

# El poder de transformar

## Conoce cómo ven a nuestro informe

En el espíritu de llegar a sus grupos de interés con la máxima transparencia, en Telefónica en Chile hemos sometido nuestra novena versión del Informe de Sostenibilidad Corporativa y nuestro trabajo a tres diferentes análisis externos:

- Red Pacto Global en Chile
- Panel Verificador de grupos de interés
- Revisión de Ernst & Young.

Les invitamos a informarse en detalle sobre estos procesos con las cartas que podrán encontrar al voltear esta página.



## Pacto Global

Para Pacto Global, es muy valioso contar con el Informe de Sostenibilidad de Telefónica Chile, correspondiente a la gestión del año 2012. Los felicitó de manera muy especial por esta novena comunicación, muestra del interés de la compañía por dar cuenta de sus acciones dentro del contexto de la sostenibilidad y reafirmar el vínculo con sus grupos de interés.

Telefónica es una de las más grandes compañías de telecomunicaciones en el mundo, adherida a nuestra Red en Chile desde el año 2006 y participante activa de nuestra iniciativa a nivel mundial desde 2002. Desde entonces, hemos podido observar de manera más cercana la evolución en sus iniciativas y comunicaciones, que han llegado a convertirse en un referente para nuestra organización, al integrar en forma destacada, los Principios del Pacto Global en el desarrollo de sus reportes.

Telefónica ha mantenido activo su compromiso con Pacto Global, no solo en sus informes de sostenibilidad, sino también por su participación en instancias fundamentales en nuestra organización. A nivel mundial, logros tan destacables como formar parte del grupo de multinacionales elegidas por Naciones Unidas para conformar la iniciativa Global Compact LEAD (plataforma empresarial creada para impulsar el liderazgo en sostenibilidad corporativa en el mundo, que involucra compromisos y medidas concretas que pueden adoptar las empresas para mejorar su sostenibilidad). A nivel regional, a través de acciones vinculadas a nuestros Principios, como lo es la erradicación del trabajo infantil, tomando gran fuerza a partir de iniciativas como la "Guía Metodológica para la Evaluación y Gestión de los Impactos del Trabajo Infantil en los Negocios" elaborada en Colombia y presentada en la sede de Naciones Unidas en Nueva York. Igualmente, gracias al trabajo de su Fundación, programas como "Aquí estoy y actúo", han contado con gran difusión y cobertura, incentivando un trabajo conjunto entre las Redes Locales de Latinoamérica del Pacto Global.

A nivel local, nuestro testimonio de su compromiso se identifica a lo largo de estos 6 años, en los que hemos podido contar con su participación en nuestras actividades, con una presencia activa en nuestras Comisiones y especialmente con el constante aporte en las sesiones mensuales de nuestro Comité Ejecutivo.

El corazón de Pacto Global está en la convicción de que las prácticas comerciales que se apoyan en nuestros principios universales, tienen la capacidad de ayudar al mercado global a ser más incluyente, y de esta forma avanzar en objetivos colectivos de cooperación para la paz y el desarrollo. Esperamos continuar reafirmando vínculos con organizaciones como Telefónica, para llevar adelante esta meta, materializando proyectos que incentiven la participación de más actores en la integración de acciones responsables.

  
**Margarita Ducci**  
Directora Ejecutiva  
Red Pacto Global Chile  
Universidad Andrés Bello



## Carta Panel Verificador

El Panel Verificador del Informe de Sostenibilidad Corporativa 2012 de Telefónica en Chile, conformado por los representantes identificados en la página 32, discutió y expuso sus comentarios de forma oral el 29 de abril de 2013. Los puntos a continuación concentran lo más relevante de esta instancia, con la finalidad de sintetizar observaciones y recomendaciones para los próximos informes de la compañía.

### Clientes y ciudadanía

#### Fortalezas:

- Se reconoce trayectoria de Telefónica en la lógica de los reportes.
- Se valora positivamente la disposición al diálogo, reflejado primero en los Consejos Consultivos de 2012 y la apertura a un Panel de Verificación desde la empresa.
- Se validan los temas de la matriz de materialidad y se reconocen como críticos y urgentes de gestionar por parte de Telefónica.

#### Oportunidades de mejora:

- La lectura de la matriz general en relación con las matrices específicas por cada grupo resulta confusa y requiere una explicación que las vincule.
- Quienes se encargan del proceso de construcción de materialidad debieran estar presentes en los Consejos Consultivos de Clientes y Ciudadanía.
- El funcionamiento de los Consejos Consultivos fue muy irregular en 2012, lo que afectó la calidad de la discusión al interior del Consejo. Se considera que no se estableció una agenda de objetivos y problemas concretos al comienzo, dando pie a confusión.

- Al respecto, Telefónica tiene la oportunidad de tomar un rol de liderazgo, facilitando la interacción con la empresa. En esta misma línea se sugiere consulta directa a los miembros del Consejo, para efectos de la construcción del Informe.

- La matriz de materialidad debiera dar cuenta de los efectos de la Ley de Antenas desde el punto de vista de los Clientes y Comunidad.

- Llama la atención la baja prioridad de los temas de medio ambiente, considerando la envergadura de la compañía, la cantidad de personas que trabajan directa e indirectamente. Más allá de hacerse cargo de los impactos, se propone a la compañía tomar la delantera en la industria.

- La explicación sobre los reclamos es una oportunidad de transparentar los puntos más críticos con clientes, para lo cual se sugiere

desagregar los principales motivos de los reclamos incorporando la gestión que se realiza en respuesta a ellos.

- Existe preocupación por aquellos temas con los que simplemente se cumple la ley, sobre todo frente a los clientes; Telefónica en Chile debe y puede ir más allá de ese mínimo, como han hecho frente a la sociedad.

### Trabajadores

#### Fortalezas:

- Encuesta de Sostenibilidad a colaboradores, donde pudieron participar más de 600 trabajadores.
- Se reconoce en un avance en la cultura del diálogo por parte de Telefónica con sus trabajadores.

#### Oportunidades de mejora:

- Algunos aspectos del Nuevo Modelo de Gestión. En primer lugar, respecto al impacto sobre los trabajadores, ya que se basa en una evaluación del desempeño por parte de la jefatura directa, algunas veces arbitrariamente, bajo un modelo de ranking forzado, que necesariamente debe ubicar a los trabajadores en una distribución normal, y cuyas consecuencias para aquellos del percentil inferior, es que están en riesgo de desvinculación, con pérdida de reajuste salarial, impidiendo su movilidad interna y todo esto sin derecho a apelación del trabajador. Lo anterior, explica la salida de muchos colaboradores experimentada en los últimos años.

- Se espera que el levantamiento de información para el Informe se anticipe y avise a los trabajadores y que no solo se les involucre en la etapa de validación de temas, sino en la construcción de estos. Los temas identificados evidencian que no se ha buscado integrar los intereses de los colaboradores en regiones.

- La comprensión correcta del informe depende de que las personas entiendan la función de las matrices. Esto debiese guiarse más.

- Hay que cuidar la consistencia de los temas entre años. Entre el 2012 y 2011 no ha habido un cambio sustancial en los temas, sin embargo, se nota discordancia en los títulos, aun cuando apuntan a contenidos similares.

- El Clima Laboral es un tema que en la opinión del panel de colaboradores, fue más importante durante 2012 que lo que aparece en la matriz.

### Proveedores

#### Fortalezas:

- Se ha iniciado un proceso de conversación serio, que puede dar pie a un efectivo traspaso de buenas prácticas.

- Los puntos visibles en la matriz efectivamente son críticos para el negocio de Telefónica y para sus proveedores.

- La importancia del tema licitaciones y plazos de pago se condice con algunos indicios positivos ocurridos el 2012, que hablan del interés de Telefónica por mejorar en estos temas.

#### Oportunidades de mejora:

- Aun reconociendo mejoras, el Panel coincide en que falta mucho que avanzar en las gestiones por parte de la compañía en torno a las licitaciones. Si la importancia es alta, la relación de negocios debe verse impactada positivamente de forma significativa.

- El proceso de consulta y verificación con los grupos de interés tiene que ser un continuo, no debiera ocurrir que en la etapa final, que es la verificación, participen quienes no han sido consultados en la primera etapa. Además esto debe ser un esfuerzo estable en el tiempo para lograr cambios en la gestión.

- Llama la atención que salud y seguridad haya salido tan bajo en el eje de la importancia que le dan los proveedores; el panel percibe que se le da más relevancia, al menos entre las empresas que trabajan con técnicos es fundamental.



**Stefan Larenas R.**

Director general Organización de Consumidores,  
representante de Clientes y Ciudadanía



**Leonardo Rebolloso M.**

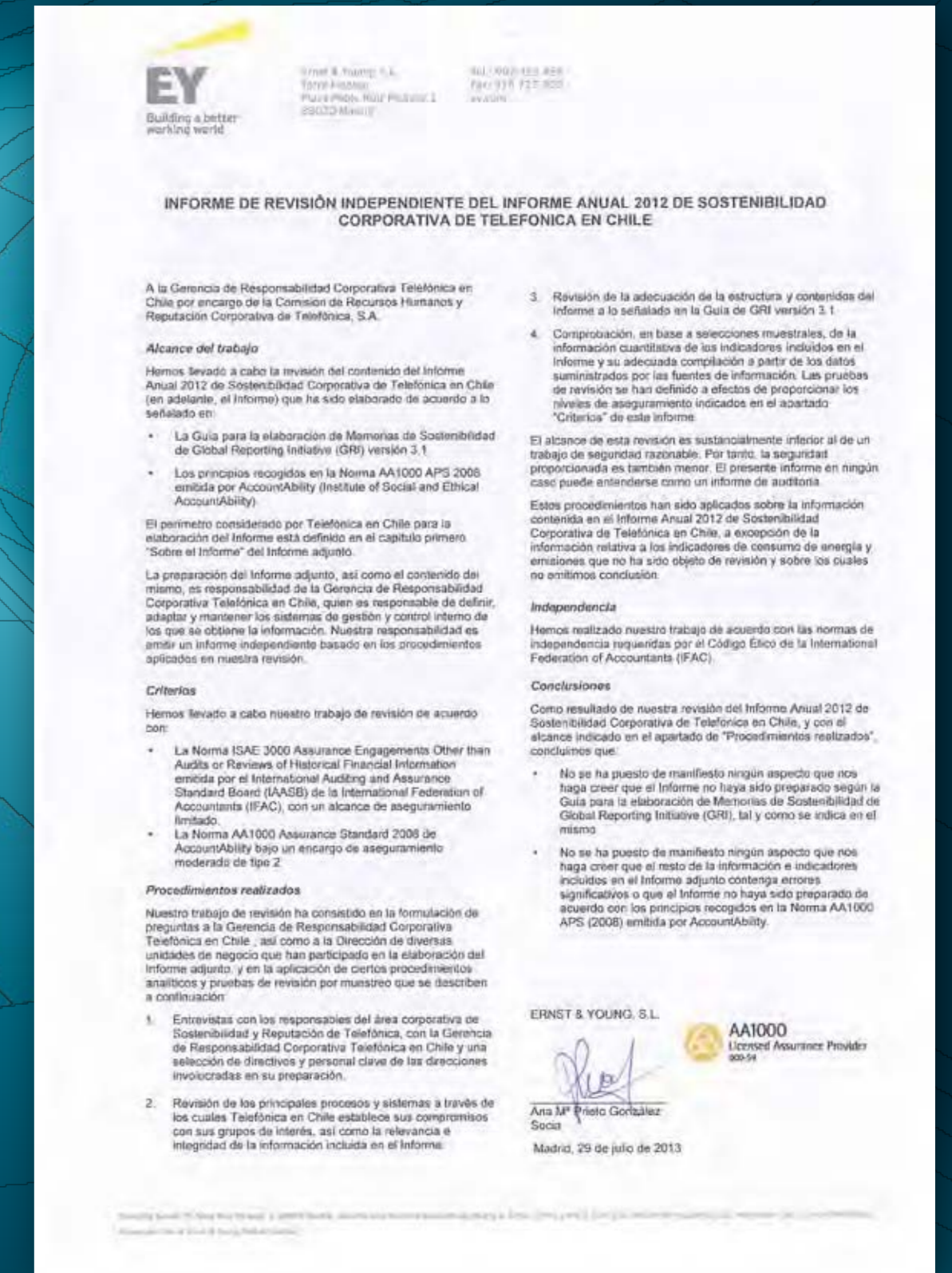
Presidente Sindicato Ingenieros Civiles,  
representante de Trabajadores



**Gonzalo Rivera E.**

Gerente general TeamWork,  
representante de Proveedores

## Carta Revisión Ernst & Young



2012

**Informe de  
Sostenibilidad  
Corporativa**  
Telefónica en Chile

# El poder de transformar

*Telefonica*

---

# 1.0

Sobre el informe\_

# Índice\_

## 1.0 SOBRE EL INFORME\_

Acerca de este informe	4
Mensaje del presidente de Telefónica S.A.	6
Carta del presidente de Telefónica Latinoamérica y del presidente de Telefónica en Chile	7

## 2.0 ¿QUÉ ES TELEFÓNICA EN EL MUNDO?\_

Visión y Principios de Actuación (PDA)	9
Estructura de negocio de Telefónica	10
Motor de progreso	11
Telefónica en el mundo	12

## 3.0 TELEFÓNICA EN CHILE

Un servicio estratégico	15
Innovación y emprendimiento	16
Estructura en Chile	18
Gobierno corporativo	20
PDA	22

## 4.0 NUESTRA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD EN CHILE\_

Indicadores de sostenibilidad	25
¿En qué creemos?	26
Diálogo	28
¿Cómo construimos nuestra	
Matriz de Materialidad?	30
Matriz de Materialidad	31
Clientes	34
Colaboradores	42
Proveedores	50
Medio ambiente	56
Sociedad	62

## 5.0 INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

Índice GRI	71
------------	----

# Acerca de este informe\_

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

Telefónica en Chile presenta su noveno Informe de Sostenibilidad Corporativa para poner a disposición de sus grupos de interés, el desempeño económico, social y ambiental de la compañía durante 2012, además de transparentar sus principales focos de gestión y resultados del período.

- **Período:** todos los datos presentados corresponden a lo ocurrido en la compañía entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2012, salvo que se incorpore información de contexto o cifras de años anteriores para evidenciar el avance obtenido.
- **Principios:** este documento se elaboró de acuerdo a los lineamientos dados por la Iniciativa Global de Reportes (Global Reporting Initiative, GRI) en la versión G3.1 de su Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad. La definición de contenidos se realizó cumpliendo con sus cuatro principios fundamentales: Participación de los Grupos de Interés, Contexto de Sostenibilidad, Materialidad y Validación. Los indicadores del reporte se levantaron de acuerdo a los protocolos de la misma iniciativa, incluyendo los del Suplemento para el Sector de Telecomunicaciones.
- **Participación:** bajo el liderazgo de la dirección de Asuntos Corporativos y de la gerencia de Responsabilidad Corporativa, la construcción del informe involucró la participación de múltiples áreas de la compañía a través de la recolección de información y datos. La plana directiva de Telefónica en Chile se vio representada por seis directores de área, quienes dieron entrevistas en profundidad para aportar una visión estratégica al informe.
- **Comparabilidad:** todos los datos numéricos fueron calculados siguiendo los parámetros señalados por la Guía y en concordancia con las bases de cálculo de los informes anteriores, a menos que se especifique lo contrario.
- **Verificación:** esta versión del informe contó con dos instancias de verificación. La primera a cargo de Ernst & Young, de acuerdo a los estándares GRI G3.1 y AA1000AS (AccountAbility) y la segunda bajo la responsabilidad de un Panel Verificador que convocó a representantes de los principales grupos de interés de la compañía.
- **Alcance:** este informe habla del desempeño de las empresas Telefónica Chile y Telefónica Móviles Chile, abordando las filiales que tienen operaciones de telecomunicaciones fija y móvil. Para ilustrar las actividades de inversión social e innovación, se incluyen datos de la Fundación Telefónica en Chile y Wayra Chile. Sin embargo, al comienzo del reporte se entregan cifras de Telefónica, para contextualizar la información.
- **Distinciones utilizadas para denominar a las empresas:**
  - **Telefónica:** se refiere a la Compañía en su alcance a nivel mundial.
  - **Grupo Telefónica en Chile:** se refiere a las operaciones y filiales de Telefónica en el país.
  - **Telefónica en Chile:** se refiere a las operaciones fija y móvil en Chile de Telefónica.
  - **Movistar:** se refiere a la marca comercial con que Telefónica opera en Chile, en sus servicios fijo y móvil.

## Contacto

En caso de querer dirigir opiniones y sugerencias, o requerir mayor información sobre este documento, contactarse con:

**Paulina Dobud Larenas**  
Gerente de Responsabilidad Corporativa  
maria.dobud@telefonica.com  
Av. Providencia #111, Providencia, Santiago  
www.telefonicachile.cl

# ¿Cómo leer este informe?

Los capítulos, referentes a cada grupo de interés, tienen la misma estructura de presentación:

### Visión Telefónica Corporativa

Corresponde al lineamiento estratégico definido por la compañía en su alcance global, este texto establece el objetivo que buscamos para este grupo de interés o tema específico.

### Visión Telefónica en Chile

Se refiere a la forma en que, de acuerdo a nuestra realidad local, podemos implementar la visión corporativa.

### Temas levantados por los grupos de interés

En este espacio incluimos cuáles son sus temas fundamentales, los cuales plantearon en las diferentes instancias de diálogo de la compañía.

### Matriz de Materialidad

Relevancia para los grupos de interés

Alto

Medio

Bajo

Bajo

Medio

Alto

Relevancia para la compañía

Representa el cruce de la visión de Telefónica en Chile sobre el tema del capítulo y también la que tiene el grupo de interés. De esa priorización, posteriormente desarrollamos el capítulo.

Ver capítulo Nuestra estrategia de sostenibilidad en Chile, pág. 24.

## Herramientas para navegar este informe

3.1 - 3.2

El número representa el indicador específico de dicha herramienta, que se puede consultar en el Índice GRI.

@

Indica que existe información ampliada en páginas web.

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

PG1

Indica el contenido más relevante del informe relacionado al número del principio del Pacto Global.

Con una aplicación, en estos códigos QR puedes encontrar más información.

# Mensaje del presidente de Telefónica S.A.

1.1 - 1.2



César Alierta Izuel

Es un placer para mí dirigirme a ustedes y presentarles el Informe Anual de Sostenibilidad correspondiente al ejercicio de 2012, que publicamos como muestra de nuestro ineludible compromiso por la transparencia con todos nuestros grupos de interés, y con el objetivo de poner en valor la integridad y sostenibilidad de nuestra gestión.

En Telefónica vemos en la gestión sostenible el mejor modo de alcanzar nuestra visión de transformar posibilidades en realidad, con el fin de crear valor para empleados, clientes, accionistas, socios a nivel global y para toda la sociedad en general.

En definitiva, la sostenibilidad corporativa es una fuente clara de competitividad y progreso para nuestra Compañía. En la relación con los clientes, porque aumenta el valor de marca y diferencia a Telefónica. Con nuestros empleados, porque ayuda a fidelizarlos y ofrecerles un proyecto estable en nuestra Compañía. De cara a la sociedad, porque afianza nuestra legitimidad a la hora de ofrecer nuestros servicios digitales y permite el desarrollo sostenible de las comunidades en las que operamos.

En Telefónica participamos activamente en el debate para impulsar la sostenibilidad como parte de las agendas públicas a nivel internacional y regional. Es por esto que venimos publicando nuestro informe de acuerdo con los principios del Pacto Mundial (Global) y bajo estándares internacionales tales como Global Reporting Initiative (GRI-G3.1), al igual que en años anteriores, nuestro Informe está verificado externamente bajo los criterios de la AA1000. Adicionalmente, nos hemos adherido a nuevas iniciativas como el International Integrated Report o la plataforma Global Compact Lead, un proyecto formado por cerca de 50 compañías multinacionales que buscan impulsar la idea de la sostenibilidad bajo el impulso de las Naciones Unidas.

Una vez más quiero reiterar mi agradecimiento a todos los que cada día colaboran con nosotros, con el proyecto de Telefónica, porque entre todos conseguimos una empresa y una sociedad más sostenible.

# Carta del presidente de Telefónica Latinoamérica y del presidente de Telefónica en Chile\_ 1.1 - 1.2



Claudio Muñoz Zúñiga



Santiago Fernández Valbuena

A nombre de todos quienes trabajamos en Telefónica en Chile, les presentamos nuestro noveno Informe de Sostenibilidad Corporativa correspondiente a 2012. En este documento queremos publicar los principales avances que tuvimos para vincularnos con nuestros diferentes grupos de interés y así hacer una industria mejor para todos.

La primera de estas mejoras la encontramos en la Matriz de Materialidad, columna vertebral de este reporte y útil herramienta para el seguimiento de los compromisos adquiridos el año pasado. En esta oportunidad incluimos, por primera vez, una verificación en la que representantes de la sociedad nos expresaron su opinión respecto a la matriz.

El segundo avance lo encontramos en la profundización del diálogo. Ya desde la solución del robo de cables en 2007 trabajamos con la convicción de que escuchar y transparentar nuestras miradas es la forma de construir vínculos y confianza con quienes quieran acompañarnos en ese camino. En 2012 comenzamos con nuestros Consejos Consultivos de Clientes y Ciudadanía, Sindicatos y Personas con Discapacidad para abrir nuevos espacios de confianza recíproca.

Un tercer elemento es la integración, como iniciativa estratégica, de un proyecto a cargo de la gerencia de Responsabilidad Corporativa cuyo objetivo de redefinir las relaciones que tenemos con la sociedad. Lo que buscamos es transformar interacciones que hoy son transaccionales en vínculos basados en el cumplimiento de nuestros compromisos con todos los grupos de interés.

El ejercicio 2012 fue particularmente intenso para la industria de las telecomunicaciones por cambios como la Ley de Antenas, la portabilidad numérica, numeración fija y móvil, además del ingreso de nuevas empresas al mercado. Todas

estas innovaciones se dieron en un contexto de adaptación de la entrega de nuestros servicios a las nuevas necesidades de la sociedad.

Con el fin de hacer un informe cada vez más transparente, en esta versión publicamos las luces y sombras de nuestra gestión con cada grupo de interés.

Para los clientes iniciamos un histórico despliegue que busca duplicar una red que nos permita responder a sus necesidades de comunicación. En 2012 recuperamos el número uno en cuanto a la mayor base clientes de Chile y mantuvimos el liderazgo en conexiones de banda ancha y telefonía (fijo y móvil). Nuestra mayor preocupación se mantiene en mejorar la experiencia de servicio que entregamos, ya que el Índice de Satisfacción de Clientes nuevamente no logró el compromiso que adquirimos el año pasado.

Con nuestros colaboradores mantuvimos la prioridad que tenemos en cuanto a clima laboral, que se refleja en el tercer lugar que alcanzamos en Great Place to Work y en las Mejores Empresas para Padres y Madres que Trabajan. Si bien sabemos que siempre podemos mejorar, consideramos que en materia laboral estamos con un nivel de madurez suficiente para responder a los intereses de nuestros empleados.

Los proveedores nos evaluaron con un 7 (escala de 1 a 10) en la primera encuesta de satisfacción que elaboramos para saber su opinión sobre como nos relacionamos con ellos. Esta nota nos plantea desafíos pendientes, donde la transparencia en los procesos de licitación y los plazos de pago siguen siendo tareas en las que nos gustaría avanzar más y mejor.

En materia ambiental hemos centrado nuestros esfuerzos en aumentar la eficiencia energética de la red, foco en el que logramos los ahorros

planificados para alcanzar la meta corporativa de reducir nuestra huella de emisiones de CO<sub>2</sub>. De acuerdo a lo planteado por los grupos de interés sabemos que tenemos oportunidades en gestionar los impactos ambientales de nuestro negocio con una mirada más local y cercana a la realidad nacional.

En cuanto a nuestro rol como aliado estratégico de Chile, como cada año renovamos el compromiso que sentimos con la educación, salud, el arte y todas aquellas prioridades nacionales que requieren la conectividad de Telefónica. En la misma línea, trabajamos convencidos de que a través del fomento de la innovación con la academia Wayra podemos contribuir a que el emprendimiento aumente su importancia como pilar del crecimiento del país.

Como cada año queremos agradecer a cada uno de los trabajadores y sindicatos por el trabajo con el que día a día contribuyen a la visión de Telefónica de transformar posibilidades en realidad de todos nuestros grupos de interés.

Claudio Muñoz Zúñiga  
Presidente Telefónica en Chile

Santiago Fernández Valbuena  
Presidente Telefónica Latinoamérica.

A hand is shown touching the screen of a smartphone. The entire image is covered with a semi-transparent teal overlay. The background shows a grid pattern, possibly from a map or a digital interface.

# 2.0

¿Qué es Telefónica  
en el mundo? \_

# Visión y Principios de Actuación 4.8

## **Nuestra visión:**

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

## **Nuestros principios:**

Para nuestros trabajadores los Principios de Actuación (PDA) son la base de la solidez y prestigio de la compañía y definen nuestra conducta ética en todo lo que hacemos.

Gracias a ellos logramos la confianza de nuestros grupos de interés y maximizamos el valor a largo plazo para nuestros accionistas y para la sociedad en general.

Nuestros principios inspiran y definen el modo en que desarrollamos nuestra actividad, de manera de ofrecer productos innovadores y la mejor calidad a nuestros clientes.

Apostamos por socios y proveedores que adhieran a principios similares a los nuestros para poder crecer juntos en la misma dirección, respetando y ayudando a la sociedad de la que formamos parte.



Ver pág. 22.

# Estructura de negocio de Telefónica

## Contexto global

La industria mundial de las telecomunicaciones enfrenta tendencias que hacen del crecimiento económico una meta más desafiante. La entrega de servicios de calidad a los clientes es una prioridad vital, para la cual debemos trabajar a través de toda nuestra cadena con foco en la generación de valor para la empresa y grupos de interés.

La promoción de una cultura de servicio interna, el trato justo y traspaso de buenas prácticas hacia los proveedores, el potenciamiento de las TIC en la lucha contra el cambio climático y la disminución de la brecha digital en pos de un desarrollo social equilibrado, son todos desafíos a los que nos enfrentamos como compañía de nivel mundial.

Telefónica es una de las empresas líderes en la industria global de las comunicaciones. En Europa y Latinoamérica, la compañía se ha posicionado en los mercados como uno de los grandes proveedores integrados de soluciones de comunicación, información y entretenimiento.<sup>1</sup>

## bravo!+, la carta de navegación de Telefónica

**bravo!+** es la actualización del programa de transformación global **bravo!**, que nace en 2010. A fines de 2011, la 6ª Cumbre de directivos de la compañía inició una etapa de transformación que busca llevar a Telefónica al liderazgo del sector en 2020.

Los nuevos cinco comportamientos que representan una compañía más líder son: + cliente, + digital, + global, + ágil y + líder.

## Nuestra estructura para un nuevo escenario

Para adaptarnos a este desafío, desde 2012 Telefónica cuenta con un modelo de gestión regional e integrado. La clave de la estructura de la compañía radica en profundizar en su enfoque al cliente y aprovechar su escala y sus alianzas estratégicas e industriales. Las distintas operaciones del Grupo Telefónica en 24 países, se organizan en torno a dos regiones geográficas, Europa y Latinoamérica y a una unidad de negocio global denominada Telefónica Digital.

## ¿Nos impactó en Chile la crisis europea y española?

“La estructura de Telefónica nos permitió no vernos afectados por el escenario europeo. La Compañía tiene claro dónde invertir, incluso, en plena crisis se nos autorizaron \$26 mil millones adicionales para asegurar el despliegue de nuestra red y el plan comercial. Cabe destacar que el manejo financiero que hizo Telefónica nos permite garantizar recursos en cada uno de los países”.

### Juan Parra H.

Director de Finanzas y Control de Gestión de Telefónica en Chile.

### Centro Corporativo

El Centro Corporativo de Telefónica es responsable de las estrategias global y organizativa, de las políticas corporativas, la gestión de las actividades comunes y la coordinación de la actividad de las unidades de negocio (Europa, Latinoamérica y Digital).

### Unidad de Recursos Globales

Recursos Globales es una unidad operativa de Telefónica cuya misión es proporcionar el mejor servicio a los negocios de Telefónica y contribuir a mejorar la rentabilidad y sostenibilidad de los mismos, aprovechando y extrayendo los beneficios de su escala en un entorno que nos plantea importantes retos.

### Alianzas y otras participaciones

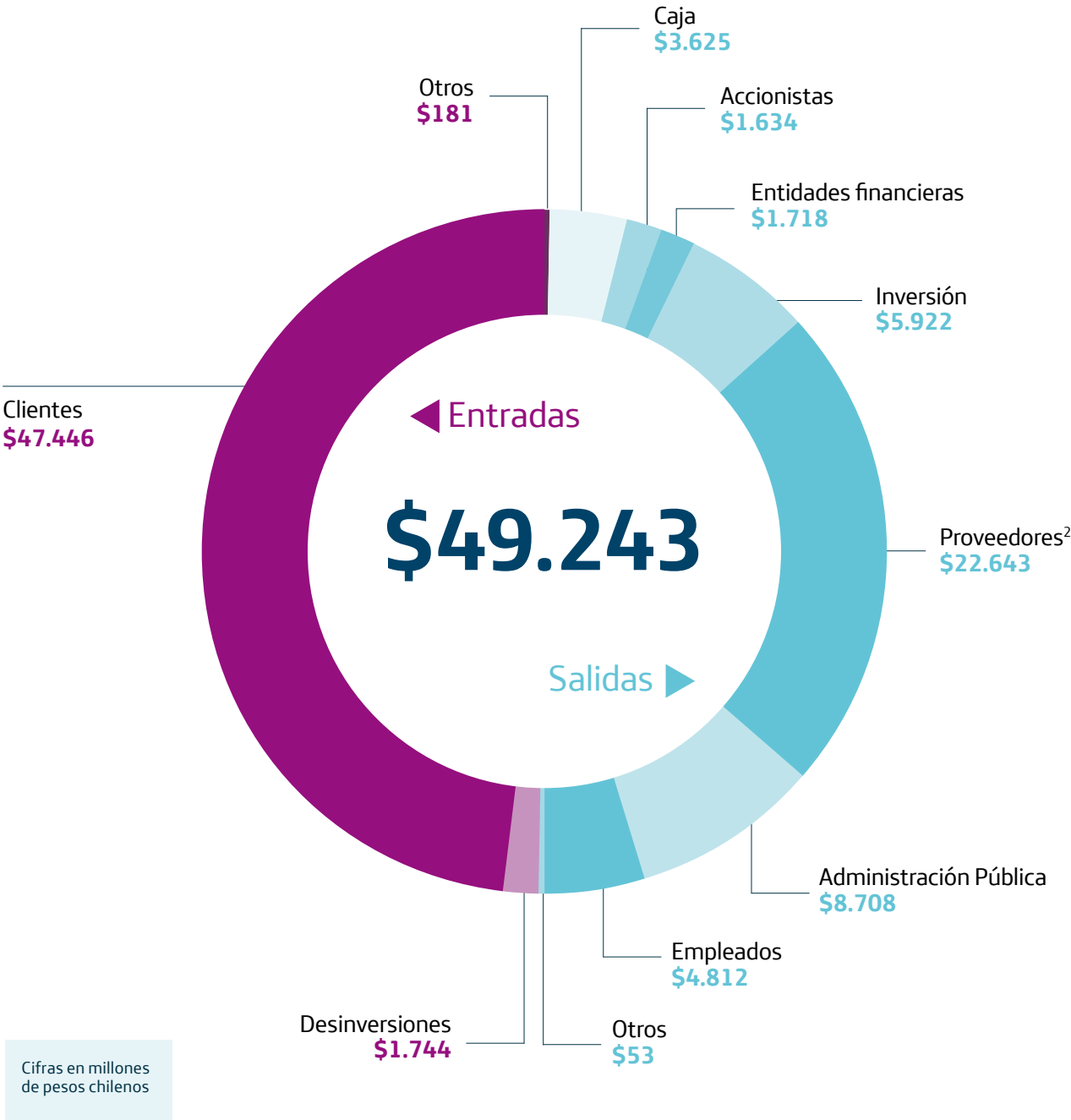
Telefónica tiene presencia en China e Italia, a través de participaciones en el capital de China Unicom y Telecom Italia.

<sup>1</sup> Más información en [www.telefonica.com](http://www.telefonica.com)

# Motor de progreso

DMA - EC1 - EC4

A nivel mundial, Telefónica ha mostrado una mejora significativa de su flexibilidad financiera gracias a la gestión de sus activos y a la generación de caja.<sup>1</sup>



<sup>1</sup> La información de este gráfico está calculada con criterio de pagos y toma en cuenta el perímetro de consolidación contable auditado en los estados financieros de Telefónica.

<sup>2</sup> Incluye proveedores por interconexión.

# Telefónica en el mundo en 2012

2.4 - 2.5 - 2.7 - 2.8

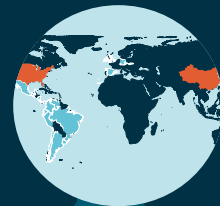
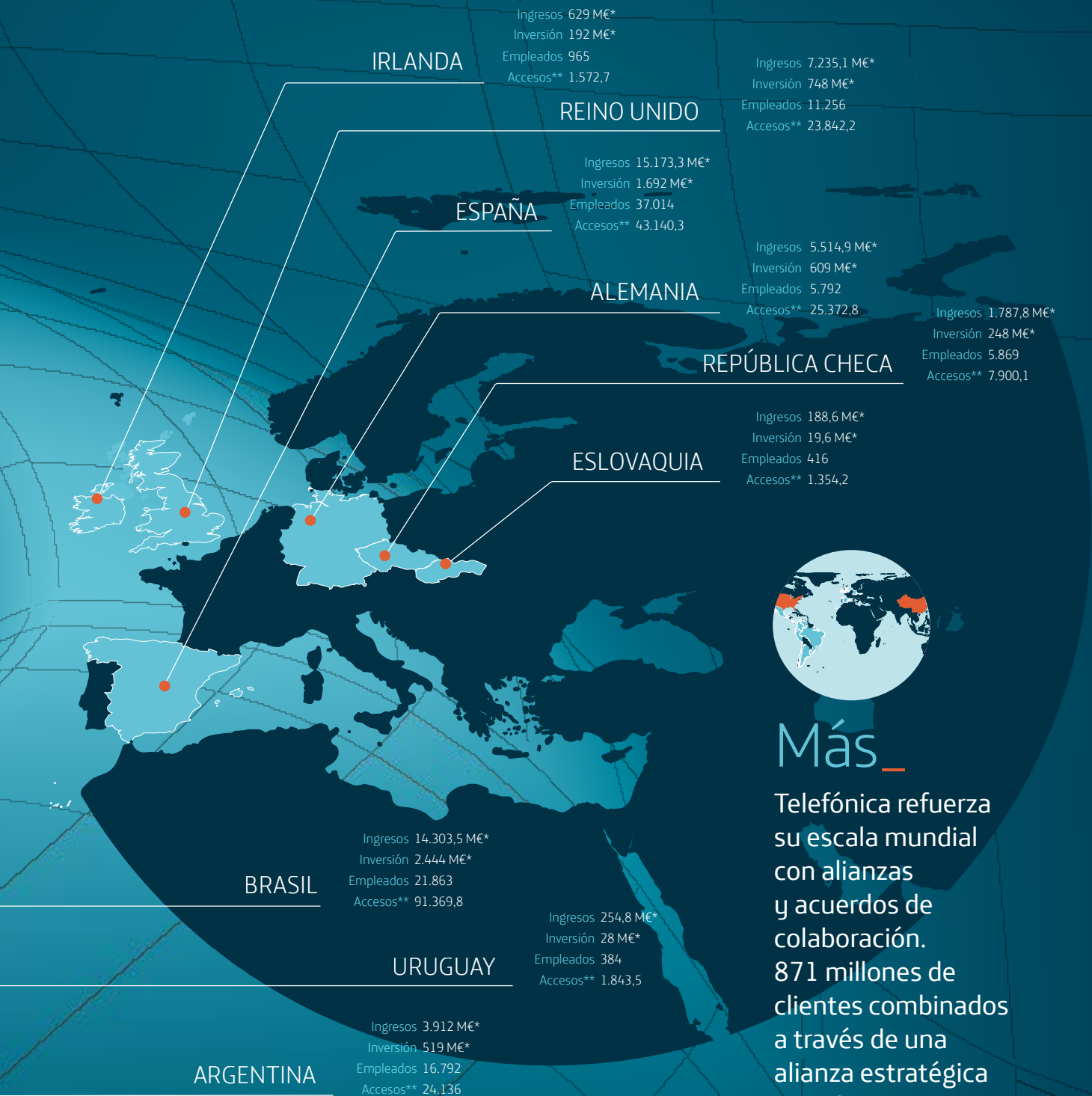


Presente en 24 países: Alemania, Argentina, Brasil, Chile, China, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Eslovaquia,

 **62.356 M€\***  
de ingresos conjuntos

 **9.458 M€\***  
de inversión total

 **133.263 empleados**  
95% de contratos indefinidos



## Más

Telefónica refuerza su escala mundial con alianzas y acuerdos de colaboración. 871 millones de clientes combinados a través de una alianza estratégica con China Unicom y Telecom Italia.

\* Millones de euros

\*\* Unidad expresada en miles

España, EE UU, Guatemala, Irlanda, Italia, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Puerto Rico, Reino Unido, República Checa, Uruguay y Venezuela



**315,7 millones**  
de accesos



**1ª** operadora europea  
por ingresos



**7ª** operadora del mundo  
por capitalización bursátil

# 3.0

## Telefónica en Chile\_

### El sentido de nuestro trabajo\_

**¿Por qué hacemos lo que hacemos?**

**¿Habrá algo más importante que compartir nuestra vida con tantas vidas?**

**ESE ES NUESTRO TRABAJO.** Compartir con personas iguales que nosotros. Da lo mismo la edad, la profesión o la clase social. Gente de verdad, llena de sueños y aspiraciones.

En Telefónica trabajamos para que las personas puedan compartir con sus familias, con sus amigos.

Para que estén en contacto con sus clientes, proveedores y colegas. Para conectar a las personas con lo que a ellas les interesa.

Nuestro rol es importante, y es mucho más que entregar soluciones tecnológicas. Es más que todos nuestros planes y productos.

**Es ayudar a mejorar las relaciones humanas.**

# Telefónica, un socio estratégico para el desarrollo de Chile S05

## Telefónica y las empresas

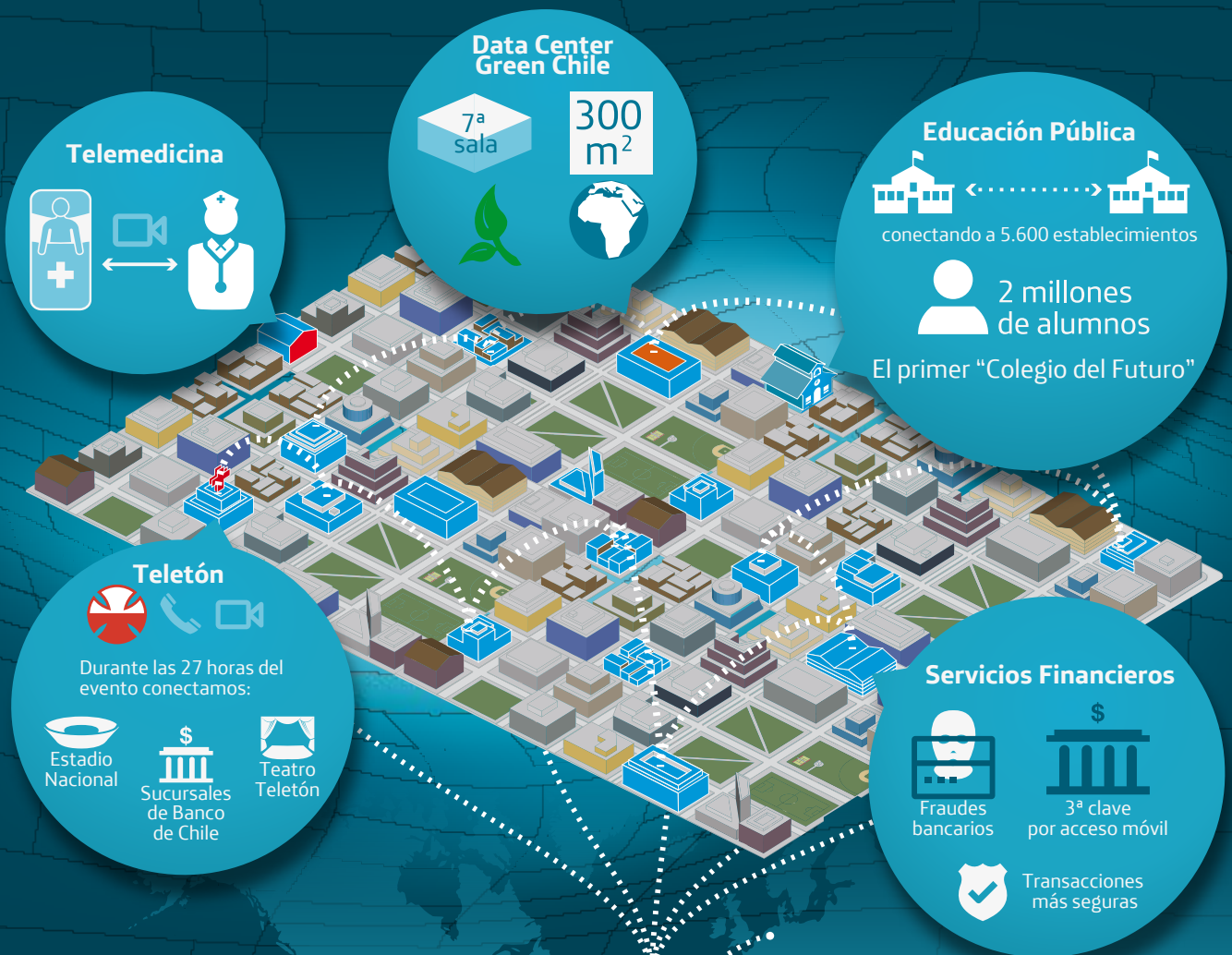
Queremos ser socios estratégicos de nuestros clientes y participar en la agenda digital del país, para aportar a la sociedad desde múltiples ámbitos. Como compañía queremos responder al sector empresarial con soluciones tecnológicas que permitan transformar sus diferentes posibilidades en nuevas realidades.

## ¿Cómo lo hacemos?

Para las empresas chilenas, en Telefónica contamos con un equipo agrupado por áreas especializadas:

- Gobierno, Defensa, Educación, Salud, Medios y Tecnología
- Banca, Retail, Minería y Servicios
- Atención a clientes
- Marketing
- TIC: Gestión de ofertas, diseño e implantación y operación.

**Todas las soluciones que entrega la compañía ya funcionan en más de 24 países, despliegue que es una muestra del soporte tecnológico que Telefónica realiza en múltiples industrias.**



### M2M (internet entre máquinas)

Es una solución tecnológica que utiliza información proveniente de objetos, del medio ambiente y de las personas para generar soluciones inteligentes y automáticas, que contribuyan a que el mundo sea más sustentable y eficiente.

# INNOVACIÓN Y

## ¿Por qué Telefónica invierte en innovación y emprendimiento?

Telefónica considera

EMPRESARIAMENTO  
+  
INNOVACIÓN

ÉXITO EMPRESARIAL  
+  
PROGRESO SOCIAL

para qué

GOBIERNO CHILENO  
+  
TELÉFONICA



polo de  
innovación  
regional



Innovación  
Abierta

### La oferta de valor para los emprendedores

Movistar Innova

Acompañamiento y  
Asesoría experta integral  
Apoyo en la gestión  
Infraestructura  
Capital humano  
Clientes

Emprendedores

innovación con  
importante rentabilidad  
condición básica

misión

Promover, apoyar, participar y comercializar emprendimientos dinámicos basados en innovación abierta.

convocatorias  
abiertas

Disponibles también para los empleados, busca desarrollar innovaciones en la industria de las TIC factibles de convertirse en negocios digitales de impacto en el mercado.

### Intraemprendimiento

La compañía comenzó a llevar a cabo una política de personas para fomentar el intraemprendimiento. Quienes forman parte de Movistar Innova tienen los siguientes beneficios:



Si el emprendedor decide dedicarse al emprendimiento puede renunciar con 100% de la indemnización.  
Si falla puede volver a postular a la compañía después de un año fuera de ella.



Jornada reducida hasta completar 24 hrs.  
Jornada reducida con 50% del sueldo.



4 hrs. libres semanales.  
3 días de vacaciones para su proyecto  
+ 2 días entregados por la compañía.



Carlos Aravena de Poliglota @fasatcharlie @poligloton

"En Telefónica constantemente nos están capacitando y nos ayudan a generar redes de contacto".



Rafael López de Smart TV @rafalopezpo @SmartboxTV

"Esto no es una relación netamente comercial, si no que es una relación con cada una de las personas y van a hacer todo para apoyarte".



Diego Crespo, subgerente de IT6 @diegocrespo

"Estoy muy motivado con este beneficio (jornada flexible) que es como un símil del posnatal, pero para el nacimiento de tu empresa. Esta iniciativa entrega un mensaje claro de apoyo al emprendimiento a los empleados y a la sociedad".

# EMPRENDIMIENTO

2012

21 Convocatorias  
13.748  
Propuestas de  
negocios digitales

La mayor plataforma de  
detección de talento  
tecnológico del mundo TIC

172 Apoya start-ups  
a nivel global  
9 Chilenas  
USD 9 millones  
Inversión

Presencia de Wayra: Argentina,  
Alemania, Brasil, Chile,  
Colombia, España, Irlanda,  
México, Perú, Reino Unido,  
República Checa y Venezuela.



Wayra es  
una iniciativa de Telefónica  
cuyo principal objetivo es  
promover la innovación y  
captación de nuevo talento  
en Latinoamérica y Europa  
sobre nuevas tecnologías de  
la información y la  
comunicación (TIC)



Ranking 2012 de Empresas Innovadoras (REI), realizado por el ESE de la Universidad de los Andes y el diario la Tercera



Innovación e  
Ideas de Negocios  
Diario Financiero



Proyecto Innovador

Aliados



Club de  
Innovación



Cursor



GEM



Crysalis



Socialab



Mujeres  
Empresarias

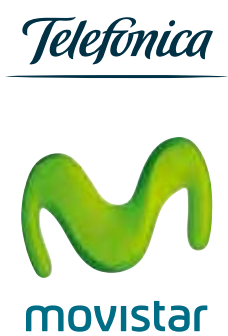
# Estructura en Chile

2.1 - 2.2 - 2.3 - 2.6 - 2.7 - 2.8 - 2.9

Chile fue el primer país de América Latina en que Telefónica invirtió en 1990. En la actualidad, bajo la marca comercial Movistar, Telefónica en Chile es uno de los principales proveedores de servicios de telecomunicaciones con telefonía fija y móvil, banda ancha y TV digital.

### Las marcas

El Grupo Telefónica en Chile, opera principalmente con dos marcas, Telefónica y Movistar. En el caso de Telefónica, tiene un rol corporativo, para relacionarnos con instituciones públicas, accionistas, la sociedad y los empleados, así como también con grandes clientes. A su vez, la marca Movistar tiene un rol comercial, se dirige a los clientes particulares y empresas, integrando toda su oferta de productos y servicios. A través de Movistar queremos construir vínculos cercanos y duraderos con nuestros clientes.



### Las empresas

Telefónica en Chile, a través de la marca Movistar, une a dos empresas que trabajan por entregar los mejores servicios de telecomunicaciones. Más de 13 millones de accesos en total hablan del importante rol que tiene la compañía en la conectividad del país:

Durante 2012 el Grupo Telefónica en Chile traspasó su propiedad de la compañía Atento Chile.

→ **Mundo Hogar:** a través de una nutrida oferta de servicios convergentes, que incluye banda ancha, TV de pago y telefonía local, para los segmentos de personas y empresas (pequeñas, medianas y grandes) Telefónica Chile S.A. se posiciona como uno de los líderes en el mercado nacional. Más de tres millones de accesos durante 2012 respaldan la gestión con sus clientes.

Sociedad anónima abierta.  
957.157.085 acciones.

- Telefónica Internacional Chile: 44,90%
- Inversiones Telefónica Internacional Holding Ltda.: 52,99%
- Otros: 2,11%

→ **Mundo Móvil:** La gama de servicios de Telefónica Móviles Chile S.A. cubre: voz, banda ancha, navegación en móvil, servicios de valor agregado, roaming, transmisión de datos, M2M y otros servicios para empresas. Durante 2012 acumuló más de 10 millones de accesos, sin incluir navegación móvil.

Sociedad anónima cerrada sujeta voluntariamente a la fiscalización de la Superintendencia de Valores y Seguros.  
118.026.145 acciones.

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



También forman parte del Grupo Telefónica en Chile las empresas Telefónica Gestión de Servicios Compartidos Chile S.A. y Telefónica Chile Servicios Corporativos Limitada, ambas encargadas de proveer soporte a todas las filiales del negocio, cubriendo actividades de logística, capacitación, tesorería, gestión de seguros, recaudación, pagos de nóminas, gestión inmobiliaria, y gestión y administración de servicios de outsourcing de personal, entre otras, aunque no forman parte del alcance de este informe.

### Otros agentes

Otras unidades relacionadas con Telefónica en Chile también aportan al funcionamiento de la compañía son:

- **Fundación Telefónica Chile:** corresponde a una Fundación sin fines de lucro, cuyo rol es canalizar la inversión social y cultural de las empresas de Telefónica en Chile, desarrollar el acceso al conocimiento y así contribuir a mejorar la vida de las personas y el progreso social a través de las Tecnologías de la Información y el Conocimiento (TIC).

Este objetivo se lleva a cabo con cuatro líneas de actuación: educación, erradicación trabajo infantil, proyectos arte y cultura digital y voluntariado.



Ver Fundación Telefónica en pág. 68.

- **Movistar Arena:** como parte de las actividades de auspicio, Movistar da su nombre al principal recinto techado para la presentación de eventos y espectáculos en el país, con capacidad de hasta 16 mil espectadores y una infraestructura de primer nivel. Durante 2012 se realizaron más de 110 eventos, consolidándose como el mejor año en la historia del Movistar Arena y como el recinto más importante de América del Sur.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Más información en [www.movistararena.cl](http://www.movistararena.cl)

# Gobierno corporativo

4.1 - 4.2 - 4.4 - 4.5 - 4.9 - 4.10 - EC7

Telefónica Chile S.A. y Telefónica Móviles Chile S.A., cuenta cada una con un directorio de distinta composición, cuyos miembros son electos por los accionistas en función de su trayectoria y especialización en la industria de telecomunicaciones o áreas afines.

Los accionistas de cada una de las dos empresas se reúnen dentro del primer cuatrimestre del año en las Juntas Ordinarias de Accionistas, y para situaciones específicas, cuando así se requiera, en Juntas Extraordinarias de Accionistas. Adicionalmente, a través de la página web de Telefónica en Chile se publica información de interés para los accionistas e inversionistas.

La supervisión continua del desempeño de la Compañía la realizan las mesas directivas a través del Informe de Gestión Mensual, que incorpora información e indicadores de operación de las distintas áreas de las empresas. Existe una preocupación constante por proveer a los directores de las herramientas y capacitación necesarias para la toma de decisiones corporativa.

### Directorio Telefónica Chile S.A.

Se encuentra compuesto por siete miembros titulares y siete miembros suplentes, que se reúnen al menos una vez al mes. Al 31 de diciembre de 2013, el directorio está compuesto por los directores titulares:

<b>Claudio Muñoz Z.</b>	Presidente
<b>Narcís Serra S.</b>	Vicepresidente
<b>Andrés Concha R.</b>	Director
<b>Fernando Bustamante H.</b>	Director
<b>Patricio Rojas R.</b>	Director
<b>Emilio Gilolmo L.</b>	Director
<b>Marco Colodro H.</b>	Director

- Remuneraciones mensuales a diciembre de 2012:
- Dieta director: 120 UTM
  - Dieta presidente: 2,0 veces dieta director
  - Dieta vicepresidente: 1,5 veces dieta director.

Como Telefónica lamentamos el sensible fallecimiento de nuestro director Andrés Concha Rodríguez en marzo de 2013. La compañía agradece y valora su trabajo en esta mesa directiva. Andrés Concha, como director titular, será reemplazado por un suplente, quien a su vez, se elegirá según los principios de nuestro gobierno corporativo.

### Directorio Telefónica Móviles Chile S.A.

La mesa directiva de la compañía está integrada por cinco miembros. Al 31 de diciembre de 2012, la composición del directorio era la siguiente:

<b>Claudio Muñoz Z.</b>	Presidente
<b>Eduardo Caride</b>	Vicepresidente
<b>Manuel Crespo D.</b>	Director
<b>Rafael Zamora S.</b>	Director
<b>José Molés V.</b>	Director

Los directores de Telefónica Móviles Chile S.A. no reciben remuneración por el desempeño de sus funciones.



Comité de Dirección al 31 de diciembre de 2012.

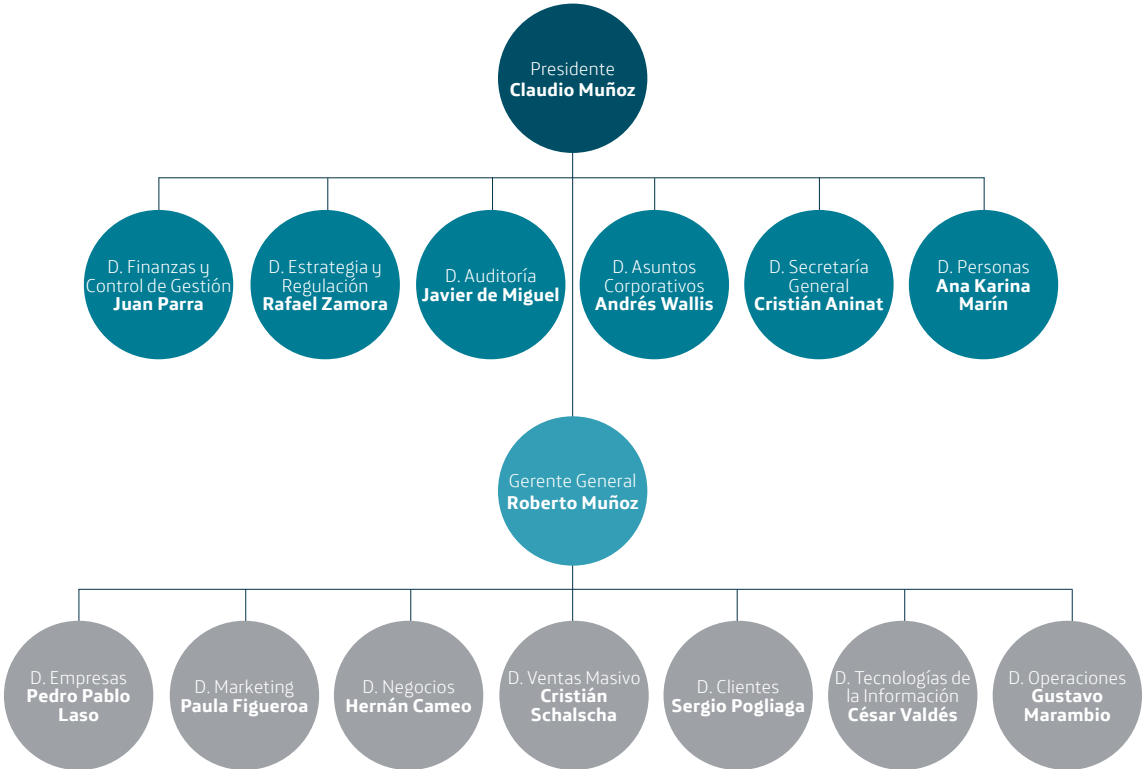
Gerente general

A comienzos de 2012, Roberto Muñoz L. asumió el cargo de gerente general corporativo para todas las operaciones de Telefónica en Chile. Previamente se desempeñó por tres años como director de Innovación y Desarrollo de Negocios de Telefónica para América Latina. Su rol, en términos operativos, consiste en liderar a los equipos de trabajo de todas las operaciones de Telefónica en Chile, implementando la estrategia de negocios de la compañía en el marco de las grandes transformaciones que vive hoy la industria de las telecomunicaciones.

De izquierda a derecha: Sergio Pogliaga, Rafael Zamora S., Claudio Muñoz Z., Roberto Muñoz L., Andrés Wallis G., Hernán Cameo, Cristián Schalscha D., Gustavo Marambio L. Juan Parra H., Javier De Miguel D., César Valdés M., Pedro Pablo Laso B. y Cristián Aninat S. Sentadas: Paula Figueroa A. y Karina Marín Q.

Equipo de Gestión LA13

Los principales ejecutivos de la compañía se encargan de concretar las directrices acordadas por los directorios y de llevar adelante los proyectos que buscan rentabilizar y aportar valor a la operación de las empresas y sus grupos de interés.



# Principios de Actuación (PDA)

S02 - S04 **PG10**

Telefónica cuenta con un marco de acción ético para guiar el comportamiento de todos quienes forman parte de la compañía. Tanto en el trabajo cotidiano como en la interacción con clientes, accionistas, empleados, proveedores y sociedad en general, deben verse reflejados la integridad y profesionalismo que promueven los Principios de Actuación.

Principio general	¿Qué significa?
Honestidad y Confianza	<ul style="list-style-type: none"><li>· Cumplir compromisos</li><li>· Proteger la confidencialidad</li><li>· Facilitar información</li><li>· Asegurar los datos personales</li></ul>
Integridad	<ul style="list-style-type: none"><li>· Evitar los conflictos de interés</li><li>· Comportarse con rectitud</li><li>· Actuar con neutralidad política</li></ul>
Derechos Humanos	<ul style="list-style-type: none"><li>· Respetar los principios de la Declaración Universal de Derechos Humanos</li><li>· Impulsar la igualdad de oportunidades</li></ul>
Respeto de la Ley	<ul style="list-style-type: none"><li>· Cumplir las legislaciones</li><li>· Proporcionar información veraz</li><li>· Competir de forma íntegra</li></ul>



Gerencia de Cumplimiento

Creada en 2012, se encarga de auditar el cumplimiento de las principales leyes y regulaciones que afectan a la compañía, así como la prevención de delitos que exige la ley de responsabilidad penal de las personas jurídicas y la investigación de las denuncias, con excepción de aquellas de orden laboral, las cuales son analizadas por la dirección de Personas.

Oficina de Principios de Actuación 4.6

Este organismo capacita y vela por la aplicación de los PDA entre los empleados con dos focos de acción:

- Formación de una cultura corporativa inspirada por los Principios.
- Centralización de consultas y denuncias relacionadas con su cumplimiento, a través de un canal confidencial (corporativo y local).

¿Cómo funciona la Línea Confidencial?

La consulta es anónima y, si los antecedentes presentados son suficientes, se investiga para obtener evidencia de los hechos. El proceso finaliza con la definición más adecuada al caso.

Con reuniones mensuales, los directores de Asuntos Corporativos, Auditoría, Personas y Asuntos Legales son los responsables de la Oficina de Principios de Actuación en Chile.

Durante 2012 se recibieron 42 denuncias, de las cuales 28 correspondieron al ámbito laboral y el resto a situaciones de incumplimiento de la normativa interna.

Otros lineamientos éticos

- Código de Ética de Negocios: declara los valores éticos y de conducta en que deben enmarcarse las actuaciones internas y externas de los empleados de Telefónica Chile y sus filiales.
- Manual de Manejo de la Información de Telefónica Chile: detalla las políticas y normas internas elaboradas con el fin de garantizar la adecuada y oportuna distribución de información hacia el mercado.

Multas 2012 EN28 - SO4 - SO7 - SO8 - PR2 - PR9

La mayor parte de las multas pagadas en 2012 se dividen en cinco tipos:

- Se pagaron dos multas cursadas por el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia (TDLC) en relación a prácticas que restringen y entorpecen la competencia en el mercado de la telefonía móvil, ambos procesos iniciados en años anteriores.
- Existieron 36 sanciones monetarias aplicadas por la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel), por causas relacionadas al incumplimiento de plazos en la entrega de la información a este organismo.
- Las 141 multas relacionadas con infracciones a la Ley del Consumidor, se explican principalmente por cobros indebidos, cortes del servicio indebido y entrega de equipos defectuosos.
- Las 82 multas laborales registradas en 2012, efectuadas por la Inspección del Trabajo, se relacionan con el pago de términos de contratos, tanto de trabajadores internos como de empresas externas, esto último en el marco de la responsabilidad subsidiaria de Telefónica con sus empresas contratistas.
- En el ámbito medio ambiental se pagaron tres sanciones, todas por concepto de ruidos molestos percibidos por vecinos de instalaciones de la compañía.

Nº de expedientes finalizados en contra de Telefónica	
Libre competencia	2
Subtel	36
Ley Consumidor	141
Laboral	82
Medio ambiente	3

The background of the entire page is a teal-colored image. It features a close-up of hands holding a globe, which is overlaid with a white grid pattern. The hands are positioned as if they are supporting the globe from underneath. The overall aesthetic is clean and modern, with a focus on sustainability and global impact.

# 4.0

Nuestra estrategia  
de sostenibilidad  
en Chile\_

# Indicadores de Sostenibilidad

La empresa, como todos los años, mide indicadores económicos, sociales y ambientales que dan respuesta de nuestro impacto:

Nº	Ámbito	Indicador	2011	2012
1	Clientes	Índice de Satisfacción de Clientes	6,97	6,62
2		Índice de Satisfacción de Factura	7,09	6,93
3		Número total de reclamaciones <sup>1</sup> (miles)	N/A	2.343
4	Colaboradores	Gastos salariales vs gastos totales	15,0%	15,4%
5		Empleados formados en Principios de Actuación	2%	Más de 82%
6		Porcentaje de movilidad interna	51%	71%
7		Índice de Satisfacción de Empleados	91%	92%
8		Índice de Satisfacción de Empleados-capacitación	90%	89%
9		Índice de Satisfacción de empleados-conciliación de vida personal/laboral	95%	96%
10		Mujeres directivas <sup>2</sup>	22,9%	22,6%
11		Número de trabajadores indirectos	25.686	24.477
12	Proveedores	Días de pago: desde servicio <sup>3</sup>	91	72
13	Medio ambiente	Consumo eléctrico en redes (kWh/ae) <sup>4</sup>	25	26
14		Número de mediciones electromagnéticas <sup>5</sup>	537	887
15		Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (toneladas)	338,9	305,3
16	Sociedad	Altas de banda ancha fija y móvil en segmento D y E	N/A	219.026
17		Número de emprendimientos funcionando	30	125
18		Proniño: niños atendidos	10.142	13.659
19		Puentes educativos: profesores	495	571
20		Puentes educativos: colegios	160	160
21		SICLA: personas capacitadas	N/D	60
22	Reputación	Reprtrak Pulse	58,6	52,2

1 Corresponden a los reclamos informados a Subtel, aislados reclamos relacionados con otras compañías. El criterio informado al organismo cambió durante 2012, por lo que no es comparable con los años anteriores.

2 Se considera como directivas hasta el nivel de subgerentes.

3 Indica los días que transcurren entre la prestación de un servicio y el momento en que se realiza el pago al proveedor.

4 Este indicador muestra la eficiencia en el consumo de energía en redes.  
kWh/ae: corresponde al total de kWh de nuestra red dividida por el total de accesos equivalente.

5 Corresponde al número total de desplazamientos medidos bajo el protocolo de la Resolución Exenta Nº 3103, de la Subsecretaría de Telecomunicaciones.

## ❖ ¿En qué creemos? 4.8 ❖

### **Entregamos un servicio estratégico para la vida de nuestros clientes.**

Brindamos un servicio de primera necesidad ya que las personas necesitan estar conectadas. Aportamos proactivamente al desarrollo de todas las regiones del país y facilitamos el acceso de todos los chilenos a nuestros servicios, creando oportunidades y logrando descentralizar e integrar a nuestra sociedad.

Creamos y mantenemos relaciones basadas en la confianza y el respeto mutuo.

### **Establecemos vínculos basados en acuerdos justos y transparentes.**

Por ello, es vital cumplir con los compromisos que adquirimos, eliminando toda discriminación y toda práctica que vulnere la confianza. Creemos en la importancia de escuchar a las personas generando reciprocidad en nuestras relaciones, de manera de mejorar y encontrar soluciones para responder a las nuevas necesidades de nuestros clientes.

### **Desarrollamos más y mejores conexiones.**

Desarrollamos productos y servicios que proveen nuevas y mejores formas de comunicación entre las personas. Ofrecemos y creamos más y mejores herramientas para nuestros clientes, que les permitan cumplir sus aspiraciones de convertirse en seres más conectados, más autónomos, y más felices.

## ❖ ¿Cómo llegamos a ti? ❖

Movistar es nuestra marca comercial de los servicios televisión, telefonía y banda ancha, fijo y móvil. Creemos que “Compartida la vida es más” refleja una vida conectada con otros, en comunidad y también lo entendemos como una forma de progreso, bienestar social y principio inspirador de nuestro actuar.

# Nuestros grupos y temas de interés en cifras 2.10



Según número de clientes,  
Informe Anual 2012 Subtel.



(\*) Ranking 2012 de Empresas Innovadoras (REI)  
realizado por la U. de Los Andes y La Tercera.

## Como **FUNDACIÓN TELEFÓNICA**

Acercamos el arte  
y la cultura a

67.700

asistentes a nuestras  
exposiciones

13.569

niños, niñas y adolescentes  
atendidos con nuestro  
proyecto de erradicación  
del trabajo infantil

## Como aliados estratégicos de la **SOCIEDAD**



5.600

colegios  
municipales  
conectados



2  
millones  
de alumnos

Para nuestros **PROVEEDORES** somos

7,0

en la Encuesta de  
Satisfacción General  
de Proveedores  
(escala de 1 a 10)

85%

de los proveedores  
son locales

Para el  
**MEDIO AMBIENTE**

65

sitios con Energías  
Renovables No  
Convencionales

# DIÁLOGO

4.12 - 4.13 - 4.14

## Informa:

Se refiere a los canales que usamos para entregarle mensajes a nuestros grupos de interés.

## Consulta:

Corresponden a todos los mecanismos que tenemos para escuchar y responder a nuestros grupos de interés.



### Clientes

Carta · Canal on-line · Mensaje de texto · Soportes de sucursales · Boleta · Canal de televisión · Publicidad · Correo electrónico

Estudios de Satisfacción de Clientes · Call center · Estudio Net Prometer Score · Atención en sucursales · Focus Group · Canal on-line · Seguimiento Índice de Insistencia de Reclamos · Redes sociales · Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecom · Conferencias · Workshops



### Empleados

Canales de comunicaciones internas · Boletín de noticias Día a Día

Encuesta (Clima Laboral · GPTW) · Mesas de Diálogo · Diálogo aislado · Termómetro mensual · Feed-back de desempeño · Comunicación Cara a Cara · Sesiones de retroalimentación · Canal de Denuncia



### Proveedores

Relación permanente a través del área de Compras, Negocios y Personas · Correo electrónico

Encuestas Satisfacción de Proveedores



### Sociedad

En el capítulo Sociedad encontrarás las alianzas de Fundación Telefónica.

Redes sociales · Gestión de prensa · Mediciones de reputación (ReptTrak y Merco)



### Administración Pública

En los procesos legislativos regulatorios y/o administrativos participamos de las instancias públicas de comparecencia oficial ante los entes respectivos · Programa de colaboración al desarrollo de políticas públicas Chile 5.0 (ver pág. 64)

## Colabora:

Trabajamos directamente con los representantes de nuestros grupos de interés para asegurar que los problemas y preocupaciones son comprendidas y consideradas en el proceso de toma de decisiones.

## Membresías:

Corresponden a todas aquellas organizaciones a las que pertenecemos y participamos activamente.

Consejo Consultivo Clientes y Ciudadanía

Consejo Consultivo Empleados · Comité Paritario  
· Consejo Consultivo Personas con Discapacidad

Consejo Consultivo de Clientes y Ciudadanía · Cámara de Comercio de Santiago (CCS) · Federación Metropolitana de Uniones Comunes (Femuc) · Asociación de Telefonía Móvil (Atelmo) · Corporación Nacional de Colegios particulares (Conacep) · Techo · Fundación Qué Veo (Fedepadres) · Paz Ciudadana · Fundación Fe y Alegría · Universidad del Desarrollo (Red Alta Dirección y Consejo Asesor Empresarial) · Paz Ciudadana · Universidad de Chile · AcciónRSE · Consejo Asesor Diario Financiero · Pacto Global · Asociación de Proveedores de Internet (API) · América Solidaria · Fe y Alegría · Sociedad de Fomento Fabril (Sofofa) · Asociación Chilena de Empresas de Tecnologías de la Información (ACTI)

País Digital · Cámara Oficial Española de Comercio de Chile (Camacoec) · Instituto Chileno de Administración Racional de Empresas (Icare) · Cámara Nacional de Comercio (CNC) · Cámara Chileno Norteamericana de Comercio (Amcham)

Consejo Consultivo · Con la Asociación Chilena de Municipalidades para coordinar el despliegue de tareas referidas a Ley de Antenas y retiro de cables

# ¿Como construimos nuestra Matriz de Materialidad?

Parte fundamental de la elaboración del informe consiste en levantar los temas de mayor importancia para los grupos de interés y para la empresa. Esta etapa se realiza mediante distintos métodos de consulta, que permiten conocer qué fue lo más relevante del período y qué tiene que ser reportado y comunicado.

## Importancia para la empresa

Desde Telefónica, los temas levantados corresponden a los resultados de una jornada de planificación estratégica realizada en Santa Cruz (IV Región), entre el 24 y 26 de octubre de 2012 cuyo objetivo fue que directores y gerentes definieran los focos prioritarios para la gestión de la compañía. Además se consideraron entrevistas con los directores de las áreas de Clientes, Personas, Asuntos Corporativos, Redes y Operaciones, Asuntos Legales, Marketing, Desarrollo y Regulación y Finanzas.

Los temas más relevantes para la empresa son:

**1.**

La mejor red como palanca clave para la satisfacción y el crecimiento

**2.**

Lograr excelencia en la atención y en la calidad de servicio

**3.**

Aprovechar las oportunidades de crecimiento de la industria

**4.**

Contar con sistemas y procesos para una compañía on-line

**5.**

Gestionar el talento y potenciar el liderazgo para lograr una organización simple y responsable.



**Atención y satisfacción de clientes**

Ver pág. 39



**Alineamiento con proveedores**

Ver pág. 50



**Ética y transparencia**

Ver pág. 22



**Aporte de TIC al desarrollo social**

Ver pág. 64



**Nuevo modelo de gestión de la compañía**

Ver pág. 47



**Inversión social**

Ver pág. 68



**Gestión medioambiental**

Ver pág. 56

## ¿Qué es una matriz de materialidad?

Es una representación gráfica de los principales temas que una empresa tiene que considerar en su desarrollo en materia de sostenibilidad, a partir de lo ocurrido durante el año anterior.



## MATRIZ DE MATERIALIDAD

Para Telefónica es fundamental reportar nuestra estrategia de negocios y los temas más relevantes para nuestros grupos de interés. Desde 2011 el informe se construye sobre la base de esta Matriz de Materialidad.

## ¿Cómo se lee?

La matriz muestra el nivel de importancia que tienen una serie de temáticas para la empresa, en el eje horizontal, y para los grupos de interés, en el eje vertical. De esta manera, por ejemplo, los temas ubicados en cuadrante superior derecho son los más relevantes para ambas partes, mientras que los temas puestos en el cuadrante inferior izquierdo representan aquellos temas de menor importancia tanto para la empresa como para los grupos.



## ¿Por qué hay más de una matriz en este informe de Sostenibilidad?

Esta matriz representa los grandes temas transversales para Telefónica en Chile y es válida para todo el informe. En los restantes capítulos se encuentran otras matrices, más específicas, que muestran los temas particulares de colaboradores, clientes, proveedores, medio ambiente y aliado estratégico país. Todas las matrices se realizaron siguiendo los mismos pasos y se leen con la misma lógica.



**Importancia para nuestros grupos de interés** 4.15 - 4.16 - 4.17

Los temas planteados por los grupos de interés son el resultado de una cultura permanente de diálogo de Telefónica, donde contamos con dos instancias formales en el contexto de nuestra estrategia de sostenibilidad.

La primera corresponde a las Mesas de Diálogo, iniciadas en 2009, como parte del proceso del informe de Sostenibilidad de la compañía. En 2012 se realizaron sesiones con nueve grupos, seis de ellos externos: clientes, proveedores, medios de comunicación, expertos en RSE, aliados de Fundación Telefónica y contrapartes del programa Chile 5.0, así como también tres voces internas tales como sindicatos, red de sostenibilidad y empleados con discapacidad. Esta instancia de conversación fue conducida por Casa de la Paz, entre el 27 de noviembre y el 27 de diciembre de 2012.

Se incorporaron a esta discusión los temas de los Consejos Consultivos realizados en 2012 con representantes de clientes y ciudadanía y empleados. Los Consejos Consultivos son una instancia de diálogo periódica con los principales grupos de interés para la compañía, en los que se levantan y discuten temas que impactan a ambas partes. Durante el año se realizaron ocho sesiones con Clientes y Ciudadanía, a la que asistieron dirigentes vecinales, representantes del Servicio Nacional del Consumidor (Sernac), la Organización de Consumidores (Odecu) y Federación Metropolitana de Uniones Comunales (Femuc), entre otros. A su vez, internamente, se realizaron 14 reuniones con los dirigentes de nuestros sindicatos y cuatro con nuestros empleados con discapacidad.

Los temas más relevantes de estos procesos de diálogo son:

- |   |                                    |   |   |   |  |
|---|------------------------------------|---|---|---|--|
| <b>1.</b>   | <b>2.</b>                          | <b>3.</b>                                   | <b>4.</b>                               | <b>5.</b>                                     | <b>6.</b>  |
| Calidad de atención y solución de problemas del cliente | Confiabilidad de procesos internos | Corresponsabilidad de proveedores y empresa | Desarrollo de plan de gestión ambiental | Aporte de la empresa a problemáticas sociales | Relacionamiento de Telefónica con vecinos y comunidades. |

# ¿Qué significa el Panel Verificador?

3.13

En la línea de fortalecer la transparencia de este informe, la compañía se ha propuesto incorporar el aporte de un Panel Verificador, compuesto por representantes de los grupos de interés más estratégicos para la gestión de Telefónica en Chile.

Los objetivos fueron verificar y validar la metodología de consulta para el informe, aprobar los temas propuestos en la matriz de materialidad, proponer y recoger sugerencias para fortalecer la transparencia y la capacidad de respuesta de la compañía a sus grupos de interés.

Este proceso contó con la participación voluntaria de nueve personas, representando a:

Cientes y Ciudadanía	Colaboradores	Proveedores
<p><b>Pablo Acchiardi L.,</b> jefe de departamento de Participación Ciudadana, Sernac.</p> <p><b>Andrea Pinto R.,</b> encargada Unidad de Gestión Territorial y Coordinación Institucional, Subtel.</p> <p><b>Stefan Larenas R.,</b> director general Organización de Consumidores (Odecu).</p>	<p><b>Leonardo Rebolledo M.,</b> presidente de sindicato Ingenieros Civiles.</p> <p><b>Isabel Álvarez C.,</b> colaboradora no sindicalizada, jefe de proyectos Especialista Telefónica en Chile.</p> <p><b>James Burgess D.,</b> presidente sindicato Interempresas N°1, V Región.</p>	<p><b>J. Antonio Llanos D.,</b> gerente general Más Cerca Contact Center.</p> <p><b>Gonzalo Rivera E.,</b> gerente general Teamwork.</p> <p><b>Iván Obregón C.,</b> gerente de Recursos Humanos Consorcio.</p>

Los tres grupos, por separado, participaron el 29 de abril en una reunión con Gestión Social, consultora de nuestro informe de Sostenibilidad Corporativa 2012. En esta instancia se conversó acerca del proceso de verificación y se revisó junto a los representantes la etapa de consulta del reporte y los principales resultados del estudio de materialidad.



# ¿Qué significa la carta revisada?

3.13

La empresa auditora Ernst & Young revisa el Informe de Sostenibilidad Corporativa de Telefónica en Chile desde su segunda versión, en 2005, fortaleciendo la transparencia de este ejercicio.

La información auditada responde a indicadores de gestión solicitados por la casa matriz, tanto como a los que cumplen con la metodología GRI.

 [Ver la carta en portada interior.](#)

En 2012, la recolección de dichos datos se planteó como una instancia participativa, en que los responsables de recopilarla entregaron un contexto más amplio de las cifras aportadas. Así surgió la Red Sostenibilidad de Telefónica en Chile, en donde las distintas personas que proporcionan datos para el informe Sostenibilidad pueden compartir los avances y monitorear el desempeño de la empresa en esta materia.

La Red se ha posicionado como espacio de comunicación y discusión sobre la gestión de los proyectos de sostenibilidad de Telefónica en Chile, abierto a todos los colaboradores. A partir de octubre de 2012, se realizaron reuniones mensuales, dedicando cada sesión a un tema en especial. Se discutió, por ejemplo, cómo se mide y gestiona el Índice de Satisfacción de Clientes, qué estamos haciendo con los proveedores y cuál es el rol de Fundación Telefónica.

# Cientes DMA

## Visión Telefónica Corporativa

Mejorar la experiencia del cliente e incrementar su vínculo emocional con nuestras marcas es una de las iniciativas estratégicas básicas que hemos establecido para transformarnos en una compañía líder global de comunicaciones.

El plan estratégico bravo!+, nos desafía a ofrecer la mejor experiencia de servicio y a convertir todo nuestro conocimiento, en una ventaja para los clientes. Con ese objetivo, sus necesidades están en el centro de todo lo que hacemos y, porque sabemos que aún tenemos mucho por avanzar, también estamos aprendiendo a escuchar a nuestros clientes.

## Visión Telefónica en Chile

A través de la marca Movistar entregamos nuestra oferta como un servicio estratégico y esencial para los afectos e intereses de las personas.

**Compartida la vida es más** refleja una forma de vida conectada con otras personas, con el progreso y con el bienestar social. Este concepto de marca, que también es nuestro principio inspirador, siempre está presente en las instancias de contacto con la sociedad y clientes.

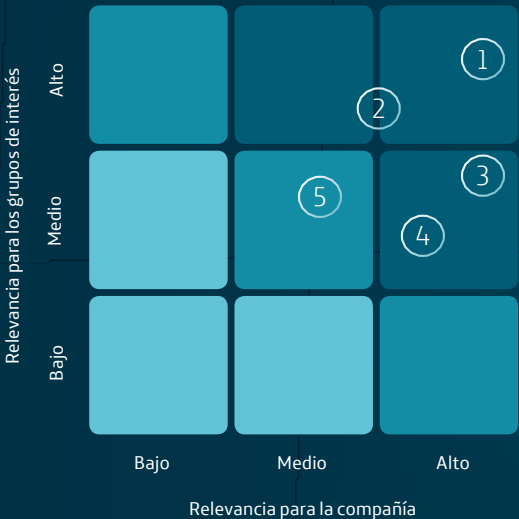
## Temas levantados por los grupos de interés

El diálogo con los clientes es esencial para entender como les cumplimos y también para conocer la legítima percepción que ellos tienen sobre los temas de su interés:

- Calidad de atención y reclamos
- Satisfacción con el servicio
- Cobertura del servicio
- Información sobre cobros
- Robo de cables (ver en capítulo Sociedad).

🔍 Para ver qué instancias de diálogo llevamos adelante con nuestros clientes, ir a la pág. 30.

## Matriz de Materialidad Clientes



- |   |                            |         |
|---|----------------------------|---------|
| 1 | Satisfacción del cliente   | pág. 39 |
| 2 | Portabilidad               | pág. 40 |
| 3 | Calidad de atención        | pág. 40 |
| 4 | Conectividad               | pág. 41 |
| 5 | Transparencia/ información | pág. 41 |

🔍 Para conocer cómo construimos esta matriz ir a la pág. 30

**Sergio Pogliaga**, director de Clientes:

# “Los clientes son la razón de ser de la compañía”

En un 2012 muy dinámico, Sergio comenzó a liderar una transformación cuyo objetivo es consolidar a Movistar como la mejor empresa de Chile en servicios de telecomunicaciones.

## Sostenibilidad y clientes

### ¿Cómo conectas la sostenibilidad con el área que lideras?

Los clientes son la razón de ser de la compañía. Hoy la comunicación es básica para todos los chilenos, las personas pueden estar sin muchas cosas, pero no sin conectarse. En ese sentido, somos una empresa que entrega un servicio que cada día permea más en el funcionamiento de la sociedad.

Con más de 20 años en Telefónica, desde junio Sergio encabeza el equipo de Clientes en nuestro país, mercado que para él representa un gran desafío, “me he encontrado con un ejemplo de competencia abierta. Anteriormente trabajé en las operaciones de Argentina y Colombia, países en que siempre tomamos como referencia a Chile”.

### Sergio, ¿cómo es tu balance de la gestión 2012?

Positivo, en 2012 la portabilidad le dio un gran dinamismo a la industria y, como la compañía con la mayor base de clientes, también tuvimos ingresos y pérdidas relevantes. Frente a ese escenario, tomamos medidas en tres de nuestros puntos de atención: sucursales, call center y el canal on-line. Adicionalmente, avanzamos en procesos como avisos de falla y disculpas a nuestros clientes, así como en el programa Imagina, iniciativa con que 467 empleados conocieron y se sensibilizaron en terreno con la experiencia de atención al cliente.

Como director me quiero hacer cargo de no haber cumplido el compromiso 2012 de llegar a un 7,15 de Índice de Satisfacción del Cliente (ISC). Si bien influyó el contexto de la portabilidad, tengo la convicción de que la revisión de todos nuestros procesos nos acercará a entregarle la experiencia de servicio que nuestros clientes merecen.

### ¿Cómo afectó la portabilidad a Movistar?

Telefónica ha vivido otras portabilidades y es un fenómeno cuyo impacto hay que verlo en perspectiva. El contexto más amplio es que en 2012 sumamos medio millón de clientes, cifra que nos ubica como la compañía con la mayor base en telefonía e internet móvil y fijo. En ese escenario, la portabilidad siempre afecta a la empresa con la mayor

cantidad de clientes. No obstante lo anterior, sí escuchamos el mensaje para mejorar la calidad de servicio.

### Ahora, de todas maneras 2012 fue un año con muchas novedades en telecomunicaciones...

Efectivamente, también ingresaron nuevos actores a nichos a los que no necesariamente llegamos las compañías de mayor tamaño. La postura de Movistar es facilitar ese proceso con nuestras redes. En cuanto a la Ley de Antenas, me preocupa los impactos que pueda tener en la calidad de servicio de la industria. También en 2012 lanzamos el Consejo Consultivo de Clientes y Ciudadanía, iniciativa que nos ha permitido abrir un nuevo canal de diálogo. Creo que podemos avanzar en la representatividad para que el impacto de los temas que tratamos se traduzca en beneficios para los clientes.

### ¿Cuáles son tus desafíos para 2013?

Como compañía estamos trabajando en 23 proyectos estratégicos, todos para nuestros clientes, pero cuatro los impactarán directamente: transformar los canales de comunicación, recambio de equipos, resolutivez y fidelización de clientes.

## HITOS 2012

“Nos enfocamos en mejorar la atención en nuestras sucursales, call center y canal on-line”.

¿En qué usas tu smartphone?  
Ve este video



Creamos productos para tu necesidad



Paquete de datos que se compra antes de usar. Se puede comprar cuantas veces quiera.



Paquete de datos para clientes sin plan multimedia. Navegar cuidando presupuesto.

**9,3 millones**  
de accesos



Standar Definition



High Definition



IPTV

Conoce que puedes hacer con IPTV



**424 mil**  
hogares disfrutan de la TV Digital de Movistar

Móvil



TV Digital

CLIENTES

2.2

Telefonía Fija



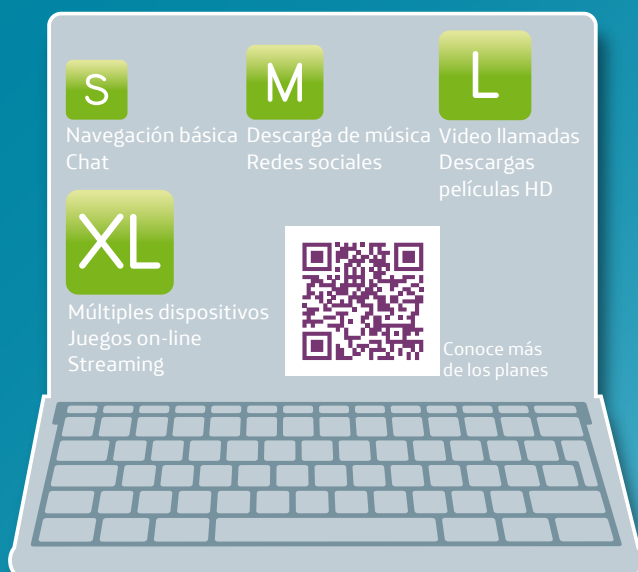
Banda Ancha Hogar

**1,7 millones**

líneas telefónicas en Chile son de Movistar permitiendo que estemos más y mejor comunicados.

**922 mil**

comparten gracias a la Banda Ancha de Movistar.



## Compromisos 2012

Tema Material	Desafíos	Compromisos	Indicadores
Calidad y satisfacción	<ul style="list-style-type: none"><li>Mejorar la satisfacción del cliente.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Consolidar las transformaciones implementadas para mejorar el Índice de Satisfacción al Cliente.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Meta: 7,15; real: 6,62.La portabilidad nos afectó como la empresa con más clientes y, en ese sentido, también impactó la imagen, el ISC y otros procesos tales como facturación (siguiente compromiso), red y los puntos de atención.</li></ul>
Facturación y cobros	<ul style="list-style-type: none"><li>Mejorar la satisfacción del cliente en facturación.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Mejorar procesos de facturación y cobros apuntando a una boleta más clara, exacta y oportuna.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Meta: 7,22; real: 6,93.</li></ul>
Ley de Antenas	<ul style="list-style-type: none"><li>Que su implantación afecte lo menos posible el servicio a los clientes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Cumplimiento pleno de esta nueva regulación.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>La Ley de Antenas contempla la reducción a 25m de toda aquella antena ubicada en el rango 40-80m de una zona sensible. Hasta ahora, la compañía ha identificado y resuelto, en fecha y forma, 78 sitios en dicha condición. Antes y después de este cambio se realizaron mediciones de calidad de servicio (cortes, tráfico y acceso) y no se detectaron impactos significativos.</li></ul>

## Compromisos 2013

Tema Material	Desafíos	Compromisos	Indicadores
Satisfacción del cliente	<ul style="list-style-type: none"><li>Mejorar la satisfacción de nuestros clientes de los distintos procesos del ciclo de vida.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Monitoreo permanente de la experiencia de los clientes para detectar causas de problemas que se reiteran.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Meta ISC: 7,0.</li></ul>
Calidad de atención (resolutividad)	<ul style="list-style-type: none"><li>Mejorar la resolutividad al primer contacto en todos los puntos de atención.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Mejorar la calidad en estos puntos de contacto a través de la instalación de un nuevo modelo de gestión en los call center; mejorar los espacios de nuestras sucursales y aumentar la capilaridad de la atención presencial.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Meta Resolutividad: 70%.</li></ul>
Calidad de atención (canales automatizados)	<ul style="list-style-type: none"><li>Incentivar y educar en el uso de canales de autoatención a nuestros clientes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Mejorar las prestaciones y rendimientos de nuestros canales automatizados.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Alcanzar 53,4% de atención on-line y 264 millones de atenciones por este canal.</li></ul>

# Telefónica en el contexto de la industria

El 2012 fue un año intenso para la industria de las telecomunicaciones, marcado por un acelerado crecimiento de los servicios móviles, portabilidad numérica (fija y móvil), Ley de Antenas, la licitación 4G y el apagado de decodificadores “piratas” de televisión, entre otros. En ese contexto, las cifras más importantes del sector son:



Más de **US\$9 mil millones** de ingresos en industria de Telecomunicaciones

**Movistar** es la operadora con más conexiones de banda ancha e internet móvil 3G con un **38,7%**

En cuanto a **banda ancha fija**, Movistar tiene un **41%** de participación.

Movistar **lidera** el mercado de la telefonía móvil con **37,5%** del parque.

Del total de clientes de telefonía fija, Movistar encabeza el sector con un **53,2%**

En **televisión**, Movistar recuperó el **segundo lugar**, alcanzando una cuota de **19,4%**.

Fuente: Informe Anual 2012 de Telecomunicaciones de la Subsecretaría de Telecomunicaciones de Chile (Subtel).

# 1 Satisfacción del cliente PR5 - PA03

Nuestro servicio tiene 19 aspectos diferentes, entre ellos, compra y renovación de equipos, sucursales, call center, precio, imagen, etc. Para saber qué opinan nuestros clientes, en Movistar contamos con el Índice de Satisfacción al Cliente (ISC), medición que se construye sobre la base de

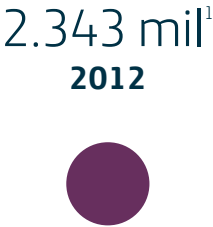
encuestas que mensualmente registra cómo ha sido la experiencia de servicio. El ISC es uno de los indicadores claves de nuestra gestión. La meta que nos planteamos forma parte de nuestra planificación estratégica y su seguimiento está presente en todas las áreas de la compañía.

Para 2012 nuestro desafío era aumentar el ISC desde 6,97 (2011) a 7,15, pero cerramos el ejercicio con 6,62. A través de este reporte, nuevamente renovamos el compromiso de aumentar este indicador como reflejo de las mejoras que estamos implementando para la satisfacción de nuestros clientes.



## Reclamos

Una de las principales causas que afecta el ISC es un reclamo, el cual se profundiza cuando éste no se soluciona. De acuerdo a su causa, los podemos agrupar en técnicos (imposibilidad de navegar, televisión, voz y otros) y comerciales (prepago, desconocimiento de contratación y cobro de servicios). Para reducirlos, nos hemos enfocado en bajar nuestras fallas de servicio.

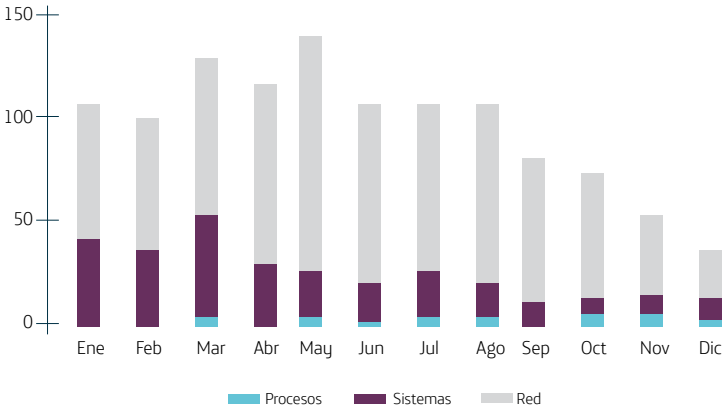


1 Corresponden a los reclamos informados a Subtel, aislando reclamos relacionados con otras compañías. El criterio informado a la Subtel cambió durante 2012, por lo que no es comparable con los años anteriores.

## Problemas en el servicio

El aumento en la industria de las telecomunicaciones también ha facilitado que estemos más expuestos a que nuestros servicios no siempre funcionen de manera óptima, ya sea por nuestra red, soportes tecnológicos, procesos, los proveedores que trabajan para nosotros, etc. Durante 2012 registramos 1.506 fallas que afectaron a nuestros clientes, de las cuales 660 las denominamos como “alto impacto”. Los primeros cinco meses del ejercicio 2012 fueron particularmente intensos en este tipo de problemas, pero ya desde mediados de año mejoramos la calidad de nuestro servicio.

### Evolución problemas en el servicio 2012



## 2 Portabilidad

Uno de los aspectos que mayor expectación generó en la industria de telecomunicaciones durante 2012 fue la portabilidad. Desde enero, cada cliente es dueño de su número telefónico (fijo y móvil) lo que le permite mantenerlo cuando se cambie de compañía.

La estrategia de Movistar gestiona muchos más aspectos que solo la

portabilidad, plan que se reflejan en los 503 mil nuevos clientes que nos permitieron recuperar el liderazgo en cantidad de usuarios al cierre de 2012.

Como ha sido nuestra tradición de permanente colaboración con la autoridad, desde 2011 trabajamos junto a la Subsecretaría de Telecomunicaciones y a las otras empresas del sector para informar a la

ciudadanía sobre el funcionamiento de este proceso.

Los resultados de la portabilidad han sido bien evaluados por los clientes de todas las compañías y para nosotros ha reforzado nuestros compromiso con elevar los estándares de atención para atraer y retener clientes.

## 3 Calidad de atención



El plan de calidad busca alcanzar los estándares de servicio y atención que nuestros clientes esperan de nosotros. Esta iniciativa se enmarca dentro de los 23 proyectos transversales, con el objeto de mejorar la calidad de nuestro servicio y, como consecuencia, esperamos elevar la percepción que la ciudadanía tiene de Movistar.

- Líneas de trabajo:
- Red y operación
  - Canales de atención
  - Oferta comercial
  - Segmentos
  - Cambio modelo de gestión
  - Imagen.

→ En **sucursales** profundizamos el modelo de atención especializada, iniciativa que vemos como una oportunidad para solucionar problemas y también para entregar ofertas ajustadas a las necesidades de los clientes. En la misma línea, avanzamos en la educación para la autoatención en el canal on-line.

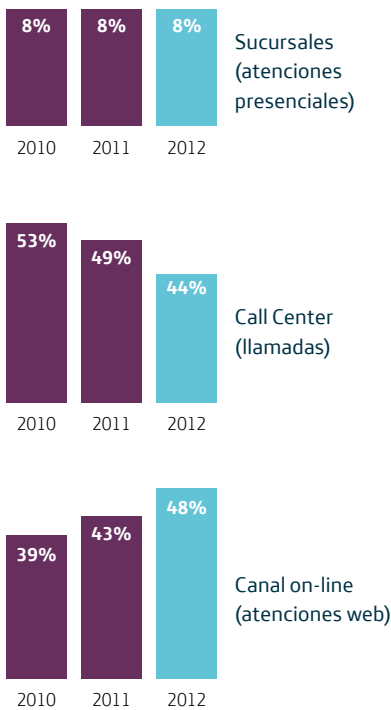
Para mejorar nuestros espacios de atención en 2012 inauguramos la sucursal de Bellas Artes y remodelamos las oficinas de Osorno, Copiapó y San Bernardo.

→ En **call center** implementamos un modelo de atención basado en nuevos perfiles del equipo de las plataformas. También trabajamos coordinadamente con nuestras empresas Aliadas para modificar las remuneraciones y así reducir la rotación. Estas medidas las tomamos en el marco de la certificación COPC, norma que asegura consistencia en la atención a los clientes.

Para los casos de clientes más críticos creamos nuevas plataformas en Chile respecto a los atendidos en el extranjero.

→ En cuanto al mundo **on-line** unificamos los portales fijo y móvil para mejorar la experiencia de los clientes, objetivo que también estamos alcanzando con servicios de autogestión para las necesidades más recurrentes. En 2012 este canal atendió a casi a la mitad de los 57 millones de atenciones solicitadas por nuestros clientes.

### Mix canalidad





## 4 Conectividad PA01 - PA04 - PA05

La creciente demanda de la telefonía móvil (smartphones y dispositivos portátiles) ha significado un aumento en el dinamismo del mercado de telecomunicaciones. En ese contexto, nuestra gestión 2012 estuvo centrada en la consolidación de las redes a través del fortalecimiento de la fibra óptica, el

despliegue de LTE (Long Term Evolution o 4G) y robustez de las redes 3G.

En 2012 comenzamos a desplegar la nueva infraestructura para nuestra red de servicios 4G, con la meta de tener a todo el país conectado durante el último trimestre de 2013, plazo que se enmarca

dentro de los acuerdos establecidos en la licitación.

Con esta nueva red también seremos capaces de llevar telefonía e internet a 181 localidades aisladas de nuestro país, que hasta la fecha no habían sido cubiertas por ningún operador.

## 5 Transparencia e información PA10 - PA11

	Cargos de acceso (on-net / off-net)	Ley de Neutralidad de Red
¿Qué es?	Son tarifas diferentes para llamadas a teléfonos móviles de una misma compañía y red fija urbana de todo Chile (on-net) y llamadas a teléfonos de otras compañías, red fija rural y telefonía Will (off-net).	Es una ley que cautela el derecho de los usuarios de internet a conocer claramente las condiciones técnicas y comerciales de los planes de banda ancha del mercado; exigir su cumplimiento y navegar sin que los proveedores establezcan bloqueos arbitrarios o discriminaciones para el acceso a servicios, contenidos y aplicaciones disponibles en la red.
¿Qué pasó?	El Tribunal de la Libre Competencia (TDL) dictaminó nuevas tarifas para las empresas de telecomunicaciones de Chile.	La Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) inició una exhaustiva fiscalización a las empresas de internet y sus planes de banda ancha, para verificar el cumplimiento de la regulación, particularmente en lo que respecta a la información que deben recibir y disponer los usuarios. A su vez, los contratos asociados a los planes de internet fueron revisados para chequear el apego de sus cláusulas a la normativa vigente de Neutralidad y también de la Ley del Consumidor.
¿Qué hicimos?	Entregamos oportunamente todos los antecedentes que requirió la autoridad, hemos actualizado nuestra oferta comercial y se la hemos informado a nuestros clientes para adaptarnos a las nuevas exigencias regulatorias.	De acuerdo a lo informado por la Subtel, Movistar es la compañía más transparente con la información a los usuarios, cumpliendo en un 100% con las exigencias establecidas por la Ley de Neutralidad de Red.

# Colaboradores

## Visión Telefónica Corporativa

Como parte del plan estratégico bravo!+, queremos crear una cultura interna que nos permita construir relaciones sostenibles con nuestros grupos de interés. Por lo mismo, necesitamos profesionales motivados y comprometidos que tengan la capacidad de tomar decisiones rápidas que nos permitan responderle a la sociedad.

Por ello, el clima organizacional es un pilar fundamental, que se trabaja a nivel corporativo, y que ya se sitúa, a nivel global, en 79%.

## Visión Telefónica en Chile

Buscamos desarrollar líderes visionarios e inspiradores que gestionen las habilidades de sus equipos, fomentando una cultura de responsabilidad que potencie la colaboración entre las áreas.

Un excelente clima organizacional es otra de nuestras prioridades, lo que se logra con oportunidades de desarrollo laboral y beneficios. Trabajamos por que cada empleado encuentre en Telefónica en Chile una respuesta a sus necesidades de vida profesional y personal, y un lugar para trabajar motivados cada día.

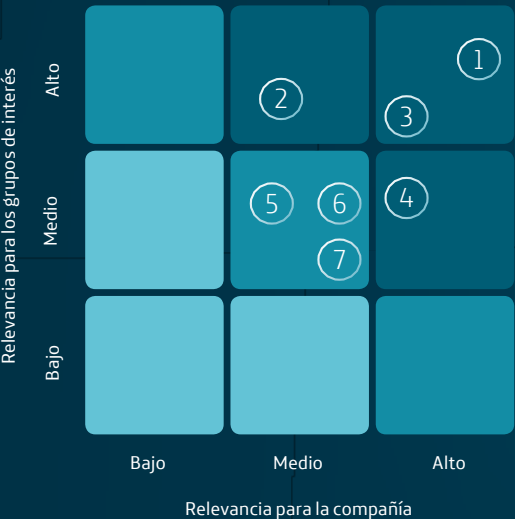
## Temas levantados por los grupos de interés

Una variedad de temas se discutió en las instancias destinadas a escuchar y responder a los empleados. Entre ellas:

- Formación integral de los colaboradores
- Equidad al interior de la compañía
- Funcionamiento del canal confidencial
- Negociación y beneficios
- Transparencia de la medición del clima laboral

Los espacios de diálogo y consulta con los grupos de interés se explican en la pág 30.

## Matriz de Materialidad Colaboradores



- 1 Nuevo modelo de gestión pág. 47
- 2 Ética corporativa pág. 47
- 3 Diversidad y beneficios pág. 44
- 4 Cultura de diálogo pág. 48
- 5 Clima laboral pág. 48
- 6 Desarrollo de carrera pág. 48
- 7 Salud y seguridad pág. 49

Para conocer cómo construimos esta matriz ir a la pág. 30.

**Karina Marín Q.,** directora de Personas:

“El orgullo de trabajar en Telefónica y por su proyecto organizacional, es la mejor plataforma para el logro de los resultados empresariales” DMA

La dinámica de la industria de las telecomunicaciones también condiciona a quienes trabajan en Telefónica. En ese contexto, la mirada de Karina es clave para entender nuestro equipo humano.

**Sostenibilidad y colaboradores**

**¿Cómo conectas la sostenibilidad con el área que lideras?**

Lo que pasa en Telefónica en Chile es un reflejo de la realidad nacional, ya sea por la importancia de nuestro negocio, como por la diversidad de los colaboradores. Fortalecer la competencia de nuestra gente facilitando la conexión de las personal y su desarrollo integral, es fundamental para ser una organización sostenible. Valoramos y respetamos a las personas en todas sus facetas.

Un nuevo modelo de gestión de Personas. Así de categórica es Karina para explicar el principal hito 2012, “nuestro servicio es tan fundamental para la sociedad, que el trabajo que hacemos a diario debe tener esa mirada, ese sentido de responsabilidad”.

**¿Cuáles son los pilares del nuevo ordenamiento interno de Telefónica en Chile?**

Lo primero es entender las actuales necesidades del mercado ya que éstas son la base de la estrategia de Telefónica. Ese es el escenario sobre el cual revisamos nuestra empresa y nos decidimos a diseñar una nueva organización. Otro pilar es lograr equipos de alto desempeño y diferenciados, donde el liderazgo tendrá un rol clave. El tercero es dimensionar que los Aliados (proveedores estratégicos) son quienes realmente interactúan con nuestros clientes.

**En cuanto a la nueva estructura, ¿cuáles son los objetivos?**

Esto es un nuevo modelo de gestión que tiene como objetivo principal transformarnos en una organización simple y responsable, con dueños únicos de procesos y sin duplicidades de tareas. En Telefónica tenemos conciencia absoluta de la responsabilidad que nuestro servicio tiene en la sociedad, lo que debe permear a cada uno de los empleados. Esto significa hacer las cosas bien, en un entorno de responsabilidad personal y colaboración entre áreas.

**¿Qué rol tiene el clima laboral para esta nueva cultura?**

El año pasado alcanzamos el tercer lugar en el ranking Great Place to Work y en la medición de las Mejores Empresas para Padres y Madres que Trabajan, ambos resultados coherentes con nuestras encuestas internas de clima. El orgullo del equipo de trabajo es la mejor plataforma de gestión que una empresa pueda tener para el logro de los

resultados. La gente cree y se entusiasma con sumarse a Telefónica en Chile porque asegura un entorno amable, colaborativo, desafiante y de excelencia, pero sobre todo hace posible que los proyectos individuales y organizacionales vayan de la mano.

**¿Cómo ha sido la relación con los sindicatos de la compañía? Telefónica tiene una realidad muy diferente al promedio nacional...**

Es verdad, el promedio de sindicalización en Chile bordea el 15% y en Telefónica en Chile es de 69%, pero más allá de estas cifras, el ejercicio anterior se centró en fortalecer los canales de comunicación a través de nuestro Consejo Consultivo Sindical, las mesas de trabajo con los sindicatos y la renovación de los convenios laborales que correspondían a 2012.

**¿Cuáles son los ejes de la gestión 2013?**

El foco se mantiene. En términos generales, nuestro gran desafío es pasar del orgullo por la satisfacción del empleado al orgullo por los resultados y ello supone poner un énfasis muy importante en la responsabilidad personal y la calidad en la ejecución. Seguimos con el fortalecimiento de la gestión de aliados asegurando entre otros temas, la transferencia de mejores prácticas con un nuevo modelo de gobierno. Por último, mantenemos el foco en la gestión diferencial de nuestro talento.

**HITOS 2012**

“Alcanzamos el tercer lugar en Great Place to Work y en las Mejores Empresas para Padres y Madres que Trabajan”.

3

## Colaboradores

LA2 - LA3 - LA15

Nuestros beneficios valoran la diversidad de las personas

### ¿Quiénes somos?\_

Total



Edad



35 a 54

Antigüedad



+ 10 años

Género



Hombres

Discapacidad



colaboradores

Sindicalizados



69%

## BENEFICIOS



### No Monetarios\_



#### Programa UNO\_

Plan de Calidad de Vida personal y flexible



Único



Participativo



Innovador



Flexible



Diverso

1 año de vigencia  
96% satisfacción

30 beneficios usaron UNO

1.000 créditos = 5 días

UNO es para estar en los momentos valiosos, respetar la diversidad, conciliando la vida laboral y personal.

### Club Telefónica

Promueve el desarrollo integral de los colaboradores y su familia, quienes lideran los proyectos Club Telefónica, entregando beneficios y fomentando el liderazgo.

Diversidad de proyectos



95% participación

3.000 colaboradores

125 proyectos talleres

### Diversidad de beneficios



Isapre



Matrimonio



Fallecimiento



Natalidad



Cambio de domicilio

5+1 días

vacaciones de invierno

10+2 días

vacaciones abr - nov

plan familia 20% equipos móviles descuento

Dúos y Tríos

1 día de descanso adicional

2 o 3 días de vacaciones

## BENEFICIOS



### Monetarios\_



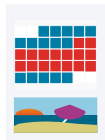
Compra de acciones

\$ 2.16 ▲

Bonificaciones por fechas significativas

18  
Sept

31  
Dic



Préstamos



Expediente

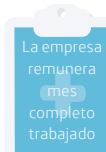


Compra o Mejora



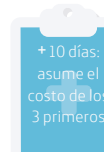
Urgencia

Licencia médica



La empresa remunera mes completo trabajado

plan - prepago 25% descuento fijos



+ 10 días: asume el costo de los 3 primeros

plan contrato 60.000 descuento



equipos móviles

Cuidado familiar



Tratamiento con especialistas



Apoyo económico tratamientos médicos de rehabilitación



Sala cuna



Asesoría personalizada



Kinesiólogo



Médico

Apoyo a empleados con hijos que tengan alguna discapacidad

Becas



Pregrado



Diplomado



Magister



Fundación Carolina



Magister Telefónica



Mérito hijos de colaboradores

## Compromisos 2012

Tema Material	Desafíos	Compromisos	Indicadores
Diversidad y beneficios	<ul style="list-style-type: none"><li>Que personas y líderes experimenten una cultura basada en la diversidad y el equilibrio con la vida personal y el trabajo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>80% de los líderes ingresen su Plan de Calidad de Vida. Innovar para satisfacer los intereses de cada colaborador.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>94% en la pregunta "en esta empresa se facilita la conciliación de la vida personal/ laboral", del Índice Satisfacción de Empleados (ISE), meta que cumplimos con 96%.</li></ul>
Satisfacción y clima laboral	<ul style="list-style-type: none"><li>Consolidar una experiencia común en clima laboral para toda la organización.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Que el 100% de los líderes nuevos hagan el taller de inducción. 80% realicen el taller de liderazgo personal. Los líderes con bajo clima (bajo 76%) hagan el taller de Gift Work de GPTW.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>La meta del ISE es 91% y se logró un 92%.</li><li>Respecto a la meta "no más de un 5% de las áreas estén entre 51% y 75%", se cumplió ya que hubo un 3% en este rango.</li><li>El objetivo era no tener áreas con menos de 50% en la dimensión de liderazgo. Este desafío no se cumplió ya que faltó el 1% que se explica porque en 2012 se inició la gestión por brechas y la metodología aún está en desarrollo.</li></ul>
Evaluación y movilidad interna	<ul style="list-style-type: none"><li>Brindar oportunidades de aprendizaje y crecimiento profesional.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Potenciar la movilidad interna.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>La meta de movilidad interna versus externa era 70% y se alcanzó un 71%.</li></ul>
Capacitación	<ul style="list-style-type: none"><li>Desarrollar las conductas para diferenciarnos como empresa que entrega un servicio de excelencia.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Mantener la satisfacción en la encuesta de clima interno (capacitación).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>En el ISE, trabajamos para alcanzar un 80% en la pregunta sobre capacitación, meta que cumplimos con 89%.</li></ul>

## Compromisos 2013

Tema Material	Desafíos	Compromisos	Indicadores
Cultura del diálogo	<ul style="list-style-type: none"><li>Mantener las instancias de diálogo con los sindicatos: consejos consultivos, mesas de diálogo y reuniones informales.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Darle sostenibilidad a este modelo de relacionamiento.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Consejos consultivos: al menos una sesión mensual.</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>Asegurar los espacios de feedback entre jefes y colaboradores como herramienta de acompañamiento en el desarrollo de los empleados.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Realizar dos feedback al año al 95% de los colaboradores.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>La meta es 84 en la pregunta del clima laboral: "mi jefe dialoga conmigo de forma periódica sobre la calidad de mi trabajo y cómo podría mejorar".</li></ul>
	<ul style="list-style-type: none"><li>Propiciar espacios de diálogo estratégicos entre los empleados de la compañía.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Cinco debates al año basados en los focos estratégicos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>La meta es lograr nota 4 (escala de 1 a 5) en las preguntas: "el debate sirve para mejorar tu trabajo" y "el debate te sirvió para ver las cosas de manera diferente".</li></ul>

# Cifras relevantes

LA1 - LA2 - LA13 - LA14

2012

**4.986**

3.248 hombres  
1.738 mujeres



## Nº de colaboradores directos **PG6**

Durante los últimos tres años, la proporción de mujeres se ha mantenido estable entre los colaboradores y representan al 35% del total.

2011  
**5.293**  
(3.419 hombres, 1.874 mujeres)

2010  
**5.473**  
(3.511 hombres, 1.962 mujeres)

## Nº de colaboradores indirectos

2012  
**24.447**

## Categorías laborales



## Edad

- 18 - 35 años: 1.150
- 36 - 49 años: 2.698
- 50 - 65 años: 1.138

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

En promedio, las mujeres reciben 0,9 veces el sueldo de los hombres. Las diferencias observadas entre salarios, responden al desarrollo, logros y desempeño profesional de los empleados.

- Gerentes: 0,85
- Subgerentes: 0,99
- Profesionales: 0,90
- Técnicos y administrativos: 0,88

En 2011 Telefónica en Chile transfirió a la mayoría de sus colaboradores a una nueva compañía perteneciente al Grupo Telefónica en Chile: Telefónica Chile Servicios Corporativos Ltda., empresa que factura al Grupo Telefónica en Chile los costos proporcionados de los servicios de Personas.

## 1 Nuevo modelo de gestión

La necesidad de transformarnos en una compañía que trabaja con agilidad y sencillez de cara a nuestros clientes y grupos de interés, guió la revisión de nuestra cadena de valor. Gracias a este análisis entendimos como realizamos los procesos clave y las actividades de soporte, lo que nos ayudó a identificar nuevas oportunidades de gestión.

Para aprovecharlas, se diseñó un nuevo modelo organizacional, que subraya la responsabilidad personal como un valor característico. La calidad en la ejecución,

la satisfacción de nuestros clientes y el cumplimiento consistente de nuestras metas son los resultados que buscamos asegurar con este nuevo modelo.

Implementar este diseño significa simplificar nuestros procesos y asignarles dueños únicos, apoyar el liderazgo, potenciar sinergias entre equipos de trabajo y consolidar actividades bajo una mirada de cadena de valor, entre otros elementos. A fines de 2012 se dio el primer paso, con el reordenamiento de las direcciones de Marketing y Clientes.

## 2 Ética corporativa

LA4 - HR5 - HR10 - PA07

PG1 PG2 PG3

### Integración de la discapacidad

Inicio del Consejo Consultivo de personas con discapacidad que trabajan en nuestra compañía.

Número de colaboradores con discapacidad 2012

13

Nuestros Principios de Actuación se basan en cuatro principios generales (ver pág. 22) que tienen compromisos específicos para cada grupo de interés. Más del 82% de nuestros empleados fue capacitado en este tema:

- El **Desarrollo Profesional** (ver pág. 48) se respalda en procesos de selección, contratación, formación y promoción interna basados en criterios claros y transparentes.
- Durante 2012 se realizó una evaluación del impacto de la compañía en **Derechos Humanos de Tercera Generación**, que evaluó distintos ámbitos de trabajo.
- La **Compensación** (ver pág. 44) entregada a nuestros colaboradores busca ser justa y adecuada al mercado laboral.
- **Seguridad y Salud** (ver pág. 49).

### Participación sindical

Durante 2012 se cerraron cuatro negociaciones colectivas con los sindicatos SINTELF, FED ZONAS, VALPARAÍSO y SINATE que cubrió a un total de 2.031 trabajadores.

Los principales temas que se vieron durante estas negociaciones fueron:

- Profundización del modelo meritocrático como fórmula de ajuste salarial
- Consolidación de modelo de negociación no reglada que da origen a convenios colectivos
- Mayor equidad en la concesión de beneficios
- Mayor adecuación al modelo corporativo

En Telefónica en Chile existen en la actualidad 24 sindicatos, que representa aproximadamente a un 69% de los colaboradores de la compañía.

Sueldo mínimo Telefónica en Chile 2012 EC5

\$193.000

Sueldo mínimo nacional

\$407.000

2011

\$430.000



El sueldo mínimo de Telefónica en Chile corresponde a 2,23 veces el sueldo mínimo nacional en 2012.

## 4 Cultura de diálogo

Durante 2012 impulsamos una serie de encuentros (336 instancias) para fortalecer el diálogo, decisión fundada sobre la base de los impactos positivos que estos espacios generan en la empresa, en los colaboradores y como aporte a la cohesión en torno a un proyecto común.

→ Por medio de los Consejos Consultivos contribuimos al desarrollo de las condiciones que permitan lograr un compromiso estable entre las organizaciones sindicales y Telefónica en Chile.

→ Las Mesas de Diálogo son un espacio de intercambio de información y colaboración, que convoca a diversos actores (sindicatos, compañía y otros colectivos), con el objetivo de acordar, compartir y definir acciones en el ámbito de las relaciones laborales.

→ En las reuniones con sindicatos nos encargamos de trabajar y generar acuerdos de forma individual con cada organización por una relación constructiva y colaborativa.

## 5 Clima laboral



**Valentina Burgos**  
@analista\_dirección  
de\_personas

He sido muy feliz con la experiencia de ser @mamá, cuento con el respaldo y la tranquilidad para tener un equilibrio entre mi vida familiar y laboral.

09-07-12 18:18

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

Tres grandes objetivos dirigen la gestión del clima organizacional:

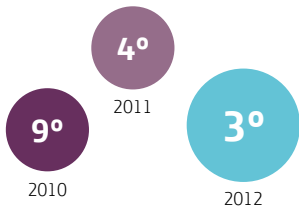
- Atraer y retener empleados de excelencia
- Motivar y movilizar a nuestros empleados hacia una cultura volcada al cliente
- Construcción de un equipo ganador, alineado y comprometido con las metas de la compañía

### Empresa Familiarmente Responsable

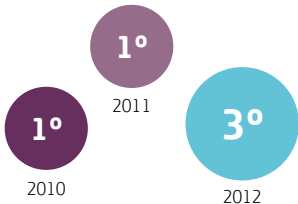
En 2012 trabajamos para implantar el modelo de gestión de Empresa Familiarmente Responsable (EFR). Por medio de este certificado, la Fundación Másfamilia incentiva a las organizaciones a generar una nueva cultura del trabajo, que permita una eficaz armonía entre las esferas laboral y personal. Este compromiso fue auditado por la empresa AENOR.

## Ranking

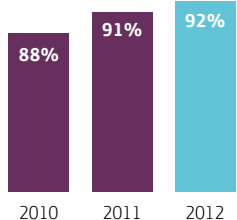
Great Place to Work



Mejores Empresas Para Madres y Padres Que Trabajan



Índice de Satisfacción de Empleados



## 6 Desarrollo de carrera

La compañía propone un **Ciclo de Desarrollo Profesional** para los colaboradores, que se inicia con el proceso de Reclutamiento y Selección y que monitorea toda su trayectoria. Durante 2012, avanzamos en distintos ámbitos para promover y fortalecer los procesos de Movilidad Interna en Telefónica en Chile. Algunas de estas iniciativas fueron:

- Actualizamos la Política de Selección apuntando a una mayor transparencia y claridad en los procesos de selección
- Sumamos la etapa "Devolución de Resultados", gracias al cual los candidatos finalistas de los procesos de selección interna pueden conocer cuál fue su evaluación

- A través de un correo quincenal se informan los candidatos ganadores de Procesos de Movilidad Interna a toda la compañía
  - Lanzamos el perfil de Telefónica en Chile en la red profesional LinkedIn, en donde destaca el grupo exclusivo de movilidad interna para nuestros colaboradores
  - Desarrollamos los talleres “Para tu Movilidad Interna”, cuya finalidad es promover la búsqueda de oportunidades al interior de la compañía, además de mejorar el Portal de Movilidad Interna
- Sabemos también que la gestión de personas exige proveer programas y acciones de capacitación que den respuesta a las reales necesidades de la organización. En este contexto, el diseño e implementación de formación digital es importante ya que entrega herramientas permanentes de desarrollo a nuestros colaboradores y así responder con éxito a las demandas del entorno.

Capacitación colaboradores

Colaboradores internos

2011  
159.140 horas

2012  
216.960 horas

Capacitación en temas de sostenibilidad

Curso Manejo de Residuos Peligrosos  
15 personas, 120 horas

Curso Sistema de Eficiencia Energética y Auditorías Energéticas  
3 personas, 72 horas

Curso Seguridad de la Información  
1.536 personas, 9.216 horas

El 95% de los colaboradores fueron evaluados en el Sistema de Evaluación de Desempeño.

7 Salud y seguridad LA6 - LA7 - LA8 - LA9

Durante 2012 Telefónica en Chile dio un gran paso en temas de prevención, al generar un Plan de Colaboración en conjunto con la ACHS, cuyo objetivo es lograr una disminución de los actuales indicadores de accidentalidad y siniestralidad. Las metas específicas del plan ayudarán al establecimiento de procedimientos de evaluación de riesgos, y la revisión, validación y actualización de los controles operacionales existentes.

- La seguridad de los colaboradores en Telefónica en Chile es un tema que se trabaja de cerca por el área de Prevención y los 27 comités paritarios presentes en la compañía. Durante el año se registraron avances en estas materias:
- **Febrero:** lanzamiento de sitio web de Prevención de Riesgos.
  - **Marzo:** evaluación y distinción de los comités paritarios de Higiene y Seguridad.
  - **Abril:** elaboración y entrega del Manual para Supervisores y Personal Técnico.
  - **Mayo:** Primer Encuentro de Expertos en Prevención de Riesgos de Empresas Contratistas de Bucle.
  - **Junio:** realización de curso e-learning sobre el Derecho a Saber.

- **Julio:** Nos incorporamos a la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS).
- **Agosto:** más de 500 exámenes ocupacionales.
- **Noviembre:** elaboración y entrega del Reglamento Especial del Sistema de Gestión para Empresas Contratistas.
- **Diciembre:** encuentro de comités paritarios e implementación de cuatro salas de primeros auxilios, diagnóstico de salud y seguridad ocupacional.

Parte importante de nuestros esfuerzos en seguridad se orientan a nuestros contratistas, para quienes estamos desarrollando planes específicos dentro del modelo de Aliados.

Índice de accidentabilidad	2011	2012
Nº de accidentes laborales	74	57
Nº de enfermedades laborales	1	0
Nº total de días perdidos por accidente	934	737
Tasa de ausentismo <sup>1</sup>	6.197	12.440

1 Esta tasa se calcula: número total de días perdidos, por ausencia, durante el periodo / número total de días trabajados por el colectivo de trabajadores durante el mismo periodo) x 200.000.

 Para saber más de Aliados, ir a la pág. 50.

# Proveedores

## Visión Telefónica Corporativa

El impacto de las compañías se multiplica a través de su cadena de suministro. En el caso de las multinacionales, participan en ella miles de empresas de diferentes sectores y países. De ahí la importancia para Telefónica de garantizar una gestión responsable en todos los eslabones.

Como compañía promovemos activamente la responsabilidad en la cadena de suministro de Telefónica, concientizando a nuestros equipos en los criterios de sostenibilidad, informando y velando para que los proveedores cumplan con la legislación local vigente e impulsando programas de formación y mejora continua.

## Visión Telefónica en Chile

El mejoramiento de las prácticas laborales de nuestros proveedores estratégicos de servicios ha sido uno de los principales objetivos del año.

Queremos asegurar el bienestar social, laboral, ambiental, de seguridad y salud en la cadena de suministro de Telefónica en Chile, por lo que trabajamos fuertemente en el traspaso de estándares hacia nuestros proveedores.

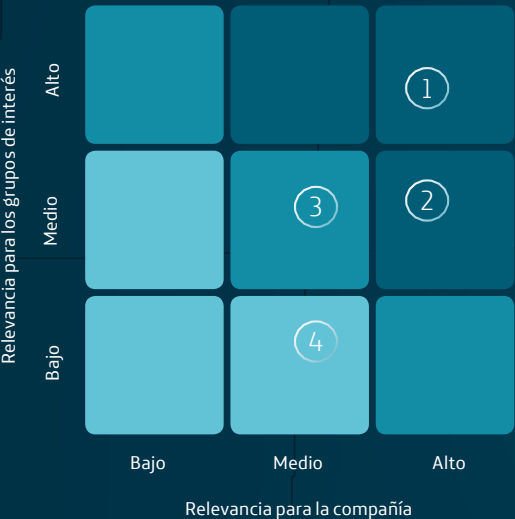
En 2012, el programa Aliados enfocó sus esfuerzos en call centers, instalaciones y sucursales, buscando para 2013 incluir a servicios de posventa.

## Temas levantados por los grupos de interés

- La responsabilidad con la cadena de suministro significa escuchar a nuestros proveedores y reconocer cuáles son los intereses que compartimos:
- Proceso y plazo de pago
  - Comunicación y relacionamiento
  - Potenciamiento de proveedores claves
  - Traspaso de buenas prácticas
  - Acompañamiento tecnológico

Para ver qué instancias de diálogo llevamos adelante con nuestros proveedores, ir a la pág. 30.

## Matriz de Materialidad Proveedores



- 1 Licitaciones y plazo de pago pág. 54
- 2 Modelo Aliados pág. 54
- 3 Traspaso de buenas prácticas pág. 55
- 4 Salud y seguridad pág. 55

Para conocer cómo construimos esta matriz ir a la pág. 30.

**Juan Parra H.,** director de Finanzas  
y Control de Gestión:

“Hoy tenemos una  
mirada más consciente y  
sensibilizada de nuestros  
proveedores” DMA

Los proveedores son el eslabón entre Telefónica y nuestros clientes. Como responsable de esa relación, Juan destaca los avances de 2012 y las tareas pendientes para 2013.

**Sostenibilidad y  
proveedores**

**¿Cómo conectas la  
sostenibilidad con el área  
que lideras?**

Si bien desde Finanzas y Control el cumplimiento de nuestros compromisos fiscales y de las normativa contable constituyen elementos que consideramos básicos para asegurar la sostenibilidad en una empresa, creemos también que es clave cuidar y asegurar tener un buen relacionamiento y capacidad de escucha de lo que nos demanda la sociedad. En esta línea, con todos los grupos de interés que tocamos, aseguramos velar por un trabajo responsable, justo, apegado a la norma y a la ley, siempre en el marco de una razonable utilización de los recursos que nos permitan alcanzar los niveles de rentabilidad que aseguren la sostenibilidad de la empresa.

La mayor cantidad de atenciones a clientes se realiza a través de empresas Aliadas de Telefónica, nombre con que designamos a los proveedores estratégicos para nuestro negocio. En la dirección de Finanzas y Control de Gestión podemos encontrar las respuestas a temas fundamentales para este grupo de interés: el plazo de pago y licitaciones transparentes y garantizadas por nuestro proceso de compra.

**¿Qué destacarías como lo más importante de  
tu equipo durante 2012?**

En la dirección de Finanzas y Control de Gestión tenemos la responsabilidad de apoyar el seguimiento y control de la estrategia de la empresa, así como velar por el cuidado de sus finanzas, ambos temas fundamentales en el desarrollo del negocio. También tenemos a cargo la relación con nuestros proveedores respecto a los procesos de licitación, adjudicación y pago, focos que iniciamos en 2011 y en los que tuvimos grandes avances en 2012.

**En cuanto a los procesos de pago, ¿qué  
avances vimos en 2012?**

Hemos avanzado hasta los niveles que nos habíamos previsto lograr, donde destaca la sensibilización interna para que todos en Telefónica sepamos la importancia que tiene cumplirle a los proveedores. En ese contexto, en 2012 hemos trabajado para cumplir fielmente, dentro del plazo, nuestros compromisos de pago a proveedores; atender con mecanismos flexibles los pagos que no hayan pasado por los procesos formales de compra; no superar el plazo promedio de 90 días desde la fecha oficial de recepción del servicio prestado y tomar control de todo el proceso de compra con indicadores concretos de seguimiento. Sabemos que tenemos temas pendientes para este 2013 como el desarrollo de los gestores de contratos (responsables internos frente al proveedor) y contar con un canal de comunicación en línea con todos procesos de interés de nuestros proveedores.

**¿Qué otros aspectos te parecen  
importantes de la gestión de tu área en  
2012?**

Tenemos como tarea fundamental el cuidado de las finanzas, lo que significa generar y disponer, al mejor costo, los recursos suficientes para el desarrollo del negocio. En ese sentido, destaca una exitosa colocación de un bono internacional. También tenemos a cargo el asegurar el cumplimiento de nuestras obligaciones, así como las relaciones con el mercado financiero y los organismos establecidos por la ley para este tema.

A su vez, en 2012 tuvimos como desafío apoyar el manejo de la lealtad de nuestros clientes, también lideramos iniciativas en el control y gestión del fraude, donde destaca el trabajo que hicimos para reducir la piratería de TV sin afectar la satisfacción de los clientes.

**HITOS 2012**

“Hemos avanzado en la sensibilización para que en Telefónica sepamos la importancia que tiene cumplirle a los proveedores”.

# Nuestro mapa de proveedores

Encuesta de Satisfacción de proveedores

Medimos:

- Facturación y pagos
- Compra
- Plataforma Adquira
- Rol de su contraparte técnica dentro de Telefónica.

Escala 1 a 10

Total

7,0

## Aliados

Estas empresas tienen contacto con el cliente y son estratégicas para nuestro negocio.

Hitos 2012:

- Comité interno de Aliados
- Medición de clima.
- Nuevo proceso de gestión de reclutamiento, selección y capacitación.
- Comunidad de Aliados.
- Charlas sobre franquicias tributarias, código Sence y calidad de vida.
- Actividades de prevención de riesgos.

Call center

Instalaciones

Atención en sucursales

Cobranza

Recaudación

Ventas en terreno

## Terceros

Estas empresas son proveedores de actividades sin contacto al cliente, pero sí pueden ser estratégicas para nuestro negocio.

Hitos 2012:

Actividades de prevención de riesgos.

## Proveedores Colaboradores

Son todos aquellos que realizan actividades que han sido externalizadas y se rigen por la ley de subcontratación.

24.477 empleados

205 empresas contratistas y subcontratistas

## Compromisos 2012

Tema Material	Desafíos	Compromisos	Indicadores
Plazo de pago	<ul style="list-style-type: none"><li>Disminuir el plazo de pago a proveedores.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Implementar el programa de gestores de contrato. Panel de control de tiempos de pago. Mantener encuesta de Satisfacción de proveedores.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Promedio de días de pago a proveedores:<ul style="list-style-type: none"><li>desde llegada la factura, se cumplió el plazo de pago de 60 días</li><li>desde prestado el servicio, la meta de 90 días, se cumplió con 72 días.</li></ul></li></ul>
Transparentar el proceso de pago hacia los proveedores	<ul style="list-style-type: none"><li>Contar con la trazabilidad del proceso de pago. Sistematizar y aumentar la relación on-line con nuestros proveedores.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Desarrollo del canal web y el call center para consulta de proveedores.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Se implementó el call center. El canal web se mantiene como desafío 2013.</li></ul>

## Compromisos 2013

Tema Material	Desafíos	Compromisos	Indicadores
Licitaciones	<ul style="list-style-type: none"><li>Mejora continua de procesos de compra con mayor cercanía a los proveedores.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Trabajo continuo de mejora del proceso de compra.</li><li>Mejorar gestión de proveedores estratégicos en Comité de Aliados.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Mejorar en cinco puntos en la encuesta corporativa de satisfacción de proveedores.</li></ul>
Plazos de Pago	<ul style="list-style-type: none"><li>Cumplir el compromiso del plazo de pago.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Asegurar trazabilidad del proceso con información puntual: proyecto facturación electrónica.</li><li>Piloto para ayudar en la gestión de plazo de pago y prestación de servicio de las Pymes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>100% proveedores facturando electrónicamente en el 2013.</li><li>Cumplir los plazos de pagos comprometidos.</li><li>100% en las Pymes registradas en el proyecto.</li></ul>

# 1 Licitación y plazo de pago

## Comunicación de cobros

Ser proveedor de Telefónica implica cumplir con ciertos requisitos a nivel global. Las órdenes de compra establecen ciertos cobros a los proveedores, por concepto de aglomeración de compras y uso de plataforma, que en 2012 transparentamos para informar sobre el estado de sus pagos.

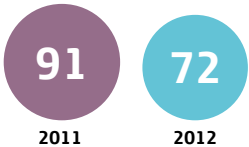
La relación con los proveedores comienza en el proceso de licitación de un servicio. La importancia de esta etapa es fundamental para el éxito de los proyectos y el desarrollo del vínculo que establecemos con nuestra cadena de valor.

Por ello, hemos incorporado, entre otros, la modalidad de subastas electrónicas para la gestión de nuestras adquisiciones. Esta forma de negociación proporciona una mayor transparencia y objetividad al proceso, igualdad de oportunidades para todos los oferentes, además de simplificar y agilizar este trabajo.

Reducir el plazo de pago ha sido uno de los principales retos que hemos enfrentado. Entendemos el impacto que este proceso tiene en nuestros proveedores y sus propias cadenas de valor, por lo que es un tema prioritario.

En 2012, hicimos esfuerzos por reducir significativamente este período:

→ Días promedio de pago desde servicio efectuado:



# 2 Modelo Aliados

HR3

Nuestras empresas Aliadas se relacionan con clientes día a día para resolver sus necesidades técnicas y de atención. Este año nos enfocamos en el desarrollo de call centers, bucles y sucursales.

Para ellos se desarrolla especialmente el Programa Aliados, iniciativa que busca coordinar internamente a todas las áreas involucradas en un plan de acompañamiento y traspaso de buenas prácticas a nuestra cadena de suministro. Aliados incluye el cumplimiento de estándares laborales, desarrollo en los aspectos de selección, formación, compensación y mejora de clima laboral.

## Avances 2012

- Apoyo a la medición del clima laboral interno en empresas aliadas, a través de la encuesta Great Place to Work
- Encuentros de charlas de franquicia tributaria y código SENCE para la implementación de capacitaciones
- Análisis de perfil de cargo y gestión en terreno del proceso de selección, apoyando a los proveedores del servicio call center

Para 2013 se espera incorporar en el modelo a las empresas que nos entregan servicios de posventa.



### 3 Traspaso de buenas prácticas

HR1 - HR2 - HR7

**PG4**

Nuestra responsabilidad es contribuir a que las empresas que trabajan con nosotros sean mejores a través del desarrollo de sus propias herramientas de gestión. Lo primero es asegurar, en todas ellas, el respeto de la normativa laboral y previsional, a través de la identificación de los trabajadores, seguimiento y catastro del cumplimiento.

Mensualmente, en 2012 hicimos un seguimiento de estos temas, concluyendo el año con un 96% de cumplimiento de las empresas supervisadas, gracias a la ayuda de la herramienta de registro T-Contratistas. Este método nos permite saber con mucha precisión cuántas personas trabajan involucradas en las operaciones de la compañía.

Nuestras expectativas para 2013 es llegar a un 100% de cumplimiento de las observaciones detectadas en este proceso, a través de la regularización de aquellos puntos pendientes y del aseguramiento de estándares sociales, laborales, de seguridad, salud y ambientales en la cadena de suministro de Telefónica en Chile.



Información sobre los avances en buenas prácticas con Aliados, ver pág. 54.

### 4 Salud y seguridad

LA8 - IO03

La salud y prevención de riesgos es un tema de gestión muy relevante para todos los trabajadores de nuestra cadena de valor, especialmente de forma indirecta. Por ello creamos un sistema con la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) para igualar prácticas entre los empleados internos y quienes trabajan en las empresas Aliadas.

#### Avances 2012

- Nuevo reglamento de salud y seguridad para empresas contratistas
- Modelo de prevención de riesgos con empresas Aliadas, a través de talleres para la implementación del reglamento y levantamiento de riesgos con prevencionistas

# Medio Ambiente

## Visión Telefónica Corporativa

Las nuevas tecnologías son claves para el clima y la eficiencia: ayudan a Telefónica a gestionar mejor los recursos naturales, a reducir su impacto ambiental y son la base de las soluciones que ofrece a sus clientes para ayudarlos a ser más eficientes energéticamente.

A nivel global, y como empresa de telecomunicaciones, contamos con tres focos de trabajo para avanzar en el uso de las TIC (Tecnologías de la Información y Comunicación):

- 1. Redes, a través de proyectos de eficiencia energética.
- 2. Liderazgo green, medido en el Carbon Disclosure Project, indicador que permite conocer la transparencia y el desempeño de las firmas en materia de cambio climático.
- 3. Smart Cities, generando una oferta para la gestión automática de servicios y emprendimientos urbanos.

## Visión Telefónica en Chile

Buscamos reducir nuestro impacto ambiental a través del aumento de la eficiencia energética de la red.

A su vez, queremos avanzar en poner al servicio de la sociedad información sobre las reducciones que se generan como consecuencia del uso de las TIC.

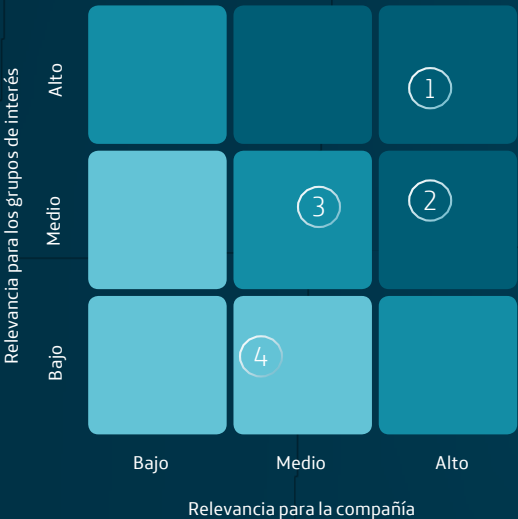
## Temas levantados por los grupos de interés

Conversamos con diversos grupos de interés en torno a las responsabilidades medio ambientales que tiene Telefónica en Chile, destacando:

- ➔ Programas e iniciativas de eficiencia energética
- ➔ Medición de huella ecológica
- ➔ Contribución a la lucha contra el cambio climático
- ➔ Gestión ambiental en oficinas

Los espacios de diálogo y consulta con los grupos de interés se explican en la pág. 28.

## Matriz de Materialidad Medio Ambiente



- 1 Eficiencia energética pág. 59
- 2 Huella de carbono pág. 60
- 3 Impactos de la red pág. 60
- 4 Gestión de residuos pág. 61

Para conocer cómo construimos esta matriz ir a la pág. 30.

**Gustavo Marambio L.**, director de Red:

“Nuestra red, cada vez más, está siendo guiada por criterios de sostenibilidad”

4.11 - EC2 - DMA

El principal foco de la gestión ambiental es la eficiencia energética de la red, área en que Chile lidera las operaciones de Telefónica a nivel global.

**Sostenibilidad y medio ambiente**

**¿Cómo conectas la sostenibilidad con el área que lideras?**

Creo que los últimos años nos han demostrado que tener metas de un año para otro ya no es suficiente y ese tiene que ser el desafío para las empresas de hoy: una nueva forma de hacer negocios. Las personas preferirán a aquellas marcas que sean sostenibles y que puedan demostrar como se hacen cargo de sus responsabilidades con la sociedad y el planeta. En ese contexto, nuestra red cada vez más está siendo diseñada y guiada por criterios de sostenibilidad, ya no basta con decir que damos conectividad y que nuestros servicios contribuyen a la evolución social.

El mayor impacto ambiental de una empresa de telecomunicaciones radica en el despliegue y operación de sus redes. En 2012 se debió equilibrar su expansión con la nueva Ley de Antenas y los objetivos de eficiencia energética. Gustavo analiza los principales desafíos de cómo conjugar esas tres variables con una mirada de sostenibilidad.

**¿Cuáles son los principales avances en 2012?**

Necesitamos verlos en el contexto de un año histórico para la compañía. Por un lado, iniciamos un proceso que tiene como objetivo tener la mejor red del país, meta que requiere un despliegue de antenas que, solo en 2012, superó las 800 estaciones. El otro aspecto fue la nueva Ley de Antenas que impone estrictos criterios de impacto ambiental.

**¿Cuál dirías que es el principal impacto ambiental de Telefónica?**

Chile fue el anfitrión del tercer del tercer Workshop de Energía y Cambio Climático de Telefónica, instancia para analizar y difundir nuestros esfuerzos en optimización de los consumos de energía en la red. Este encuentro es importante ya que el 90% de la huella de carbono de la compañía procede de redes. En este sentido, las reducciones que hemos logrado en Chile son un aporte concreto a mitigar nuestro impacto en el cambio climático.

**¿Cómo se miden esos ahorros?**

Por la complejidad de nuestro servicio hemos creado un indicador especial que sea útil para hacer el seguimiento que necesitamos, así es como el kWh/ae (kilowatt por acceso equivalente) refleja los ahorros que logramos, pese al crecimiento de la red. Estas eficiencias las alcanzamos gracias al uso de las Energías Renovables No Convencionales (solar, híbridas y celdas de hidrógeno), así como la renovación de nuestras tecnologías de refrigeración.

**¿Qué pasa con el impacto visual? ¿Ese es el mayor que tienen las torres?**

Así lo pensamos y la regulación lo confirma, tanto es así que la nueva Ley de Antenas no es de telecomunicaciones, sí es una modificación a la normativa de urbanismo ya que el mayor impacto corresponde al efecto visual de las torres. La evidencia nacional e internacional demuestra que las antenas no tienen efectos negativos en la salud de las personas, aun así los niveles de radiación permitidos en Chile son muy bajos y Telefónica en Chile cumple ampliamente con esa exigencia.

**HITOS 2012**

“Realizamos un despliegue histórico de antenas que superó las 800 estaciones”.

# Eficiencia Energética en Redes

EN1 - EN5 - EN6 - EN7 - TA01

PG8

## Estrategia Eficiencia Energética



Aproximadamente el 90% de la huella de carbono de Telefónica se debe al consumo de energía en redes.

## Workshop Mundial Eficiencia Energética y Cambio Climático de Telefónica

Santiago 2012

Equipos de energía locales  
*Partners tecnológicos*  
Invitados especiales

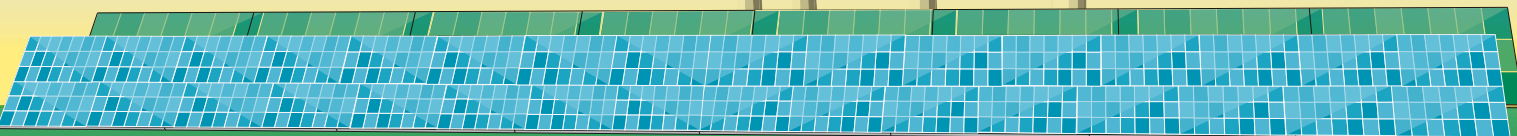


Expositor:



### Responsable ambiental

En cada operación, Telefónica cuenta con un **Energy Manager**. Su rol es gestionar el objetivo compañía de eficiencia energética y de intercambiar buenas prácticas con los otros países.



En Caleta Chipana fuimos los primeros en dar cobertura.

Villa Tehuelches, Punta Arenas, primeros en permitir la comunicación de la comuna.

## Proyectos

### Eficiencia Energética

#### Reingeniería Sala TIC 4

- Mejorar retorno del aire caliente
- Mejorar aires fríos de inyección.

26°  
↓  
22° = 16%  
ahorro energético actual  
en 45 días

\$ 47 millones  
retorno inversión en 4 años

#### Compras

Las adquisiciones de equipamiento a nivel corporativo también apuntan a aumentar la eficiencia energética.

### Energía Renovable No Convencionales (ERNC)

Redes fijas y móviles implementan soluciones de energía del tipo ERNC.

Las ERNC están en los lugares donde la red eléctrica aún no ha logrado llegar por la distancia o elevado costo.



15 Respaldo con celdas de hidrógeno emplazamientos técnicos en RM

### Consumo de energía eléctrica en redes (kWh/ae)



¿Qué es el "kWh/acceso equivalente"?

Corresponde al total de kWh de nuestra red dividida por el total de accesos. Este indicador muestra la eficiencia en el consumo de energía en redes.

## Compromisos 2012

Tema Material	Desafíos	Compromisos	Indicadores
Eficiencia Energética	<ul style="list-style-type: none"><li>Aumentar la eficiencia energética en las redes de Telefónica en Chile.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Implementar iniciativas orientadas a hacer más eficiente el consumo energético con que funcionan nuestras redes.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>En 2012 alcanzamos la meta planificada de 26 kWh/ae (acceso equivalente) relación que apunta al objetivo 2015 de 23 kWh/ae.</li></ul>

## Compromisos 2013

Tema Material	Desafíos	Compromisos	Indicadores
Eficiencia Energética	<ul style="list-style-type: none"><li>Aumentar la eficiencia energética en las redes de Telefónica en Chile.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>El objetivo es mantener estable la relación entre consumo y acceso equivalente.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>26 kWh/ae, objetivo que apunta a la meta 2015 de 23 kWh/ae.</li></ul>

1

Eficiencia energética

EN3 - EN4 - EN18

Telefónica se ha comprometido a reducir en un 30% sus emisiones de CO<sub>2</sub> para 2015 (en relación a las 1,6 millones de toneladas de 2010, medidas por acceso de cliente equivalente). A nivel global la compañía ha decidido que, pese a no pertenecer a un sector intensivo en emisiones de carbono, el camino para minimizar el impacto que producen nuestras operaciones tiene tres ejes.

1.

Aumentar la eficiencia energética en la red para conseguir un menor consumo eléctrico, ya que actualmente la electricidad supone el 90% de nuestro consumo energético.
2.

Disminuir el consumo de combustibles fósiles en grupos electrógenos y en flotas de vehículos.
3.

Potenciar la autogeneración de energía renovable en lugares remotos.

SUMAVERDE

PG7

Este proyecto busca reducir los consumos y hacer un uso eficiente de los recursos en nuestros edificios y sucursales. Para este objetivo, parte del trabajo ha sido desarrollar una cultura colaborativa involucrada en acciones como:

- Apaga tu PC y la luz de tu piso
- Aprovecha la luz natural
- Modernización y buen uso de ascensores
- Piloto de reciclaje.



**SUBE K BAJA K:** nace para aumentar el uso de las escaleras y así descongestionar los ascensores del Edificio Corporativo. La iniciativa se basa en la competencia entre los empleados quienes también pueden mejorar su salud.

Marco Jarufe

@ganador SUBE K BAJA K

“Pude hacer ejercicio, entretenerme y hacer algo por el medio ambiente, todo en mi lugar de trabajo. @SUBE K BAJA K fue una iniciativa que había que aprovechar”.

10-09-12 12:55

←

↺

★

## 2 Huella de carbono EN5 - EN6 - EN16 - EN17 - EN20 - EN29

Ha habido un crecimiento de las emisiones indirectas debido al aumento del consumo de la electricidad al interior de la compañía, que se explica por el mayor uso de nuestra red.

Inventario de CO <sub>2</sub> <sup>1-2</sup> (tCO <sub>2</sub> eq <sup>3</sup> )	2011	2012
<b>Emisiones de GEI</b>		
Emisiones directas (Alcance 1)	4.159	4.390
Emisiones indirectas (Alcance 2)	89.256	94.933
Otras emisiones indirectas (Alcance 3) <sup>4</sup>	1.875	1.505
Emisiones evitadas <sup>5</sup>	156	157
<b>Emisiones totales</b>	<b>95.290</b>	<b>100.828</b>

1 Inventario basado en ISO 14.064, GHG Protocol & ITU-T L.1420.  
2 Datos de energía y emisiones 2011 verificados en 2012. Datos de emisiones 2012 en proceso de verificación.  
3 CO<sub>2</sub>eq = CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub> & N<sub>2</sub>O  
4 Otras emisiones indirectas debidas a movilidad de empleados en viajes de trabajo.  
5 Emisiones evitadas gracias a la generación y compra de energía renovable.

## 3 Impactos de la red

### Impacto visual: Telefónica y la nueva Ley de Antenas IO01 - IO07 - IO08 - EN30 - SO9 - SO10 - PR1

Según la última información disponible de la Subtel (2011) en Chile existen más de 6.200 antenas celulares, de las cuales unas 2.900 se ubican en la Región Metropolitana.

Las modificaciones introducidas por la nueva ley fueron un desafío para la industria, ya que su cumplimiento no puede afectar ni la calidad, ni la cobertura de la red. En este contexto, Telefónica en Chile crea el proyecto innovador Small Cells, que instala antenas reutilizando infraestructura ya existente como postes de luz, letreros y paraderos de locomoción. Esta innovación es posible gracias al traslado de parte de los equipos a las centrales con nuestra red de fibra óptica para 65 instalaciones de baja altura (12 metros).

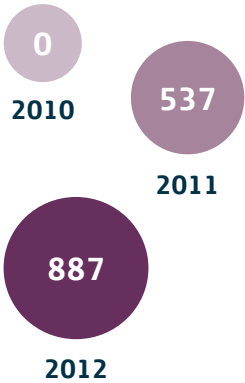
Además se realizaron 22 adecuaciones de impacto visual, tres de ellas correspondientes a mimetización de tipo palmera, mientras en el resto se utilizaron radomos, elementos que cubren y protegen las antenas sin afectar la transmisión de ondas de radio.

### ¿De qué se trata la nueva ley?

La nueva Ley 20.599 de Antenas, regula la instalación de antenas emisora de telecomunicaciones, haciendo énfasis en la salud de las personas, el cuidado de los barrios y la entrega de información a los vecinos. Para ello busca evitar y revertir las zonas saturadas de antenas.

Entre las medidas concretas a aplicar se encuentran: la obligatoriedad de contar con un permiso de instalación de la Dirección de Obras Municipales para la colocación de cualquier antena; la prohibición de instalarlas en establecimientos educacionales, salas cuna, jardines infantiles, hospitales, clínicas o consultorios, y otras áreas sensibles; así como la prohibición de instalar nuevas antenas en territorios saturados, definidos como aquellos donde existen dos o más torres dentro de un radio de 100 metros a la redonda.

N° de emplazamientos con medición de campos electromagnéticos



Emisiones electromagnéticas

IO04 - IO05 - PA08 - PA09

En Chile se aplica un estricto principio precautorio que pone límites a las emisiones de las antenas y de los teléfonos celulares, los cuales se someten a mediciones permanentes. En 2012 este control aumentó ya que la Ley de Antenas incluyó a las zonas definidas como sensibles.

Cabe destacar que la norma chilena de emisiones electromagnéticas está dentro de las cinco más estrictas de la OCDE, con un límite máximo permitido 10 veces más bajo que lo recomendado por la OMS.<sup>1</sup>

¿Qué pasa con los teléfonos celulares?

Todos los terminales que Telefónica comercializa en Chile cumplen con la ley (N403/2008), que regula a los servicios y equipos de telecomunicaciones emisores de ondas electromagnéticas. Antes de ingresar al país, cada uno es testeado e identificado con un sello que certifica el cumplimiento de la norma.

4 Gestión de residuos EN1 - EN2 - EN8 - EN22 - EN26 - EN27 - TA02

Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos



**Oficinas:** todas las iniciativas implementadas durante 2012, permitieron reducir el consumo en un 14% del papel de oficina con respecto al año pasado, ya que tomamos las siguientes medidas:

- Impresión dúplex en todas las impresoras a nivel nacional
- Claves de impresión a todo el personal del Edificio Corporativo
- Campañas a través de correos masivos para incentivar el ahorro y uso eficiente de recursos

Midas, nuestro socio

Esta empresa de reciclaje nos entrega un certificado de la trazabilidad de los residuos generados por nuestro negocio en todo Chile, documento que incluye las actividades de retiro, tratamiento y disposición final.

**Sitios:** a partir del piloto realizado en La Serena, en 2012 se inició la primera etapa del proyecto en el complejo San Martín. El área de Red ahora debe determinar qué equipos están obsoletos, desconectados o desenergizados, para luego avanzar en la situación contable de los equipos y en las actividades de desmantelamiento y retiro por parte de Midas.

Uso de recursos	2010	2011	2012
Consumo de agua	384.717 m³	232.728 m³	382.484 m³
Consumo de papel de oficina	158 ton	141 ton	121 ton
Consumo de papel de facturación	497 ton	375 ton	328 ton

Facturación electrónica PG9

Para motivar a los clientes que todavía no reciben su factura vía electrónica, dimos la posibilidad a quienes se inscribieran a través de Facebook de donar un árbol para la Patagonia chilena a través de Movistar.

CLIENTES CON FACTURACIÓN ELECTRÓNICA	2010: 38%
	2011: 63%
	2012: 72%

1 20 Preguntas y respuestas sobre la Ley de Torres de Antenas Celulares, Subsecretaría de Telecomunicaciones, <http://www.gob.cl/especiales/20-preguntas-y-respuestas-sobre-la-ley-de-antenas/>

# Sociedad DMA

## Visión Telefónica Corporativa

Allí donde hay TIC, hay desarrollo. Las nuevas tecnologías son una fuente de oportunidades de innovación social, es decir, que pueden dar lugar a ideas (productos, servicios y modelos) que satisfacen necesidades sociales, al mismo tiempo que crean nuevas relaciones o colaboraciones entre agentes e instituciones del mundo público, privado y tercer sector.

Nuestras actividades de innovación social se centran en la juventud y la infancia; el envejecimiento activo y la discapacidad; y el desarrollo económico en poblaciones rurales.

## Visión Telefónica en Chile

Queremos contribuir al crecimiento y al desarrollo de Chile con propuestas y también haciéndonos cargo de nuestros impactos a través de las actividades de inversión e innovación social de Telefónica de Chile.

Trabajamos por vincular las necesidades del país con nuestro negocio, canalizando los esfuerzos a través de grandes proyectos de impacto social y Fundación Telefónica.

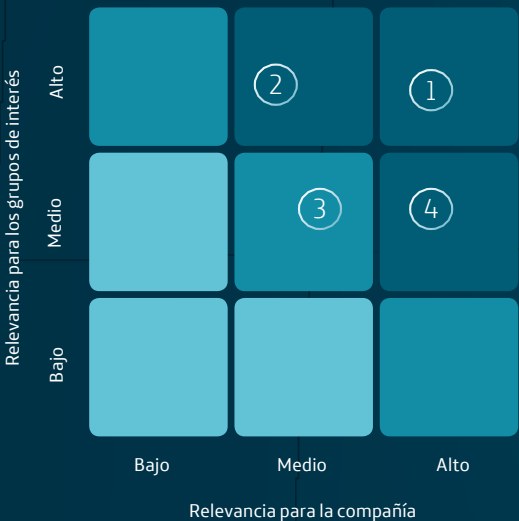
## Temas levantados por los grupos de interés

Muchos son los temas que atraen interés cuando se habla del rol social de Telefónica. Los más mencionados en 2012 fueron:

- Alianzas estratégicas
- Inversión en desarrollo digital
- Trabajo de Fundación Telefónica
- Relacionamiento con comunidad

🔍 ¿De qué forma recogemos y dialogamos con estas expectativas? La explicación en detalle se encuentra en la pág. 28 y 68.

## Matriz de Materialidad Sociedad



- ①

Contribución de las TIC al país

pág. 64
- ②

Inversión social

pág. 68
- ③

Innovación e inclusión digital

pág. 67
- ④

Telefónica en emergencias

pág. 67

🔍 Para conocer cómo construimos esta matriz ir a la pág. 30.

**Andrés Wallis G.**, director de Asuntos Corporativos:

“Hubo un cambio de eje en la relación entre las empresas y la ciudadanía”

En un año en que aumentó el cuestionamiento a la forma en que se desenvuelven las empresas, Andrés nos entrega su mirada para entender qué rol tiene Telefónica en este nuevo escenario.

Sostenibilidad y sociedad

¿Cómo conectas la sostenibilidad con el área que lideras?

La sostenibilidad pasa por establecer relaciones en el largo plazo. Este vínculo lo construimos con los clientes a través de sistemas de información y servicio accesible y transparente; con los proveedores, con una relación de respaldo mutuo y con los trabajadores, mediante el cuidado y respeto a su contribución y la búsqueda de nuevos espacios de diálogo.

Hoy es posible percibir una atmósfera donde se ha incrementado la conflictividad entre los distintos actores sociales, ello instala en el mundo empresarial la necesidad de aportar a un nuevo pacto social. Andrés nos explica qué oportunidades podemos encontrar como compañía.

¿Qué cambió recientemente en la sociedad chilena?

Me parece que en 2012 se consolidó lo que veníamos observando desde hace dos o tres años, que es un cambio de eje en la relación entre las empresas y la ciudadanía. En Chile existía un rayado de cancha, un pacto social, que nos sirvió para avanzar mucho, pero ese país y ese acuerdo ya quedaron atrás. En ese contexto, ya sea desde las redefiniciones de las compañías, como de nuevas regulaciones, o incluso, del poder ciudadano, estamos frente a un escenario que nos ha sorprendido a todos respecto a cómo enfrentarlo. Creo que no es mejor ni peor, es una nueva realidad de la que debemos hacernos cargo.

¿Qué está haciendo Telefónica para adaptarse a estas nuevas condiciones?

Hemos profundizado el camino del diálogo, que lo entendemos como el estar dispuesto a escuchar y ser capaces de dar razones. Como empresa nos importa que nuestros grupos de interés sientan que valoramos lo que piensan y que su observación de la realidad es un aporte en las decisiones que tomamos. Desde hace años esa fue la única forma que tuvimos para avanzar, por ejemplo, en el robo de cables. Otorgar el beneficio de la duda, reconocer en el otro una visión que complementa la nuestra, parecen ser una clave.

En la misma línea, durante 2012 implementamos tres consejos consultivos que, a su vez, nacen de las mesas de diálogo de nuestro informe de Sostenibilidad.

¿Cómo se construyen nuevas relaciones con los grupos de interés?

La base de las relaciones en el contexto actual es la confianza, que solo se construye haciendo y cumpliendo promesas responsablemente. En Telefónica en Chile estamos revisando nuestros procesos de atención con los clientes, pero mucho más allá, nos motiva redefinir la forma como empatizamos con la sociedad y todas sus complejidades.

Uno de los pilares de nuestra visión es construir relaciones recíprocas y de confianza con los grupos de interés. Esta mirada la hemos incorporado en la forma como las telecomunicaciones aportan al desarrollo del país y está presente en educación, justicia, salud, eficiencia energética y seguridad.

En ese desafío de nuevas relaciones, ¿qué rol cumple Fundación Telefónica?

Cada una de sus líneas de trabajo tiene objetivos concretos para abordar problemáticas con las que queremos aportar al país. En erradicación del trabajo infantil estamos contribuyendo a posicionar este tema como parte de la agenda pública; en educación también queremos incidir en las políticas sociales a través de desarrollar pilotos que posteriormente podamos implementar a gran escala; en arte destaca el cierre de la exposición de Picasso en Antofagasta y la continuación de muestras como la de Matilde Pérez en nuestra sala de Arte. Los voluntarios son nuestros grandes representantes del vínculo que antes describía, dado su compromiso con la solución de las necesidades de las personas beneficiadas por sus programas.

HITOS 2012

“Implementamos tres Consejos Consultivos”.

## ¿Qué significa ser un Aliado Estratégico?

Con este nombre agrupamos proyectos de la compañía que impactan positivamente en el desarrollo de la sociedad, iniciativas en las que aportamos nuestra experiencia en telecomunicaciones y orientación al diálogo para crear beneficios compartidos.

## ¿Cómo lo hacemos?

Nos interesa sumarnos a los temas de interés para las políticas públicas y participar, a través del diálogo, en la construcción de alianzas público-privadas que permitan llevar a cabo los objetivos planteados.



### Justicia

Telefónica trabajó con el Ministerio de Justicia en la descongestión carcelaria a través del uso del brazalete electrónico.

También se ha trabajado por la reinserción y rehabilitación de infractores con Gendarmería y el acuerdo firmado con Sofofa.



### Educación

Telefónica implementó el primer colegio del futuro en La Cisterna, en 2013 también estará en Punta Arenas.

Gracias a esta tecnología los padres pueden conocer la asistencia, menú de almuerzo, etc.



### Eficiencia Energética

En el marco de la alianza con la Agencia Chilena de Eficiencia Energética (AChEE) realizamos charlas con invitados extranjeros para generar conciencia respecto a la importancia de estos temas. La AChEE también participó en el Workshop Anual de Eficiencia Energética de Telefónica realizado en Chile.



### Salud

A través de E-Health, Telefónica busca contribuir a una salud equitativa y de calidad. Durante el 2012 desarrollamos nuevas plataformas y nos adjudicamos nuevas licitaciones en el sistema de salud.



## Aliados

Telefónica

## Diálogo social

En Telefónica creemos y mantenemos relaciones basadas en la confianza y en el respeto mutuo. En ese contexto, trabajamos para establecer vínculos basados en acuerdos justos y transparentes con nuestros grupos de interés. Durante 2012 desarrollamos los siguientes acuerdos:

### Limpieza de Cables:

Telefónica suscribió un acuerdo con la Asociación Chilena de Municipalidades (AChM), para implementar una metodología de trabajo conjunta para la limpieza de cables en desuso. Cabe destacar el rol de los municipios y otros operadores de telefonía y electricidad como las empresas encargadas de reciclar los cables retirados. Durante 2012 la Intendencia de la Región Metropolitana lideró una mesa de trabajo que aplicó este modelo en municipios de su región.

### ¿Cómo opera?



La municipalidad interesada invita a todas las empresas eléctricas y de telecomunicaciones.



Luego se forma una Comisión de Trabajo, liderada por el alcalde, para determinar los cuadrantes donde se hará la limpieza.



El municipio se encarga de los permisos, mientras que cada empresa asume los costos de la limpieza.

### ¿Qué se hace con los cables que se recogen?



Se entregan a Midas, empresa que se encarga de nuestros residuos de planta, para que reciclen los cables. Durante 2012 se trabajó en las comunas de Iquique, Ñuñoa, Maipú y San Bernardo.

### Antenas celulares:



Antes de la vigencia del nuevo marco regulatorio de antenas, durante 2012 en Telefónica trabajamos en la armonía urbana de nuestras torres. Este foco apunta a minimizar su posible impacto urbano y visual a través de trabajar en el despliegue de nuestra red de acuerdo a los vecinos y municipios. En esa línea estamos adecuando innovadoras tecnologías para dar conectividad a la ciudadanía sin generar externalidades negativas. (Ver pág. 56).

Telefónica  
de Chile

## Compromisos 2012

Tema Material	Desafíos	Compromisos	Indicadores
Chile 5.0	<ul style="list-style-type: none"><li>Que las aplicaciones de las Tecnologías de la Información y Comunicación aporten en Salud, Educación, Seguridad, Justicia y Eficiencia Energética.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Mantener la contribución al desarrollo de políticas públicas vinculadas a los cinco puntos anteriores.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Dada la naturaleza de los proyectos, no contamos con indicadores concretos.</li></ul>
Innovación	<ul style="list-style-type: none"><li>Promover el emprendimiento innovador y el desarrollo de nuevos servicios mediante el uso de TIC.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Incorporar nuevas instancias de emprendimiento, entre ellas, Wayra.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Empredimientos funcionando. Meta: 90; real: 125.</li></ul>
Brecha Digital	<ul style="list-style-type: none"><li>Disminuir la brecha digital mediante la masificación de banda ancha en segmentos de menores ingresos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Continuar el proyecto que apunta a tener un millón de hogares conectados en 2015.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Nuevas conexiones de banda ancha fija y móvil en segmentos D y E: meta: 150 mil; real: 219.026</li></ul>
Inversión Social	<ul style="list-style-type: none"><li>A través de alianzas, aportar con nuestros programas a la agenda digital y educacional de Chile.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Mantención y ampliación de nuestros programas en la educación.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Proniño: niños, niñas, adolescentes atendidos. Meta: 11.700; real: 13.659.</li><li>Proyecto Puentes Educativos.<ul style="list-style-type: none"><li>- Profesores: meta: 500; real: 571</li><li>- Colegios: meta: 180; real: 160</li></ul></li><li>Personas capacitadas en software SICLA (discapacidad): meta: 250; real: 60. El objetivo no se logró porque no todos los inscritos on-line participaron en el programa.</li></ul>

## Compromisos 2013

Tema Material	Desafíos	Compromisos	Indicadores
Justicia	<ul style="list-style-type: none"><li>Dar oportunidades laborales a infractores de ley.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Capacitar en oficios de telecomunicaciones para ofrecer prácticas laborales (en Telefónica y empresas contratistas) y puestos de trabajo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Capacitación para un mínimo 30 personas; práctica para el 100% de los que aprueben el programa y oferta laboral para el total de esos alumnos. Realizar estudio con Fundación Paz Ciudadana.</li></ul>
Salud	<ul style="list-style-type: none"><li>Apoyar con una red de atención en conjunto con los servicios de salud para la línea 131 (SAMU).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Implementar esta iniciativa en la zona sur de Chile.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Incorporar seis servicios de salud.</li></ul>
Educación	<ul style="list-style-type: none"><li>Disminuir la brecha de conectividad de los sectores de menores ingresos.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Participación en proyectos que cuentan con subsidios del Estado.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Conectividad 50% de la demanda de colegios 2014 (licitación en 2013). Implementación del 80% del proyecto Yo Elijo mi PC.</li></ul>

### 3 Innovación, inclusión digital e innovación social

PA02 - PA05

El trabajo con Techo comenzó en 2010, donde se trabajó fuertemente en la detección de oportunidades y la factibilidad de la alianza.

Como Telefónica, buscamos conectarnos con las transformaciones del país para darle sostenibilidad al negocio. Según los datos del Informe Sectorial de Telecomunicaciones en Chile 2012, la telefonía móvil alcanzó un nivel de penetración de 138,05 por cada 100 habitantes a diciembre de 2012. Por otro lado, los servicios de banda ancha e internet móvil han presentado un crecimiento explosivo de 49,2% entre enero y diciembre del mismo período.

Esto habla de una transformación acelerada, que se acompaña además de cambios poblacionales, económicos y culturales. Nos encontramos frente a una sociedad más próspera y más informada, que aumenta sus demandas a las empresas, lo que es especialmente importante para nuestra industria.

Sin embargo, las diferencias de ingresos generan brechas en el acceso a las telecomunicaciones. En este contexto, surgió el convenio entre Telefónica y Techo, para aportar a la disminución de la brecha digital.

**Convenio con Techo:** firmado el 22 de marzo de 2012, tiene por objeto coordinar las acciones de ambas instituciones con el fin de potenciar el desarrollo de la innovación social y avanzar en el desarrollo de tecnología, negocios y productos que permitan crear soluciones para las necesidades de las familias en situación de pobreza.

#### Proyecto Masificación Banda Ancha

El proyecto tiene como objetivo generar un millón de nuevas conexiones entre 2012 y 2014 para los sectores de más bajos ingresos (segmentos D y E).

Durante 2012, se realizaron actividades orientadas a conocer el segmento y principalmente a levantar información relacionada con las principales necesidades relacionadas con tecnología, lo cual se hizo en conjunto con Socialab, unidad de investigación y emprendimiento social de Techo. El resultado fue la creación de productos y modelos innovadores de negocios dirigidos a ellos:

- Planes exclusivos para la masificación banda ancha: Plan Banda Ancha Naked y Dúo Banda Ancha, ambos de 1 Mb.
- Nuevos desarrollos de productos, cuyos pilotos serán lanzados durante 2013.
  - Banda Ancha Fijo de prepago
  - Banda Ancha Móvil Grupal de prepago.
- Nueva propuesta comunicacional y de venta, con actividades en terreno, cubriendo espacios como ferias y plazas.
- Nuevo proyecto que permite conectar familias a través de la instalación de antenas wi-fi en almacenes de barrio.

### 4 Telefónica en emergencias

PA06

Como nos enseña nuestra historia reciente, las comunicaciones son fundamentales en caso de desastre. El terremoto de febrero de 2010 mostró que, para las personas, la capacidad de conectarse e informarse es imprescindible, en la medida en que permiten reducir la incertidumbre y comunicarse con los seres queridos.

Entendiendo que el nuestro es uno de los países más sísmicos del mundo, Telefónica en Chile ha desarrollado un Plan de Actuación ante Desastres, que, en la eventualidad de una emergencia, se responsabiliza ante todo

por mantener el servicio para los clientes, priorizando aquellos que representan servicios masivos para la población.

La compañía cuenta con un equipo humano especializado para realizar las acciones correctivas necesarias, apoyados por personal especialista en terreno. El desafío en esta materia es trabajar más en conjunto con las organizaciones públicas como la Oficina Nacional de Emergencia y la Dirección General del Territorio Marítimo, para así determinar de manera efectiva las prioridades ante la contingencia.

## ② Inversión social SO1 - EC8 - HR6 - PA02

**Angélica Alarcón B.,**

gerente de Inversión Social Fundación Telefónica:

**“El trabajo infantil vulnera el derecho a la educación”**

Fundación Telefónica canaliza la acción social y cultural de la compañía para contribuir a mejorar la vida de las personas y aportar al desarrollo social a través de las TIC.

Como responsable de Fundación Telefónica Chile desde 2011, Angélica nos cuenta cuáles son las prioridades del área que lidera y la importancia que tienen niños y jóvenes en la definición de los programas.

### ¿Cuáles son los focos de trabajo de la Fundación?

Estamos comprometidos a través del desarrollo de iniciativas propias en cuatro líneas de acción: proyectos sociales en infancia y juventud; integración de las tecnologías en la sala de clase (a través de Educared y Aula Fundación Telefónica) y un activo voluntariado corporativo. En cuanto a cultura, disponemos de proyectos de arte y cultura digital.

### ¿Qué sello tuvo el trabajo de la Fundación en 2012?

A nivel general, en 2012 trabajamos de manera asociativa con nuestros valiosos aliados, además de mantener la evolución en algunos de los proyectos que desarrollamos. También sistematizamos aprendizajes para instalar nuevas capacidades y temáticas sociales en diferentes organizaciones de Santiago y regiones.

### ¿Cómo se mejora la educación a través de las TIC?

Todos somos testigos, minuto a minuto del positivo impacto que las tecnologías tiene en la sociedad, y en particular en nuestra vidas, pero la acción en Fundación Telefónica es integrarlas e impulsar su adopción para el uso pedagógico, modelo que en 2012 se extendió a 28 escuelas a lo largo del país. Este objetivo lo haremos con un proyecto de tres años dirigido a los docentes, cuyos resultados se miden a través de un índice informático sobre el uso de las tecnologías asociadas al aprendizaje. Lo que hacemos es sintonizar los intereses de los profesores y alumnos, logrando clases más entretenidas, motivadoras y, por ende, con mejores resultados.

### ¿Qué exhibiciones alojó el Edificio Telefónica?

En 2012 hubo tres exposiciones significativas, una de ellas Picasso La Belleza Múltiple. Además destacamos la realización del concurso Matilde Pérez, que por segundo año premia proyectos de arte y tecnologías digitales de estudiantes y egresados, con la participación de UNIACC. Con esto hemos querido poner foco en el desarrollo del arte digital, sobretudo en el potenciamiento de artistas emergentes. Para el 2013 se está desarrollando proyecto de ampliación de instalaciones, pasando de 400 m² a casi 850 m² para permitir muestras simultáneas.

### ¿Por qué es importante para la Compañía luchar contra el trabajo infantil?

Según las cifras oficiales, en Chile trabajan más 200 mil niños y niñas. En 12 años del proyecto de Fundación Telefónica hemos contribuido a su reducción con más de 17 mil en el programa, con logros de erradicación de un 46%. Apuntamos a hacer una intervención sostenida para disminuir las horas de trabajo evitando el alto riesgo de deserción escolar. Si para un adulto trabajar y estudiar es un desafío difícil, para un niño, niña o adolescente es aún más incompatible con su edad, derechos y futuras oportunidades. En 2012 dimos un paso importante al participar en la activación de una mesa nacional con varias organizaciones cuyo objetivo es trabajar en una política de erradicación del trabajo infantil. En 2013 Telefónica en Chile llevará a cabo un diagnóstico en toda su cadena de valor con una metodología desarrollada por Telefónica Colombia y Pacto Global.

**PG5**

# Fundación Telefónica

## ¿Cuál es la misión de Fundación Telefónica?

Conectamos personas para movilizar el aprendizaje y multiplicar el conocimiento que contribuye al desarrollo personal, social y económico de individuos y colectividades para construir la sociedad del futuro.

## ¿Cuáles son sus ámbitos de actuación?

Buscamos con la implementación de nuestros proyectos mejorar la vida de las personas y favorecer el progreso social en aquellos países donde estamos presentes. Nuestros ámbitos de actuación persiguen el acceso al conocimiento a través de cuatro grandes líneas de intervención:

## ¿Cómo lo hacemos?

- 1 Trabajamos con programas propios en un plazo de uno a cinco años para alcanzar un impacto social.
- 2 Nos anticipamos explorando las tendencias del futuro y aplicando las últimas tecnologías de acuerdo a las necesidades de las sociedades de las que somos parte.
- 3 Promovemos iniciativas innovadoras que contribuyen positiva y responsablemente al desarrollo y progreso en los entornos en los que Telefónica actúa.
- 4 Trabajamos en red con nuestros aliados, intercambiando experiencias, aprovechando sinergias, e impulsando el trabajo colaborativo.
- 5 Obtenemos resultados tangibles producto de modelos de intervención y gestión innovadora.
- 6 Promovemos que otros conozcan nuestro trabajo para que los modelos sean replicados



## Alianzas y colaboración

En Fundación Telefónica somos conscientes de que para mejorar nuestro rendimiento y aumentar el impacto de nuestros programas e iniciativas es necesario construir relaciones a largo plazo y trabajar en red, compartiendo experiencias y conocimientos. Para ello, desarrollamos alianzas y redes de colaboración con los actores mencionados.

Por otra parte, Fundación Telefónica mantiene convenios de colaboración con diferentes entidades e instituciones públicas, acuerdos que permiten mejorar nuestra acción social y cultural, entre ellos, el concurso "Matilde Pérez" con la Universidad UNIACC, la participación en las mesas regionales y nacionales de Erradicación del trabajo Infantil.

## Redes sociales

- [fundaciontelefonica.cl](http://fundaciontelefonica.cl)
- [youtube.com/FTelefonicaCL](https://www.youtube.com/FTelefonicaCL)
- [twitter.com/FTelefonica\\_CL](https://twitter.com/FTelefonica_CL)
- [facebook.com/fundaciontelefonica](https://facebook.com/fundaciontelefonica)

# ¿Cómo nos ven nuestros Aliados?

“Fundación Telefónica se destaca por la generación de alianzas con universidades e instituciones que implementan programas académicos para los nuevos medios. Por ejemplo, el concurso Matilde Pérez Arte y Tecnologías Digitales son contribuciones que refuerzan el plan de estudios a través de la actualización de capacidades y competencias en el uso de tecnologías de forma creativa. Fundación Telefónica constituye un importante agente de inserción para profesionales jóvenes de los nuevos medios, tanto a nivel nacional como internacional.

La consolidación de las alianzas entre Fundación Telefónica y el Área de Nuevos Medios del CNCA, se basa en el reconocimiento de que solo mediante la educación y formación de excelencia podremos asegurar la permanencia de estos nuevos lenguajes, así como parte fundamental de nuestro crecimiento como pensadores y creativos a futuro”.

**Valentina Serrati S.**

Coordinadora Área Nuevos Medios, Depto. de Fomento de las Artes e Industrias Creativas, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.



“La Fundación Telefónica ha realizado una destacada labor en el objetivo que tiene el Comité Nacional para la Erradicación del Trabajo Infantil, que es contar con las herramientas necesarias para eliminar las peores formas del trabajo infantil en Chile, por lo cual agradezco enormemente su tarea, como también su rol en materia de educación”.

**Evelyn Matthei F.**

Ex Ministra del Trabajo y Previsión Social.

“En el Día del Voluntario Telefónica, la Corporación para Ciegos fue invitada a participar a una maravillosa y diferente actividad artística, donde personas ciegas y disminuidas visuales lograron plasmar todos sus sentidos en un mural lleno de colores y texturas.

¡Gracias Fundación Telefónica por haberles dado la oportunidad de sentir el arte!”.

**Bárbara Altamirano**

Directora Ejecutiva Corporación para Ciegos.



“Las tecnologías digitales, por sí solas, no han demostrado en ninguna parte mejoras sustanciales en los aprendizajes. En cambio, donde sí han mostrado impacto es donde acompañan, apoyan y potencian el desarrollo de actividades educativas integrales. Es aquí donde Fundación Telefónica ha contribuido a la educación de Chile, marcando radicalmente la diferencia con otros esfuerzos.

Con su programa “Aula Fundación Telefónica” se han logrado transferir herramientas y tecnológicos a 28 escuelas vulnerables del país, 120 docentes asesorados, reduciendo así la brecha digital y entregando un mejor acceso a la información. Su metodología de acompañamiento ha permitido facilitar las labores dentro de los establecimientos y ampliar las oportunidades de aprendizaje”.

**Mario Weissbluth**

Coordinador Educación 2020.

# 5.0

Información  
complementaria\_



# Índice de contenidos de la Iniciativa Global de Reportes (GRI) <sup>3.12</sup>

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

CÓD.	PACTO GLOBAL	DESCRIPCIÓN	PÁGINAS
------	--------------	-------------	---------

ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

1.1	Declaración de apoyo continuó al Pacto Global	Declaración del Presidente o Gerente General	6,7
1.2		Principales impactos, riesgos y oportunidades	6,7

PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN

2.1	Requisito no específico de una CoP.	Nombre de la organización	18
2.2		Principales marcas, productos y servicios	18,36
2.3		Estructura Operativa	18
2.4		Localización sede principal	12,13
2.5		Países en los que opera	12,13
2.6	Es relevante como información de contexto.	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica	18
2.7		Mercados servidos	12,18
2.8		Dimensiones de la organización	12,13,18
2.9		Cambios significativos en el período	18
2.10		Premios y distinciones obtenidos	27

PARÁMETROS DEL REPORTE

PERFIL DEL REPORTE			
3.1	Requisito no específico de una CoP.	Período cubierto por la memoria	4
3.2		Fecha de la memoria más reciente	4
3.3		Ciclo de presentación de memorias	4
3.4		Punto de contacto en relación a la memoria	4

ALCANCE Y COBERTURA DEL REPORTE			
3.5	Requisito no específico de una CoP.	Definición de contenidos	4
3.6		Cobertura de la memoria	4
3.7		Límites al alcance de la memoria	4
3.8		Tratamiento de información de filiales y otros	4
3.9		Técnicas de medición de datos	4
3.10		Efecto reexpresiones de memorias anteriores	4
3.11		Cambios significativos en el alcance	4

ÍNDICE DEL CONTENIDO GRI			
3.12	Requisito no específico de una CoP.	Índice de contenidos GRI	71,72,73

VERIFICACIÓN			
3.13	Requisito no específico de una CoP.	Revisión	4,32, 33, contraportada

GOBIERNO, COMPROMISO Y PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS

GOBIERNO			
4.1	Principios 1 - 10	Estructura de gobierno	20
4.2		Presidente del directorio en cargos directivos	20
4.3		Nº de miembros del directorio independientes	@
4.4		Mecanismos de comunicación con el directorio	20
4.5		Vínculo entre remuneraciones y desempeño	20

CÓD.	PACTO GLOBAL	DESCRIPCIÓN	PÁGINAS
------	--------------	-------------	---------

4.6	Principios 1 - 10	Procedimientos para evitar conflictos de interés	23
4.7		Capacitación y experiencia de directores	@
4.8		Misión, valores y principios	9,26
4.9		Supervisión de gestión de desempeño y riesgos	20
4.10		Evaluación de desempeño de directores	48

COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS			
4.11	Principio 7	Principio de precaución	57
4.12	Principios 1 - 10	Principios o programas suscritos	28,29
4.13		Principales asociaciones a las que pertenece	28,29

PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
4.14	Distribución de la CoP entre los grupos de interés de la empresa.	Relación con grupos de interés (GI)	28,29
4.15		Base para selección de GI	31
4.16		Enfoque utilizado para la inclusión de GI	31
4.17		Principales preocupaciones de los GI	31

CATEGORÍA ECONÓMICA

DMA	Principios 1,4,6 7	Enfoque de gestión desempeño económico	11
-----	--------------------	--	----

DESEMPEÑO ECONÓMICO			
EC1	Requisito no específico de una CoP.	Valor económico generado y distribuido	11
EC2	Principio 7	Consecuencias financieras debido al cambio climático	57
EC3	Requisito no específico de una CoP.	Cobertura de obligaciones debido a programas sociales	@
EC4		Ayudas financieras recibidas de gobiernos	@

PRESENCIA EN EL MERCADO			
EC5	Principio 1	Rango entre salario inicial estándar y salario mínimo	47
EC6	Requisito no...	Gasto en proveedores locales	@
EC7	Principio 6	Procedimientos para la contratación local	20

IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO			
EC8	Requisito no específico de una CoP.	Inversiones en infraestructura y servicios de beneficio público	68
EC9		Impactos económicos indirectos	64, 65

CATEGORÍA MEDIO AMBIENTAL

DMA	Principios 7,8 y 9	Enfoque de Gestión Desempeño Ambiental	57
-----	--------------------	--	----

MATERIALES			
EN1	Principio 8	Materiales utilizados	58, 61
EN2	Principios 8 y 9	Materiales valorizados	61

ENERGÍA			
EN3	Principio 8	Consumo directo de energía	59
EN4		Consumo indirecto de energía	59
EN5	Principios 8 y 9	Ahorro de energía	58, 60
EN6	Principios 8 y 9	Productos y servicios eficientes en consumo de energía	58, 60
EN7		Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía	58
EN8	Principio 8	Captación total de agua por fuentes	61, @
EN9		Fuentes de agua afectadas por la captación	@
EN10	Principios 8 y 9	Porcentaje de agua reciclada y reutilizada	@

CÓD.	PACTO GLOBAL	DESCRIPCIÓN	PÁGINAS
BIODIVERSIDAD			
EN11	Principio 8	Descripción de terrenos y su valor de biodiversidad	@
EN12		Descripción de impactos en la biodiversidad	@
EN13		Hábitats protegidos o restaurados.	@
EN14		Gestión de impactos sobre la biodiversidad	@
EN15		Especies en áreas afectadas por las operaciones	@
EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS			
EN16	Principio 8	Emisiones gases efecto invernadero (GEI)	60
EN17		Otras emisiones indirectas de GEI	60
EN18	Principios 7,8 y 9	Iniciativas para reducir las emisiones de GEI	59
EN19	Principio 8	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono	@
EN20		Otras emisiones significativas al aire	60
EN21		Vertimiento total de aguas residuales	@
EN22		Peso de residuos gestionados	61
EN23		Derrames accidentales más significativos	@
EN24		Residuos peligrosos transportados	@
EN25		Recursos y hábitats afectados por vertidos de agua	@
PRODUCTOS Y SERVICIOS			
EN26	Principios 7,8 y 9	Mitigación de impactos ambientales de productos	61
EN27	Principios 8 y 9	Porcentaje de productos recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos	61
EN28	Principio 8	Multas y sanciones por incumplimiento de la normativa ambiental	23
TRANSPORTE			
EN29	Principio 8	Impactos ambientales significativos del transporte de productos	60
GENERAL			
EN30	Principios 7,8 y 9	Gastos e inversiones ambientales	60

CATEGORÍA PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA EN EL TRABAJO

DMA	Principios 1,3 y 6	Enfoque de gestión laboral	43
EMPLEO			
LA1	Requisito no específico de una CoP.	Trabajadores por tipo de empleo, contrato y región	44
LA2	Principio 6	Empleados y rotación media por sexo y región	44, 46
LA3	Requisito no específico de una CoP.	Beneficios sociales para los empleados	44
LA15		Retorno después del permiso de maternidad y paternidad	44, 48
RELACIONES EMPRESA / TRABAJADORES			
LA4	Principios 1 y 3	Empleados cubiertos por un convenio colectivo	47
LA5	Principio 3	Periodo de preaviso de cambios organizativos	@
SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO			
LA6	Principio 1	Trabajadores representados en comités de seguridad y salud	49
LA7		Ausentismo, días perdidos y víctimas mortales	49
LA8		Programas formación en prevención de riesgos	49,55
LA9		Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	49
FORMACIÓN Y EDUCACIÓN			
LA10	Requisito no específico de una CoP.	Horas de formación al año por empleado	48
LA11		Programas de fomento a la empleabilidad	48
LA12		Empleados que reciben evaluaciones de desempeño	48

CÓD.	PACTO GLOBAL	DESCRIPCIÓN	PÁGINAS
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES			
LA13	Principios 1 y 6	Composición de órganos gobierno corporativo/plantilla	21, 46
IGUAL REMUNERACIÓN DE HOMBRES Y MUJERES			
LA14	Principios 1 y 6	Relación entre salario base de hombres y mujeres	46
CATEGORÍA DERECHOS HUMANOS			
DMA	Principios 1 y 6	Enfoque de gestión Derechos Humanos	51
PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO			
HR1	Principios 1 a 6	Cláusulas de DD.HH. en acuerdos de inversión	55
HR2		Análisis de DD.HH. en contratistas	55
HR3		Formación de los empleados sobre DD.HH.	54
NO DISCRIMINACIÓN			
HR4	Principios 1, 2 y 6	Incidentes de discriminación y medidas adoptadas	@
LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS			
HR5	Principios 1, 2 y 3	Libertad de asociación y convenios colectivos	47
TRABAJO INFANTIL			
HR6	Principios 1,2 y 5	Explotación infantil	68
TRABAJOS FORZADOS			
HR7	Principios 1,2 y 4	Trabajos forzados	55
PRÁCTICAS DE SEGURIDAD			
HR8	Principios 1 y 2	Personal de seguridad formado en DD.HH.	@
DERECHOS INDÍGENAS			
HR9	Principios 1 y 2	Derechos indígenas	@
EVALUACIÓN			
HR10	Requisito no...	Operaciones con análisis en DD.HH.	47
REMEDIACIÓN			
HR11	Requisito no...	Quejas relacionadas con DD.HH.	@
CATEGORÍA SOCIEDAD			
DMA	Principio 10	Enfoque de gestión de desempeño de sociedad	62
COMUNIDAD LOCAL			
S01	Requisito no específico de una CoP.	Impacto de las operaciones en las comunidades	68
S09		Operaciones con impactos negativos significativos en comunidades locales	60
S010		Mitigación de impactos negativos en comunidades locales	60
CORRUPCIÓN			
S02	Principio 10	Riesgos de corrupción en unidades del negocio	22
S03		Porcentaje de empleados formados en anticorrupción	49
S04		Medidas adoptadas ante incidentes de corrupción	22,23
POLÍTICA PÚBLICA			
S05	Principio 10	Posición en políticas públicas	15,65
S06		Aportaciones financieras a partidos políticos	@
COMPETENCIA DESLEAL			
S07	Requisito no específico de una CoP.	Causas por prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	23
CUMPLIMIENTO NORMATIVO			
S08	Requisito no específico de una CoP.	Sanciones y multas por incumplimiento de leyes	23

CÓD.	PACTO GLOBAL	DESCRIPCIÓN	PÁGINAS
CATEGORÍA RESPONSABILIDAD SOBRE EL PRODUCTO			
DMA	Principios 1 y 8	Enfoque de gestión responsabilidad del producto	34
SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE			
PR1	Principio 1	Impactos en salud y seguridad del cliente	60
PR2		Incidentes por incumplimiento en relación a salud y la seguridad del cliente	23
ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS			
PR3	Principio 8	Etiquetado de los productos y servicios	@
PR4		Incumplimientos en relación al etiquetado de los productos y servicios	@
PR5	Requisito no	Prácticas de satisfacción del cliente	39
COMUNICACIONES DE MARKETING			
PR6	Requisito no específico de una CoP.	Cumplimiento o adhesión a leyes, estándares y códigos de marketing	@
PR7		Incidentes de incumplimiento de las regulaciones relativas a marketing	@
PRIVACIDAD DEL CLIENTE			
PR8	Principio 1	Reclamaciones relativas a protección de datos de los clientes	@
CUMPLIMIENTO NORMATIVO			
PR9	Requisito no específico de una CoP.	Multas significativas a la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización	23
SUPLEMENTO DE TELECOMUNICACIONES			
OPERACIONES INTERNAS			
IO01	Requisito no específico de una CoP.	Inversión en infraestructura de redes de telecomunicaciones	60
IO02		Costos de proveer servicio universal	@
IO03		Prácticas de salud y seguridad de personal de instalación	55
IO04		Cumplimiento exposición a emisiones de radiofrecuencias de teléfonos	61
IO05		Cumplimiento exposición a emisiones de radiofrecuencias de estaciones	61
IO06		Prácticas respecto de tasa específica de absorción de teléfonos	@
IO07		Prácticas en ubicación de antenas	60
IO08		Número y porcentaje de emplazamientos que comparten y aprovechan estructura	60
ACCESO A SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES			
PA01	Requisito no específico de una CoP.	Acceso a lugares remotos y de escasa densidad	41
PA02		Superación de barreras para el acceso y uso de telecomunicaciones	67, 68
PA03		Disponibilidad y confiabilidad de los servicios	39
PA04		Disponibilidad y cobertura de productos y servicios	41
PA05		Productos y servicios utilizados por sectores de bajos ingresos	41, 67
PA06		Programas para mantener servicio en situaciones de emergencias y desastres	67
PA07		Manejo de derechos humanos en el acceso y uso de servicios	47
PA08		Comunicación pública de asuntos EMF	61

CÓD.	PACTO GLOBAL	DESCRIPCIÓN	PÁGINAS
PA09	Requisito no específico de una CoP.	Programas en investigación de campos magnéticos	61
PA10		Iniciativas para asegurar la claridad y cambios de tarifas	41
PA11		Información a clientes para uso responsable de productos	41
APLICACIÓN DE TECNOLOGÍAS			
TA01	Requisito no específico de una CoP.	Eficiencia de los recursos usados en los productos y servicios	58
TA02		Productos y aplicaciones que pueden reemplazar objetos físicos	61
TA03		Potencial de ahorro y escala de productos anteriores	@
TA04		Estimación del efecto rebote de los productos anteriores	@
TA05		Prácticas de resguardo de la propiedad intelectual	@

@ Indica que la información referida a dicho indicador se encuentra en la versión digital del Informe, disponible en [www.telefonicachile.cl](http://www.telefonicachile.cl).



## **Telefónica en Chile Informe de Sostenibilidad Corporativa 2012**

El presente Informe está disponible en el sitio web de Telefónica en Chile en Internet:  
[www.telefonicachile.cl](http://www.telefonicachile.cl)

### **Dirección**

Dirección de Asuntos Corporativos Telefónica en Chile  
Gerencia de Responsabilidad Corporativa

### **Desarrollo de Contenidos**

Gestión Social

### **Diseño y Producción**

Loreto Cammas Diseño

### **Colaboración Infografías**

Nicolás Troncoso

### **Impresión**

Quad/Graphics

### **Fecha de edición**

Agosto 2013

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

[maximiliano.echeverria@telefonica.com](mailto:maximiliano.echeverria@telefonica.com)

[paulina.contreras@telefonica.com](mailto:paulina.contreras@telefonica.com)



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