento se crea con la ayuda de expertos e investigadores, pero también con los resultados de los debates abiertos con la sociedad y aprovechando las herramientas de participación *on-line*. En el marco de este programa se desarrollan proyectos de investigación, publicaciones y ciclos de debates y conferencias. En 2010 presentó el estudio sobre telefonía móvil y desarrollo financiero.



Mayor información en www.fundaciontelefonica.cl/debate

Arte y Tecnología

La Fundación se ocupa igualmente de la gestión, promoción y divulgación del patrimonio artístico, cultural e histórico-tecnológico de la empresa, así como de la promoción, divulgación del arte contemporáneo y de las aplicaciones artísticas que tienen las TIC.

20.547 personas
capacitadas en TIC.

157 personas
con discapacidad
capacitadas en TIC.

Sala de Arte
62.230 visitantes.

Movistar Arena
700.000 asistentes a
eventos.

- **Sala de Arte**

Es un espacio cultural de Fundación Telefónica que se ha convertido en un lugar clave de la escena artística y creativa en Santiago. 2,5 millones de visitantes ha recibido en sus 15 años de vida la Sala de Arte, más de 60 exposiciones de artistas consagrados y jóvenes emergentes.

En 2010 destacan las siguientes exposiciones:

- **Bajo la piel de Chile:** es un mural de 36 metros cuadrados armado con 600 placas de cerámica que muestra los rostros de personas amadas a lo largo del país. Proyecto de Pablo Walker S.J., realizado por el Colectivo Entrever.
- **World Press Photo:** los amantes de la fotografía disfrutaron de la famosa exposición que cada año se exhibe en Chile. La muestra es el resultado de una competición mundial de fotografías de prensa.
- **El ojo pensante:** esta obra de Juan Downey abordó una serie de temas acerca de la utilización de las nuevas tecnologías en el arte y las implicaciones en cuanto a su alcance y significación más allá del museo.

Voluntariado

Telefónica promueve el involucramiento social de sus empleados, a través de su participación en actividades de la sociedad que durante 2010 incluyó a 394 voluntarios.

Dicho voluntariado corporativo tiene dos vertientes:

1. La primera manejada por la Fundación Telefónica y ligada especialmente al voluntariado en el programa Proniño.
2. La segunda ligada al área de Calidad de Vida de la empresa, en que son los propios trabajadores los que proponen iniciativas de voluntariado, y las gestionan y ejecutan con el apoyo de la compañía.

Otras iniciativas

- **Apoyo a QUEVEO**

Evento en que, desde hace cuatro años, se premia a los mejores programas educativos de TV. Esta actividad se realiza en el Auditorium de Telefónica en Chile.

- **Movistar Arena**

Se ha convertido en el principal espacio para la realización de espectáculos en el país. Con capacidad máxima para 15 mil espectadores, este espacio techado y de diseño futurista, en 2010 albergó 103 funciones y contó con la asistencia sobre las 700 mil personas.

- **140SCL**

2,2 millones de comentarios generó en la red el evento 140SCL que reunió en el edificio de Telefónica a los "twitteros" más influyentes del país. En este encuentro, que fue celebrado como una fiesta de la comunicación, pudieron compartir cara a cara, personajes del mundo político y artístico chileno y otros perfectos desconocidos que con 140 caracteres cada vez, expresan su opinión en la red.

- **Apoyo al deporte**

A través de su marca Movistar, la compañía apoya el desarrollo del deporte en Chile.

Patrocinio a la Asociación de Deportistas Olímpicos (ADO)

Desde 2006 auspicia a la asociación que apoya, económica y técnicamente, el desarrollo de deportistas olímpicos para Chile.



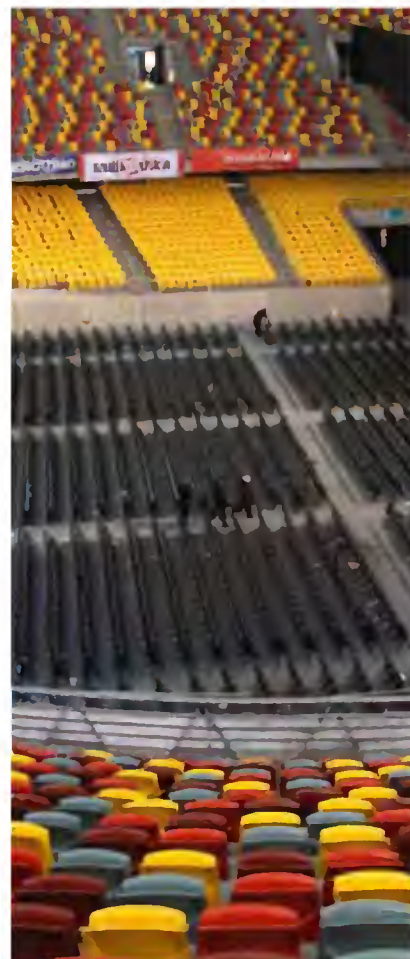
Movistar Open de Santiago

En la versión nacional del Campeonato Mundial ATP, participaron los más destacados tenistas del circuito, incluyendo a Fernando González y Paul Capdeville.

Rally Dakar

Movistar apoyó al trascendente corredor chileno, Francisco "Chaleco" López, en la travesía de Copiapó.

La Compañía también estuvo presente en los mares de Chile con el yate Movistar-Samsung y en los partidos de local de la Selección Nacional de Fútbol.





06

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Pág.

78	1 Indicadores clave de sostenibilidad
79	2 Motor de Progreso
81	3 Revisión independiente
82	4 Índice de contenidos de la Iniciativa Global de Reportes (GRI)

Indicadores clave de sostenibilidad

1.2

Telefónica cuenta con una serie de indicadores que muestran su comportamiento económico, social y medioambiental.¹



Indicadores	2008	2009	2010
Impacto Económico (millones de euros)			
Inversión en Innovación Tecnológica	182	143	251
Volumen de compras adjudicado	1.010	759	1.100
Inversiones en Capex	452	348	516
Aportaciones fiscales	221	225	255
Pago a empleados	245	245	275
Empleados			
Número total de empleados	13.712	10.603	10.301
% de mujeres directivas ⁴	n/d ²	0,01%	0,02%
Horas de formación por empleado	18	41	28
% Empleados formados en los Principios de Actuación ⁵	81%	84%	93%
Clientes⁵			
Número total de accesos (miles)	10.014	10.621	11.916
Número total de reclamaciones (mil)	2.473	900 ³	442
Índice de Satisfacción de Clientes	7,04	7,48	7,05
Medio Ambiente y despliegue de redes ⁵			
Consumo de agua (m³)	370.710	342.827 ³	384.717
Emisiones radioeléctricas (Nº de emplazamientos medidos)	n/d	1.810	0
Proveedores			
Nº total de proveedores adjudicatarios	1.838	1.705	1.443
% de proveedores locales	90,2%	89,2%	76,2%
Sociedad			
Inversión en Acción Social (millones de euros)	1,5	3,0	3,5
Beneficiarios Programa Proniño	2.922	5.002	7.890

¹ Considera todas las empresas de Telefónica S.A. en Chile

² % de mujeres directivas: corresponde a mujeres en el cargo de directora. Se cambió la metodología de cálculo, por lo que se realizó corrección respecto al Informe RSC 2009 y por esta razón no está el dato 2008.

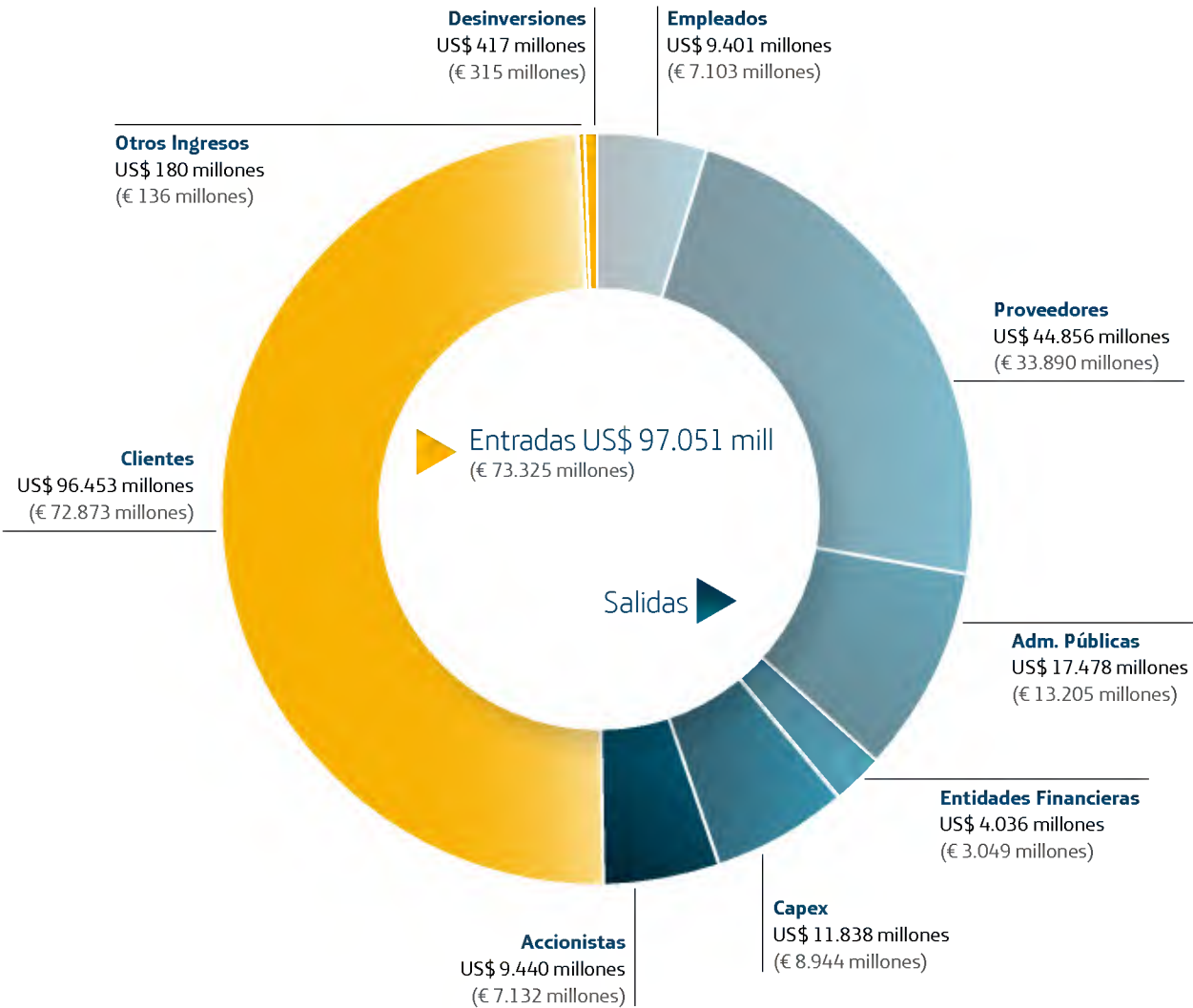
³ Se realizó corrección del dato 2009 respecto al Informe RSC 2009.

⁴ Se calcula sobre la base de número total de empleados.

⁵ Incluye sólo la operación fija y móvil de Telefónica en Chile.

n/d: No disponible.

Durante 2010, Telefónica incrementó su papel como motor de progreso de las sociedades en las que está presente, al aumentar en un 8,3% el tamaño de su participación en la economía global.



Entre paréntesis se presenta su correspondencia en millones de euros. (Tipo de cambio = 1,3236 US\$/€).

La información de este gráfico está calculada con criterio de pagos y toma en cuenta el perímetro de consolidación contable auditado en los estados financieros de Telefónica. Esto es, incluyen todas las partidas de entradas y salidas de Hansenet desde febrero de 2010, de Jajah desde enero de 2010, de Tuenti desde agosto de 2010 y del 100% de Vivo desde octubre de 2010, y excluyen los de Telco Marruecos desde enero de 2010.

Contribución al progreso

		Impacto Económico	Ingresos / PIB	Magnitudes	
España	Ingresos	18.881	1,8%	Empleados	54.879
	Pagos	7.738 3.368 3.364 2.021			2.877 (87,4%) 47.591
Alemania	Ingresos	4.792	0,2%	Empleados	5.297
	Pagos	1.732 674 201 2.057			1.832 (64,2%) 23.074
Argentina	Ingresos	3.212	1,2%	Empleados	24.322
	Pagos	1.284 572 1.073 398			1.431 (77,0%) 22.289
Brasil	Ingresos	11.849	0,8%	Empleados	101.920
	Pagos	6.759 1.531 4.892 1.797			3.733 (99,1%) 75.954
Chile*	Ingresos	2.197	1,4%	Empleados	10.301
	Pagos	1.100 275 255 516			1.443 (76,2%) 11.916
Colombia	Ingresos	1.530	0,7%	Empleados	7.412
	Pagos	824 174 335 334			1.016 (69,7%) 12.354
Ecuador	Ingresos	378	0,8%	Empleados	1.160
	Pagos	178 35 61 60			422 (60,5%) 4.315
El Salvador	Ingresos	102	0,6%	Empleados	243
	Pagos	50 16 16 13			314 (45,3%)
Guatemala	Ingresos	185	0,6%	Empleados	4.870
	Pagos	107 27 20 49			375 (47,2%)
Irlanda	Ingresos	829	0,5%	Empleados	1.185
	Pagos	217 88 104 60			548 (87,6%) 1.696
México	Ingresos	1.985	0,3%	Empleados	22.547
	Pagos	997 206 351 1.580			760 (88,1%) 20.227
Nicaragua	Ingresos	105	2,2%	Empleados	353
	Pagos	56 7 24 19			232 (39,7%)
Panamá	Ingresos	170	0,8%	Empleados	432
	Pagos	86 15 30 24			258 (45,9%)
Perú	Ingresos	1.988	1,7%	Empleados	17.401
	Pagos	988 324 541 295			1.792 (78,3%) 16.955
Reino Unido	Ingresos	7.354	0,4%	Empleados	11.845
	Pagos	3.465 610 639 717			1.870 (67,4%) 22.883
Rep. Checa	Ingresos	2.061	1,4%	Empleados	8.316
	Pagos	297 273 354 224			167 (88,6%) 7.667
Uruguay	Ingresos	216	0,7%	Empleados	799
	Pagos	156 14 27 29			628 (22,7%) 1.709
Venezuela	Ingresos	2.357	1,1%	Empleados	8.486
	Pagos	770 179 604 293			972 (95,6%) 10.550

■ Ingresos de Telefónica ■ Aprovisionamientos ■ Salarios ■ Aportaciones fiscales ■ Inversión

Notas:
Todos los datos económicos en millones de euros.
* Considera toda la operación de Telefónica en Chile, incluyendo Atento y Terra.
Ingresos, salarios e inversión: consolidados contables auditados en los estados financieros de Telefónica. Esto es, incluyen los precedentes de Hansenet desde febrero de 2010, de Jajah desde enero de 2010, de Tuenti desde agosto de 2010 y del 100% de Vivo desde octubre de 2010, y excluyen los de Telycó Marruecos desde enero de 2010. Inversión incluye coste de licencias en México y Alemania.
PIB: estimado para cada país por Informe del World Economic Outlook (WEO) de abril 2011.
Empleados: empleados directos de Telefónica en cada país. En el caso de Brasil sólo se incluye el 50% de Vivo para mantener la coherencia y la comparabilidad con los datos de gestión que contiene esta Memoria en el capítulo referente a los profesionales de Telefónica. Con el mismo objetivo de comparabilidad y coherencia, los datos de empleados en Alemania no contienen aquellos procedentes de Hansenet.
Proveedores: número total de proveedores adjudicados en cada país. El porcentaje representa la proporción del volumen de compras adjudicado localmente.
Accesos: número de accesos consolidados por Telefónica.

3 06

Revisión Independiente

3.13

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA



Ernst & Young, S.L.
Torre Picasso
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
28020 Madrid (España)
Tel: +34 915 727 200
Fax: +34 915 727 450
www.ey.com/es

Revisión Independiente

Un mensaje de Ernst & Young

Por encargo de la Comisión de Auditoría y Control, realizamos la revisión del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad 2010 de Telefónica en Chile. El Informe consta de dos partes: el presente documento impreso y la versión online completa del mismo, que estará disponible en www.telefoniacchile.cl.

La preparación del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad 2010 de Telefónica en Chile, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de los Órganos de Gobierno y la Dirección de Telefónica, que han elaborado dicho informe en base a:

- Los principios e indicadores establecidos en la guía de referencia G3 del Global Reporting Initiative (GRI).
- Los principios recogidos en la guía AA1000 APS 2008 emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability) para las actividades desarrolladas por Telefónica en Chile.

Alcance de los trabajos

Nuestro trabajo consiste en:

• Revisión del cumplimiento de los estándares del GRI

1. La adecuación de la estructura y contenido del Informe a los principios y directrices establecidos en la Guía G3.
2. La adecuada trazabilidad de la información y los datos correspondientes a los indicadores centrales y adicionales y del Suplemento sectorial de Telecomunicaciones, así como del criterio seguido para su consideración, en su caso, como no aplicables, con el alcance determinado en nuestro Informe de Revisión Independiente.

• Revisión bajo la consideración de la norma AA1000AS

Los procedimientos de revisión se han desarrollado para valorar, que el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad se adecua a los siguientes principios:

1. Inclusividad: referido a la implicación y requerimientos de los grupos de interés en la determinación de los contenidos a incluir.

2. Relevancia: referido a la inclusión de los aspectos materiales y significativos en materia de sostenibilidad para la compañía y sus grupos de interés.
3. Capacidad de respuesta: referido a la determinación de los objetivos y respuesta a las expectativas de los grupos de interés y de la adecuada y oportuna comunicación de los planes dirigidos a ellos.

Asimismo, se han considerado las directrices establecidas en la norma ISAE 3000 (Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information) emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC) aplicable para la realización de estas revisiones.

Los procedimientos de revisión han incluido, fundamentalmente, la realización de entrevistas con directivos de las áreas corporativas y de Chile, revisión de información relevante del Grupo y de noticias de prensa, revisión de los procesos de recopilación de información y comprobación de la trazabilidad de los datos, en base a pruebas selectivas, para las informaciones reportadas en relación a cada uno de los indicadores.

Nuestra Independencia

Las políticas de independencia de Ernst & Young son de aplicación a la Firma, socios y sus profesionales. Estas políticas prohíben cualquier interés financiero o conflicto de interés en nuestros clientes que pudieran comprometer nuestra independencia. Cada año, los socios y el personal son requeridos para confirmar el cumplimiento de las políticas de la Firma. Las normas de independencia de Ernst & Young exceden, en algunos apartados, los requerimientos del IFAC (International Federation of Accountants).

Nuestro Informe de Revisión Independiente contiene el alcance del trabajo, los criterios de revisión, los procedimientos realizados, nuestra independencia, así como las conclusiones y recomendaciones identificadas como resultado de nuestro trabajo. Dicho Informe estará disponible en www.telefoniacchile.cl.

ERNST & YOUNG, S.L.

Madrid a 18 de mayo de 2011

Domicilio Social: P1 Pablo Ruiz Picasso, 1 28020 Madrid
Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid al
Tomo 12749, Libro 0, Folio 215, Sección 8.
Hoja M-23123. Inscripción 116. C.I.F. B-78970506

06

4

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Índice de contenidos de la
Iniciativa Global de Reportes
(GRI) 3.12

La siguiente tabla muestra una versión resumida de los indicadores de la Iniciativa Global de Reportes (GRI) contenidos en el presente reporte impreso. La versión completa del Índice, incluida la respuesta a todos los indicadores de la GRI, se encuentra en la versión digital de este reporte, disponible en el sitio web de Telefónica en Chile: www.telefonicachile.cl

Indicador	Descripción	Pág./Ubicación	Indicador	Descripción	Pág./Ubicación
	ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		4.10	Evaluación de desempeño de directores	@
1.1	Declaración del Presidente o Gerente General	8, 9	4.11	Compromiso con iniciativas externas	23
1.2	Principales impactos, riesgos y oportunidades	10, 18, 26, 62, 78, 79	4.12	Principios o programas suscritos	23
	PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		4.13	Principales asociaciones a las que pertenece	@
2.1	Nombre de la organización	10	4.14	Relación con grupos de interés (GI)	27
2.2	Principales marcas, productos y servicios	10	4.15	Base para selección de GI	27
2.3	Estructura Operativa	10	4.16	Enfoque utilizado para la inclusión de GI	27
2.4	Localización sede principal	10	4.17	Principales preocupaciones de los GI	18, 27
2.5	Países en los que opera	10		DIMENSIÓN ECONÓMICA	
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	10, 56	DMA		23
2.7	Mercados servidos	10	EC1	Valor económico generado y distribuido	79
2.8	Dimensiones de la organización	10	EC2	Consecuencias financieras debido al cambio climático	50
2.9	Cambios significativos en el período	@	EC3	Cobertura de obligaciones debido a programas sociales	@
2.10	Premios y distinciones obtenidos	10	EC4	Ayudas financieras recibidas de gobiernos	@
	PARÁMETROS DEL REPORTE		EC5	Rango entre salario inicial estándar y salario mínimo	@
3.1	Período cubierto por la memoria	2	EC6	Proveedores locales: políticas, prácticas, gasto	47
3.2	Fecha de la memoria más reciente	@	EC7	Contratación local	@
3.3	Ciclo de presentación de memorias	@	EC8	Inversiones en infraest. y servicios de beneficio público	62
3.4	Punto de contacto en relación a la memoria	2	EC9	Impactos económicos indirectos	62
3.5	Definición de contenidos	2, 27		DESEMPEÑO AMBIENTAL	
3.6	Cobertura de la memoria	2	DMA		50
3.7	Límites al alcance de la memoria	2	EN1	Materiales	50
3.8	Tratamiento de información de filiales y otros	2	EN2	Materiales valorizados	@
3.9	Técnicas de medición de datos	2	EN3	Consumo directo de energía	50
3.10	Efecto de reexpresiones de memorias anteriores	@	EN4	Consumo indirecto de energía	@
3.11	Cambios significativos en el alcance	@	EN5	Ahorro de energía	50
3.12	Índice de contenidos GRI	82	EN6	Productos y servicios eficientes en consumo de energía	50
3.13	Revisión	2, 81	EN8	Captación total de agua por fuentes	50
	GOBIERNO, COMPROMISO Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		EN11	Descripción de terrenos y su valor de biodiversidad	@
4.1	Estructura de gobierno	56	EN12	Descripción de impactos en la biodiversidad	@
4.2	Presidente del directorio en cargos directivos	@	EN16	Emisiones gases efecto invernadero (GEI)	50
4.3	Número de miembros del directorio independientes	@	EN17	Otras emisiones indirectas de GEI	50
4.4	Mecanismos de comunicación con el directorio	@	EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de GEI	50
4.5	Vínculo entre remuneraciones y desempeño	@	EN20	Otras emisiones significativas al aire	@
4.6	Procedimientos para evitar conflictos de interés	23, 56	EN21	Vertimiento total de aguas residuales	@
4.7	Capacitación y experiencia de directores	@	EN22	Peso de residuos gestionados	@
4.8	Misión, valores y principios	10, 23	EN23	Derrames accidentales más significativos	@
4.9	Supervisión de gestión de desempeño y riesgos	26	EN26	Mitigación de impactos ambientales de productos	50
			EN27	Porcentaje de productos recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	@
			EN28	Multas y sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental	@

Indicador	Descripción	Pág./Ubicación
DESEMPEÑO SOCIAL		
PRÁCTICAS LABORALES		
DMA		42
LA1	Trabajadores por tipo de empleo, contrato y región	42
LA2	Empleados y rotación media por sexo y región	42
LA3	Beneficios sociales para los empleados	42
LA4	Empleados cubiertos por un convenio colectivo	@
LAS	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos	@
LA7	Ausentismo, días perdidos y víctimas mortales	42
LA8	Programas formación en prevención y control de riesgos	@
LA10	Horas de formación al año por empleado	42
LA11	Programas de fomento a la empleabilidad	42
LA13	Composición de órganos gobierno corporativo/plantilla	42
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional	@
DERECHOS HUMANOS		
DMA		23
HR1	Cláusulas de derechos humanos en acuerdos de inversión	@
HR2	Análisis de DDHH en contratistas	47
HR4	Incidentes de discriminación y medidas adoptadas	23
HRS	Libertad de asociación y convenios colectivos	42
HR6	Explotación infantil	@
HR7	Trabajos forzados	@
SOCIEDAD		
DMA		62, 66, 72
SO1	Impacto de las operaciones en las comunidades	62, 66
SO2	Riesgos de corrupción en unidades del negocio	@
SO3	Porcentaje de empleados formados en anticorrupción	23
SO4	Medidas adoptadas ante incidentes de corrupción	23
SOS	Posición en políticas públicas	@
SO8	Sanciones y multas por incumplimiento de leyes	@
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTO		
DMA		38
PR1	Salud y seguridad del cliente	@
PR3	Etiquetado de los productos y servicios	@
PRS	Prácticas de satisfacción del cliente	38
PR9	Multas significativas a la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización	@

Indicador	Descripción	Pág./Ubicación
SUPLEMENTO SECTORIAL DE TELECOMUNICACIONES		
OPERACIONES INTERNAS		
IO01	Inversión en infraestructura de redes de telecomunic.	34, 38
IO02	Costos de proveer servicio universal	@
IO03	Prácticas de salud y seguridad de personal de instalación	@
IO04	Cumplimiento exposición a emisiones de radiofrecuencias de teléfonos	@
IO05	Cumplimiento exposición a emisiones de radiofrecuencias de estaciones	50
IO06	Prácticas respecto de tasa específica de absorción de teléfonos	@
IO07	Prácticas en ubicación de antenas	50, 56
IO08	Sitios independientes, de residencia en estructuras	@
ACCESO A SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES		
PA01	Acceso a lugares remotos y de escasa densidad	62, 66
PA02	Superación de barreras para el acceso y uso de telecomunicaciones	62, 66
PA03	Disponibilidad y confiabilidad de los servicios	38, 66
PA04	Disponibilidad y cobertura de productos y servicios	10, 62
PA05	Productos y servicios utilizados por sectores de bajos ingresos	62
PA06	Programas para mantener servicio en situaciones de emergencias y desastres	66
PA07	Manejo de derechos humanos en el acceso y uso de servicios	@
PA08	Comunicación pública de asuntos EMF	@
PA09	Programas en investigación de campos magnéticos	@
PA10	Iniciativas para asegurar la claridad y cambios de tarifas	50, 56
PA11	Información a clientes para uso responsable de productos	50
APLICACIÓN DE TECNOLOGÍAS		
TA01	Eficiencia de los recursos usados en los productos y servicios	50
TA02	Productos y aplicaciones que pueden reemplazar objetos físicos (Ej: teleconferencias)	50, 66
TA03	Potencial de ahorro y escala de productos anteriores	50, 66
TA04	Estimación del efecto rebote de los productos anteriores	50
TA05	Prácticas de resguardo de la propiedad intelectual	@

@ Indica que la información referida a dicho indicador se encuentra en la versión digital del reporte, disponible en www.telefonica.chile.cl.



Telefónica en Chile
Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad 2010

El presente informe está disponible en el sitio web de Telefónica en Chile en internet:
www.telefonicachile.cl

Dirección

Dirección de Asuntos Corporativos Telefónica en Chile
Gerencia de Responsabilidad Corporativa

Desarrollo de Contenidos

Kodama & Mex

Diseño y Producción

Loreto Cammas Diseño

Impresión

World Color Chile

Fecha de edición

Julio 2011

Para cualquier comentario sobre este Informe, por favor, dirigirse a:
maximiliano.echeverria@telefonica.com



Este documento ha sido impreso en papel con certificación medioambiental FSC.