

Resumen ejecutivo

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa

2007

Grupo Telefónica en el Perú



«Queremos mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde operamos, proporcionándoles servicios innovadores basados en las tecnologías de la información y la comunicación»

Espíritu de Progreso

Telefónica

Informes de Responsabilidad Corporativa del Grupo Telefónica



2004

✓ GRI



2005

✓ GRI

✓ AA



2006

✓ GRI

✓ AA1000

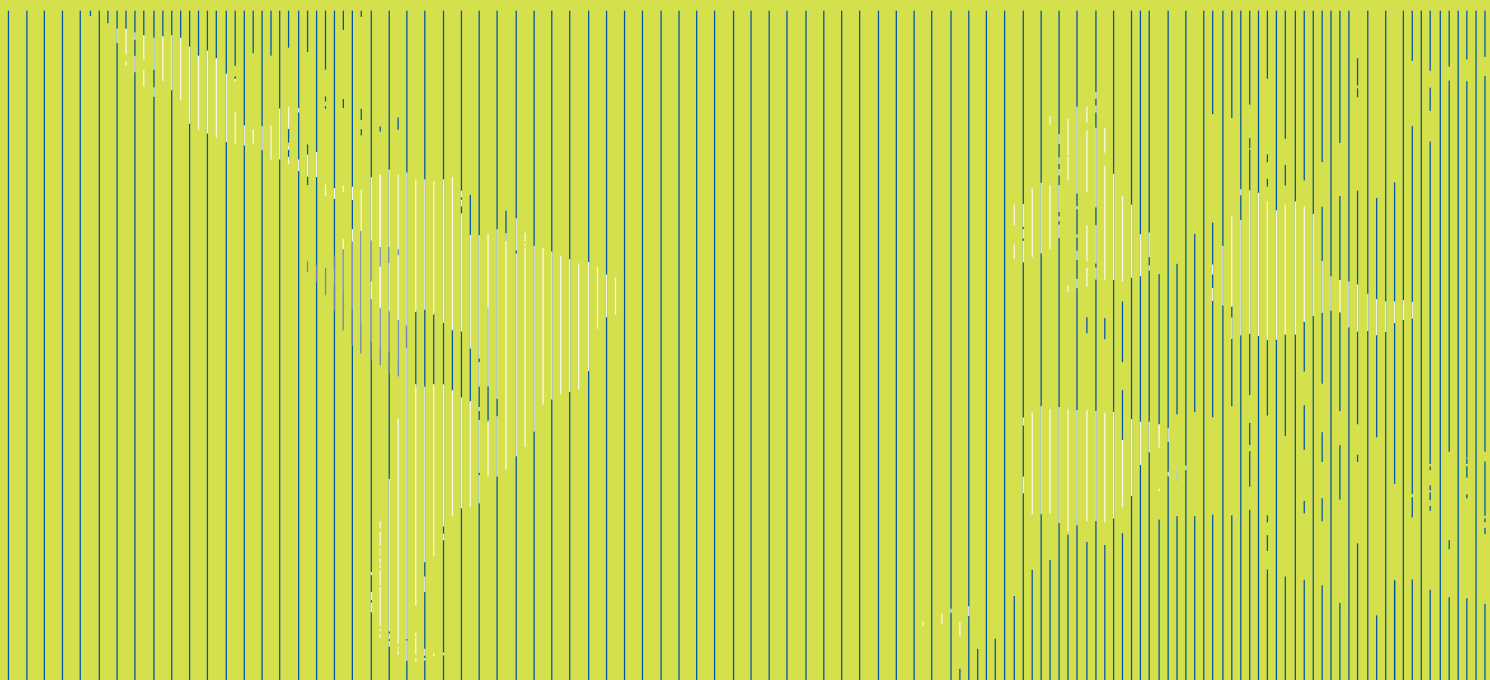


2007

✓ GRI

✓ AA1000

Nuestros informes de Responsabilidad Corporativa presentan y cuantifican el impacto social, económico y medioambiental de nuestra actividad en los países en los que operamos, describiendo las iniciativas y los retos que contribuyen al progreso de estas comunidades.



Alemania (desde 2006)

✓ AA1000



Chile (desde 2003)

✓ GRI
✓ AA1000



Irlanda (desde 2006)

✓ AA1000



Venezuela (desde 2006)

✓ GRI



Argentina (desde 2003)

✓ GRI
✓ AA1000



Colombia (desde 2006)

✓ GRI
✓ AA1000



México (desde 2006)

✓ GRI
✓ AA1000



Brasil (desde 2003)

✓ GRI
✓ AA1000



Ecuador (desde 2006)

✓ GRI



Reino Unido (desde 2006)

✓ AA1000



Centroamérica (desde 2006)

✓ GRI



España (desde 1999)

✓ GRI
✓ AA1000



República Checa (desde 2006)

✓ Data

() : Primer informe publicado

✓ : Verificación 2007

Índice

Carta del Presidente de Telefónica S.A.	4
Carta del Director General de Telefónica Latinoamérica y del Presidente del Grupo Telefónica en el Perú	6
Principales magnitudes	8
Hitos 2007	10

Progreso responsable

Principios de Actuación	14
Motor de desarrollo económico	16
Ahora	19
Intégrame	20
Motor de desarrollo tecnológico	22
Uso responsable de las TIC	24

Empresa responsable

Clientes	28
Empleados	32
Medio ambiente	36
Proveedores	38

Acción social

Atención a emergencias	42
Fundación Telefónica	44
Proniño	45
EducaRed	47
Voluntarios Telefónica	48
Centro Fundación Telefónica	49

Retos 2008	50
Verificación independiente	52

Este Informe presenta y cuantifica nuestros impactos sociales, económicos y medioambientales correspondientes al ejercicio 2007, y establece nuestros retos de mejora para el año 2008. Al mismo tiempo, describe nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa y la forma de ejecutarla. El ejemplar que tiene en sus manos es la versión resumida de nuestro informe de RC 2007. Hay disponible una versión completa on line, que incluye toda la información demandada por los distintos grupos de interés y la carta de verificación del informe, presentada de una forma accesible e interactiva.



Para más información:
www.telefonica.com.pe/rc2007

Querid@ amig@

Telefónica ha cerrado el ejercicio 2007 con unos resultados espectaculares. Hemos conseguido ganar la confianza de nuestros clientes con más de 228 millones de accesos y gestionar nuestros recursos de forma muy eficiente. Como resultado, nuestro beneficio ha crecido un 43%. Esto se ha visto reflejado en el 42% de remuneración que han recibido nuestros accionistas.

En el ejercicio 2007 también ha sido muy importante el esfuerzo de Telefónica por ser una compañía más responsable respecto de sus grupos de interés.

En primer lugar, la Responsabilidad Corporativa (RC) forma parte de los planes estratégicos de nuestras operaciones en España, Europa y América Latina a través de la aplicación de nuestra visión «espíritu de progreso». Nuestros profesionales se han esforzado por impulsar iniciativas para mejorar la vida de las personas o el desarrollo de la sociedad a través de nuestra tecnología.

Para los próximos años nos hemos marcado objetivos ambiciosos de mejora en la satisfacción del cliente y del clima laboral en Telefónica.

En segundo lugar, hemos impulsado la aplicación de los Principios de Actuación en todas las actividades de la compañía. No solo han recibido formación sobre nuestro código ético más de 36 mil profesionales, sino que además se han desarrollado importantes iniciativas y definido políticas para asegurar un comportamiento

responsable en materia de publicidad, protección del menor, respeto a la protección de datos, gestión ambiental, accesibilidad de las personas con discapacidad, cumplimiento de estándares éticos por parte de la cadena de suministro y control de spam. Además, el objetivo es formar al 80% de nuestros profesionales en los próximos doce meses.

La tercera línea de actuación en RC que desarrollamos durante 2007 ha estado centrada en incentivar que nuestros clientes hagan un uso adecuado de las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías. Queremos informarles acerca de cómo fomentar un uso seguro por parte de los menores, cómo reciclar los terminales, cómo proteger su computadora de virus, etc. En este sentido, hemos comenzado a difundir mensajes alusivos en nuestras facturas, página web, folletos, tiendas, etc., que serán distribuidos de forma más masiva a lo largo de 2008.

Telefónica también contribuyó a reducir la brecha digital con inversiones en infraestructuras, formación en las TIC, servicios para rentas bajas y personas con discapacidad, y educación en el uso de la tecnología a través de programas como EducaRed de Fundación Telefónica.

Adicionalmente, aspectos como la alfabetización digital, la salud, la administración electrónica o los medios de comunicación fueron tratados en distintas publicaciones y eventos promovidos por Telefónica, como el II Encuentro Iberoamericano de TIC y Objetivos del Milenio. Y por último, hemos llevado a América Latina el mayor evento mundial de Internet, la Campus Party.



En quinto y último lugar, Telefónica ha mantenido su compromiso con la educación y con las necesidades sociales a través de su inversión en acción social, que en 2007 se acercó a los 90 millones de euros, de acuerdo con los criterios del London Benchmarking Group (LBG). No quiero dejar de destacar el programa Proniño de la Fundación Telefónica, que ha duplicado los niños beneficiados, alcanzando los 52 mil. En 2008, queremos que más de 100 mil niños puedan ser escolarizados y sacados del flagelo que significa el trabajo infantil.

También quisiera dejar constancia del compromiso firme que Telefónica tiene con el Global Compact de las Naciones Unidas, así como con el cumplimiento de sus principios.

Quisiera, para terminar, reafirmar nuestro compromiso de mejora continua en este informe de RC, que publicamos a escala local en los países donde operamos; y dar mi más sincero agradecimiento a los grupos de interés que, con sus opiniones y sugerencias, nos han ayudado a avanzar en la consecución de nuestra visión.

César Alierta

Presidente Ejecutivo, Telefónica, S.A.



Querid@ amig@

El año 2007 ha sido de grandes retos para Telefónica, los que fueron motivados por su fuerte compromiso con el Perú. Uno de ellos ha sido consolidar su liderazgo como el mayor proveedor de infraestructuras y servicios públicos del país, a lo que también se añade su sostenida promoción de buenas prácticas de responsabilidad corporativa.

El fuerte crecimiento de la economía peruana experimentado en los últimos años se está manifestando en la mejora de la capacidad adquisitiva de la población. Esto, a su vez, se refleja en una mayor demanda de conectividad por parte de los más pobres, y en más y mejores servicios para quienes ya disponen del acceso a las comunicaciones. Es por ello que en 2007 hemos invertido 1,161 millones de nuevos soles en ampliar y mejorar nuestras redes, lo que se ha traducido en lograr 13.4 millones de accesos a servicios en telefonía fija y móvil, televisión por suscripción e Internet, es decir, un 54% más que el año anterior.

Este fuerte crecimiento con cifras fuera de lo común para cualquier operador de telecomunicaciones a nivel mundial solo es posible si se logra atender a clientes que antes no contaban con servicios, fundamentalmente en las provincias del país; hoy esta posibilidad es viable debido al despliegue de nueva infraestructura, tarifas más asequibles y gracias, también, a la mejora de los ingresos en esos hogares.

Hoy las telecomunicaciones, por su importante crecimiento, se han convertido en uno de los referentes de la mejora de las condiciones de vida en el Perú. Esa es una evidencia de la cual nos sentimos particularmente orgullosos.

De hecho, la inclusión digital es la mejor manera con la que podemos evidenciar nuestro compromiso con la responsabilidad social. Ofrecemos soluciones de voz, datos y contenidos a las localidades

urbanas y rurales a las que el acceso a nuevas tecnologías les resultaba muy distante. Para ellos también hemos buscado fórmulas de alianzas público-privadas como el proyecto Intégrame, para que el servicio universal no se limite a los proyectos del Estado, sino que se cuente con soluciones empresariales ágiles que permitan a estas localidades conectarse al mundo.

También hemos fortalecido nuestro modelo de gestión con mejores prácticas en la dimensión de la ética empresarial para que nuestros grupos de interés adquieran mayor confianza en nuestra forma de hacer las cosas. Por ello, hemos implantando los Principios de Actuación, que son pautas de comportamiento que todos nuestros colaboradores deben de seguir en sus distintas tareas, para lo cual están siendo capacitados de acuerdo con situaciones prácticas y cotidianas, donde los fundamentos éticos de Telefónica deben de primar.

Asimismo, sobre la base de una iniciativa de Telefónica Latinoamérica, estamos desarrollando el programa Ahora que se concentra, precisamente por las circunstancias del crecimiento económico en la región, en no postergar nuestros mejores esfuerzos destinados a atender las expectativas de los clientes, colaboradores, accionistas y sociedad, potenciando nuestras habilidades para continuar en la senda de un crecimiento sostenible.

De otro lado, a pesar del fuerte crecimiento en nuestra base de clientes, hemos podido satisfacer gran parte de sus expectativas, sobre todo en sus requerimientos por nuevos servicios y planes tarifarios. No estamos satisfechos aún con las respuestas de los clientes cuando han planteado sus reclamos, pero estos se han solucionado cada vez más en el primer contacto.

En la telefonía móvil, a pesar de las inversiones realizadas en infraestructura, hemos tenido algunos problemas propios del explosivo crecimiento y la migración tecnológica de nuestras redes.



José María Álvarez Pallette.

Nuestros clientes nos lo han hecho saber a través de la reducción en el indicador de satisfacción. Este mensaje lo hemos recibido y por ello estamos comprometidos a seguir mejorando el servicio con la ampliación de nuestras plataformas de atención para tener un mayor reconocimiento por parte de nuestros clientes y así mejorar ese indicador. Igualmente trabajamos para que haya una percepción adecuada de nuestro rol como operadores de un servicio esencial en caso de emergencias, como los sismos.

Somos uno de los grupos empresariales que genera mayor empleo en el país, si sumamos nuestra contribución directa e indirecta. Buscamos que nuestros colaboradores tengan las mejores condiciones para trabajar y un desarrollo profesional que les permita siempre tener mejor vida personal y familiar. Por ello, la capacitación, su salud y seguridad merecen nuestra especial atención, y un especial respeto al desarrollo de los derechos humanos y sus libertades de asociación. Buscamos ser el mejor lugar para trabajar y dos de nuestras empresas ya han logrado entrar en ese reconocimiento.

Finalmente, nuestro foco en la acción social está dirigido con especial énfasis en la niñez y su derecho a contar con una educación de calidad. Por ello, la Fundación Telefónica centra sus principales actividades en el desarrollo de contenidos educativos con el uso de tecnologías para padres, niños y educadores. También lidera nuestro programa emblemático Proniño, el cual está destinado a la erradicación del trabajo infantil. Este programa tiene proyectado atender directamente a más de 17 mil niños en situación de riesgo en 2008 y promueve campañas e iniciativas nacionales para la erradicación de este flagelo. La priorización de nuestra acción social en este problema nos compromete a incrementar nuestra participación y a elevar el número de niños beneficiarios en los próximos años, por lo que el Grupo Telefónica ha seleccionado al Perú como el país donde se concentrarán los mayores esfuerzos a nivel regional.



Javier Manzanares Gutiérrez.

El Grupo Telefónica en el Perú asume un rol activo en el cumplimiento del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Por ello, en 2007 hemos suscrito los compromisos ante la representación peruana del Pacto, complementando la adhesión que la corporación tenía desde el año 2002.

Ratificamos el compromiso con el Perú, deseamos ser el motor del progreso, contribuir al desarrollo de las personas y comunidades en las cuales actuamos, potenciando valores éticos y de transparencia. Todo ello, a través de un servicio de excelencia que sirva para acortar la brecha digital y para proveer el acceso del mayor número de personas posible a las tecnologías. Para esto trabajamos día a día.

José María Álvarez Pallette

Director General

Telefónica Latinoamérica

Javier Manzanares Gutiérrez

Presidente

Grupo Telefónica en el Perú



Principales magnitudes del Grupo Telefónica a 2007

VOLUMEN DE INVERSIONES

En millones de nuevos soles al 31 de diciembre de cada año	2005	2006	2007
Red de telefonía local	165	217	206
Televisión por suscripción	32	48	50
Servicio de telefonía de uso público	28	51	55
Internet	118	109	126
Red de telefonía móvil	196	345	622
Otros	142	119	102
Total	681	889	1,161

INGRESOS OPERATIVOS OBTENIDOS ⁽¹⁾

En millones de nuevos soles al 31 de diciembre de cada año	2005 (1)	2006	2007
Telefónica del Perú S.A.A. y filiales	4,193	4,499	4,422
Telefónica Móviles S.A.	1,500	1,837	2,581
Total	5,693	6,336	7,003

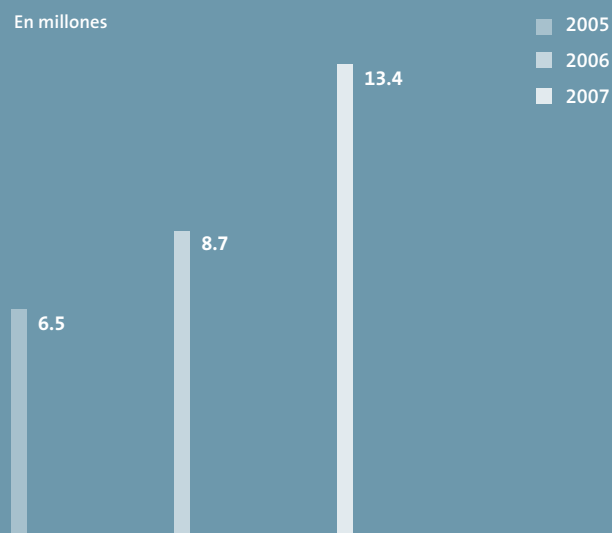
(1) Los ingresos operativos de la empresa de 2005 han sido reclasificados.

PRINCIPALES INDICADORES DE COMPRAS DEL GRUPO TELEFÓNICA

En millones de nuevos soles	2006	2007
Volumen de compras adjudicado	2,916	3,571
Compras adjudicadas a proveedores locales	80%	80.4%
Número de proveedores adjudicados	2,190	2,143
Proveedores locales adjudicados	89%	89.8%

TOTAL DE ACCESOS DEL GRUPO TELEFÓNICA ⁽¹⁾

En millones



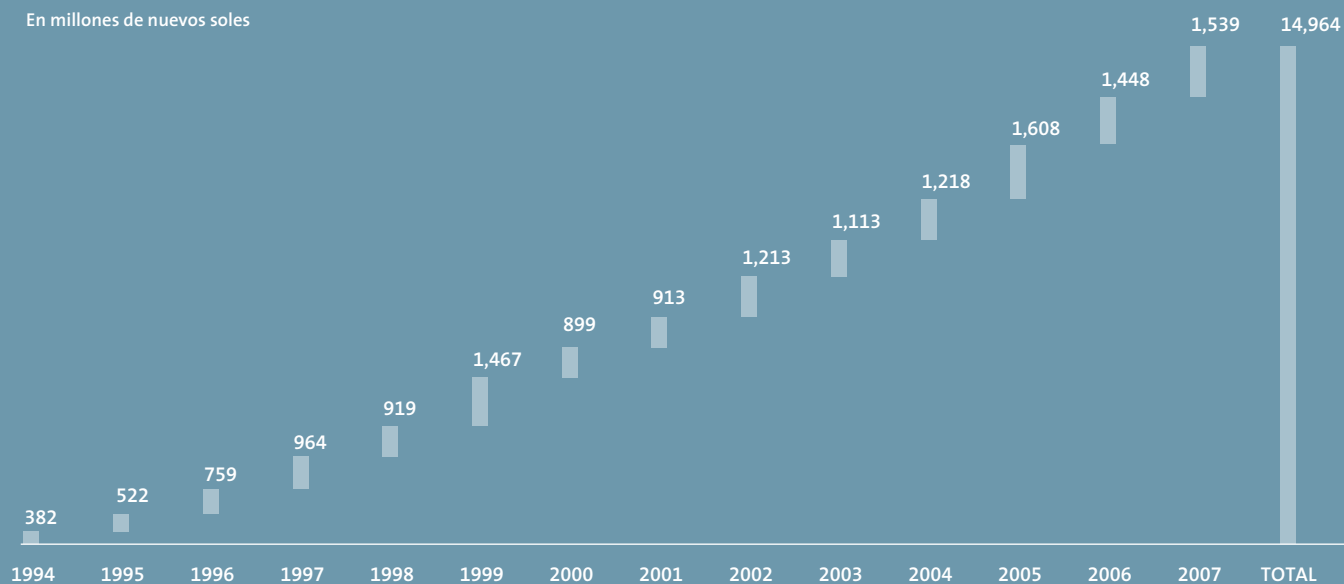
TRABAJADORES DEL GRUPO TELEFÓNICA EN EL PERÚ



(1) De acuerdo a información reportada a OSIPTEL en cumplimiento de la normativa de condiciones de uso. El informe corporativo de Telefónica S.A. registra los accesos con criterios distintos para homogenizar a los distintos países.

TRIBUTOS RECAUDADOS POR LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DEL GRUPO TELEFÓNICA EN PERÚ (1994-2007)

En millones de nuevos soles



Hitos 2007



En 2006 nos marcamos una serie de objetivos ambiciosos para el año 2007



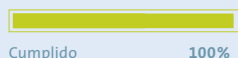
Para más información:
www.telefonica.com.pe/rc2007/hitos

Presentamos los resultados de nuestra gestión en responsabilidad corporativa durante 2007

Como muestra de nuestro compromiso con la transparencia, explicamos los avances en los diferentes apartados. En algunos de ellos hemos progresado significativamente, mientras que en otros todavía debemos seguir trabajando.

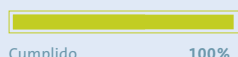
RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

Ampliar el diálogo con los grupos de interés iniciado en 2006.



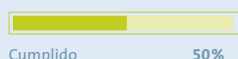
Durante 2007 se realizó un segundo panel de diálogo multistakeholder en el que se intercambiaron opiniones sobre nuestro Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2006, y sobre su actuación responsable. Tuvo como principal objetivo recabar sugerencias y comentarios que permitieran mejorar la calidad del informe que hoy presentamos.

Elaborar y publicar el tercer informe de responsabilidad corporativa del Grupo Telefónica en el Perú.



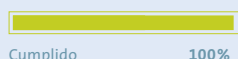
Se elaboró el tercer informe de Responsabilidad Corporativa, correspondiente a la gestión desarrollada por el Grupo Telefónica en el Perú en 2006, y se publicaron sus contenidos tanto en la Intranet de la compañía, como en Internet.

Implantar los Principios de Actuación en el Grupo Telefónica en el Perú.



El 50% de nuestros empleados participó en este proceso de formación durante 2007 y en el primer trimestre de 2008.

Establecer la Oficina de los Principios de Actuación en el Perú, en coordinación con la oficina corporativa.



Se ha creado dicha oficina que busca divulgar, impulsar y velar por el cumplimiento de esta guía. En el Perú, funciona bajo la supervisión de una comisión integrada por representantes de Recursos Humanos, Secretaría General, Auditoría Interna y Responsabilidad Corporativa.

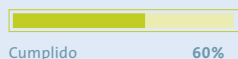
Realizar un segundo diagnóstico de responsabilidad corporativa en nuestras empresas para comprobar el avance respecto de 2006.



Los gestores de Telefónica del Perú y Telefónica Móviles completaron el diagnóstico de responsabilidad corporativa de Telefónica, herramienta que proporcionó importante información utilizada en el proceso de realización y verificación del informe.

CLIENTES

Implantar el proyecto Experiencia Cliente.



Proyecto que consolida un nuevo sistema comercial integrado con el objetivo de simplificar el proceso de atención al cliente y de satisfacer adecuadamente sus necesidades en su relación con Telefónica.

Desarrollar la central telefónica de atención de llamadas en quechua y aymara de Telefónica Móviles.



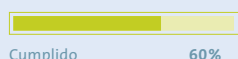
Como parte del compromiso de estar cada vez más cerca de nuestros clientes, movistar ha lanzado recientemente un nuevo servicio de atención vía telefónica en quechua y aymara. Esta iniciativa la convierte en la primera compañía de telefonía móvil en el Perú que implementa un servicio de atención telefónica en lenguas de origen.

Hitos 2007



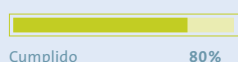
EMPLEADOS

Mejora en la satisfacción del empleado.



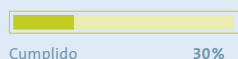
Hacia fines de 2007 logramos sostener y recuperar los índices de clima laboral, dándole continuidad a las iniciativas y reforzándolas.

Profundización de los programas de comunicación y satisfacción del empleado.



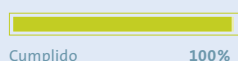
Se han mantenido una serie de acciones e iniciativas, y se han implementado algunas más dentro del programa Promesa Empleado, enfocadas en mejorar el liderazgo de los jefes, así como la comunicación y en tener sistemas transparentes de desarrollo.

Lograr que nuestras empresas se incorporen al ranking del Great Place to Work Perú 2007.



Nuestras empresas Telefónica Servicios Comerciales y Atento Perú, que tienen contacto con nuestros clientes, han tenido mención en el Great Place to Work Perú 2007 por ser empresas que, con más de 700 trabajadores, tienen una satisfacción laboral mayor al 66.6%. Cabe destacar que Telefónica Centros de Cobros se ubicó en el puesto 14 del ranking de las 25 mejores empresas para trabajar en el país.

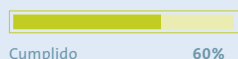
Aprobar el reglamento interno de seguridad y salud en el trabajo para Telefónica del Perú y Telefónica Móviles, y crear los comités de seguridad y salud en el trabajo.



Se aprobó dicho reglamento y, complementariamente, se capacitó a nuestros trabajadores sobre sus principales lineamientos a través de diversas charlas.

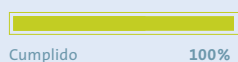
SOCIEDAD

Definición de productos y programas orientados a fomentar la inclusión digital.



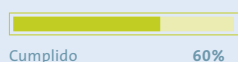
Tenemos un agresivo programa de expansión de telefonía fija inalámbrica para los segmentos de bajos ingresos a nivel nacional, lo cual representará un incremento equivalente a un tercio de la planta existente. Adicionalmente y en concordancia con iniciativas como el programa Intégrame, Telefónica, inicialmente en razón de su contrato de concesión y posteriormente debido a su vocación por la inclusión social y digital, le ha dado conectividad a 2,178 poblaciones rurales con 4,731 teléfonos públicos. Estas localidades han transformado su forma de vida al haber recibido un importante impulso económico gracias a las telecomunicaciones.

Duplicar el número de beneficiarios del programa Proniño.



A diciembre de 2007, el programa Proniño cumplió con el objetivo de beneficiar directamente a 8,850 niños pertenecientes a 62 unidades educativas asentadas en nueve zonas urbano marginales del Perú.

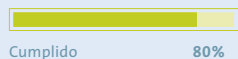
Impulso del servicio de facturación de telefonía fija en Braille.



Este servicio es ofrecido en Lima y en los principales departamentos del Perú, en el marco del programa Telefónica Accesible, para beneficio de las personas con discapacidad.

MEDIO AMBIENTE

Lanzamiento e implantación del programa Reciclame en Telefónica Móviles.



Como parte de este programa, movistar se encarga de recolectar equipos, baterías y accesorios celulares en desuso para su adecuada disposición final.

PROVEEDORES

Incorporar en los contratos cláusulas generales que reafirmen el cumplimiento de nuestra legislación laboral.



Las nuevas cláusulas se refieren principalmente a la erradicación del trabajo infantil y a la protección del medio ambiente.

Desarrollar un programa piloto de capacitación en RC con proveedores Pymes.



Los asesores de Perú 2021 estuvieron a cargo de la capacitación, la cual se llevó a cabo a partir de una metodología práctica orientada a la identificación y desarrollo de buenas prácticas empresariales.

Nuestros Principios de Actuación inspiran y definen la manera en que desarrollamos nuestra actividad. Sobre la base de estos construimos nuestra reputación, nos hacemos merecedores de la **confianza** de nuestros grupos de interés y maximizamos el valor a largo plazo para nuestros accionistas y para la sociedad en general.

Sonia Morales, cantante vernacular y uno de los referentes de la Telefónica inclusiva.



Progreso responsable

Principios de Actuación	14
Motor de desarrollo económico	16
Ahora	19
Intégrame	20
Motor de desarrollo tecnológico	22
Uso responsable de las TIC	24



Fortalecimiento del compromiso

Nuestros Principios de Actuación son la guía que nos orienta en el desenvolvimiento de todas y cada una de las actividades que desarrollamos en Telefónica.

Los Principios de Actuación nos ayudan a realizar mejor nuestro trabajo diario y aclaran las dudas que podemos tener cuando afrontamos una situación difícil. Es sobre ellos que construimos nuestra reputación y la confianza de nuestros grupos de interés, así como la propuesta de desarrollo (tecnológico, económico y social) con la que pueden contar los accionistas y la comunidad en general.

Los Principios de Actuación que rigen nuestro accionar son el resultado de la unificación de los códigos de ética de las empresas del Grupo Telefónica, que están asociados a la honestidad y confianza, así como al respeto por la ley, la integridad y los derechos humanos. Esta guía se aplica en el Perú y en los 22 países donde estamos presentes.

El cumplimiento de estos principios es transversal a toda la organización y, para lograr el compromiso de nuestros colaboradores, recurrimos a la capacitación, cuya metodología se basa en plantear casos prácticos y reales. El 50% de los empleados participó en este proceso de formación durante 2007 y en el primer trimestre de 2008, con resultados que se traducen, entre otros hechos, en la mejora del clima laboral e incremento en los índices de satisfacción del cliente.



¿Por qué su importancia?

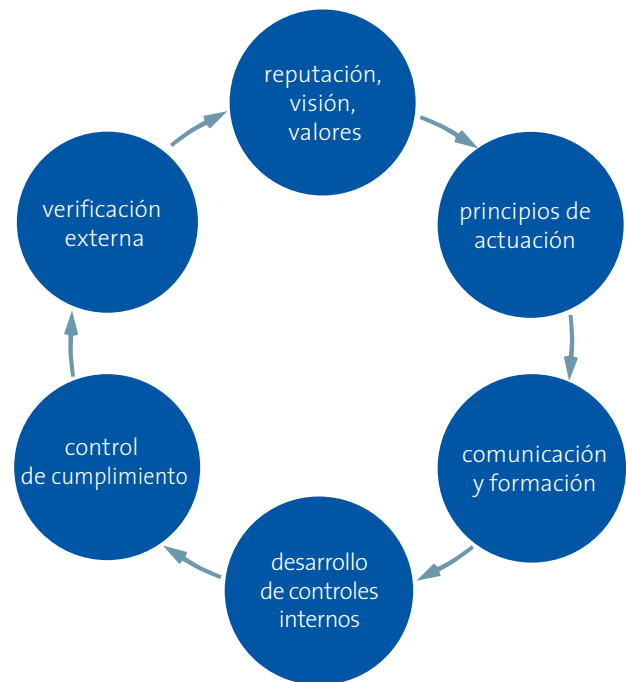
En el ámbito interno:

- Fortalecemos el sentimiento de pertenencia a una gran organización, lo que contribuye a generar una cultura común entre nosotros.
- Nos ayudan a construir, entre todos nosotros, un mejor lugar para trabajar.

En el ámbito externo:

- Ofrecen respuesta a la preocupación de las autoridades y de la sociedad en general sobre nuestra ética empresarial.
- Sitúan a Telefónica como una de las empresas con las mejores prácticas existentes en materia de ética y de principios.

UN MODELO DE GESTIÓN COMÚN



Oficina que vela por la aplicación de nuestros principios

La oficina de Principios de Actuación busca divulgar, impulsar y velar por el cumplimiento de esta guía. En el Perú funciona bajo la supervisión de una comisión integrada por representantes de Recursos Humanos, Secretaría General, Auditoría Interna y Responsabilidad Corporativa.

Simultáneamente a las capacitaciones utilizamos diversos medios de información como la revista *Televip* (desde 2008 reemplazada por *Somos Telefónica*), así como la cartelera y la *Intranet En Línea*. En esta última existe un banner permanente de enlace a un link con los Principios de Actuación. Asimismo, también hemos creado en la *Intranet* corporativa el Buzón de Principios para ser usado por los directivos y colaboradores. En este formulamos preguntas, buscamos consejos y hacemos llegar nuestras quejas, inquietudes e interrogantes. El Buzón es retroalimentado permanentemente.

Con resultados al 100%

Telefónica Centros de Cobro (TCC) es la primera empresa del Grupo Telefónica en el Perú que logró, en el primer trimestre de 2008, que todos sus colaboradores completen el curso de Principios de Actuación a través de e-learning. Actualmente las otras líneas de negocio están inmersas en este proceso.

Después de haber realizado la capacitación, los colaboradores de TCC mostraron un nivel de satisfacción de 92.98%, actitud que ha contribuido a que obtengan el reconocimiento del Great Place to Work 2007.

Motor de
desarrollo
económico

Para 2008 nos comprometemos a ofrecer más de 500 mil líneas de teléfonos fijos inalámbricos, principalmente en provincias.



Para más información:
www.telefonica.com.pe/rc2007/motordesarrolloeconomico

Contribuimos al progreso económico del país

Nuestros niveles de inversión, los diversos servicios que ofrecemos y el elevado número de clientes y colaboradores que tenemos generan un impacto positivo que se refleja en una contribución del 2% al Producto Bruto Interno (PBI) de la economía peruana.

Nuestra contribución del 2% al PBI es resultado de un trabajo intenso a lo largo del tiempo, gracias a una visión clara que se resume en «trabajar para mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde operamos». Todo ello nos ha llevado a ubicarnos como la más grande organización dedicada al desarrollo de servicios e infraestructura de las telecomunicaciones en el país.

Sin precedentes

El año 2007 marcó un hito significativo en nuestras operaciones, especialmente por los logros obtenidos en la telefonía móvil. A pesar de la agresividad de la competencia, en algunos departamentos del Perú alcanzamos el 92% de participación en el mercado, situándonos con el 61% de cuota a nivel nacional. Con 4.7 millones de nuevos accesos a telefonía móvil, en solo un año crecimos lo que anteriormente nos tomó 13 años de expansión.

En números

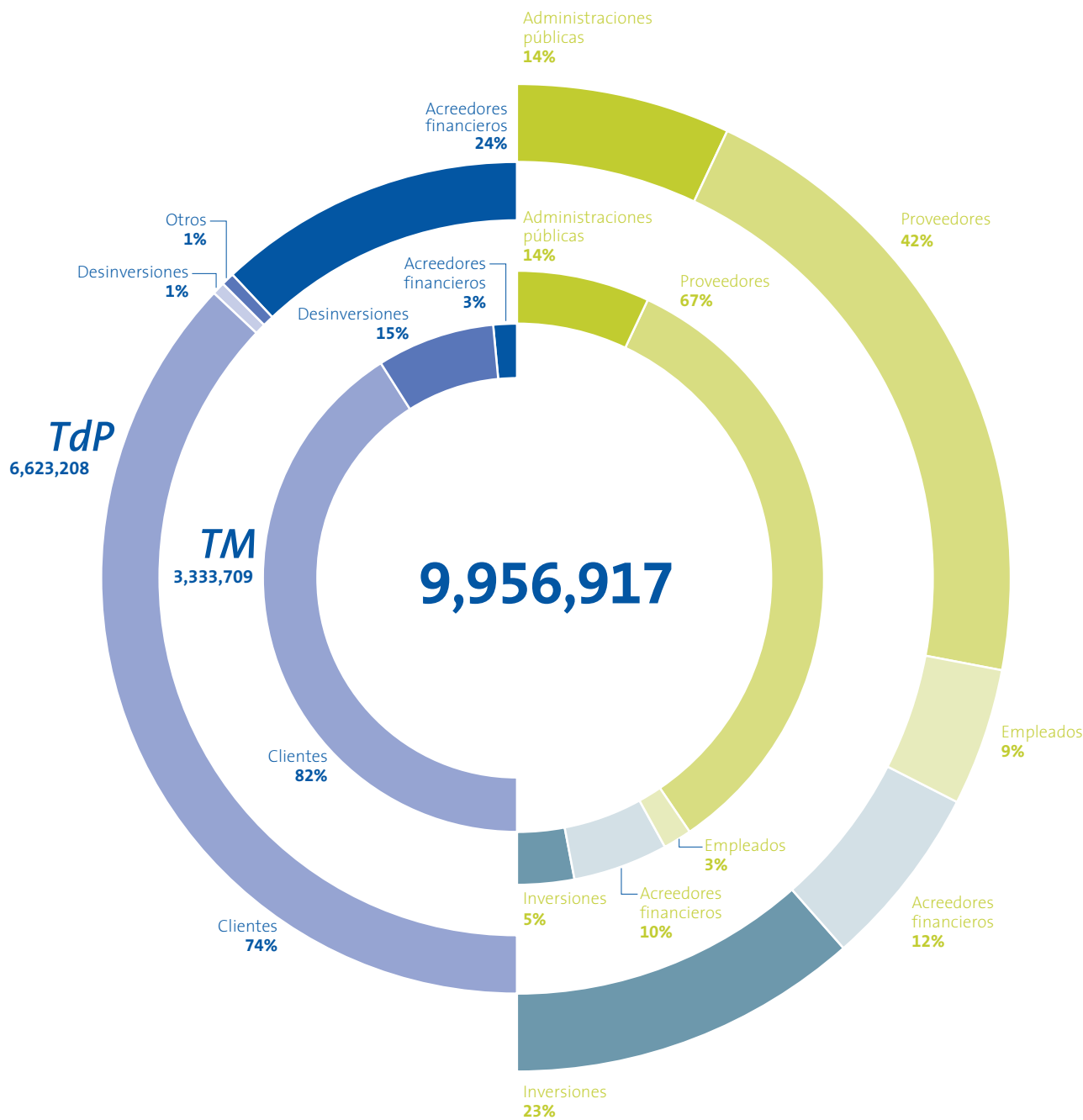
Por concepto de pago de clientes, acreedores financieros y otros, en 2007 recibimos la suma de S/. 9,957 millones, de los cuales se pagaron S/. 1,539 millones en tributos. El volumen de compras ascendió a S/. 3,571 millones y se destinaron S/. 699 millones al pago de remuneraciones y beneficios sociales de los empleados.

En cuanto a las inversiones, seguimos apostando por el Perú. En 2007 desembolsamos un total de S/. 1,686,123 para el desarrollo de infraestructuras, equipos, plataformas e investigación y desarrollo.

El Grupo Telefónica es un motor de desarrollo económico, tecnológico y social en el Perú

Redistribución de las rentas de Telefónica durante 2007

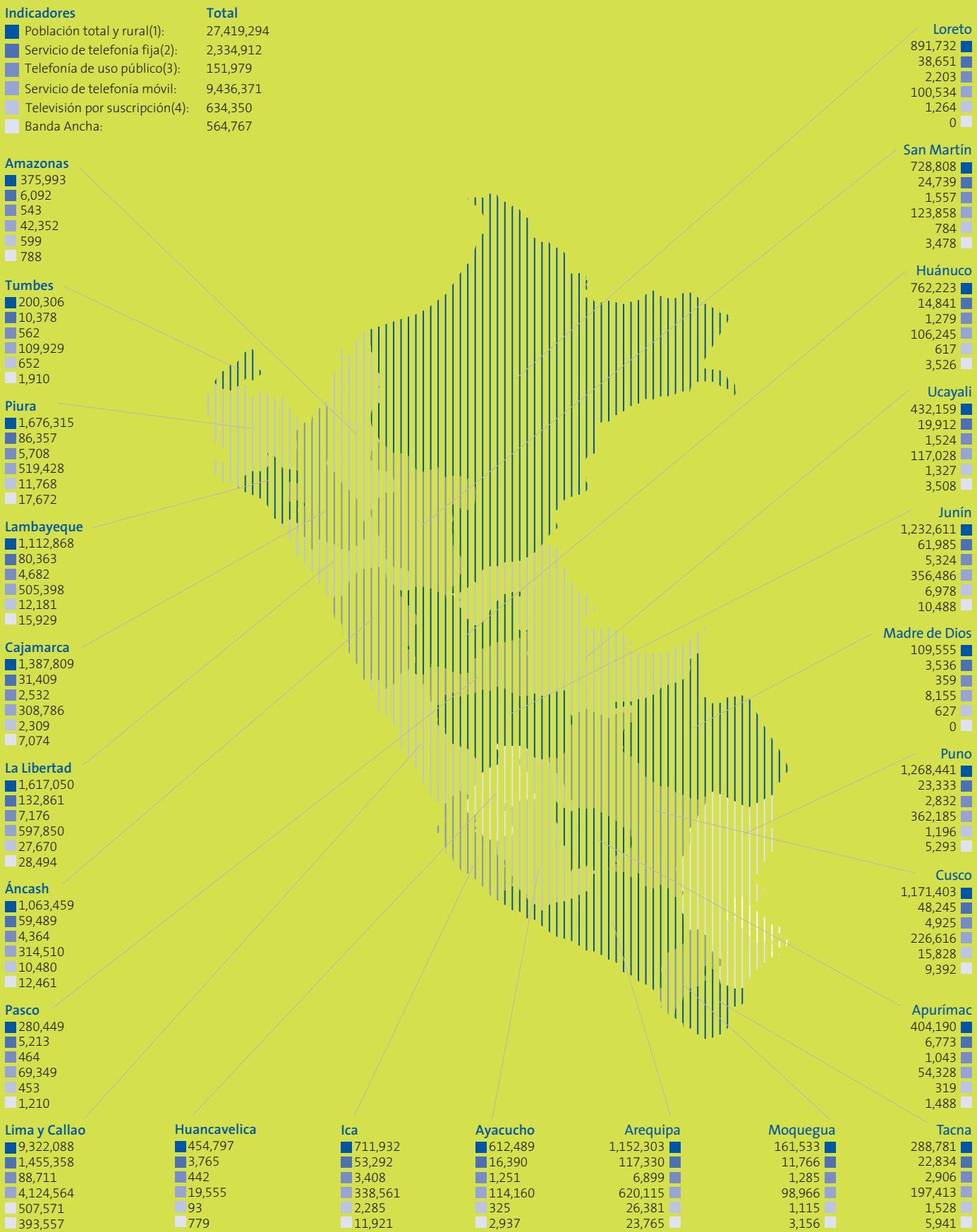
En nuevos soles



Nota: La información publicada en esta página ha sido obtenida de fuentes internas de la evolución de caja de Telefónica del Perú y Telefónica Móviles. Los datos mencionados podrían verse afectados por acontecimientos posteriores y efectos evolutivos, que podrían producir modificaciones en su contenido. Para un análisis pormenorizado de los estados financieros consolidados de Telefónica del Perú S.A.A. y Telefónica Móviles S.A., la información auditada está incluida en las cuentas anuales.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LOS SERVICIOS DEL GRUPO TELEFÓNICA EN EL PERÚ

En miles, a diciembre de 2007



(1) Fuente: INEI «Censos Nacionales XI de Población y VI de Vivienda 2007».

(2) Incluye líneas fijas inalámbricas de Telefónica Móviles (285,681).

(3) Incluye líneas fijas inalámbricas de Telefónica Móviles (6,777). No considera Teléfonos públicos de interior complementarios.

(4) No considera licenciados.

Ahora

Aún mas, aún mejor.



Para más información:
www.telefonica.com.pe/rc2007/ahora

Ahora... el nuevo programa de Telefónica para acelerar el crecimiento

El año 2007 fue crucial para Telefónica Latinoamérica. La integración de los negocios fijo y móvil nos permitió anticiparnos y situarnos en una destacada posición para aprovechar las oportunidades de crecimiento que el mercado nos presentó. Y el programa Ahora marca nuestra línea de actuación para los próximos tres años. Con el lema «aún más, aún mejor» se trazan objetivos claros que nos permitirán seguir capturando esas oportunidades que se abren ante nosotros.

El 22 de marzo de 2007 se lanzó el programa Ahora en el Perú, proyecto regional con claros objetivos de transformación a 2009. Su desarrollo no se limita a las cuentas financieras, sino que se basa en cuatro ejes fundamentales: clientes, empleados, sociedad y accionistas, los cuales reflejan nuestras prioridades.

Las cuatro caras de Ahora

Cientes: Ahora, aún más cercanos

Ellos son y seguirán siendo nuestra razón de ser como empresa, por lo que queremos convertirlos en nuestros fans mediante el ofrecimiento de un servicio con calidad diferencial. El reto es contar con un índice de satisfacción al cliente mayor al de la competencia.

Empleados: Ahora, aún más oportunidades

Nuestro personal es el factor clave que nos permite cumplir nuestro compromiso con los clientes, la sociedad y los accionistas. Queremos consolidar nuestra cultura interna, convirtiéndonos en una de las mejores empresas para trabajar. Para ello, el reto es estar en el ranking de Great Place to Work Perú.

Sociedad: Ahora, aún más comprometidos

Nuestro reto es ser la primera empresa en el ranking de reputación corporativa del sector y convertir a la sociedad en nuestra aliada estratégica.

Accionistas: Ahora, aún más valiosos

Seguiremos demostrando a nuestros accionistas que invertir en Latinoamérica es una buena idea, y que hacerlo en Telefónica es la mejor opción. El reto es superar los 15 millones de clientes, los 7,800 millones de nuevos soles en ingresos, los 3,800 millones de nuevos soles de OIBDA, el 60% de cuota móvil y el 95% de cuota en banda ancha.



Intégrame

Gracias a este proyecto continuaremos promoviendo la inclusión social de un mayor número de localidades en todo el Perú.



Para más información:
www.telefonica.com.pe/rc2007/integrarme

Intégrame, un modelo para replicar

El impacto económico y tecnológico del proyecto Intégrame es enorme, no solo por el número de beneficiados y comunidades a los que llega, sino por el potencial inclusivo que tiene en las zonas más pobres del país. Es el proyecto de responsabilidad social emblemático del Grupo Telefónica que tiene previsto beneficiar a más de 542,300 personas de 2,054 centros poblados.

La productividad y competitividad van de la mano con la tecnología. Sin las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), hoy es impensable desenvolverse en un medio donde hay que hacer negocios, prepararse académicamente y estar enterados del acontecer mundial, entre otras cosas.

El proyecto Intégrame busca extender los servicios de telefonía e Internet en zonas rurales y alejadas mediante alianzas público-privadas, generando integración y desarrollo en esas comunidades a través de las telecomunicaciones.

El proyecto es participativo, beneficia a las localidades rurales y está enfocado en atender las necesidades concretas de los habitantes de estas zonas.

La telefonía pública inalámbrica, telefonía móvil, telefonía fija inalámbrica e Internet son parte de la vida cotidiana de las personas y no tenían por qué seguir siendo ajenas a los habitantes de lugares remotos del Perú. Hoy, gracias a Intégrame, más peruanos de zonas rurales tienen acceso a los servicios de telecomunicaciones, con lo cual la brecha social y económica que los había marginado por años se sigue reduciendo.

Medimos el impacto del proyecto

Debido a que el impacto a partir de la implementación de los proyectos varía de acuerdo a cada localidad, se consideró por conveniente realizar estudios de carácter cualitativo para medir el impacto de las telecomunicaciones y del proyecto en sí.

El primero de ellos fue encargado a una consultora especializada en telecomunicaciones que, con la participación de la principal ONG de la región, llevó a cabo la medición de estos impactos en zonas rurales del Cusco.

El segundo estudio, realizado a fines de 2007, permitió medir el impacto de la telefonía celular en el desarrollo económico y social en la provincia de Canas, en el Cusco. Los impactos en gestión pública, salud y productividad, entre otros, son evidentes y sorprendentes.



Un proyecto de tales dimensiones solo podía ser posible mediante una alianza entre el sector público y el sector privado, toda vez que cada uno de estos estamentos no puede por sí mismo cubrir la ausencia o el déficit de servicios de telecomunicaciones, debido a que no son rentables. En este sentido, desde Telefónica aportamos recursos económicos y la experiencia en la gestión eficiente de servicios básicos, y los gobiernos locales y/o las municipalidades participan con parte de los recursos que tienen destinados para infraestructura.

Este modelo es ideal para ser replicado tanto en el sector de las telecomunicaciones como en otros, lo que, además, redundaría en el proceso de descentralización en el cual está inmerso el Estado.

Con Intégrame estamos logrando:

- Generar mayor competitividad económica.
- Minimizar los costos por desplazamiento.
- Potenciar las capacidades de desarrollo de los habitantes de las zonas rurales y periurbanas.
- Favorecer el acercamiento de los pobladores con sus gobiernos locales y regionales, y viceversa.
- Mejorar significativamente el acceso a la salud.
- Elevar el nivel de capacitación de los docentes.

Ahora estamos integrados

Antes de que llegara la telefonía al pueblo de Canas solo el 20% de las mujeres gestantes daba a luz en la posta médica. Hoy, esa cifra se ha incrementado significativamente: casi el 95% ya no se atiende en su casa y por sus familiares sino por profesionales de la salud. «Tampoco tenemos mortalidad infantil en el parto...». (Agustín Huarcha, técnico de enfermería del Puesto de Salud de Tungasuca)

«Gracias al celular, con una llamada de dos soles un comunero puede salvar un ganado de dos mil soles». (Hermenegildo Choque, ganadero y presidente de la C.C. de Chicnayhua)

«Hay dos o tres negociantes que compran carne o queso. Con otros comuneros juntamos 20 quesos. ¿A quién despacho? Voy ofreciendo por medio de mi celular a las tres personas. ‘Tengo 20 quesos, ¿cuánto me pagas?’. Y al mejor postor se lo llevamos. Lo mismo sucede con la carne». (Hermenegildo Choque, ganadero y presidente de la C.C. de Chicnayhua)

«Desde que llegó el teléfono, la actividad económica ha crecido (...) Hoy tenemos mayor número de negocios (...) Ha cambiado el modo de vivir en la provincia de Canas». (Andrés Olivares, alcalde de Yanaoca y gestor de la llegada del celular a la provincia)

El ahorro de costos, el contacto con proveedores y clientes, y la cadena de distribución de los productos son los beneficios más importantes reportados por las personas favorecidas. Desde luego, que la atención a tiempo y por personal especializado de un paciente es invaluable dentro de las consideraciones para mejorar la calidad de vida.



Liderando el progreso tecnológico

En Telefónica Móviles hemos sido los primeros a nivel mundial en implementar una tecnología para migrar a millones de clientes a ese servicio en solo tres meses. Nos referimos a la plataforma GSM (Sistema Global para Móviles), una solución idónea para masificar el servicio con precios más asequibles y así favorecer a los peruanos de menores recursos, segmento al que Telefónica sigue apuntando en sus estrategias de negocio.

Permitir a todos los peruanos tener igualdad de oportunidades para alcanzar un mayor desarrollo humano es parte de nuestra filosofía y, con el desarrollo e implementación de la tecnología, estamos cumpliendo este principio.

De 5 millones de clientes del servicio móvil en 2006, pasamos a tener 9.4 millones en 2007.

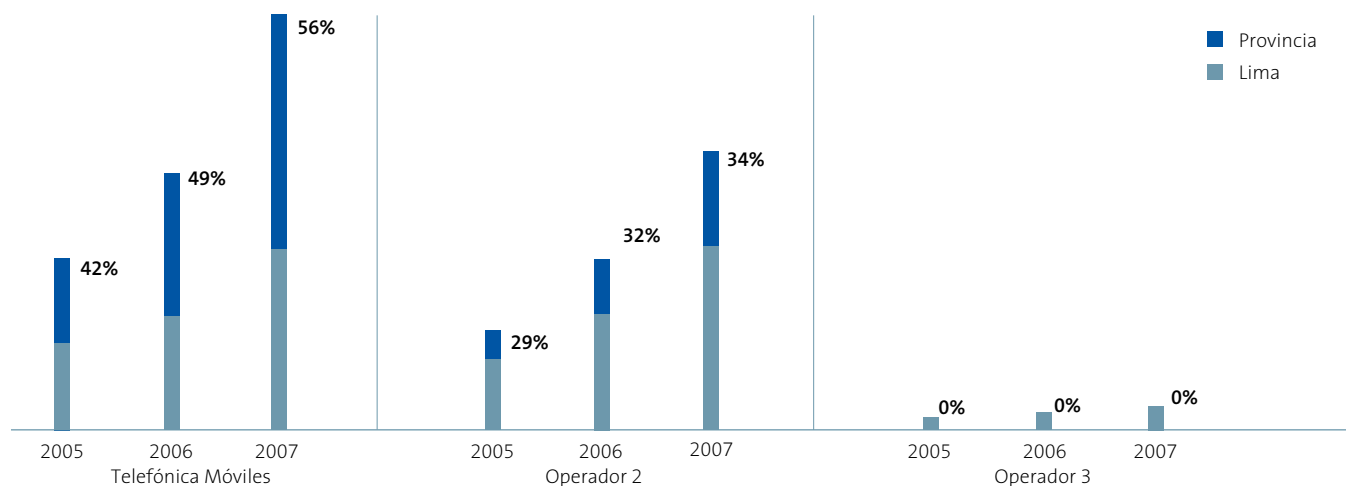
Basta repasar nuestros índices de crecimiento para confirmar que la inclusión tecnológica no es una mera frase sino un hecho. Entre 1998

y 2007, las líneas fijas crecieron en provincias a un ritmo anual de 8% mientras que en Lima el aumento registrado fue de 5%. En otras palabras, las líneas de provincias han pasado de 32% a 37% del total de líneas del país en ese mismo periodo. Solo en 2007 se aumentaron 252 mil líneas de telefonía fija inalámbrica, y tenemos proyectado crecer 1.2 millones de líneas más para los próximos cuatro años, esto por la concesión obtenida en las subastas de las bandas de 450 MHz (con capacidad para 501 mil líneas) y de 900 MHz (para 700 mil líneas).

¿Por qué crecimos?

La fuerte expansión en el último año, tanto en la telefonía fija como en la móvil, se impulsó debido a la identificación de nuevos mercados,

CLIENTES DE LAS EMPRESAS DE TELEFONÍA MÓVIL EN LAS PROVINCIAS DEL PERÚ

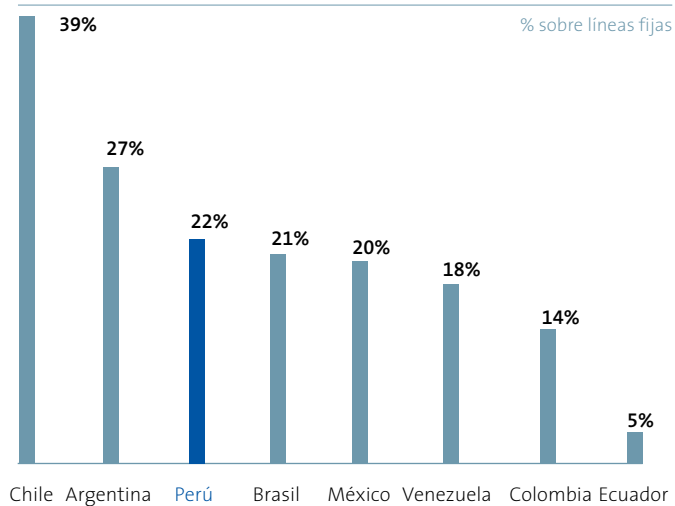


Fuente: Osipitel

cuya valoración promovió un proceso innovador para el desarrollo de productos específicos orientados a esos potenciales clientes. Nos valimos de una estrategia que significó un cambio en el modelo de negocio, que tradicionalmente estuvo orientado a atender a los segmentos con mayor capacidad adquisitiva.

La nueva estrategia diferenciada incluyó un mayor acercamiento a los habitantes del interior del país. Para ellos, concebimos campañas y promociones asociadas a las fechas importantes en cada localidad –como las fiestas patronales– con lo que se logró el reconocimiento de la mayoría de la gente y la asociación de la oferta comercial con la fuerza de la marca Telefónica, esto es, presencia permanente y continuidad en el servicio.

PENETRACIÓN DE BANDA ANCHA EN AMÉRICA LATINA



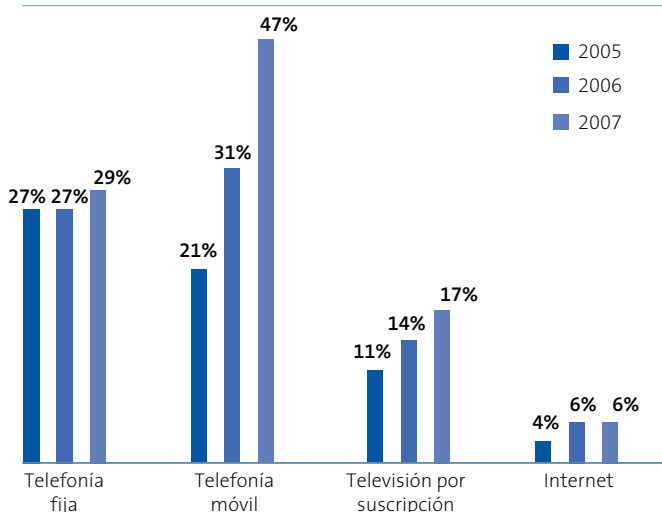
Fuente: información propia

LICITACIÓN DE LAS BANDAS 450 Y 90 MHz

	Banda 450 Mhz 28 dic-07	Banda 900 Mhz 09 ene-08
Capacidad de red (líneas)	501,000	700,000
Pago por altas (inc. IGV)	S/. 30	S/. 170
Renta mensual (inc. IGV)	S/. 30	S/. 30
Tiempo de implementación (meses)	3	48
Inversión necesaria (US\$ MM) *	5.1	15.5

* Capex estimado que incluye celdas, core, sistemas, casillas de voz y plataforma.

HOGARES CON SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES A NIVEL NACIONAL



Fuente: INEI



Protección a los menores

Las nuevas tecnologías han llegado para transformar la vida de las personas. Pero así como nos ayudan en el día a día, también pueden generar un impacto negativo por el mal uso que se pueda hacer de ellas. Así, es fundamental promover una cultura de autorregulación: a esa tarea estamos abocados.

Iniciativas para difundir el mejor uso de las TIC

El colectivo más vulnerable por el mal uso de las TIC son los menores de edad. Para ellos venimos aplicando un proyecto que contempla, en su primera etapa, conocer a través de encuestas la relación existente entre niños, adolescentes y jóvenes con los medios interactivos.

A partir del estudio Generaciones interactivas en Iberoamérica, niños y adolescentes frente a las pantallas: retos educativos y sociales, desarrollamos una estrategia educativa que apunta a minimizar los riesgos a los que estos grupos están sometidos. El estudio es resultado de una alianza estratégica con la Universidad de Navarra y Educared.

Lo anterior se complementa con la campaña educativa por el buen uso de Internet que trabajamos conjuntamente con la ONG Visión Solidaria y su programa Viva. La campaña se lleva a cabo mediante

talleres que se realizan en las instalaciones de los colegios, en sesiones separadas tanto para padres como para jóvenes y que contribuyen a integrar a los primeros al mundo de la red.

Productos y servicios

Hemos diseñado productos específicos con contenidos que garantizan la seguridad en la red para niños y jóvenes. Speedy ofrece la Zona de

Foro de intercambio

- Cada colegio que participa en el proyecto Generaciones Interactivas recibe un informe personalizado.
- El proyecto incluye seguimiento y asesoramiento educativo en los colegios participantes.
- Durante 2007 la investigación se aplicó en Lima, pero tiene proyectado extenderse en 2008 a los departamentos de Arequipa, Cajamarca, Cusco, Junín, Lambayeque, Loreto y Piura. El objetivo es superar las siete mil encuestas a nivel nacional.

En Lima, más de 14 mil personas han sido capacitadas en el buen uso de Internet. Para 2008 la campaña se ampliará a las principales provincias del país.



seguridad con el servicio Private Service, a través del cual los padres pueden restringir el acceso a ciertas páginas web.

Y, para evitar la adicción a Internet, los clientes que adquieren este producto tienen la posibilidad de controlar el tiempo que sus hijos utilizan en la zona de juegos. La Zona de seguridad Speedy incluye antivirus, antiespía, control parental, cámaras de seguridad con claves secretas y antiphishing. Este último es un sistema que impide el phishing, una táctica de fraude en línea que empieza con el envío de un correo electrónico, supuestamente de una empresa con credibilidad, que intenta conseguir datos personales, financieros, contraseñas, claves de sus víctimas, etc. con fines fraudulentos.

De igual forma, comercializamos antivirus y firewall, entre otros. Pero como los riesgos no solo están en Internet, también tenemos productos como Movistar Kids, con equipos móviles que incluyen personajes de Disney (Princess, High School Musical 2, Power Rangers). El teléfono celular se programa para que tenga salida exclusivamente a dos números celulares, los de papá y mamá, y a un teléfono fijo, el de casa. En el mes de diciembre se vendieron 13 mil celulares de este tipo, personalizados en cuanto a juegos, skins y timbres.



Edificio de Telefónica Móviles en la zona financiera de San Isidro, en Lima.



Empresa responsable

Clientes	28
Empleados	32
Medio ambiente	36
Proveedores	38

«Queremos mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde operamos, proporcionándoles servicios innovadores basados en las tecnologías de la información y la comunicación»

Espíritu de Progreso

Cientes

Propiciar el incremento de nuestros clientes basado en menores tarifas y en una oferta segmentada de nuestros productos y servicios.



Para más información:
www.telefonica.com.pe/rc2007/clientes

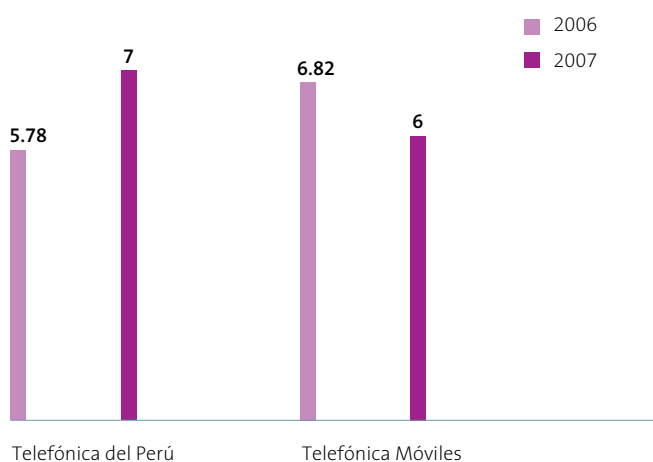
Compromiso con nuestros clientes

Los clientes son el grupo de interés al que una empresa se debe porque son su razón de existir. Telefónica trabaja día a día para lograr un cliente satisfecho con los productos que adquiere, el servicio que recibe y con la adecuada solución de sus demandas.

Nuevos estudios revelan que los clientes, además de solicitar un buen servicio, también buscan una buena atención y sentirse bien. Por eso, planteamos una relación con ellos que sea fácil, simple y cercana. Esta proximidad e interacción es continua porque está presente en los cerca de ocho millones de contactos que tenemos al mes con ellos.

Dentro de esta experiencia agradable que tratamos de brindarle día a día a nuestro grupo objetivo, lo más resaltante ha sido la mejora en su atención en primera línea, gracias al potenciamiento de las capacidades de nuestro personal, que hoy toma decisiones con mayor autonomía y que resuelve una mayor cantidad de reclamos en el primer contacto.

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (ISC)



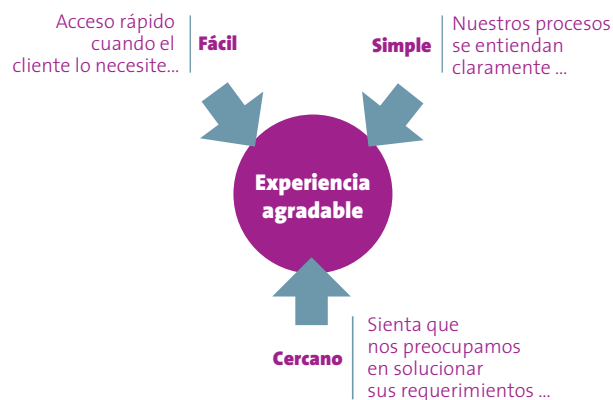
Nota: El ISC expresa el grado de satisfacción del cliente en relación con el servicio dado por la empresa en una escala del 1 al 10.

Soluciones a tiempo

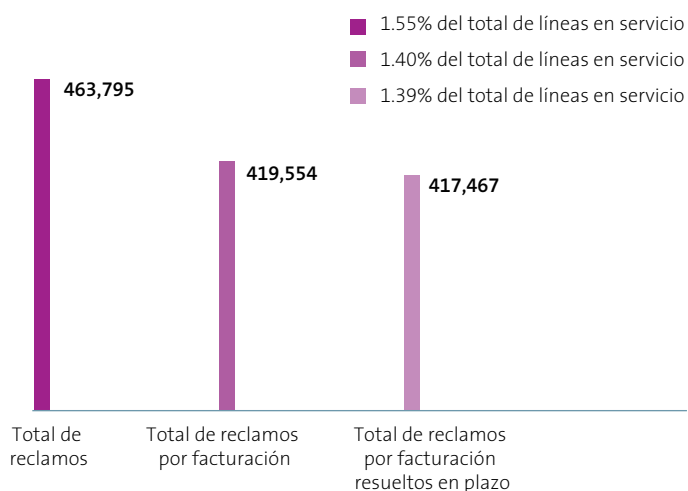
Solucionar los reclamos en tiempo oportuno, de la mejor manera y además satisfacer las expectativas del cliente son los retos de cualquier operador, fundamentalmente porque las telecomunicaciones son el sector que, por la peculiaridad de sus servicios, la intensidad en su uso y la diversidad en la oferta tarifaria, tiende a generar mayor número de reclamos.

En Telefónica asumimos el reto y desde 2007 venimos aplicando un nuevo sistema comercial que consiste, entre otros lineamientos, en que el asesor consulte un solo sistema integrado y no los diversos que debía revisar antes (facturación, cobros, contactos, averías, etc.), lo que permite minimizar los procesos. Además, tiene la potestad de dar una solución adecuada en primera línea. Si la atención del reclamo demanda pasar a otras etapas que impliquen mayor tiempo, el cliente es informado respecto al avance del proceso de solución (gestión de la expectativa).

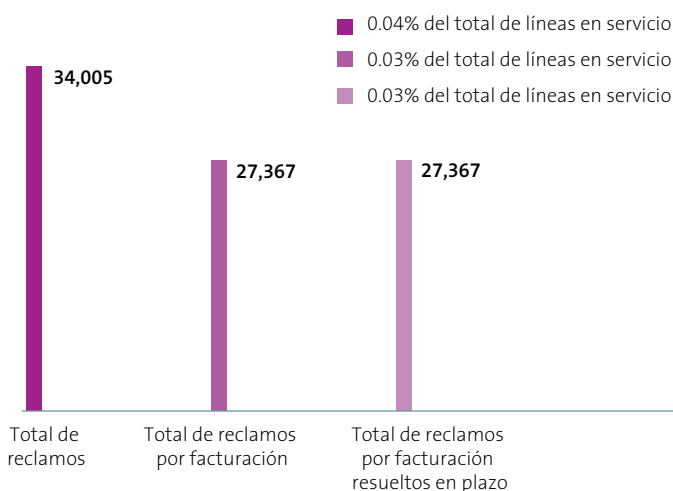
¿Y QUÉ ENTIENDE EL CLIENTE POR UNA EXPERIENCIA AGRADABLE?



TOTAL DE RECLAMOS DE TELEFÓNICA DEL PERÚ EN 2007



TOTAL DE RECLAMOS DE TELEFÓNICA MÓVILES EN 2007



EXPERIENCIA CLIENTE

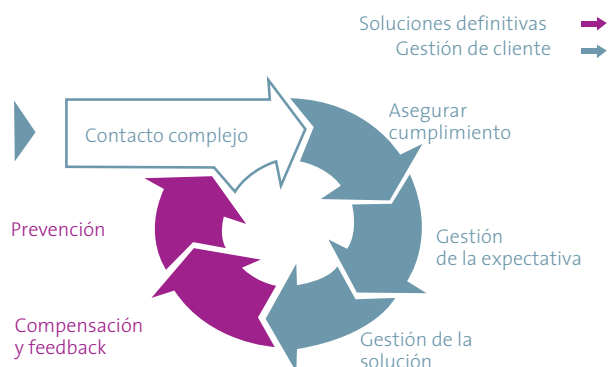


Proyecto regional Estela

Estela (Escuela Técnica de T-Latam) es el innovador proyecto que permite a nuestros proveedores de la planta externa mejorar sus competencias y desempeño a través de la capacitación online. Lo que queremos lograr es el desarrollo de un sistema de formación y certificación online específico para las competencias conductuales y técnicas que necesitan los técnicos instaladores de servicios de telecomunicaciones, y que sea común para las empresas que presten estos servicios en los países latinoamericanos.

En 2007, se capacitó al 34% de técnicos que trabajan para el Grupo en Latinoamérica, de los cuales 9% lograron la certificación. En el Perú, 449 técnicos fueron capacitados y 270 de ellos obtuvieron la certificación.

GESTIÓN DE EXPERIENCIAS



Para citar algunas cifras, durante 2007 la telefonía fija atendió 463,795 reclamos suscitados por problemas de facturación y por calidad de servicio, de los cuales el 90% correspondió a facturación, y fueron resueltos en el 99.5% de los casos en los plazos establecidos.

En Telefónica Móviles se presentaron 34,005 reclamos, 80% de ellos por facturación que fueron resueltos en la totalidad de los casos. Pero si bien atendimos casi todas las solicitudes, no escapa a nuestra preocupación lograr que estas cifras disminuyan. Por eso, el perfil del personal dedicado a la atención de clientes se ha organizado según las competencias particulares que requiere el servicio. Asimismo, se mejoraron las herramientas que se utilizan en los procesos.

Cientes

Compromiso
con nuestros
clientes

LOS CLIENTES DE TELEFÓNICA

	2005	2006	2007
En miles de personas			
Servicio de telefonía fija (1)	2,431	2,582	2,782
Telefonía de uso público (2)	143	149	159
Servicio de telefonía móvil (3)	3,384	5,058	9,436
Cable TV	462	557	640
Banda Ancha	340	468	572

(1) Incluye TUPs y rurales. En 2005, 2006 y 2007 incluye líneas fijas inalámbricas de Telefonía Móviles.
(2) Incluye teléfonos públicos urbanos y rurales de Telefonía del Perú y Telefonía Móviles.
(3) El valor es reportado según criterio definido por Osiptel.

Más que pagan menos

Nuestros esfuerzos por seguir atendiendo mejor a nuestros clientes se vieron reflejados en el incremento de nuevos usuarios. En el servicio de telefonía móvil, el crecimiento llegó al 86.5% con respecto al año anterior; seguido de banda ancha con 22.1% y televisión por suscripción con 14.9%.

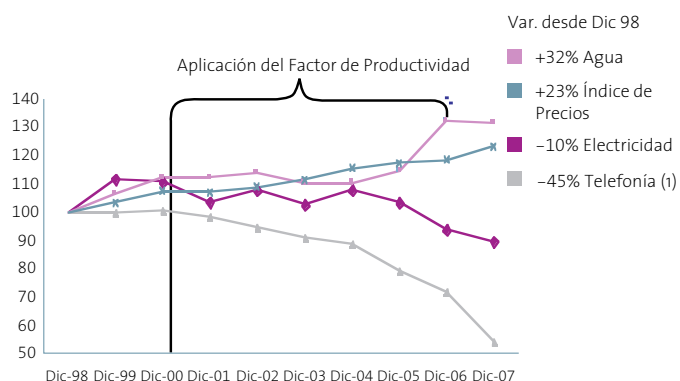
En el futuro, el mayor incremento en banda ancha estará muy vinculado a la capacidad económica que los hogares tengan para adquirir una computadora con conectividad.

En cuanto al número de líneas móviles alcanzamos la cifra de 9,436,371, de los cuales 8,608,040 corresponden al sistema prepago y los 828,331 restantes operan bajo la modalidad de contrato, lo que muestra claramente que esta expansión ha sido inclusiva en todos sus aspectos. Es decir, nos hemos preocupado por que las personas de menores recursos, que en gran mayoría se encuentran en los lugares apartados del territorio, accedan a la telefonía pagando precios acordes con su realidad económica.

Dentro de las líneas móviles están considerados los teléfonos fijos inalámbricos, es decir teléfonos de hogar, sin cables, que alcanzaron los 285,681 frente a los 71,981 que existían hasta diciembre de 2006, lo que significó un incremento de 286.9%.

LA MAYOR REDUCCIÓN TARIFARIA EN SERVICIOS PÚBLICOS SE DA EN LA TELEFONÍA

Índice real de las tarifas de telefonía e IPC (1998=100)



(1) Promedio ponderado de la renta mensual y el precio por minuto
Fuente: Banco Central de Reserva



Acercándonos más

Treinta y cinco telefonistas que hablan quechua y aymara atienden en la central telefónica de atención de llamadas de movistar. «A veces piensan que estamos en la misma comunidad y no en Lima», señala una de las operadoras mientras sonríe. Ella, y sus compañeros atienden un promedio de 1,300 llamadas diarias, cantidad que aumenta día a día en la medida que se va haciendo más conocido el servicio. Llegamos así a nuevos grupos sociales.



De acuerdo con el perfil

Una de las novedades en cuanto a los productos del periodo 2007 fue el Trío Telefónica. Este servicio, que se implementó en apenas diez semanas, está dirigido al segmento residencial y consiste en una promoción con una renta fija mensual que ofrece distintos planes tarifarios de telefonía fija, Internet ilimitado a diferentes velocidades y televisión por suscripción. A esta novedad se sumó un beneficio para los clientes: recibir en una sola factura el monto a pagar por los tres servicios.

Asimismo, Telefónica Móviles ha dirigido sus esfuerzos hacia el diseño de productos y servicios para un nuevo perfil de cliente. Tenemos, por ejemplo, la Supercarga Movistar, que ofrece paquetes de minutos a bajo costo para llamar en la noche o los fines de semana. Ofrecemos estas tarifas de acuerdo a la necesidad de nuestros usuarios y a la capacidad de las redes.

También continuamos comercializando las microrrecargas, que inicialmente estuvieron dirigidas a los segmentos tradicionales. Debido a que tuvimos un ingreso fuerte en provincias, la capacidad de consumo de los clientes nos obligó a ofrecer un producto aún más asequible. De allí que hoy nuestros usuarios tienen la capacidad de generar llamadas salientes de manera sencilla, gracias a la posibilidad de recarga con tarifas bastante reducidas.

Lo interesante de esto es que una recarga de tres soles ya habilita las llamadas salientes, permitiendo que más personas tengan la posibilidad de comunicarse. Así, la población irá perdiendo gradualmente el temor a llamar desde su celular.

Un servicio inclusivo

Las personas con discapacidad son un colectivo que siempre ha formado parte de las estrategias de gestión del Grupo Telefónica. Por citar un ejemplo, las personas con discapacidad visual pueden recibir en su domicilio sus recibos telefónicos en formato Braille.

Asimismo, todos los clientes de movistar pueden acceder a un servicio personalizado en idiomas nativos, ya sea quechua o aymara. Esto nos

convierte en la primera compañía de telefonía móvil en el Perú en ofrecer atención telefónica en lenguas de origen.

En el marco del proyecto Telefónica Accesible hemos desarrollado el servicio de facturación en Braille para telefonía fija, que beneficia a más de cinco mil personas con discapacidad visual.

Publicidad con identidad nacional

A este modelo de negocio, que busca beneficiar a las personas de menores recursos económicos, se incorporó una estrategia publicitaria dirigida puntualmente a este importante segmento. Los protagonistas de esta estrategia fueron reconocidos personajes como Dina Páucar, Sonia Morales o los integrantes del Grupo 5, quienes encarnan a aquellas mujeres y hombres emergentes de segmentos bajos que han triunfado, y cuyo éxito, además, es reconocido por los grupos socioeconómicos más altos.

Por otro lado, también apelamos a la publicidad específica para cada comunidad, en la cual Telefónica tuvo y tiene presencia a través de diversos patrocinios, especialmente en fechas importantes como las fiestas patronales, aniversarios, etc. De esta forma se fortalece la identidad de los pobladores y se revaloran sus costumbres y cultura.

Empleados

Reforzar la seguridad y salud en el empleo y fortalecer nuestro compromiso para continuar en la mejora del clima laboral.



Para más información:
www.telefonica.com.pe/rc2007/empleados

Compromiso con los empleados

En el Grupo Telefónica estamos comprometidos con el desarrollo profesional de nuestros más de 14 mil colaboradores, distribuidos en todo el país.

La preocupación por el desarrollo de nuestros colaboradores es constante porque entendemos que son el capital social de nuestra empresa y el soporte sobre el que se asienta la organización. Por eso, desde 2004 estamos empeñados en seguir motivándolos para que cumplan con sus metas, tanto personales como profesionales, y hemos implantado una cultura de mérito que tiene como criterio fundamental el reconocimiento del desempeño.

Comprometidos con su desarrollo

Para garantizar el crecimiento profesional de nuestros empleados nos valemos de la meritocracia, una herramienta que nos permite evaluar su desempeño y detectar sus fortalezas mediante:

- La identificación de sus logros para reconocerlos de manera oportuna.
- La evaluación de sus competencias mediante un sistema de 360 grados, que consiste en compartir y comparar la valoración que realizan de estas no solo el empleado y el jefe, sino también los compañeros, colaboradores y clientes.
- El hallazgo de oportunidades de mejora para, a partir de estas, desarrollar planes de acción que eleven su contribución tanto individual como grupal.
- El afianzamiento de la relación líder-colaborador a través de una participación activa por parte del jefe en el desarrollo profesional de su equipo.

A nivel de todo el Grupo, esta herramienta nos permite dar claridad y transparencia a las decisiones de la compañía, fundamentalmente en aquellas vinculadas con el desarrollo, selección y formación del personal. En 2007 fueron evaluados el 100% de los líderes de Telefónica del Perú (TdP) y de Telefónica Móviles, así como el 100% de analistas de TdP.

E-learning y capacitación

El e-learning (formación on line) es la herramienta que permite a nuestros colaboradores recibir una formación adecuada, según sus necesidades individuales y alineada con los valores del Grupo. Durante 2007 se impulsó su uso, el cual permitió alcanzar las 3,086 horas de capacitación, cifra que triplica lo alcanzado en el periodo anterior.

Durante 2007, Telefónica del Perú invirtió S/. 1,356,425 para actividades de capacitación de sus trabajadores, esto como parte de los programas de formación diseñados de acuerdo con las necesidades y objetivos de nuestras distintas líneas de negocio. En el caso de Telefónica Móviles, se destinaron S/. 995,180, con un per cápita de 27.61 horas de capacitación.

Por su parte, en 2007 T-gestiona registró 37.97 horas de capacitación por persona y Telefónica del Perú cerró el año con 20.10 horas.

Excelente lugar para trabajar

Nuestros esfuerzos por lograr un colaborador satisfecho y orgulloso de pertenecer a las empresas del Grupo Telefónica empezaron a dar resultados. Telefónica Centros de Cobro (TCC) fue considerada como una de las 25 mejores empresas para laborar en el país, según la investigación realizada por el Great Place to Work Peru 2007. Asimismo, Telefónica Servicios Comerciales (TSC) y Atento fueron elegidas dentro del ranking de las 25 mejores empresas para trabajar en el Perú, en la categoría de Grandes Empresas (más de 700 trabajadores).

Lo anterior no hace más que confirmar que vamos avanzando por el camino que nos hemos trazado para convertirnos en la organización donde los mejores profesionales aspiren a laborar y, en virtud de ello, formar parte del ranking de las mejores empresas para trabajar en el Perú, así como ser la mejor en el sector de las telecomunicaciones.

«El compromiso por mejorar el clima laboral fue adoptado por el comité directivo de nuestra empresa. Esto permitió desarrollar estrategias e implementarlas con miras a crear una cultura de respeto, consideración y reconocimiento hacia los colaboradores por el trabajo bien realizado», señala el gerente general de Telefónica Centros de Cobro, Federico Jibaja Díaz.

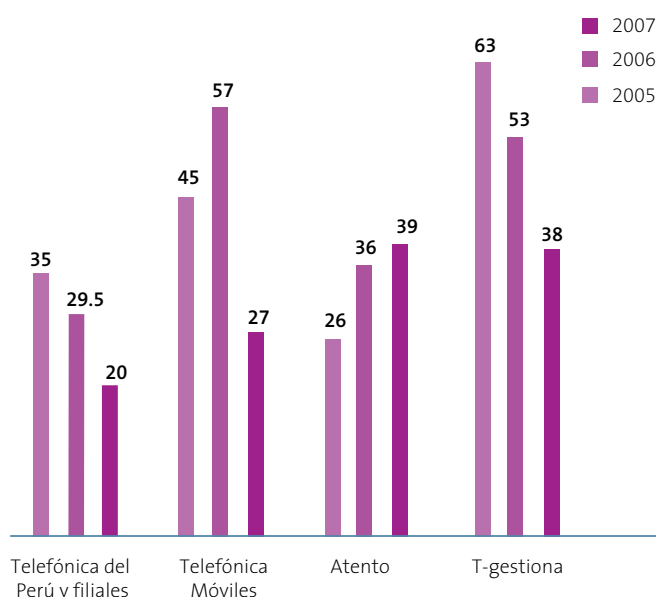
Liderazgo

Un aspecto que jugó a favor de TCC para lograr este reconocimiento fue la atención brindada a los colaboradores: se les visitó en su lugar de trabajo, se escuchó sus requerimientos, se impulsó su desarrollo y se les otorgaron las herramientas necesarias para afrontar la presión que demanda atender al público en los más de 72 locales.

Por otro lado, en las demás empresas del Grupo Telefónica los esfuerzos se enfocaron principalmente en:

- Fomentar y desarrollar el liderazgo de los jefes a través de los programas de líderes.
- Mantener la comunicación y la transparencia de ambas partes en todo momento.
- Brindar oportunidades de desarrollo profesional a todos los empleados.

HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO



De esta manera logramos cimentar las relaciones de confianza que hemos ido construyendo a lo largo del tiempo.

Así, durante 2007, el Director General de Telefónica Móviles se reunió con sus colaboradores en desayunos de trabajo para conocer sus intereses, propuestas e inquietudes referidas a la compañía. El objetivo estuvo centrado en ayudar a que cada dirección tomara acciones que repercutan en la mejora del entorno laboral. La meritocracia fue el tema al que los colaboradores le dieron prioridad en las citadas reuniones.

Independientemente a estas reuniones de trabajo, en las diferentes empresas del Grupo Telefónica concretamos, como parte de la política

de recursos humanos, actividades deportivas, sociales y culturales que aportaron a la integración. De manera simultánea, se continuó trabajando en mejorar los beneficios ya existentes en el rubro de la salud.

Seguridad y salud

El Grupo Telefónica se ciñe en estos rubros a las normativas de la legislación peruana. En el periodo anterior, ninguna empresa del Grupo recibió sanción por incumplimiento en seguridad. Sin embargo, y no obstante las normas de trabajo seguro que rigen en la corporación y todos los esfuerzos realizados para capacitar a nuestro personal, lamentablemente uno de nuestros colaboradores directos y uno de nuestros contratistas fallecieron por accidentes de trabajo en la vía pública. Ambos casos fueron debidamente investigados y permitieron reforzar nuestras medidas de seguridad.

Indicadores relevantes de seguridad y salud

En Telefónica del Perú existe un Comité de Seguridad que representa al 100% del personal, cuenta con la participación de los representantes de los trabajadores y es el encargado de aprobar el Programa Anual de Seguridad y Salud. El comité realiza inspecciones periódicas a las instalaciones de la empresa y evalúa los avances del programa.

La gente del Grupo Telefónica en el Perú

Las funciones que desempeñan nuestros colaboradores se clasifican en tres tipos: de apoyo, comerciales, y de producción y operaciones. Atento es la empresa que, por su especialización, ocupa el 99% de su personal en tareas comerciales, seguido de Telefónica Móviles, cuyo 66% de empleados está también abocado a esas labores. Del total de trabajadores con los que cuenta Telefónica del Perú y filiales, el 55% labora en producción y operaciones.

Con la finalidad de incentivar la rotación de personal en la empresa de telefonía fija se otorgaron importantes beneficios económicos y sociales a los trabajadores que voluntariamente decidieran retirarse, los cuales les permitirán atender en el mediano y largo plazo sus principales necesidades, logrando con ello conciliar los objetivos empresariales con sus expectativas. Se acogieron a este programa casi 600 trabajadores, entre ejecutivos y empleados, con un tiempo de servicio promedio de 25 años. A todos se les

PLANILLA FÍSICA

Empresas	2006	2007
Telefónica del Perú (1)	5,322	5,664
Telefónica Móviles	1,168	1,183
Atento	4,765	6,209
T-gestiona (2)(3)	996	1416
Terra Network	46	78
Pléyade Perú	4	4
Total	12,301	14,554

(1) Considera OTF, CCP y filiales.

(2) Considera CCT.

(3) Considera personal activo. El número total de trabajadores fue 1,452, que incluye los cesados al 2007.

DISTRIBUCIÓN DEL GRUPO TELEFÓNICA POR FUNCIONES

Empresas	Apoyo	Comerciales	Operación
Telefónica del Perú S.A.A. (1)	14%	31%	55%
Telefónica Móviles	16%	66%	18%
Atento	0%	99%	1%
T-gestiona	86%	7%	7%

(1) Considera OTF, CCP y filiales.

INDICADORES RELEVANTES SOBRE SEGURIDAD Y SALUD EN 2007

Vigilancia de la seguridad y salud	Telefónica del Perú	Telefónica Móviles
Pruebas diagnósticas	4,992	1,251
Consultas sanitarias	2,694	746
Asesoría técnica		1
Vacunaciones	300	0
Exámenes de salud	2,128	783
Total de acciones realizadas	10,114	2,781

RESUMEN DE LA INFORMACIÓN SOBRE ACCIDENTES Y ENFERMEDADES LABORALES

	2007
Accidentes laborales en el periodo	19
Accidentes laborales graves	17
Fallecimientos por accidente laboral	2
Días perdidos debido a accidentes durante el ejercicio	225
Horas de absentismo laboral	1,800

ofreció apoyo en su transición de carrera, bien sea para emplearse nuevamente o establecer su propio negocio.

Libertad sindical y negociación

En Telefónica reconocemos lo que actualmente se conoce como sindicalismo moderno, que no es otra cosa que la identificación de los trabajadores con los objetivos de la empresa, la cual se desarrolla a partir de la construcción de confianzas y al respeto por los pactos y convenios internos, las leyes laborales, los convenios de la OIT y los códigos de conducta.

El Sindicato Unitario de Trabajadores de Telefónica del Perú, que reúne al mayor número de trabajadores, el Sindicato de Empleados y la Federación de trabajadores (que representa a otros once sindicatos) participan en la negociación colectiva con Telefónica, cada cual de forma particular.

En Telefónica reconocemos el sindicalismo moderno, identificado con los objetivos de la empresa y el cual se desarrolla a partir de la construcción de confianzas.

Gracias al diálogo y a la permanente comunicación, durante 2007 firmamos nuevos convenios con el Sindicato Unitario de Trabajadores de Telefónica del Perú y con la Federación de Trabajadores por un periodo de dos años, que se sumaron a otro anteriormente suscrito con el Sindicato de Empleados. Estos convenios consideran aspectos como los beneficios económicos que se otorgarán al personal, las comisiones de trabajo para contribuir con la capacitación y el desarrollo de los empleados.

La visión de los líderes sindicales

«Por nuestra parte, no compartimos aquellas demandas que se presentan en contra de la empresa cuando no tienen mayores fundamentos, ni justificación o no actúan de manera ética», señala Luis López Chau, secretario general del Sindicato Unitario de Trabajadores de Telefónica del Perú.

«Para defender los derechos de los trabajadores, primero debemos asegurarnos de que dichos derechos hayan sido vulnerados y de que los trabajadores hayan cumplido con sus responsabilidades. El sindicato es una herramienta de defensa, nunca de apañamiento», enfatiza.

«Cuando comprobamos la violación de algún derecho agotamos el diálogo, tratando de demostrarle a la empresa el error

en el que ha incurrido. Si no somos atendidos, entonces la demandamos con la seguridad de que la razón y la justicia están de nuestro lado», agrega.

«Hoy, entre nuestras principales preocupaciones están los temas asociados a la seguridad y a los riesgos de accidentes laborales. Por ello, es importante participar en este comité con la empresa ya que consideramos que se están manifestando algunas deficiencias que deben ser corregidas», finaliza.

Por su parte, Pedro Calcina, secretario de Defensa del Sindicato Unitario de Trabajadores de Telefónica del Perú, expresa que «queremos que Telefónica se mantenga en el liderazgo del servicio de telecomunicaciones, porque somos conscientes de que eso nos beneficia a nosotros como trabajadores».



Compromiso con el medio ambiente

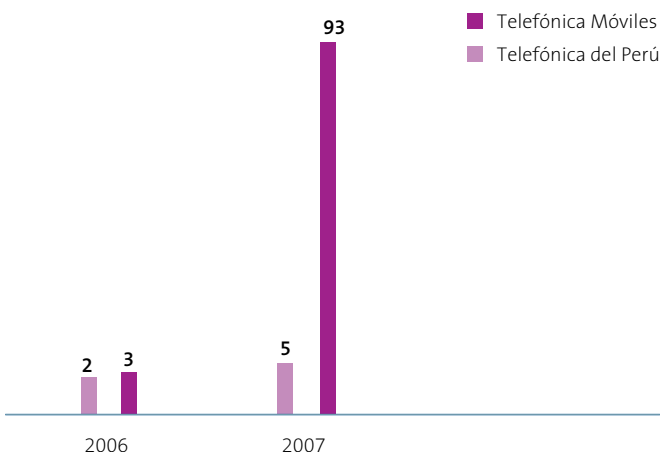
Gracias a los estudios de impacto ambiental que realizamos regularmente conocemos cuáles son los principales efectos de nuestras operaciones y estamos comprometidos a minimizarlos, porque somos conscientes de que el ambiente es de todos. Respecto al cambio climático también nos sumamos a todos los esfuerzos encaminados a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero.

Para prevenir los principales impactos ambientales causados por nuestros procesos, productos y servicios, realizamos acciones de forma regular. Inspeccionamos la construcción de las estaciones base, realizamos mediciones de ruido en las oficinas y de radiaciones no ionizantes en las estaciones base, controlamos el consumo de recursos (agua, papel, combustible y energía eléctrica), y gestionamos y medimos los residuos generados.

Gestión ambiental

En Telefónica Móviles contamos con la certificación ISO 14001-2004 para todos nuestros procesos e instalaciones. Asimismo, nos encontramos en proceso de implementar un sistema de gestión ambiental para la telefonía fija. En referencia al control interno de residuos peligrosos, Telefónica del Perú ha desarrollado un pliego técnico de tratamiento de baterías en desuso.

ESTUDIOS DE IMPACTO AMBIENTAL



RESIDUOS GENERADOS

En miles de kilogramos	2006		2007	
	Telefónica Móviles		Telefónica del Perú	
Total de residuos peligrosos (fluorescentes, cartuchos, etc.)	541,568	120,204	-	221.96
Total de residuos urbanos	27,900	15,478,473	-	2,009,820

La reducción de residuos peligrosos, como fluorescentes o cartuchos de tóner, contribuye significativamente al cuidado del ambiente.

Consumo responsable

En 2007, la utilización de recursos que impactan en el medio ambiente se gestionó con mucho rigor, de allí que a pesar de la gran expansión de los servicios se incrementaron ligeramente los consumos respecto del año 2006. El consumo energético en operaciones y el consumo de agua aumentaron y en el caso del consumo de papel, se logró una reducción en más del 50% en relación a 2006.

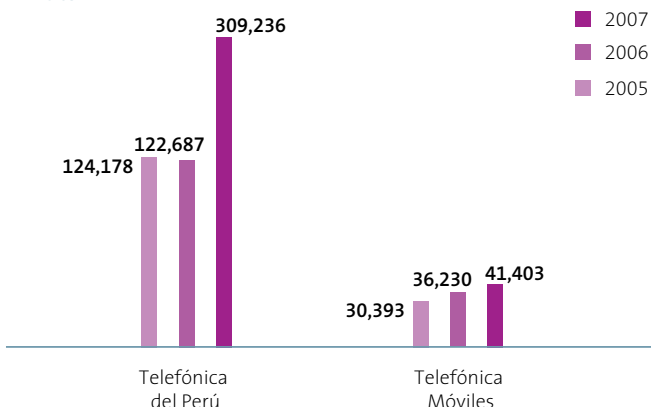
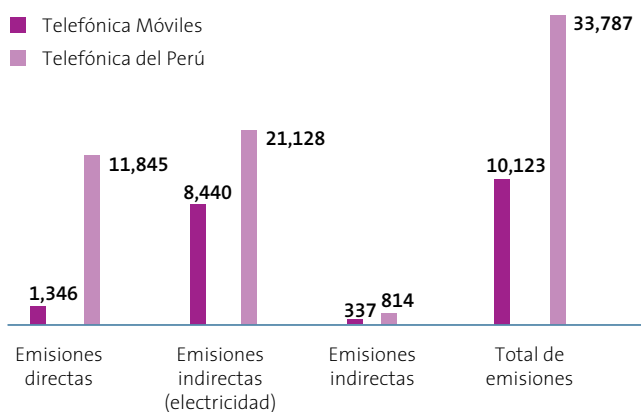
Impacto de nuestras instalaciones

En 2007, Telefónica Móviles realizó 93 estudios de impacto ambiental a fin de conocer, de primera mano, cómo sus actividades pueden repercutir en el ambiente para, a partir de ahí, trazar estrategias tendientes a revertir esta situación.

En Telefónica del Perú existe una Comisión Regional, que depende de la Dirección Corporativa de Medio Ambiente, que opera a nivel del Grupo Telefónica en el mundo. Su gran objetivo es ejecutar el Plan de acción y objetivos ambientales de Telefónica 2008 -2012.

CONSUMO DE AGUA EN OFICINAS

En litros

EMISIONES DE CO₂ EN 2007En toneladas de CO₂

- Emisiones directas: se obtienen del consumo de combustible (petróleo y gasolina) de la flota vehicular y grupos electrógenos de oficinas e instalaciones de red.
- Emisiones indirectas (electricidad): se obtienen del consumo de energía eléctrica de oficinas e instalaciones de red.
- Emisiones indirectas: se obtienen de los desplazamientos en avión del personal de la compañía. Sobre la base de los kilómetros recorridos se calcula toneladas de CO₂ equivalentes.

PRINCIPALES INDICADORES SOBRE EL CONSUMO DE RECURSOS (1)

	2006		2007	
	Telefónica Móviles	Telefónica del Perú	Telefónica Móviles	Telefónica del Perú
Papel (miles de kilogramos)	434,892	14,106	205,164	25,301
Consumo energético en oficinas (miles kwh)	5,550	20,282	7,118	19,748
Consumo energético en operaciones (miles kwh)	44,193	79,235	33,850	82,813

(1) El aumento en el consumo de ciertos recursos se debe al fuerte crecimiento de la planta durante el 2007.

Plan estratégico de cambio climático

Desde 2007 el Grupo Telefónica desarrolla el Plan estratégico de cambio climático que se aplicará de manera transversal en todos los países donde opera. Sus objetivos son:

- Recopilar y homogenizar los datos de emisiones de GEI (gases de efecto invernadero) de todos los países y sociedades de donde opera el Grupo Telefónica.
- Elaborar un plan de eficiencia energética.
- Identificar los riesgos asociados a las futuras restricciones de GEI y las oportunidades para la reducción que lleven a mejorar el índice de comportamiento ambiental de Telefónica.
- Calcular las emisiones de GEI evitadas por los productos y servicios comercializados por Telefónica.
- Concientizar a los agentes sociales y económicos sobre la lucha contra el cambio climático.
- Extender la cultura de la lucha contra el cambio climático y el ahorro y eficiencia energética de Telefónica.

Plan ambiental

Los cinco pilares del Plan de acción y objetivos ambientales de Telefónica son:

- **Cambio climático.** Mejorar la eficiencia energética de los procesos de nuestras operaciones y potenciar los servicios de telecomunicaciones con el objetivo de reducir las emisiones de CO₂.
- **Gestión ambiental.** Homogenizar e integrar la gestión ambiental en todas nuestras operaciones y en la cadena de suministro.
- **Gestión de residuos.** Firmar convenios y acuerdos internacionales con los organismos acreditados.
- **Despliegue de una red responsable.** Para asegurar los criterios ambientales y para que tenga en cuenta las percepciones sociales en el despliegue de las instalaciones fijas y móviles.
- **TIC y desarrollo sostenible.** Potenciar los servicios que contribuyan al ahorro energético de la población, al control atmosférico y acústico, y sobre todo a la prevención de catástrofes naturales.

Proveedores

Colaboración con las Pymes para promover el cumplimiento de los Objetivos del Milenio de las Naciones Unidas, referidos al medio ambiente, derechos humanos y negativa al trabajo infantil.



Para más información:
www.telefonica.com.pe/rc2007/proveedores

Compromiso con los proveedores

Uno de los principales actores en la cadena de valor del Grupo Telefónica son los proveedores. En la práctica pasan a ser los socios de la organización porque brindan productos y servicios que luego Telefónica entrega a sus clientes.

La elección de a quién comprarle tiene que ser muy rigurosa y en Telefónica así lo entendemos. El candidato a proveedor debe reunir ciertos requisitos como tener una trayectoria y reconocimiento en su rubro, que la calidad de sus productos o servicios sea buena y que estos sean entregados u ofrecidos oportunamente, según corresponda. Desde luego que también influyen otras variables como su capacidad de producción, sus recursos técnicos y tecnológicos, y su ubicación geográfica, entre otros.

La gestión de las compras

La globalización de las compras, la profesionalización de la función, la transparencia en el proceso y la igualdad de oportunidades para todos los proveedores son las pautas que sustentan el modelo integrado de compras denominado SAC (Sistema Avanzado de Compras), que rige para todas las empresas del Grupo.

Clasificamos nuestras compras en seis líneas de producto: infraestructura de red, servicios y obras, productos de mercado, sistemas de información, publicidad y marketing y contenidos.

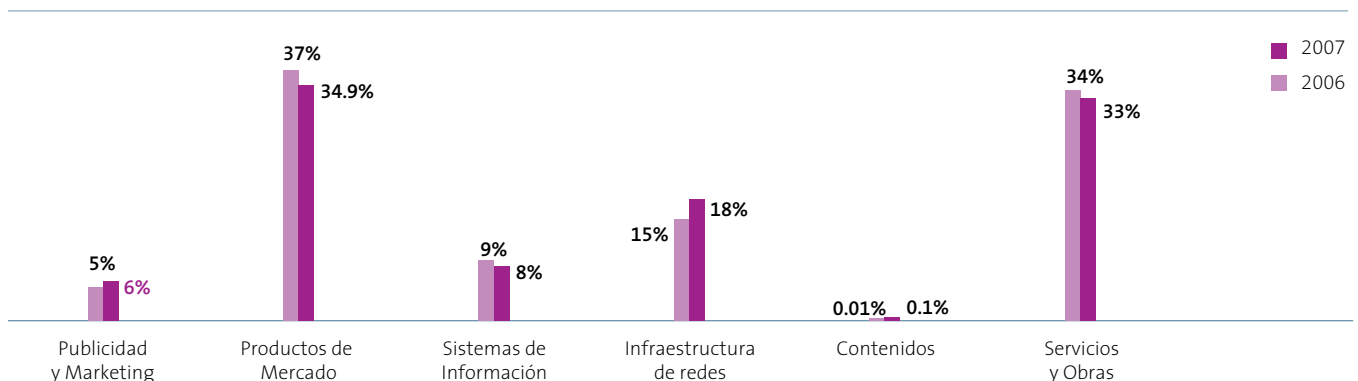
Los productos de mercado han sido el rubro al que se destinó la mayor cantidad de recursos, seguido de servicios y obras.

En el Grupo Telefónica trabajamos, en el 90% de los casos, con proveedores locales, lo cual refleja nuestro interés por brindar cada vez más oportunidades laborales a los peruanos.

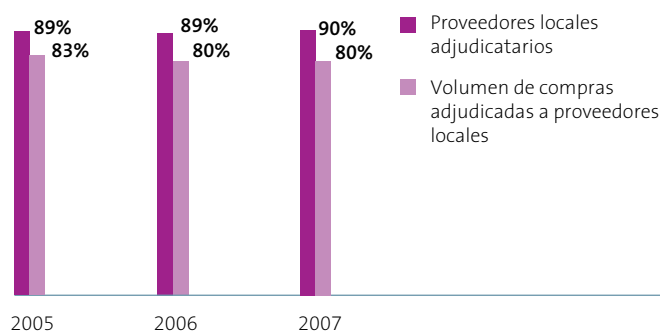
Compras responsables

Siguiendo sus Principios de Actuación, Telefónica promueve prácticas responsables a lo largo de toda su cadena de suministro. Y por eso las cláusulas generales de contratación reafirman el cumplimiento de nuestra legislación laboral, principalmente en las referidas a la erradicación del trabajo infantil y la protección del medio ambiente.

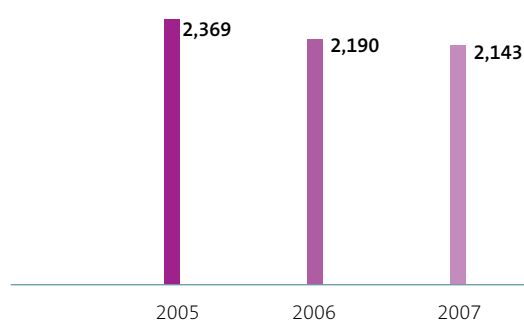
DISTRIBUCIÓN DE COMPRAS POR LÍNEAS DE PRODUCTO



PROVEEDORES LOCALES



PROVEEDORES ADJUDICADOS



COMPRAS A PROVEEDORES POR TRAMO DE FACTURACIÓN

	Nº de proveedores	% de proveedores
Hasta S/. 200 mil	1,550	72.33%
Entre S/. 200 mil y S/. 400 mil	184	8.59%
Entre S/. 400 mil y S/. 2 millones	243	11.34%
Entre S/. 2 millones y S/. 4 millones	58	2.71%
Entre S/. 4 millones y S/. 8 millones	41	1.91%
Superiores a S/. 8 millones	67	3.13%
Total	2,143	

RESPONSABILIDAD EN LA CADENA DE SUMINISTRO

Proveedores participantes en la encuesta de satisfacción	10.4%
Satisfacción de los proveedores	6.4%
Facturas pagadas en plazo	76.6%
Volumen pagado en plazo	79.1%

Como una manera de asegurar que el proceso de compras sea satisfactorio para ambas partes, Telefónica aplica la tecnología e-business en la gestión de las diferentes etapas de dicho proceso. Para la gestión electrónica de ofertas usa el e-sourcing, y para los pedidos y órdenes el e-procurement.

Lo anterior contribuye a que el proceso de compras sea más eficiente y para que los proveedores tengan la seguridad de que se realiza de forma transparente.

Respecto a los pagos de los proveedores, en el caso de Telefónica Móviles, la Gerencia de Finanzas es la encargada de hacer un seguimiento. Luego presenta un estado mensual de las facturas vencidas para que las áreas gestoras resuelvan los pagos respectivos. En Telefónica del Perú, el área de auditoría hace la misma labor mensualmente y luego entrega un informe al Comité de Dirección País, que reúne a los principales directivos del Grupo en el Perú.

Nuestras obligaciones económicas se cumplieron mayormente dentro del plazo establecido y seguimos trabajando para que ese 76.6% de facturas pagadas a tiempo se convierta en un 100%.

Joel, alumno de la I. E. Alto Perú ubicada en el asentamiento humano Santa Cruz de Huachipa, y beneficiario del programa Proniño.





Acción social

Atención a emergencias	42
Fundación Telefónica	44
Proniño	45
EducaRed	47
Voluntarios Telefónica	48
Centro Fundación Telefónica	49

«Buscaremos colaborar con organizaciones cívicas, comunitarias y no lucrativas y con iniciativas públicas orientadas a la disminución de problemas sociales en las regiones en las que operamos; fundamentalmente a través del uso de nuestras capacidades y nuestra tecnología»

Principios de Actuación

Acción social

Atención a
emergencias

Ante cualquier eventualidad nuestra principal preocupación es restablecer los servicios de manera inmediata y brindar nuestro apoyo solidario.



Para más información:
www.telefonica.com.pe/rc2007/atencionaemergencias

Respuesta solidaria con nuestros hermanos del Sur

Grandes esfuerzos humanos y materiales se dedicaron para paliar las necesidades de nuestros hermanos de Pisco, Ica y Chíncha, quienes fueron afectados por el terremoto del 15 de agosto de 2007. Telefónica también apoyó a los damnificados de Ayacucho, Cañete y Huancavelica.

Mientras los peruanos nos enterábamos de la magnitud del sismo que afectó al sur del país, las redes de nuestro servicio de telecomunicaciones enfrentaron una gran congestión como consecuencia del súbito incremento de los intentos de llamadas telefónicas de nuestros usuarios. A ello se sumó el deterioro de la infraestructura de telecomunicaciones en la zona afectada como consecuencia del terremoto.

Debimos lidiar con dos importantes tareas: restablecer las comunicaciones en la zona del desastre (la telefonía fue el primer servicio público repuesto en pocas horas) e informar a la sociedad sobre lo sucedido.

Nuestra prioridad fue atender a nuestros hermanos del sur del país, no solo como operadora de servicios sino como organización solidaria. Emprendimos nuestro plan de emergencia a fin de asegurar la comunicación e instalación de los servicios para los equipos que funcionarían durante la emergencia.

Servicios gratuitos

Habilitamos más de 400 teléfonos públicos, en las principales calles y plazas de Ica, Chíncha y Cañete, así como 50 teléfonos fijos frente a las oficinas de Telefónica ubicadas en las zonas afectadas para llamadas gratuitas locales y de larga distancia nacional, y



Voces Solidarias

Con la participación de artistas nacionales y extranjeros de gran prestigio como Alejandro Sánz, Fito Paéz, David Bisbal, Pedro Suárez Vértiz, Raphael, Gianmarco y Hombres G, entre otros, se realizó el megaconcierto Voces Solidarias, que organizamos en el Estadio Nacional.

Tres millones de soles fue el producto de lo recaudado, destinados a la reconstrucción de escuelas en Chíncha, Pisco e Ica. Al concierto, realizado el 14 de noviembre, asistieron más de 40 mil personas. Otras 40 mil accedieron al mismo desde la zona afectada vía transmisión simultánea.



también brindamos accesos inalámbricos a Internet. Asimismo, se incrementaron gratuitamente los minutos en los planes tarifarios de nuestros clientes y se instaló un centro de prensa con servicios de voz e Internet. En las plazas de armas de Chincha, Pisco e Ica, sus habitantes pudieron congregarse para informarse por televisión acerca de los detalles del trágico hecho gracias a las pantallas colocadas oportunamente, lo que colaboró a generar confianza y esperanza, toda vez que permitió que se enteraran en tiempo real de lo que estaba ocurriendo en su entorno.

Colaboración solidaria

Los Voluntarios Telefónica llegaron pocas horas después del sismo, llevando el mensaje de solidaridad y esperanza a los adultos, jóvenes y principalmente a los niños de la zona afectada.

Tres días después del sismo, los Voluntarios Telefónica distribuyeron 90 toneladas de alimentos, agua, carpas y frazadas a los damnificados de Santiago, Guadalupe, Los Molinos, Pueblo Nuevo, Pachacútec y Tate, entre otras localidades de Ica.





Fundación Telefónica: motor de la acción social estratégica del Grupo

La Fundación Telefónica trabaja de manera sostenida en beneficio de los grupos menos favorecidos de nuestro país, con el fin de ayudar a mejorar la calidad educativa, contribuir a la erradicación del trabajo infantil, promover proyectos de difusión del arte y la cultura peruana e integrar a las personas con discapacidad a través de las herramientas tecnológicas de la Sociedad de la Información.

La Fundación Telefónica es la entidad gestora de la acción social y cultural del Grupo Telefónica. Su estrategia se soporta en las líneas de trabajo: Proniño, educación, arte y cultura y voluntariado, que tienen como eje común a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Durante 2007 se destinaron aproximadamente 26 millones de nuevos soles en acción social en nuestro país priorizando la inversión en programas que tuvieron incidencia en la educación.

El Congreso de la República del Perú distinguió a la Fundación Telefónica por sus acciones a favor de las personas con discapacidad.

Sus programas se ejecutan mediante alianzas estratégicas con instituciones gubernamentales y no gubernamentales (ONG), y con organismos de la sociedad civil, con el objetivo de reforzarlos y articularlos.

La Comisión Especial de Discapacidad del Congreso de la República del Perú brindó un reconocimiento a la Fundación Telefónica por su destacada labor en la construcción y promoción de una sociedad inclusiva y con igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad.

Esta distinción nos motiva a seguir trabajando en el ámbito social, ya que tenemos un compromiso de largo aliento con el país. Creemos que trabajar en esta línea es la manera más efectiva para construir bases sólidas para una sociedad con igualdad de oportunidades para todos los peruanos.

INVERSIÓN EN ACCIÓN SOCIAL Y CULTURAL DE LA FUNDACIÓN TELEFÓNICA

En miles de soles



(1) Incluye los aportes de la Fundación Telefónica del Perú, del Grupo Telefónica en el Perú y la Fundación Telefónica de España.

(2) Incluye Educared y programa Huascarán.

(3) Incluye "Cooperación y Patrocinio de Asociaciones y Fundaciones" y "Telemedicina, Teleasistencia y Discapacidad".

(4) Incluye gastos de personal asignados a los programas, comunicación y actividades de apoyo y gastos generales.

(5) Aporte económico realizado por España y por la Fundación Telefónica del Perú.

Acción social

Proniño

Uno de nuestros proyectos emblemáticos que lidera el tenaz esfuerzo por erradicar el trabajo infantil.



Para más información:

www.telefonica.com.pe/rc2007/pronino
www.telefonica.com.pe/pronino/

Proniño: por una niñez digna

El programa Proniño viene ofreciendo las facilidades necesarias para la escolarización de los niños que, por la necesidad de trabajar, abandonan la escuela o están en riesgo de hacerlo. A diciembre de 2007, Proniño cumplió con el objetivo de beneficiar directamente a 8,850 niños pertenecientes a 62 unidades educativas asentadas en nueve zonas urbano marginales: Lima, Trujillo, Piura, Huancayo, Iquitos, Cusco, Puno, Chiclayo y en dos zonas rurales: Malingas (Piura) y Moro (Áncash).

A los compromisos del Grupo Telefónica con la sociedad se sumó, desde 2005, otro de grandes dimensiones: la erradicación del trabajo infantil.

Para ello se desarrolló Proniño, un programa con una estrategia que empieza por sensibilizar y transformar los patrones culturales de los involucrados, interviniendo directamente en el entorno familiar y social de los niños trabajadores.

Durante 2007, el programa fue gestionado por la Fundación Telefónica con el apoyo de dos instituciones colaboradoras: el Centro de Estudios Sociales y Publicaciones (Cesip) y Fe y Alegría del Perú. Desarrolló su actividad en tres ejes estratégicos:

- **Protección integral:** el objetivo es la desvinculación del entorno laboral mediante la entrega de útiles escolares y uniformes, la realización de actividades de refuerzo en los estudios, la atención de la salud de los escolares y la realización de talleres de sensibilización para padres de familia.
- **Calidad educativa:** incluye la capacitación de los educadores en el uso de las nuevas tecnologías, el mejoramiento de la infraestructura de las instituciones educativas y el uso del portal Educared para lograr la inclusión digital de los niños y de quienes conforman su entorno.
- **Fortalecimiento socio-institucional:** a través del apoyo a los organismos del Estado y de la sociedad civil se busca la sensibilización pública y dar a conocer la problemática del trabajo infantil.

Mesas de diálogo sobre trabajo infantil

Para conocer mejor la dimensión de este proyecto y el impacto que una intervención de esta naturaleza puede generar desde el sector privado, el último trimestre de 2007 convocamos a los principales grupos de interés identificados con la problemática del trabajo infantil en el Perú a tres mesas de diálogo. Representantes del Gobierno y del mundo académico, la Iglesia, las ONG, organismos internacionales y los maestros compartieron las mejores prácticas y recomendaron las principales líneas de actuación que podía desarrollar Proniño.



«Muchas veces me quedaba dormido a media clase y no rendía bien mis exámenes. Durante los meses de más calor, recorría las calles para vender sandalias y chupetes».

«Ahora estoy contento con lo que voy logrando y agradecido por todo el apoyo que me brindó el programa. Gracias a Proniño terminé mis estudios e ingresé en el primer puesto a la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo».

JOSÉ LUIS RODRÍGUEZ, 17 AÑOS, BENEFICIARIO DE PRONIÑO



El programa está enfocado a atender integralmente a niños y adolescentes entre los seis y 17 años que trabajan o están en riesgo de hacerlo. Con el objetivo de lograr una escolarización exitosa, la Fundación Telefónica viene implementando aulas informáticas en las escuelas que los acogen. En el caso de los adolescentes, también han recibido capacitación técnica para que posteriormente puedan autosostenerse.

Uso efectivo de las TIC-EducaRed en el aula: maestros Proniño innovadores

Exitoso programa de capacitación en el que participaron 123 profesores de la I.E. El Paraíso, de Huachipa; I.E. República de Cuba, de Comas; y la I.E. Manuel Scorza, de Carabayllo. Tuvo como objetivo principal desarrollar nuevas capacidades digitales en los profesores del programa Proniño para que puedan mejorar la calidad educativa de los colegios a través de la inclusión de las TIC en el aula.

El curso fue dictado por i-Education Holdings, institución especializada en el área de formación en informática educativa, y contó con el respaldo y certificación de la Dirección de Tecnologías Educativas del Ministerio de Educación.

Academias deportivas escolares

Iniciativa de la Fundación Telefónica que tiene como objetivo contribuir a la superación personal de los niños a través del deporte.

En 2007 se realizaron nueve academias deportivas escolares en las ciudades de Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Cusco, Chiclayo, Iquitos, Lima y Tacna. Contaron con la participación de reconocidos deportistas de las disciplinas de atletismo, minibásquetbol y vóleybol, quienes acompañados de un equipo técnico desarrollaron un taller teórico-práctico durante cinco días. Los talleres estuvieron dirigidos a escolares, pero también se contó con la participación de padres de familia y entrenadores de educación física, lo cual sumó un total de más de 3,500 deportistas beneficiados. Adicionalmente se donaron implementos deportivos.

Acción social

EducaRed

Gracias a esta iniciativa, el uso de las TIC se ha convertido en una de las mejores herramientas para la mejora educativa.



Para más información:

www.telefonica.com.pe/rc2007/educared
www.educared.com.pe

EducaRed: Compromiso con la educación

Profesores, padres y alumnos son incorporados día a día a la sociedad de la información y el conocimiento a través de EducaRed, ambicioso proyecto que es promovido y gestionado por la Fundación Telefónica y cuyo propósito fundamental es contribuir al desarrollo y modernización de la educación en el Perú.

En el Perú, EducaRed, expresado en el portal www.educared.pe, es uno de los programas más importantes en el ámbito educativo. Hoy es reconocida como una herramienta muy potente que beneficia a los sectores educativos peruanos, entre otras razones, porque es un portal que se actualiza permanentemente y es un referente para quienes se encuentran inmersos en el mundo de la educación.

EducaRed apoya a los profesores de primaria, secundaria y de educación especial en su actualización permanente y en la mejora de sus prácticas pedagógicas. A los estudiantes los ayuda a comprender mejor las diferentes materias educativas. Para los padres constituye una guía en temas de formación, tomando en cuenta sus diferentes puntos de vista. A los directores de colegios o aquellos que ostentan un cargo en el ámbito educativo, les proporciona instrumentos y técnicas para que mejoren la gestión pedagógica y administrativa de los centros de enseñanza que lideran. El portal recibió 5,198,381 visitas en 2007.

Además, EducaRed se constituye en un foro donde la comunidad educativa comparte experiencias y canaliza sugerencias a favor de la educación nacional. También organiza concursos para estudiantes y docentes sobre temas de actualidad en el mundo educativo y talleres de capacitación presenciales para profesores. Así, en 2007 se realizó, con el apoyo del Ministerio de Educación, la Semana EducaRed, actividad de capacitación dirigida a 1,200 docentes y directivos, en la que se reflexionó sobre la importancia del Plan Lector en el desarrollo profesional y laboral de los escolares. Esta actividad se realizó en las ciudades de Arequipa, Ica, Lima y Trujillo.

Proyecto Internet en las aulas escolares

También en torno al eje educativo, el Grupo Telefónica desarrolla este proyecto en alianza con el Ministerio de Educación. Se orienta fundamentalmente a brindar conectividad a los colegios. Desde el año 2002 se han beneficiado 1,650,263 niños, niñas y jóvenes, así como 64,669 docentes de 990 instituciones.



Aulas Fundación Telefónica en Hospitales: una experiencia inclusiva

En 2007 se atendieron a 4,554 niños, niñas y adolescentes en 14 aulas de 11 hospitales de las ciudades de Chiclayo, Iquitos, Cusco, Arequipa, Huancayo y Lima. Desde el año 2000, ha registrado 30,800 beneficiarios.

El programa se desarrolla desde hace ocho años y responde a una necesidad primordial: llevar educación a los menores que por motivos de salud deben ausentarse por largos periodos de la escuela. Un buen número de ellos permanece varios meses y, a veces, hasta años, lo que los desnivela académicamente con respecto a otros niños de su edad.

El programa Aulas Fundación Telefónica en Hospitales está centrado en los derechos de los niños hospitalizados, en el fortalecimiento y la mejora de su independencia y de sus habilidades instrumentales básicas, en el uso intensivo de Internet que facilita su comunicación con el mundo exterior, sus familiares y amigos.

A partir de 2007, las aulas cuentan con el apoyo de los trabajadores voluntarios de las empresas del Grupo Telefónica.



Voluntariado corporativo: un valioso activo

En 2007, más de 1,260 colaboradores del Grupo Telefónica aportaron 17 mil horas de voluntariado durante la campaña de emergencia del sur en donde realizaron su mayor esfuerzo.

El voluntariado corporativo del Grupo Telefónica se constituyó hace dos años y busca que nuestros colaboradores se identifiquen y se sumen a nuestro compromiso de ayudar de manera significativa al desarrollo del país. Los voluntarios hacen uso de sus conocimientos, habilidades y dedican parte de su tiempo a iniciativas que contribuyen con el desarrollo y bienestar de las personas menos favorecidas de nuestro país. Gracias a su motivación, cada vez más niños, niñas y jóvenes del Perú que viven en exclusión son beneficiados.

Solidaridad con el sur del país

El terremoto del 15 de agosto puso de manifiesto que la unión hace la fuerza. El voluntariado corporativo se sumó a la cadena de solidaridad en favor de nuestros hermanos del sur y demostró que con organización las cosas se hacen menos difíciles y más llevaderas.

Lo primero que se hizo fue instalar 400 carpas para atender a los bebés e infantes de las zonas rurales y urbano marginales afectadas por el sismo. Bajo el sistema de wawa-wasis y en alianza con el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social (Mimdes) se abocaron a la tarea de cuidar el aspecto nutricional y psicológico postraumático de los infantes y de sus familiares. Equiparon cada una de las carpas con módulos de cocina y enseres, pero principalmente brindaron a esta población de cuatro mil niños, de entre tres y cuatro años, educación y estimulación temprana.



Acción social

Centro
Fundación
Telefónica

Nuestro espacio dedicado al estudio y la difusión del arte y la cultura mediante el uso de las tecnologías.



Para más información:

www.telefonica.com.pe/rc2007/centrofundacion

www.telefonica.com.pe/centrofundacion

Centro Fundación Telefónica

El Centro Fundación Telefónica (CFT) es un espacio destinado a la difusión, el estudio y desarrollo de la creación artística y de las expresiones culturales que usan como soporte a las nuevas tecnologías. Una de sus principales actividades es fortalecer la educación escolar a través del proyecto educativo Arte para aprender, que propone recorrer la historia del arte en el Perú de una forma accesible y lúdica.

Creado en noviembre de 2005, el Centro Fundación Telefónica es un singular espacio educativo en el que confluyen el arte, la cultura y las nuevas tecnologías. Ubicado en la primera planta del edificio corporativo de Telefónica, el CFT no solo es punto de atracción para los miles de jóvenes que estudian en los alrededores de esta parte de Lima, sino que lo fue sobre todo, para los 4,626 alumnos de decenas de centros educativos estatales que lo visitaron durante 2007.

Su objetivo principal es contribuir con la difusión y el estudio del arte, la ciencia y la tecnología. Ofrece exposiciones temporales, conciertos, un programa educativo, cursos, talleres, conferencias, proyecciones y muchas otras iniciativas relacionadas con el arte, la ciencia y los nuevos medios. Mediante sus actividades promueve aprendizajes de manera entretenida e innovadora.

El CFT trabaja sobre dos grandes líneas de acción: Arte para aprender y Arte y nuevas tecnologías, en colaboración con el Museo de Arte de Lima y Alta Tecnología Andina, respectivamente. El primero busca acercar a la comunidad educativa al arte peruano a través de exposiciones, un programa pedagógico, visitas guiadas y material didáctico. El segundo promueve la creación y difusión de expresiones artísticas que aprovechan los nuevos medios como soporte.

Un total de 60,090 visitantes accedieron a las más de 470 actividades gratuitas que ofreció el CFT, entre las que se cuentan exposiciones, proyecciones, talleres y convocatorias. Creado dentro del marco de los ejes Arte para aprender y Arte y nuevas tecnologías, el CFT viene convirtiéndose en un referente para el medio cultural porque es, quizás, el único espacio local donde confluyen el arte, la cultura y las nuevas tecnologías.

Portal Perucultural

www.perucultural.org.pe

Perucultural es un portal educativo sobre temas de actualidad artística y cultural del país que ofrece también información histórica sobre el Perú de manera amigable y sencilla. Perucultural se ha convertido en un conglomerado informativo de primera mano sobre el quehacer artístico y cultural peruano, ya que concentra un importante directorio con 60 páginas web de las principales instituciones públicas y privadas vinculadas a estas actividades.

Este portal es miembro del directorio mundial de la Unesco y del Observatorio Interamericano de Políticas Culturales.

Arte para aprender

Proyecto educativo creado en conjunto por la Fundación Telefónica y el Museo de Arte de Lima que busca diseñar un programa integral para la enseñanza de la historia del arte en el Perú. Incluye exposiciones que exploran diferentes aspectos de la historia del arte peruano, desde la época precolombina hasta la creación más reciente. También incluye la producción de textos escolares, documentos para Internet, materiales pedagógicos para maestros, juegos educativos y talleres para escolares y jóvenes universitarios. Este programa invita a escolares y maestros al Centro Fundación Telefónica y les propone un espacio de experimentación en torno a los contenidos y a los métodos utilizados en la enseñanza de la historia del arte peruano.





Para el año 2008 nos hemos fijado más de 20 retos de responsabilidad corporativa

En este ejercicio, además de seguir extendiendo nuestros Principios de Actuación, abordaremos proyectos para avanzar en medio ambiente y profundizaremos nuestros compromisos con los clientes, empleados, proveedores y la sociedad.

RESPONSABILIDAD CORPORATIVA

- 1 Elaborar nuestro cuarto informe de responsabilidad corporativa con activa participación de las áreas en el proceso de auditoría.
- 2 Reforzar el diálogo con los grupos de interés en Lima y provincias.
- 3 Incrementar al 80% la capacitación en los Principios de Actuación a toda la plantilla.
- 4 Elaborar un plan de acción en responsabilidad corporativa que proponga e impulse distintas iniciativas con el fin de asegurar un comportamiento responsable con los grupos de interés. Se priorizarán los proyectos sobre la base del RepTrak y del autodiagnóstico.

CLIENTES

- 5 Implantar el proyecto ABC que asegura el cumplimiento impecable de las promesas que hacemos a nuestros clientes.
- 6 Ser líderes en satisfacción al cliente con respecto a las empresas del Grupo Telefónica en la región.
- 7 Liderar en crecimiento y penetración el servicio de telefonía móvil, mejorando la oferta orientada a los segmentos bajos y aumentando nuestra presencia en provincias.
- 8 Realizar un panel de diálogo sobre Inclusión en telecomunicaciones que considere a representantes de otras operadoras, organismos de defensa del consumidor, representantes del mundo académico, especialistas y miembros de la sociedad civil vinculados al sector de las telecomunicaciones.
- 9 Llevar a cabo el proyecto Generaciones Interactivas para el uso responsable de las TIC en los niños, colegios de Lima y provincias.
- 10 Incluir en nuestra Intranet e Internet consejos sobre el uso responsable de las TIC, a través de las páginas respectivas y mediante otros canales de divulgación.

EMPLEADOS

- 11 Mantener a nuestras empresas que figuran actualmente en el ranking del Great Place to Work e incorporar a otras.
- 12 Seguir trabajando en la mejora de los índices de satisfacción de los empleados.
- 13 Continuar con el desarrollo del proyecto Promesa Empleado.
- 14 Implementar acciones para reducir los accidentes laborales, minimizando los riesgos identificados.

SOCIEDAD

- 15 Alcanzar la meta de 17 mil niños, niñas y adolescentes beneficiarios del programa Proniño.

- 16 Tener capacidad para instalar 501 mil líneas fijas inalámbricas en 2008, en el marco del contrato de concesión de la banda de 450 Mhz, suscrito entre Telefónica Móviles y el Ministerio de Transportes y Comunicaciones. Asimismo, nuestro compromiso al adquirir el espectro radioeléctrico tanto en la banda de 450 Mhz como en la de 900 Mhz, aumentará en 1.2 millones las líneas en Lima y Callao y el resto del país durante los próximos tres años, lo cual constituye un importante avance en el desarrollo de las telecomunicaciones en el país.

- 17 Continuar con el desarrollo del programa Intégrame, promoviendo la inclusión social a partir del acceso a las TIC de un mayor número de localidades en todo el Perú.

MEDIO AMBIENTE

- 18 Obtener la certificación ambiental ISO 14001 para telefonía fija basada en tecnologías inalámbricas de última milla.

- 19 Concluir exitosamente la auditoría de seguimiento a la certificación ISO 14001 obtenida por Telefónica Móviles.

- 20 Realizar un primer envío con equipos móviles en desuso a México y EE UU para su reciclaje, como parte de la gestión del programa Recicla-me.

- 21 Adecuar nuestros procesos internos a los nuevos requisitos legales en materia ambiental que considera la Ley de Promoción de Infraestructuras.

PROVEEDORES

- 22 Divulgar los Principios de Actuación a nuestros principales proveedores.

- 23 Capacitar al equipo local de Compras en aspectos relacionados a la RSC.

- 24 Ampliar el programa de capacitación en RSC a proveedores Pymes.

Verificación Independiente

Un mensaje de Ernst & Young

Por encargo de la Comisión de Auditoría y Control, hemos revisado el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2007 del Grupo Telefónica en Perú. El informe consta de dos partes: el presente documento impreso y la versión online completa del mismo, disponible en www.telefonica.com.pe/rc2007.

Alcance de los trabajos

Nuestro trabajo ha consistido en la verificación de la adecuación del contenido del Informe a:

- los principios recogidos en la guía AA1000 Assurance Standard emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability) para las actividades desarrolladas por Telefónica en Perú,
- los principios e indicadores establecidos en la guía de referencia G3 del Global Reporting Initiative (GRI) para el perímetro global de Telefónica.

Las verificaciones han consistido en:

- **Verificación del cumplimiento de los estándares del GRI**

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

- **Verificación bajo la consideración de la norma AA1000AS**

Los procedimientos de verificación se han desarrollado para valorar, para el perímetro mencionado anteriormente, que el Informe de RC se adecua a los siguientes principios:

1. Materialidad o Relevancia de la información proporcionada en función de las necesidades o requerimientos de los grupos de interés.

2. Integridad en la identificación, entendimiento y gestión de los impactos a través de los sistemas y procesos, incluidos los procesos de compromiso con los grupos de interés.

3. Capacidad de respuesta ante los objetivos y expectativas de los grupos de interés y de la adecuada y oportuna comunicación de los planes dirigidos a ellos.

Asimismo se han considerado las directrices establecidas en la norma ISAE 3000 aplicable para la realización de verificaciones de informes no financieros con alcance limitado.

Los procedimientos de Verificación han consistido fundamentalmente en la realización de entrevistas con directivos de las áreas corporativas y de los países mencionados, revisión de información relevante del Grupo y de noticias de prensa, revisión de los procesos de recopilación de información y comprobación de la trazabilidad de los datos en las informaciones reportadas para cada uno de los indicadores.

Nuestra Independencia

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

Nuestro Informe de verificación independiente contiene el alcance del trabajo, el nivel de verificación, las conclusiones y nuestra independencia. Dicho Informe se encuentra disponible en www.telefonica.com.pe/rc2007.

ERNST & YOUNG SERVICIOS CORPORATIVOS, S.L.

Madrid a 24 de Julio de 2008

Coordinación

Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social
(Dirección de Comunicación e Imagen - Perú)
Reputación, Marca y Responsabilidad Corporativa
(D.G. Comunicación - España)

Edición

Comunicación Corporativa y Responsabilidad Social
Grupo Telefónica en el Perú

Maquetación

Servicios Editoriales del Perú S.A.C. (SEP)

Fotografías

Archivo fotográfico SEP (José Tejada, Susana Alcántara)
José Antonio Gutiérrez

Impresión

Gráfica Biblos S.A.

Fecha de edición

Julio 2008

Telefónica

Grupo Telefónica en el Perú

Resumen ejecutivo
Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2007

www.telefonica.com.pe/rc2007

Para cualquier comentario sobre este informe, por favor, dirigirse a:
responsabilidadcorporativa@tp.com.pe

www.telefonica.com.pe

