



2011

**Informe de
Sostenibilidad
Corporativa**

Telefónica en Chile

Telefónica

Informe de Progreso del Pacto Mundial ^{4.12}

El Pacto Global es una iniciativa de Naciones Unidas (ONU) en materia de sostenibilidad, que llama a las empresas a adoptar 10 principios en los ámbitos de Derechos Humanos, Derechos Laborales, Medioambiente y Anticorrupción y a gestionarlos en sus operaciones.

Telefónica es socio del Pacto Global desde 2000 y ha colaborado activamente en la tarea de difusión y promoción de los Principios con la oficina del Pacto Mundial en Nueva York, así como con las Redes Nacionales del Pacto presentes en la mayoría de los países en los que operamos.

Global Compact Lead

En enero de 2011 el Pacto Mundial anunció la creación de una plataforma empresarial que nace para impulsar la sostenibilidad en todo el mundo y que está constituida por 54 empresas. Telefónica es una de las empresas del LEAD y, por tanto, una de las 54 multinacionales identificadas por Naciones Unidas como líderes mundiales en materia de sostenibilidad. Además somos miembros del Comité Ejecutivo del LEAD.



APOYAMOS
EL PACTO GLOBAL

Principio 1

Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

En Telefónica queremos garantizar el respeto a los Derechos Humanos desde todos los ámbitos de la empresa. Estamos conscientes de que nuestras operaciones conllevan riesgos y oportunidades de Derechos Humanos, de forma directa e indirecta. El reto de Telefónica consiste en construir un marco común a todas la Compañía, lo que supone el refuerzo de nuestra estrategia global y en concreto de los objetivos de sostenibilidad. A nivel corporativo, Telefónica está trabajando en la definición de un plan de trabajo en torno a los derechos humanos, para su posterior desarrollo y difusión.

Principio 2

Las empresas deben asegurarse de que no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

En 2011, la Asamblea General de Naciones Unidas (ONU) declaró el acceso a Internet como un derecho humano, considerándolo una herramienta imprescindible para el crecimiento y el progreso de la sociedad en su conjunto. En este contexto, nuestro programa Aliado Estratégico País promueve el desarrollo de iniciativas que tengan como fin disminuir las barreras de acceso al uso de las TIC y la brecha digital.

Por otra parte, nos encargamos de traspasar nuestra responsabilidad en el respeto a los Derechos Humanos a través de nuestros proveedores, con quienes comenzaremos una línea de trabajo para la alineación en torno a las prácticas corporativas de sostenibilidad.

Principio 3

Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectivas.

La libertad sindical es uno de los derechos fundamentales de los trabajadores, establecido así en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948. En Telefónica asumimos el compromiso de garantizar que todos los trabajadores puedan tener la posibilidad de formar y afiliarse al sindicato de su elección, sin temor a represalias o intimidaciones, en conformidad con la legislación local.

Durante 2011, en Telefónica mantuvimos dicho compromiso con todos nuestros empleados, garantizando los derechos de asociación y laborales, lo que se refleja en nuestros Principios de Actuación.

Principio 4

Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

En Telefónica se garantiza que no existe trabajo forzoso en ninguna de las empresas del Grupo, en ninguno de los países en que la empresa está presente. La preocupación por dar esa garantía, se extiende además a lo largo de nuestra cadena de valor. En Chile tanto como en otros países se dispone de políticas laborales claras sobre las condiciones relativas a las horas de trabajo establecidas, la seguridad en el trabajo y la remuneración de los colaboradores.

SO3

Horas de formación en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización:

16 horas¹

HR2

Nº total de auditorías realizadas en proveedores de riesgo:

65

LA4

En Telefónica existen 22 sindicatos, que agrupan a un **65,4%** de los empleados.

HR2

Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los Derechos Humanos incluidos en los Principios de Actuación:

264²

1. Representa solamente la gestión 2011. Durante el 2012 se realizará la campaña de actualización de este curso.

2. Incluye horas de formación 2011 de los programas Curso de Principios de Actuación y Curso de Derecho y Libre Competencia.

3. Más información sobre este programa en el capítulo "Aliado Estratégico País" de este Informe.

4. Se considera mujeres directoras en relación a total de directores de la plana ejecutiva.

5. Ver detalle de medidas y porcentaje de reducción en capítulo "Medio Ambiente" de este informe.

6. Detalle de indicadores en capítulo "Medio Ambiente" de este informe. También, en sección "Indicadores clave de sostenibilidad".

7. Ver detalle de medidas y porcentaje de reducción en capítulo "Medio Ambiente" de este informe.

8. Esta cifra refleja las denuncias realizadas por medio del Canal de Denuncias Corporativo, no incluyendo aquellas efectuadas a través del canal chileno.

Principio 5

Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Telefónica no tolera, ni directa ni indirectamente, ningún tipo de empleo infantil, según se recoge en nuestros Principios de Actuación. En Chile, hemos abordado el problema de dos maneras: trabajando por una gestión sostenible de nuestra cadena de suministro con el objeto de garantizar la no existencia de trabajo infantil en nuestros proveedores; y a través de la Fundación Telefónica, que tiene como uno de sus principales objetivos sociales la erradicación del trabajo infantil en Latinoamérica mediante el acceso a la educación.

Principio 6

Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

Los Principios de Actuación, que rigen el comportamiento de todos los empleados de Telefónica, recogen explícitamente que "impulsamos la igualdad de oportunidades y tratamos a todas las personas de manera justa e imparcial, sin prejuicios asociados a la raza, color, nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual, estado civil, edad, discapacidad o responsabilidades familiares". Para Telefónica, adicionalmente, la diversidad en sus colaboradores es una característica que genera valor y debemos apoyar.

Principio 7

Las empresas deberán soportar el principio de precaución ante los grandes retos ambientales.

La estrategia ambiental que desarrollamos en Telefónica se enmarca dentro de una política integrada de sostenibilidad para toda la Compañía. En Telefónica somos conscientes del enorme reto a nivel mundial que es el cambio climático y que abre a la industria de las telecomunicaciones una lista de riesgos y oportunidades de negocio. Los objetivos que nos inspiran son: reducir nuestras emisiones internas mediante acciones de eficiencia energética, y en segundo lugar proveer productos y servicios que faciliten la mitigación de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en nuestros clientes y en sectores estratégicos de la economía.

Principio 8

Las empresas deberán realizar actividades para promover mayor responsabilidad ambiental.

En materia de riesgos ambientales, debemos cuidar los efectos del despliegue de la red de telecomunicaciones en términos de: residuos; consumos de papel y agua; y consumos de energía y generación de emisiones de CO₂. Simultáneamente, es tarea nuestra gestionar la vida útil de la red, controlando el impacto visual, ambiental y acústico de nuestras instalaciones.

Principio 9

Las empresas deberán promover el desarrollo y difusión de tecnologías amigables con el medio ambiente.

En Telefónica reconocemos que podemos contribuir a las acciones globales de mitigación y adaptación al cambio climático, así como a la implementación de acciones compartidas para la reducción de gases de efecto invernadero GEI. Telefónica integra varios grupos de trabajo sectoriales e intersectoriales para colocar a las Green TIC en la agenda política de cambio climático y la sostenibilidad ambiental a nivel mundial: Grupo No.5 de Medio Ambiente y Cambio Climático (ITU SG5) para el desarrollo de metodologías y estándares GreenTIC, Grupo de Cambio Climático del Global-E-Sustainability Initiative GESI para el posicionamiento del sector a nivel global.

Principio 10

Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

En Telefónica somos conscientes del elevado coste de la corrupción, en los planos económico, legal y reputacional. Por eso mantenemos nuestro compromiso con una gestión íntegra y transparente a través de nuestros Principios de Actuación, código ético que inspira y define la manera en la que desarrollamos nuestra actividad y las relaciones con todos nuestros grupos de interés. La Oficina de Principios de Actuación en Chile se encarga de la aplicación de los Principios, promoviendo una cultura corporativa basada en los PDA y actuando como tribunal de consultas y reclamaciones.

HR6

Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación:

Programa Proniño³

LA14

35% de los trabajadores directos son mujeres.

14,3% mujeres directivas.⁴

EN18

Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas (% de ahorro energético): **medidas de eficiencia energética en Edificio Corporativo y sitios técnicos.⁵**

EN01, EN03, EN04, EN08, EN16, EN22, EN23, EN27, EN29, EN30

Indicadores de consumo de recursos, energía, agua, y emisiones de Gases de Efecto Invernadero.⁶

EN18

Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas: **Medidas de eficiencia energética en Edificio Corporativo y Sitios Técnicos.⁷**

S04

Medidas tomadas a incidentes de corrupción (personas despedidas): 1⁸

2011

**Informe de
Sostenibilidad
Corporativa**

Telefónica en Chile

Telefónica

Nivel de aplicación del Informe 2011
según estándar de Iniciativa Global de
Reportes (GRI)

NIVEL DE APLICACIÓN DE MEMORIA		C	C+	B	B+	A	A+
CONTENIDOS BÁSICOS	Información sobre el Perfil según la G3	Informa sobre: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8 - 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4 - 4.14 - 4.15	VERIFICACIÓN EXTERNA DE LA MEMORIA	Informa sobre los criterios enumerados en el Nivel C además de: 1.2 3.9 - 3.13 4.5 - 4.13 - 4.16 - 4.17	VERIFICACIÓN EXTERNA DE LA MEMORIA	Los mismos requisitos que para el nivel B.	VERIFICACIÓN EXTERNA DE LA MEMORIA
	Información sobre el Enfoque de Gestión 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	Informa sobre un mínimo de 10 indicadores de desempeño, y como mínimo uno de cada dimensión: Económica, Social y Ambiental.		Informa 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.		Informa sobre cada indicador central G3 y sobre los indicadores de los Suplementos Sectoriales, de conformidad con el principio de materialidad ya sea: a) informando sobre el indicador o b) explicando el motivo de su emisión.	



Acerca de este Informe

3.1 - 3.2 - 3.3 - 3.5 - 3.6 - 3.7 - 3.8 - 3.9 - 3.10 - 3.11 - 3.13

Por octava vez consecutiva, a través del Informe de Sostenibilidad Corporativa, Telefónica en Chile pone de manifiesto su interés por reportar anualmente el desempeño en los ámbitos económico, social y ambiental, de cara a sus grupos de interés.

Período: abarca el desempeño 2011, desde el 1 de enero hasta el 31 de diciembre. Consecuentemente, los datos presentados corresponden a este período, excepto cuando se incluye información de años anteriores con el objetivo de facilitar la comparación en el tiempo y visibilizar los resultados de la gestión.

Lineamientos: el proceso de desarrollo del Informe y su resultado final, se llevó a cabo siguiendo los lineamientos de la Iniciativa Global de Reportes (GRI, en inglés) para la elaboración de reportes, en su versión G3.1. De acuerdo con esta misma guía, se incorporaron los indicadores específicos del Suplemento para el Sector de Telecomunicaciones. Los contenidos del Informe, por otra parte, han sido referenciados a los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas (ver portada interior).

Desarrollo: la construcción de este Informe fue liderada por la gerencia de Responsabilidad Corporativa, que reporta su gestión a la dirección de Asuntos Corporativos, con la colaboración de distintas áreas de la Compañía a través de la entrega de información y de entrevistas a sus directores. La definición de los temas materiales se aborda en detalle en la página 30. De manera muy importante, este año se incorporó una etapa de participación de los capítulos con los directores de las áreas pertinentes, donde entregaron sus comentarios y sugerencias.

Comparabilidad: los datos cuantitativos se han calculado en línea con lo propuesto por el GRI, y de acuerdo a las bases de cálculo de los informes anteriores, excepto cuando se indique lo contrario.

Verificación: la información presentada en el Informe fue verificada por Ernst & Young, de acuerdo a los estándares GRI G3.1 y AA1000AS (AccountAbility).

Alcance: este documento cubre principalmente el desempeño de las empresas Telefónica Chile y Telefónica Móviles Chile, en las filiales que dan cuenta de las operaciones de telecomunicaciones fija y móvil de Telefónica en Chile. En lo que concierne a la inversión social de la Compañía, se incluyen datos de la Fundación Telefónica en Chile. En caso de que la información presentada tenga un alcance distinto, se aclara debidamente.

Distinciones utilizadas para denominar a las empresas:

- **Telefónica:** se refiere a la Compañía en su alcance a nivel mundial.
- **Telefónica en Chile:** se refiere a las operaciones fija y móvil en Chile de Telefónica
- **Movistar:** se refiere a la marca comercial con que Telefónica opera en Chile, en sus servicios fijo y móvil.

Contacto 3.4

Más información sobre este Informe, opiniones y sugerencias, dirigirse a:

Paulina Dobud Larenas

Gerente de Responsabilidad Corporativa
maria.dobud@telefonica.com
Av. Providencia #111, Providencia, Santiago
www.telefonica.cl

Telefonica

Cómo navegar este Informe

Los siguientes elementos ayudan a lectura y navegabilidad de los contenidos en este documento:

3.1 - 3.5 Indica que la información referida a la Iniciativa Global de Reportes (GRI), se encuentra en esa sección del reporte. El número representa el indicador respectivo de dicha herramienta, que se puede consultar en el Índice GRI.



Indica que existe información ampliada respecto de un tema en www.telefonica.com o www.telefonica.cl.




Indica que se encuentra mayor información en este Informe, en la página señalada.





ÍNDICE

7	1 ¿Qué es Telefónica?
19	2 ¿Cómo lo hacemos?
27	3 Estrategia de Sostenibilidad Corporativa
33	4 Nuestro negocio: hacia una operación sostenible
69	5 Información complementaria



Telefónica es uno de los operadores integrados de telecomunicaciones líder a nivel mundial en la provisión de soluciones de comunicación, información y entretenimiento, con presencia en Europa, Asia y Latinoamérica. Tiene operaciones en 25 países, alcanzando más de 307 millones de accesos a clientes en todo el mundo.

La actividad de Telefónica tiene un impacto positivo en las sociedades en las que está presente. Según el Banco Mundial, el crecimiento del PIB de los países aumenta por la penetración de los servicios de telecomunicaciones, particularmente de aquellos en desarrollo.¹

Las telecomunicaciones son claves para la mejora de la productividad y el crecimiento sostenible. No sólo funcionan como motor de desarrollo económico e innovación, sino que también son un factor de apoyo a la cohesión social.

En Chile, Telefónica está presente como Movistar, empresa en la que día a día trabajamos para conectar a los chilenos con sus afectos e intereses, adaptando nuestro trabajo para dar servicios que contribuyan a una vida mejor.

En 2011 fuimos parte de importantes transformaciones, tanto en la industria de las comunicaciones como en la sociedad. Entendemos que el desarrollo de nuestro sector está ligado a una constante innovación que da respuesta a las necesidades de comunicación, y que la relación entre la empresa y la sociedad ha evolucionado. Por eso, permanentemente estamos observando el escenario en que nos movemos y también escuchando a nuestros clientes, para poder entender y anticiparnos a los servicios que necesitan.

Hoy en Chile las personas quieren actuar y protagonizar sus vidas, participar en la de los demás y en la sociedad en general. Esta interacción se desarrolla en un mundo digital que ha definido la manera cómo nos comunicamos. El tráfico, la capacidad de los teléfonos inteligentes (*smartphones*), el almacenamiento de datos, los accesos, los contenidos y los dispositivos son protagonistas de nuestro mundo. En Telefónica queremos contribuir a las oportunidades que éstos generan.

Sabemos que en un mundo interconectado, lo que hacemos tiene cada vez más importancia. Trabajamos en Telefónica porque queremos ofrecer a nuestros clientes más y nuevas formas para que alcancen sus aspiraciones, que nuestros clientes establezcan más y mejores relaciones con la gente que quieren, y contribuir al país donde vivimos.

¹ Banco Mundial, Qiang 2009.



1

¿Qué es Telefónica?

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

Mensaje del Presidente de Telefónica S.A.

1.1 - 1.2



Estimados amigos,

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

Y en Telefónica, como compañía líder de Telecomunicaciones, queremos contribuir a ese desarrollo con dos líneas de trabajo. Con la primera, impulsamos la Sostenibilidad Corporativa, entendida como una estrategia basada en la creación de valor a largo plazo mediante el aprovechamiento de oportunidades y la gestión eficaz de los riesgos inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social (en línea con el concepto definido por el DowJones Sustainability Index)¹. Con la segunda, a través de Fundación Telefónica, promovemos la acción social y cultural en beneficio, especialmente a través de programas educativos para erradicar el trabajo infantil y para facilitar el acceso al conocimiento y la aplicación de las TIC².

En este documento, Ud. encontrará un resumen ejecutivo de nuestra actividad en 2011, resumen que hemos realizado atendiendo a las tres dimensiones básicas de la Sostenibilidad: Dimensión Económica (cadena de suministro, códigos de conducta, protección de menores, y privacidad); Dimensión Social (clima y compromiso, seguridad y salud, diversidad, inclusión digital y proyectos sociales); y Dimensión Medioambiental (eficiencia energética y servicios green).

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

César Alierta I.
Presidente de Telefónica S.A.

¹ El informe de Sostenibilidad Corporativa está disponible en: <http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/es/>

² El informe de Fundación Telefónica está disponible en: http://www.fundacion.telefonica.com/es/conocenos/informe_anual/index.htm

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

Estimados amigos,

Chile cambió y seguirá en este camino de manera permanente. Durante 2011 pudimos observar claras señales sobre el inicio de una era de transformaciones sociales que nos impulsan a reflexionar sobre el rol que, como Telefónica, tenemos en la sociedad.

Lo que sí está claro es que la comunicación y la tecnología se mantendrán como un motor para avanzar en la sociedad y Telefónica seguirá liderando el desarrollo de ello para que los beneficios de estas transformaciones lleguen a todos.

Les presentamos el octavo Informe de Sostenibilidad Corporativa Telefónica en Chile, correspondiente a 2011, documento con el que buscamos compartir con nuestros grupos de interés lo que entendemos como sostenibilidad: gestionar los riesgos, aprovechar las oportunidades y construir relaciones estables con cada uno de ellos.

Esta definición es un desafío cuya respuesta queremos construir junto a todos quienes forman parte de la sociedad en la que estamos presentes con nuestro negocio. Probablemente, antes respondíamos a la altura de las exigencias que el país nos planteaba, pero en el Chile de hoy no basta, hay que escuchar y aprender de nuestros grupos de interés, sólo así podremos seguir aportando al desarrollo de este país y, como consecuencia, al de Telefónica.

Con esa mirada —y gracias al desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación—, hoy es cada vez más difusa la definición de empresa privada, como consecuencia del impacto público que tienen sus decisiones. Como Telefónica en Chile, prestamos un servicio público de primera necesidad para Chile y, en esa línea, sólo queremos destacar que por cada 10 puntos porcentuales de incremento de la penetración de los servicios de telecomunicaciones, el PIB de los países en vías de desarrollo aumenta en hasta 1,4 veces. En Telefónica estamos conscientes de que somos un atajo para la reducción de las desigualdades, para la descentralización de las decisiones, para el desarrollo económico, para la generación del conocimiento y el cultivo de las relaciones entre las personas.

Esta visión estratégica, como aliados de la sociedad chilena, la vivimos a través de proyectos que como Compañía hemos desarrollado; muchos de ellos en conjunto con diversos sectores, en los ámbitos de la educación, la salud, la seguridad y la justicia. En la misma línea, 2011 fue esencial en la consolidación de Telefónica como protagonista de la innovación. Antes de cerrar el ejercicio del año anterior lanzamos la versión local de Wayra, iniciativa que busca transformar las economías de los países en que opera a través del tejido de una red que sostenga talentos y financiamiento para implementar nuevas ideas. En cuanto a la inversión social, mantuvimos nuestro compromiso con Chile a través de los programas Voluntariado, Proniño, Educared, Jóvenes y Sala de Arte.

Como Telefónica, creemos en relaciones recíprocas basadas en el respeto. De todos nuestros grupos de interés, los clientes son centrales y sabemos que tenemos que continuar mejorando. A través de esta carta, renovamos nuestro compromiso para trabajar enfocados en entregar la calidad de servicio que se merecen.

En nuestro compromiso por establecer relaciones simétricas con nuestros empleados, durante 2011 mantuvimos el camino que comenzamos hace años como una de las mejores empresas para trabajar del país. En cuanto a nuestros proveedores, les puedo decir que el ejercicio anterior marca un cambio en la prioridad con que nos relacionábamos y seguiremos avanzando en lograr resultados concretos que podrán conocer en el presente Informe.



Claudio Muñoz Zúñiga



Santiago Fernández Valbuena

En nuestra relación con el medio ambiente, quisiéramos contarles que el trabajo que hoy podemos publicar todavía refleja acciones que no hemos priorizado lo suficiente como para que éstas respondan a una estrategia local enfocada en esta materia.

Seguiremos conectando a los chilenos con sus afectos e intereses en este camino de contribuir a la construcción de esta sociedad actual. A través del servicio que entregamos, facilitamos relaciones entre personas en todo orden de cosas. Detrás de esta misión trabajamos con la convicción que de la calidad de las relaciones depende la calidad de las diferentes organizaciones que conviven en Chile y en el mundo.

Asimismo, nuestro Informe de Sostenibilidad responde al compromiso que tenemos con el Pacto Global y verificamos los datos publicados de acuerdo al *Global Reporting Initiative* en su versión G3 y de la norma de diálogo social AA1000AS.

A través de esta carta también queremos agradecerle a cada uno de los empleados de Telefónica en Chile y, por supuesto, a sus sindicatos, por la calidad del trabajo que día a día desarrollan y que hoy nos enorgullecemos en presentar a nuestros grupos de interés.

Muchas gracias,

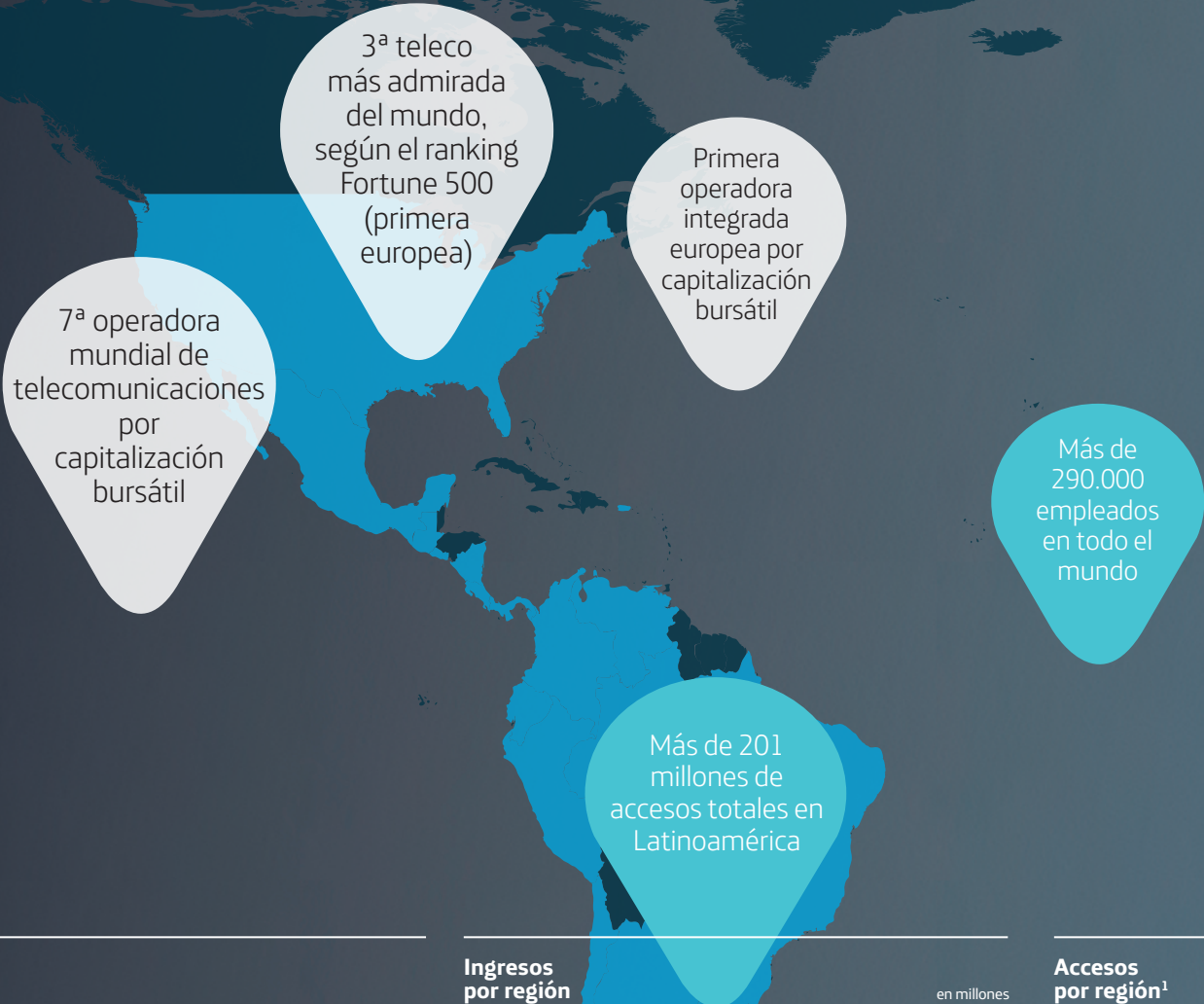
Claudio Muñoz Zúñiga
Presidente
Telefónica en Chile

Santiago Fernández Valbuena
Presidente
Telefónica Latinoamérica

Presente
en 25 países 2.4 - 2.5 - 2.8

€ 9.270 millones
de flujo libre de caja

€ 22.210 millones en OIBDA

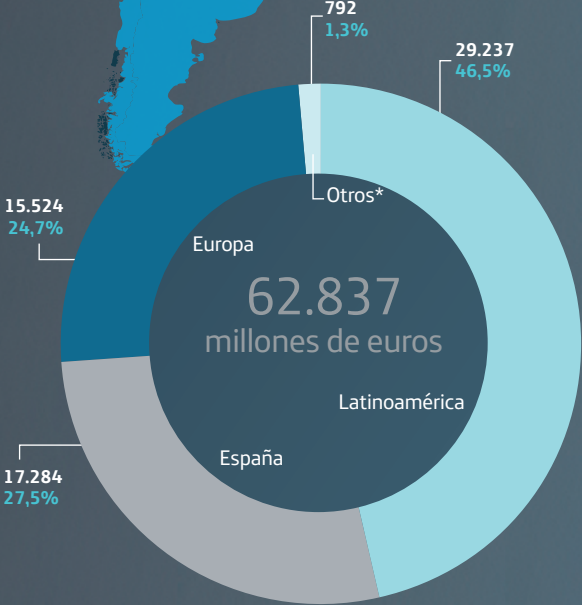


Empleados por región



Ingresos por región

en millones



Accesos por región¹

Latinoamérica

- Argentina
- Brasil
- Centroamérica
- Chile
- Colombia
- Ecuador
- México
- Perú
- Uruguay
- Venezuela

Europa

- Alemania
- Eslovaquia
- Irlanda
- Reino Unido
- República Checa

España

* Ajustes y eliminaciones

¹ Los datos de clientes presenta

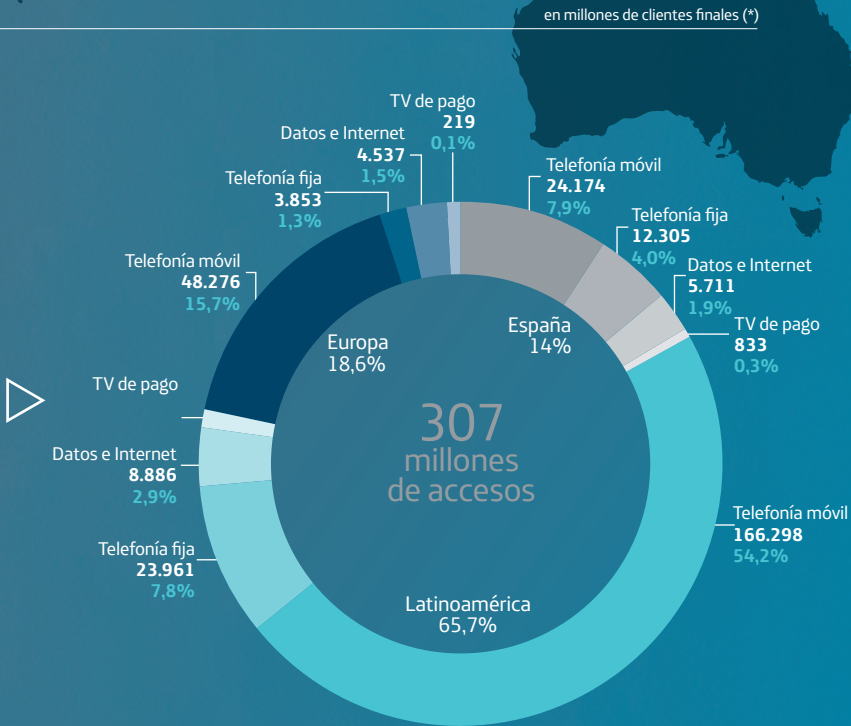
 307 millones de accesos de clientes

 +238 millones de accesos móviles

 +61% de incremento de accesos de banda ancha móvil



Telefonía Fija	Datos e Internet	Móviles	TV de Pago	Fixed Wireless
4.611	1.631	16.767	—	—
10.977	3.943	71.554	699	—
530	3	7.563	—	—
1.848	887	9.548	391	—
1.481	620	11.391	255	—
—	—	4.478	—	36
—	—	19.742	—	745
2.848	1.120	13.998	799	—
—	—	1.819	—	—
—	—	9.439	114	883
2.055	2.922	18.380	83	—
—	—	1.164	—	—
—	24	1.623	—	—
216	620	22.168	—	—
1.582	971	4.942	136	—
12.305	5.711	24.174	833	—



an pequeñas desviaciones con respecto a los datos del regulador al usar criterios diferentes de contabilización.

* Porcentajes calculados sobre el total de accesos

Motor de progreso EC1

Durante 2011, a pesar de las dificultades macroeconómicas, Telefónica incrementó su papel como motor de progreso en un 8,3% con respecto al año pasado, contribuyendo así al desarrollo económico, social y tecnológico de las sociedades en las que está presente.¹



¹ La información de este gráfico corresponde a los estados financieros de Telefónica.

Premios 2.10

Premio	Organización que lo entrega	Descripción de la iniciativa asociada al premio
4to lugar ranking mejores empresas para trabajar	Great Place to Work	Premiar el lugar en donde los empleados confían en las personas para las que trabajan, sienten orgullo de lo que hacen y cuentan con buenos indicadores de clima laboral.
Mejor Lugar para Padres y Madres que Trabajan	Fundación ChileUnido y Revista Ya	Premiar a las empresas que entregan las mejores prácticas de conciliación trabajo familia.
Reconocimiento Enandes	Caja de Compensación Los Andes	Reconocer a las empresas con programas de calidad de vida y liderazgo.
Premio Oro de Innovación Sustentable (categoría comunidad, educación y emprendimiento)	Universidad Autónoma	Distinguir instituciones por el desarrollo de prácticas sostenibles e innovadoras, en el plano ambiental, comunidad, prácticas laborales y económico.
Premio Estrategia categoría Proyecto Innovador para Centro Movistar Innova	Diario Estrategia	Promover la innovación y reconocer las personalidades que se han destacado en diversos ámbitos relacionados con los negocios y la actividad emprendedora.
Reconocimiento Empresa Socialmente Inclusiva (ESI)	Mutual de Seguridad, Cámara Chilena de la Construcción	Reconocimiento a la promoción de oportunidades laborales a personas con discapacidad.
Finalista Premio Carlos Vial Espantoso	Fundación Carlos Vial Espantoso	Reconoce a las empresas que construyen relaciones laborales innovadoras, colaborativas, de confianza, que valoran el aporte de las personas en sus resultados.

Indicadores clave de sostenibilidad

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

Impacto Económico (millones de euros)	2009	2010	2011
Inversión en innovación tecnológica	143	251	260
Volumen de compras adjudicado	760	1.100	1.248
Inversiones en Capex	348	516	529
Aportaciones fiscales	225	255	262
Pago a empleados ²	240	275	261

Empleados

Número total de empleados	10.603	10.301	10.443
% de mujeres directivas ³	2%	9%	14%
Horas de formación por empleado	41	28	53
% empleados formados en los Principios de Actuación	85%	91%	91% ⁴

Clientes⁵

Número total de accesos (miles) ⁶	10.621	11.574	13.034
Número total de reclamaciones (miles)	900	442	458
Índice de Satisfacción de Clientes	7,48	7,05	6,97

Medio Ambiente y despliegue de redes⁷

Consumo de agua (m³)	342.827	384.717	232.728
Emisiones radioeléctricas (Nº de emplazamientos medidos)	1.810	-	537

Proveedores

Número total de proveedores adjudicatarios	1.705	1.443	1.434
% de proveedores locales	89%	90% ⁸	95%

Sociedad

Inversión en acción social (millones de euros)	3	3,5	3,8
Beneficiarios programa Proniño	5.002	7.890	10.142

¹ Considera todas las empresas de Telefónica S.A. en Chile, incluyendo a Terra, Atento y Pléyade.

² Se realizó corrección del dato 2009 respecto al Informe RSC 2010.

³ Se considera mujeres directoras en relación a total de directores de la plana ejecutiva. En 2011 se considera sólo la operación fija y móvil de Telefónica en Chile.

⁴ Se repite la información 2010 porque no fue posible obtener el dato 2011.

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

⁶ El criterio utilizado es el informado al regulador a través de la Memoria Financiera.

⁷ Incluye sólo la operación fija y móvil de Telefónica en Chile.

⁸ Se realizó corrección del dato 2010 respecto al Informe RSC 2010.



Servicios 2.2 - 2.7 - PAO4

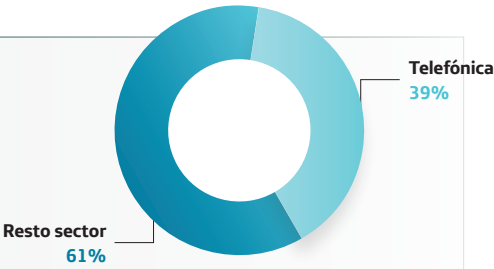
¿Cómo funcionan los servicios de Telefónica en Chile?

Las telecomunicaciones hoy presentan valiosas oportunidades para nuestros clientes. Les presentamos cómo funcionan y cuál es nuestro aporte.

TELEFONÍA MÓVIL

Es posible mediante la conexión del equipo, a través de una señal, con una antena celular, la cual está conectada con una central telefónica. Además de las llamadas que permite la telefonía fija, el servicio móvil cuenta con *roaming*.

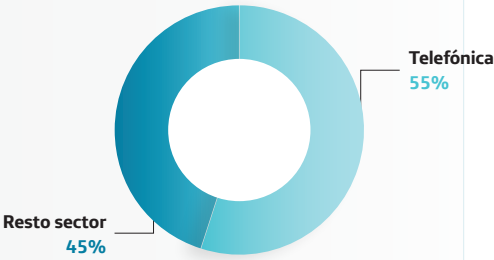
CLIENTES: 8.801,9 mil.



TELEFONÍA FIJA

Los aparatos están conectados a la red de telefonía fija, la cual se configura desde las centrales telefónicas. Se pueden realizar llamadas de larga distancia (nacional e internacional), además de teléfonos fijos y móviles.

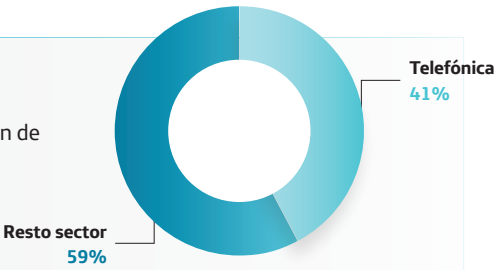
CLIENTES: 1.853 mil.



BANDA ANCHA MÓVIL

Cuando el dispositivo se conecta con la antena celular es posible establecer una sesión de datos, que permite la navegación.

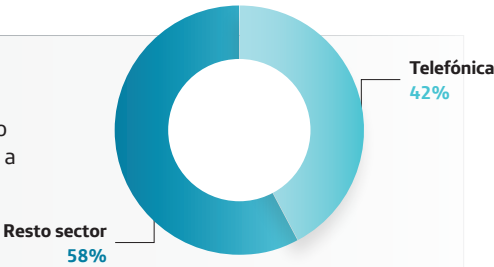
CLIENTES: 1.120,5 mil.
Corresponde a datos móviles: Banda Ancha Móvil y NEM.



BANDA ANCHA FIJA

El cliente se conecta a través del módem al DSLAM, que proporciona acceso al servicio DSL. Luego la información pasa a una central para internet en la que se asigna una IP, a partir de lo cual el cliente queda habilitado para conectarse para navegar.

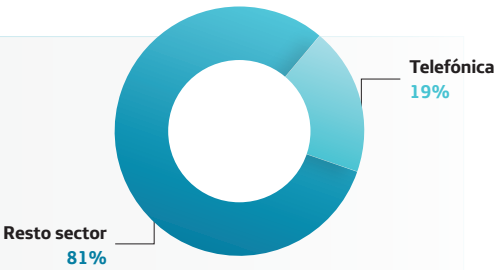
CLIENTES: 868 mil.



TELEVISIÓN DIGITAL

El satélite transmite la señal para nuestro país. Cada cliente cuenta con una antena que le permite recibir la parrilla programática de acuerdo al plan adquirido.

CLIENTES: 391 mil.



Las cuotas de mercado fueron obtenidas de la publicación SUBTEL "Informe Anual del Sector Telecomunicaciones 2011". El criterio utilizado para los clientes es el informado al regulador a través de la Memoria Financiera.

Nuestra gestión 2011

En el Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad 2010 adquirimos una serie de desafíos. Acá les informamos el estado de avance respecto a esos compromisos.

CLIENTES

Reto	Desafío	Estado	Indicador
Desarrollar una cultura orientada al cliente	· Ser líder en satisfacción de clientes.	· Mantuvimos estadísticamente el Índice de Satisfacción de Cliente (ISC), pero no alcanzamos la meta como consecuencia de la disminución que experimentó el segmento móvil.	· ISC: 7,05 (2010) a 6,97 (2011) .
	· Reducir la pérdida de clientes.	· Disminuyeron los clientes que se van voluntariamente.	· 11,71% (2010) a 11% (2011).
	· Asegurar la eficiencia en el uso de los recursos.	· Disminuimos la atención de los canales tradicionales en 12% (aprox.), sin afectar la calidad.	· Atención en canal <i>on-line</i> creció un 8,4% (45% del total de canales de atención).
Resultados sorprendentes para lograr crecer en ingresos y flujo de caja en forma sostenible	· Adelantarnos siempre con la mejor oferta.	· Durante 2011 lanzamos diversos productos y servicios .	· Banda Ancha (planes de alta velocidad), TV (planes con más canales del mercado), móvil (Plan Lan Pass) y lanzamiento Centro Movistar Innova.
	· Liderar en crecimiento de ingresos.	· Hemos logrado un buen equilibrio entre crecimiento de ingresos y generación de márgenes.	· Crecimiento de ingresos de 6% con un margen de operación (OIBDA) de 42%.
	· Ser referentes de innovación.	· Hemos mantenido y aumentado los planes orientados a construir una cultura de innovación.	· Ver premios en pág. 13.
	· Consolidar la mejor red comercial.	· Hemos ampliado la cobertura de la red comercial.	· Aumento de la cobertura de la red comercial en 16%.
	· Transformar nuestra red.	· Multiplicamos la velocidad de nuestras redes fijas de ADSL a VDSL y se consolidó la tecnología y fibra óptica. · Se implementó HSPA+ Dual Carrier (3.75G) para Internet móvil (BAM+NEM).	· Más de 1.208 armarios VDSL y más de 100.000 hogares pasados de fibra óptica.
	· Aumentar el uso del canal <i>on-line</i> .	· En permanente desarrollo.	· 45% de participación de canal respecto a los otros canales.

EMPLEADOS

Reto	Desafío	Estado	Indicador
Formar un equipo ganador para convertirnos en el mejor lugar para trabajar en Chile	· Convertir a nuestros colaboradores en fans.	· Estrategia corporativa de largo plazo en materia laboral. · Nueva estructura única de <i>holding</i> que permitió homologar beneficios para todos los empleados.	· Cuarto lugar en el Great Place to Work. · Segundo año seguido como "Mejores Empresas Para Madres y Padres Que Trabajan". · 91% en el Índice de Satisfacción de Empleados.

PROVEEDORES

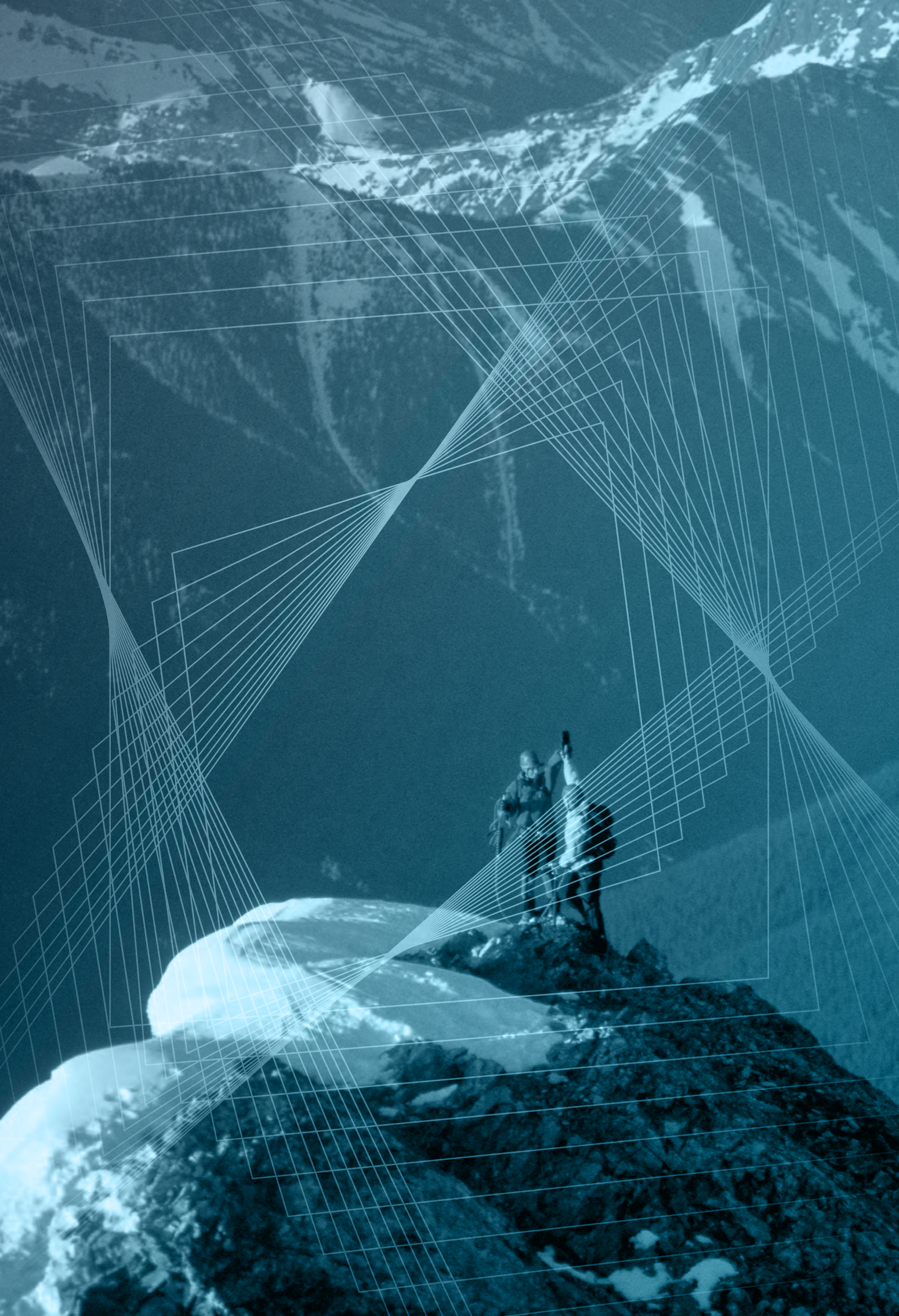
Reto	Desafío	Estado	Indicador
Desarrollar una cultura orientada al cliente	<ul style="list-style-type: none">Ser líder en satisfacción de clientes.	<ul style="list-style-type: none">Por primera vez se incluyeron a empresas aliadas en talleres Imagina (ver cap. Clientes).	<ul style="list-style-type: none">7.200 participantes, colaboradores directos y de empresas aliadas, en 76 talleres.
Mejorar la relación con proveedores de nuestros servicios a Clientes	<ul style="list-style-type: none">Implementar un canal interno de comunicación.	<ul style="list-style-type: none">Primera encuesta de satisfacción de proveedores realizada por Telefónica en Chile.	<ul style="list-style-type: none">Encuesta satisfacción proveedores: 6,7.
	<ul style="list-style-type: none">Construcción de una cultura de relacionamiento.	<ul style="list-style-type: none">Se creó la Gerencia de Desarrollo de Proveedores y Recursos.	<ul style="list-style-type: none">Creación Gerencia de Desarrollo de Proveedores y Recursos (no aplica indicador concreto).
	<ul style="list-style-type: none">Reducir los tiempos de pagos.	<ul style="list-style-type: none">Proyecto para disminuir los plazos de pagos.	<ul style="list-style-type: none">396 personas capacitadas.
Asegurar el respeto por los derechos a las personas en las empresas proveedoras de servicio	<ul style="list-style-type: none">Implementar medidas de control para resguardar el cumplimiento de estos derechos.	<ul style="list-style-type: none">Auditoría a empresas aliadas sobre condiciones laborales y prevención de riesgos.	<ul style="list-style-type: none">Auditoria 65 empresas.

MEDIO AMBIENTE

Reto	Desafío	Estado	Indicador
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">Los resultados de eficiencia en redes se reportan la Oficina de Cambio Climático Corporativa.	<ul style="list-style-type: none">Para conocer los resultados de esta Oficina ir a pág.52.
Gestionar los impactos al medio ambiente	<ul style="list-style-type: none">Programa para el uso eficiente de los recursos (agua, papel) en edificios y oficinas.	<ul style="list-style-type: none">Se potenció la facturación electrónica y se renovaron las impresoras. No se registraron avances en gestión de agua.	<ul style="list-style-type: none">Disminuyó el consumo de papel respecto a 2010 (25% en oficina y 11% en facturación).
Promover el cuidado del medio ambiente	<ul style="list-style-type: none">Iniciativas para que los clientes y la sociedad tengan un comportamiento sostenible.	<ul style="list-style-type: none">Boleta electrónica y la atención a distancia apuntan a cuidar el medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none">Boleta electrónica subió de 38% (2010) a 63%, mientras que las atenciones por canal on-line alcanzaron el 45%.

ALIADO ESTRATÉGICO

Reto	Desafío	Estado	Indicador
Liderazgo inspirador	<ul style="list-style-type: none">Desarrollo de un modelo de medición de reputación.	<ul style="list-style-type: none">En desarrollo.	<ul style="list-style-type: none">El proyecto está en definición.
Mejorar la calidad de vida a través de las TIC y el acceso e inclusión digital	<ul style="list-style-type: none">Cuatro aulas hospitalarias.	<ul style="list-style-type: none">Logrado.	<ul style="list-style-type: none">Cinco Aulas Hospitalarias implementadas.
	<ul style="list-style-type: none">40.500 niños beneficiados con uso pedagógico de TIC.	<ul style="list-style-type: none">Logrado.	<ul style="list-style-type: none">Se llegó a 56.043 niños beneficiados.
Aportar a la sociedad más allá de su negocio y las TIC	<ul style="list-style-type: none">Cobertura de 9.000 niños en protección integral.	<ul style="list-style-type: none">Logrado.	<ul style="list-style-type: none">Se llegó a 10.142 niños.
	<ul style="list-style-type: none">540 voluntariados en actividades presenciales (meta se modificó a 700 voluntarios inscritos).	<ul style="list-style-type: none">Durante 2011 se redefinió el Voluntariado con nuevas oportunidades de apoyo.	<ul style="list-style-type: none">777 Voluntarios registrados.



The background of the entire page is a high-contrast, teal-colored image of Earth as seen from space. The image shows swirling cloud patterns and the dark outlines of continents. Overlaid on this background is a complex, white geometric pattern consisting of numerous thin lines that form a series of overlapping, slightly offset rectangular frames. These frames create a sense of depth and perspective, appearing to recede towards the top right of the image.

2

¿Cómo
lo hacemos?

Empresas Telefónica

2.3 - 2.6

En 2009 Telefónica en Chile reordenó los servicios que ofrecemos a nuestros clientes bajo la marca Movistar para todos sus segmentos y productos. Pese a esta nueva identificación comercial, Telefónica en Chile se mantiene operando a través de dos empresas.

Telefónica Chile S.A. y sus filiales ofrecen a sus clientes una amplia variedad de servicios que incluyen banda ancha, televisión de pago, telefonía local, larga distancia nacional e internacional, transmisión de datos, venta y arriendo de terminales, entre otros. Al 31 de diciembre de 2011 la empresa contaba con más de tres millones de accesos.

Las 957.157.085 acciones de la sociedad son propiedad de:

- Telefónica Internacional Chile: 44,9%
- Inversiones Telefónica Internacional Holding Ltda.: 53,0%
- Otros: 2,1%

Cabe destacar las empresas filiales de Telefónica Chile: Telefónica Larga Distancia S.A.; Telefónica Empresas Chile S.A.; Telefónica Gestión de Servicios Compartidos Chile S.A.; Instituto Telefónica Chile S.A.; Telefónica Multimedia Chile S.A. y Telefónica Chile Servicios Corporativos Ltda. El detalle de estas sociedades está disponible en www.telefonicachile.cl

Telefónica Móviles Chile S.A. provee servicios de telecomunicaciones móviles en Chile. La Compañía cerró el ejercicio 2011 con un total de 8.801.897 clientes de voz móvil y 1.120.524 clientes de datos móviles (banda ancha móvil + NEM). Esta oferta se concreta a través de variados planes que se ajustan a los diferentes segmentos de clientes, incluyendo personas, empresas y PYME's. Esta Compañía es una sociedad anónima cerrada inscrita en el registro de valores de la Superintendencia de Valores y Seguros.

Las 118.026.145 acciones de Telefónica Móviles corresponden a:

- Inversiones Telefónica Móviles Holding S.A.: 99,99999%
- Telefónica S.A.: 0,00001%

A su vez, las empresas filiales de esta Compañía son: Telefónica Móviles Chile Inversiones S.A.; Telefónica Móviles Chile Distribución S.A. e Intertel S.A.

@ Más detalles en www.telefonicachile.cl

Gobierno Corporativo

4.1 - 4.2 - 4.3 - 4.4

Tanto Telefónica Chile S.A. como Telefónica Móviles Chile S.A. cuentan con directorios cuya detallada información de funcionamiento sobre los directores, remuneraciones, gastos del directorio, operaciones con partes relacionadas y manual de manejo de información de interés para el mercado está disponible en www.telefonicachile.cl o www.movistar.cl.

La plana ejecutiva de Telefónica en Chile está integrada por 13 directores y la información sobre remuneraciones y planes de incentivos también está disponible en la web corporativa de la empresa. En este punto es importante destacar que esta línea de profesionales es la encargada de liderar la gestión de la marca Movistar.



Principios de Actuación (PDA)

HR10 - 4.8

Telefónica ha definido un marco ético de comportamiento para la relación con sus grupos de interés, que inspira la manera en que la Compañía trabaja. Aquí se explican cuáles son las directrices para la construcción del vínculo con empleados, clientes, accionistas, comunidades y proveedores.

¿Cuáles son los principios?

- Honestidad y Confianza
- Integridad
- Derechos Humanos
- Respeto de la Ley

Oficina de Principios de Actuación

Es el organismo interno encargado de la aplicación de los PDA por medio de dos mecanismos: promoción y formación de una cultura corporativa basada en los PDA y como tribunal de consultas y reclamos de quienes recurren a esa instancia.

La Oficina está conformada por los directores de Asuntos Corporativos, Auditoría, Personas y Secretaría General, quienes se reúnen una vez al mes para definir procesos de difusión, políticas y proyectos, y para revisar las denuncias ocurridas durante el mes a la Línea Confidencial.

Durante 2011, a través de los canales corporativo y local de Principios de Actuación, se recibieron 72 denuncias, de las cuales 43 correspondieron a temas laborales.



Cumplimiento

S02 - S07 - S08 - PR9

Durante 2011, Telefónica en Chile fue sancionada por un total de 2.808,2 millones de pesos, por causas correspondientes a infracción de la normativa de competencia y regulación de las telecomunicaciones. Hubo más expedientes que el 2011 (sólo competencia), pero disminuyó el monto de la sanción dado que de las 2 sanciones del 2011, sólo una se ha pagado.

Competencia

Nº de expedientes finalizados en contra de Telefónica en Chile por infracción de la normativa de competencia.

2

Nº de sanciones impuestas por infracción de la normativa de competencia.

2

Costo económico de las sanciones impuestas por infracción de la normativa de competencia.

1.486,9 millones de pesos

Regulación de las telecomunicaciones

Nº de expedientes finalizados en contra de Telefónica por infracción de la normativa de regulación de las telecomunicaciones.

3

Nº de sanciones impuestas por infracción de la normativa de regulación de las telecomunicaciones.

0

Costo económico de las sanciones impuestas por infracción de la normativa de regulación de las telecomunicaciones.

1.321,3 millones de pesos

Diálogo y transparencia

4.14 - 4.15 - 4.16

Para Telefónica, construir relaciones de confianza con sus grupos de interés forma parte de su estrategia de sostenibilidad, en la medida en que contribuye al valor de la Compañía y permite impulsar el progreso económico, tecnológico y social. Esto se logra gracias al diálogo efectivo y transparente.

¿Cómo se definen los grupos de interés?

Los Principios de Actuación definen cuáles son los grupos de interés de Telefónica en todas sus operaciones. En Chile ese lineamiento se complementa con los temas más relevantes para la agenda local de Telefónica.

Grupos de Interés	Canales de diálogo
Empleados	Comunicación cara a cara, <i>feedback</i> de desempeño, sesiones de retroalimentación, boletín de noticias Día a Día.
Clientes	Interfaces de atención: <i>call centers</i> , atención en sucursales, atención <i>on line</i> ; conferencias, <i>workshops</i> , entre otras.
Sociedad y comunidades aledañas a torres y antenas	Redes sociales; eventos; concursos; comunicación cara a cara; construcción de redes con juntas de vecinos, federaciones de padres, entre otros.
Proveedores	Relación permanente a través del área de compras y áreas de negocio y Personas.
Medios de comunicación	Sesiones de prensa y reuniones.
Organismos sectoriales	Membresía, reuniones y conferencias.
Sector público	Reuniones.
Organizaciones vinculadas a la RSE	Membresía, reuniones y conferencias.
ONGs	Reuniones.
Reguladores	Reuniones e informes.

Grupos de Interés	Herramientas de consulta
Empleados	Encuesta Great Place To Work. Encuesta Clima Laboral. Termómetro Mensual.
Clientes	Estudios de Satisfacción de Clientes. Estudio <i>Net Promoter Score</i> . <i>Focus Groups</i> . Seguimiento Índice de Insistencia de Reclamos. Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. ¹
Sociedad y comunidades aledañas a torres y antenas	Encuesta de Reputación RepTrak. ² Mesas de Diálogo con distintos grupos de interés representantes de la sociedad (expertos RSE, expertos ambientales, vulnerabilidad, acceso).
Proveedores	Encuesta de Satisfacción de Proveedores hecha por Telefónica ³ . Encuesta de Satisfacción de Proveedores locales realizada en Chile.

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.



Transversalmente, Telefónica pone a disposición de sus grupos de interés la información relevante de la Compañía en la página web y en sus reportes de sostenibilidad.

Mesas de Diálogo

Durante 2011 se dio continuidad al ciclo de reuniones entre la empresa y nueve grupos de interés, en los que se discutió la recepción del reporte de sostenibilidad, sus puntos fuertes y las sugerencias de mejora. Estas mesas fueron conducidas por Casa de la Paz, incluyeron a los grupos: sindicatos, clientes, expertos ambientales, líderes ambientales internos, expertos en responsabilidad social, proveedores, y a los grupo de innovación, acceso y sectores vulnerables.

Asociaciones 4.13

La empresa adhiere, forma parte y/o colabora con diversas iniciativas, entre ellas:

- ↳ Asociación de Padres y Apoderados (Amdepa)

↳ Federación de Padres y Apoderados de Chile (Fedepadres) y Qué Veo.

↳ Corporación Nacional de Colegios Particulares (Conacep)

↳ Asociación de Proveedores de Internet (API)

↳ Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA)

↳ Cámara Oficial Española de Comercio de Chile (Camacoos)

↳ Cámara de Comercio de Santiago (CCS)

↳ Centro de Estudios Públicos (CEP)

↳ Centro de Estudios Socioeconómicos (Cesoc)

↳ Centro de Estudios del Desarrollo (CED)

↳ Asociación de Instituciones Españolas de Chile (AIECH)

↳ Organización Internacional del Trabajo (OIT)

↳ Asociación de Telefonía Móvil (Atelmo)

↳ Asociación Iberoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones (Ahciet)

↳ Comunidad Terapéutica Joven Levántate
- ↳ Programa Junto al Barrio

↳ Fundación Libertad y Desarrollo

↳ Fundación País Digital

↳ Fundación Paz Ciudadana

↳ Instituto Chileno de Administración Racional de Empresas (ICARE)

↳ Centro de Innovación Un Techo para Chile (UTPCH)

↳ AcciónRSE, Pacto Global, Foro Reputación UC

↳ América Solidaria

↳ Red de Colegios Fe y Alegría

↳ Federación Metropolitana de Uniones Comunes (Femuc)

↳ Red de Alta Dirección y en el Consejo Empresarial, ambos de la Universidad del Desarrollo

↳ Directorio del Magister en Gestión para la Globalización (U. de Chile)

↳ Consejo Asesor del Diario Financiero

Innovación y emprendimiento

Creemos que la innovación y el emprendimiento son ejes fundamentales de nuestro negocio, capaces de contribuir al desarrollo de la sociedad chilena.

¿Qué entendemos por innovación?

Para Telefónica significa convertir las ideas y el conocimiento en nuevos o mejorados procesos, en productos y servicios que generen valor. Queremos contribuir a consolidar una cultura de la innovación, tanto en Chile, como dentro de nuestra empresa; este objetivo se ha convertido en parte de la estrategia de negocio de la Compañía.

Uno de los focos de acción ha sido construir una cultura interna a través de:

- ↳ Sistemas internos de innovación
- ↳ Comité de Innovación
- ↳ Incorporación a la estrategia de Telefónica en Chile
- ↳ Modelos de Innovación Asociativa (ver capítulo Aliados Estratégicos)

Aprobación

proyecto CORFO para creación de nuevas incubadoras.

Web

Movistar Innova como referente de innovación y emprendimiento en Chile.

Lanzamiento

libro “Telefónica Construyendo una Cultura de Innovación” con casos de éxito de innovación.

¿Qué entendemos por emprendimiento?

Consiste en apoyar la incubación de negocios y aceleración de nuevas empresas, lo que nos abre la posibilidad de desarrollar negocios conjuntos, acompañando a los emprendedores en la generación de soluciones innovadoras a necesidades que ellos ven como oportunidades.

Movistar Innova y la red Wayra, lanzada en Chile en 2011, son fundamentales para conjugar y potenciar la creatividad y la determinación que requiere el emprendimiento en nuevos productos y servicios.

Inicio

proceso de internacionalización de dos empresas Movistar Innova.

Inauguración

Centro Movistar Innova, como epicentro de la innovación y emprendimiento en Chile.

Semana

de la Innovación, como iniciativa que potencia la creatividad, innovación y el emprendimiento.

Conformación

Aceleradora empresas.

Alianza - Aprobación

INNO

Cooperación

Movistar Innova

Programa de innovación que busca, mediante un proceso de selección de ideas, contribuir a crear una cultura de innovación y emprendimiento en tecnología y telecomunicaciones.

En agosto de 2011 se inauguró la primera etapa del Centro Movistar Innova. El objetivo de este proyecto es convertirse en epicentro del emprendimiento en Chile y Latinoamérica a través del fomento de la co-creación, trabajo en red y el surgimiento de nuevas empresas. Esta iniciativa recibió a emprendedores de la incubadora de negocios y aceleradora de empresas Movistar Innova. A su vez, su primer paso fue recibir a 200 emprendedores locales y extranjeros emergentes del programa de la entidad estatal StartUp Chile, que busca atraer nuevos negocios al país. Este completo ecosistema de innovación al servicio de la comunidad contará, dentro de sus 1.500 m², con una sucursal bancaria especializada en emprendimiento y un fondo de inversión de riesgo, además de restaurantes y otras instalaciones que contribuyan a fomentar el emprendimiento y la innovación como una cultura nacional.

Wayra

Red de Aceleradoras Telefónica en el mundo: provee de espacio de trabajo, financiamiento, formación, asesoramiento, *mentoring* y desarrollo técnico para emprendimientos. Con alcance mundial en 15 países de Latinoamérica y Europa.

Cooperación

y alianza estratégica Start-Up Chile.

Desarrollo

metodología de selección de emprendedores basado en su perfil psicológico.

Implementación

de política de incentivo a la innovación y emprendimiento para colaboradores Telefónica en Chile.

Creación

de Gerencia de Innovación y Emprendimiento, encargada de gestionar todas las actividades de I&E dentro de la empresa.

Alianza

estratégica Centro de Innovación Un Techo para Chile.

+2.600

ideas evaluadas, 10 empresas seleccionadas, US\$ 500 inversión levantada y ocho nuevas empresas facturando.

Desarrollo

de Programa Telco Innova para el fortalecimiento de la cultura innovadora en la empresa.







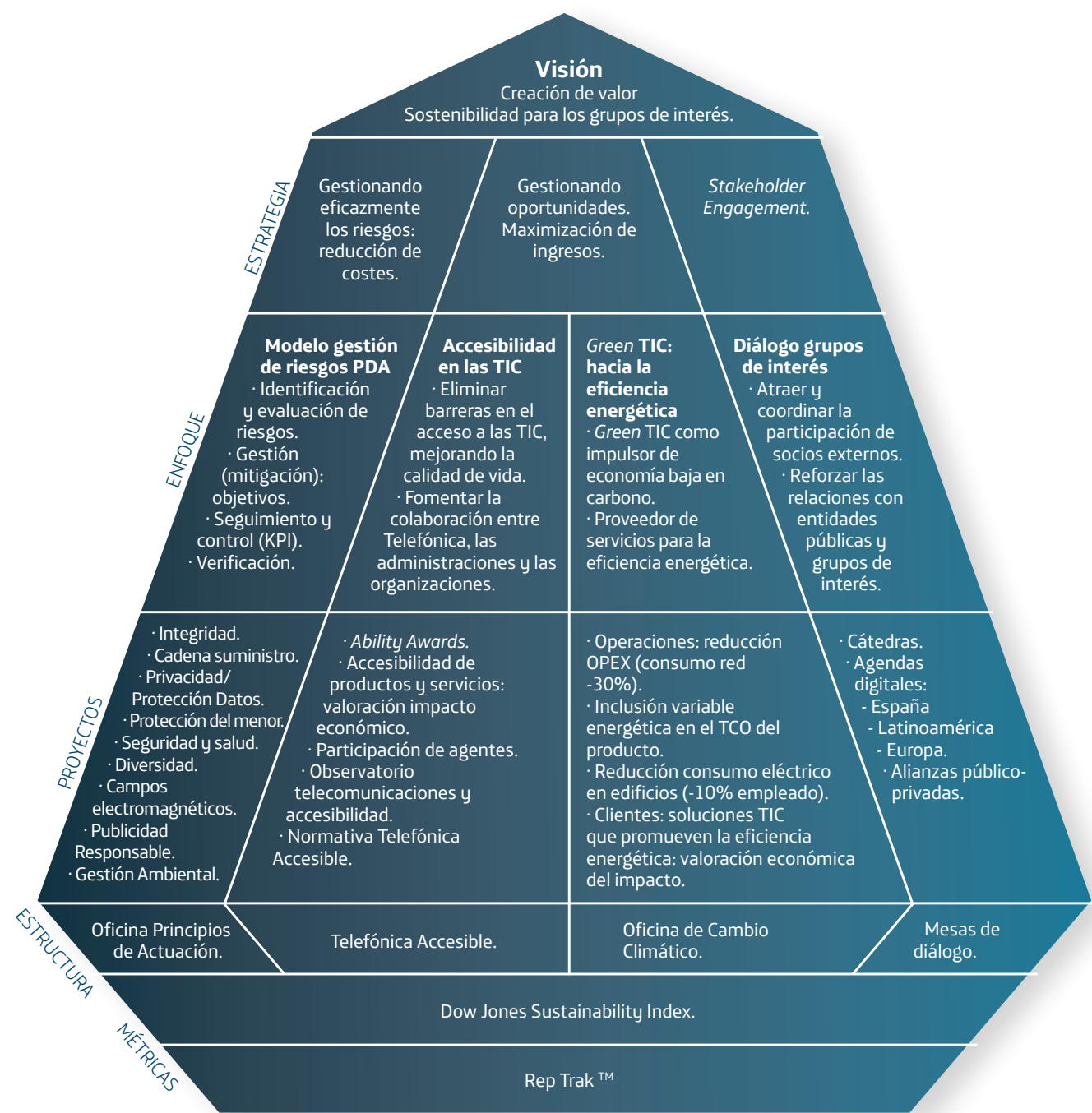
3

Estrategia de Sostenibilidad Corporativa

Estrategia de Sostenibilidad Corporativa

Para Telefónica, la Sostenibilidad Corporativa, consiste en 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.

Inspirada en este objetivo, la Compañía ha desarrollado un plan de Sostenibilidad Corporativa para los próximos años. Los resultados de la operación de Chile son reportados a Telefónica de acuerdo a la siguiente estructura corporativa:





La nueva Telefónica que queremos para 2020 pasa por la renovación y revitalización del Programa **bravo!** Esta transformación continúa con **bravo!+**, que incorpora cinco nuevos comportamientos: cliente, global, líder, digital y ágil.

A su vez, las prioridades estratégicas son: capturar las oportunidades digitales; reforzar la rentabilidad y sostenibilidad del negocio y, por último, agilizar la toma de decisiones simplificando los procesos.

Bravo!+ cuenta con siete iniciativas concretas:

- ↳ **Cliente:** queremos tener una visión única por cliente.
- ↳ **Servicios:** centrarse en el desarrollo propio de los servicios prioritarios en cooperación con otras compañías.
- ↳ **Precio:** definir el marco comercial para crear modelos de negocio sostenibles en la nueva era digital.
- ↳ **Modelo de Internet:** liderar la evolución de la industria hacia un modelo sostenible.
- ↳ **Red:** mejorar la estructura de la red para diferenciarnos competitivamente.
- ↳ **Eficiencia:** obtener el máximo beneficio y simplificar los procesos para lograr mayor agilidad.
- ↳ **Capacidades:** reforzar las capacidades para una exitosa ejecución de todas las iniciativas estratégicas.

La estrategia de Telefónica en Chile está alineada con las prioridades de **Bravo!+**.

Desempeño en sostenibilidad

El avance en las líneas estratégicas de Sostenibilidad Corporativa, es evaluado a través de indicadores de seguimiento externo de alcance internacional:

• Dow Jones Sustainability Index

El Índice de Sostenibilidad de mayor relevancia a nivel mundial. Evalúa la gestión de la sostenibilidad de las empresas de acuerdo a los aspectos económicos, medioambientales y sociales.

Telefónica se sitúa, un año más, entre las compañías líderes en el mundo. En su revisión anual, la agencia *Sustainable Asset Management* (SAM) ha valorado al Grupo con una puntuación de 88 sobre 100,23 puntos porcentuales más que la media del sector, **posicionándola entre las cinco mejores compañías del sector.**¹



• RepTrakTM

Índice de reputación construido sobre la base de una encuesta que evalúa siete dimensiones: Calidad de la oferta, Entorno de Trabajo, Integridad, Liderazgo, Innovación, Ciudadanía, y Resultados Financieros.

¹ Más información en www.rcysostenibilidad.telefonica.com

Matriz de Materialidad

3.5 - 4.17

Como Telefónica en Chile hemos querido dar un paso más en la gestión sostenible. En el marco de la estrategia definida en Telefónica, le presentamos a nuestros grupos de interés esta herramienta que queremos transformar en un mapa que nos permita avanzar, junto a ellos, a tener una nueva visión del desarrollo basada en las necesidades de todos.

Esta matriz es un instrumento de gestión que nos permite desplegar los temas que resultan relevantes para la organización y para nuestros grupos de interés, organizándolos de acuerdo a un nivel de importancia en común.

¿Cómo se construye la matriz?

Se realizaron varios procesos que incluyeron:



Relevancia para los
grupos de interés

Alto

Medio

Bajo

Bajo

Relevancia para
la Compañía

Medio

Alto

MATRIZ DE

MATERIALIDAD

4.17

Esta matriz es un instrumento de gestión que nos permite desplegar los temas que resultan relevantes para la organización y para nuestros grupos de interés, organizándolos de acuerdo a un nivel de importancia en común.



Nuestro compromiso

En la carta con que iniciamos este Informe (página 9), declaramos que hoy necesitamos escuchar y aprender de nuestros grupos de interés para poder seguir contribuyendo al desarrollo de Chile y, como consecuencia, al de Telefónica.

Para concretar un desafío así, necesitamos herramientas que nos permitan gestionar nuestra relación con los grupos de interés con los que habitualmente interactuamos. Esta Matriz de Materialidad es un instrumento de sostenibilidad que implementaremos en Telefónica en Chile para priorizar la respuesta que queremos entregarle a la sociedad. En este proceso de aprendizaje, incluiremos nuevas miradas a nuestra toma de decisiones para renovar y fortalecer el rol que tenemos en Chile.

Los siete Reportes de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa que anteceden a este trabajo, recogen que el compromiso que declaramos en esta carta está presente en lo más profundo de la cultura de quienes trabajamos en Telefónica en Chile, pero con esa certeza también sabemos que es necesario avanzar a un nuevo estado que nos permita contestar, junto a nuestros grupos de interés, qué es Telefónica en Chile.

En esta tarea contamos con los mejores profesionales de nuestra organización. En la definición de esta matriz y en los proyectos que detallamos en el Informe trabajan empleados comprometidos y liderados por estos directores que les presento. Por cierto no son los únicos, pero sí son quienes hoy están a disposición como responsables de la relación directa con cada uno de los grupos de interés de Telefónica en Chile.

Amigas y amigos, en otros momentos de nuestra historia de Telefónica en Chile hemos comenzado grandes tareas de transformación que hemos completado con excelencia y tengo la convicción de que este objetivo seguirá el mismo camino.

Cuento con ustedes,



Roberto Muñoz
Gerente General



Sergio Pogliaga
Director de Clientes



Karina Marín
Directora de Personas



Juan Parra
Director de Finanzas y Control de Gestión



Fernando Saiz
Director de Operaciones



Andrés Wallis
Director de Asuntos Corporativos

Claudio Muñoz Zúñiga
Presidente de Telefónica en Chile





4

Nuestro negocio,
hacia una operación
sostenible

CLIENTES

Visión Telefónica Corporativa

Somos una Compañía centrada en el cliente. En Telefónica nos esforzamos por construir y sostener vínculos emocionales y cercanos con nuestros clientes, con el objetivo de conectarnos con sus inquietudes, necesidades y expectativas.

El plan **bravo!+** establece una serie de metas a las empresas Telefónica para lograr conocer a nuestros clientes y saber lo que ellos valoran, entender sus distintas necesidades y responder a sus requerimientos positivamente desde el primer momento.

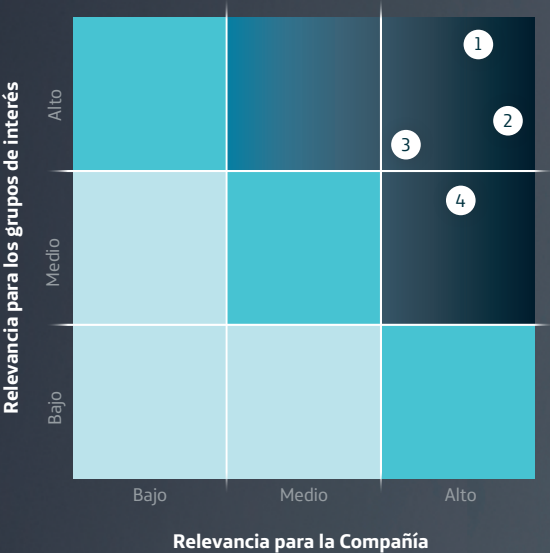
Prioridades en Chile

Nos interesa entender la diversidad de nuestros clientes para liderar en satisfacción. Para ello buscamos:

- ⇒ Desarrollar una cultura orientada al cliente
- ⇒ Alcanzar resultados sorprendentes para lograr crecer en ingresos y flujo de caja de forma sostenible.

Hemos trabajado fuertemente en 2011 para generar productos y servicios que nos permitan dar cobertura a aquellas familias que están más alejadas de las zonas urbanas.

Matriz de Materialidad Clientes



1	Calidad y satisfacción	p 37
2	Portabilidad	p 38
3	Facturación y cobros	p 38
4	Tecnología	p 39

Diálogo

Durante 2011 mantuvimos el liderazgo en los canales digitales. En Facebook (Club Movistar) tuvimos un incremento de 64% (desde 131.220 hasta 215.237 seguidores), mientras que en Twitter aumentaron en 147% (desde 38.838 hasta 96.111).



A través de estos medios hemos encontrado nuevas opciones de gestión de nuestros clientes.

Más información en página 22.

Hitos 2011

- ⇒ Lanzamos Servicio Especializado Móvil (SEM) para facilitar la atención de técnica en primera instancia.
- ⇒ Realizamos 76 talleres Imagina con la participación de 7.200 asistentes.
- ⇒ Preparación operacional para enfrentar la portabilidad.
- ⇒ Consolidación de "servicio no prestado, servicio no cobrado", como compensación de nuestras eventuales fallas de servicio.
- ⇒ Proyecto de alta velocidad para Banda Ancha Fija a distintos segmentos de clientes.

Daniel Domínguez, director(i) de Clientes:

“Apuntamos a la sostenibilidad llegando a todos los segmentos”

PA01

¿Cómo contribuye el área de clientes a la sostenibilidad?
Para nosotros tiene que ver con hacernos responsables de nuestro alcance nacional y, por lo tanto, de la diversidad de clientes, los tipos de servicios y los tipos de productos que requieren. Empresas, familias y personas tienen necesidades distintas, y debemos responder adecuadamente a todos ellos, llegando con nuestros servicios también a zonas más alejadas.

Este es el segundo año en que la satisfacción de clientes baja. ¿Cómo se explica este fenómeno?
La industria experimentó un cambio sustantivo en los niveles de exigencias de los clientes durante 2011. Telefónica tiene un alcance transversal en todo sentido y mantiene siempre desafíos múltiples en este aspecto. Estadísticamente, Telefónica mantiene sus índices de satisfacción con respecto al período anterior, durante 2011 logramos avances significativos con nuestros clientes de los negocios Fijo y Empresas, mientras que la industria Móvil disminuyó su satisfacción, como consecuencia del ingreso de nuevos competidores y también de regulaciones que fomentan el cambio de los clientes entre compañías.



Compromisos 2012

Tema Material	Desafíos	Compromisos	Indicadores
Calidad y satisfacción	<ul style="list-style-type: none">Mejorar la satisfacción del cliente.	<ul style="list-style-type: none">Consolidar las transformaciones implementadas para mejorar el Índice de Satisfacción de Clientes (ISC).	<ul style="list-style-type: none">Aumentar ISC desde 6,97 (2011) a 7,15.
Facturación y cobros	<ul style="list-style-type: none">Mejorar la satisfacción de clientes en facturación.	<ul style="list-style-type: none">Mejorar procesos de facturación y cobros, apuntando a una boleta más clara, exacta y oportuna.	<ul style="list-style-type: none">Aumentar Índice de Satisfacción de Factura desde 7,16 (2011) a 7,22.
Ley de Antenas	<ul style="list-style-type: none">Que su implantación afecte lo menos posible el servicio a los clientes.	<ul style="list-style-type: none">Cumplimiento pleno de esta nueva regulación.	<ul style="list-style-type: none">Cumplir los plazos que indica la ley.

Esta tabla muestra los temas materiales correspondientes al cuadrante alto - alto.
Los restantes temas materiales se irán sumando a la tabla de indicadores en los años siguientes, lo que se asume como un desafío.



Servicios

En la actualidad, la Compañía ofrece una gran variedad de planes para llegar a todos los segmentos.

Residencial:

Con este nombre llegamos a nuestros clientes de telefonía (fija y móvil), TV y Banda Ancha (fija y móvil) de todos los sectores y estratos socio-económicos a través de servicios de prepago y contrato.

Grandes Empresas:

Nuestros grandes clientes también requieren de plataformas especializadas que ponemos a disposición de sus necesidades:

- ↳ Grandes empresas y regiones
- ↳ Industria, comercio y servicios
- ↳ Gobierno, defensa, educación y salud
- ↳ Entidades financieras y tecnológicas
- ↳ E-Health

Todos ellos cuentan con soluciones de datos, conectividad, Internet, seguridad, soluciones TI, telefonía (móvil y fija) e IP, (*cloudcomputing*). En el negocio M2M ofrecemos soluciones en casa del cliente, tales como PBX IP, *Call Center*, videoconferencia, televigilancia, videovigilancia y servicios internacionales.

Negocios:

Las pequeñas y medianas empresas son un motor fundamental del desarrollo de Chile y para ellos tenemos servicios de telefonía (fija y móvil), TV y Banda Ancha (fija y móvil) con soluciones integrales de Internet.

Mayoristas:

Corresponde a la oferta que le entregamos a otras empresas del sector donde destacan los operadores móviles virtuales (OMV).

Calidad y Satisfacción

Índice de Satisfacción al Cliente (ISC) PR5

El ISC es la evaluación que dan los clientes a nuestro servicio. Nos ayuda a medir cómo nos están percibiendo en aspectos como: funcionamiento de la red, soporte técnico, imagen, precio, atención presencial, oferta y venta, instalación, página web y *call center*. Este indicador es muy importante para establecer las medidas que corrijan y mejoren nuestro desempeño en las distintas áreas.

Durante 2011 experimentamos una baja que, si bien no estadísticamente significativa, sí es suficiente para que en 2012 impulsamos las medidas necesarias para entregarles un mejor servicio a nuestros clientes.

↳ Índice de Satisfacción al Cliente

2011: 6,97

2010: 7,05

Reclamos

Facturación, calidad técnica, atención o información son aspectos por los que los clientes se comunican con nosotros cuando están disconformes con el servicio que entregamos. Este indicador es clave para que identifiquemos nuestros principales problemas y así podamos gestionar las soluciones necesarias.

↳ N° reclamos recibidos¹

2011: 457,5 mil

2010: 442,1 mil

Red: corte y fallas PA03

La frecuencia de corte de las llamadas y los clientes nuevos que se incorporan en el sistema son algunos de los estándares internacionales que existen para las telecomunicaciones. En Chile estos criterios los dicta la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) y resultados de las mediciones a Movistar muestran que cumplimos con todas esas exigencias.

No obstante, sabemos que durante 2011 bajó la calidad de la red de nuestros servicios móviles, deficiencia que contará con un concreto plan de mejora en 2012.

Imagina. La transformación cultural

Más de siete mil participantes de todo el país, incluidas algunas empresas aliadas, se reunieron para construir y compartir una cultura centrada en los clientes. Los asistentes coincidieron en un sentido compartido de urgencia por la tarea, orgullo, empoderamiento, deseos de transformar, así como también el compromiso de poner al cliente en el centro de nuestras acciones.

Imagina en cifras



INNOVACIÓN

Servicio Especializado Móvil (SEM): con el objetivo de simplificar la atención a nuestros clientes y resolver sus requerimientos en la primera instancia de consulta, elaboramos un modelo de apoyo al Servicio Técnico. Se trata de un equipo de ejecutivos especializados en el soporte y configuración de software y hardware de equipos móviles, principalmente smartphones. Esto nos ha permitido entregar soluciones en el momento, disminuir las derivaciones en un 27% y aminorar los tiempos de reparación.

¹ Corresponde al número reportado a la Subtel, que considera los tres primeros macromotivos de reclamos especificados.

Portabilidad numérica

La portabilidad es un cambio normativo que significa que los usuarios de telefonía (fija o móvil) pasan a ser dueños de su número telefónico, lo cual les permite cambiarse de Compañía sin perder el número que poseen.

Esto ha significado una revolución para Telefónica en Chile y para la industria es pensar distinto. Se trata de un nuevo elemento que nos agrega competitividad y nos lleva a estar más cerca de entender qué es la calidad de servicio para nuestros clientes.

Durante 2011 nuestro equipo realizó un complejo trabajo de preparación para adecuarnos a esta nueva normativa y hacer realidad la portabilidad: 3.200 ejecutivos de la Compañía fueron capacitados para atender las inquietudes que surjan de este proceso, mientras preparamos al 100% de nuestros proveedores aliados para responder y asesorar los requerimientos que tengan nuestros clientes.

Facturación y cobros

PR3 - P10 - P11

¿Qué ocurrió con el cobro de SMS no autorizados?

Una importante cantidad de clientes nuestros y de otras Compañías declararon recibir en sus celulares mensajería con servicios que no habían sido solicitados. En mediación colectiva con el Sernac, y de cara a los clientes afectados, Telefónica Móviles Chile S.A. adhirió a la devolución completa de los servicios en cuestión, sumado a una compensación de \$3.863.

Servicio no prestado, servicio no cobrado

Telefónica en Chile ha definido no realizar los cobros de un servicio cuando se presenta un problema en su prestación. En concreto, a los clientes afectados por una falla de este tipo, se les aplica un descuento proporcional a la cantidad de tiempo que el servicio se encuentre suspendido, pese a que éste sea menor el lapso autorizado por la regulación vigente.

En conjunto con los esfuerzos por establecer un diálogo honesto y cercano con los clientes, esta medida es clave para la satisfacción y va más allá a lo establecido por la Ley de Protección al Consumidor, la cual estipula que un proveedor no puede efectuar cobro por el servicio si éste se encuentra interrumpido, y, en todo caso, está obligado a descontar o reembolsar el precio del servicio en la proporción que corresponda.

Novedades en facturación

Una de las mayores preocupaciones de nuestros clientes que hemos detectado tiene que ver con la información de nuestras boletas. Hemos realizado importantes esfuerzos para simplificar este documento, de modo que sea más abordable y refleje de manera clara los consumos realizados. No obstante, seguimos perfeccionándola, y también contamos con canales de consulta y ayuda (telefónicos y presenciales).

En www.movistar.cl contamos con una completa guía para conocer los detalles de nuestra boleta.



Tecnología

Alta Velocidad 2.0

Este proyecto está orientado a entregar más valor a nuestros clientes, por medio del aumento de velocidad en Banda Ancha Fija. Con la incorporación y despliegue de la fibra óptica, hemos multiplicado la capacidad de transmisión de datos en amplias zonas del país, lo que permite aumentar y tener planes de Alta Velocidad.

¿Cómo funciona? La fibra óptica transmite la información a través de un cable, fabricado de un compuesto similar al vidrio, por el cual viaja la luz que lleva los datos. Es el medio utilizado por las principales empresas de telecomunicaciones del mundo para transmitir información a grandes distancias, ofreciéndolo a sus clientes para entregar servicios de muy alta velocidad. Esta tecnología se denomina FTTH (*Fiber to the home*).¹

Para los clientes, la diferencia entre la Banda Ancha Tradicional y de Alta Velocidad impacta en el tiempo de descarga, como muestra la siguiente tabla:

Acción

Velocidad de la conexión y tiempo de descarga

	4 Megas (Banda Ancha)	30 Megas (Alta Velocidad)
Descargar 10 canciones (50 Megas)	100 segundos	14 segundos
Descargar un software (75 Megas)	150 segundos	20 segundos
Descargar una película de 2 horas (6 GB)	200 minutos	27 minutos
Subir una imagen (5 Megas)	50 segundos	8 segundos

¹ Fuente: www.movistar.cl

Smartphone

Uno de los temas que priorizamos en nuestra Compañía es el de ser pioneros en poner nuevas tecnologías a disposición de nuestros clientes. Constantemente estamos preocupados por incorporar en nuestros planes y ofertas comerciales los avances en telefonía, Internet y televisión digital, y poder llegar con ellos a todos los segmentos. Durante 2011 mantuvimos nuestro foco en los *smartphones* y el uso intensivo de Internet con movilidad.

EMPLEADOS

ENFOQUE DE GESTIÓN

Visión Telefónica Corporativa

La clave está en las personas. Nuestros colaboradores son el corazón de todo lo que hacemos, ofrecemos, entregamos e ideamos. Y son ellos los que tienen la capacidad de hacer realidad la visión y misión que compartimos en Telefónica.

El programa **bravo!+** establece tres desafíos de cara al trienio 2010-2012:

- ⇒ Contar con un equipo alineado y comprometido
- ⇒ Consolidar y reconocer nuestra marca
- ⇒ Convertirnos en la empresa más admirada del sector en cada país.

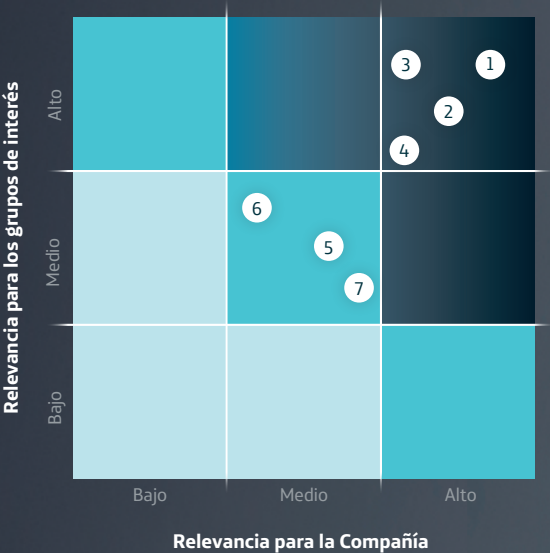
Prioridades en Chile

La prioridad del equipo de Personas es lograr que Telefónica en Chile haga realidad el desarrollo integral de cada colaborador.

A través de este objetivo buscamos que el equipo de Telefónica en Chile sea protagonista de la conexión de nuestros clientes con sus afectos e intereses. En este marco, el enfoque de Telefónica en Chile es:

- ⇒ Potenciar una cultura de excelencia
- ⇒ Valoración de la diversidad en nuestros trabajadores
- ⇒ Fomento de una cultura del emprendimiento

Matriz de Materialidad Colaboradores



1	Diversidad y beneficios	p 43
2	Satisfacción y clima laboral	p 43
3	Evaluación y movilidad interna	p 43
4	Capacitación	p 44
5	Integración (Telefónica responde)	p 45
6	Sindicatos	p 44
7	Salud y seguridad	p 45

Diálogo

La premiación de Great Place to Work fue transmitida en línea vía Twitter para los colaboradores. La cuenta que informaba la premiación aumentó desde 300 a 500 seguidores en sólo dos horas.

Otros canales de comunicación:

- Encuesta clima laboral
- Mesa laboral sindicato
- Comités paritarios

🔍 Más información en página 22.

Hitos 2011

- ⇒ Primer Lugar en **ranking** de **Empresas para Madres y Padres que Trabajan**.
- ⇒ Cuarto Lugar en **ranking** **Great Place To Work**.
- ⇒ Consolidación estructura única de **holding**.
- ⇒ Realización de Imagina, talleres para motivar a la organización a enfocarse en el cliente. Este año se incluyeron a proveedores (ver capítulo Clientes).

Karina Marín, directora de Personas:

“Nuestra primera responsabilidad es el servicio”

¿Cómo definirías la relación entre tu área y sostenibilidad?

Nuestra primera responsabilidad es el servicio que entregamos a la sociedad para el desarrollo de Chile. En ese contexto, el desafío de las áreas que gestionamos personas en las empresas es implementar programas que permitan que los empleados logren satisfacer con eficiencia y calidad a nuestros clientes, en este sentido, la consolidación de una cultura interna de clientes es fundamental.

¿En qué aspecto de la gestión de Personas ves esa consistencia?

Desde hace varios años en Telefónica en Chile hemos estado implementando medidas orientadas a las necesidades de nuestros empleados y, como consecuencia, de la sociedad. Por ejemplo, 2011 fue el año de la valiosa Ley de Posnatal, medida que internamente y gracias al diálogo con nuestros colaboradores, teníamos implementada hace años. Reconocimientos como Great Place to Work y Padres y Madres que Trabajan nos indican que estamos en la senda correcta de hacer realidad los anhelos personales de nuestros empleados a través del proyecto de Telefónica.



Compromisos 2012

Tema Material	Desafíos	Compromisos	Indicadores
Diversidad y beneficios	Que personas y líderes, experimenten una cultura basada en la diversidad, el equilibrio con la vida personal y trabajo.	<ul style="list-style-type: none">80% de los líderes ingresen su Plan de Calidad de Vida.Innovar para satisfacer los intereses de cada colaborador.	<ul style="list-style-type: none">94% índice de Satisfacción de Empleados en la pregunta: “En esta empresa se facilita la conciliación de la vida personal y laboral”.
Satisfacción y clima laboral	Consolidar una experiencia común en clima laboral para toda la organización	<ul style="list-style-type: none">Enfocado a los líderes: 100% de los líderes nuevos hagan el taller de inducción.80% realicen el taller de liderazgo personal.Los líderes con bajo clima (bajo 76%) hagan el taller de Gift Work de GPTW.	<ul style="list-style-type: none">91% de Índice de Satisfacción de Empleados.0% de las áreas en la dimensión de jefe directos y dirección estén bajo 50%.Máximo 5% de las áreas estén entre 51% y 75%.
Evaluación y movilidad interna	Brindar oportunidades de aprendizaje y crecimiento profesional al interior de la Compañía.	<ul style="list-style-type: none">Potenciar la movilidad interna.	<ul style="list-style-type: none">70% movilidad interna vs 30% movilidad externa.
Capacitación	Desarrollar las conductas para diferenciarnos como empresa que entrega un servicio de excelencia.	<ul style="list-style-type: none">Mantener la satisfacción en la encuesta de clima interno (capacitación).	<ul style="list-style-type: none">80% Índice de Satisfacción de empleados en la pregunta referente a capacitación.

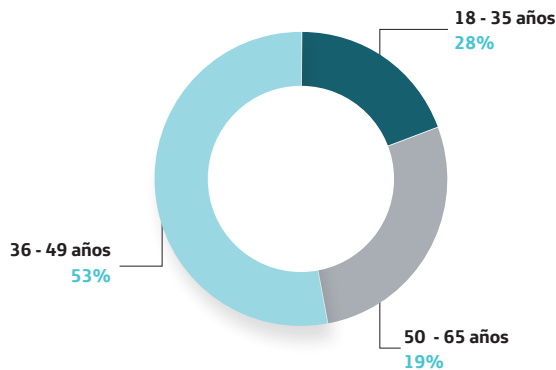
Esta tabla muestra los temas materiales correspondientes al cuadrante alto - alto. Los restantes temas materiales se irán sumando a la tabla de indicadores en los años siguientes, lo que se asume como un desafío.

Cifras relevantes

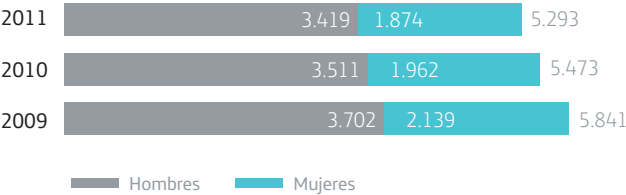
Perfil de los trabajadores en Chile

LA1 - LA2 - LA13

Edad de los colaboradores 2011



Nº de trabajadores directos

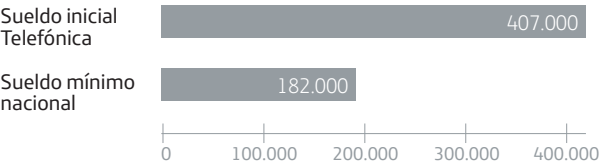


Nº de trabajadores indirectos 2011: 25.685

Estándar de salarios

EC5 - LA14

Sueldo inicial (en pesos)

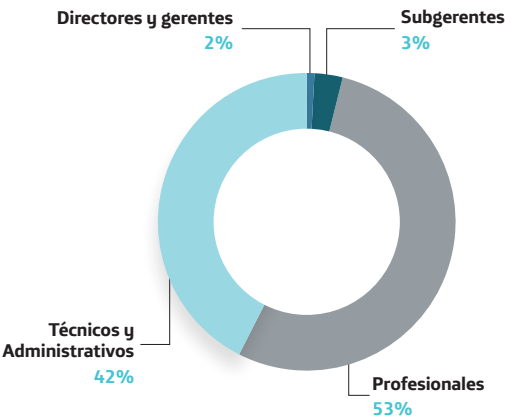


Relación entre el salario promedio que reciben las mujeres y el que reciben los hombres

Gerentes	0,85
Subgerentes	1,0
Profesionales	0,98
Técnicos/Admin.	0,89

Entre los profesionales, las mujeres recibieron en promedio 0,98 veces el sueldo recibido por los hombres, en el periodo 2011.

Categorías laborales 2011



INNOVACIÓN

Telefónica en Chile apuesta por el emprendimiento en sus trabajadores apoyándoles en el impulso a sus ideas. Movistar Innova (ver pág. 25) ha tenido cinco convocatorias y dos de ellas se realizaron el 2011. De éstas, 51 proyectos llegaron a las etapas finales y el 25% de ellos fueron realizados por colaboradores internos.

Diversidad y beneficios LA3

Apoyamos el desarrollo integral de los empleados a través de la diversidad de intereses de nuestros colaboradores. Esta mirada se refiere, principalmente, a los diferentes tipos de familias que conviven en la sociedad y en Telefónica.

Beneficios complementarios

En Telefónica buscamos mejorar el rendimiento profesional y permanencia de los trabajadores en la empresa. ¿Cómo? Con una red de beneficios integrales complementarios a la seguridad social, orientados a la satisfacción de las necesidades del trabajador y su grupo familiar.

Club Telefónica

Promueve actividades deportivas, culturales y sociales a través de fondos concursables (financiamiento a proyectos de los colaboradores) y convenios con establecimientos deportivos (co-pago).

- ➔ 4.920 socios, 93% de los colaboradores
- ➔ Participación de más de 2.000 trabajadores



Satisfacción y clima laboral

En Telefónica, estamos convencidos de que un equipo satisfecho, que disfruta y lo pasa bien en su trabajo es un equipo motivado y comprometido con la satisfacción de nuestros clientes.

Ranking	2009	2010	2011
Great Place To Work	4to	9no	4to
Mejores Empresas Para Madres y Padres Que Trabajan	5to	1ro	1ro
Índice de Satisfacción de Empleados	86% ¹ 83% ²	88%	91%

¹ Telefónica Móviles
² Telefónica Chile

Evaluación de desempeño

Movilidad interna LA12

El desempeño tiene como eje central mantener y fomentar nuestra cultura meritocrática a través de:

- ➔ Publicación, en todos los países donde opera Telefónica, de las vacantes, como parte de su modelo de desarrollo.
- ➔ 5.063 trabajadores evaluados (97,7% de colaboradores sujetos a evaluación). Con sus resultados se elabora un **Plan de Desarrollo Individual** que potencie fortalezas y supere brechas desempeño.
- ➔ Las **Metas Crucialmente Importantes (MCI)**, por su parte, alinean las metas de los trabajadores con los objetivos de la organización y los de su área de desempeño. Este mecanismo objetivo está asociado a la renta variable de los empleados.

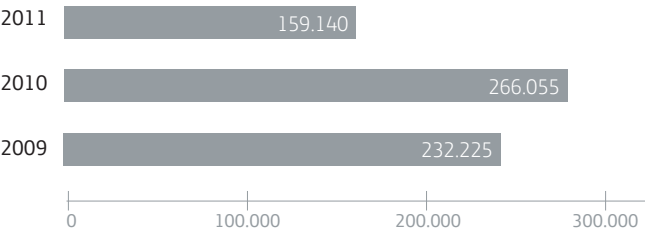




Capacitación LA10 - LA11 - HR3 - HR8 - SO

Como parte del crecimiento profesional, en Telefónica en Chile capacitamos a nuestros empleados para que desarrollen sus competencias en coordinación con los objetivos de la estrategia corporativa.

Horas e inversión en capacitación



En promedio, cada trabajador recibió 30 horas de capacitación durante 2011. En total, los gastos de capacitación alcanzaron los 362.274 millones de pesos.

Programas de Formación Ética

Objetivo

PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN	16 horas ¹	Reafirmar los Principios de Actuación como elemento de la cultura corporativa de la empresa y su aplicación por los empleados en su actividad diaria.
DERECHO Y LIBRE COMPETENCIA	248 horas	Entender por qué es tan importante que Telefónica cumpla con la normativa del Derecho de la Competencia, y dar a conocer las herramientas para que cada colaborador cumpla con ella.
SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN	1.154 personas	Contribuir a generar una cultura organizacional en relación a la seguridad de la información.

Programas

Objetivo

JÓVENES PROFESIONALES	Potenciar a nuevos talentos.
ROTACIÓN INTERNACIONAL	Posibilitar el intercambio entre profesionales de Telefónica en el mundo.
BECAS PROFESIONALES	Financiamiento compartido para estudio de pre y postgrado.

Sindicatos y Comités Paritarios LA4 - LA6

En Telefónica existen 22 sindicatos, que agrupan a un 65,4% de los empleados. Se reúnen permanentemente con las autoridades de la empresa para levantar inquietudes y negociar beneficios. Por su parte, existen 32 comités paritarios que representan al 100% de los trabajadores. Su objetivo es preocuparse de las condiciones de higiene y seguridad laboral, para lo que se reúnen una vez al mes.

¹ Representa solamente la gestión 2011. Durante el 2012 se realizará la campaña de actualización de este curso.

Salud y seguridad

Prevención y control de riesgos LA8 - LA9 - IO03

Si bien nuestro giro no registra riesgos de enfermedades graves, en Telefónica en Chile hemos desarrollado programas para las áreas comerciales (autocuidado y manejo del estrés) y para el área técnica (riesgo eléctrico y trabajo en altura).

En los 15 convenios colectivos existentes 2009- 2012, se establecen procedimientos y beneficios para los trabajadores en:

- ⇒ Medidas de prevención de riesgos
- ⇒ Equipos de protección individual e indumentaria de trabajo
- ⇒ Formación a los trabajadores en temas de salud y seguridad
- ⇒ Inspecciones de las instalaciones y operaciones.

Trabajo pesado

De acuerdo a la ley 19.404, a los trabajadores identificados con labores pesadas, se les anticipa la edad legal para jubilarse en uno o dos años por cada cinco años de trabajo, dependiendo de las tareas. Hoy en Telefónica en Chile existen alrededor de 700 trabajadores bajo este régimen de compensaciones y 13 tipos de actividades consideradas como trabajo pesado, de acuerdo a un levantamiento realizado en 2010.

Índices de accidentabilidad LA7

- ⇒ Tasa de incidencia de accidentes: **74**
- ⇒ N° de enfermedades laborales: **1**
- ⇒ N° total de días perdidos por accidente: **934**
- ⇒ Tasa de ausentismo: **43.262**
- ⇒ Tasa de fallecimientos: **0**

TELFÓNICA RESPONDE A SUS GRUPOS DE INTERÉS

¿Qué importancia tuvo el paso a una estructura única de holding durante 2011?

Como Telefónica, 2011 fue un año importante en el proceso de unificación de nuestras marcas. Lo que logramos el primer semestre fue el paso de todas las unidades que conformaban Telefónica en Chile, a una nueva empresa. Este proceso fue una muestra de confianza que significó entender que ya somos una empresa y que estamos todos en una organización.

Karina Marín, directora de Personas



PROVEEDORES

ENFOQUE DE GESTIÓN

Visión Telefónica Corporativa

La cadena de suministro que respalda nuestros servicios es una de las prioridades centrales de Telefónica.

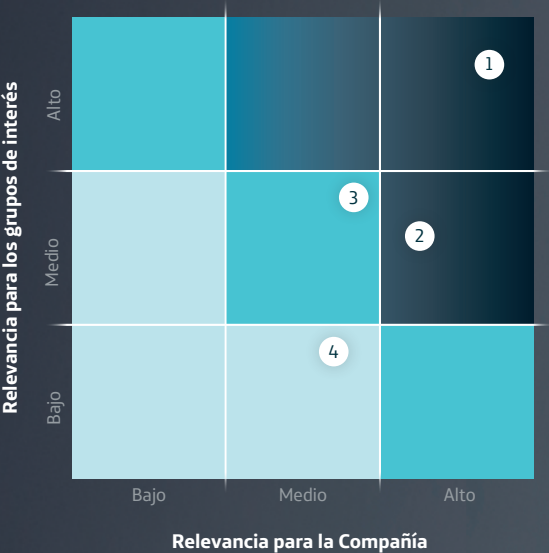
Nos preocupamos de impulsar a cada una de las partes de la cadena de valor. A nivel corporativo, expresamos el compromiso en la política que define la relación con los proveedores.

Prioridades en Chile

Nuestros proveedores son aliados estratégicos para el negocio, el 90% de la relación diaria con clientes pasa por ellos.

Queremos transformar nuestras relaciones, hacerlas dinámicas y cercanas con ellos, de modo que nos vean también como socios de largo plazo. Ello implica mejorar procesos internos y externos que llevamos a cabo para interactuar con los proveedores.

Matriz de Materialidad Proveedores



- | | | |
|---|---------------------------------------|------|
| 1 | Plazo de pago | p 48 |
| 2 | Alineamiento proveedores estratégicos | p 49 |
| 3 | Desarrollo de proveedores | p 48 |
| 4 | Proveedores locales | p 49 |

Diálogo

Durante 2011 se desarrolló una encuesta presencial a 332 proveedores (de un total de 1.260) para conocer su experiencia con Telefónica en Chile en varios ámbitos: adquisición; facturación y pago; y calidad de la relación con la contraparte, entre otros.

Uno de los resultados más relevantes corresponde al 6,7 (en una escala de 1 a 10) con que evaluaron la percepción global de los proveedores. En 2012 esperamos repetir esta encuesta.

Más información en página 22.

Hitos 2011

- ⇒ Auditoría a principales proveedores y contratistas de Telefónica.
- ⇒ Primera Encuesta de Satisfacción a Proveedores realizada en Chile.
- ⇒ Formación de la Gerencia de Desarrollo de Proveedores y Recursos.
- ⇒ Capacitación a colaboradores sobre la cadena de pago y la importancia que tiene para los proveedores.

Juan Parra, director de Finanzas y Control de Gestión:

“Queremos que los proveedores tengan una buena experiencia en sus negocios con nosotros”

¿De qué manera la sostenibilidad es abordada en el área que lideras?

Existen tres pilares: en el ámbito económico nos hacemos cargo de que la Compañía tenga los recursos para poder financiar las operaciones y demandas de productos y servicios que se ponen a disposición de los clientes; en cuanto a operaciones aseguramos tener disponibles todas las herramientas y canales para facilitar a nuestros clientes el proceso de pago de sus servicios; y en el área de proveedores construir una relación transparente y sostenible con ellos, mediante la adjudicación, adquisición y en el pago de los servicios que nos prestan.

Desde la dirección de Finanzas y Control de Gestión ¿cómo Telefónica ha manejado el desarrollo de proveedores?

Debemos apuntar a dos objetivos. El primero tiene que ver con el proceso de compra o adjudicación, es decir, poder dar a todos los proveedores un proceso transparente, en que todos tengan igualdad de oportunidades en la participación de nuestras licitaciones y que escojamos a su vez, como Telefónica, siempre la mejor combinación en calidad-precio. Lo segundo se trata de asegurar el pago de estos servicios en los tiempos comprometidos con ellos.



Compromisos 2012

Tema Material	Desafíos	Compromisos	Indicadores
Plazo de pago.	<ul style="list-style-type: none">Disminuir el plazo de pago a proveedores.	<ul style="list-style-type: none">Programa gestores de contrato.Panel de control de tiempos de pago.Mantener Encuesta de Satisfacción de Proveedores.	<ul style="list-style-type: none">Promedio días de pago a proveedores: 60 desde llegada la factura y máximo 90 días desde prestado el servicio.
Transparentar el proceso de pago hacia los proveedores.	<ul style="list-style-type: none">Contar con la trazabilidad del proceso de pago.Sistematizar y aumentar la relación on-line con nuestros proveedores.	<ul style="list-style-type: none">Desarrollo del canal web y el call center para consulta de proveedores.	<ul style="list-style-type: none">Gestión de consultas de los proveedores.

Esta tabla muestra los temas materiales correspondientes al cuadrante alto - alto. Los restantes temas materiales se irán sumando a la tabla de indicadores en los años siguientes, lo que se asume como un desafío.



Plazo de pago

Los servicios están determinados, en parte, por los insumos que nos entregan nuestros proveedores. Muchas veces son la cara visible de Telefónica y por eso es muy importante trabajar con ellos para ofrecerles condiciones favorables.

Nuestra norma general es pagar en un plazo de 60 días una vez recibida la factura. En 2011 analizamos este proceso y detectamos dificultades en la sistematización de procedimientos internos, además de modelos de comunicación y relación con los proveedores. Como consecuencia, algunos compromisos de pago no se cumplen a cabalidad.

Para hacer frente a esta problemática durante 2011 se planteó un proyecto que constó de tres pilares:

1

CAPACITACIÓN:
todos los involucrados en la cadena de pago (396 personas) identificaron los principales problemas de este proceso y las consecuencias que tienen en los proveedores. Los líderes de la organización también conocieron estos contenidos.

2

COMUNICACIÓN:
“No rompas el flujo con nuestros proveedores” esta campaña interna sensibilizó a los trabajadores sobre el impacto que significan los retrasos de pago a los proveedores.

3

GESTOR DE CONTRATO:
se está trabajando para que cada proveedor tenga un responsable encargado de apoyarlo en la solución de cualquier problema que tenga en los temas que sean de su interés.

Estas medidas concretas apuntan a seguir reduciendo nuestros plazos de pago. En 2011 nos comprometimos con un cuadro de mando con indicadores del periodo de pago, que no fue posible obtener a través de los sistemas existentes. Por tanto, durante 2012 continuaremos trabajando en este desafío.

A pesar de los inconvenientes, sí logramos obtener el tiempo promedio de demora que existe entre la recepción del bien o servicio y el pago al proveedor, que a comienzo de año resultó ser de 91 días¹.

Desarrollo de proveedores

En 2011 se formó la gerencia de Desarrollo de Proveedores y Recursos para transformar nuestra relación con proveedores hacia un enfoque bilateral. Una de sus primeras tareas consistió en dar pie para la resolución de problemáticas básicas, esencialmente responsabilidades de los proveedores y proceso de pago de Telefónica con metas y objetivos concretos para respaldar el desarrollo económico de los proveedores.

¹ Este indicador se obtuvo a partir de dos preguntas incluidas en la encuesta de proveedores, que se realizó por primera vez este año. Dada la validez estadística de la muestra elegida, es extrapolable a la totalidad de los proveedores.

INNOVACIÓN
Con el fin de resguardar la rentabilidad y sustentabilidad económica de los proveedores, se realizaron simulaciones de sus estructuras de costos, incorporando sus márgenes de ganancias. Esto ayuda a fijar criterios de rentabilidad mínima para licitaciones y adquisición de nuevos servicios y también a reducir riesgos para ambas partes.

Alineamiento con proveedores estratégicos HR2

Proyecto Aliados

En nuestra red de proveedores reconocemos a un grupo que tiene una interacción directa con el cliente, quienes forman parte del proyecto Aliados. Call Center, instalación y reparación, además de ventas y servicios de post ventas están dentro del alcance de esta iniciativa que tiene como misión asegurar las condiciones económicas de largo plazo, propiciar el desarrollo de las empresas aliadas e incentivar los niveles de calidad y productividad.

Para alcanzar este objetivo se realizaron 65 auditorías de las empresas aliadas para la Compañía, en los siguientes focos: condiciones laborales, prevención de riesgos, recursos humanos y algunos aspectos de derechos humanos. Con estos resultados conoceremos las prioridades de gestión 2012.

Proveedores locales EC6

Como Telefónica tenemos el compromiso de fortalecer el desarrollo de empresas locales, desafío que está dentro del marco de la Política de Compras Corporativa y los Principios de Actuación. En Chile, el 86,9% de los proveedores corresponden a empresas locales, mientras que el restante es internacional.

Proveedores en cifras

- ⇒ Compras adjudicadas
\$ 767.381 millones
- ⇒ Contratos adjudicados
2.683
- ⇒ Total proveedores
1.260
- ⇒ Proveedores nacionales
86,9% del total de proveedores
- ⇒ Proveedores pymes
38% del total de proveedores

¿Por qué Telefónica ofrece a los proveedores su propio servicio de Factoring (compra de facturas)?

Una vez asumido que los plazos de pago a nuestros proveedores son una prioridad tanto para ellos como para Telefónica, la Compañía también se ha enfocado en explorar alternativas de financiamiento para que su cadena de valor mejore la gestión de su flujo de caja a un costo muy competitivo. Esta es una alternativa a las ya existentes en el mercado y no representa ningún tipo de obligación adicional.

En ese contexto, Telefónica Factoring es una empresa filial de Telefónica Corporativa con operaciones en seis países desde hace 12 años y en Chile, desde junio de 2010. El servicio que se entrega se hace a través de la adquisición de facturas emitidas a cualquiera de las empresas de Telefónica en Chile, cabe destacar que sólo interviene una vez que la factura ingresó al sistema de pago de Telefónica. Durante 2011 88¹ proveedores usaron el Telefónica Factoring como forma de financiar su operación.

Entre los principales beneficios podemos mencionar:

- Se aprovecha el tamaño del Grupo Telefónica para lograr las mejores condiciones en el descuento de facturas y transferirla a los suministradores.
- Adelantamos el pago hasta el 100% del valor de sus facturas.

¹ Se consideran las compras efectuadas en el 2011 con presupuesto 2011 que fueron gestionadas por la Mesa de Compras.

MEDIO AMBIENTE

ENFOQUE DE GESTIÓN - EC2 - TA01 - TA02

Visión Telefónica Corporativa

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) son una herramienta que posibilita hacer un uso eficiente de los recursos naturales, principalmente energéticos.

Las TIC también son la base de las soluciones que, como Compañía, ofrecemos a nuestros clientes para contribuir a que disminuyan su consumo energético y huella de carbono.

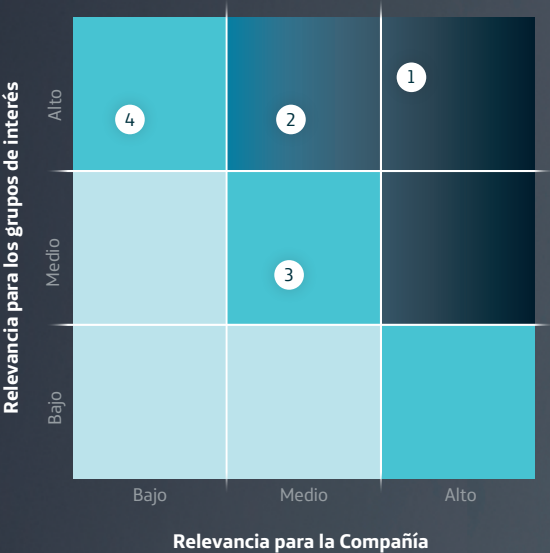
Contamos con una estrategia (2010-2015) para enfrentar el cambio climático basada en la eficiencia en el uso de los recursos, la gestión de los residuos y el impacto de nuestra red.

Prioridades en Chile

Desde las TIC nos interesa aportar al desafío del cambio climático, por medio de la economía de la energía en nuestras operaciones y clientes. También tenemos esfuerzos puestos en la limpieza de centrales telefónicas, la gestión de los residuos y la huella de carbono.

Los objetivos anteriores forman parte de la Estrategia de Telefónica para el cambio climático 2010-2015, iniciativa que apunta al ingreso de nuevos productos y servicios para reducir la huella de carbono y los consumos como consecuencia de adecuados planes de eficiencia energética.

Matriz de Materialidad Medio ambiente




- | | | |
|---|---------------------------|------|
| 1 | Eficiencia energética | p 52 |
| 2 | Gestión de residuos | p 52 |
| 3 | Iniciativas para clientes | p 52 |
| 4 | Huella de carbono | p 53 |

Diálogo

Expertos medioambientales y líderes ambientales internos nos dieron su opinión sobre el Informe de Responsabilidad Corporativa 2010.

Esta matriz de materialidad considera sus recomendaciones.

 Más información en página 22.



Hitos 2011

- ⇒ Inauguración Data Center amigable con el medio ambiente.
- ⇒ Reingeniería de 12 sitios de la red móvil para mejorar la eficiencia en los consumos de energía entre un 15% a 30% por sitio.

Fernando Saiz, director de Operaciones:

“Las telecomunicaciones son un gran aliado en conseguir que las personas y las empresas reduzcan su impacto ambiental”

TA01 - TA02

¿Cuál consideras que es el principal aporte a la sostenibilidad ambiental que puede hacer Telefónica en Chile?

Nuestro principal aporte es entregar servicios de Telecomunicación y Tecnologías de la Información (TIC) cada vez más innovadores a la sociedad chilena. Las TIC permiten que las empresas y personas disminuyan su huella de carbono, al evitar el transporte de personas y bienes, reducen el uso de papel y energía, etc. En el largo plazo creo que la única solución para contener el impacto ambiental de la sociedad es que ésta sea intensiva en el uso de telecomunicaciones.

¿Cuál es la posición de Telefónica en Chile frente al cambio climático?

Nuestra prioridad tiene que ver con cuánto ayudamos al país a gastar menos energía y cómo nos desafiamos a seguir haciéndolo. Si el impacto en el medio ambiente de la sociedad moderna tiene que ver con los flujos de materiales, cada vez que nuestros clientes optan por realizar transacciones electrónicas en vez de desplazarse, sin duda, como Telefónica en Chile estamos contribuyendo a evitar grandes impactos ambientales.



Compromisos 2012

Tema Material	Desafíos	Compromisos	Indicadores
Eficiencia Energética.	<ul style="list-style-type: none">· Aumentar la eficiencia energética de Telefónica en Chile en sus redes.	<ul style="list-style-type: none">· Implementar iniciativas orientadas a hacer más eficiente el consumo energético con que funcionan nuestras redes.	<ul style="list-style-type: none">· Alcanzar un 26 KWh/acceso equivalente, objetivo que apunta a meta 2015 de 23 KWh/ Acceso equivalente.

Esta tabla muestra los temas materiales correspondientes al cuadrante alto - alto.
Los restantes temas materiales se irán sumando a la tabla de indicadores en los años siguientes, lo que se asume como un desafío.

Eficiencia energética

EN5 - EN6 - EN7

Edificio Corporativo

Medida	Ahorro
Apagado del edificio después de las 20:30 hrs., dejando sólo iluminación para trabajos de aseo y bombas de agua sanitaria.	20% de la energía para iluminación.
Apagado de la climatización en fines de semana.	5,6% de la energía para climatización.
Reemplazo planta de iluminación por equipos más eficientes.	5% de la energía para iluminación.

Sitios técnicos

Medida	Ahorro
Reingeniería eléctrica en 12 sitios de red móvil con el objetivo de mejorar la eficiencia en los consumos de energía.	15% a 30% del consumo total del sitio.
Actualización tecnológica.	15% de la inversión en equipos.
Automatización de iluminación de siete salas técnicas (data center).	7% del consumo total de la sala.
Tecnología free coling en 15 sitios.	18% en consumo eléctrico.
Reemplazo de 50 balizas tradicionales por tipo LED, en torres para celulares.	Vida útil 10 veces mayor, ahorro del 90% en este consumo.

MIDAS, UN ALIADO ESTRATÉGICO

Midas recicla nuestros principales residuos industriales no peligrosos y gestiona la disposición final de algunos de nuestros pasivos ambientales, además de generar empleos para personas con discapacidad de Fundación Tacal.

Gestión de residuos

EN22 - EN27

Durante los últimos 3 años se ha estado trabajando en un proyecto de renovación tecnológica, lo que ha implicado el retiro de baterías de sitios celulares, los cuales se procede a su disposición final de acuerdo a la normativa vigente.

Empresas especializadas trasladan los residuos hacia sitios autorizados de disposición, o bien, en procesos al final de la vida útil de los materiales.

Residuos no peligrosos *	826,8 ton
Residuos peligrosos **	187,5 ton
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos ***	982,7 ton
Total	1.997 ton

* Papeles cartones, cables y otros residuos de oficina.
** Baterías, aceites usados, toners y catridges, tubos fluorescentes, filtros de aceite, y elementos contaminados con residuos peligrosos.
*** Un 65,5% de estos residuos se enviaron a reciclaje o fueron reutilizados.

Recursos utilizados

EN1 - EN8

➡ Consumo de agua
2011: 232.728 m³
2010: 384.717 m³

➡ Consumo de papel de oficina
2011: 141 ton
2010: 157,8 ton

➡ Consumo de papel de facturación
2011: 374,8 ton
2010: 496,6 ton

Desde junio contamos con impresoras eficientes en consumo de papel y energía.

Iniciativas para clientes

EN26

No contamos con programas especiales para este objetivo, pero el uso de nuestros servicios (ver pág. 14) y de www.movistar.cl son un sólido aporte.

Del total de transacciones con clientes 2011 (56.186.861), un **45%** se realizó a través de nuestro canal *on-line*.

HUELLA DE CARBONO EN3 - EN4 - EN16 - EN17 - EN18 - EN20 - EN29

Para medir las emisiones de CO₂ asociadas a sus actividades y operaciones, Telefónica realizará en 2012 una auditoría que en su primera etapa registró el consumo de combustible y energía. Según estos datos, el mayor aumento observado en 2011 se concentró en las emisiones indirectas, mientras que las directas disminuyeron un 12% en relación al año anterior.

Por su parte, gracias a la generación y compra de energía renovable, las emisiones evitadas se situaron en 157 ton de CO₂, un 9% más que en 2010.

Impacto de la red

Ambiental, visual y acústico IO01 - IO08 - EN26 - SO9 - SO10

Del total de edificios técnicos y estaciones base de Telefónica en Chile, para red móvil y fija, 156 fueron construidos durante 2011. Ninguna de nuestras instalaciones se sitúa en áreas protegidas o de alta biodiversidad. Para aquellas que están cercanas a poblaciones, se realizan adecuaciones por impacto acústico y visual de acuerdo a una evaluación objetiva. En 2011 se hicieron 17 adecuaciones por impacto acústico y dos por impacto visual. La Compañía cuenta con 689 estaciones compartidas con otras empresas de telecomunicaciones, lo que contribuye a reducir los impactos por construcción y operación de instalaciones. Este número aumentó en 45% con respecto a 2010.

Campos electromagnéticos 4.11 - IO04 - IO05 - IO07 - PA08 - PA09

La autorización para instalar antenas de telefonía móvil depende de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) y de la Dirección General de Aeronáutica Civil, a las respectivas municipalidades hay que informarles la ubicación de la antena.

Pese a que no se ha establecido que las radiaciones emiten las antenas celulares sean dañinas para la salud, se ha fijado una norma para evite toda posibilidad de generar efectos perjudiciales en el ser humano.

↳ N° de emplazamientos con medición de campos electromagnéticos

2011: 537
2010: 0

Salud y seguridad de los equipos PR1 - PR3

Telefónica se asegura que todos los equipos que comercializa cumplen con la resolución N403/2008 relativa a los servicios y equipos de telecomunicaciones que generan ondas electromagnéticas, que fija los máximos permitidos. Los equipos son probados en el extranjero e ingresan al país con un distintivo que certifica el cumplimiento de esta resolución.

Boleta electrónica TA03

En esta línea, motivamos la recepción de la boleta en versión digital. Actualmente, más de dos millones de personas han optado por esta modalidad.

Esta alternativa ha tenido significativos aumentos del total de nuestros clientes, en 2009 alcanzaba un 27%; en 2010 38% y en 2011 63%.



INNOVACIÓN

Inauguramos un *data center* amigable con el medio ambiente que cuenta con medidas para optimizar el uso de la energía en climatización, distribución de la electricidad y extinción de incendios. Además, este *data center* destaca por la seguridad y continuidad que provee a las operaciones, encontrándose en proceso de obtener la certificación Tier III, que garantiza una disponibilidad mayor al 99,9%.

ALIADO ESTRATÉGICO PAÍS

ENFOQUE DE GESTIÓN

Visión Telefónica Corporativa

Impulsar y promover iniciativas de inclusión digital por medio del uso de TIC, entendiendo que la disminución de la brecha digital va en beneficio de la igualdad de oportunidades y el mejoramiento de la calidad de vida.

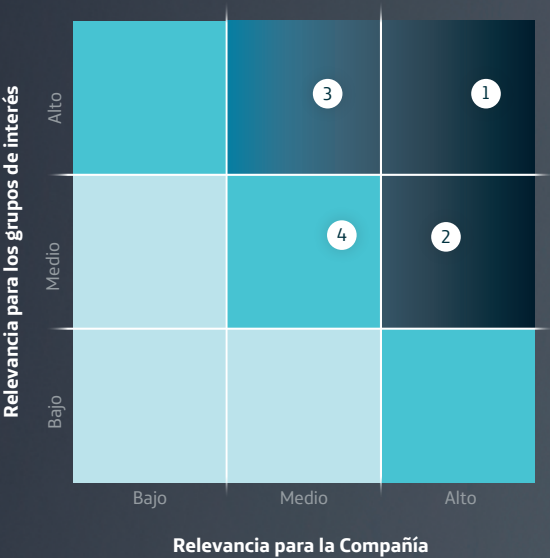
Prioridades en Chile

Queremos ser un Aliado Estratégico de la sociedad. Entendemos esa alianza como un espacio para contribuir al desarrollo de Chile, más allá de nuestras redes y servicios.

Los focos estratégicos de esta contribución los agrupamos en:

- ↳ Desarrollo digital
- ↳ Chile 5.0
- ↳ Innovación social
- ↳ Inversión social

Matriz de Materialidad Aliado estrategico país



1	Brecha e inclusión (desarrollo digital)	p 56
2	Ciudadanía corporativa (Chile 5.0)	p 57
3	Inversión social	p 63
4	Innovación social	p 60

Diálogo

Todos los proyectos presentados en este capítulo son el resultado de una estrategia permanente de diálogo con los diferentes aliados con los que trabajamos, así como con las organizaciones que reciben los beneficios.

Destaca el proyecto que hicimos con el Centro de Innovación de Un Techo para Chile, que busca diseñar productos y servicios a medida de los segmentos que hoy están fuera del mundo digital.

Más información en página 22.



Hitos 2011

- ↳ Adjudicación del 65% de colegios en proyecto Conectividad para la Educación.
- ↳ Alianza con el Centro de Innovación de Un Techo para Chile.
- ↳ Establecimiento de equipos de trabajo para Chile 5.0.
- ↳ 10.142 niños, niñas y adolescentes beneficiados por Proniño.
- ↳ 9no lugar en Ranking de Empresas Innovadoras, Escuela de Negocios Universidad de Los Andes.
- ↳ Inauguración Centro de Innovación Movistar Innova.

Andrés Wallis, director Asuntos Corporativos:

“La visión de largo plazo está en el ADN de Telefónica en Chile”

¿De qué forma se vincula la sostenibilidad al negocio de Telefónica en Chile?

Las telecomunicaciones son muy dinámicas y obligan a las empresas del sector a transformarse permanentemente. Más allá de los enfoques de sostenibilidad asociados comúnmente con filantropía o medio ambiente, la visión de largo plazo está en el ADN de Telefónica en Chile a través de todos los desafíos de adaptación que hemos enfrentado en nuestra historia, gracias a los cuales siempre hemos estado en presentes como aliados estratégicos del país.

¿Cómo explicas este rol de aliado estratégico?

La mejor forma es mantener esa mirada vinculada a nuestra misión y a lo que nos define como empresa. En ese sentido, nuestra primera responsabilidad tiene que ver con el desarrollo del país y con los servicios que están en la vida diaria, computadores y televisores de millones de chilenos. Con ese eje, todos nuestros proyectos tienen que ver con contribuir a reducir la brecha digital que todavía existe en la sociedad chilena.



Compromisos 2012

Tema Material	Desafíos	Compromisos	Indicadores
Chile 5.0	<ul style="list-style-type: none">Que las aplicaciones de las Tecnologías de la Información y Comunicación aporten en Salud, Educación, Seguridad, Justicia y Eficiencia Energética.	<ul style="list-style-type: none">Mantener la contribución al desarrollo de políticas públicas vinculadas a los cinco puntos anteriores.	<ul style="list-style-type: none">Dada la naturaleza de los proyectos, no contamos con indicadores concretos.
Innovación	<ul style="list-style-type: none">Promover el emprendimiento innovador y el desarrollo de nuevos servicios mediante el uso de TIC.	<ul style="list-style-type: none">Incorporar nuevas instancias de emprendimiento, entre ellas, Wayra.	<ul style="list-style-type: none">90 emprendimientos funcionando.
Brecha Digital	<ul style="list-style-type: none">Disminuir la brecha digital mediante la masificación de banda ancha en segmentos de menores ingresos.	<ul style="list-style-type: none">Continuar el proyecto que apunta a tener un millón de hogares conectados en 2015.	<ul style="list-style-type: none">150 mil nuevas conexiones de banda ancha fija y móvil.
Inversión Social	<ul style="list-style-type: none">A través de alianzas, aportar con nuestros programas a la agenda digital y educacional de Chile.	<ul style="list-style-type: none">Mantención y ampliación de nuestros programas en la educación.	<ul style="list-style-type: none">Proniño: 11.700 niños, niñas, adolescentes atendidos.500 profesores y 180 colegios en el Proyecto Puentes Educativos.Capacitar 250 personas en software SICLA (discapacidad).



**PROYECTO
ALIADO ESTRATÉGICO PAÍS**

Su objetivo es agrupar una serie de iniciativas de la Compañía, que impactan positivamente en la sociedad, donde aportamos nuestra experiencia y desarrollo de herramientas de las telecomunicaciones, y las aplicamos creando beneficios compartidos.

Tiene cuatro pilares:

- ↳ Desarrollo digital
- ↳ Chile 5.0
- ↳ Innovación social
- ↳ Inversión social

Desarrollo digital PA05

El mundo digital supone una revolución social y cultural. La profundidad y el alcance de los cambios que hemos observado en el desarrollo de las telecomunicaciones lo demuestra.

A nivel mundial, el crecimiento en cantidad de contenidos, dispositivos y aplicaciones ha sido explosivo. Con ello, se multiplica el potencial de la red para que las personas estén conectadas y comunicadas; accedan a las redes sociales, mensajería y acceso a información; y tengan la posibilidad de resolver, a través de la web, tareas que antes sólo podían realizar presencialmente.

En este panorama de transformaciones, Chile no es la excepción. En la última década se ha acelerado la incorporación de las telecomunicaciones, con cifras que reflejan su masividad:

- ↳ Entre 2000 y 2010, los usuarios de Internet aumentan 3,5 veces.
- ↳ Existen 9 millones de cuentas de Facebook y 4,8 millones de usuarios de Twitter.

Sin embargo, existen tareas pendientes en la ampliación del acceso a las telecomunicaciones. El gobierno se ha planteado a 2014 el objetivo de avanzar en la penetración de banda ancha hacia niveles similares al promedio de la OCDE. Para ello requiere, entre otras cosas, reducir la brecha digital, facilitar la cobertura y acceso de calidad a los servicios de comunicación e información, e incorporar a los sectores aislados y vulnerables de la población. Algunas metas concretas consisten en pasar del 40% al 70% de hogares con banda ancha, y tener el 100% de colegios municipalizados conectados a alta velocidad.



¹ Los datos provienen de la Encuesta Nacional de Consumidores de Servicios de Telecomunicaciones 2009. A la fecha de cierre de este informe, no se encontró disponible una versión más actualizada.

Chile 5.0

Ciudadanía Corporativa

Consiste en el planteamiento y ejecución de iniciativas sectoriales, en las cuales Telefónica en Chile cree que el soporte tecnológico puede apalancar el desarrollo de algunas áreas relevantes para el país. Se han planteado como focos de trabajo la Salud, Educación, Seguridad, Justicia y Eficiencia Energética.

En estas cinco líneas sectoriales hay distintos grados de avance. Durante 2011 se establecieron los equipos de trabajo y definieron las líneas de acción en todas ellas. Particularmente en salud, hemos tenido logros importantes en el mejoramiento del sistema de salud mediante el uso de Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC).

Telemedicina (E-health)

A través de esta iniciativa, como Telefónica en Chile buscamos desplegar las infraestructuras y redes necesarias para conectar mejor a los pacientes con el sistema de salud público; interconectar a los profesionales; y facilitar herramientas y acceso a la información. Los centros de telemedicina muestran cómo las telecomunicaciones pueden resolver en muchos casos, la distancia geográfica entre médicos, tanto como entre médico y paciente, lo que resulta especialmente valioso en regiones y en especialidades médicas.

Logros 2011

Como Telefónica en Chile articulamos la tecnología del sistema, pantallas y gestionamos la comunicación con el objetivo de permitir un acceso de calidad y oportuno a los pacientes.

Chile 5.0 es una iniciativa impulsada por Telefónica en Chile para acelerar la implantación de las TIC como motor de progreso. Es un proceso vivo, en el que dialogamos e integramos diferentes miradas de la sociedad para identificar y desarrollar acciones claves en salud, educación, justicia, seguridad y eficiencia energética.



INNOVACIÓN

LifeCare es un sistema de monitoreo móvil único en Chile y Latinoamérica destinado a personas de la tercera edad o con alguna enfermedad crónica. Este emprendimiento fue desarrollado por Nazmy Dapik, subgerente de Logística en nuestra organización, quien fue uno de los graduados de la tercera convocatoria del Programa Movistar Innova. LifeCare busca mejorar la calidad de vida de los adultos mayores, conservando su independencia, a través de un servicio de teleasistencia móvil especialmente diseñado para ellos.

El servicio se activa a través de un brazalete que usa como módulo de comunicación la red celular. Cuando el cliente aprieta un botón se conecta directamente a la Central de Monitoreo de LifeCare y en ese momento se activa el servicio especialmente diseñado para cada usuario. Este protocolo puede ser desde una llamada a un familiar, a una ambulancia, una visita de seguridad ciudadana, activar el plan cuadrante de Carabineros, entre otros.



CHILE



5.0

EC8

Telefónica en Chile busca contribuir al desarrollo del país mediante propuestas concretas, que aporten al progreso y que permitan mejorar la calidad de vida de los chilenos. En base al diálogo con los diferentes protagonistas de la agenda nacional, seleccionamos cinco áreas en las que queremos proveer innovadoras soluciones TIC.



1 Salud

Piloto de Telemedicina entre Hospitales de Talcahuano, San Carlos y Linares, como parte de una alianza con el Ministerio de Salud.



2 Justicia

Alianza con Paz Ciudadana para uso de brazalete electrónico como herramienta para cumplimiento de penas.



3 Educación

Adjudicación 65% en licitación Ministerio de Educación para conectividad Banda Ancha en colegios municipales.



4 Seguridad interior

Plan de trabajo conjunto con Paz Ciudadana con el objetivo de proponer mejoras al sistema penitenciario.



5 Eficiencia energética

Acuerdos de trabajo conjunto con Agencia Nacional de Eficiencia Energética para futura aplicaciones destinadas a ese objetivo.



Educación

En el contexto de Chile 5.0, Telefónica en Chile ha constatado la baja penetración que los segmentos más vulnerables muestran en Banda Ancha Fija, lo que se traduce en menores oportunidades de desarrollo y aprendizaje.

Por ello el objetivo es masificar la Banda Ancha en segmentos bajos, ofreciendo una oferta beneficiosa y competitiva. Ello con un énfasis especial en la conexión a alta velocidad de los colegios municipalizados, para los que se deben diseñar soluciones y acciones complementarias de valor agregado.

Logros 2011

Movistar cubre 65% de la conectividad de los colegios a nivel nacional con Banda Ancha de alta velocidad, como parte del programa de gobierno "Conectividad para la Educación".

Dentro del trabajo con los colegios, el proyecto Aula 365 es fundamental para acompañar a los estudiantes en la aplicación de la conectividad a todas las etapas de aprendizaje, dentro de un entorno seguro y moderado. Permite a los estudiantes conectarse entre sí y compartir intereses comunes de aprendizaje, pudiendo ellos personalizar su perfil y crear sus propias carpetas de estudio y compartirlas, fomentando así comunidades educativas.

Estuvimos presentes en la 1ª Asamblea de la Corporación Nacional de Colegios Particulares Subvencionados (Conacep). Esta actividad se enmarca dentro de nuestras alianzas con actores relevantes del mundo educacional, a través de las cuales buscamos facilitar programas educativos relacionados con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Por cuarto año consecutivo, nuestra gerencia de Relaciones Institucionales, en conjunto con Federación de Padres de Niños de Colegios Privados (Fedepadres), entregaron los premios Qué Veo, iniciativa que busca estimular el desarrollo de contenidos educativos en las pantallas.

Participamos en la Semana Empresas 2011, actividad desarrollada en conjunto con los colegios de la red educativa Fe y Alegría, jornada en la que ahondamos nuestra relación con una de las organizaciones académicas más relevantes del país y reafirmamos nuestro compromiso con la educación chilena.

Cabe destacar que el compromiso de Telefónica en Chile con la educación también se concreta a través del aporte de Fundación Telefónica (ver pág. 65).

Justicia

El 11 de mayo se realizó un seminario junto a Fundación Paz Ciudadana sobre seguridad. El principal tema fue la evaluación de la tecnología de dispositivos electrónicos (brazaletes o tobilleras) para controlar medidas cautelares y penas con libertad controlada. Expertos internacionales expusieron sus experiencias respecto al uso de estos sistemas con autoridades de Gendarmería, la Defensoría Penal Pública, Fiscalía Oriente y Ministerio de Justicia quienes debatieron sobre las oportunidades de implementar esta iniciativa en Chile.



INNOVACIÓN

¿Dónde están los nuevos negocios digitales?

Telefónica a nivel global, ha identificado siete áreas de crecimiento denominadas Verticales, las cuales, aparte de las ya mencionadas *e-Health* y Seguridad, están formadas por:

Video: en Telefónica, hay 2,8 millones de accesos de video. Esto sufrirá un aumento importante ya que tenderá a igualar el número de accesos que tiene la Banda Ancha Fija (17 millones).

Machine to Machine (M2M), la tendencia es conectar dispositivos con foco en ciertas industrias, como los servicios básicos (energía, agua, etc.), y la industria de la seguridad, ya sea para personas, animales domésticos, bienes materiales y otros.

Servicios Financieros Móviles han sido impulsados en los distintos países para alcanzar dos objetivos: la inclusión financiera, es decir, dar acceso a los servicios financieros a los países que no los poseen, y las facilidades de pago, lo cual se traduce en ofrecer eficiencia y comodidad a una base establecida de clientes. En esta vertical, las oportunidades se deben cuantificar de acuerdo al nivel de bancarización de cada país en estudio.

Cloud transforma los gastos de capital en gastos de operación, ya que se hacen innecesarios los equipos computacionales o activos fijos, las aplicaciones corren en la nube y el usuario accede desde una *web browser*, los desarrolladores programan directamente sobre la nube.

En cuanto a las **Aplicaciones**, existe una gran oportunidad en desarrollar aplicaciones para móviles, ya que Telefónica cuenta con más de 238 millones de accesos móviles.

Innovación social

S05

Para Telefónica la innovación es una alternativa concreta de transformar la sociedad chilena. Como Compañía tenemos diversas iniciativas (ver pág. 24), pero sabemos que estos proyectos tienen que ser una posibilidad para todos.



Durante 2011 firmamos una alianza con el Centro de Innovación de Un Techo para Chile para consolidar los avances que ya habíamos comenzado en 2009.

La idea es buscar una solución para llevar conectividad a aquellos hogares que no tienen los recursos para contratar los servicios de Banda Ancha de manera tradicional, debido al costo y estabilidad que exige un contrato de servicios. Como proveedores, creemos que debemos adaptarnos a sus necesidades.

Hoy se está trabajando con Un Techo Para Chile para desarrollar un producto que nos posibilite llegar a estos hogares y ofrecerles un servicio que les acomode, convencidos de que es un paso que mejora la calidad de vida de las familias y abre un nuevo espacio de emprendimientos para las telecomunicaciones.

El piloto realizado durante 2010 involucró una etapa de detección de oportunidades, así como de validación de la idea con los futuros beneficiados. La alianza con Un Techo Para Chile es importante para nosotros, dado que son un referente nacional en el trabajo con comunidades de bajos ingresos. En este sentido, creemos en el desarrollo del proyecto se está llevando a cabo bajo un modelo válido y útil para la creación de valor compartido entre empresa y comunidad.

¿Por qué hacemos esto?

ES PARA TODOS: gestionamos el negocio en relación con todos sus grupos de interés.

ES SOSTENIBLE: si generamos impacto positivo con nuestra actividad en el progreso del país, y somos confiables, garantizaremos nuestra propia sostenibilidad como empresa.



Telefónica Responde

Nuestra gestión la hacemos de manera transparente con los grupos de interés con los que interactuamos. Durante el año tenemos una política con todos los medios de comunicación para entregarles de manera oportuna y veraz, los contenidos que necesitan para informar a la sociedad. En esta selección encontrarás las noticias que tuvieron la mayor cantidad de presencia y la respuesta que entregamos cuando fuimos requeridos.

PORTABILIDAD

Durante 2011 este tema copó la agenda noticiosa del sector de telecomunicaciones con el fin de difundir cuáles serían los beneficios para los usuarios y las etapas del proceso de implementación.

Cada vez que fuimos requeridos por los medios colaboramos entregándole la mejor información disponible.

ENERO

CORTE SUPREMA RATIFICA MULTA CONTRA TELEFÓNICA CHILE S.A.

En 2007 Voissnet acusó a Telefónica Chile S.A. de subsidiar la telefonía fija con mayores precios en la banda ancha, posición acogida por el Tribunal de la Libre Competencia y ratificada por la máxima instancia judicial del país.

Nuestra respuesta fue acatar los fallos judiciales e insistir en que no infringimos la ley, renovamos el compromiso con la libre competencia y la motivación de entregar las mejores alternativas a los clientes.

MARZO

ALERTAS VÍA MENSAJES DE TEXTOS Y TELEVISIÓN PA06

Como parte del trabajo que iniciamos en 2010, en Telefónica en Chile seguimos avanzando en iniciativas que contribuyan a que las Tecnologías de la información y la Comunicación estén al servicio de la seguridad de la sociedad. En ese sentido, en marzo comenzó el proceso para desarrollar los sistemas que permitan difundir las alertas definidas por la Oficina Nacional de Emergencias (Onemi).

ACUERDOS CON OTROS OPERADORES DE TELECOMUNICACIONES

Inspirados por el compromiso de competir transparentemente, durante 2011 firmamos acuerdos con GTD y Virgin para el desarrollo del negocio de los operadores móviles virtuales (OMV). Con VTR tenemos un convenio de *roaming* nacional.

A su vez, junto a Entel en marzo mejoramos la cobertura en 300 km. de la Segunda Región (entre Antofagasta y Taltal y entre Calama y San Pedro de Atacama).

JULIO

RETIRO DE CABLES EN IQUIQUE

En alianza con el municipio de Iquique y con otras empresas que también tienen cables en los postes, contribuimos a sacar aquellos cables en desuso. Nuestra convicción es que este trabajo tiene que ser realizado coordinadamente para lograr los mejores resultados para la ciudadanía.

SERNAC DETECTA CLÁUSULAS ABUSIVAS EN CONTRATOS DE EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES

Después de revisar varios contratos y sus correspondientes anexos, este servicio le solicitó a todas las operadoras regularizar esta situación. Telefónica en Chile respondió a esta solicitud y cumplió con lo establecido por el Servicio Nacional del Consumidor.

OCTUBRE

DEVOLUCIÓN POR COBROS INDEBIDOS DE SMS

El Servicio Nacional del Consumidor exigió a las tres operadoras móviles devolver a los consumidores los cobros realizados por mensajes de textos que, sólo al abrirlos, activaban un servicio sin el consentimiento del cliente.

Como Telefónica Móviles Chile S.A. nos comprometimos a la devolución completa de los servicios en cuestión.



Más información en página 38.

SUBTEL APLICA CARGOS A MOVISTAR Y OTRO OPERADOR POR FALLA EN MENSAJERÍA DURANTE SEPTIEMBRE DE 2010

La Subsecretaría de Telecomunicaciones sancionó los cortes en el servicio que ambas empresas registraron en septiembre de 2010.

Como Telefónica Móviles Chile S.A. cumplimos con todas las exigencias ordenadas por el regulador.



Inversión Social

¿Qué es la inversión social?

En Telefónica estamos convencidos sobre el rol que tenemos en la sociedad. Basados en lo anterior, desde hace varios años en Telefónica dejamos de hablar de filantropía y donaciones porque estamos seguros de que ese camino, en el largo plazo, puede atentar, incluso, contra la propia sostenibilidad de la empresa que entrega esos recursos y, como consecuencia, de la organización beneficiada.

Para nosotros la inversión social tiene que ver con la gestión de recursos (humanos y económicos) para cumplir objetivos claramente establecidos. En base a la lógica de una inversión, esperamos obtener un retorno que, en este caso, no se contabiliza en un informe financiero, sino que en indicadores sociales concretos, pero más importante aún, en la transformación que podemos generar en la vida de miles de chilenos.

Arte y Tecnología e Inversión Social, estructura que tiene a cargo EducaRed, Proniño, Voluntarios y Jóvenes.

¿Por qué Fundación Telefónica?

Fundación Telefónica es la organización que canaliza la inversión social y cultural de la Compañía desde hace 15 años. Se trata de contribuir a mejorar la vida de las personas y favorecer el progreso social a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Nuestro lema es “conocer para transformar”.

En Fundación Telefónica contribuimos al desarrollo social mediante el acceso al conocimiento. Trabajamos en programas propios de innovación social que utilizan las nuevas tecnologías y las redes colaborativas, dirigidos especialmente a niños y a jóvenes.

Nuestros principales objetivos sociales se centran en:

- ↳ La erradicación del trabajo infantil en Chile.
- ↳ La mejora de la calidad de la educación y del conocimiento a través de las TIC.
- ↳ La divulgación del conocimiento a la sociedad.
- ↳ Gestionar el Voluntariado Corporativo de Telefónica en Chile a través de la promoción del desarrollo de acciones solidarias de los empleados en colaboración con otras instituciones.

TELEFÓNICA RESPONDE A SUS GRUPOS DE INTERÉS

¿A qué beneficios tributarios se acoge Telefónica en Chile para financiar estos programas? EC4

Telefónica en Chile no recibe ningún beneficio tributario. Los recursos económicos que destinamos a nuestros programas se financian completamente con recursos que recibimos desde nuestra casa matriz.



Proniño

Desde 1998, este programa está orientado a contribuir a la erradicación del trabajo infantil y a combatir la deserción escolar. Proniño trabaja alineado con la Hoja de Ruta para la Eliminación de las Peores Formas de Trabajo Infantil, acordada en la Conferencia Mundial contra el Trabajo Infantil de 2010. Su estrategia de trabajo consiste en la articulación de las políticas públicas, el sector privado y el tercer sector en torno a los esfuerzos por la erradicación del trabajo infantil.

Su compromiso fundamental es asegurar el retiro del trabajo infantil, a través de la protección de niñas, niños y adolescentes; confirmar su retención escolar; satisfacer las necesidades básicas; fomentar el uso alternativo del tiempo libre y transformar los patrones culturales; así como generar condiciones adecuadas en su entorno para que el retiro sea sostenible.

En Proniño tenemos la convicción de que a los niños les corresponde jugar y estudiar, pero no trabajar. En ese contexto, durante 2011 se realizaron entretenidas actividades como “Proniño surfea con los profesionales” (clínica con el destacado deportista Ramón Navarro) y el Día Mundial Contra el Trabajo Infantil, que se sumaron a las tradicionales actividades de Fiestas Patrias y Celebración de Fin de Año.

proniño

Para darle continuidad a Proniño, Jóvenes nace como una forma de mantener en el sistema educativo a los beneficiados una vez que ya terminaron su ciclo de educación media. Actualmente contamos con 12 estudiantes cursando especialidades de carreras de pregrado.

Proniño en cifras

Niñas, niños y adolescentes atendidos

2011: 10.142

2010: 7.890

2009: 5.002



Más información en página web de Telefónica Chile.



Educared

Desde hace ocho años EducaRed en Chile se propone fomentar Internet como herramienta de innovación y formación pedagógica en toda la comunidad educativa de profesores, padres y alumnos. Las actividades en las que puedes participar activamente en nuestro portal, permiten la creación de comunidades propias virtuales, usar sus contenidos, servicios y herramientas.

Durante 2011 la gestión de EducaRed se centró en tres ejes estratégicos cuyas principales actividades fueron:

Innovación aplicada:

- ⇒ 834 talleres de innovación pedagógica y 134 sobre tecnología y robótica (400 niñas, niños y adolescentes beneficiados).
- ⇒ 122 alumnos de cuarto medio de colegios Fe y Alegría como usuarios de herramientas de gestión.
- ⇒ Formación en la escuela IDOP (Instituto de Orientación Psicopedagógica) sobre armado de meanos y virtualización en software de modelamiento.

Comunidad de aprendizaje en red:

- ⇒ 75 directores de escuelas como alumnos en el diplomado "Liderazgo a través de las TIC".
- ⇒ 110 alumnos del Espacio virtual de Preparación Matemática PSU.
- ⇒ Talleres de preparación SIMCE. 220 alumnos de 8vo básico (Proniño) en proceso de evaluación *on-line* con Educared.

- ⇒ Taller "Creación de Blogs para Aulas hospitalarias", 75 personas de diferentes países de Iberoamérica.
- ⇒ Actividades de dinamización de actividades globales en el Congreso virtual.
- ⇒ 52 inscritos en el taller de diseño 3D Modulobe para Iberoamérica.

Convenios estratégicos:

- ⇒ Con el Ministerio de Educación se realizó un Diplomado para Directores de Escuelas Bicentenario y se capacitó sobre el uso de contenidos pedagógicos de Educared.
- ⇒ Con la Asociación Chilena de las Naciones Unidas (ACHNU) se mantuvo el programa de Puentes Educativos.

Otros pactos:

- ⇒ Escuelas asociadas a Fundación Fe y Alegría, comuna de Cerro Navia.
- ⇒ Departamento Desarrollo Económico, comuna de Quinta Normal.
- ⇒ Presencia Educared en asambleas organizadas por Conacep.
- ⇒ Aulas Hospitalarias y Teletón Chile (programa SICLA).



Voluntariado

A través de este programa canalizamos y promovemos la acción social de los empleados de 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.

Los principales protagonistas del programa de Voluntariado son los empleados de las diferentes empresas de Telefónica. Igualmente, en múltiples actividades en las que se realizan se convoca también a participar a familiares y amigos de los voluntarios, multiplicando así el impacto de las acciones.

En Telefónica entendemos que un Voluntario es aquel empleado de Telefónica que se inscribe al programa y que, por voluntad propia, contribuye con su tiempo o a través de donaciones a un proyecto de acción social promovido, apoyado o facilitado por alguna de las empresas de Telefónica.

¿En qué ámbitos actúa el programa?

Dentro del programa Voluntarios Telefónica se realizan actividades en diversos ámbitos de actuación:

- ↳ Inclusión y desarrollo de colectivos en riesgo de exclusión social.
- ↳ Ayuda a personas con discapacidad.
- ↳ Protección del medioambiente y biodiversidad.

Es importante destacar que todas las actividades que realizamos, siempre son en colaboración con organizaciones sociales expertas en la problemática que abordamos. Las actividades más importantes que realizaron los Voluntarios durante 2011 fueron:

- ↳ **ENERO:** Clínicas de tenis Movistar Open.
- ↳ **MAYO:** Proyecto Escuelas Amigas.
- ↳ **JUNIO:** Ayuda damnificados de la X Región.
- ↳ **JULIO:** Capacitación a los niños de la Teletón en el marco del programa "Todos los niños pueden jugar".
- ↳ **AGOSTO:** Día del niño Proniño, participación de dos voluntarios en Vacaciones Solidarias.
- ↳ **OCTUBRE:** Charla y actividad de compostaje y eficiencia energética en Escuela El Melocotón (Proniño); Día del Voluntario Telefónica, Clínica de Rugby; Participación en Amigos Teletón Santiago, Concepción y taller de teatro en Santiago.
- ↳ **NOVIEMBRE:** Capacitación huertos verticales, visita escuela Esther Hunneus (Concepción) y Pintatón con Teletón en Santiago, Iquique, Antofagasta y Arica.
- ↳ **DICIEMBRE:** Navidad en El Melocotón, el Hogar de Cristo, Mampato (Proniño), Happy Day, visita a pie en Alto Hospicio, Iquique.



Sala de Arte Fundación Telefónica

Durante 2011 la Sala de Arte celebró sus 15 años de compromiso con la difusión en forma masiva y gratuita de la cultura, a través de exposiciones de artes visuales y diversas actividades de extensión.

En su historia ha recibido más de dos millones de visitantes, en numerosas exposiciones de artistas consagrados y jóvenes emergentes, nacionales y extranjeros. La masiva asistencia de público ha consolidado este espacio como un vehículo de masificación del arte y la cultura, haciéndolo accesible, amigable y un punto de referencia a nivel nacional e internacional.

Entre las principales muestras de 2011 destaca:

Picasso: La Belleza Múltiple

Con más de 70 grabados y litografías, desarrollados entre 1904 y 1971, que mostraron distintas técnicas y etapas de la producción picassiana. Estas piezas pertenecen a los fondos de la Fundación Picasso-Museo Casa Natal, que ya visitaron Mérida (México), Tenerife, Málaga y Las Palmas en España.

World Press Photo 2011

Aproximadamente 25 mil personas visitaron la versión 2011 de World Press Photo –la mayor exhibición de fotoperiodismo a nivel mundial– que albergamos por segundo año consecutivo en nuestra Sala de Arte.

Santiago Diseño 2011

Con la participación de los más destacados diseñadores y arquitectos nacionales, y con la interacción de Brasil como país invitado; se desarrolló en la Sala de Arte y Calle Interior de nuestro Edificio Corporativo la octava versión de la exposición Santiago Diseño 2011.

Programa Educación a través del Arte

Creado en Chile en 2005 vincula los contenidos de las exposiciones de la Sala de Arte con la malla curricular desde Educación Parvularia a Educación Media, generando visitas interactivas por nivel, talleres, recursos didácticos multimedia, talleres de actualización docente, y diversas actividades para la comunidad escolar en colaboración con instituciones afines. El programa ha recibido, desde su creación, un promedio anual de 250 colegios y universidades.

La oferta a la comunidad incluye:

- ↳ Entrada liberada
 - ↳ Actividades y materiales educativos gratuitos
 - ↳ Bus gratuito dentro del Gran Santiago
 - ↳ Circuito interactivo de visitas
 - ↳ Talleres diferenciados por nivel
 - ↳ Recursos didácticos multimedia por nivel
- Los contenidos pedagógicos están disponibles en www.fundaciontelefonica.cl.

Sólo en 2011 la Sala de Arte Fundación Telefónica recibió a cien mil visitantes aproximadamente.

Creatividad juvenil en talleres de invierno

Tres concurridos talleres para niños y jóvenes se desarrollaron durante las vacaciones de invierno de los menores. En ellos, los pequeños indagaron de los usos comunicativos de la imagen fotográfica y composición digital.





5

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 y www.movistar.cl

CÓD.	PACTO GLOBAL	DESCRIPCIÓN	PÁGINAS
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS			
1.1	Declaración de apoyo continuó al Pacto Global	Declaración del Presidente o Gerente General	8, 9
1.2		Principales impactos, riesgos y oportunidades	8,9
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
2.1	Requisito no específico de una CoP. Es relevante como información de contexto.	Nombre de la organización	6
2.2		Principales marcas, productos y servicios	15
2.3		Estructura Operativa	20
2.4		Localización sede principal	10, 11
2.5		Países en los que opera	10, 11
2.6		Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	20
2.7		Mercados servidos	15
2.8		Dimensiones de la organización	10, 11
2.9		Cambios significativos en el período	@
2.10		Premios y distinciones obtenidos	13
PARÁMETROS DEL REPORTE			
PERFIL DEL REPORTE			
3.1	Requisito no específico de una CoP.	Período cubierto por la memoria	3
3.2		Fecha de la memoria más reciente	3
3.3		Ciclo de presentación de memorias	3
3.4		Punto de contacto en relación a la memoria	3
ALCANCE Y COBERTURA DEL REPORTE			
3.5	Requisito no específico de una CoP.	Definición de contenidos	3, 30
3.6		Cobertura de la memoria	3
3.7		Límites al alcance de la memoria	3
3.8		Tratamiento de información de filiales y otros	3
3.9		Técnicas de medición de datos	3
3.10		Efecto reexpresiones de memorias anteriores	3
3.11		Cambios significativos en el alcance	3
ÍNDICE DEL CONTENIDO GRI			
3.12	Requisito no específico de una CoP.	Índice de contenidos GRI	70
VERIFICACIÓN			
3.13	Requisito no específico de una CoP.	Revisión	3, 73
GOBIERNO, COMPROMISO Y PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS			
GOBIERNO			
4.1	Principios 1 - 10	Estructura de gobierno	20
4.2		Presidente del directorio en cargos directivos	20
4.3		Nº de miembros del directorio independientes	20
4.4		Mecanismos de comunicación con el directorio	20
4.5		Vínculo entre remuneraciones y desempeño	@

CÓD.	PACTO GLOBAL	DESCRIPCIÓN	PÁGINAS
4.6	Principios 1 - 10	Procedimientos para evitar conflictos de interés	@
4.7		Capacitación y experiencia de directores	@
4.8		Misión, valores y principios	7, 21
4.9		Supervisión de gestión de desempeño y riesgos	@
4.10		Evaluación de desempeño de directores	@
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS			
4.11	Principio 7	Principio de precaución	53
4.12	Principios 1 - 10	Principios o programas suscritos	portada ext.
4.13		Principales asociaciones a las que pertenece	23
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
4.14	Distribución de la CoP entre los grupos de interés de la empresa.	Relación con grupos de interés (GI)	22
4.15		Base para selección de GI	22
4.16		Enfoque utilizado para la inclusión de GI	22
4.17		Principales preocupaciones de los GI	30
CATEGORÍA ECONÓMICA			
DMA	Principios 1,4,6 7	Enfoque de gestión desempeño económico	8, 45
DESEMPEÑO ECONÓMICO			
EC1	Requisito no específico de una CoP.	Valor económico generado y distribuido	12
EC2	Principio 7	Consecuencias financieras debido al cambio climático	50
EC3	Requisito no específico de una CoP.	Cobertura de obligaciones debido a programas sociales	@
EC4		Ayudas financieras recibidas de gobiernos	63
PRESENCIA EN EL MERCADO			
EC5	Principio 1	Rango entre salario inicial estándar y salario mínimo	42
EC6	Requisito no...	Gasto en proveedores locales	49
EC7	Principio 6	Procedimientos para la contratación local	@
IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO			
EC8	Requisito no específico de una CoP.	Inversiones en infraestructura y servicios de beneficio público	63
EC9		Impactos económicos indirectos	6
CATEGORÍA MEDIO AMBIENTAL			
DMA	Principios 7,8 y 9	Enfoque de Gestión Desempeño Ambiental	50
MATERIALES			
EN1	Principio 8	Materiales utilizados	52
EN2	Principios 8 y 9	Materiales valorizados	@
ENERGÍA			
EN3	Principio 8	Consumo directo de energía	53
EN4		Consumo indirecto de energía	53
EN5	Principios 8 y 9	Ahorro de energía	52
EN6	Principios 8 y 9	Productos y servicios eficientes en consumo de energía	52
EN7		Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía	52
EN8	Principio 8	Captación total de agua por fuentes	52
EN9		Fuentes de agua afectadas por la captación	@
EN10	Principios 8 y 9	Porcentaje de agua reciclada y reutilizada	@

CÓD.	PACTO GLOBAL	DESCRIPCIÓN	PÁGINAS
BIODIVERSIDAD			
EN11	Principio 8	Descripción de terrenos y su valor de biodiversidad	@
EN12		Descripción de impactos en la biodiversidad	@
EN13		Hábitats protegidos o restaurados.	@
EN14		Gestión de impactos sobre la biodiversidad	@
EN15		Especies en áreas afectadas por las operaciones	@
EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS			
EN16	Principio 8	Emisiones gases efecto invernadero (GEI)	53
EN17		Otras emisiones indirectas de GEI	53
EN18	Principios 7,8 y 9	Iniciativas para reducir las emisiones de GEI	53
EN19	Principio 8	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono	@
EN20		Otras emisiones significativas al aire	@
EN21		Vertimiento total de aguas residuales	@
EN22		Peso de residuos gestionados	@
EN23		Derrames accidentales más significativos	@
EN24		Residuos peligrosos transportados	@
EN25		Recursos y hábitats afectados por vertidos de agua	@
PRODUCTOS Y SERVICIOS			
EN26	Principios 7,8 y 9	Mitigación de impactos ambientales de productos	53
EN27	Principios 8 y 9	Porcentaje de productos recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos	52
EN28	Principio 8	Multas y sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental	@
TRANSPORTE			
EN29	Principio 8	Impactos ambientales significativos del transporte de productos	53
GENERAL			
EN30	Principios 7,8 y 9	Gastos e inversiones ambientales	@

CATEGORÍA PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA EN EL TRABAJO

DMA	Principios 1,3 y 6	Enfoque de gestión laboral	40
EMPLEO			
LA1	Requisito no específico de una CoP.	Trabajadores por tipo de empleo, contrato y región	42
LA2	Principio 6	Empleados y rotación media por sexo y región	@
LA3	Requisito no específico de una CoP.	Beneficios sociales para los empleados	43
LA15		Retorno después del permiso de maternidad y paternidad	@
RELACIONES EMPRESA / TRABAJADORES			
LA4	Principios 1 y 3	Empleados cubiertos por un convenio colectivo	44
LA5	Principio 3	Periodo de preaviso de cambios organizativos	@
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO			
LA6	Principio 1	Trabajadores representados en comités de seguridad y salud	44
LA7		Ausentismo, días perdidos y víctimas mortales	45
LA8		Programas formación en prevención de riesgos	45
LA9		Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	45
FORMACIÓN Y EDUCACIÓN			
LA10	Requisito no específico de una CoP.	Horas de formación al año por empleado	44
LA11		Programas de fomento a la empleabilidad	44
LA12		Empleados que reciben evaluaciones de desempeño	43

CÓD.	PACTO GLOBAL	DESCRIPCIÓN	PÁGINAS
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES			
LA13	Principios 1 y 6	Composición de órganos gobierno corporativo/plantilla	42
IGUAL REMUNERACIÓN DE HOMBRES Y MUJERES			
LA14	Principios 1 y 6	Relación entre salario base de hombres y mujeres	42
CATEGORÍA DERECHOS HUMANOS			
DMA	Principios 1 y 6	Enfoque de gestión Derechos Humanos	portada ext
PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO			
HR1	Principios 1 a 6	Cláusulas de DD.HH. en acuerdos de inversión	47
HR2		Análisis de DD.HH. en contratistas	49
HR3		Formación de los empleados sobre DD.HH.	14, 19
NO DISCRIMINACIÓN			
HR4	Principios 1, 2 y 6	Incidentes de discriminación y medidas adoptadas	@
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS			
HR5	Principios 1, 2 y 3	Libertad de asociación y convenios colectivos	@
TRABAJO INFANTIL			
HR6	Principios 1,2 y 5	Explotación infantil	@
TRABAJOS FORZADOS			
HR7	Principios 1,2 y 4	Trabajos forzados	@
PRÁCTICAS DE SEGURIDAD			
HR8	Principios 1 y 2	Personal de seguridad formado en DD.HH.	@
DERECHOS INDÍGENAS			
HR9	Principios 1 y 2	Derechos indígenas	@
EVALUACIÓN			
HR10	Requisito no...	Operaciones con análisis en DD.HH.	@
REMEDIACIÓN			
HR11	Requisito no...	Quejas relacionadas con DD.HH.	21

CATEGORÍA SOCIEDAD

DMA	Principio 10	Enfoque de gestión de desempeño de sociedad	54
COMUNIDAD LOCAL			
SO1	Requisito no específico de una CoP.	Impacto de las operaciones en las comunidades	63
SO9		Operaciones con impactos negativos significativos en comunidades locales	53
SO10		Mitigación de impactos negativos en comunidades locales	53
CORRUPCIÓN			
SO2	Principio 10	Riesgos de corrupción en unidades del negocio	21
SO3		Porcentaje de empleados formados en anticorrupción	14
SO4		Medidas adoptadas ante incidentes de corrupción	14
POLÍTICA PÚBLICA			
SO5	Principio 10	Posición en políticas públicas	60
SO6		Aportaciones financieras a partidos políticos	@
COMPETENCIA DESLEAL			
SO7	Requisito no específico de una CoP.	Causas por prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	21
CUMPLIMIENTO NORMATIVO			
SO8	Requisito no específico de una CoP.	Sanciones y multas por incumplimiento de leyes	21

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

CÓD.	PACTO GLOBAL	DESCRIPCIÓN	PÁGINAS
CATEGORÍA RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO			
DMA	Principios 1 y 8	Enfoque de gestión responsabilidad del producto	@
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE			
PR1	Principio 1	Impactos en salud y seguridad del cliente	53
PR2		Incidentes por incumplimiento en relación a salud y la seguridad del cliente	@
ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS			
PR3	Principio 8	Etiquetado de los productos y servicios	38
PR4		Incumplimientos en relación al etiquetado de los productos y servicios	@
PR5	Requisito no	Prácticas de satisfacción del cliente	37
COMUNICACIONES DE MARKETING			
PR6	Requisito no específico de una CoP.	Cumplimiento o adhesión a leyes, estándares y códigos de marketing	@
PR7		Incidentes de incumplimiento de las regulaciones relativas a marketing	@
PRIVACIDAD DEL CLIENTE			
PR8	Principio 1	Reclamaciones relativas a protección de datos de los clientes	@
CUMPLIMIENTO NORMATIVO			
PR9	Requisito no específico de una CoP.	Multas significativas a la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización	21


SUPLEMENTO DE TELECOMUNICACIONES

OPERACIONES INTERNAS			
IO01	Requisito no específico de una CoP.	Inversión en infraestructura de redes de telecomunic.	53
IO02		Costos de proveer servicio universal	@
IO03		Prácticas de salud y seguridad de personal de instalación	45
IO04		Cumplimiento exposición a emisiones de radiofrecuencias de teléfonos	53
IO05		Cumplimiento exposición a emisiones de radiofrecuencias de estaciones	53
IO06		Prácticas respecto de tasa específica de absorción de teléfonos	@
IO07		Prácticas en ubicación de antenas	53
IO08		Número y porcentaje de emplazamientos que comparten y aprovechan estructura	53
ACCESO A SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES			
PA01	Requisito no específico de una CoP.	Acceso a lugares remotos y de escasa densidad	@
PA02		Superación de barreras para el acceso y uso de telecomunicaciones	@
PA03		Disponibilidad y confiabilidad de los servicios	37
PA04		Disponibilidad y cobertura de productos y servicios	15
PA05		Productos y servicios utilizados por sectores de bajos ingresos	56, 60
PA06		Programas para mantener servicio en situaciones de emergencias y desastres	62
PA07		Manejo de derechos humanos en el acceso y uso de servicios	portada ext.
PA08		Comunicación pública de asuntos EMF	53

CÓD.	PACTO GLOBAL	DESCRIPCIÓN	PÁGINAS
PA09	Requisito no específico de una CoP.	Programas en investigación de campos magnéticos	53
PA10		Iniciativas para asegurar la claridad y cambios de tarifas	38
PA11		Información a clientes para uso responsable de productos	38
APLICACIÓN DE TECNOLOGÍAS			
TA01	Requisito no específico de una CoP.	Eficiencia de los recursos usados en los productos y servicios	50
TA02		Productos y aplicaciones que pueden reemplazar objetos físicos	50
TA03		Potencial de ahorro y escala de productos anteriores	53
TA04		Estimación del efecto rebote de los productos anteriores	@
TA05		Prácticas de resguardo de la propiedad intelectual	@

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

Revisión independiente ^{3.13}



Ernst & Young, S.L.
 Torre Picasso
 Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
 28020 Madrid
 Tel.: 902 365 456
 Fax: 915 727 300
 www.ey.com/es

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME ANUAL 2011 DE SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA TELEFÓNICA EN CHILE

A la Dirección de Asuntos Corporativos de Telefónica en Chile por encargo de la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa de Telefónica, S.A.

Ambito del trabajo

Hemos llevado a cabo la revisión del contenido del Informe Anual 2011 de Sostenibilidad Corporativa Telefónica en Chile (en adelante, el Informe) que ha sido elaborado de acuerdo a lo señalado en:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.1.
- Los principios recogidos en la Norma AA1000 APS 2008 emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical AccountAbility).

El perímetro considerado por Telefónica en Chile para la elaboración del Informe está definido en el apartado "Acerca de este Informe" del Informe adjunto.

La preparación del Informe Anual 2011 de Sostenibilidad Corporativa Telefónica en Chile adjunto, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Dirección de Asuntos Corporativos de Telefónica en Chile. 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 Gerencia de Responsabilidad Corporativa de Telefónica en Chile, así como a la Dirección de diversas unidades de negocio que han participado en la elaboración del Informe Anual 2011 de Sostenibilidad Corporativa Telefónica en Chile, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

- Entrevistas con los responsables del área corporativa de Sostenibilidad y Reputación de Telefónica, la Gerencia de Responsabilidad Corporativa Telefónica en Chile y una selección de directivos y personal clave de las direcciones involucradas en su preparación.
- Revisión de los principales procesos y sistemas a través de los cuales Telefónica en Chile establece sus compromisos con sus grupos de interés, así como la relevancia e integridad de la información incluida en el Informe.
- Revisión de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe a lo señalado en la Guía de GRI versión 3.1.
- 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.

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

Estos procedimientos han sido aplicados sobre la información contenida en el Informe Anual 2011 de Sostenibilidad Corporativa Telefónica en Chile, a excepción de la información relativa a los indicadores de consumo de energía y emisiones que no ha sido objeto de revisión y sobre los cuales no emitimos conclusión.

Independencia

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

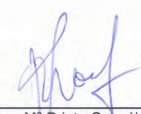
Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión del Informe Anual 2011 de Sostenibilidad Corporativa Telefónica en Chile, y con el alcance indicado en el apartado de "Procedimientos realizados" anterior, concluimos que:


- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe no haya sido preparado según la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI), tal y como se indica en el mismo.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el resto de la información e indicadores incluidos en el Informe adjunto contenga errores significativos o que el Informe no haya sido preparado de acuerdo con los principios recogidos en la Norma AA1000 APS (2008) emitida por AccountAbility.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la Dirección de Asuntos Corporativos de Telefónica en Chile, de acuerdo con los términos de nuestra carta de encargo.

ERNST & YOUNG, S.L.



Ana Mª Prieto Gohzález
 Socia
 Madrid, 4 de julio de 2012



AA1000
 Licensed Assurance Provider
 000-59

1

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



Telefónica en Chile Informe de Sostenibilidad Corporativa 2011

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

Gestión Social

Diseño y Producción

Loreto Cammas Diseño

Fotografía Portada

Benito Morales

Impresión

Quad/Graphics

Fecha de edición

Julio 2012

Para cualquier comentario sobre este Informe, por favor, dirigirse a:

maximiliano.echeverria@telefonica.com

paulina.contreras@telefonica.com



Certificado PEFC

Este papel proviene
de bosques manejados
de forma sustentable
y fuentes controladas.

PEFC™
PEFC/24-31-800

www.pefc.org

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