

Informe Anual
de Responsabilidad Corporativa
Grupo Telefónica en el Perú

2008

Telefónica

Telefónica

Informe Anual
de Responsabilidad Corporativa
Grupo Telefónica en el Perú

2008





Índice

06 Carta del Presidente

07 Carta del Director General de Telefónica Latinoamérica
y del Presidente del Grupo Telefónica en el Perú

08 Motor de progreso

10 Hitos 2008

13 Estrategia

15 AHORA

16 Excelencia en el negocio

Clientes 16

Empleados 20

Proveedores 24

1

26 Gestión íntegra y transparente

Gobierno corporativo 26

Principios de Actuación 28

Privacidad de datos 30

Medio ambiente 31

Generaciones Interactivas 33

Inclusión digital 34

2

36 Acción social y cultural

Fundación Telefónica 36

Patrocinios sociales 41

Reconstrucción del sur 43

3

44 Comunicar y dialogar

Diálogo con los grupos de interés 44

Informes 45

4

46 Indicadores clave de Responsabilidad Corporativa

47 Retos 2009

49 Verificación independiente

50 Premios y distinciones en 2008

Suplemento especial 2008:

Inclusión digital



Carta del Presidente



Querid@ amig@,

El ejercicio 2008 ha sido para Telefónica un buen año en términos de Responsabilidad Corporativa por varios motivos. En primer lugar, porque para 2011 nos hemos marcado como meta incorporar la sostenibilidad del negocio en nuestras líneas estratégicas, con el fin de integrar el compromiso con la sociedad al *core business* de la compañía y, en consecuencia, de vincular definitivamente el comportamiento responsable con la gestión y la cuenta de resultados.

Cada año, esa vinculación nos está permitiendo tener un mismo modelo global que se aplica a todas las operaciones de Telefónica, una compañía que está presente en 25 países, que cuenta con cerca de 260 millones de clientes, con más de 257 mil profesionales, y que durante el ejercicio 2008 invirtió 8,400 millones de euros en infraestructuras y otros 4,614 millones adicionales en I+D+i. Además, vincular la Responsabilidad Corporativa al negocio nos ha permitido en 2008 incrementar el índice de satisfacción de nuestros clientes, que, en promedio, se ha situado en 6.92; y mejorar el índice del clima y compromiso laboral de nuestros empleados, que se encuentra en una media de 69%.

En segundo lugar, 2008 ha sido un buen año en términos de Responsabilidad Corporativa porque hemos avanzado significativamente en la puesta en marcha de sistemas y procesos internos que afianzan la integridad de nuestra gestión a través de la Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa del Consejo de Administración de Telefónica S.A.

Los más de 60 mil profesionales formados en nuestros Principios de Actuación o la firma de la declaración *Derechos Humanos: una llamada a la acción*, promovida por el *Global Compact* de las Naciones Unidas, son buenos ejemplos de cómo Telefónica avanza progresivamente en la toma de medidas para afianzar la integridad en nuestra gestión. Así nos lo han reconocido un año más, al renovarse nuestra presencia en los dos índices de inversión socialmente responsables más relevantes del mundo: *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) y *FTSE4Good*.

Adicionalmente, 2008 ha sido un año en el que hemos hecho un énfasis extraordinario en poner en valor el impacto positivo de nuestros productos, servicios y soluciones en la sociedad.

Así, Telefónica invirtió más de 370 millones de euros para reducir la brecha digital: 275 millones se destinaron a los Fondos de Servicio Universal; cerca de 15 millones a las actividades de formación en Tecnologías de la Información y las Comunicaciones; y más de 80 millones en proyectos para reducir la brecha económica y geográfica.

En cuarto lugar, el ejercicio de 2008 ha significado la ratificación del compromiso de Telefónica con los programas de acción social y cultural. Conforme al modelo de medición LBG, en 2008 la compañía invirtió cerca de 115 millones de euros en estos programas. Entre ellos, quiero destacar especialmente Proniño, de Fundación Telefónica, que, por tercer año consecutivo, ha conseguido duplicar el número de niños escolarizados para contribuir a la lucha contra el trabajo infantil: hoy, más de 107 mil niños y niñas pueden ver un futuro mejor gracias al trabajo conjunto entre Fundación Telefónica y más de 100 ONG que operan en América Latina.

Para terminar, considero que 2008 ha sido un buen ejercicio en materia de Responsabilidad Corporativa, porque hemos ido mejorando el modelo de reporte y comunicación sobre nuestros logros. Este informe forma parte de los 17 informes que ya editamos en los países donde estamos presentes, haciendo real la estrategia de que la Responsabilidad Corporativa tiene un doble componente: global (tal y como la impulsan las iniciativas multilaterales de las Naciones Unidas, GRI o los índices del tipo DJSI), y local (respondiendo así a las demandas de los grupos de interés de cada país). 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.

Confío en que la lectura de este informe sea de su interés. Creemos que avanzamos cada año. Y ese avance es, en gran medida, gracias a quien, como usted, confía en nosotros y nos impulsa cada día a hacer las cosas mejor. Reciba mi más sincero agradecimiento.

César Alierta Izuel
Presidente de Telefónica, S.A.

Carta del Director General de Telefónica Latinoamérica y del Presidente del Grupo Telefónica en el Perú



Querid@ amig@,

Durante 2008, Telefónica continuó llevando sus servicios a más clientes, siempre con propuestas innovadoras y según las necesidades de la población. Este compromiso es de largo aliento y se halla muy vinculado con el crecimiento sostenido de los servicios que ofrece, reseñados en este quinto informe, a pesar de la difícil situación por la que atraviesa el mundo debido a la crisis financiera.

Estos crecimientos han tenido un pilar importante en el Programa ABC, que tiene como objetivo cumplir con las promesas hechas a los clientes. Su éxito es fruto de la suma de esfuerzos de las diversas áreas de la empresa y de los proveedores, constituidos en aliados estratégicos de Telefónica.

Por otro lado, para Telefónica la inclusión digital es la mejor manera de poner en evidencia su compromiso con la responsabilidad social. En esa línea, apostó por la innovación en la oferta de sus productos y servicios. Asimismo, consideró en sus formas de comunicación la presencia de valores e íconos populares. Así, en 2008 reforzó su presencia en diversas ciudades del país, en las que patrocinó fiestas regionales y festividades populares, como el Carnaval de Cajamarca y la Fiesta de la Virgen de la Candelaria, en Puno.

Otro de los puntos importantes sobre el que el Grupo siempre ha puesto y pondrá especial cuidado es en protección del secreto de las telecomunicaciones, tema que generó preocupación pública durante 2008. Para ello, Telefónica cuenta con importantes mecanismos que se rigen por estándares internacionales y sus medidas de seguridad superan, incluso, las exigencias de la normativa vigente. Es particularmente cuidadosa en las zonas de alta densidad y cumple con informar permanentemente al Ministerio de Transportes y Comunicaciones respecto de las medidas que toma. También posee normativas internas y realiza campañas de comunicación para que cada uno de los colaboradores tenga plena conciencia y proteja el secreto de las telecomunicaciones.

Asimismo, y por iniciativa de Telefónica Latinoamérica, en 2008 se profundizó la implementación del programa de la compañía denominado Ahora, que considera las circunstancias del crecimiento económico en la región y se concentra en atender los compromisos asumidos respecto de los clientes, colaboradores, accionistas y la sociedad, con el objetivo de potenciar un crecimiento sostenible.

En cuanto al foco de la acción social, el Grupo pone 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 la tecnología para padres, niños y educadores. También lidera el programa Proniño, emblemática iniciativa que busca la erradicación del trabajo infantil y que ha atendido directamente en el Perú a más de 17 mil niños en situación de riesgo.

Hay que subrayar que mediante el presente informe, el Grupo Telefónica en el Perú acredita su proceso de avance en el cumplimiento del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, por lo que ratifica una vez más su compromiso con estos postulados. Es en esa línea que, este informe, que utiliza los estándares del *Global Reporting Initiative - GRI (G3)*, y que cuenta con la auditoría de la firma *Ernst & Young* para la fijación del estándar AA1000AS, reafirma el interés de Telefónica por dar cuenta de los resultados de su gestión en Responsabilidad Corporativa.

Por ser un operador de telecomunicaciones que participa en el cumplimiento de los *Objetivos del Milenio* de las Naciones Unidas, su política de inversión, mayor cobertura y el crecimiento en el número de clientes de los segmentos menos favorecidos son motivo de satisfacción, pues implican una valiosa contribución a la lucha contra la pobreza, uno de los objetivos principales de esta iniciativa. Además, el programa Intégrame ha sido reconocido como una práctica altamente recomendada para el desarrollo de los *Objetivos del Milenio* por el *World Business and Development Awards 2008*, organizado por las Naciones Unidas.

Es nuestra expectativa que en este informe se hallen los argumentos por los que el Grupo Telefónica desea ser percibido como el motor de progreso de las comunidades en las que actúa. De hecho, aplica valores éticos y transparencia, a la vez que brinda un servicio cada vez mejor que sirve para acortar la brecha digital y proveer el acceso a las tecnologías de un mayor número de personas.

José María Álvarez-Pallete López
Director General de Telefónica Latinoamérica

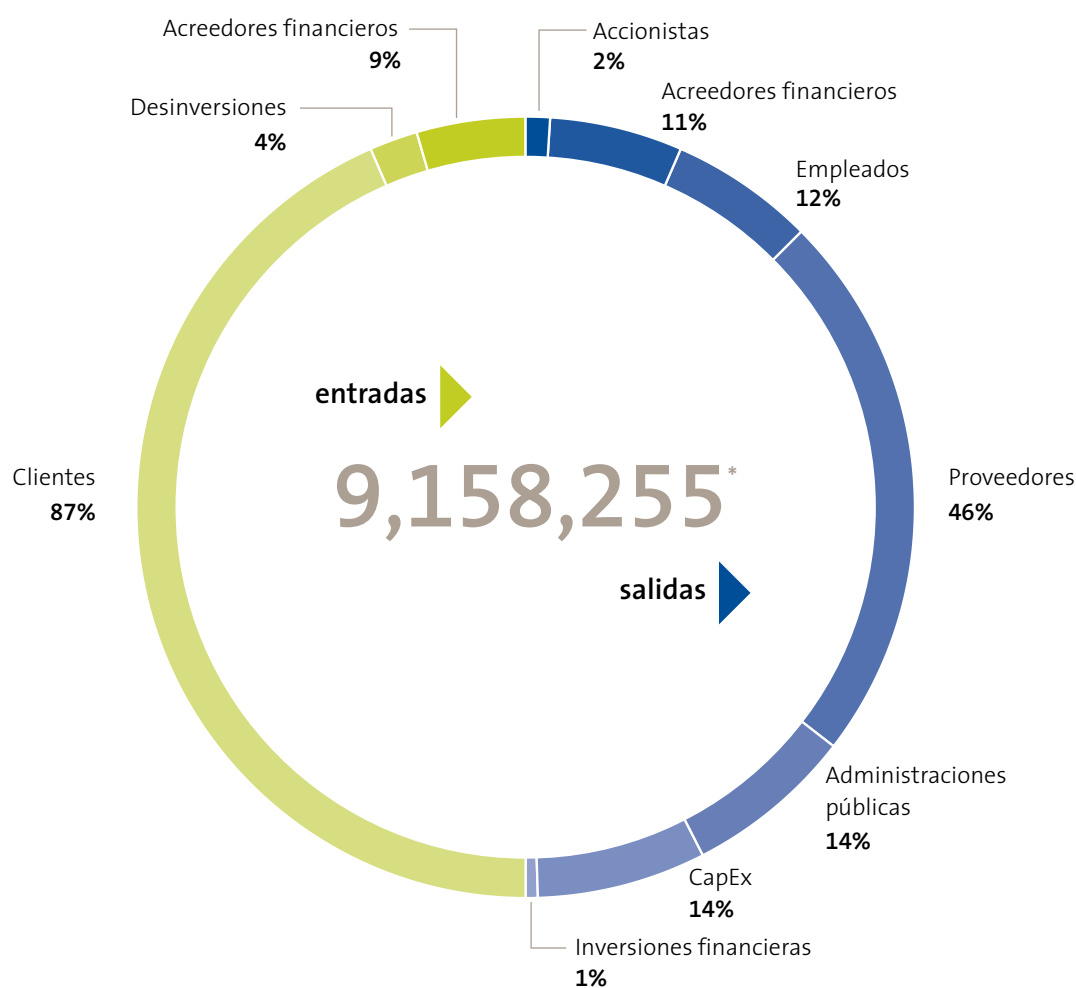
Javier Manzanares Gutiérrez
Presidente del Grupo Telefónica en el Perú

Motor de progreso

En 2008, Telefónica continuó impulsando el desarrollo económico en el Perú

En el período reportado, el Grupo obtuvo ingresos por S/. 9,158 millones, de los cuales se pagaron S/. 4,243 millones a proveedores y S/. 1,122 millones a los empleados. También se destinaron S/. 1,297 millones al pago de tributos y más de S/. 200 millones a los accionistas. Con respecto a las inversiones, se distribuyeron más de S/.1,231 millones para el desarrollo de infraestructura, equipos y plataformas, mientras que S/.74 millones, aproximadamente, fueron asignados a inversiones financieras.

Redistribución de las rentas de Telefónica durante 2008



* Dato en miles de nuevos soles. Consolida los flujos de efectivo generados durante 2008, clasificados por actividades de operación, inversión y financiamiento. La generación de efectivo se origina principalmente por las cobranzas que realiza la compañía, y el uso de las mismas es destinado a pagos o desembolsos. Los datos consideran información de Telefónica del Perú y Telefónica Móviles, la cual fue obtenida de fuentes internas. Estos datos podrían verse afectados por acontecimientos posteriores y efectos evolutivos, que podrían producir modificaciones en su contenido. La información auditada de los estados financieros consolidados de Telefónica del Perú S.A. y Telefónica Móviles S.A., está incluida en las cuentas anuales.

Distribución geográfica de los servicios del Grupo Telefónica en el Perú

A diciembre de 2008

Indicadores

Población del Perú ¹	28,220,764
Accesos de telefonía fija ²	2,771,008
Teléfonos públicos ³	178,818
Accesos de telefonía móvil	13,114,150
Suscriptores de TV paga	631,741
Accesos a banda ancha	688,053

Amazonas
411,011
6,778
751
83,058
584
802

Tumbes
204,650
12,129
791
146,759
570
2,052

Piura
1,725,488
106,158
6,848
756,462
10,703
20,271

Lambayeque
1,142,757
91,586
6,075
731,931
12,114
19,841

Cajamarca
1,455,201
34,999
3,167
466,503
2,309
7,955

La Libertad
1,663,602
158,157
9,176
832,301
25,806
36,626

Lima
9,455,754
1,743,976
100,243
5,408,132
505,453
480,416

Ica
727,824
61,701
4,530
475,466
3,459
14,495

Áncash
1,099,573
70,435
5,952
464,707
8,746
15,819

Pasco
290,275
6,796
535
106,686
645
1,324

Huancavelica
477,102
3,936
715
30,696
128
815

Ayacucho
653,755
18,286
1,949
213,838
526
3,117

Arequipa
1,177,330
132,208
8,394
764,385
26,812
30,065

Moquegua
165,492
12,520
1,319
121,670
1,304
3,288

San Martín
753,339
30,236
1,935
233,755
881
3,824

Loreto
921,518
50,592
2,834
157,807
789
3

Huánuco
795,780
17,673
1,599
170,536
524
4,083

Junín
1,272,890
72,883
6,410
552,505
7,003
12,877

Ucayali
444,619
22,053
1,694
176,398
1,543
4,234

Apurímac
438,782
7,886
1,415
85,238
573
1,623

Cusco
1,216,168
53,927
5,781
333,606
17,065
11,489

Madre de Dios
112,814
5,539
523
12,868
1,258
0

Puno
1,320,075
26,199
3,048
532,354
1,222
5,662

Tacna
294,965
24,355
3,134
256,489
1,724
7,372

Fuente: Osiptel

¹ Fuente: INEI Censos Nacionales 2007, XI de Población y VI de vivienda.

^{2y3} Incluye líneas fijas inalámbricas de Telefónica Móviles.

Resultado de la gestión del Grupo Telefónica en Responsabilidad Corporativa

Responsabilidad Corporativa y Principios de Actuación		Cumplimiento
1 Elaborar el cuarto informe de RC, con activa participación de las áreas en el proceso de auditoría respectivo.	<ul style="list-style-type: none"> Se publicó el cuarto informe de RC, correspondiente a la gestión desarrollada por el Grupo Telefónica en el Perú durante 2007. Además, se preparó la versión <i>online</i> del informe de RC (www.telefonica.com.pe/rc2007), web que también fue difundida desde la intranet de la compañía, a la que tiene acceso la mayoría de colaboradores. 	100%
2 Reforzar el diálogo con los grupos de interés en Lima y provincias.	<ul style="list-style-type: none"> Se realizaron dos paneles de diálogo sobre el informe de RC 2007: uno en Lima y otro en Trujillo. Se organizaron, además, diversos encuentros con los grupos de interés, entre paneles de diálogo, audiencias públicas y comisiones de trabajo. 	80%
3 Incrementar la capacitación en los PdA a toda la planilla ¹ .	<ul style="list-style-type: none"> Se implementó un plan de capacitación <i>e-learning</i>, monitoreado por la Dirección de Recursos Humanos de Telefónica, en coordinación con la Dirección de Comunicación y Responsabilidad Corporativa. 	49%
4 Elaborar un plan de acción en RC, 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 <i>RepTrak</i> TM y del autodiagnóstico.	<ul style="list-style-type: none"> Se desarrolló un plan anual de RC, que contempló el avance y la continuidad de programas, como Generaciones Interactivas, que promueve el uso responsable de las TIC. Se alinearon las acciones de RC de las distintas áreas de la compañía bajo el enfoque de la inclusión digital. 	100%
Clientes		Cumplimiento
5 Implantar el programa ABC, que asegura el cumplimiento impecable de las promesas que se hacen a los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> Durante el año se desplegó el nuevo modelo de atención a los clientes ABC (atención basada en compromisos), en 11 distritos de Lima, donde existe mayor concentración de los servicios de Telefónica. En estos lugares se superó el 80% de satisfacción de los clientes. 	60%
6 Ser líderes en satisfacción al cliente con respecto a las empresas del Grupo Telefónica en la región ² .	<ul style="list-style-type: none"> En telefonía fija, el índice de satisfacción del cliente culminó el año con 6.942 (el más alto de todas las operadoras a nivel regional, por segundo año consecutivo), mientras que en telefonía móvil fue de 7.6. 	100%
7 Liderar el servicio de telefonía móvil en crecimiento y penetración, mejorando la oferta orientada a los segmentos bajos y consolidando la presencia de Telefónica en provincias.	<ul style="list-style-type: none"> Se lanzaron productos como el plan Tarifa Única, así como la Microrrecarga Virtual de S/. 2 y las Súpercargas Movistar, lo que permitió brindar más opciones a los sectores de bajos recursos y lograr 2,6 millones de nuevos accesos. 	100%

¹ Porcentaje calculado considerando OTF, corporativo, Telefónica Centros de Cobro, Telefónica Multimedia.

² El índice de satisfacción del cliente se expresa en una escala del 1 al 10.

Cientes	Cumplimiento
<p>8 Realizar un panel de diálogo sobre inclusión en telecomunicaciones que considere a especialistas y miembros de la sociedad civil vinculados al sector de las telecomunicaciones.</p>	100%
<p>9 Revalidar las encuestas del programa Generaciones Interactivas en colegios de Lima y provincias.</p>	100%
<p>10 Incluir en la intranet, la página web y en otros canales de divulgación, consejos sobre el uso responsable de las TIC.</p>	100%

Empleados	Cumplimiento
<p>11 Mantener a las empresas que figuran actualmente en el ranking del <i>Great Place to Work</i> e incorporar a otras.</p>	100%
<p>12 Seguir trabajando en la mejora de los índices de satisfacción de los empleados.</p>	100%
<p>13 Continuar con el desarrollo del proyecto Promesa Empleado.</p>	80%
<p>14 Implementar acciones para reducir los accidentes laborales, minimizando los riesgos identificados.</p>	75%

Sociedad	Cumplimiento
<p>15 Alcanzar la meta de 17 mil niñas, niños y adolescentes beneficiarios del programa Proniño.</p>	100%
<p>16 Tener capacidad para instalar 501 mil líneas fijas inalámbricas.</p>	100%
<p>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.</p>	80%

Hitos 2008

Medio ambiente		Cumplimiento
18	Obtener la certificación ambiental ISO 14001 para telefonía fija basada en tecnologías inalámbricas de última milla.	<ul style="list-style-type: none">En diciembre se obtuvo el certificado respectivo.Se realizaron talleres de capacitación en normas legales orientadas a la temática de la certificación ambiental. 100%
19	Concluir exitosamente la auditoría de seguimiento a la certificación ISO 14001, obtenida por Telefónica Móviles.	<ul style="list-style-type: none">La auditoría fue realizada por la empresa certificadora Aenor en noviembre, obteniéndose resultados satisfactorios. 100%
20	Realizar el primer envío de equipos móviles en desuso a México y EE UU para su reciclaje, como parte de la gestión del programa Recicla.	<ul style="list-style-type: none">Durante el año, Telefónica Móviles coordinó la recolección de más de 28 mil equipos celulares en desuso y gestionó el envío en mayo de 2009. 100% (a mayo de 2009)
21	Adecuar nuestros procesos internos en materia ambiental a los nuevos requisitos legales que considera la Ley de promoción de infraestructuras.	<ul style="list-style-type: none">Se adecuaron los procedimientos y políticas bajo el marco de la Ley N° 29022 para la expansión de infraestructuras en el sector de las telecomunicaciones.Se realizaron talleres de capacitación en temas ambientales para el personal de Telefónica Móviles y sus proveedores, a cargo del personal de la Gerencia de Calidad y Mejoramiento Continuo, y de especialistas externos en legislación ambiental. 100%

Proveedores		Cumplimiento
22	Divulgar los PdA a los principales proveedores.	<ul style="list-style-type: none">Los PdA se publican en el portal del proveedor (www.telefonica.com.pe/proveedores) y se aplican en todos los concursos y licitaciones. Además, en las condiciones de contratación se hace referencia a los cuatro criterios mínimos de cumplimiento que se inscriben en los PdA.En esa línea, 80 proveedores peruanos fueron evaluados por dicho cumplimiento, como parte del proyecto de extensión de los PdA a la cadena de suministro. 80%
23	Capacitar al equipo local de Compras en aspectos relacionados a RC.	<ul style="list-style-type: none">Se realizaron talleres de capacitación en temas de RC para el personal de la Dirección de Compras. 100%
24	Ampliar el programa de capacitación en RC a proveedores pymes.	<ul style="list-style-type: none">Se desarrolló un programa de capacitación en RC para las pymes proveedoras del Grupo Telefónica en el Perú. 80%

La Responsabilidad Corporativa del Grupo Telefónica se integra en los objetivos y en la estrategia global del negocio

Las iniciativas de RC se constituyen como una combinación equilibrada de impactos positivos y la prevención de impactos negativos en la cadena de valor para cada grupo de interés.

La visión de Telefónica, “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 las Comunicaciones (TIC)”, es el punto de partida de la estrategia de Responsabilidad Corporativa (RC) del Grupo, que queda integrada en los objetivos y en el quehacer de la compañía.

Los impactos positivos y negativos de naturaleza económica, social y medioambiental que el negocio genera o

puede generar como consecuencia de su cadena de valor, se ordenan bajo un marco estratégico común de RC. Este ejercicio permite identificar y priorizar los impactos, según los procesos de la compañía o de las distintas empresas que conforman el Grupo.

Sostenibilidad

El objetivo de la estrategia de RC en Telefónica es contribuir a la sostenibilidad del negocio a largo plazo, mediante la implantación de políticas de ética e integridad que contribuyan a mejorar la

satisfacción de los clientes, empleados, accionistas y, especialmente, de la sociedad.

Marco de gestión

1. **Excelencia en el negocio: “hacer bien nuestro negocio”** es el pilar de la política de RC de Telefónica sobre el que se construye el resto de la estrategia. Para medir su desempeño, además de usar los tradicionales parámetros económicos, la compañía se apoya en varios indicadores: el índice de satisfacción del cliente, el índice de clima y compromiso y el índice de reputación *RepTrak™*, en el que los atributos con más peso en la percepción externa son aquellos relacionados con la oferta de servicios y productos, que pasan por la excelencia de estos y el cumplimiento de los compromisos con el cliente.

2. **Gestión íntegra y transparente: “minimizar el impacto negativo de la cadena de valor”** mediante el compromiso con la ética y la integridad. Los Principios de Actuación (PdA) del Grupo son la norma básica de la que se desprenden políticas y normativas concretas para su cumplimiento frente a los distintos grupos de interés. El órgano encargado de difundir los PdA, asegurar la existencia de los procesos adecuados para su implantación, atender las consultas y denuncias de los distintos colectivos y promover la elaboración de políticas y normativas, es la Oficina de Principios de Actuación, que depende de la Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa. Ejemplos de ello son las normativas, como la extensión de los PdA

Marco de gestión del impacto social de Telefónica

5

Comunicar y dialogar...

a través de información transparente y relevante.

2

Gestión íntegra y transparente...

... para minimizar el impacto de la cadena de valor.

3

Contribución al progreso...

... para maximizar el impacto positivo de las TIC a través de la inclusión y la innovación social.

4

Acción social y cultural...

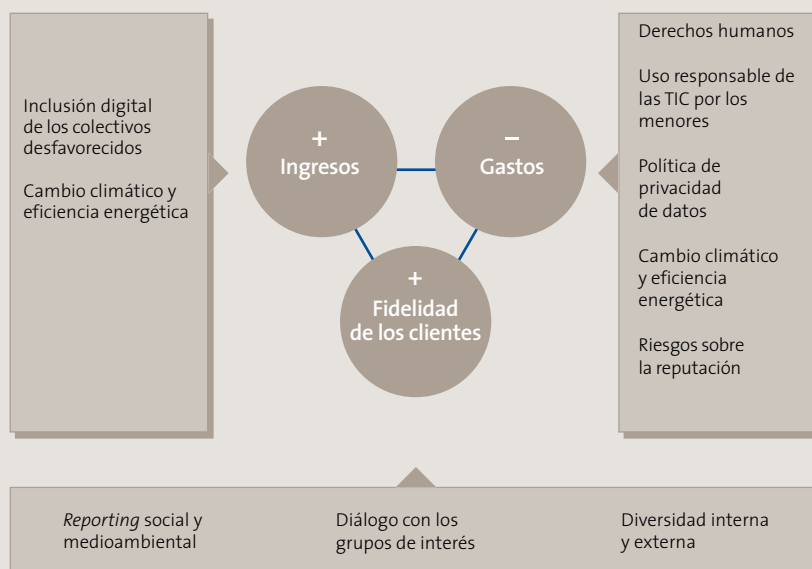
... orientada a la maximización del impacto.

1

Excelencia en el negocio

La base: hacer bien nuestro negocio.

La RC 2.0 - Vinculación de “lo público y lo social” con la cuenta de resultados



Las actuaciones de RC de Telefónica quedan vinculadas a la cuenta de resultados en la medida en que generan ingresos en las unidades de negocio, y aumenten la fidelización de los clientes como efecto de una buena gestión de la reputación de la compañía.

Esto es lo que Telefónica viene a denominar la RC 2.0, la cual, superada la fase de debate interno sobre la necesidad de tomar posición respecto a determinadas cuestiones de impacto social, económico y medioambiental; se enfoca ahora en la definición e implementación efectiva de los proyectos ligados a la consecución de objetivos RC específicos; metas que, en un ejercicio de transparencia, la compañía publica en su memoria anual.

a la cadena de suministro; las compras a proveedores sociales; la protección de datos y contenido para adultos o el sistema de gestión ambiental global.

3. **Contribución al progreso: “maximizar los impactos positivos del negocio”** para mejorar la vida de las personas, el desarrollo de los negocios y el progreso de las sociedades. Se trata de proyectos de inclusión que estrechan las brechas geográfica, económica, educativa, tecnológica y de discapacidad a través de las TIC. Son, en definitiva, negocios inclusivos, integrados en las operaciones y considerados como “motor de crecimiento”: programas formativos en

el uso de las TIC; servicios para personas con discapacidad, etc. Además, las TIC impactan de forma positiva sobre el medio ambiente y la productividad de las empresas por su capacidad para ayudar a reducir el consumo de recursos y luchar contra el cambio climático.

4. **Acción social y cultural: “maximizar nuestro impacto de acción social”**, a través de actividades apoyadas en las TIC para permitir disfrutar del progreso, independientemente de la condición y situación socioeconómica y cultural de las personas. La acción social y cultural en Telefónica se desarrolla a través de la Fundación Telefónica y el área de

Patrocinios. Los programas Proniño, Educared, Voluntarios Telefónica, Debate y Conocimiento, Arte y Tecnología son algunos ejemplos.

5. **Comunicar y dialogar: “puesta en valor de las acciones de RC a través de una comunicación transparente y del diálogo efectivo con los grupos de interés”**, que permitan posicionar a Telefónica como motor de progreso económico, tecnológico y social. Así como en el Perú, Telefónica publica informes anuales de RC en los 17 países donde opera, siguiendo el estándar *GRI (G3)* para su elaboración. De estos, 12 lo hacen bajo la norma AA1000AS.

Un modelo de gestión a partir de los grupos de interés

Con este programa se supera el modelo de dirección tradicional basado en los estados financieros, para pasar a uno en el que la generación de valor se sustenta en la relación con los grupos de interés o *stakeholders*: clientes, empleados, accionistas y la sociedad.

El Grupo Telefónica ha incorporado dentro de su plan estratégico y operativo, herramientas de gestión donde se prioriza la generación de valor, sustentándolas en el desarrollo de iniciativas enfocadas en los grupos de interés. De esta manera, el modelo de gestión de responsabilidad corporativa es llevado a toda la organización para ser la manera de gestionar el negocio.

El programa AHORA se implementó en 2007, y en 2008 obtuvo resultados valiosos para la mejora de la gestión de los servicios que se ofrecen y la relación de la empresa con los principales grupos de interés. Se supera así el modelo de dirección tradicional basado en los estados financieros, para pasar a uno en el que se optimiza la relación con dichos grupos.



Accionistas

Sobre la base de una buena gestión es que los accionistas pueden confiar en Telefónica como una empresa que genera valor, que es competitiva y por tanto prioriza la sostenibilidad del negocio.

El adecuado manejo presupuestal, la inversión rentable, la cuota de mercado, el lanzamiento de nuevos productos que generen mayores ingresos por cliente, una política de buen gobierno corporativo y la mejora en los índices de reputación son indicadores que les señalan que su aporte de capital está en buena dirección.

Clientes

En 2008 –en adición al incremento de usuarios y de la oferta de productos–, el índice de satisfacción del cliente (ISC) mostró importantes mejoras a nivel del segmento residencial, de negocios, de empresas y en los servicios móviles, ofreciendo resultados positivos en el índice general.

Estos resultados estuvieron asociados a la reducción del número de planes tarifarios, a la oferta de paquetes de dúos y tríos, a la reducción de tarifas y a la mejora en la relación con los clientes.

Situación similar se dio en el programa Excelencia Movistar, que condujo a mejorar la calidad del servicio. Esto elevó el ISC (que se mide en una escala del 1 al 10) de 6.23 en enero a 7.60 en diciembre.



Empleados

El compromiso es afianzar una gestión centrada en la comunicación, las oportunidades de desarrollo, el liderazgo, el reconocimiento y la mejora de la calidad de vida de los colaboradores. Durante 2008, seis de las siete empresas del Grupo Telefónica en evaluación fueron reconocidas por el *Great Place to Work Institute Peru*, entidad que distingue a las empresas con mejor clima laboral en el país.

Asimismo, con las actividades desarrolladas en el programa Promesa Empleado, se logró un incremento sustantivo del índice de satisfacción de los colaboradores: de 62.3% (telefonía fija) y 63.9% (telefonía móvil) en enero de 2008, se ascendió a 67.2% y 82.2%, respectivamente, once meses después.

Sociedad

Las TIC son la principal herramienta para que los proyectos del Grupo Telefónica sean consistentes con la actividad y, por tanto, sostenibles. Inversiones para la cobertura geográfica en zonas de menores recursos forman parte del desarrollo de las operaciones, de acuerdo con una visión inclusiva.

La actuación de la Fundación Telefónica resulta sustantiva como operador estratégico de la acción social. En esa línea, el programa Proniño es el más emblemático, ya que ha beneficiado a más de 17 mil niños trabajadores y ha movilizado al Estado y a la sociedad para la erradicación del trabajo infantil. A este programa se suman otros, como Educared, Aulas Hospitalarias y Academias Deportivas.



Cientes

Telefónica quiere brindar mejores experiencias a sus clientes, a través de soluciones innovadoras adaptadas a sus necesidades y posibilidades económicas

Una importante expansión del servicio, mayor cobertura y una mejora en los niveles de satisfacción de los clientes marcaron la pauta

Las inversiones para extender el servicio de banda ancha se incrementaron en 68%. También se lanzaron productos innovadores para que los segmentos de bajos recursos puedan acceder al servicio de telefonía fija e Internet.

Durante 2008, el número de clientes en el Perú experimentó un crecimiento de 21% en el servicio de banda ancha, como resultado de la implementación de una gestión de calidad en atención a los clientes y del esfuerzo por acrecentar la relación de confianza con este grupo de interés. Además, en telefonía móvil se registró un aumento de 39%, mientras que en telefonía de uso público, de 13%.

Satisfacción de los clientes

En 2008, se efectuó el monitoreo del nivel de satisfacción a 7,500 clientes de Telefónica del Perú y 8,980 de Telefónica Móviles. En telefonía fija, el índice aumentó de 6.83 a 6.94, mientras que en telefonía móvil, de 5.9 a 7.6.

La mejora se dio como consecuencia de una serie de medidas de transformación desarrolladas al interior de la organización, que permitieron:

- Garantizar que cada compromiso con el cliente se cumpla de manera eficiente. Un ejemplo de ello fue la ejecución del programa ABC.
- Lograr la inclusión de los sectores de bajos ingresos a través de servicios más accesibles en cuanto a precio y cobertura, como Fonoya y Speedy Control.

Programa ABC

La atención basada en compromisos (ABC) es una iniciativa que se fundamenta en un nuevo modelo integral de servicio, que tiene como objetivo cumplir con las



promesas hechas a los clientes cuando estos solicitan un pedido. Estas promesas se materializan poniendo en agenda los pedidos de acuerdo con las preferencias de

los clientes. El éxito del programa es fruto de la suma de esfuerzos de diversas áreas y de los proveedores, constituidos en aliados estratégicos que trabajan comprometidos

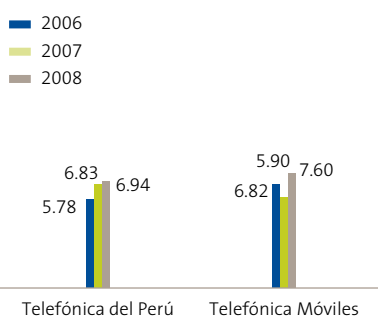
Los clientes de Telefónica

Datos en miles	2006	2007	2008
Telefonía fija	2,582	2,782	2,771
Telefonía de uso público	149	159	179
Telefonía móvil	5,058	9,436	13,114
Cable TV	557	640	632
Banda ancha	468	572	691

Fuente: Osipitel.

En banda ancha se presentan los datos reportados por la empresa, que incluyen los servicios de Cablenet y Giga.

Índice de satisfacción del cliente (ISC)



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

para consolidar el liderazgo de Telefónica en la atención al cliente. El servicio es gestionado centralizadamente a través de un centro de comando, cuya misión es asegurar el cumplimiento de los compromisos y coordinar con los más de 350 agentes de servicio.

Uno de los factores clave son, precisamente, los agentes de servicio multidisciplinarios (AdS), quienes son entrenados con los más altos estándares de calidad para atender diversos tipos de problemas técnicos que pudieran presentar los clientes en sus servicios.

El modelo permite que el servicio se adapte a la disponibilidad de los clientes. Anteriormente, los técnicos estaban especializados en temas específicos. Ahora, un solo técnico puede resolver los diversos problemas que presenta el cliente en una misma visita, así como también ofrecer la venta e instalación de productos adicionales al momento de la atención

Atención al cliente

Datos en miles	Telefónica del Perú	Telefónica Móviles
Llamadas atendidas dentro de los niveles de servicio establecidos internamente (antes de 10 seg.)	12,861	23,425
Llamadas atendidas en centros de atención al cliente	15,237*	23,398

* Incluye llamadas atendidas en el 102 y 104.

Relación con los clientes

	Telefónica del Perú	Telefónica Móviles
Distribuidores o puntos de venta (tiendas franquiciadas)	1	2,000*
Tiendas propias	30	47
Visitantes únicos al canal <i>online</i>	5,663,604	15,012,961

* Debido a las particularidades de su negocio, Telefónica Móviles cuenta con una importante red de puntos de venta en autoservicios, tiendas por departamento y otros establecimientos comerciales.

domiciliaria. La versatilidad de los AdS permite solucionar inconvenientes que no se registraron en el pedido inicial, poniendo a prueba la capacidad de reacción de dichos especialistas.

Este cambio en la atención al cliente marca el inicio de una nueva era para la compañía y acelera la evolución de los servicios técnicos dirigidos al cliente, integrándolos y haciéndolos más personalizados.

El programa se ejecutó con éxito en 11 de los principales distritos de Lima y en una provincia (Chiclayo), y para 2009 tiene como reto extenderse a nivel nacional. A 2008, la satisfacción de los clientes con los agentes de servicio se encontró por encima del 80%,

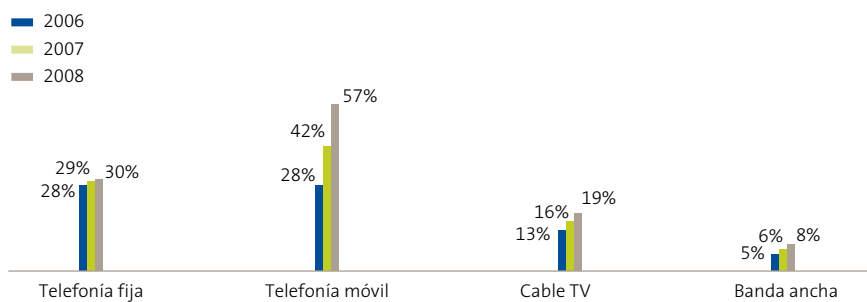
en los principales distritos de Lima. La meta para 2009 es aumentar ese resultado a 85%, incluyendo los distritos que próximamente contarán con el programa ABC.

Speedy Control

Nuevo servicio que permitió ampliar la oferta de productos de banda ancha. Es más económico y se adecúa a las necesidades de los usuarios de menores ingresos.

Por tener un bajo costo mensual, los hogares que no contaban con Internet pudieron acceder a este servicio por un pago fijo mensual de S/. 60, que les brindaba 80 horas de conexión. En caso de necesitar más

Hogares con servicios de telecomunicaciones a nivel nacional



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática.

tiempo de navegación, el usuario puede utilizar las Tarjetas 147, a un valor de S/. 1 la hora de conexión.

Fonoya

Uno de los grandes retos del Grupo es llevar progreso a través de cada uno de los productos y servicios que ofrece. En concordancia con este propósito, durante 2008 fue fundamental la implementación del Fonoya, nombre comercial que Telefónica le dio a su nuevo servicio de telefonía fija inalámbrica soportado en tecnología GSM. El servicio fue principalmente potenciado en las zonas más distantes de la capital: Carabayllo, Comas, Los Olivos, San Martín de Porres, Ate, San Juan de Miraflores, Villa María del Triunfo, Chorrillos, Villa El Salvador, San Juan de Lurigancho, Puente Piedra y el Callao.

Por S/. 1 diario, o S/. 30 mensuales, estos clientes cuentan con un plan tarifario que incluye 3,600 segundos libres, sin cargo por establecimiento de llamada y con acceso a los servicios de correo de voz y llamadas por cobrar. A diciembre de 2008, existían tres mil nuevos clientes rurales que gozaban de este novedoso servicio.

nuevas y al incremento de velocidad de anchos de banda en Lima, de acuerdo con la tendencia internacional del mercado de las telecomunicaciones.

Telefónica Móviles obtuvo la concesión de las bandas de 450 Mhz y 900 Mhz para telefonía fija inalámbrica y servicios públicos móviles, respectivamente. Como parte de este compromiso, se implementó el servicio de telefonía fija inalámbrica que tiene como objetivo beneficiar a más de 500 mil familias de las zonas periféricas de Lima y el Callao. En los próximos cuatro años, se sumarán otras 700 mil nuevas líneas que se instalarán en otras localidades en todo el país.



Nuevos productos y servicios Movistar

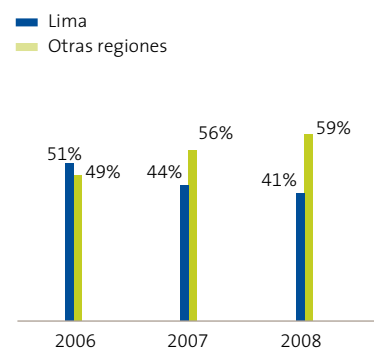
Telefónica busca innovar en cada uno de los productos y servicios que ofrece, adaptándose a las exigencias del mercado y de sus consumidores. Así, reforzó su presencia comercial en todo el Perú, fortaleciendo los atributos de marca e innovando en ofertas y promociones. Destacan campañas, como Triplica Movistar, Supercargas Movistar y Microrrecargas, así como Tarifa Única y Habla Más, que permitieron incentivar el uso de la telefonía celular, teniendo como clave la calidad de atención en el servicio y la accesibilidad.

También se continuó innovando en servicios de valor añadido, al incorporar a su oferta servicios de entretenimiento, como Video Play, TV Movistar y Messenger, además de servicios de mensajes de texto, como SMS por cobrar y SMS Yo pago, que brindan mayores facilidades para comunicarse.

Más inversiones, más inclusión

En Telefónica del Perú se dio un incremento importante en la inversión en banda ancha respecto a 2007, lo que se debe principalmente al crecimiento de las inversiones del negocio de Internet para la expansión de los accesos en localidades

Cobertura de Movistar en el Perú



Fuente: Osipitel.

Reclamos por facturación

Empresa	Total	% respecto del total de líneas en servicio
Telefónica del Perú		
2007	419,554	15.1
2008	557,285*	20.1
Telefónica Móviles		
2007	27,367	-
2008	9,219	-

* Incluye segmentos residencial y negocios.

En Telefónica Móviles se hizo especial énfasis en ampliar su presencia en más localidades del país, a través de programas como el Plan 2,000 localidades y el Plan de expansión de cobertura Movistar, que permitió atender a 12,693 centros poblados del país. Esta expansión impulsó el crecimiento del número de clientes en provincias en 45% con respecto a 2007, con lo cual se incorporó a más de dos millones de nuevos clientes en el interior del país.

Menos reclamos por facturación

Garantizar la correcta y oportuna facturación de las rentas, tráficos, descuentos y servicios varios es una de las principales preocupaciones de Telefónica.

Para lograrlo se plantearon las siguientes metas:

- Gestionar la normal ejecución de los procesos de facturación, asegurando el cumplimiento de las fechas establecidas y tomando como marco el calendario de facturación, esto dentro de los estándares y normas de calidad vigentes.

- Evaluar continuamente el desarrollo de los procesos y el rendimiento del sistema de facturación para elaborar propuestas en pro de su optimización.

Por otro lado, en cuanto a temas de calidad, Telefónica del Perú obtuvo en 2008 la certificación ISO 9001 para sus procesos de provisión, supervisión, operación y mantenimiento correctivo y preventivo de las infraestructuras y redes de telecomunicaciones en el ámbito nacional.

Además, se efectuaron modificaciones a la ISO 9001 en los procesos que se detallan en la tabla adjunta.

Actualizaciones de la ISO 9001

Empresa	Procesos certificados	Modificaciones
Telefónica Móviles	<ul style="list-style-type: none"> • Facturación • Reclamos • Cobranzas 	El proceso de cobranzas fue incorporado en la certificación ISO 9001.
Telefónica del Perú	<ul style="list-style-type: none"> • Reclamos • Facturación • Recaudación • Cobranzas • Compras • Gestión de calidad 	Los procesos, ya certificados anteriormente, fueron agrupados en una sola certificación.

Seguridad para los clientes

A lo largo de 2008, Telefónica implementó las recomendaciones para el uso responsable de las tecnologías en materias como protección al menor y seguridad de datos, para lo cual puso a disposición de sus clientes los siguientes servicios:

- La Zona de seguridad *Speedy*, paquete de *MacAfee* que ofrece seguridad integral para la navegación en Internet. Incluye antivirus, antiespía, control parental, cámaras de seguridad con claves secretas y *antiphishing*.
- *Private Service*, a través del cual los padres pueden restringir el acceso a ciertas páginas web. Los clientes que lo adquieren también tienen la posibilidad de controlar el tiempo que sus hijos permanecen en la zona de juegos.
- También existen productos como el Movistar Kids, teléfono celular que se programa para tener salida exclusiva a dos números celulares (generalmente, los de los padres) y a un teléfono fijo (el de la casa).

Empleados

En 2008, las empresas del Grupo Telefónica que operan en el Perú emplearon directamente a más de 15 mil personas

Seis empresas del Grupo Telefónica en el Perú se posicionaron entre las mejores para trabajar en el país

El índice de satisfacción laboral en la compañía se elevó a 73.8%, 5.8 puntos porcentuales más que el correspondiente a 2007, como resultado de la estrategia Promesa Empleado, iniciativa que tiene como finalidad convertir a las empresas del Grupo en los mejores lugares para trabajar en el sector.

De acuerdo con la estrategia corporativa de una gestión basada en los grupos de interés –puesta en práctica mediante el programa Ahora–, el Grupo Telefónica está comprometido con el desarrollo profesional de todos sus trabajadores. Para ello, desarrolla la estrategia Promesa Empleado, compuesta por cinco ejes de actuación: liderazgo, comunicación, desarrollo y compensación, reconocimiento y calidad de vida.

Liderazgo

En este eje, Telefónica impulsó tres programas: Suma-T, Formación de líderes y Gestión de microclimas. El primero tiene como objetivo crear un espacio de comunicación efectiva entre el líder y sus colaboradores, sobre la base de los siguientes principios: respeto, humildad y autocritica, veracidad, justicia y desarrollo de las personas.

Formación de líderes busca sensibilizar a los líderes sobre la necesidad de un cambio dentro de la organización, orientado a la mejora del clima laboral y a desarrollar competencias que buscan gestionar la innovación y el compromiso con los clientes.

Gestión de microclimas mide los índices de clima laboral de cada área para que cada una de estas inicie acciones de mejora, en caso sea necesario.

Comunicación

Se realizaron reuniones mensuales con los líderes (comunicadores) y se promovieron espacios de interacción, como los desayunos de trabajo Acerquémonos más (en Telefónica Móviles), donde se socializa y se tratan temas de interés general para la compañía.

Promesa empleado



Desarrollo y compensación

Para el mejor desempeño de los empleados se les brinda capacitación y el entrenamientos necesarios. Asimismo, durante 2008 se implementaron las siguientes iniciativas: publicación de las vacantes al interior de la empresa, se informó cómo se fijan las remuneraciones, así como las rotaciones internacionales, las maestrías *in house* y su financiamiento.

Reconocimiento

Se cuenta con el programa Suma-T al reconocimiento, orientado a distinguir individualmente las buenas actitudes y los liderazgos positivos.

Calidad de vida

Telefónica continuó con las actividades para el esparcimiento y el fomento de las buenas relaciones entre los empleados. También se impulsó la gestión de microclimas, donde cada una de las áreas de la compañía conoce sus índices de clima laboral y presenta planes de acción con la finalidad de mejorarlos.

Para que los trabajadores alcancen un mayor equilibrio entre el trabajo y su vida familiar y profesional, se implementó la iniciativa Respeto a la jornada de trabajo. Asimismo, se promovió entre los empleados el uso de sus periodos vacacionales en las oportunidades establecidas por ley.

Distribución del Grupo Telefónica por funciones

Empresas	Apoyo	Comerciales	Operación
Telefónica del Perú	11%	32%	57%
Telefónica Móviles	20%	80%	0%
Atento Perú	1%	0%	99%
<i>tgestiona</i>	3%	1%	96%
Otros	18%	67%	15%

Los empleados del Grupo

Al cierre de 2008, la compañía empleó directamente a 15,213 personas, cifra relativamente mayor a la de 2007. La empresa que siguió concentrando la mayor cantidad de empleados fue Atento Perú, seguida de Telefónica del Perú.

Cinco años es la antigüedad promedio de un empleado del Grupo Telefónica en el país, quien contribuye con más de 2,250 horas anuales de trabajo y tiene una edad media de 34 años. Cabe precisar que, de acuerdo con el período reportado, el Grupo cuenta con 28 empleados que tienen alguna discapacidad física o cognitiva.

Un mejor lugar para trabajar

En 2008, uno de los resultados más evidentes de la estrategia Promesa Empleado, iniciada un año antes, es el reconocimiento a cuatro empresas del Grupo por integrar el ranking de las 30 mejores empresas para trabajar en el Perú, elaborado por el *Great Place To Work Institute*.

Adicionalmente a este ranking, otras dos empresas del Grupo, Telefónica Móviles y Telefónica Servicios Comerciales, fueron reconocidas junto a Atento Perú y *tgestiona*, por ser compañías con más de 700 trabajadores que han demostrado tener a más de las dos terceras partes de su personal satisfecho.

Balance y comunicación

Por otro lado, la compañía desarrolla prácticas para que los colaboradores disfruten de un equilibrio en el tiempo que le dedican a su vida familiar y laboral.

Igualdad de oportunidades

Mujeres en Telefónica ¹	45%
Mujeres en puestos intermedios y directivos ²	66%

¹ Cálculo obtenido sobre el total de colaboradores de la compañía.

² Cálculo obtenido sobre el total de directivos y mandos intermedios de la compañía.

Planilla física

Empresas	2007	2008
Telefónica del Perú ¹	5,664	5,515
Telefónica Móviles	1,183	1,043
Atento Perú	6,209	6,755
<i>tgestiona</i> ²	1,416	1,818
Otros ³	82	82
Total	14,554	15,213

¹ Considera a OTF, CCP y filiales.

² Considera a Telefónica Centros de Cobro.

³ Considera a Terra Networks y a Pléyade Perú.

Por ejemplo, ofrece la posibilidad, en las áreas donde es viable, de contar con una jornada que les permita concluir sus labores el día viernes a la 1:45 p.m., acumulando las horas restantes de lunes a jueves. Asimismo, se facilita la compensación de horas extras por días de descanso.

La coherencia de los mensajes que reciben los empleados es un tema fundamental al interior del Grupo. El principal órgano

Beneficios

Planilla con planes de pensiones	2,747
Planilla con seguros de vida	8,496
Planilla con seguros médicos privados	8,368
Planilla con ayudas para alimentación	997

Empresas reconocidas por el *Great Place to Work*

<i>tgestiona</i> *
Atento Perú
Terra Networks
Media Networks
Telefónica Móviles
Telefónica Servicios Comerciales

*Considera a Telefónica Centros de Cobro.

de comunicación es *Enlínea*, soporte informativo para todos los trabajadores. Además, se cuenta con canales de comunicación electrónicos (correos para recibir quejas, dudas y comentarios) y la intranet corporativa, a la que acceden diariamente miles de empleados.

La empresa también genera diversos espacios de interacción que congregan a 400 líderes, aproximadamente, para comunicarles los



hechos más relevantes que acontecen en la compañía y, de esta manera, repliquen su difusión a todos los empleados.

Capacitación

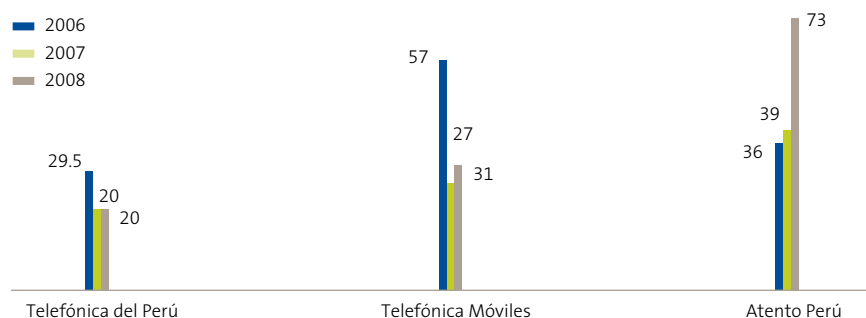
Para Telefónica, el principal activo de su gestión es su personal, por lo que resulta importante la inversión constante que realiza en la capacitación y desarrollo profesional de sus trabajadores. Así, en 2008 un total de 7,149 empleados contaron con un plan de formación individualizado.

Meritocracia

Sistema que permite la toma de decisiones de manera diferenciada para identificar los talentos, planificar las acciones de desarrollo, revisar las compensaciones y planificar los cuadros de sucesión de los colaboradores.

Además, impulsa el aprendizaje y desarrollo de los empleados porque a partir de una evaluación anual se realiza un *feedback* entre líder y colaborador, y se establece un plan de desarrollo individual.

Horas de formación por empleado



Programa Formación de líderes

	Participantes	Duración per cápita
Alta dirección	56	16 horas
Predirectivos	314	22 horas
Ejecutivos	493	24 horas

Datos consideran a Telefónica del Perú y a Telefónica Móviles.

En 2008, el 89% de los colaboradores de Telefónica del Perú recibió *feedback* de sus líderes, y se implementaron más de 1,500 planes de desarrollo. Por otro lado, se presentaron 3,350 postulaciones a nuevas vacantes, 147 de las cuales fueron cubiertas internamente.

Relación con sindicatos y libertad de asociación

Las relaciones con los sindicatos marcharon de manera positiva en 2008. Se crearon ocho comisiones de trabajo con los representantes sindicales, mediante las cuales los trabajadores alcanzaron sus sugerencias

en temas como estructura de cargos, capacitación, seguro médico, actividades de integración y proyección social, empleo de herramientas y vestuario.

Las comisiones son experiencias valiosas porque tienen un enfoque amplio, al contar con miembros de la empresa y el sindicato que permiten tomar decisiones coordinadas.

Por otro lado, durante el año se pudieron percibir los beneficios pactados en 2007, de acuerdo con los convenios colectivos suscritos. A fines de 2008 se iniciaron las negociaciones colectivas para determinar las nuevas condiciones que regirían en 2009.

Seguridad y salud

Velar por la gestión de la seguridad y la salud en el empleo es una tarea en la que participan los trabajadores y la propia empresa, por lo que se realiza un seguimiento de los temas más sensibles y en concordancia con el reglamento presentado ante la autoridad laboral. Si bien se registraron dos accidentes laborales de gravedad, durante el año no se produjo ningún fallecimiento.

También se realizaron visitas de inspección de salud y seguridad a siete locales de la compañía, entre los meses de agosto y setiembre de 2008.

Con el fin de brindar mejores prestaciones de salud a los empleados, se inauguraron tres nuevas unidades médicas en las oficinas zonales de Iquitos, Piura e Ica, que cuentan con los servicios de medicina ambulatoria, farmacia, laboratorio y prevención en salud para los empleados afiliados al seguro médico.

Por su parte, los empleados de las oficinas zonales de Arequipa, Cusco, Chiclayo, Piura y Trujillo pueden recibir asistencia médica en sus hogares gracias a un programa que cubre casos de atención ambulatoria y exámenes médicos importantes.

Durante el año se realizaron diversas campañas informativas internas sobre variados temas de salud, usando a las carteleras y boletines *Enlínea* como canales de comunicación.

Libertad de asociación y negociación colectiva

Planilla que cuenta con convenios colectivos	5,843
Días de maternidad	108
Demandas laborales de trabajadores	1,528

Información sobre accidentes y enfermedades laborales

	2007	2008
Accidentes laborales en el período	19	13
Accidentes laborales graves	17	2
Fallecimientos por accidentes laborales	2	0
Días perdidos debido a accidentes durante el ejercicio	225	142

Datos referidos a Telefónica del Perú y a Telefónica Móviles.



Proveedores

Telefónica emprendió una serie de capacitaciones en RC para sus proveedores locales y su equipo del área de Compras

Cerca del 90% de las adjudicaciones se destinaron a proveedores locales

En el Perú, donde el empresariado local está constituido en su mayoría por pymes, resulta de vital importancia elevar los estándares en las cadenas de valor debido al impacto económico y social que generan.

El Grupo Telefónica en el Perú está convencido de que la competitividad de una industria y la madurez de los mercados dependen directamente de los niveles de calidad y responsabilidad que cumplan las empresas que integran la cadena de valor. Por ello, Telefónica está comprometida con el desarrollo de capacidades en la gestión responsable de las empresas proveedoras que conforman su cadena de suministro.

Cómo se compra

Telefónica efectúa sus procesos de compra de acuerdo con un modelo de gestión común llamado Modelo de Compras de Telefónica (MCT), que se caracteriza por garantizar la transparencia en los procesos de selección, así como la igualdad de oportunidades para todos los proveedores.

Qué y a quiénes les compra Telefónica

Durante 2008, la cantidad de proveedores adjudicados fue de 2,083. En cuanto al volumen de compras del año, las adjudicaciones locales sumaron S/. 3,166 millones, lo que constituye un aumento del 11.3% respecto a 2007.

Indicadores de compras

	2007	2008
Proveedores adjudicados	2,143	2,083
Proveedores locales	1,925	1,820
% de proveedores locales	90.0	87.4

Las compras que realizan las empresas del Grupo Telefónica se pueden clasificar en seis grandes rubros: publicidad y marketing,



Capacitación en RC

El 18 y 25 de setiembre de 2008 se realizó un taller de capacitación sobre RC para pymes, en el que se difundió información relevante acerca de la relación de la responsabilidad social con el desarrollo y la competitividad de las empresas, así como el desafío que significa implementar este paradigma en la gestión de las pymes.

A su vez, el equipo de Compras de Telefónica también participó en una capacitación de 16 horas sobre esta misma temática, brindada por la organización Perú 2021.

Etapas del Modelo de Compras de Telefónica (MCT)



1	IDENTIFICACIÓN DE NECESIDADES	Todas las áreas de compras participan desde que se detecta la necesidad de compra.
2	PETICIÓN DE OFERTAS	Se da mediante un trato equitativo y de igualdad de oportunidades para los oferentes que cumplen el perfil definido.
3	NEGOCIACIÓN	Modalidades utilizadas: - Rondas de negociación. - Subastas.
4	MESA DE COMPRAS	Adjudicación por unanimidad entre todas las áreas implicadas.
5	COMUNICACIÓN	Se comunica a los proveedores oferentes si han resultado o no adjudicatarios.

Más comprometidos

Debido a la cercanía que tienen los proveedores con los clientes de Telefónica, muchas veces depende de aquellos la percepción de calidad y responsabilidad que se tiene de la compañía. En ese sentido, es de vital importancia que los proveedores operen bajo el marco de los PdA del Grupo.

Así, Compras Responsables es un proyecto que tiene como objetivo cuidar que los proveedores actúen de acuerdo con pautas mínimas de responsabilidad. Para ello, se está implantando la norma general de extensión de los PdA a la cadena de suministro, que establece cuatro criterios mínimos de cumplimiento:

- No al trabajo infantil.
- No al trabajo forzado.
- No se permitirán condiciones laborales de riesgo para la vida de los trabajadores o trato inhumano en el trabajo.
- Cumplimiento de la ley en el tema medioambiental.

La norma general también establece una clasificación en función del riesgo que entrañan los proveedores y establece un proceso en el que se evalúa a los que comprometen cuestiones de riesgo.

En el período reportado, se evaluó a 80 proveedores peruanos de acuerdo con los lineamientos del programa Compras Responsables y se auditó a cinco de ellos.

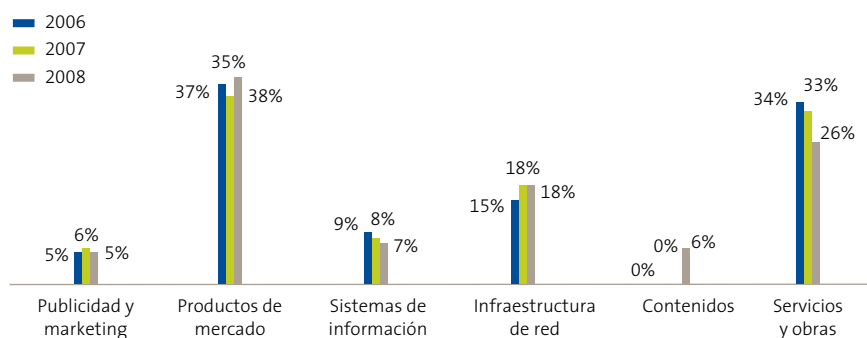
productos de mercado, sistemas de información, infraestructura de red, contenidos y servicios y obras.

En 2008, al igual que en 2007, las adquisiciones relacionadas a productos de mercado fueron las más importantes, constituyendo el 38.2% del total del volumen de compras adjudicadas.

En el siguiente gráfico se especifica el porcentaje de la distribución de compras por línea de producto.

En cuanto a la responsabilidad de la compañía con su cadena de suministro, se reportó el 77.4% de facturas pagadas dentro del plazo, que equivalen al 76.2% del volumen total de compras.

Distribución de compras por líneas de producto



Compras a proveedores por tramo de facturación

Categorías	Tramo de facturación	N° de proveedores	% de proveedores
1	Hasta S/. 200 mil	1,405	67.45%
2	Entre S/. 200 mil y S/. 400 mil	177	8.50%
3	Entre S/. 400 mil y S/. 2 millones	278	13.35%
4	Entre S/. 2 y S/. 4 millones	84	4.03%
5	Entre S/. 4 y S/. 8 millones	54	2.59%
6	Superiores a S/. 8 millones	85	4.08%
Total		2,083	100%

Nota: para efectos de este cuadro, el tipo de cambio utilizado es S/. 4.00 por euro.

Gobierno corporativo

Las empresas del Grupo Telefónica aplican buenas prácticas de gobierno corporativo, teniendo en cuenta los intereses de sus inversionistas y de la sociedad

La rendición de cuentas y la transparencia son la base de gobierno en el Grupo Telefónica

La Bolsa de Valores de Lima reconoció a Telefónica por sus buenas prácticas en temas de gobierno corporativo, previa validación de una firma auditora externa.

Internamente, Telefónica del Perú ha implementado las principales recomendaciones nacionales sobre buen gobierno corporativo y cumple con las mejores prácticas internacionales en esta materia, habida cuenta que, en el Grupo Telefónica, las empresas que cotizan en las bolsas de valores cuentan con estándares internacionales comunes, con independencia de su nacionalidad y de las exigencias locales de los mercados de cotización.

En los últimos años, el esfuerzo de aplicar buenas prácticas de gobierno corporativo ha sido consistente, bien percibido por los inversores y valorado por la sociedad. En 2008, la Bolsa de Valores de Lima reconoció a Telefónica por sus buenas prácticas, previa validación de una firma auditora externa que mide el nivel de cumplimiento de los principios de gobierno corporativo.

Asimismo, en 2006 y 2007 la compañía obtuvo premios en la primera y segunda edición del concurso Buen Gobierno Corporativo, organizadas por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y Procapitales.

Trato a sus accionistas

Telefónica del Perú tiene un respeto absoluto por los derechos de los accionistas y, en tal sentido, busca promover su participación en las juntas generales respectivas y facilitarles el ejercicio pleno de sus prerrogativas.

Ello se manifiesta en las siguientes acciones:

- Convoca a las juntas con una anticipación mayor a la exigida por ley.

Dado el elevado número de accionistas minoritarios –mayor a 80 mil–, se utiliza el medio más masivo para difundir la convocatoria.

- Facilita el pleno ejercicio de sus derechos en las juntas generales y especiales, y permite el otorgamiento de poderes a cualquier tercero, sin costo alguno, previo registro ante la compañía y con la debida anticipación a la fecha de realización de las juntas.
- Promueve su derecho a la información, facilitándoles en forma oportuna la agenda e información que se somete a consideración de las juntas generales y especiales. Dicha información es puesta a su disposición en medios físicos en el local de la empresa, así como en la página web de la compañía.
- Da un trato equitativo a sus accionistas, quienes cuentan con iguales derechos, salvo para la elección de directores, en cuyo caso, estatutariamente se ha establecido un mecanismo que fue aprobado por las juntas especiales respectivas.

- Mantiene actualizados sus registros de propiedad.

Transparencia con el mercado y los organismos reguladores

Consciente de la importancia que tiene la información para la adopción de las decisiones de inversión, Telefónica del Perú ha tomado las siguientes medidas

que consolidan su compromiso con la transparencia frente al mercado:

- Tiene una política de revelación y comunicación de información que se caracteriza por ser clara, veraz, transparente y oportuna, de manera que todos los participantes del mercado puedan tomar decisiones informadas.
- Esta política permite el acceso a la información relevante de la empresa y de su grupo económico de forma simultánea y no discriminatoria, a través de distintos medios: comunicaciones oficiales a los mercados, comunicados de prensa y publicaciones en la página web. De esta forma, se reportan los hechos de importancia, la información financiera del grupo económico, el capital social, la relación de accionistas con participación mayor o igual al 5% del capital social, la memoria anual y los dictámenes anuales de los auditores externos, entre otros. Así, en 2008 se presentaron a la Conasev (Comisión Nacional Supervisora de Empresas y Valores) aproximadamente 40 comunicaciones de hechos de importancia.
- En su página web ofrece una sección especial sobre gobierno corporativo, en la que brinda información acerca del capital social, del funcionamiento de la junta general de accionistas, del Directorio y sus comités, de la composición de dicho órgano, la trayectoria profesional de sus miembros, las normas que rigen su funcionamiento y de sus acuerdos adoptados. También puede encontrarse en la web información sobre el estatuto social, las memorias anuales y las mociones que se someten a consideración de las juntas.

- Concibe al Directorio como el actor central de su buen gobierno corporativo, por ello, lo ha configurado como un órgano de supervisión y control ya que la gestión ordinaria de los negocios está encomendada a los órganos ejecutivos y al equipo de dirección. En su rol de supervisión y control, el Directorio participa en la definición del presupuesto anual, de los planes de negocio, de los asuntos críticos y de las operaciones que, por su envergadura económica o visión estratégica, así lo ameritan. Está conformado por profesionales con integridad moral, independencia de criterio y con experiencia en dirección y telecomunicaciones. Acorde con las nuevas tendencias, en su composición se busca que el número de directores independientes supere al número de directores externos.
 - En el ejercicio 2008 se aprobó el Reglamento del Directorio y sus comités, que regula el funcionamiento de estos órganos y establece las reglas generales para la actuación de los directores, entre las que destacan: su deber de lealtad a la compañía; la prohibición de realizar inversiones u operaciones ligadas a los bienes de la compañía de las que hayan tenido conocimiento con ocasión del ejercicio del cargo para beneficio propio o de personas vinculadas; la prohibición de valerse de su posición para obtener una ventaja patrimonial, así como la obligación de informar al Directorio de cualquier situación de conflicto que pudieran tener con el interés de la sociedad. El reglamento también establece la responsabilidad de los directores por la realización de actos contrarios a la ley y al estatuto social.
 - Cuenta con un Comité de Auditoría, cuyas funciones son asegurar el cumplimiento de las normas de control, tanto internas como externas; procurar que los sistemas de control interno se ajusten a las políticas y principios contables generalmente aceptados; velar por la suficiencia y confiabilidad de la información financiera; y, en general, coordinar y supervisar el trabajo de los auditores externos. Este comité está integrado por directores independientes con experiencia financiera.
 - El Comité de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno tiene la función de pronunciarse sobre las propuestas de nombramiento, reelección y cese de directores y altos directivos de la compañía, así como sobre los planes de incentivos; evaluar las prácticas de gobierno corporativo asumidas por la compañía, y supervisar la información que al respecto se emita. Está integrado por directores independientes.
 - El Comité Ejecutivo tiene asignadas en forma permanente diversas facultades del Directorio, entre ellas, establecer y modificar la estructura orgánica de la compañía; celebrar contratos, convenios y compromisos de toda naturaleza; decidir el inicio de los procedimientos judiciales o administrativos; autorizar la colocación, retiro, transferencia y enajenación de fondos, rentas y valores pertenecientes a la empresa; realizar operaciones económico-financieras diversas; y designar representantes, asesores externos y apoderados, entre otros.
 - La empresa cuenta con normas internas aprobadas al más alto nivel, dirigidas a (i) regular el procedimiento de comunicar la información a los mercados y determinar las obligaciones que asumen el representante bursátil y los funcionarios que acceden a la información relevante de la empresa; (ii) mantener los niveles de control necesarios que garanticen un correcto reflejo de las operaciones y de los saldos incluidos en los estados financieros de la compañía y de las empresas del Grupo, así como los procesos adecuados para que la información financiera-contable de estas sea completa; y (iii) regular la contratación de los auditores externos y establecer prohibiciones a la contratación de determinados servicios por considerar que podrían vulnerar la independencia del auditor.
 - Existe un canal de denuncias disponible para todos los colaboradores, a través del cual pueden comunicar de forma confidencial y anónima las irregularidades de potencial trascendencia, especialmente financieras y contables, que se adviertan en la compañía.
- Como se puede constatar, el Grupo Telefónica reconoce la importancia de la aplicación de las prácticas de buen gobierno corporativo, y reitera públicamente su compromiso de integrar a su gestión los nuevos principios nacionales e internacionales que tienden a la mejora de la transparencia y la calidad en la gestión de las empresas que lo conforman.

Principios de Actuación

Los PdA involucran a toda la organización y sirven de orientación para decidir cómo actuar en diversas situaciones

Se hacen extensivos no solo a los empleados sino a la cadena de suministro

Los Principios de Actuación son la guía que orienta al Grupo Telefónica en el establecimiento de las relaciones con sus grupos de interés: clientes, empleados, accionistas, proveedores y la sociedad.

La confianza, la honestidad, la integridad y el respeto por la ley y los derechos humanos son los principios generales de la compañía y constituyen la base de la relación que entabla con sus grupos de interés. Para la identificación de los Principios de Actuación (PdA) y la elaboración de dicha guía se tomaron en cuenta las mejores prácticas en materia de ética en el mundo empresarial, así como las sugerencias de los colectivos con los que Telefónica se relaciona día a día.

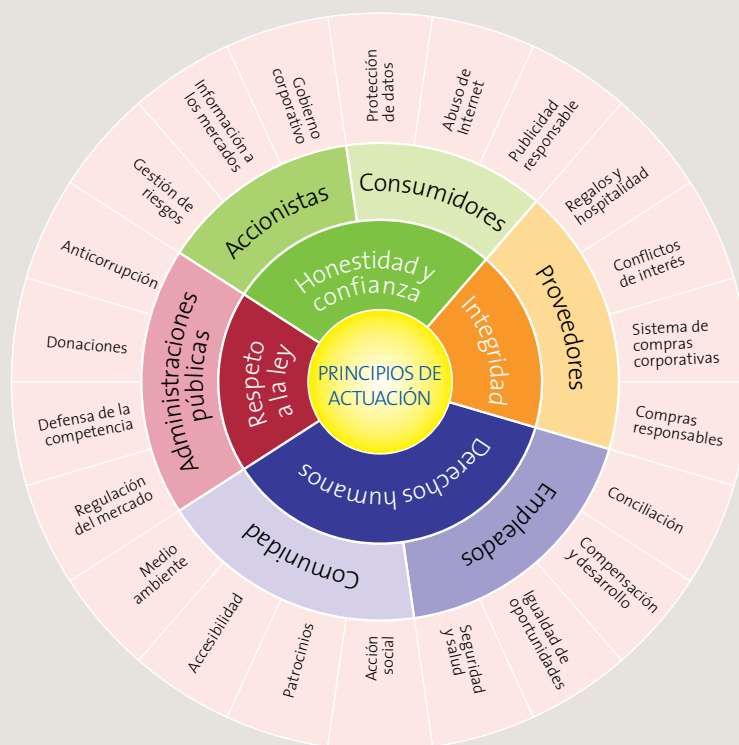
Se trata de involucrar a toda la organización no solo en el conocimiento de los fundamentos éticos de Telefónica, sino también en situaciones puntuales que puedan tener los colaboradores con cada grupo de interés en particular. Hacer tangibles esos fundamentos, a través de respuestas prácticas en distintos contextos, ayuda a los colaboradores a que el Código de Ética no les resulte lejano ni complejo, sino que adquiera utilidad en sus actividades diarias.

Implantación de los PdA

En 2008, se pusieron en marcha los cinco módulos de contenidos desarrollados y propuestos por Telefónica, que constituyen el curso de capacitación de los PdA. Los colaboradores pudieron acceder a ellos desde la comodidad de sus oficinas u hogares a través de la plataforma A+, herramienta multimedia de *e-learning*.

En cada módulo se revisaron casos y situaciones propias del negocio, sobre todo aquellas que por sus características podrían suponer situaciones de conflicto de intereses. La capacitación y casuística en los PdA sirven para la toma de decisiones en temas críticos.

Principios y acciones



De los principios generales se desprenden diversas políticas y programas que Telefónica pone en marcha en cada país donde opera para garantizar una relación sostenible con cada uno de sus grupos de interés. Ello agrega valor y refuerza la reputación a largo plazo.

La respuesta fue muy favorable por parte de los directivos y ejecutivos del Grupo. Más de mil líderes de Telefónica del Perú, Telefónica Móviles, Telefónica Servicios Comerciales, Telefónica Multimedia, Media Networks, Fundación Telefónica y Servicios Editoriales del Perú, conformaron el primer grupo en realizar la capacitación, lo que evidenció su compromiso con la compañía y la cultura corporativa que impulsa.

El fuerte respaldo por parte del presidente y los directores contribuyó a que cerca del 100% de los colaboradores con acceso a una computadora fuera capacitado. Sin embargo, solo se dio en un 10% entre quienes no tienen acceso a una PC, por lo que Telefónica se encuentra preparando un módulo de capacitación presencial, sobre todo para el personal técnico que, por su tipo de trabajo (mayormente en espacios exteriores) no accede regularmente a la intranet.

De modo complementario, Telefónica decidió hacer extensivos sus PdA gradualmente a toda su cadena de suministro. Así, 80 empresas locales, proveedoras de Telefónica, fueron evaluadas por su nivel de cumplimiento en los PdA, de las cuales cinco fueron auditadas para fines de 2008.

Comunicación interna

Además de las capacitaciones existen variados esfuerzos por comunicar internamente los PdA. Prueba de ello son las informaciones publicadas en la revista interna *Somos*, en el boletín *Enlínea* y en *El Diario* de la intranet, las cuales motivaron a los colaboradores a participar de la experiencia del curso *e-learning* gracias a testimonios y llamativos avisos.

Asimismo, se utilizaron *banners* emergentes en la intranet que contenían mensajes clave sobre los PdA. También se colocaron anuncios en las carteleras (periódicos murales) distribuidas en todos los edificios de la compañía. Estos canales fueron de vital importancia para la divulgación de los principios éticos.

Herramientas de control

Oficina de Principios de Actuación

Para asegurar la implantación y el seguimiento del proyecto se creó la Oficina de Principios de Actuación, encargada de divulgar las directrices éticas, además de revisar los procesos, estudiar las dudas, quejas o alegaciones de empleados, proveedores o socios, y de impulsar las políticas necesarias para el adecuado cumplimiento de los PdA.

Satisfacción con el curso, su dinámica y contenidos

“La capacitación es muy dinámica e interactiva. En ella se analizan diferentes casos basados en situaciones que se pueden dar cuando atendemos a los clientes y proveedores, o al abordar temas de recursos humanos, así como al momento de poner en marcha iniciativas o proyectos dirigidos a la sociedad”, explica Joan Lisboa, líder del equipo que administra la plataforma del *e-learning* corporativo.

“Es una obligación esencial de nuestros contratos de concesión mantener en reserva la información personal por protección al secreto de las telecomunicaciones y los datos personales de los clientes, tal y como rezan los principios de honestidad y confianza”, señala Flor Montalván, de la Dirección de Regulación, cuyo trabajo es capacitar y orientar acerca de las directrices que deben seguir todas las áreas que reciben y procesan información de los clientes.

En el Perú, está integrada por representantes de las áreas de Recursos Humanos, Secretaría General, Auditoría Interna y Responsabilidad Corporativa.

Buzón de la Oficina de Principios de Actuación

A través de este, todo empleado tiene la posibilidad de realizar preguntas, buscar consejo y plantear cuestiones asociadas al cumplimiento de los PdA y sus políticas asociadas. Además, existe un canal de denuncia confidencial disponible para todos los empleados en la intranet corporativa, que facilita la comunicación de quejas y denuncias.

Autodiagnóstico RC

En esta fase se impulsa la mejora continua a través de un análisis de los riesgos y debilidades en el modelo de gestión responsable frente a los grupos de interés de Telefónica.

La evaluación de los resultados se da mediante una herramienta integrada por



60 criterios asociados a los procesos de gestión: valores y código de conducta; política y estrategia; gestión de riesgos, diálogo y comunicación; alianzas, y procesos de comportamiento respecto a los grupos de interés alineados con los PdA.

Privacidad de datos

Las empresas del Grupo cumplen con procedimientos internos de control, que van desde directivas regulares hasta obligaciones contractuales con los propios empleados y proveedores

Telefónica tiene elevados estándares para la gestión de la confidencialidad en los datos de los clientes

En setiembre de 2008, el Grupo Telefónica aprobó la política corporativa sobre protección de datos de carácter personal para todo el Grupo, cualquiera sea el país donde opere.

En esta industria, el secreto de las telecomunicaciones es un elemento básico para la prestación eficiente del servicio. Más allá del mandato constitucional, legal o contractual, se trata de establecer una relación de confianza con el cliente. Por ello, Telefónica tiene elevados estándares para la gestión de la confidencialidad en los datos de los clientes como del propio contenido de sus comunicaciones.

Para cumplir con estas exigencias, las empresas cumplen con normas internacionales y procedimientos internos de control, que van desde directivas regulares a todas las áreas involucradas hasta obligaciones contractuales con los propios colaboradores y las empresas proveedoras que brindan el servicio.

Telefónica cuenta con la Certificación ISO 27001 para los procesos de gestión de redes y servicios empresariales, gestión de redes de banda ancha y respuesta a incidentes de seguridad. Para 2009, se planea ampliar el alcance de esta certificación al Data Center y al Centro de Gestión Móviles.

Asimismo, los procesos de control se realizan tanto en la planta interna (centrales y plataformas de servicios) como en la planta externa, que es la red que se extiende en todas las localidades del país mediante tecnología alámbrica e inalámbrica. Se cuenta con una infraestructura tecnológica especial para desarrollar la televigilancia y un control de seguridad rigurosos en las instalaciones sensibles, así como revisiones y monitoreos de red.

De otro lado, es importante mencionar los riesgos que corre la empresa en el Perú y que no necesariamente ocurren en otros países donde opera Telefónica. Es el caso del robo en la planta externa de cables de fibra o de cobre, y de las baterías o paneles solares, hecho que deja incomunicados a miles de clientes hasta que la empresa los vuelva a reponer. Igualmente ocurre con las actividades ilícitas de interceptación telefónica, que más allá de las medidas preventivas y de control que toma la compañía, pueden ocurrir mediante el uso de tecnologías no apropiadas, cometiéndose delitos en los que la propia empresa resulta afectada.

Política corporativa de protección de datos

En setiembre de 2008, el Grupo Telefónica aprobó la política corporativa sobre protección de datos de carácter personal para todo el Grupo, con el fin de articular conceptos y principios fundamentales, así como establecer procedimientos y niveles de protección esenciales.

La política, ratificada por la Oficina de Principios de Actuación, permitirá establecer las bases para garantizar un nivel adecuado de protección sobre los datos de carácter personal en todas las empresas del Grupo, cualquiera que sea el país donde opere.



Más y mejor cumplimiento de la normativa

Anualmente, se presenta ante el Ministerio de Transportes y Comunicaciones y el Osipitel un informe detallado sobre las medidas adoptadas para salvaguardar el secreto de las telecomunicaciones y la confidencialidad de la información personal de los usuarios, los cuales tienen carácter permanente.

En el último informe, se destaca que en julio de 2008 se realizó una actualización de la normativa sobre el derecho al secreto de las telecomunicaciones y a la protección de datos personales de los abonados.

Todas las empresas del Grupo Telefónica en el Perú exigen el estricto cumplimiento de esta normativa a su personal y a los colaboradores que, por la naturaleza de los servicios que prestan, tienen acceso a la información protegida. Dicha normativa:

(i) distingue los conceptos de “secreto de las telecomunicaciones” y “datos personales de los abonados”; (ii) precisa las medidas que cada área debe adoptar; y (iii) designa el personal responsable de implementar y supervisar dichas medidas.

La normativa se encuentra a disposición de los trabajadores en la intranet corporativa. Asimismo, está a disposición del público en general en la página web de la compañía: <www.telefonica.com.pe>.

Medio ambiente

Telefónica considera fundamental el respeto al medio ambiente en todas sus actividades y en la implementación de servicios que contribuyan al desarrollo sostenible de la sociedad

El Grupo aplica su estrategia ambiental a través de la Oficina de Cambio Climático y del Sistema de Gestión Ambiental Global

En 2008, Telefónica del Perú alcanzó la certificación ISO 14001 para los procesos de instalación, operación, mantenimiento y desmontaje de telefonía fija, basados en tecnologías inalámbricas.

La política ambiental del Grupo Telefónica establece las líneas de actuación en este tema y en el del cambio climático, de todas las empresas, unidades de negocio y empleados que forman la compañía. Su estrategia se basa en dos elementos vitales: la Oficina de Cambio Climático y el Sistema de Gestión Ambiental Global.

- **Oficina de Cambio Climático**, cuyos objetivos son asegurar la reducción del consumo energético y las emisiones de gases de efecto invernadero de Telefónica; potenciar el desarrollo de servicios que permitan ser más eficientes a los clientes y a otros sectores, y posicionar al sector de las TIC en el centro de la solución contra este problema global.
- **El Sistema de Gestión Ambiental Global**, que gestiona y controla adecuadamente el resto de los aspectos ambientales de la organización. Establece los requisitos mínimos de gestión para todas las empresas del Grupo, con independencia de la ubicación geográfica o la actividad. Su premisa es la mejora continua, partiendo del cumplimiento de la legislación vigente y el control de la huella ambiental de Telefónica, con lo que se persigue reducir los posibles impactos sobre el entorno.

de residuos. Durante 2008, Telefónica del Perú desarrolló programas de reducción de consumo de recursos. Sin embargo, los consumos de agua y papel han sufrido incrementos en 2008, por lo que se han tomado medidas para reducir gradualmente esta tendencia.

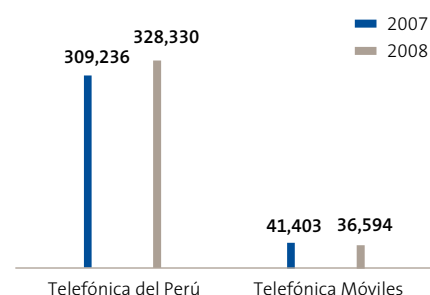
Certificación ISO 14001

Por el tipo de actividades que realiza Telefónica, los posibles riesgos frente a temas ambientales son menores. Sin embargo, todos los impactos generados por su operación, derivados de sus actividades y de los productos y servicios que desarrolla, han sido debidamente identificados, medidos y, según su grado de criticidad, controlados.

Este trabajo se vio consolidado el año 2008 con la obtención de la certificación ISO 14001 (sistema de gestión ambiental) para los procesos de instalación, operación, mantenimiento y desmontaje de telefonía

Consumo de agua en oficinas

En litros



Capacitación y campañas

	Telefónica del Perú	Telefónica Móviles
Horas de formación ambiental de proveedores	309	16.5
Campañas ambientales internas	6	2
Comunicaciones ambientales recibidas	0	10
Comunicaciones externas ambientales	1	4
Patrocinios ambientales	0	2

Responsabilidad ambiental

De acuerdo con las normas legales nacionales e internacionales y siguiendo los principios de prevención ambiental, se han implementado programas de mejora ambiental en las infraestructuras y las tecnologías de la empresa, así como en la gestión y almacenamiento adecuado

Otros indicadores relevantes

	2007		2008	
	Telefónica del Perú	Telefónica Móviles	Telefónica del Perú	Telefónica Móviles
Mediciones de campos electromagnéticos	-	30	-	56
Compartición de infraestructuras	-	32	-	185
Adecuaciones impacto visual	70	67	-	56
Mediciones de ruido	7	156	104	69



Emisiones CO₂

En toneladas	2007		2008	
	Telefónica del Perú	Telefónica Móviles	Telefónica del Perú	Telefónica Móviles
Emisiones directas	9,525	1,346	2,916	1,345
Emisiones indirectas (electricidad)	21,127	8,440	20,359	7,733
Emisiones indirectas (otras)	0	0	1.441	0
Total de emisiones	30,652	9,786	24,715	9,078

fija, basados en tecnologías inalámbricas de última milla (es decir, aquellas que permiten llevar los servicios a las zonas más alejadas del país), lo que convierte a Telefónica del Perú en la primera operadora fija del Grupo en obtener dicho certificado.

Este hito se suma al alcanzado el año anterior por Telefónica Móviles, empresa del Grupo que obtuvo la misma certificación.

Acciones para fomentar el cuidado ambiental

Con el fin de fomentar prácticas ambientalmente sostenibles entre sus grupos de interés, la compañía desarrolló programas de sensibilización y capacitación en temas ambientales con sus empleados y proveedores. Además, está involucrando a sus clientes en estas prácticas, apostando por la progresiva evolución del servicio de facturación hacia el soporte digital.

Para extender esta práctica a toda la cadena de suministro de la compañía, Telefónica del Perú sumó 309 horas de formación ambiental de sus proveedores y realizó seis campañas ambientales internas para sus empleados.

Reciclame

El Grupo Telefónica en el Perú considera importante que la ciudadanía conozca el programa Reciclame, a fin de involucrarla en las prácticas que permiten la conservación del medio ambiente, como la de desechar correctamente las pilas y

baterías de sus productos electrónicos (celulares en desuso).

Por ello, durante 2008 Movistar dispuso 99 centros de atención al cliente en todo el país, con ánforas especialmente habilitadas en las que el público podía depositar sus baterías, terminales y/o accesorios de cualquier marca, modelo u operador, que ya no utilicen.

En mayo de 2009 se realizó la exportación de los equipos recolectados a través de la campaña Reciclame, a una empresa especializada que opera en México y Estados Unidos para su adecuado tratamiento y reciclaje, con el fin de reutilizar los componentes en la fabricación de otros productos. Esto reducirá el impacto ambiental que producirían más de seis toneladas de estos residuos en nuestro país sin un adecuado tratamiento.

Factura digital

Consciente de la necesidad de generar una cultura ecológica, el Grupo Telefónica en el Perú ha tomado medidas alineadas con la estrategia global corporativa para disminuir los impactos negativos de la contaminación.

La factura digital es una de estas iniciativas pues fomenta entre los usuarios la utilización del formato digital, reduciendo así el uso del papel y, en consecuencia, la tala indiscriminada de árboles.

Esta innovación se está extendiendo inicialmente entre clientes de líneas

Acciones ambientales permanentes

- Medición y control del ruido y las emisiones electromagnéticas de nuestras estaciones base.
- Diseño y construcción de estaciones base con el menor impacto visual posible en el entorno.
- Gestión de residuos de las estaciones base y los edificios administrativos.
- Cuidado del consumo de recursos no renovables: papel, agua, electricidad y combustible.
- Extensión del compromiso ambiental a proveedores y contratistas.
- Cumplimiento de toda la legislación ambiental del país.

residenciales, quienes gracias al servicio de Facturación Digital pueden visualizar, descargar y/o imprimir su recibo telefónico directamente desde el canal de Atención On Line (AOL), en Internet. También tienen acceso, sin costo alguno, al detalle de sus llamadas de los últimos tres meses.

El formato que tiene la factura digital es similar al del recibo impreso que se ha venido utilizando. Una vez que el cliente se afilia al servicio deja de recibir su factura en formato impreso, y disfruta de otras facilidades, como hacer su pagos vía *online*.

Generaciones Interactivas

Gracias a este programa, se realizó el primer estudio regional en América Latina sobre las nuevas tecnologías disponibles para niños y adolescentes

2

Gestión íntegra y transparente

La investigación de este programa concluyó que los jóvenes peruanos son los que más usan las cabinas de Internet en América Latina

En el Perú se encuestaron a más de ocho mil niños y adolescentes de colegios de las zonas rurales y urbanas de todo el país.

Uso responsable de las TIC

El Grupo Telefónica está comprometido con fomentar que los menores utilicen las nuevas tecnologías de forma segura. Por eso, en cada uno de los mercados donde opera pone a disposición de padres e hijos herramientas y recomendaciones necesarias para asegurar el uso responsable de sus productos y servicios.

Asimismo, ha diseñado un programa integral denominado Generaciones Interactivas, que incluye compromisos concretos en materia de protección al menor frente a contenidos y/o utilidades indebidas de las TIC.

Dicho programa tiene iniciativas asociadas a la promoción de una cultura de autorregulación, a la sensibilización y educación sobre el uso correcto de las TIC y al desarrollo de productos y servicios adecuados para el acceso responsable por parte de los niños y adolescentes, quienes constituyen los grupos más vulnerables de la sociedad.

Con el fin de cumplir con los objetivos de dicho programa, durante 2008 el Grupo Telefónica, en alianza con la Universidad de Navarra, realizó un estudio a través de encuestas para conocer el uso que hacen los menores de los medios interactivos: televisión, celulares, Internet y videojuegos. En total, la investigación recogió más de 80 mil encuestas de escolares entre 6 y 18 años, de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela. Más de ocho mil fueron niños y jóvenes peruanos provenientes de colegios de las zonas urbanas y rurales a nivel nacional.

Regulación de contenidos

Los compromisos de la compañía con el uso correcto de las TIC se traducen en políticas y prácticas corporativas, como la normativa para la provisión de contenidos para adultos, que fija las bases del tratamiento que la empresa da a los contenidos clasificados para mayores de 18 años, mediante mecanismos de control de acceso y lucha contra el material ilícito. En 2008, Telefónica auditó el cumplimiento de esta normativa, con el fin de reforzar su adecuada implantación y definir planes de mejora necesarios para su mejor uso.

Resultados del estudio

Fueron divulgados a través de una extensa publicación denominada *La generación interactiva en Iberoamérica: niños y adolescentes ante las pantallas. Retos educativos y sociales*.

En el Perú, el estudio fue presentado a cerca de 500 maestros en Lima y provincias, y servirá de base para desarrollar diversas acciones formativas. Dicha presentación se transmitió también por videoconferencia y *videostreaming*, permitiendo que más personas puedan acceder a estas nuevas estadísticas.

En la investigación, el Perú destacó como el país donde los jóvenes hacen mayor uso de las cabinas de Internet (62% frente a 47%, que fue la media global), hecho que plantea la oportunidad de asegurar que la adopción y el uso de estas tecnologías respondan adecuadamente a sus



necesidades formativas, en concordancia con sus hábitos de consumo.

Para dar continuidad al proyecto, el Grupo Telefónica, la Universidad de Navarra y la Organización Universitaria Interamericana (OUI) constituyeron en 2008 el Foro Generaciones Interactivas, que está abierto a la participación de otras entidades públicas y privadas.

Campaña educativa

Como parte del trabajo de sensibilización, el Grupo Telefónica en el Perú desarrolla campañas educativas a favor del buen uso de Internet, en alianza con organizaciones de la sociedad civil, como la ONG Visión Solidaria y su programa Viva.

Las campañas se realizan mediante talleres en colegios, tanto para padres como para alumnos. Entre 2007 y 2008, más de 20 mil jóvenes y padres de familia fueron capacitados en el buen uso de Internet en Lima, Chiclayo, Trujillo, Arequipa y Tacna.



Inclusión digital

Telefónica promueve la alfabetización digital, es decir, que las TIC se acerquen a las poblaciones menos favorecidas o con limitaciones en el manejo de las mismas

El Grupo Telefónica en el Perú cuenta con iniciativas que buscan acortar las brechas geográficas, socioeconómicas y educativas

La gestión socialmente responsable de la empresa tiene como objetivo emplear las TIC como impulsoras del desarrollo de millones de peruanos.



Accesibilidad

En sus operaciones, el Grupo Telefónica realiza iniciativas innovadoras para contribuir a la expansión de las telecomunicaciones y darles proximidad a grupos sociales tradicionalmente excluidos.

- **Expansión en segmentos bajos.-** Estrategia de penetración de la telefonía fija inalámbrica en los segmentos de bajos ingresos a nivel nacional, que equivaldrá aproximadamente a incrementar en un tercio la planta existente. El compromiso de Telefónica al adquirir un nuevo espectro radioeléctrico en subastas recientes sumará 1,2 millones de líneas en los próximos tres años.
- **Intégrame.-** Iniciativa propuesta desde Telefónica Móviles, que promueve la inclusión digital en las zonas rurales del país, que por sus características socioeconómicas, solo podrían ser atendidas por el fondo de servicio universal. En este caso, la empresa fomenta alianzas público-privadas para construir infraestructura de telecomunicaciones (fija, móvil, banda ancha, TV por suscripción), en la que se suman esfuerzos con recursos municipales o regionales que están asignados para infraestructuras. De este modo, al reducirse los costos de inversión, se ofrecen los servicios con tarifas reducidas que permiten el acceso a los hogares menos favorecidos, pero también a que la actividad pública en educación, salud, seguridad y la propia administración tengan conectividad.
- **Telefonía rural.-** En adición a iniciativas, como Intégrame, o a la conectividad desarrollada por el Fondo de Inversión en Telecomunicaciones (Fitel), Telefónica, inicialmente en razón de su contrato de concesión y posteriormente por su vocación por la inclusión social, le da conectividad a 1,162 distritos, en 92 provincias de los 24 departamentos del país.
- **Comunicaciones en quechua y aimara.-** En el Perú, se estima que cuatro millones de habitantes (aproximadamente el 15% del país) hablan dichas lenguas. Como parte del compromiso de estar cada vez más cerca de sus clientes, Telefónica Móviles mantiene el servicio de atención vía telefónica en estos idiomas nativos. Es así que todos los clientes prepago, control o pospago residencial de Movistar pueden llamar desde su celular al 102 (para reportar averías) y/o al 104 (para otras consultas) y disfrutar de un servicio personalizado en su lengua natal, a cargo de 35 operadores bilingües, especialmente capacitados en ambos idiomas. Durante 2008 se han atendido más de 500 mil llamadas.

Acción social

Desde la Fundación Telefónica se gestionan programas de acción social orientados a contribuir en la reducción de las brechas educativas y de discapacidad, promoviendo el uso de las TIC en la mejora de los procesos de aprendizaje.

- **Proniño.-** Al compromiso con la sociedad se ha sumado otro de grandes dimensiones, la erradicación del trabajo infantil. Este programa funciona a través de tres ejes: fortalecimiento institucional, calidad educativa y protección integral.
- **Educared.-** Programa de la Fundación Telefónica que promueve el uso de

las tecnologías para reducir la brecha digital y contribuir a la mejora de la calidad educativa en el país. Cuenta también con actividades presenciales en diferentes ciudades del país.

- **Aulas Hospitalarias.-** Experiencia pionera e inclusiva que consiste en llevar educación a niños, niñas y adolescentes, quienes por motivos de salud deben ausentarse por largos períodos de la escuela. Muchos pacientes permanecen, a veces, hasta doce meses en el hospital, lo que los desnivela académicamente con respecto a otros niños de su edad.
- **Discapacidad.-** Programas con tecnología adaptada al servicio de las personas con discapacidad.



Alfabetización digital

Telefónica promueve la alfabetización digital, que acerca las TIC a las poblaciones menos favorecidas o con limitaciones en el manejo de aquellas.

- **Conéctame.-** Programa de Telefónica Móviles que busca desarrollar capacidades en el uso de las TIC y brindar contenidos pertinentes en salud, educación y microemprendimiento, mediante un módulo itinerante (Bus Móvil), que recorre las ciudades y pueblos del país.

Generaciones Interactivas y protección a los menores

El objetivo principal de Generaciones Interactivas es evitar la exposición de los menores a contenidos indebidos de las tecnologías, fomentando así un entorno propicio para su uso de manera segura, con especial énfasis en las particularidades socioculturales de su consumo.

Suplemento o8: Inclusión digital

El *Suplemento especial del informe RC* es una breve publicación que tiene como objetivo destacar algún tema de particular relevancia en la estrategia de RC del Grupo Telefónica en el Perú. En esta oportunidad, se abordarán las iniciativas

sobre inclusión digital que trabaja la compañía.

Los esfuerzos de la compañía en este campo están alineados con los *Objetivos de Desarrollo del Milenio* de las Naciones Unidas. La estrategia de inclusión digital considera que a través de la accesibilidad a las nuevas tecnologías se brindan

mayores oportunidades de desarrollo para las personas. Para ello, y teniendo en cuenta las condiciones de pobreza y desigualdad, no solo se trabaja en la ampliación de la cobertura geográfica sino también en proveer productos y servicios orientados a las necesidades y condiciones socioeconómicas de las distintas poblaciones en el país.

Fundación Telefónica

Para Telefónica, ser una empresa socialmente responsable es trabajar por una sociedad más inclusiva

Se destinaron más de S/. 18 millones a acciones sociales y culturales

Desde el inicio de sus operaciones, en 1994, el Grupo Telefónica en el Perú asumió el compromiso de participar activamente en el desarrollo de la sociedad peruana, por medio de la ejecución de programas de corto y largo aliento enfocados principalmente en mejorar la calidad de vida de la niñez y adolescencia en riesgo, a través de iniciativas educativas sostenibles en el tiempo.

La Fundación Telefónica gestiona los programas sociales de la compañía, con el objetivo de impulsar el uso de las TIC en los procesos educativos y artísticos, y potenciar la sociedad de la información a fin de lograr la igualdad de oportunidades entre todos los peruanos.

Durante 2008 se destinaron más de S/.18 millones a las acciones sociales y culturales, con especial énfasis en el crecimiento de

los beneficiarios del programa Proniño, la mejora de la calidad educativa y la inversión en arte y cultura. Asimismo, la Fundación Telefónica continuó el trabajo iniciado en 2007 de brindar apoyo solidario en las zonas del sur del país afectadas por el terremoto vivido en dicho año.

En 2008, la Fundación Telefónica también desarrolló acciones para promover el fortalecimiento y la articulación de los actores sociales involucrados en la mejora de la educación, y en la prevención y erradicación del trabajo infantil. Así, se firmó un convenio con el Comité Directivo Nacional para la Prevención y Erradicación del Trabajo Infantil (CPETI), a fin de apoyar las acciones de sensibilización y movilización social en favor de la eliminación del trabajo infantil y la escolarización de la niñez en riesgo.

Dentro de esa línea de acción, se realizaron capacitaciones conjuntas en favor de la mejora de la calidad educativa, fomentando el uso de las TIC en los procesos de enseñanza.

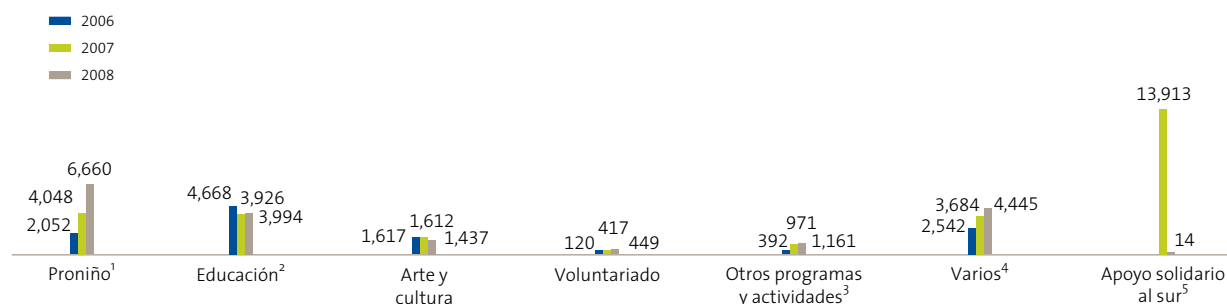
Proniño duplicó su cobertura

El Grupo Telefónica asumió el reto de trabajar en la consolidación de un movimiento que busque la erradicación del trabajo infantil, a través de la escolarización de miles de niñas, niños y adolescentes.

Este compromiso implica abordar dicha problemática desde una perspectiva integral, cuya propuesta considera sensibilizar a la sociedad civil sobre la importancia y urgencia del tema; crear alianzas público-privadas, fortaleciendo a las instituciones

Inversión de la Fundación Telefónica

En miles de nuevos soles



¹ Incluye los aportes de la Fundación Telefónica del Perú, del Grupo Telefónica y la Fundación Telefónica de España.

² Incluye Educared y el programa Huascarán.

³ Incluye la cooperación y patrocinio de asociaciones y fundaciones, y de actividades adicionales realizadas.

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

⁵ El dinero recaudado fue entregado en 2007 a la Cruz Roja Española, encargada de la implementación del programa de reconstrucción del sur. Si bien el desembolso se efectuó en 2007, los fondos fueron invertidos a lo largo de 2008 y seguirán invirtiéndose en 2009.

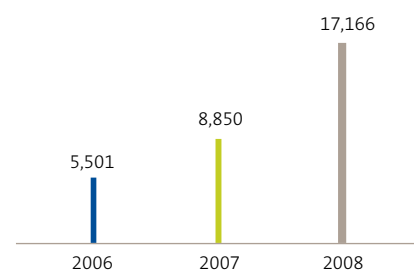
involucradas; fomentar espacios de diálogo con expertos, y continuar con el aumento de beneficiarios directos, a quienes se les dan las facilidades necesarias para incorporarse a la escuela, al mismo tiempo que se retiran progresivamente del trabajo infantil.

El reto del programa en el Perú durante 2008 fue duplicar el número de beneficiarios, así como ampliar la cobertura geográfica, en concordancia con los indicadores de pobreza y analfabetismo. Así, se atendió de

manera directa a más de 17 mil beneficiarios y se implementó el programa en seis nuevas regiones: Ica, Ayacucho, Apurímac, Cajamarca, Huancavelica y Moquegua. Cuatro de estas son las más pobres de nuestro país, de acuerdo con el mapa de pobreza del Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social (Foncodes).

La intervención directa protege integralmente a los niños que trabajan, facilitándoles una enseñanza de calidad que incide en la utilización de las TIC como herramienta para su inclusión digital, asegurándoles oportunidades reales de desarrollo y un acceso digno al mercado laboral.

Número de beneficiarios directos de Proniño



Ejes y socios estratégicos

El programa Proniño organiza sus actividades a partir de tres ejes:

- Protección integral del niño: estrategia que brinda las condiciones necesarias para su permanencia en la escuela.
- Calidad educativa: inversión en el sistema de enseñanza para alcanzar una educación de calidad, incidiendo en el uso de las tecnologías y la capacitación de docentes.
- Fortalecimiento socio-institucional: promueve la generación de conocimiento, la movilización social y el liderazgo institucional para lograr la sostenibilidad futura del programa.

Proniño se implementa y gestiona en colaboración con Fe y Alegría y los organismos no gubernamentales Cesip, Tierra de Niños, Cáritas del Perú, Ceder, Idel, Puririsun, Red Titikaka y Sumbi.

Como parte del aporte a la calidad educativa, en 2008 también se implementaron los laboratorios informáticos Aulas Fundación Telefónica en 11 escuelas beneficiarias; y se capacitó a 370 profesores de estas instituciones en el uso de las TIC como herramienta para su labor docente. Para dicha capacitación se contó con el respaldo y la certificación de la Dirección General de Tecnologías Educativas (Digete) del Ministerio de Educación.

Durante el año 2007 se realizaron tres mesas de diálogo con expertos en infancia. En ellas se determinó la importancia de que la empresa interviniera realizando acciones de fortalecimiento socio-institucional, de sensibilización de la población y de producción de estudios sobre el trabajo infantil.

Con el fin de sensibilizar a la comunidad, la compañía incluyó mensajes alusivos a la prevención y erradicación de la explotación laboral infantil en 2,5 millones de tarjetas telefónicas de Movistar y Telefónica.

Portal Educared

Promovido y gestionado por la Fundación Telefónica, Educared (www.educared.pe) incide en el fortalecimiento de la calidad educativa a través del uso de las TIC en los procesos de aprendizaje y enseñanza.

Brinda contenidos y herramientas interactivas para promover la mejora del sistema educativo a alumnos, padres de familia, docentes, directores de instituciones de enseñanza e investigadores de políticas y prácticas educativas de todo el Perú.

Asimismo, durante 2008 recibió más de seis millones de visitas espontáneas, mientras que el número de usuarios suscritos al boletín electrónico sobrepasó los 18 mil. En dicho año, el portal también se renovó utilizando las nuevas herramientas de la llamada web 2.0, con el objetivo de crear redes sociales en torno a la temática educativa. Esta iniciativa ha permitido recoger las opiniones de los usuarios y darles un espacio de participación, expresión e

Fundación Telefónica



II Encuentro Internacional Proniño por la erradicación del trabajo infantil

Realizado en setiembre de 2008, este segundo encuentro superó todas las expectativas al convocar a 700 especialistas en temas de infancia y adolescencia, provenientes de 19 países. La reunión constituyó un espacio para la discusión de experiencias y propuestas integrales con el fin de prevenir y erradicar el trabajo infantil en la región, con proyectos que articulen los esfuerzos de las instituciones públicas y privadas.

Los connotados expertos nacionales e internacionales participaron en 11 mesas de trabajo y cinco talleres, que estuvieron disponibles en tiempo real a través del *videostreaming* para el público interesado que no estuvo presencialmente en el encuentro. Las presentaciones y relatorías están disponibles en la página web del programa Proniño: <www.telefonica.com.pe/pronino>.

intercambio de ideas y comentarios sobre los diversos contenidos, así como realizar nuevas propuestas acerca de la práctica pedagógica.

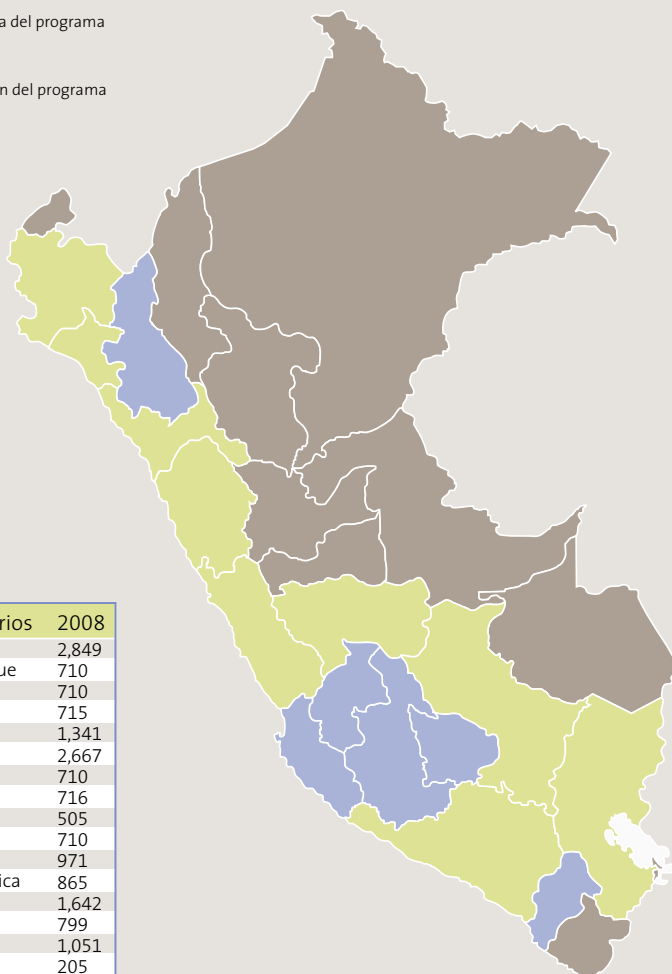
Educared también cuenta con un componente presencial para apoyar a los docentes en su actualización y capacitación permanente. Así, la Semana Educared obtuvo como resultado la

Cobertura del programa Proniño

En regiones

Indicadores

- Cobertura del programa al 2007
- Expansión del programa en 2008



capacitación en comprensión lectora de 1,200 docentes y directivos en cuatro ciudades del país: Piura, Ayacucho, Arequipa y Lima. Para ello, también se realizó una alianza estratégica con el Ministerio de Educación, que permitió otorgar a los docentes una certificación a nombre de esta institución y de la Fundación Telefónica.

La formación presencial impartida por Educared ha tenido, aproximadamente, 1,900 participantes y más de 8,500 horas de capacitación durante 2008.

En cuanto a los alumnos, se realizaron concursos dirigidos a escolares de tercero, cuarto y quinto de secundaria de todo el país con el objetivo de promover la creatividad y el trabajo en equipo, fortalecer las capacidades de comunicación e incentivar el uso de las TIC. Más de mil grupos de escolares participaron en el VI Concurso Construye una Página Web y en el I Concurso de Periodismo Escolar por Internet. Además, se formó una red de periódicos escolares en Internet con la participación de 19 colegios de la Asociación Fe y Alegría.

Impactos de Educared

Accesos al portal

Visitas	6,296,248
Visitantes únicos	4,309,885
Usuarios registrados en el portal	18,535

Concursos y actividades interactivas

Participantes	9,327
---------------	-------

Formación presencial

Participantes formados	1,888
Horas de formación impartidas	8,576



Academias deportivas

Las Academias Deportivas Escolares, implementadas y mejoradas desde 2001 por la Fundación Telefónica, promueven la capacitación deportiva de niños y jóvenes en voleibol, minibásquet y atletismo, con la colaboración de reconocidas figuras del deporte peruano.

En 2008, se desarrollaron con éxito en seis ciudades: Arequipa, Cusco, Huancayo, Iquitos, Lima y Puno, y en dos zonas rurales: Malingas, en Piura; y Moro, en Áncash. Los beneficiarios fueron 2,500 niñas, niños y adolescentes en situación de riesgo. Además, se capacitó a más de 480 profesores de educación física y se ofrecieron charlas a 800 padres de familia. A comienzos de dicho año, se entregó una donación de equipos deportivos a los 60 colegios participantes del programa, con el fin de asegurar la continuidad de la práctica de los deportes en dichos centros educativos.

Voluntariado corporativo

Voluntarios Telefónica es el programa de la Fundación Telefónica que canaliza el aporte solidario de los trabajadores del Grupo, quienes dedican tiempo, conocimientos y esfuerzo con la finalidad de mejorar las condiciones de vida de las personas menos favorecidas de nuestro país. Al cierre de 2008, se contaba con 3,021 voluntarios inscritos y se realizaron 121 actividades de ayuda social, que beneficiaron a 25 mil personas, aproximadamente.

El 3 de octubre se celebró el Día Mundial del Voluntario Telefónica, fecha en la que los colaboradores de la empresa recibieron a un grupo de escolares del programa Proniño, para mostrarles las oficinas de la empresa y luego compartir con ellos una tarde de juegos y actividades educativas y recreativas.

Mentes Brillantes

Mediante el Primer Concurso Nacional de Proyectos Sociales Mentes Brillantes, los voluntarios también pudieron desarrollar sus propias iniciativas. En 2008, se presentaron más de 40 proyectos y se seleccionaron diez. Los ganadores recibieron fondos para ejecutar sus propuestas, mayoritariamente enfocadas en educación y salud. Entre estas se encuentran el desarrollo de habilidades de la adolescencia en riesgo, la capacitación de familias de bajos recursos en actividades económicas, desarrollo de alternativas lúdico-educativas para niños con discapacidades, la sensibilización sobre el impacto ambiental ocasionado por la acumulación de basura y la educación en salud.

Robótica Educativa, uno de los 10 proyectos elegidos, pudo ser apreciado en el Campus Party Iberoamérica 2008, ambicioso evento

Aulas Fundación Telefónica en Hospitales

Programa que reconoce los derechos de los niños hospitalizados y les permite continuar con su desarrollo integral, aliviando en lo posible las difíciles condiciones que atraviesan. Cuenta con aulas informáticas y profesoras capacitadas que atienden a las niñas,

niños y adolescentes hospitalizados, estimulándolos con una metodología educativa diseñada especialmente para ellos.

Durante 2008 se benefició a un total de 4,110 niños hospitalizados en las 14 aulas establecidas en 11 hospitales ubicados en Arequipa, Cusco, Chiclayo, Huancayo, Iquitos y Lima.

Fundación Telefónica

internacional, que busca fomentar la inclusión digital entre los jóvenes de la región, y que se realizó en El Salvador, en noviembre de 2008.

El proyecto mencionado es una iniciativa de siete colaboradores voluntarios que, a

partir de una perspectiva de aprendizaje analítico y mediante el uso de materiales reciclables, busca contribuir con el desarrollo de las aptitudes científicas de los niños y jóvenes en las escuelas.

Arte y nuevas tecnologías

El Centro Fundación Telefónica, cuya sede se ubica en el primer piso del edificio corporativo de Telefónica, en Lima, es un espacio destinado a la difusión, estudio y desarrollo de la creación artística y de las expresiones culturales que usan como soporte las nuevas tecnologías.

Ofrece al visitante exposiciones temporales, conciertos, un programa educativo, cursos, talleres, conferencias, proyecciones y muchas otras actividades

relacionadas con el arte, la ciencia y los nuevos medios, por lo que cuenta con una mediateca y un laboratorio multimedia de investigación y proyectos.

Durante 2008, organizó 626 actividades culturales y tres exposiciones artísticas temporales que congregaron a 36,952 visitantes, entre grupos de escolares y público en general.

Finalmente, su portal web, así como los sitios virtuales sobre las actividades y exposiciones que realiza, recibieron un total de 70,467 visitas.

Conocimiento sobre las TIC

Fórum es el programa de la Fundación Telefónica que promueve la generación de conocimiento sobre las TIC y su impacto social a través de la investigación global avanzada y la creación, así como el análisis y difusión de las publicaciones acerca de la Sociedad de la Información.

En 2008 se presentaron cuatro estudios relevantes: *Tendencias 07. Medios de comunicación. El escenario iberoamericano y Periodismo en la era de Internet*, los cuales abordan la nueva realidad de la comunicación en la región, a partir de los nuevos medios digitales; *Las TIC y el sector salud en Latinoamérica*, que presenta los desafíos que enfrentan los sistemas públicos de salud en la región, así como las tendencias y aplicaciones de las TIC en el sector; y, finalmente, *Generaciones interactivas en Iberoamérica: niños y adolescentes ante las pantallas*.

Todos los libros fueron distribuidos gratuitamente entre los profesionales interesados y se realizaron conversatorios para propiciar la discusión e intercambio de opiniones.



Se invirtieron más de S/. 3 millones en este rubro para fomentar la cultura regional

La participación de la compañía en festividades de profundo arraigo popular y en espacios públicos plurales permite que la población sienta el compromiso de Telefónica con los temas locales, regionales y nacionales.

Las empresas del Grupo que operan en el Perú están comprometidas con los temas de inclusión social y apoyan aquellas iniciativas sociales, culturales y deportivas que trabajen en esa línea. Por ello, durante 2008 Telefónica reafirmó su compromiso con el patrocinio a expresiones culturales regionales, las que tuvieron un fuerte impacto en la reputación de Telefónica en las provincias del país.

Esta labor coincide con la línea de trabajo corporativa que apuesta por destacar, en sus comunicaciones y su presencia a nivel nacional, los valores e iconos del país asociados a la inclusión de más peruanos. La participación del Grupo en las fiestas de profundo arraigo popular y en espacios públicos plurales permite que la población sienta el compromiso de la empresa con los temas locales y regionales.

En 2008, siguiendo la tendencia del año anterior, la empresa patrocinó 71 actividades culturales, sociales y deportivas, en las que invirtió más de S/. 3 millones.

Este tipo de reuniones masivas no solo permite incrementar la notoriedad de fiestas y actividades en las provincias, sino que le confieren a Telefónica un alto potencial de articulación de esfuerzos con autoridades y representantes locales y regionales.

Total de patrocinios

	2008
Deportivos	27
Sociales	5
Culturales	19
Otros	20
Total	71



Principales patrocinios

Ciudad	Actividad	Fecha
Cajamarca	Carnaval de Cajamarca	Enero-febrero
Puno	Virgen de La Candelaria	Febrero
Juliaca	Carnaval de Juliaca	Febrero
Ayacucho	Semana Santa	Marzo
Chimbote	Fiesta de San Pedrito	Julio
Arequipa	Aniversario de Arequipa	Agosto
Trujillo	Festival de la Primavera	Setiembre
Chiclayo y Trujillo	Fiesta Muchik	Octubre-noviembre
Huancayo	Maratón de los Andes	Noviembre
Piura	Semana Jubilar	Noviembre

Patrocinios sociales

Grupo Telefónica: socio tecnológico en las cumbres ALC-UE y APEC

El año 2008 marcó un hito para el Perú, pues se convirtió en una vitrina ante el mundo debido a que se realizaron importantes foros internacionales.

Del 29 de abril al 1 de mayo se realizó en Lima la Segunda Sesión Plenaria de la Asamblea Parlamentaria Euro-Latinoamericana (Eurolat), foro de debate, control y seguimiento de todas las cuestiones relativas a la asociación estratégica birregional. Dichas reuniones contaron con el patrocinio de Telefónica, que además realizó una exposición sobre los alcances e intervención del programa Proniño, que buscó sensibilizar a los asistentes en la lucha contra la erradicación del trabajo infantil como objetivo del milenio.

Entre el 14 y 16 de mayo se llevó a cabo la Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de América Latina, el Caribe y la Unión Europea (ALC-UE), reunión en la que participaron 60 dignatarios, quienes en una apretada agenda revisaron los temas de interés común para dichas regiones. La convocatoria, al igual que las reuniones preparatorias, obligaron a tener una



logística nunca antes realizada en el país; y fue Telefónica el aliado encargado de dejar en alto el nombre del país y asegurar el impacto global que el Perú planteó desde la organización.

Finalmente, del 16 al 23 de noviembre, se reunieron en Lima los líderes de las economías más importantes del Pacífico, en la reunión del Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC). Estuvieron, entre otros, los jefes de Estado y de Gobierno de China, Japón, Rusia y Estados Unidos, para revisar los puntos de encuentro y fijar los compromisos para el desarrollo común de las 21 economías que participaron en este foro. Simultáneamente se desarrolló el CEO Summit, que convocó a los principales ejecutivos de las empresas que operan en el mundo, quienes pudieron compartir experiencias con los

líderes de las economías del Asia-Pacífico y los ejecutivos peruanos.

Nuevamente, Telefónica tuvo una destacada misión en estos encuentros. Puso al país en contacto con el mundo a través de la implementación del International Media Center (IMC), el centro de comunicaciones de APEC, un espacio de más de 4,000 m², donde los más de dos mil periodistas acreditados de todo el mundo pudieron realizar una excelente cobertura de ambas reuniones con las facilidades técnicas implementadas, como conexión satelital para transmisiones en vivo, salas de prensa, islas de edición, sets de televisión y mesas de trabajo con Internet, entre otros. El IMC fue reconocido por la Secretaría Internacional de APEC como el centro de comunicaciones más completo de todas las cumbres realizadas hasta el momento.

Telefónica, en asociación con la Cruz Roja, destinó aproximadamente US\$ 4 millones a la reconstrucción de colegios en las ciudades afectadas

La colaboración del Grupo Telefónica permitió que se reconstruyeran ocho colegios en Chincha, Pisco e Ica, que beneficiaron a 3,500 escolares.



De acuerdo con el compromiso asumido ante la sociedad, el Grupo Telefónica en el Perú cumplió su promesa de apoyar con las tareas de reconstrucción en las ciudades afectadas por el terremoto de agosto de 2007, priorizando el restablecimiento de la infraestructura educativa.

Como se reportó en el *Informe de Responsabilidad Corporativa 2007*, el megaconcierto Voces Solidarias, que convocó a varios artistas nacionales e internacionales con el fin de reunir fondos para las víctimas del terremoto, recaudó S/. 3 millones. Adicionalmente, en alianza con la Cruz Roja Peruana y la Cruz Roja Española se destinaron otros S/. 9,5 millones a obras de reconstrucción. Este aporte estuvo dirigido principalmente a restablecer ocho centros educativos en las provincias de Chincha, Pisco e Ica.

Para 2009 se ha previsto la entrega de todos los colegios ya rehabilitados, como se especifica en el cuadro adjunto. Por otro lado, la Cruz Roja Española, con el apoyo de la Fundación Telefónica, implementó un sistema de telecomunicaciones para emergencias que permite la respuesta local e inmediata de las organizaciones comunitarias ante cualquier desastre. El sistema está constituido por una red nacional de radiocomunicación que cuenta con bases en once localidades del país; un centro nacional de coordinación de las comunicaciones, con sede en Lima; y una unidad móvil de comunicaciones. El sistema, que garantizará las comunicaciones en cualquier lugar y circunstancia, ha significado una inversión de más de S/. 900 mil.

Pisco

Centro educativo	Población estudiantil	Inversión	Fuente de financiamiento	Fecha estimada de entrega
22471 Túpac Amaru II	1,062	S/. 2,204,223	Concierto Voces Solidarias, Cruz Roja y Telefónica	Mayo de 2009
22544 Pedro Castro Peláez	311	S/. 964,089	Cruz Roja y Telefónica	Mayo de 2009
22540 Nuestra Señora de Guadalupe	440	S/. 1,062,006	Cruz Roja y Telefónica	Mayo de 2009

Ica

Colegio/ciudad	Población estudiantil	Inversión	Fuente de financiamiento	Fecha estimada de entrega
22485 Yaurilla (distrito Los Aquijes)	314	S/. 1,039,923	Concierto Voces Solidarias	Agosto de 2009
Los Molinos (distrito San José de Los Molinos)	322	S/. 1,615,565	Cruz Roja y Telefónica	Octubre de 2009

Chincha

Colegio/ciudad	Población estudiantil	Inversión	Fuente de financiamiento	Fecha estimada de entrega
Simón Bolívar (distrito Sunampe)	433	S/. 1,947,717	Concierto Voces Solidarias	Setiembre de 2009
22226 Nuestra Señora de Fátima (distrito Alto Larán)	456	S/. 1,546,462	Cruz Roja y Telefónica	Setiembre de 2009
22254 Media Luna (Centro Poblado Media Luna-distrito Grocio Prado)	160	S/. 1,228,904	Cruz Roja y Telefónica	Setiembre de 2009

Diálogo con los grupos de interés

La mayoría de los encuentros se desarrollaron en lugares neutrales, como universidades o centros académicos

En 2008, se promovieron diversos encuentros con los grupos de interés de Telefónica

A los paneles de diálogo para recoger opiniones sobre el *Informe de Responsabilidad Corporativa 2007*, se sumaron otras experiencias similares acerca de diversos temas y en distintas provincias del país.



El Grupo Telefónica está fortaleciendo cada vez más la forma de relacionarse con sus públicos de interés en los países donde opera, pues estas interacciones son una herramienta de crecimiento para la compañía. A partir de 2008, se afianzó la tendencia de tratar temas cada vez más concretos, de interés específico o presentes en las agendas locales.

El Grupo Telefónica en el Perú, además de organizar dos paneles de diálogo en Lima y Trujillo para recoger las opiniones acerca del *Informe de Responsabilidad Corporativa 2007*, convocó a otras tres sesiones para debatir con expertos sobre la inclusión social en las telecomunicaciones.

Además, Telefónica Móviles realizó un foro para aclarar las dudas respecto al impacto

de las antenas de telefonía móvil en la salud.

Finalmente, y acorde con el afán de descentralizar el diálogo, se organizaron ocho audiencias públicas en Lima, Áncash, Arequipa, Cajamarca, Piura, Lambayeque, Huancavelica y Puno, en las que se abordó el programa de telefonía rural Intégrame.

Consenso para la toma de decisiones

Para Telefónica, es importante la participación de los empleados en la formulación de acuerdos sobre las mejoras en el trabajo. Así, se conformaron ocho comisiones donde los sindicatos y la empresa participaron en la toma de decisiones sobre diversos temas, como estructura de cargos, capacitación, bienestar, salud y herramientas, entre otros.

Sugerencias incorporadas

Los mecanismos de diálogo han permitido recoger recomendaciones de los públicos de interés en el presente informe, entre ellas:

- La explicación de la estrategia global de la compañía y de su enfoque de RC.
- La definición de lo que la compañía entiende por inclusión digital, así como la información de proyectos corporativos que respondan a dicha visión.
- Una mayor difusión de las experiencias de comunicación con los públicos de interés.

Encuentro	Lugar	Fecha	Grupos de interés participantes
Mesas de diálogo sobre inclusión social y telecomunicaciones (tres sesiones).	Lima	Abril y mayo	Representantes del Estado, sector académico, competencia, asociaciones de consumidores y sindicatos.
Panel de diálogo acerca del <i>Informe de Responsabilidad Corporativa 2007</i> e iniciativas de inclusión social (una sesión).	Lima	Diciembre	Expertos, representantes del sector académico, competencia, proveedores, asociaciones de consumidores, medios de comunicación y sindicatos.
Panel de diálogo acerca del <i>Informe de Responsabilidad Corporativa 2007</i> (una sesión).	Trujillo	Noviembre	Sector académico, medios de comunicación, sindicatos, sociedad civil y representantes del empresariado local.
Foro sobre antenas y salud <i>Muchos mitos, una realidad</i> (una sesión).	Piura	Octubre	Autoridades del sector salud, representantes académicos especializados en TIC y del gremio de empresas de telecomunicaciones.
Audiencias públicas sobre el programa Intégrame (ocho sesiones).	Lima, Áncash, Arequipa, Cajamarca, Piura, Lambayeque, Huancavelica, Puno	Todo el año	Representantes de gobiernos locales, regionales y sociedad civil.
Comisiones de trabajo empresa-sindicato (ocho comisiones).	Lima	Todo el año	Representantes de los empleados y Telefónica.


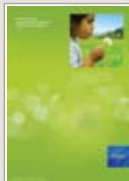

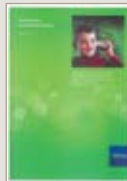










Telefónica publica sus informes de Responsabilidad Corporativa en 17 países

Para garantizar la materialidad de la información y la rigurosidad, se apoya en la verificación externa, siguiendo los parámetros más exigentes del mundo: GRI y AA1000AS.

Informes de RC del Grupo Telefónica en el Perú 2004 - 2008

				
2004 ☑ GRI	2005 ☑ GRI ☑ AA	2006 ☑ GRI (G3) ☑ AA1000AS	2007 ☑ GRI (G3) ☑ AA1000AS	2008 ☑ GRI (G3) ☑ AA1000AS

Informes de RC en los países donde opera el Grupo Telefónica

				
Alemania¹ (desde 2006) ☑ GRI (G3) ☑ AA1000AS ☑ LBG	Centroamérica² (desde 2006) ☑ GRI (G3)	Ecuador (desde 2006) ☑ GRI (G3) ☑ AA1000AS	México (desde 2006) ☑ GRI (G3) ☑ AA1000AS	República Checa³ (desde 2006) ☑ GRI (G3) ☑ LBG
				
Argentina (desde 2004) ☑ GRI (G3) ☑ AA1000AS	Chile (desde 2003) ☑ GRI (G3) ☑ AA1000AS	España (desde 1999) ☑ GRI (G3) ☑ AA1000AS	Corporativo (desde 1999) ☑ GRI (G3) ☑ AA1000AS ☑ LBG	Venezuela (desde 2006) ☑ GRI (G3) ☑ AA1000AS
				
Brasil (desde 2003) ☑ GRI (G3) ☑ AA1000AS	Colombia (desde 2006) ☑ GRI (G3) ☑ AA1000AS	Irlanda (desde 2006) ☑ GRI (G3) ☑ AA1000AS ☑ LBG	Reino Unido¹ (desde 2006) ☑ GRI (G3) ☑ AA1000AS ☑ LBG	

(¹) Primer informe publicado
☑ Verificación 2008

- 1 Informes on line.
- 2 Incluye El Salvador, Guatemala, Nicaragua y Panamá.
- 3 Informe Anual

Indicadores clave de Responsabilidad Corporativa

Indicadores operativos del Grupo Telefónica

Impacto económico¹	
Ingresos ²	7,069
Pagos a administraciones públicas	1,593
Pagos a empleados	1,123
Inversiones en infraestructuras ³	1,149
Volumen de compras adjudicadas	4,598
Empleo	
Número total de empleados	15,213
% de mujeres en la compañía	45
% de mujeres en puestos intermedios y directivos ⁴	66
Horas promedio de formación por empleado	40
Clientes⁵	
Total de clientes (miles)	17,387
Cuota de mercado en telefonía fija	96.3%
Cuota de mercado en telefonía móvil	62.6%
Cuota de mercado en telefonía de uso público	90.9%
Cuota de mercado en TV por suscripción	79.9%
% de acceso prepago móvil	92.0%
Medio ambiente y despliegue de redes	
Residuos de equipos electrónicos (kg)	2,436
Emisiones de CO2 indirectas (toneladas equivalentes)	29,533
Emisiones de CO2 directas (toneladas equivalentes)	4,260
Inversión en las adecuaciones de impacto visual (nuevos soles)	6,122,288
Proveedores	
Total de proveedores adjudicatarios	2,083
Sociedad	
Total de inversión social (miles de nuevos soles)	18,160
Niños beneficiados por el programa Proniño	17,166

¹ Datos en millones de nuevos soles.

² A partir de 2008 solo se consideran los ingresos de Telefónica del Perú S.A.A.

³ En 2008 no se incluye TV por suscripción, debido a que solo se consideran las inversiones de Telefónica del Perú S.A.A.

⁴ Cálculo obtenido sobre el total de directivos y mandos intermedios de la compañía.

⁵ Datos del Osiptel.

En el año 2009, Telefónica mantiene su compromiso con la sociedad fijando 20 objetivos sobre la base de su estrategia de RC

Responsabilidad Corporativa y Principios de Actuación

- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1 Formación en Principios de Actuación. 2 Mantener el liderazgo del reporte social. 3 Diálogo con los grupos de interés. 4 Impulsar la capacitación en RC de los colaboradores. | <ul style="list-style-type: none"> • Continuar promoviendo los principios éticos del Grupo Telefónica mediante la difusión y capacitación de los colaboradores, con el objetivo de alcanzar el 100% de la planilla formada en esta materia para 2011. • Elaborar el quinto informe de RC, contemplando la auditoría de datos e involucrando cada vez más a la cadena de valor con la responsabilidad social y con los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. • Impulsar esta iniciativa en otras localidades fuera de Lima, recogiendo el particular punto de vista de otros observadores acerca del papel que cumple la empresa respecto a la inclusión digital y a la calidad de los servicios en nuevas localidades. • Desarrollar, a partir de las herramientas <i>e-learning</i>, un plan de capacitación para 2009 y 2010 en temas asociados a RC. |
|--|--|

Clientes

- | | |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 5 Masificar el programa ABC a todo el país y al 100% de las solicitudes de nuestros clientes. 6 Ampliar en más de 1,200, los puntos de pago, llegando a tener una cobertura total de más de 6,200 a nivel nacional. 7 Tener una nueva relación con las empresas colaboradoras. | <ul style="list-style-type: none"> • Consolidaremos la implementación de este nuevo modelo en Lima y lo adaptaremos también a las necesidades de nuestros clientes en provincias. • Asimismo, a través de <i>ABC online</i>, lograremos que el 60% de las solicitudes que no requieren visita en el domicilio, se atiendan a través de los asesores de servicio de manera inmediata, y el 40% restante en un plazo máximo de dos días, confirmando la atención por e-mail y SMS. • Meta que se conseguirá de acuerdo con una estrategia de convenios directos con entidades y cadenas de servicio especializadas. • Se tiene planificado diseñar, conjuntamente con las operadoras de Latinoamérica, un nuevo modelo de gestión con las empresas colaboradoras, basado en la confianza mutua y en relaciones de <i>win to win</i> de largo plazo, que generen un modelo sostenible entre calidad y eficiencia operativa. |
|--|--|

Empleados

- | | |
|--|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 8 Continuar con la mejora de los índices de satisfacción de los empleados. 9 Seguridad y salud. 10 Mantener a las empresas que figuran en el ranking del <i>Great Place to Work</i>. | <ul style="list-style-type: none"> • Para 2009 los objetivos son alcanzar el 75% en el índice de satisfacción de los empleados de Telefónica del Perú y el 80% en el caso de Telefónica Móviles. • Implementar medidas de control en planta externa con el fin de reducir el riesgo de accidentes laborales en Telefónica del Perú. • Mantener el índice de frecuencia de accidentes por debajo de 2.5. • Actualmente, seis empresas del Grupo Telefónica en el Perú han sido reconocidas como los mejores lugares para trabajar. El propósito es mantenerlas e incorporar a otras. |
|--|---|

Proveedores

- 11 Extensión de los PdA a la cadena de suministro.

- Desarrollar nuevas auditorías en materia de recursos humanos y seguridad y salud en los proveedores de riesgo, y poner en marcha planes de mejora para los proveedores auditados.

Sociedad

- 12 Superar los 19 mil beneficiarios del programa Proniño en el Perú.
- 13 Impulsar la mejora de la calidad educativa mediante la capacitación gratuita de más de 1,850 docentes de todo el país a través del programa Educared.
- 14 Ampliar el número de beneficiarios de Conéctame.
- 15 Realizar nuevas encuestas para evaluar los hábitos de uso de niños y jóvenes en las TIC y el impacto que estas generan en ellos.
- 16 Capacitar a profesores voluntarios con el fin de que contribuyan a realizar tareas de sensibilización y educación en cada una de sus escuelas.
- 17 Propiciar el debate sobre el beneficio de las TIC para el desarrollo de nuestra sociedad.

- Incrementar en dos mil, con respecto a 2008, el número de niñas, niños y adolescentes beneficiarios.
- Durante la Semana Educared, se explicará el nuevo diseño curricular nacional a más de 1,600 docentes de Tacna, Cusco, Chiclayo y Lima.
- Igualmente, más de 250 profesores de los colegios beneficiados por el programa Proniño recibirán capacitación en el uso de las TIC.
- Programa que busca alfabetizar en el uso de las TIC a más de 18 mil pobladores de Lima, Cusco y Puno, a través del bus móvil de Movistar.
- El estudio enfatizará su actuación en provincias, poniendo especial atención a la realidad social y económica de cada localidad.
- El objetivo final es que los profesores capacitados eduquen en el mejor uso de las TIC a los alumnos, a otros profesores y a las familias del entorno. Lo que se busca es que los profesores, integrados en una comunidad educativa de trabajo, contribuyan a realizar tareas de sensibilización y educación en cada escuela. En este proyecto participarán también trabajadores voluntarios de la compañía, quienes apoyarán a los docentes en la obtención de sus objetivos formativos.
- Poner en marcha diversas iniciativas para posicionar, con el apoyo de especialistas internacionales, nuevos conceptos y tendencias de innovación digital entre los líderes de opinión y periodistas.

Medio ambiente

- 18 Digitalización de las *Páginas Blancas*, reduciendo el tiraje en 200 mil guías telefónicas en Lima.
- 19 Afiliar a 240 mil clientes de telefonía fija a la factura digital, y lanzar el servicio para clientes de telefonía móvil.
- 20 Renovación de la certificación ISO 14001 de Telefónica Móviles.

- Se invitará a los clientes a optar por un formato electrónico en reemplazo de la versión tradicional impresa, intentando reducir considerablemente el número de guías impresas y la cantidad de papel consumido.
- A través del nuevo servicio de facturación digital, los clientes podrán visualizar, descargar y/o imprimir su recibo telefónico directamente desde la página web del Centro de Atención *On Line* de Telefónica. De esta manera, se reemplazará gradualmente el formato impreso y se contribuirá a la disminución de la tala de árboles y a mejorar el medio ambiente.
- En noviembre de 2009, se realizará la auditoría externa para renovar la certificación ambiental, luego de tres años de haberla obtenido.

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE (VERIFICACIÓN) DEL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA 2008 DEL GRUPO TELEFÓNICA EN PERÚ.

A la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa de Telefónica, S.A.

Alcance del trabajo

Hemos llevado a cabo la revisión de los contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008 del Grupo Telefónica en Perú (en adelante, Telefónica), disponible en www.telefonica.com.pe/rc2008, y su adaptación conforme a lo señalado en:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 3.0 (G3), para el perímetro global de Telefónica.
- Los principios recogidos en la Norma AA1000 AS (versión 2003) emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability) para las actividades desarrolladas por Telefónica en Perú.

La preparación del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa así como el contenido del mismo es responsabilidad de los Órganos de Gobierno y la Dirección de Telefónica, los cuales también son responsables de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión limitada de acuerdo con la Norma ISAE 3000 *Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information* emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC).

Procedimientos realizados

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

1. Realización de entrevistas con directivos y personal de las áreas de Responsabilidad Corporativa de Telefónica S.A. y una selección de directivos y personal clave de las líneas de negocio de telefonía fija y de móviles de Perú. El propósito fue obtener un conocimiento sobre cómo los objetivos y políticas de Responsabilidad Corporativa son considerados, puestos en práctica e integrados en las estrategias de las entidades.
2. Revisión de información relevante, tal como las actas de las reuniones del Consejo de Administración de Telefónica, S.A. o las actas de las reuniones celebradas por la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa, en las que se han tratado asuntos relacionados con la Responsabilidad Corporativa.

3. Revisión de los principales procesos y sistemas a través de los cuales Telefónica establece sus compromisos con sus grupos de interés, así como la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa.
4. Análisis de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de Telefónica a lo señalado en la Guía G3 de GRI.
5. Comprobación selectiva de la información cuantitativa de los indicadores incluidos en el Informe de Responsabilidad Corporativa 2008 y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información.

Los procedimientos aplicados para cada indicador se detallan en la Tabla de Indicadores GRI que se adjunta a continuación y que forma parte integrante de este Informe, habiéndose obtenido para cada uno de ellos documentación soporte correspondiente.

Independencia

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

Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008 de Telefónica contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3)
- Los principios recogidos en la Norma AA1000AS (versión 2003) emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability).

En esta hoja se recogen los principales procedimientos y conclusiones de nuestra verificación; el contenido íntegro del presente informe de revisión, junto con las recomendaciones y detalle de los procedimientos de verificación aplicados a los indicadores GRI G3 se encuentra en: www.telefonica.com.pe/rc2008

Premios y distinciones en 2008

Reconocimiento	Institución que otorga la distinción	Mes
A la Fundación Telefónica, por su permanente compromiso con la niñez, la educación, el arte y la cultura del Perú.	<ul style="list-style-type: none"> Dirección de Promoción Escolar, Cultura y Deporte del Ministerio de Educación. 	Marzo
A Telefónica Móviles por su programa Intégrame, que acerca las telecomunicaciones a los lugares más alejados del país.	<ul style="list-style-type: none"> <i>International Business Awards-Stevie Awards</i>. Premio otorgado por ser uno de los mejores programas de RC de América del Sur y uno de los mejores productos de telecomunicaciones a nivel mundial. 	Julio
A Telefónica del Perú, por sus buenas prácticas de gobierno corporativo.	<ul style="list-style-type: none"> <i>The World Business and Development Awards</i>, impulsado por el Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas. Se le definió como una práctica altamente recomendada para el cumplimiento de los <i>Objetivos de Desarrollo del Milenio</i>. 	Setiembre
A Telefónica Móviles, ganadora del Premio Nacional a la Calidad, en la categoría comercio y servicios (categoría empresas grandes).	<ul style="list-style-type: none"> Bolsa de Valores de Lima. 	Julio
A tgestiona y su filial Telefónica Centros de Cobro, por sus mejores prácticas de recursos humanos, que los certifican como socios de la ABE.	<ul style="list-style-type: none"> Centro de Desarrollo Empresarial de la Sociedad Nacional de Industrias. 	Setiembre
A las empresas del Grupo Telefónica que fueron consideradas entre las mejores empresas para trabajar en el Perú:	<ul style="list-style-type: none"> Asociación de Buenos Empleadores (ABE) de la Cámara de Comercio Americana. 	Noviembre
<ul style="list-style-type: none"> Telefónica Móviles Media Networks Atento tgestiona Terra Telefónica Servicios Comerciales 	<ul style="list-style-type: none"> <i>Great Place to Work Institute Peru</i>. 	Diciembre



Clientes

259 millones de accesos de clientes

Presencia en **25** países

196 millones de accesos en telefonía móvil

43 millones de accesos en telefonía fija

Más de **12** millones de accesos minoristas a Internet de banda ancha

Más de **2** millones de accesos a televisión por suscripción

Un **6.92** (sobre 10) de índice de satisfacción de clientes al cierre de 2008

Profesionales

257,000 profesionales

Un **69%** de índice de clima laboral y compromiso

Responsabilidad Corporativa

60,219 empleados con formación sobre los Principios de Actuación

Telefónica publica informes de RC en **17** países. Para garantizar la materialidad y rigurosidad, la compañía se apoya en la verificación externa, siguiendo las exigencias de GRI y AA1000AS.

Resultados

57,946 millones de euros en ingresos

64% de los ingresos proceden fuera de España

Un beneficio neto de **7,592** millones de euros

1,63 euros por acción de beneficio neto

74,574 millones de euros de capitalización bursátil

Acción social y cultural

Cerca de **115** millones de euros en acción social y cultural con **40** millones de personas beneficiadas por las iniciativas de 2008

Unos **22,000** empleados son Voluntarios Telefónica

107,602 niños escolarizados por Proniño para contribuir a erradicar el trabajo infantil en Latinoamérica

Inversión

8,401 millones de euros de inversiones anuales (CapEx)

4,614 millones de euros invertidos en I+D+I

Medio ambiente

Compromiso para reducir un **30%*** el consumo eléctrico en sus redes para 2015

* Kwh/acceso equivalente

www.telefonica.com.pe

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008

www.telefonica.com.pe/rc2008

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

