



2010

INFORME ANUAL
de Responsabilidad
Corporativa y Sostenibilidad

Telefónica Móviles Panamá, S.A.

Telefónica

2010

INFORME ANUAL de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad Telefónica Móviles Panamá, S.A.

Telefónica



Acerca del Informe

Presentamos el Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad de Telefónica

Hacia un marco de reporte comparable y global

En Telefónica presentamos, un año más, nuestro Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad. Se trata de un informe de gestión, que incorpora las mejoras y avances realizados en materia de sostenibilidad, seguimiento de resultados y valoración del cumplimiento de los objetivos. También los retos y compromisos asumidos, todo ello, y a través de la verificación realizada, reportado con credibilidad, rigor y transparencia.

Continuamos afianzando nuestro modelo de reporte estructurado en tres bloques

Primer Bloque o Nivel

El Informe que estás leyendo, está elaborado teniendo en cuenta los **Principios del Pacto**

Mundial y los indicadores GRI, intentando mantener un criterio intersectorial que permita la comparabilidad, mejore la transparencia, y refleje los avances en la gestión, siguiendo el espíritu de los informes de progreso del Pacto Mundial.

Segundo Bloque o Nivel

Se trata de un informe de gestión, basado en nuestra estrategia (gestión de riesgos, oportunidades y stakeholder engagement), dando respuesta a los principios de inclusividad, materialidad, y de respuesta (principios del estándar AA1000), así como a la guía de elaboración de Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 G3.

Tercer Bloque o Nivel

Monográficos en temas relevantes para nosotros, donde además existe una demanda de información por parte de nuestros Grupos de Interés.



Bloque 1

Los 10 Principios del Pacto Mundial y su correspondencia con los indicadores GRI establecen la estructura de este bloque

En esta sección puede encontrar un resumen del Bloque 1, elaborado por Telefónica S.A. con los 10 Principios del Pacto Mundial y su correspondencia con los indicadores GRI. Puede consultar la versión completa en www.rcysostenibilidad.telefonica.com/rcysost2010

Principios del Pacto Mundial

Derechos Humanos

Principio 1

En Telefónica apoyamos plenamente el marco aprobado en 2008 por el Consejo de Derechos Humanos de Naciones Unidas para una mejor gestión de los desafíos de las empresas y los derechos humanos. Por ello, asumimos nuestra responsabilidad empresarial de respeto a los mismos con un trabajo proactivo a lo largo de toda nuestra cadena de valor y área de influencia.

En materia de Seguridad y Salud: se ha designado un Centro de Competencia Internacional de Seguridad Salud en el Grupo (CCISS), para el asesoramiento proactivo en Prevención de Riesgos Laborales a las diferentes regiones en las que operamos y el despliegue e implantación del Proyecto “Seguridad Salud y Bienestar”, que tiene como objetivo reducir la siniestralidad, compartir las mejores prácticas entre las diferentes regiones para aprovechar las sinergias generadas, y situar el sistema de gestión de las empresas en un nivel avanzado.

En materia de Protección del Menor: fomentamos el buen uso de las tecnologías de la información y comunicación por niños y adolescentes. Para ellos hemos desarrollado una estrategia basada en la autorregulación, los productos específicos y la educación, sustentados en una base de relaciones con distintos grupos de interés, como ha supuesto la ampliación de los Códigos de Conducta Nacionales a otros actores importantes del hipersector TIC, como ISPs, redes sociales, etc.

En materia de Privacidad y Protección de Datos: hemos alcanzado un nivel adecuado y uniforme de protección en los datos de carácter personal en todas nuestras operaciones, con independencia del país donde estamos presentes. Para ello hemos desarrollado iniciativas dirigidas tanto a nuestros empleados como a nuestros clientes, para la adecuación a la Normativa Corporativa de Protección de Datos de Carácter Personal y hemos continuado la labor de establecer mecanismos contractuales de cumplimiento de la normativa de protección de datos por parte de los subcontratistas y proveedores del Grupo.

Principio 2

En Telefónica trabajamos día a día para asegurarnos de que nuestras empresas no sean cómplices de posibles vulneraciones, de forma directa con nuestros profesionales, clientes y comunidades, o de forma indirecta con nuestros proveedores.

Con nuestros Clientes: continuamos trabajando en simplificar y clarificar la oferta, progresar en la estrategia de multicanalidad -especialmente aprovechando las oportunidades que ofrecen las redes sociales- y trasladar estos avances a la satisfacción del cliente de cada país.

Con las sociedades en las que estamos presentes: colaboramos para solventar los problemas sociales en las comunidades locales donde operamos, aportando capacidades y tecnología. Es de destacar la implicación económica, material y técnica de Telefónica ante las situaciones de emergencia y catástrofes ocurridas durante el 2010 con el objetivo de contribuir a una pronta recuperación de las distintas zonas, intentado que las comunidades puedan recuperar su derecho a unas condiciones de vida digna.

Con nuestros proveedores: trabajamos en la formación de nuestros proveedores, para que éstos puedan conocer nuestra estrategia en gestión responsable en la cadena de suministro, y aprender cómo fortalecer su cultura de Responsabilidad Corporativa en sus empresas.

Estándares laborales

Principio 3

En Telefónica asumimos el compromiso de garantizar que todos los trabajadores –directos e indirectos– puedan tener la posibilidad de formar y afiliarse al sindicato de su elección sin temor a represalias o intimidaciones, de conformidad con la legislación local de cada uno de los países en los que opera y apoyamos el derecho a la negociación colectiva.

Con la libertad de asociación de nuestros profesionales, en materia de libertad de asociación, en Telefónica tenemos como referentes nuestros Principios de Actuación, el Protocolo Social de Acuerdos Internacionales y su Código de Conducta, vigentes entre la Union Network International (UNI) y la Compañía.

Con la práctica de la negociación colectiva: el porcentaje de empleados de Telefónica con condiciones laborales reguladas por convenios colectivos aumentó en más de dos puntos porcentuales en 2010, hasta alcanzar el 75% de la plantilla.

Con la representación de los trabajadores en los comités de seguridad y salud: a través de unos 200 foros paritarios, los trabajadores de Telefónica están representados al más alto nivel, promoviendo la mejora de sus condiciones laborales y la salvaguarda de su bienestar físico, mental y social.

Con la transparencia en la comunicación con los empleados: informamos puntualmente a través de nuestros canales internos de los acuerdos o cambios organizativos que se producen. Dentro de estos canales internos de comunicación existen canales de denuncia puestos a disposición de todos los empleados a través de Internet para plantear cuestiones asociadas al cumplimiento de nuestros Principios de Actuación, entre las que también se incluye cualquier incidente contra la libertad de asociación.

Estándares laborales

Principio 4

En Telefónica garantizamos la no existencia de trabajo forzado en ninguna de las empresas u en ninguno de los países en los que la Compañía tiene operaciones. Este esfuerzo se extiende a nuestros proveedores, ya que en Telefónica asumimos la responsabilidad social de la cadena de suministros necesarios para proveer de servicios a nuestros clientes.

Con una política de conciliación y flexibilidad laboral: potenciamos nuevas formas de trabajo que permitan una mayor flexibilidad a nuestros empleados haciendo más fácil la conciliación de su vida personal y profesional. También nos preocupamos por la mejora de su bienestar, tanto desde el punto de vista de la salud como el de ocio, haciendo extensible en muchos casos estas ventajas para su entorno familiar directo.

Con seguridad laboral: todas nuestras empresas adheridas al Servicio Mancomunado de Prevención de Riesgos Laborales, han obtenido el Certificado de Auditoría de Prevención de Riesgos Laborales.

Con una retribución justa: la compensación fija que Telefónica paga a sus empleados está en todos los casos por encima de los salarios mínimos locales. En muchos casos esta retribución fija se complementa con un paquete de beneficios sociales adecuado a los mercados en los que operamos.

Con nuestra cadena de suministro: colaboramos junto con nuestros proveedores para evitar que se produzcan situaciones de servidumbre o trabajo forzoso en nuestra cadena de valor. Y definir criterios y estándares mínimos en materia de sostenibilidad.

Principio 5

En Telefónica actuamos en tres frentes para contribuir significativamente a la erradicación del trabajo infantil en los países en los que la Compañía opera: a través de la propia regulación interna, a través de la gestión responsable de la cadena de suministro y a través de los programas de acción social Proniño y EducaRed de la Fundación Telefónica.

Impacto social del programa Proniño de Fundación Telefónica: durante 2010 se trabajó con 118 ONGs ejecutoras, se ha intervenido en 5.860 centros educativos y se han instalado 432 aulas de Fundación Telefónica (AFT), se han beneficiado del eje de protección integral 211.349 beneficiarios más 223.988 adicionales beneficiarios de las AFT.

Impacto social del programa EducaRed de Fundación Telefónica: se han producido 52,6 millones de visitas al portal global y más de 233 millones de páginas consultadas. Más de 142.000 personas fueron formadas en cerca de 2.100 cursos organizados, en los que se han impartido 1,2 millones de horas de formación.

Principio 6

Nuestro Proyecto global de Diversidad es el encargado de convertir internamente este Principio en una realidad, principalmente a través de la inclusión de la perspectiva de diversidad en el ciclo de vida del empleado.

A través de nuestras acciones de sensibilización: por medio de la plataforma de formación *e-learning*, entre los que destaca el curso "Gestión de la diversidad cultural", cuyo principal objetivo es que los empleados aprendan a hacer frente a nuestra realidad multicultural y se adapten a ella en su entorno de trabajo.

Con el desarrollo de políticas internas: para que la igualdad esté contemplada en todas nuestras políticas de empleo: contratación, compensación, promoción, rotación, nuevas formas de trabajar, medidas de conciliación e integración de personas con discapacidad.

Medio Ambiente

Principio 7

Damos respuesta adecuada a los problemas globales, como la mitigación o adaptación al cambio climático a través de nuestros productos y servicios. Trabajamos fuertemente en la identificación apropiada de los riesgos ambientales en nuestras operaciones, contribuyendo de manera sectorial y global.

En Telefónica, nuestro Sistema de Gestión Ambiental Global es aquel que marca las líneas de acción para una gestión ambiental preventiva y eficiente. Sabemos que el cambio climático y la eficiencia energética es un reto global y lo gestionamos de manera eficiente. Creemos firmemente que podemos reducir las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) globales a través de actividades eficiencia energética interna y sobre todo a través de nuestros productos y servicios a nivel mundial.

Principio 8

Trabajamos con los equipos locales capacitados y comprometidos con los objetivos medio ambientales y de Cambio Climático y Eficiencia energética. Gestionamos de manera eficiente la responsabilidad ambiental de todas las líneas de negocio.

En Telefónica gestionamos de manera responsable todos los aspectos ambientales de nuestras actividades. Mayor énfasis ponemos en la gestión de residuos en operaciones, así como el control de impacto visual y/o acústico en el despliegue de red. La responsabilidad de reducción GEI y energía la realizamos a través de proyectos globales con miras a cumplir nuestros objetivos globales de reducción al año 2015.

Principio 9

Identificamos y desarrollamos productos y servicios que generen eficiencia energética y reducción de emisiones de CO₂ en nuestros clientes. Disponemos de una serie de servicios "*green*" en los mercados en los que operamos, gracias al trabajo de las áreas de negocio y de innovación.

A través de nuestros productos y servicios podemos contribuir a la protección del medio ambiente y sobre todo a fomentar la eficiencia energética en nuestros clientes. Así reduciremos las emisiones de GEI globales. Esta propuesta de valor de Telefónica debe ser legítima y enfocada a todos los segmentos de nuestro negocio en Europa y América Latina.

Anticorrupción

Principio 10

En Telefónica somos conscientes del elevado coste de la corrupción. A medio-largo plazo, contarán las empresas con una fuerte estrategia anticorrupción. De esta manera venimos desarrollando una serie de elementos que conforman un entorno de control adecuado y de total intransigencia.

Con elementos organizacionales: contamos con dos comisiones dependientes del Consejo de Administración (la Comisión de Auditoría y Control y la Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa de Telefónica, S.A.), además de unidades organizativas específicas, entre las que cabe destacar la unidad centralizada de Inspección, especializada en trabajos de prevención de fraude e investigación de denuncias, la unidad de Intervención de Pagos y la unidad corporativa Gestión de Riesgos, que centraliza la información de riesgos recibidas por las áreas locales de gestión de riesgos creadas en las principales operaciones.

Con elementos normativos: nuestros Principios de Actuación contemplan los principios de conflicto de interés, corrupción, no aceptación de regalos y sobornos, y el principio de neutralidad política. También contamos con normas que introducen principios de control contra el fraude en los procesos con mayor riesgo potencial; pagos, inversión y gestión del inmovilizado, registro contable y comunicación de información.



Informes de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad de Telefónica en el Mundo 2010

Los Informes de Responsabilidad Corporativa locales de Telefónica son una herramienta para compartir y resumir en un solo espacio el aporte al desarrollo económico, tecnológico y social en los países que opera. En los documentos se describen las iniciativas y proyectos que contribuyen al progreso de las comunidades.



2008



2009



2010



Argentina

Desde 2003
GRI A+
AA1000AS

Brasil

Desde 2003
GRI A+
AA1000AS

Chile

Desde 2003
GRI A+
AA1000AS

Colombia

Desde 2006
GRI A+
AA1000AS

Ecuador

Desde 2006
GRI A+
AA1000AS

El Salvador

Desde 2006*
GRI A+
AA1000AS

Guatemala

Desde 2006*
GRI A+
AA1000AS

México

Desde 2006
GRI A+
AA1000AS

Nicaragua

Desde 2006*
GRI A+
AA1000AS

Panamá

Desde 2006*
GRI A+
AA1000AS

Perú

Desde 2003
GRI A+
AA1000AS

Uruguay

Desde 2006*
GRI A+
AA1000AS

Venezuela

Desde 2006
GRI A+
AA1000AS

Alemania

Desde 2006
GRI A+

España

Desde 1999
GRI A+
AA1000AS

Reino Unido

Desde 2006
GRI A+
AA1000AS

República Checa

Desde 2006
GRI A+
AA1000AS

* Desde 2008 estos países publican el Informe RC por separado. Anteriormente publicaban de forma conjunta el Informe RC Centroamérica.

Perfil de Telefónica Panamá

En 2010 realizamos una gestión responsable y transformadora

Nuestra Visión

“Queremos ser la mejor compañía global de comunicación del mundo digital”

Telefónica en Panamá

Telefónica contribuye al progreso y desarrollo de las sociedades en donde hace presencia, a través de las tecnologías de la información y las comunicaciones.

- Somos motor de desarrollo tecnológico, económico y social, al aportar cerca del 0.8% al Producto Interno Bruto panameño. Esta cifra representa el importante papel que tenemos en la sociedad panameña y el alto compromiso adquirido con el futuro del país.
- Generamos riqueza por valor de 224 millones de dólares aportando a la movilización de la economía panameña.
- Ofrecemos soluciones de comunicación a 2.2 millones de clientes activos quienes han depositado su confianza en nosotros a través de la marca Movistar con un Índice de Satisfacción de Cliente de 8.42.
- Nuestro portafolio de productos y servicios responde a los perfiles de consumo de nuestros clientes, entendiendo sus particularidades y sus necesidades con soluciones integrales de comunicación que les permiten estar conectados con el mundo.
- Más de 430 personas trabajan con nosotros y construyen este gran proyecto de comunicación en Panamá.
- Adjudicamos 113 millones de dólares a 258 proveedores, de los cuales el 69% son empresas locales.
- 5,000 niñas, niños y adolescentes panameños están en un aula de clase, gracias al aporte del programa Proniño de la Fundación Telefónica, y su compromiso con la educación y la erradicación del trabajo infantil con una inversión directa que supera los 2,3 millones de dólares durante el 2010.
- Más de 20,100 personas, entre estudiantes y docentes, cuentan hoy con una oferta formativa de calidad a través del programa Educared de Fundación Telefónica.
- 53% de los empleados están inscritos en el programa Voluntarios Telefónica de Fundación Telefónica, de los cuales el 76% se mantuvo activo durante el 2010.
- Somos empresa firmante del Pacto Global de las Naciones Unidas.



Motor de progreso

En 2010 Telefónica movilizó recursos por 224 millones de dólares en la economía panameña, estimando un aporte al PIB panameño de 0.8%.

A través de las entradas generadas por sus clientes en más de 224 millones de dólares, Telefónica Panamá gestionó 20 millones 236 mil dólares en pagos a sus empleados, 39 millones 400 mil dólares a las administraciones públicas y 113 millones 451 mil dólares a sus proveedores. Se invirtió 3 millones en esfuerzos de investigación y desarrollo.

Telefónica
es un motor
de desarrollo
económico,
tecnológico
y social en
Panamá.

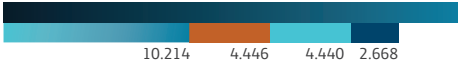
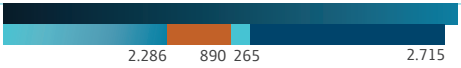
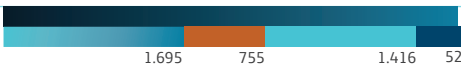
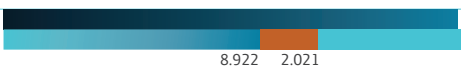
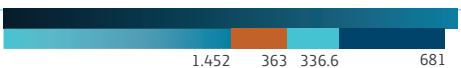
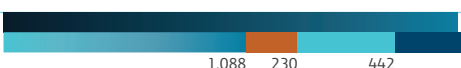

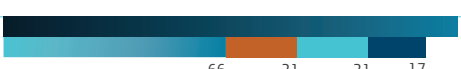












Cifras en millones de dólares.

¹ CapEx: Capital Expenditur. Inversiones realizadas, tanto iniciales como de mantenimiento y mejora por parte de la Compañía.

Nota:
La información publicada en esta página ha sido obtenida de fuentes internas de la evolución de caja de Telefónica.
Los datos mencionados podrían verse afectados por acontecimientos posteriores y efectos evolutivos que podrían producir modificaciones en su contenido.
Se utilizó una tasa de conversión de 1.32 para convertir los datos del 2010 de euros a dólares.

Contribución al progreso 2010

Impacto económico		Ingresos/PIB		Magnitudes	
España	Ingresos		1,8%	Empleados	54.879
	Pagos			proveedores adjudicatarios	2.877
Alemania	Ingresos		0,2%	% de compras locales	87,4%
	Pagos			Accesos (miles)	47.591
Argentina	Ingresos		1,2%	Empleados	24.322
	Pagos			proveedores adjudicatarios	1.431
Brasil	Ingresos		0,8%	% de compras locales	64,2%
	Pagos			Accesos (miles)	22.289
Chile	Ingresos		1,4%	Empleados	10.301
	Pagos			proveedores adjudicatarios	1.443
Colombia	Ingresos		0,7%	% de compras locales	76,2%
	Pagos			Accesos (miles)	11.916
Ecuador	Ingresos		0,8%	Empleados	7.412
	Pagos			proveedores adjudicatarios	1.016
El Salvador	Ingresos		0,6%	% de compras locales	69,7%
	Pagos			Accesos (miles)	12.354
Guatemala	Ingresos		0,6%	Empleados	1.160
	Pagos			proveedores adjudicatarios	422
Irlanda	Ingresos		0,5%	% de compras locales	60,5%
	Pagos			Accesos (miles)	4.315
México	Ingresos		0,3%	Empleados	243
	Pagos			proveedores adjudicatarios	314
Nicaragua	Ingresos		2,2%	% de compras locales	45,3%
	Pagos			Accesos (miles)	47,2%
Panamá	Ingresos		0,8%	Empleados	1.185
	Pagos			proveedores adjudicatarios	548
Perú	Ingresos		1,7%	% de compras locales	87,6%
	Pagos			Accesos (miles)	1.696
Reino Unido	Ingresos		0,4%	Empleados	22.547
	Pagos			proveedores adjudicatarios	760
Rep Checa	Ingresos		1,4%	% de compras locales	88,1%
	Pagos			Accesos (miles)	20.227
Uruguay	Ingresos		0,7%	Empleados	353
	Pagos			proveedores adjudicatarios	232
Venezuela	Ingresos		1,1%	% de compras locales	39,7%
	Pagos			Accesos (miles)	432

Nota:

Todos los datos económicos en millones de dólares. Se utilizó una tasa de conversión de 1.32 para convertir los datos del 2010 de euros a dólares.

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 de agosto de 2010 y del 100% de Vivo desde octubre de 2010, y excluyen los de Telyco 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 de 2011.

Empleados: empleados directos de Telefónica en cada país. En el caso de Brasil sólo se incluye el 50% de Vivo para mantener coherencia y la comparabilidad con los datos de gestión que contiene la Memoria corporativa de Telefónica 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 adjudicadas localmente.

Accesos: número de accesos consolidados por Telefónica.

ÍNDICE

10	1	Carta de los Presidentes
14	2	Estrategia de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad
17	3	Análisis de Materialidad
19	4	Gestionando los impactos
		Servicio al cliente
		Oferta comercial
		Protección del menor
23	5	Gestión de las oportunidades
		Inclusión digital
		Medio ambiente
		Compromiso social
28	6	Relaciones sostenibles
		Con nuestros profesionales
		Con nuestros clientes
		Con nuestros proveedores
32	7	Reconocimiento
34	8	Indicadores
37		Carta de revisión independiente de Ernst & Young

Carta de los Presidentes

La construcción de confianza ha sido la base de nuestra transformación

Estimad@s Amig@s:

Es un placer para mí presentarle 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 9 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, que 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 cultura*. 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 a 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 Izuel
Presidente de Telefónica, S. A.



Carta de los Presidentes



José María Álvarez Pallete
Presidente Telefónica Latinoamérica

Estimad@s Amig@s:

Por quinto año consecutivo en Telefónica Móviles Panamá presentamos nuestro Informe Anual de Responsabilidad Corporativa, que es una muestra del compromiso de la Compañía con la sostenibilidad y el fortalecimiento de nuestro papel dentro de la economía nacional.

En el desarrollo de este Informe, la Compañía ratifica su compromiso con la sostenibilidad y los Diez Principios del Pacto Mundial, implementados a través de diferentes proyectos alineados a estos. Como muestra de nuestra constante evolución y adaptación al mercado, en 2010 iniciamos el desarrollo del programa estratégico *bravo!*, que es la focalización de proyectos e iniciativas a través de cuatro grandes pilares: clientes, oferta, plataforma y cultura. Bravo! es el eje transversal que nos dirige y los cuatro pilares son la base para llegar a *ser la mejor Compañía global de comunicaciones del mundo digital*. Esta es una estrategia que nos posiciona en el mercado y nos ofrece un horizonte definido hacia donde debemos enfocar nuestras acciones; clientes satisfechos, ofertas de calidad, plataformas de excelencia y una cultura organizacional enfocada en dar lo mejor de nuestra Compañía a las sociedades donde estamos.

Estamos más que consientes del papel fundamental que tenemos en la vida de las personas y es por eso que hemos alineado nuestro enfoque de sostenibilidad en tres líneas de trabajo específicas que den resultados concretos y medibles. Creemos fuertemente en la gestión proactiva del impacto de nuestra actividad, en la identificación de las oportunidades dentro del mundo de las telecomunicaciones y en el establecimiento de un diálogo constante, abierto y franco con nuestro Grupos de Interés, para responder y adaptarnos a las necesidades que surgen día a día.

Esta estrategia parte de nuestros Principios de Actuación que son el lineamiento corporativo sobre nuestras decisiones como colaboradores y como Grupo Telefónica. En la Compañía, estos Principios no son nada nuevo y los venimos impulsando desde nuestra oficina de Principios de Actuación, que fue constituida en 2006, y desde entonces ha promovido y propuesto iniciativas basadas en una cultura organizacional llena de valores que garanticen un ejercicio ético de nuestro negocio. Asimismo, ha identificado riesgos que son abordados a través de políticas y procedimientos de prevención para minimizar su impacto.

El nuevo modelo de gestión nos ha llevado a identificar aquellos temas de alta prioridad entre nuestros públicos de interés y que son de mucha importancia para la Compañía. De este modo, hemos trabajado en aquellos aspectos que son relevantes por el gran impacto que tienen en la sociedad y así hemos logrado definir tres temas de alta prioridad: Servicio al cliente, Oferta comercial y Protección del menor.

En cuanto a las oportunidades consideramos que son las iniciativas que representan un amplio escenario para desarrollarse. En este sentido hemos identificados tres temas como lo son: Inclusión digital, medio ambiente y compromiso social.

Durante al año 2010, también hemos incursionado en las redes sociales que se ha convertido en el escenario perfecto para conocer percepciones y opiniones de los clientes, proveedores y público en general.

Pero vamos más allá, pues contribuimos grandemente al desarrollo social enfocados en la calidad de la educación panameña como la base de un futuro lleno de prosperidad. En 2010 dimos pasos seguros con el Programa Proniño de Fundación Telefónica, que gestionamos en Panamá y mediante el cual contribuimos a la educación de niños, niñas y adolescentes en condiciones de trabajo infantil. Nuestro aporte se enfoca en facilitar condiciones para desarrollar un entorno educativo de calidad incluyendo a maestros, padres de familia y sociedad; incorporando además las nuevas tecnologías de la información y comunicación como un aporte para eliminar la brecha digital.

Continuaremos trabajando pues somos una compañía abierta a la comunicación, que mira siempre al futuro con gran deseo de innovar constantemente en beneficio de todos.



José María Álvarez Pallete
Presidente Telefónica Latinoamérica



Osman Rodríguez
CEO Telefónica Centroamérica



Isaac Suárez
Gerente General, Telefónica Panamá



Osman Rodríguez
CEO Telefónica Centroamérica



Isaac Suárez
Gerente General, Telefónica Panamá



02

ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y SOSTENIBILIDAD

1 Evolucionamos nuestra estrategia
de sostenibilidad: *bravo!*

15

La estrategia de Sostenibilidad Corporativa de Telefónica se vincula a los requerimientos del Dow Jones Sustainability Index

El programa *bravo!* marca las necesidades de nuestra estrategia

La sostenibilidad corporativa para Telefónica está en línea con la definición que realiza el Dow Jones Sustainability Index (DJSI): "La sostenibilidad corporativa es un enfoque de negocio que persigue crear valor a largo plazo para los accionistas mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social".

Como consecuencia, en 2010 se ha adaptado la estructura organizativa de estas áreas en un doble sentido: cambio de denominación del área (de Reputación y Responsabilidad Corporativa a Reputación y Sostenibilidad Corporativa) y creación de la figura del Chief Sustainability Officer (CSO). Dos cambios que demuestran la consolidación de un concepto, una estructura, unas funciones y unas responsabilidades bien definidas.

Estas modificaciones responden además a las necesidades identificadas en nuestro programa de transformación global, *bravo!* (vigente hasta 2012), cuyo objetivo es establecer relaciones sostenibles a largo plazo con todos nuestros grupos de interés.

Nuestra estrategia de sostenibilidad se organiza en tres líneas de trabajo y unas métricas específicas:

1. La gestión de los riesgos

Vinculados a nuestros Principios de Actuación (PdA) y a su impacto en la reputación. Disponemos para ello de un modelo de gestión simple y eficaz, basado en la identificación, evaluación de riesgos, respuesta y seguimiento a través de proyectos y el impacto en nuestra reputación.

Nuestra Oficina de Principios de Actuación, constituida en 2006, se encarga de asegurar el cumplimiento de nuestros Principios y desarrollar políticas y procedimientos para la prevención de los riesgos identificados. Está integrada por las áreas corporativas de Recursos Humanos, Auditoría Interna, Secretaría General y Secretaría General Técnica de la Presidencia, y cuenta con un representante de cada región operativa de Telefónica (España, Latinoamérica y Europa).

Para realizar su labor se apoya en estructuras similares en cada uno de los países donde estamos presentes.

La Oficina de Principios de Actuación afianzó en 2010 su nuevo marco de trabajo, modificando su normativa de funcionamiento para incluir sus nuevas responsabilidades, así como el papel más proactivo de las Oficinas de Principios de Actuación locales. Junto a la gestión diaria de los Principios de Actuación, mediante la formación, comunicación y resolución de las comunicaciones recibidas en los canales confidenciales, la Oficina trabajó en la identificación de los riesgos asociado a los PdA (incluidos dentro del modelo global corporativo de Gestión de Riesgos), y en la definición de los planes de acción de las principales áreas de riesgo identificadas.

La unidad de Proyectos, creada en 2009 en el seno de la Oficina, comenzó a definir nuestro posicionamiento y a articular las actuaciones internas oportunas en Responsabilidad en la Cadena de Suministro, Derechos Humanos, Integridad, Privacidad y Protección de Datos, Seguridad y Salud, Campos Electromagnéticos, Gestión Ambiental, Protección del Menor y Publicidad Responsable.

2. La gestión de las oportunidades

A través de dos líneas de actividad claramente diferenciadas:

- **Innovación e inclusión social (accesibilidad TIC):** identificación e impulso de proyectos para captar oportunidades de negocio con impacto social, que beneficien a personas de bajos recursos, con discapacidad, mayores o residentes en zonas rurales.

Durante 2010 desarrollamos múltiples iniciativas de promoción de la inclusión digital en las sociedades donde estamos presentes. A nivel interno, creamos en julio de 2010 la Dirección de Innovación Social y Negocios Inclusivos, con el objetivo de explorar nuevas oportunidades de negocio en forma de

soluciones de Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) innovadoras para colectivos con necesidades especiales, principalmente mayores, personas con discapacidad y de escasos o nulos recursos económicos.

Asimismo, continuamos desarrollando diversos proyectos en este ámbito, entre los que destaca la primera convocatoria en España de los Telefónica Ability Awards, con los que queremos reconocer públicamente a aquellas entidades que integran la discapacidad en su cadena de creación de valor y en su modelo de negocio.

- **Green TIC:** generación de proyectos globales de eficiencia energética e impulso en el desarrollo de productos y servicios vinculados a la eficiencia energética de clientes y a la reducción de gases de efecto invernadero (GEI) a nivel global (green business).

La Oficina de Cambio Climático y Eficiencia Energética, liderada desde la Dirección de Transformación y la Secretaría General Técnica de la Presidencia, es la encargada desde 2008 de la implantación de más de 80 proyectos ligados a la eficiencia energética y los llamados "green services" en toda la Compañía.

En 2010 cumplimos más de la mitad de nuestro objetivo de reducción del 30% del consumo eléctrico en nuestras redes definido en 2007, instauramos el programa Green Customer Experience y alcanzamos el liderazgo en el índice de la organización independiente Carbon Disclosure Project. Además, establecimos los atributos necesarios para evaluar la eficiencia de varios de nuestros servicios entregados al cliente final, como Inmótica, Virtual Hosting y la gestión de flotas.

Hay que destacar la celebración del primer Taller Global de Eficiencia Energética y Cambio Climático de Telefónica, en el que contamos con la participación de colaboradores externos. Asimismo, consolidamos la figura del gestor energético (Energy Manager) en la mayoría de los países, e incluimos dentro de sus objetivos la reducción del consumo energético.

3. La vinculación con nuestros grupos de interés (Stakeholder Engagement)

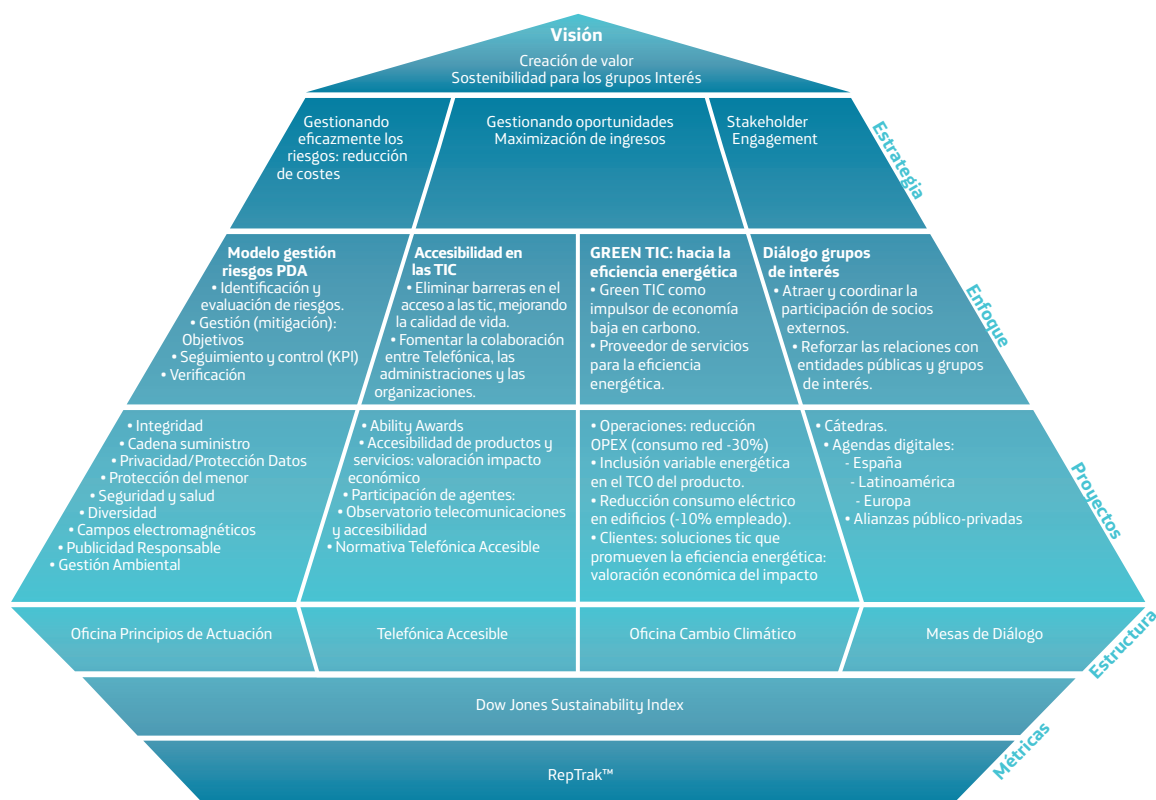
Fomentando el diálogo efectivo a través de los medios sociales y las alianzas público privadas, para contribuir a las agendas digitales en educación, sanidad, productividad y eficiencia energética. Destacamos nuestra relación con las universidades a través de las Cátedras Telefónica, que potencian el uso de las TIC en las áreas mencionadas.

En 2010, promovimos el desarrollo de canales 2.0 para potenciar la información y el debate sobre sostenibilidad corporativa, innovación social, menores y las TIC y eficiencia energética. Abrimos un microsite de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad, una red de blogs con contenidos de empleados de Telefónica y otros expertos, y también canales en Twitter (@RCySost), YouTube y Flickr.

Indicadores

Para el seguimiento de estas tres líneas de trabajo, además de métricas específicas para cada uno de los proyectos, contamos con dos indicadores de carácter estratégico: el Dow Jones Sustainability Index desde un punto de vista de gestión (donde somos líderes, por segundo año consecutivo, en el sector de Telecomunicaciones) y, desde un punto de vista reputacional, el RepTrak™, índice de reputación medido por Telefónica desde 2005. En Panamá medimos con el índice Pulse.

Esquema Estratégico de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad





03

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

- 1 Matriz con los asuntos relevantes para nuestros grupos de interés

18

Telefónica elaboró una matriz de todos aquellos asuntos que son relevantes para nuestros grupos de interés

El análisis de Materialidad es una matriz que incluye aquellos asuntos que son de importancia para los públicos de interés de la Compañía y son priorizados dentro de la estrategia del negocio.

La elaboración de este análisis se ha realizado por primera vez conforme a la norma AA1000AS con el objetivo de enfocar este nuevo informe en aquellos temas que son relevantes para la operación local, atendiendo y respondiendo a las demandas e inquietudes de nuestros principales grupos de interés.

La definición de los asuntos relevantes se ha realizado en referencia a informes del sector de telecomunicaciones, nuestra estrategia y análisis de riesgos como compañía y las expectativas de los grupos de interés.

Adicionalmente, se utilizaron diversas fuentes como el Dow Jones Sustainability Index, FTSE4Good y el Pacto Mundial. Posteriormente fueron priorizados a nivel local en función del impacto actual o potencial en nuestra estrategia y nivel de atención de nuestros grupos de interés.

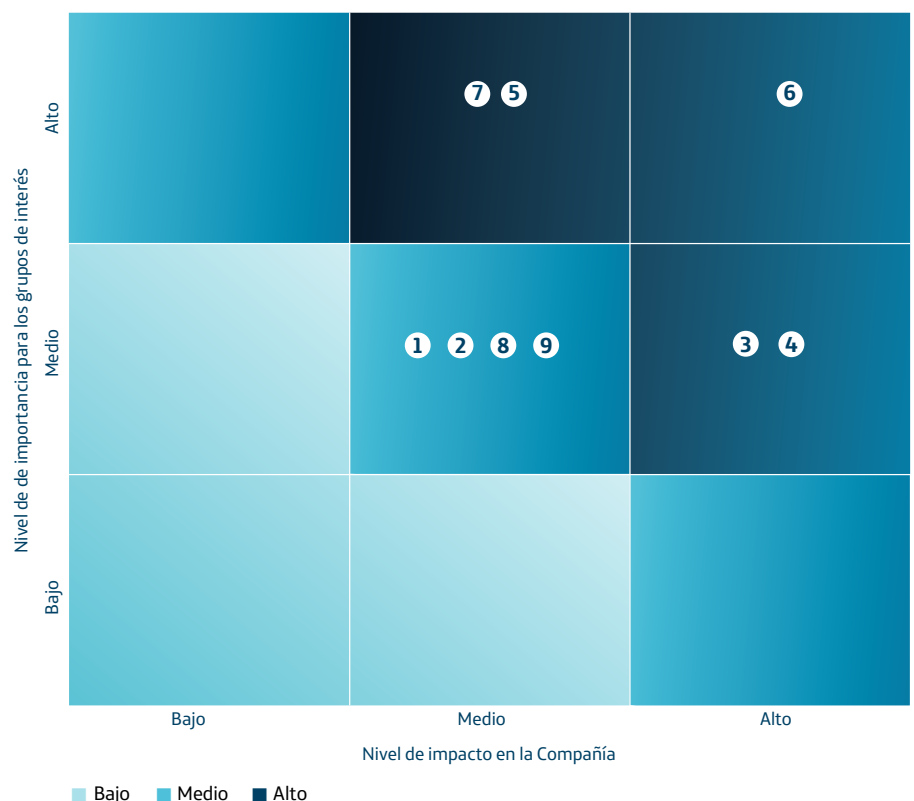
La gestión de Responsabilidad Corporativa en Panamá organizó un conversatorio con representantes de nuestros grupos de interés: empleados, proveedores, clientes, sociedad (expertos en RSE, organismos públicos, ONG, socios estratégicos).

En este espacio se definieron nueve asuntos que fueron priorizados y que serán desarrollados a lo largo de este informe.

1. Creación de empleo
2. Satisfacción empleado
3. Satisfacción de clientes
4. Precios y tarifas
5. Despliegue responsable de la red
6. Disponibilidad y calidad de los servicios
7. Inclusión digital y accesibilidad
8. Protección del menor
9. Cumplimiento y desempeño ambiental



Matriz de Materialidad





04 GESTIONANDO LOS IMPACTOS

1 Servicio al cliente	20
2 Oferta comercial	21
3 Protección al menor	22

Servicio al cliente

GESTIONANDO LOS IMPACTOS

Creemos en el servicio al cliente como el principal elemento de la satisfacción, por lo que ampliamos nuestros medios para estar siempre en contacto

Todas las acciones orientadas a hacer del cliente el centro de la Compañía y a generar para los usuarios experiencias innovadoras que respondan a sus necesidades de comunicación, se ven reflejadas en la satisfacción del cliente, en su percepción positiva sobre la oferta de la Compañía y en la confianza que Telefónica Panamá logra generar en cada uno de sus usuarios.

Para el año 2010 Telefónica Panamá retomó la administración de las tiendas, esto permitió un mayor control en las acciones de cara al cliente e incrementó el sentido de pertenencia de los ejecutivos logrando los objetivos de la Compañía. Gracias a ésta y otras iniciativas, al finalizar el año, el Índice de Satisfacción de Clientes (ISC) arrojó una ventajosa calificación de 8.42.

Canales online

Al cierre del año 2010, a través de nuestra marca Movistar, logramos llegar a 2,236 millones de clientes activos. Para ellos, en el mes de agosto lanzamos la Tienda Virtual Movistar a la cual pueden acceder a través de la página web: www.movistar.com.pa. En este espacio nuestros clientes, pueden realizar sus compras de equipos, recargas, entre otras transacciones. Con esta opción, abrimos el abanico de opciones a nuestros clientes ahorrándoles tiempo y dinero.

En la atención a clientes particulares se implementaron canales digitales de contacto que han permitido establecer una relación fluida y directa en las gestiones que se realizan. En cuanto a la atención On Line se abrieron perfiles de la Compañía en Facebook, Twitter y YouTube, redes sociales de mayor crecimiento en el mundo y en Panamá, donde en poco tiempo logramos que los clientes siguieran nuestra marca Movistar mejorando aún más su experiencia en atención y servicio.

Ampliamos nuestros puntos de atención

Durante el año 2010 ampliamos nuestro servicio presencial, con la apertura de siete nuevas tiendas en puntos estratégicos de nuestro país: 4 tiendas en la Provincia de Panamá, 1 tienda en la Provincia de Veraguas, 1 tienda en la Provincia de Colón y abrimos nuestra primera tienda en la Provincia de Darién, la cual está ubicada en el sector de Metetí.



Tienda Movistar en Multiplaza

Oferta comercial

Orientamos nuestras acciones hacia nuestros clientes con experiencias innovadoras que responden a sus necesidades de comunicación

**HABLA
NAVEGA
y CHATEA
GRATIS**

con más de **2 millones**
de amigos movistar!

Al recargar en los días movistar.
Activa la promo enviando Dia al 888.

Telefónica
movistar

**El BlackBerry Prepaid
que se acomoda a tu bolsillo**

Tú decides cuándo lo quieres usar
Plan DATA ILIMITADO
por **B/. 1.95** por 2 días
Para activarlo envía BB al 888
BlackBerry, \$520 por B/. 299.99 en prepago

Telefónica
movistar

Durante el año 2010 ofrecimos nuevos servicios de navegación a los clientes, ofertas y opciones innovadoras que hicieron aún más robusta nuestra oferta comercial en el mercado panameño.

Nuevos servicios

WAP POR USO: Con este servicio se le permite al cliente acceder al servicio de wap con sólo hacer click en el navegador, sin tener que pagar una mensualidad o tener un cobro recurrente a su línea.

BB PREPAGO: Servicio que le permite a los clientes prepago, recibir y enviar correos desde sus cuentas, utilizar BlackBerry Messenger y navegar en la internet desde su celular contratado por 2, 7, 15 ó 30 días.

Este servicio fue presentado para facilitar el acceso a aquellos clientes que tienen deseo de estar conectados a internet desde su móvil BlackBerry sin la necesidad de suscribirse a un plan Pospago.

MOVITALK: Con este servicio se les permite a los clientes tener una comunicación directa, ilimitada y eficiente con sus compañeros de trabajo, amigos y/o clientes, fuera o dentro de la empresa con tan sólo tocar un botón.

También se ofrecieron otros servicios como "SMS Emoción" el cual convierte palabras de los mensajes de textos en dibujos o *emojicons*. Y para las empresas les ofrecimos "Wap Banners", opción de comprar espacio publicitario para promover sus productos en el portal wap Movistar.

Servicios de temporada

PORTAL DE FÚTBOL: Este servicio le permitía a los clientes conocer detalles de inicio y/o final de partidos, resultados e información general de los equipos participantes del mundial de fútbol. El cliente podía elegir: recibir información de su país de su preferencia en tiempo real, información en tiempo real de todos los países participantes, entre otras opciones relacionadas al Mundial de Fútbol.

Promociones en prepago

En el año 2010 lanzamos la exitosa campaña "Habla, Navega y Chatea Gratis!", dirigida a clientes de prepago. Con ella el cliente puede recargar en días promocionales y obtener un múltiplo de su recarga para hablar, navegar y chatear con todos los clientes de la red Movistar por tres días.

Protección del menor

Apostamos por el futuro, por ello promovemos la protección del menor y apoyamos su educación

El programa Proniño de Fundación Telefónica es la principal iniciativa desarrollada por una empresa privada para contribuir a la erradicación del trabajo infantil que vulnera los derechos de los niños, niñas y adolescentes en América Latina.

Telefónica Panamá durante el año 2010 firmó cinco convenios de colaboración al programa Proniño, promoviendo así la protección del menor:

- Convenio de Colaboración con la Defensoría del Pueblo: Se realizaron talleres de sensibilización sobre el trabajo infantil a personal docente de escuelas en las que funciona el programa Proniño, además de desarrollar material sobre los Derechos del Niño.
- Convenio de Colaboración con el Consejo Asesor de la Primera Infancia con el Despacho de la Primera Dama de la República de Panamá: Bajo este Consejo se agrupa el Ministerio de Salud, de Educación y Desarrollo Social, con los cuales se busca unir esfuerzos con miras a aportar a la erradicación del trabajo infantil en Panamá, mejorar las condiciones de salud, educación y sensibilizar a la comunidad sobre los riesgos y causas del trabajo infantil.
- Convenio de Colaboración con el Ministerio de Educación: Dicha alianza promueve una estrecha colaboración a fin de ejecutar el programa Proniño en las escuelas públicas. La institución le otorgará 25 mil dólares en concepto de pago a los docentes que imparten las Tutorías extraescolares en las provincias de Veraguas y Herrera.
- Convenio de Colaboración con el Ministerio de Salud: Esta alianza le brinda atención en salud a los 5,000 niños, niñas y adolescentes del programa Proniño con servicios médicos de: 2 consultas pediátricas, 1 cita odontológica, 2 consultas psicológicas, 1 control de salud con laboratorios, 1 cita oftalmológica.
- Convenio de Colaboración con el Ministerio de Trabajo y Desarrollo Laboral: El objetivo de dicha alianza es construir relaciones profesionales efectivas que tengan un impacto positivo en la erradicación del trabajo infantil y a la vez, fortalecer las intervenciones en el proceso de trabajo tanto del equipo de inspectores del Ministerio de trabajo como con los actores claves (alcaldes, representantes, directivos regionales etc.).



Telefónica en importantes alianzas
por la niñez panameña



05

GESTIÓN DE LAS OPORTUNIDADES

1 Inclusión digital	24
2 Medio ambiente	25
3 Compromiso social	27

1

Inclusión digital

05

GESTIÓN DE LAS OPORTUNIDADES

Ampliamos la capacidad y la cobertura de nuestra red en Panamá



Convencidos del potencial de transformación que tienen las comunicaciones para el desarrollo del país, entendemos la inclusión digital como todas aquellas iniciativas que permiten que más panameños, en más lugares y con mejores propuestas puedan acceder a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC).

Esto nos hace asumir una gran responsabilidad con las comunidades y los colectivos que experimentan obstáculos para acceder a ellas, y es por esta razón que en el 2010 avanzamos varios proyectos para potenciar lo que sabemos hacer como operador de telecomunicaciones en procura de que los panameños, a través de la tecnología, puedan suplir sus necesidades de comunicación.

Brecha geográfica: Ampliación de la cobertura móvil

Telefónica mantiene una constante inversión en el desarrollo y ampliación de su cobertura móvil, con el afán de mejorar continuamente la calidad de los productos y servicios que ofrece en el país. Es por ello que durante el 2010, se instalaron más de 75 radio bases a lo largo del país, para aumentar capacidad e incrementar la cobertura. Ampliamos cobertura en provincias como Darién, Chiriquí, Colón, Coclé, Panamá, entre otras.

Brecha educativa: Difusión del conocimiento en el uso de las TIC

Desde el año 2008, la Fundación Telefónica inicia en Panamá el proyecto de inclusión digital "Aulas Fundación Telefónica" que promueve el uso de las nuevas tecnologías como herramienta esencial para la mejora de la calidad educativa en América Latina.

En el 2010 cumplimos la meta de instalar 10 Aulas Fundación Telefónica totalizando con 33 al cierre del año. Son salones de informática totalmente equipados y con conectividad a Internet. Fueron capacitados 959 docentes en el uso de las TIC como herramienta moderna de dar las clases y utilizando el portal educativo Educared, también de Fundación Telefónica. Beneficiamos a más de 20,100 personas con una inversión desde Fundación Telefónica superior a los 2.3 millones de dólares.



Medio ambiente

En Telefónica estamos comprometidos con el cuidado y la preservación del medio ambiente

Telefónica Panamá reitera su compromiso con el cuidado y preservación del medio ambiente.



Reciclaje de residuos electrónicos

En el 2010 se continuó con el programa de reciclaje de residuos electrónicos producto de nuestras operaciones (CPU, monitores, teclados, mouse, servidores, entre otros). El 100% del equipo en descarte es enviado a reciclar.

Todos estos residuos son enviados a China y Estados Unidos para la separación de materiales en su debido proceso de reciclaje. Una vez completado todo el proceso, se emite un certificado de destrucción por parte de la empresa recicladora a nombre de Telefónica Móviles Panamá.

Sólo en el año 2010 se retiraron aproximadamente 14,000 libras de material.

Apoyo a proyectos sostenibles

Nuevamente apoyamos el programa "Granjas de Desarrollo y Producción Auto Sostenible" gestionado por el Patronato del Servicio Nacional de Nutrición. Estamos patrocinando dos granjas ubicadas en El Chileno en Capira (Panamá) y San Miguel Arriba en Penonomé (Coclé), beneficiando a ocho familias.

Promovemos la facturación electrónica

Continuamos promoviendo entre nuestros clientes de pospago la emisión de facturas electrónicas y así juntos disminuir el consumo de papel. Al cierre del 2010, el 45.87% de estos clientes aceptaron la emisión de la facturación mensual de manera electrónica. Esto representa un incremento del 10% versus el año anterior.

Reciclaje de terminales

En mayo de 2009 lanzamos el programa "La Tierra te llama, ¡contesta!", que involucra a nuestros clientes y público en general. Consiste en la recolección de celulares, baterías y cargadores en desuso, a través de buzones especiales ubicados en las tiendas Movistar para que los clientes puedan depositar los aparatos desechados. Como un incentivo del programa, ofrecemos reforestar un árbol por cada equipo entregado para su respectivo reciclaje.

Este programa se desarrolló en alianza con Fundación Natura, quienes se encargan del refuerzo forestal de varias comunidades aledañas a cuencas hidrográficas prioritarias en nuestro país. La destrucción y reutilización responsable del material recolectado, es responsabilidad de una empresa recicladora local que al final del ciclo, expide un certificado de reciclaje y uno de refinamiento a Telefónica Móviles Panamá.

Los resultados obtenidos del programa desde su lanzamiento y al cierre del 2010:

- 38,006 equipos recolectados, equivalentes a 5.78 toneladas de material
- \$53,451 invertidos por Telefónica para la compra de los árboles
- 4 hectáreas de tierras reforestadas.
- 31.5 hectáreas (36,622 árboles) aproximadamente se reforestarán entre el 2010 y 2011.



LA TIERRA TE LLAMA ¡CONTESTA!

Progreso responsable

Por cada celular que reciclas, movistar sembrará un árbol

Deposita tu celular viejito, baterías y cargadores que no uses en los buzones que se encuentran en las tiendas y kioscos **movistar**.

Nuestro compromiso también es con el medio ambiente.

www.movistar.com.pa



Los buzones están ubicados en nuestras principales tiendas.

Compromiso social

GESTIÓN DE LAS OPORTUNIDADES

Contribuimos con el desarrollo sostenible a través de programas de impacto social que responden a necesidades y se convierten en resultados de largo plazo



Telefónica mantiene en Panamá una amplia inversión social en el país que incluye los programas Proniño y Voluntarios Telefónica, que son gestionados a través de Fundación Telefónica, entre otros programas de apoyo a la educación.

Fundación Telefónica

Fundación Telefónica canaliza gran parte de la acción social y cultural que desarrolla el Grupo Telefónica en todos los países en los que opera.

El objetivo es invertir en resultados para crear un impacto social positivo y relevante, y para ello, a la hora de actuar se aprovechan las fortalezas distintivas del Grupo Telefónica: su experiencia empresarial, su amplia presencia territorial, su extensa base de empleados y su capacidad tecnológica.

En la actualidad está presente en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, España, México, Perú y Venezuela. Además, se extiende a El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Uruguay, Alemania, Eslovaquia, Irlanda, Reino Unido y República Checa, en los que se trabaja conjuntamente con las operadoras locales de Telefónica.

Proniño, educación de calidad para erradicar el trabajo infantil

Aportar a la lucha contra el trabajo infantil por medio de una educación de calidad, es la principal tarea de Fundación Telefónica a través de su programa Proniño en Panamá. Se beneficiaron a 5,000 niños, niñas y adolescentes con una atención integral para garantizar la continuidad en la escuela y disminuir o evitar esta problemática.

Fundación Telefónica, brinda las facilidades necesarias para mantener la retención escolar de los niños, niñas y adolescentes que son parte del programa Proniño, se incluyen capacitaciones, talleres de sensibilización a los maestros, padres y niños, una beca escolar y materiales pedagógicos para las escuelas.

En Fundación Telefónica trabajamos en mejorar la educación a través del acceso al conocimiento por medio de la tecnología, instalando Aulas Fundación Telefónica en entornos menos favorecidos. El proyecto de Aulas Fundación Telefónica es un modelo pedagógico de formación y acompañamiento continuo a los docentes, el cual promueve una comunidad virtual (la Red de Educador Proniño), espacio de aprendizaje y de intercambio de experiencias de los profesores panameños con educadores Proniño de Latinoamérica. A través de Educared, plataforma educativa de FT nuestros docentes

panameños pasan a formar parte de una importante Red de más de 12,639 docentes registrados.

Voluntarios Telefónica, con voluntad transformamos el mundo


Voluntarios Telefónica es el programa de Fundación Telefónica que canaliza y promueve la acción social de los empleados del Grupo Telefónica, que quieren aportar una parte de sus recursos, sus conocimientos, su tiempo y su ilusión en beneficio de la comunidad y de sus colectivos más desfavorecidos.

A través de Voluntarios Telefónica, también ampliamos aún más nuestro campo de acción en la comunidad panameña con actividades sociales, ambientales, tecnológicas y culturales. Al cierre del 2010 el 53% de los empleados estaban inscritos en el programa, de los cuales el 76% se mantuvo activo durante el mismo periodo.

A lo largo del año, los voluntarios dedicaron 1,878 horas a labor social, de las cuales el 56% se realizaron en horario laboral y 44% en horario no laboral. Realizaron más de 30 iniciativas en ámbitos de actuación tales como cultura, educación, inclusión social, medio ambiente y biodiversidad, acción humanitaria, entre otros.

Vacaciones Solidarias de Voluntarios Telefónica

Panamá participó en el proyecto Vacaciones Solidarias, un proyecto global de Voluntarios Telefónica que tiene como principal objetivo involucrar a los voluntarios de la compañía en el potenciamiento de actividades de carácter social y de cooperación en Latinoamérica. En 2010, por primera vez participaron voluntarios procedentes de los 19 países donde opera el Grupo Telefónica quienes viajaron a Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, Guatemala, México y Venezuela; donde participaron durante tres semanas en distintos proyectos como formación a profesores, talleres con padres, iniciativas de medio ambiente, actividades en las aulas. En esta primera edición internacional participó un voluntario panameño quien viajó hasta Guatemala y compartió su experiencia de intercambio con niños, niñas y adolescentes del programa Proniño de Fundación Telefónica en ese país.



06 RELACIONES SOSTENIBLES

1	Con nuestros profesionales	29
2	Con nuestros clientes	30
3	Con nuestros proveedores	31

Con nuestros profesionales

El plan estratégico *bravo!*, implementado globalmente por el Grupo Telefónica, ha significado un cambio cultural al interior de la Compañía



Generamos en 2010 más de 430 empleos directos

La confianza es el valor central del Grupo Telefónica y se logra sólo mediante relaciones caracterizadas por el respeto. Los empleados de la Compañía como eje principal de las actividades, encuentran en Telefónica Panamá un aliado en su desarrollo profesional y personal, que potencializa sus capacidades y competencias para mejorar sus habilidades y promover su bienestar en un ambiente de comunicación y diálogo constante.

Desarrollo Profesional

Los colaboradores en Telefónica tienen la oportunidad de hacer una carrera profesional dentro de la Compañía. A nivel interno se estimula la participación de empleados activos en las convocatorias de plazas vacantes, procurando cubrir siempre los puestos con personal que ya tenga experiencia dentro de la empresa.

La formación continua es la base del desarrollo profesional que impulsa Telefónica entre sus colaboradores. Se mantiene un plan de formación entre los diferentes niveles que garantizan una mejor atención al cliente, una excelente gestión comercial y el fortalecimiento de las relaciones humanas, que permite una efectiva gestión del talento ubicando a los

profesionales más idóneos para las distintas actividades dentro de la Compañía.

Formación *on line* y presencial

Telefónica cuenta con una plataforma *e-learning* con contenidos formativos *on line* disponibles para todos los empleados. Al finalizar el año 2010 se impartieron más de 18,900 horas de formación de las cuales el 68% fueron tomadas a través de la herramienta *e-learning*.

En cuanto a la formación presencial, Telefónica realizó más de 6,000 horas en diferentes temas de capacitación, entre ellos:

- Conceptos básicos de telefonía
- Inducción a Telefónica
- Capacitación en procesos de pagos
- Taller avanzado de negociación
- La imagen personal y profesional
- Seminario de trabajo en altura
- Oferta comercial y herramientas
- Programa de comunicación
- Curso de Excel
- Curso de Coaching

Nuestros profesionales en cifras

Telefónica Panamá generó en 2010 más de 430 empleos directos, para quienes ofrece oportunidades de desarrollo personal y profesional, con esquemas de compensación, reconocimiento y bienestar.

La Compañía promueve el trabajo en equipo facilitando la confrontación de nuevas y diferentes formas de pensamiento, al cierre de 2010 el Índice de Clima y Compromiso laboral fue de 77.8 puntos.

Con nuestros clientes

Nuestros clientes son el centro de todo lo que hacemos

Superamos
2.2 millones
de clientes
activos

Cerramos con
un índice de
satisfacción
de clientes
de 8.42



El plan estratégico bravo!, implementado globalmente por el Grupo Telefónica desde 2010, busca enfocar nuestras acciones poniendo al cliente en el centro de todo. Nuestro reto para brindar un servicio de calidad, y por el cual trabajamos día a día, implica contar con nuevas y mejores plataformas y ofrecer una alternativa de comunicación integral que responda a las expectativas de comunicación de los clientes.

Al cierre del año 2010 nuestra base de clientes activos superó los 2.2 millones de clientes con un Índice de Satisfacción de Cliente de 8.42.

Dialogando con clientes

Conocer lo que piensan nuestros clientes, como grupo de interés de la Compañía, permite fortalecer diferentes iniciativas. Este proceso tiene que ver con la apertura de Telefónica para conocer constantemente las ideas que los clientes puedan tener sobre los diferentes productos y servicios que se ofrecen en el mercado.

Durante el año 2010 llevamos a cabo tres conversatorios con diferentes sesiones cada uno. En ellos no solamente participaron clientes de nuestra Compañía, también participaron clientes de la competencia pues así ampliamos nuestro conocimiento de la percepción en el mercado.

- **Conversatorio # 1:** Se realizaron 7 sesiones

Objetivo: Realizar pos test de la campaña "Habla, Navega y Chatea Gratis", servicio prepago.

- **Conversatorio # 2:** Se realizaron 4 sesiones

Objetivo: Conocer percepción del mercado actual, servicio de prepago.

- **Conversatorio # 3:** Se realizaron 2 sesiones

Objetivo: Medir nueva imagen de la campaña "Habla, Navega y Chatea".

Con nuestros proveedores

Nuestros proveedores nos acompañan como aliados en nuestra contribución al progreso del país



El 69% de
nuestros
proveedores
fueron
locales

Nuestros proveedores son nuestros principales aliados. Nos acompañan en el propósito de ofrecer a los clientes servicios de calidad, no sólo para impulsar el progreso del país y mejorar las condiciones de vida de los panameños, sino también para alcanzar los objetivos de negocio y materializar nuestra visión corporativa. Mantenemos con ellos relaciones basadas en la confianza y la transparencia.

Nuestros proveedores en cifras

Las relaciones con nuestros proveedores, basadas en principios de transparencia e igualdad, han logrado que encuentren en nosotros un aliado que con un trato justo brinda oportunidades de crecimiento y apoya el cumplimiento de estándares, que aseguran la calidad del producto o servicio y materializan buenas prácticas laborales y medioambientales.

Número de proveedores adjudicados y locales

En coherencia con estos propósitos, la Compañía adjudicó en 2010 contratos de compras a un total de 258 proveedores de los cuales el 69% fueron locales. Las compras realizadas a proveedores en 2010 ascendieron a más de 113 millones de dólares, en la adquisición de bienes y servicios.

Comercio electrónico

Para garantizar la eficiencia y el control en el proceso de adjudicación, contamos con el Sistema Avanzado de Compras (SAC), modelo que permite realizar las evaluaciones y análisis de proveedores, el seguimiento al desarrollo de los contratos y la administración virtual de las negociaciones. Ser parte del SAC le brinda a cada proveedor la oportunidad de ofertar en los procesos de las filiales de Telefónica a nivel global, ampliando sus oportunidades de crecimiento y desarrollo, además de ofrecer acceso a una plataforma electrónica de negociación equitativa, que ofrece igualdad de condiciones.

A top-down photograph of several hands of different skin tones resting on a sandy surface. Some hands have colorful wristbands. A white rectangular box is overlaid on the center of the image, containing text.

07 RECONOCIMIENTOS

1 Dow Jones Sustainability Index
Somos líder en el sector de las
telecomunicaciones

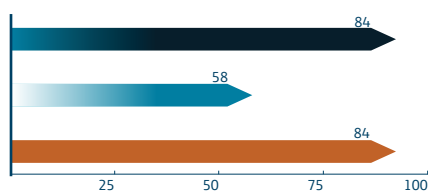
33

Dow Jones Sustainability Index (DJSI): Líder en el sector de las telecomunicaciones en 2010, con una puntuación de 84 sobre 100

Ranking de Sostenibilidad en DJSI

sam 2011
sector leader

Puntuación total



■ Telefónica, S.A.
■ Media sector Telco
■ Mejor compañía en el sector telecomunicaciones

Certificado FTSE4Good



En 2010, por segundo año consecutivo, volvemos a liderar el principal índice de sostenibilidad y responsabilidad corporativa del mundo, el Dow Jones Sustainability Index (DJSI) en el denominado "supersector de las telecomunicaciones". Si alcanzar el liderazgo en 2009 fue un éxito, repetirlo en 2010 ha sido más relevante, ya que consolidar esta posición nos confirma en nuestra estrategia. En su revisión anual, la agencia de rating Sustainable Asset Management (SAM) nos ha valorado con una puntuación de 84 sobre 100, lo que supone 26 puntos porcentuales más que la media del sector, teniendo en cuenta aspectos económicos, medioambientales y sociales. En 2010 hemos sido reconocidos como la empresa con mejores prácticas en siete aspectos clave: gestión de riesgos y de crisis; proveedores; políticas ambientales; desarrollo de capital humano; impacto de los servicios de telecomunicaciones; acción social y compromiso con grupos de interés o stakeholders engagement.

En la **dimensión económica**, hemos recibido una valoración de 83 puntos, lo que representa 23 puntos porcentuales más que la media del sector. En este bloque, el índice contempla aspectos relativos a la gestión de relación con el cliente; privacidad; gestión de riesgos; gobierno corporativo; Principios de Actuación y anticorrupción y gestión de marca. Como novedad este año, el DJSI ha incluido la gestión de la innovación, que contempla la innovación ambiental y la social.

En lo que respecta a la **dimensión medio ambiental**, la valoración ha sido de 73 puntos, 21 puntos por encima de la media. Esta dimensión contempla aspectos de política ambiental, ecoeficiencia, información ambiental y cambio climático.

Por último, en la **dimensión social**, hemos logrado 90 puntos, la valoración más alta del sector, 32 puntos por encima de la media, teniendo en cuenta la evaluación de indicadores laborales; desempeño en materia de desarrollo del capital humano; retención del talento; inclusión digital; impacto de los servicios de telecomunicaciones; acción social; información social; compromiso con los grupos de interés (stakeholders engagement), responsabilidad en la cadena de suministro y como novedad en este año, la salud y la seguridad laboral. Es de destacar que la valoración que hemos obtenido en Telefónica en este nuevo aspecto es de 32 puntos más que la media del sector.

Por
segundo año
consecutivo
lideramos
el DJSI



08 INDICADORES

- 1 El Grupo Telefónica, S.A. cuenta con una serie de indicadores que muestran su comportamiento económico, social y medioambiental

35

El Grupo Telefónica, S.A. cuenta con una serie de indicadores que muestran su comportamiento económico, social y medioambiental

Impacto Económico

	Unidad de medida	2010	2009
Ingresos Grupo Telefónica	Mill.\$	80.173	78.856
Capitalización bursátil	Mill.\$	102.416	123.834
Inversión en innovación tecnológica	Mill.\$	6.354	5.964
Pagos a Administraciones Públicas ¹	Mill.\$	17.020	16.323
Pagos a empleados ²	Mill.\$	11.100	9.417
Inversiones en infraestructuras	Mill.\$	14.314	9.819
Volumen compras adjudicadas ³	Mill.\$	35.453	31.695

Impacto Social

	Unidad de medida	2010	2009
Total inversión social (LBG) ⁴	Miles de dólares	174.186	150.775
Número beneficiarios Fundación Telefónica	Miles	49.410	74.367
Beneficiarios Programa Proniño	Miles	211.349	227.821

Derechos Humanos

	Unidad de medida	2010	2009
Empleados formados en Principios de Actuación	%	59,7	57,0
Valor monetario de las multas por incumplimientos de las normativas de privacidad de datos ⁵	Dólares	2.814.664	5.327.386

Estándares laborales

	Unidad de medida	2010	2009
Nº de total de auditorías realizadas en proveedores de riesgo	Unidades	1.163	840
Índice global de satisfacción cliente	Unidades	7,13	6,98
Número total de empleados	Unidades	285.106	257.426
Empleados con convenio negociado ⁶	%	74,9	72,6
Gastos totales de formación en el ejercicio	Miles de dólares	74.523	87.987
Horas totales de formación	Miles de horas	12.289	11.218
Mujeres	%	51,5	50,1
Mujeres directivas ⁷	%	16,8	15,6 ⁷
Número de personas con discapacidad	Unidades	1.610	1.420
Número de incidentes de discriminación investigados Oficina PdA	Unidades	0	0

1 Refleja el resultado contable.

2 Los pagos a empleados incluyen las aportaciones a la Seguridad Social.

3 No incluye los pagos por interconexión.

4 Inversión social de acuerdo a la metodología internacional de London Benchmarking Group (LBG).

5 El importe de las multas corresponde a España, Alemania, Colombia y República Checa en su totalidad por informaciones en materia de privacidad y protección de datos.

6 Porcentaje de empleados con convenio colectivo, donde ese convenio es negociado través de sindicatos (gremios, representantes de trabajadores...).

7 Datos adaptados para hacer posible la comparación con la información de 2010, tras la homogeneización de las fuentes de información.

Nota: Se utilizó una tasa de conversión de 1.32 para convertir los datos del 2010 de euros a dólares y de 1.39 para los datos correspondientes al 2009.

Medio Ambiente

	Unidad de medida	2010	2009
Despliegue de red			
Gastos estudios de impacto ambiental para el despliegue de la red	Miles de dólares	269	627
Estaciones base en infraestructura compartida	Unidades	26.781	25.205
Inversión adecuaciones Impacto visual	Miles de dólares	1.287	4.212
Mediciones de campos electromagnéticos	Unidades	14.502	16.884
Gasto e inversión en mediciones de campos electromagnéticos	Miles de dólares	1.296	1.143
Inversión adecuaciones Impacto Acústico	Miles de dólares	832	1.731
Gasto e inversión en medio ambiente.	Miles de dólares	22.480	33.409
Ecoeficiencia			
Total consumo de Papel Blanco (incluidas facturas)	t	14.444	16.972
Total consumo de Papel Reciclado	t	530	651
Consumo de Agua	Metros cúbicos	4.010.588	4.470.468
Residuos aparatos eléctricos y electrónicos de redes	t	2.485	1.978
Residuos de baterías	t	1.870	2.681
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (Clientes)	t	1.614	1.811
Cantidad de residuos totales que son reciclados	t	4.155	3.478
Residuos de aceites	miles litros	458	466
Reutilización de equipos electricos o electrónicos	Unidades	1.825.754	1.337.403
Volumen combustible derramado	Metros cúbicos	43	76
Energía y CO₂⁸			
Alcance 1			
Consumo combustible flota (gasóleo y gasolina)	Miles de litros	35.248	24.911
Consumo gas natural operaciones	Metros cúbicos	420.866	444.283
Consumo gas natural oficinas	Metros cúbicos	6.261.916	6.237.141
Consumo diesel operaciones	Miles de litros	17.372	13.140
Consumo diesel oficinas	Miles de litros	1.191	1.195
Emisiones directas	t CO ₂ eq ⁹	149.761	114.839
Alcance 2			
Consumo eléctrico edificios oficina	MWh	821.581	775.764
Consumo eléctrico edificios operación	MWh	5.546.827	4.296.489
Emisiones indirectas	t CO ₂ eq ⁹	1.776.944	1.674.531
Alcance 3			
Viajes por trabajo en avión	Unidades	125.927	111.231
Viajes por trabajo en tren	Unidades	75.779	55.851
Viajes por trabajo en coche	Unidades	33.444	18.570
Otras emisiones indirectas	t CO ₂ eq ⁹	63.368	61.877
Emisiones evitadas ¹⁰	t CO ₂ eq ⁹	245.238	222.879
Emisiones Totales	t CO ₂ eq ⁹	1.990.072	1.851.247

Anticorrupción

	Unidad de medida	2010	2009
Número de empleados despedidos por incumplimiento de los Principios de Actuación	Unidades	7	8
Número de incidentes de corrupcion investigados por la Oficina de Principios de Actuación	Unidades	5	13

⁸ Datos de energía 2009 verificados en 2010. Datos energía y emisiones 2010 en proceso de verificación, incluyen datos de Vivo y TIWS.

⁹ El inventario en los dos años incluye t CO₂eq, CO₂, CH₄ y N₂O.

¹⁰ Emisiones evitadas gracias a la generación y compra de energía renovable.

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA Y SOSTENIBILIDAD 2010 DE TELEFÓNICA MÓVILES PANAMÁ, S.A.

A la atención al Departamento de Comunicaciones y Responsabilidad Corporativa de Telefónica Móviles Panamá, S.A., por encargo de la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa de Telefónica, S.A.:

Alcance del trabajo

Hemos llevado a cabo la revisión del contenido del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad 2010 de Telefónica Móviles Panamá, S.A., que ha sido elaborado de acuerdo a lo señalado en:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3).
- Los principios recogidos en la Norma AA1000 APS 2008 emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical AccountAbility).

El perímetro considerado por Telefónica en Panamá para la elaboración del Informe incluye las actividades realizadas por la Sociedad "Telefónica Móviles Panamá, S.A.".

La preparación del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad 2010 de Telefónica Móviles Panamá, S.A. adjunto, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de Departamento de Comunicaciones y Responsabilidad Corporativa de Telefónica Móviles Panamá, S.A., quienes también son responsables de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Criterios

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con:

- La Norma ISAE 3000 Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC), con un alcance de aseguramiento limitado.
- La Norma AA1000 Assurance Standard 2008 de AccountAbility bajo un encargo de aseguramiento moderado de tipo 2.

Procedimientos realizados

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Unidad de Responsabilidad Corporativa de Telefónica en Panamá, así como a la Dirección de las diversas unidades de negocio que han participado en la elaboración del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad 2010 de Telefónica Móviles Panamá, S.A. y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

1. Entrevistas con los responsables del área de Responsabilidad y Reputación Corporativa de Telefónica, S.A., la Unidad de Responsabilidad Corporativa de Telefónica en Panamá y una selección de directivos y personal clave de las direcciones involucradas en su preparación. El propósito fue obtener un conocimiento sobre cómo los objetivos y políticas de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad son considerados, puestos en práctica e integrados en la estrategia de Telefónica en Panamá.
2. Revisión de información relevante, tal como las actas de las reuniones de la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa de Telefónica, S.A. en las que se han tratado asuntos relacionados con la Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad.
3. Revisión de los principales procesos y sistemas a través de los cuales Telefónica en Panamá establece sus compromisos con sus grupos de interés, así como la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el Informe.
4. Revisión de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe a lo señalado en la Guía G3 versión 3.0 de GRI.
5. Comprobación, en base a selecciones muestrales, de la información cuantitativa de los indicadores incluidos en el Informe y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información. Las pruebas de revisión se han definido a efectos de proporcionar los niveles de aseguramiento indicados en el apartado "Criterios" de este informe.

El alcance de una revisión es sustancialmente inferior al de un trabajo de seguridad razonable. Por tanto, la seguridad proporcionada es también menor. El presente informe en ningún caso puede entenderse como un informe de auditoría.

Estos procedimientos han sido aplicados sobre la información contenida en el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad 2010 de Telefónica Móviles Panamá, S.A. excepto para la información relativa a los indicadores de consumo de energía y emisiones que no han sido objeto de revisión.

Independencia

Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código Ético de la International Federation of Accountants (IFAC).

Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad 2010 de Telefónica Móviles Panamá, S.A., y con el alcance indicado en el apartado "Procedimientos realizados" anterior, concluimos que:

- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe no haya sido preparado según la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI), tal y como se indica en el mismo.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el resto de la información e indicadores incluidos en el Informe adjunto contenga errores significativos o que el Informe no haya sido preparado de acuerdo con los principios recogidos en la Norma AA1000 APS (2008) emitida por AccountAbility, entendidos como:
 - ✓ **Inclusividad:** Se dispone de mecanismos para la identificación de sus grupos de interés, así como para conocer y entender sus expectativas, tal como se describe en el capítulo "Estrategia de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad" del Informe adjunto.
 - ✓ **Relevancia:** Se realiza un análisis para seleccionar aspectos significativos a incluir en el Informe, tal como se describe en su capítulo "Análisis de Materialidad".
 - ✓ **Capacidad de Respuesta:** Se dispone de mecanismos para diseñar, desarrollar, evaluar y comunicar las respuestas a las principales expectativas de los grupos de interés, tal como se describe en el capítulo "Relaciones Sostenibles" del Informe adjunto.

Recomendaciones

Nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora en relación con la aplicación de los principios de la Norma AA1000 APS (2008) y con las actuaciones realizadas con los principales grupos de interés identificados se refieren a:

a) Inclusividad:

Durante el año 2010 se ha iniciado el desarrollo de canales de diálogo online con los grupos de interés. Nuestra recomendación es continuar con la extensión progresiva de los mismos a los diferentes grupos de interés.

b) Relevancia:

En el Informe del año 2010 se ha desarrollado un estudio de materialidad adaptado a las particularidades del país, identificando los aspectos más significativos para los grupos de interés de Telefónica en Panamá. Nuestra recomendación es continuar con el mismo y ampliar la información sobre los riesgos reputacionales identificados.

c) Capacidad de Respuesta:

En el capítulo "Gestionando los impactos" del Informe adjunto se informa de las actuaciones realizadas en relación a los principales aspectos identificados en el análisis de materialidad. Nuestra recomendación es plasmar de forma explícita los compromisos y objetivos que Telefónica en Panamá se plantea en cada uno de los aspectos identificados.

Asimismo, exponemos a continuación una serie de recomendaciones sobre las actuaciones relacionadas con los diferentes grupos de interés:

1) Clientes:

Se han desarrollado durante el año 2010 diversas iniciativas dentro del programa "Bravo!" con el objeto de contribuir a la mejora continua de sus servicios. Nuestra recomendación es mejorar la información relativa a los parámetros de servicio y reclamaciones.

2) Empleados:

Se han mejorado los sistemas de información para los indicadores de "seguridad y salud", fijándose asimismo retos en materia de "diversidad". Nuestra recomendación es ampliar la información referente a diversos aspectos de compensación, así como desarrollar las políticas y normas para la gestión de la "diversidad".

3) Proveedores:

Durante el año 2010 se han venido desarrollado iniciativas para mejorar el comportamiento de Telefónica en Panamá con su cadena de Suministro. Nuestra recomendación es desarrollar mecanismos de diálogo con los mismos y planes correctores sobre los aspectos con menor valoración.

4) Sociedad:

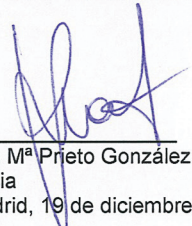
Durante el año 2010 Telefónica en Panamá ha continuado trabajando en su compromiso con la sociedad, incrementado su aportación económica en "acción social". Nuestra recomendación es continuar mejorando sus compromisos en materia de "accesibilidad".

4) Medio Ambiente:

En general, durante el año 2010 se han mejorado los controles sobre los datos ambientales. Nuestra recomendación es mejorar el alcance de la información en algunos indicadores (por ejemplo: otros residuos de oficina, etc.) y mejorar el control de los datos de consumo de agua.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés del Departamento de Comunicaciones y Responsabilidad Corporativa de Telefónica Móviles Panamá, S.A., de acuerdo con los términos de nuestra carta de encargo.

ERNST & YOUNG, S.L.



Ana Mª Prieto González
Socia
Madrid, 19 de diciembre de 2011



AA1000
Licensed Assurance Provider
000-59



Telefónica Móviles Panamá, S.A.

Informe Anual 2010

El presente informe está disponible en el sitio web de Telefónica en internet:
www.telefonica.com.pa

Para mayor información sobre este Informe, puede contactarnos al 378-7500,
departamento de Comunicación y Responsabilidad Corporativa en Panamá.

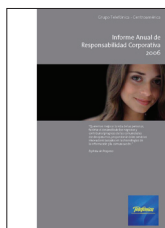
Perfil de Telefónica en Panamá

Al 31 de diciembre de 2010

- Más de 430 personas trabajan con nosotros y construyen este gran proyecto de comunicación en Panamá.
- Adjudicamos 113 millones de dólares a 258 proveedores, de los cuales el 69% son empresas locales.
- Ofrecemos soluciones de comunicación a 2.2 millones de clientes activos quienes han depositado su confianza en nosotros con un Índice de Satisfacción de Cliente de 8.42.
- Generamos riqueza por valor de 224 millones de dólares aportando a la movilización de la economía panameña.
- Estimamos que aportamos con nuestros ingresos el 0.8% al PIB panameño.
- 53% de los empleados están inscritos en el programa Voluntarios Telefónica de Fundación Telefónica, de los cuales el 76% se mantuvo activo durante el 2010.
- 5,000 niñas, niños y adolescentes panameños están en un aula de clase, gracias al aporte del programa Proniño de la Fundación Telefónica, con una inversión directa que supera los 2.3 millones de dólares durante el 2010.
- Somos empresa firmante del Pacto Global de las Naciones Unidas desde 2001.



Informes de RC



2006
V GRI (G3)



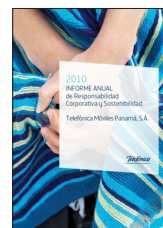
2007
V GRI (G3)



2008
V GRI (G3)



2009
V GRI (G3)



2010
V GRI (G3)