



2012

Informe de Sostenibilidad Corporativa

Telefónica Centroamérica:

Costa Rica

Guatemala

El Salvador

Nicaragua

Panamá

Telefónica

2012

Informe de Sostenibilidad Corporativa

Telefónica Centroamérica:
Costa Rica
Guatemala
El Salvador
Nicaragua
Panamá



Telefónica
FUNDACIÓN





ÍNDICE

| | |
|----|--|
| 04 | 1. Carta de los Presidentes |
| 08 | 2. Acerca de este Informe |
| 10 | 3. Análisis de materialidad |
| 14 | 4. Sostenibilidad en Telefónica |
| 17 | 5. Dimensión económica |
| 31 | 6. Dimensión ambiental |
| 33 | 7. Dimensión social |
| 39 | 8. Derechos humanos |
| 43 | 9. Indicadores Telefónica |
| 00 | 10. Reconocimientos |
| 46 | 11. Referencias del Pacto Mundial de Naciones Unidas |
| 00 | 12. Informe de revisión independiente de Ernst & Young |

1. CARTA DE LOS PRESIDENTES

CARTA DE LOS PRESIDENTES

Nuestro compromiso con la Sostenibilidad_

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 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.



César Alierta Izuel

Presidente & CEO

CARTA DE LOS PRESIDENTES

Estimados amig@s_

El 2012 fue un año fundamental para la transformación de Telefónica en la región Centroamericana. Pasamos de tener presencia en cuatro países como lo es El Salvador, Guatemala, Nicaragua y Panamá, a la apertura de operaciones en Costa Rica, con esto dimos un paso firme hacia la participación más robusta de Telefónica en la región.

Dicha transformación también significó una revisión a fondo de la estructura organizacional y de todos los procesos, lo que nos permitió poner los cimientos para desarrollar una nueva cultura empresarial que hoy sirve como plataforma para un modelo de negocio totalmente orientado al cliente y una oferta de servicios integrales de comunicación, que ha servido para fortalecer el liderazgo de nuestros negocios con las multinacionales que operan en la región Centroamericana.

Dicha transformación también significó una revisión a fondo de la estructura organizacional y de todos los procesos, permitiéndonos desarrollar una nueva cultura empresarial que hoy es la plataforma para un modelo de negocio totalmente orientado al cliente y una oferta de servicios integrales de comunicación que han fortalecido el liderazgo de nuestros negocios en la región Centroamericana.

Todos estos logros son posibles gracias al esfuerzo constante de nuestros colaboradores que suman más de 10,000 entre directos e indirectos. Telefónica Centroamérica fue elegida por cuarto año consecutivo entre las 5 mejores empresas para trabajar en la región según Great Place to Work Institute.

Nuestros Principios de Actuación son el eje articulador de nuestra transformación permanente. Buscamos conectarnos con la sociedad; queremos escuchar y entender cuál es nuestro rol para aportar al desarrollo de los países en que operamos. Bajo la estrategia de Responsabilidad Corporativa durante el 2012, se tuvo especial énfasis en involucrar a nuestra cadena de valor en el conocimiento de nuestros Principios de Actuación, desde proveedores, clientes, distribuidores hasta las mismas familias de nuestros colaboradores para lograr conseguir mayor compromiso con la sociedad y con los gobiernos.

Nuestros Principios de Actuación son el eje articulador de nuestra transformación permanente, buscamos conectarnos con la sociedad, por tanto, bajo la estrategia de Responsabilidad Corporativa involucramos a nuestra cadena de valor en el conocimiento de nuestros Principios de Actuación, desde proveedores, clientes, distribuidores hasta las mismas familias de nuestros colaboradores con el fin de conseguir un mayor compromiso con la sociedad y los gobiernos.

A través de la Fundación Telefónica dimos impulso a un nuevo concepto de Cultura Digital en la región centroamericana mediante acciones de movilización social, apalancadas en el uso de las TIC que contribuyen a cumplir con el deber de respeto por los derechos humanos y a causas sociales. La erradicación del trabajo infantil, a través de la iniciativa Aquí Estoy, La Guía Metodológica para la Evaluación de Riesgos de Mano de Obra Infantil en las Actividades Empresariales



A través de Fundación Telefónica contribuimos al cumplimiento con el deber de respeto por los derechos humanos y causas nobles, impulsando un nuevo concepto de Cultura Digital mediante acciones de movilización social, apalancadas en el uso de las TICs apoyando la erradicación del trabajo infantil, a través de la iniciativa Aquí Estoy y contribuyendo con aportes de los aprendizajes y experiencias de Latinoamérica a la Cumbre Mundial Contra el Trabajo Infantil en Brasil en 2013.

Con estas y otras acciones realizadas en cada uno de los países de Centroamérica en el 2012 y presentadas en este informe, corroboramos nuestro compromiso corporativo con la sostenibilidad, con los Diez Principios del Pacto Global y con los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Sabemos que los cambios en la industria de las telecomunicaciones son inmensos; su tasa de innovación es sólo comparable con el sector farmacéutico y, por tanto, la amplitud de nuestros desafíos es constante.

Quiero agradecer a todos nuestros grupos de interés que participaron en los conversatorios que realizamos en cada uno de los países para lograr convertirnos en una mejor Telefónica, porque entre todos conseguimos una empresa y una sociedad más sostenible.

Osman Rodríguez
CEO Centroamérica

ACERCA DEL INFORME

Principios para la elaboración del Informe_

Telefónica en El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Panamá y este año incorporando a Telefónica Costa Rica; ha desarrollado por séptimo año consecutivo su Informe de Sostenibilidad Corporativa - con el objeto de reportar sobre su desempeño e impacto económico, social y ambiental.

Liderazgo para transformar el presente.

Período: Se cubre el desempeño comprendido entre el 1 de enero al 31 de diciembre de 2012 y, en los casos en que amerita, se presentan datos de años anteriores con el objetivo de mostrar los avances de su gestión. Adicionalmente, el informe incluye una mirada de futuro respecto de los desafíos de la Compañía en las distintas materias de sostenibilidad.

Lineamientos: El informe fue desarrollado según los lineamientos de la Iniciativa Global de Reportes (GRI, en su siglas en inglés). Adicionalmente, ha sido contrastado con los Principios del Pacto Global de Naciones Unidas.

Desarrollo: Al igual que en años anteriores, en la confección de este informe participaron representantes de las distintas áreas de la Compañía.

Revisión: La Compañía sigue para la revisión de su informe los estándares GRI según los principios de materialidad, relevancia y exhaustividad. Este proceso fue realizado por Ernst & Young.

Alcance: El presente documento incluye el desempeño de Telefónica en El Salvador, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua y Panamá. También incluye información corporativa de Telefónica. Además, contemplamos los resultados de Fundación Telefónica en El Salvador, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua y Panamá.

**Según Global Reporting Initiative (GRI)
En cuanto al contenido**

Materialidad. La información contenida en el
→ Informe cubre los aspectos e indicadores que reflejan los impactos significativos sociales, ambientales y económicos de Telefónica. También incluye los datos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de sus grupos de interés. Se tienen en cuenta tanto factores externos como internos.

Inclusividad de los grupos de interés.
→ Telefónica ha identificado sus stakeholders y describe cómo responde a sus expectativas e intereses razonables.

Contexto de Sostenibilidad. La Compañía

→ presenta su desempeño dentro del contexto más amplio de este término. Telefónica ofrece su entendimiento sobre el significado del desarrollo sostenible y lo incluye en los asuntos tratados en este Informe. Utiliza información disponible y objetiva así como las mediciones de desarrollo sostenible, las condiciones y objetivos, la relación con la estrategia de Telefónica, los riesgos y oportunidades a largo plazo, los debates con grupos de interés y el desempeño en los distintos contextos geográficos en los que está presente, con énfasis en los resultados de Centroamérica.

Exhaustividad. Los indicadores y aspectos
→ materiales, así como la definición de la cobertura de este Informe resultan suficientes para reflejar los impactos sociales, económicos y ambientales significativos. Permiten también que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño del Grupo durante el ejercicio 2012.

En cuanto a la calidad

Equilibrio. El Informe refleja los aspectos
→ positivos y negativos del desempeño de la organización para permitir una valoración razonable del desempeño general.

Comparabilidad. El Informe y la información que
→ contiene puede compararse con carácter anual a través de gráficos y tablas indicando, cuando procede, las variaciones significativas de perímetro y cobertura que se han producido.

Precisión. La información que contiene este
→ Informe es precisa y suficientemente detallada en datos, fuentes, técnicas de medición, bases de cálculo, hipótesis y estimaciones, como para que los diferentes grupos de interés puedan valorar el desempeño de Telefónica.

Periodicidad. Este Informe se presenta
→ anualmente para que los grupos de interés puedan tomar decisiones con la información adecuada.

Claridad. La información se expone de una
→ manera comprensible y accesible para los grupos de interés de Telefónica.

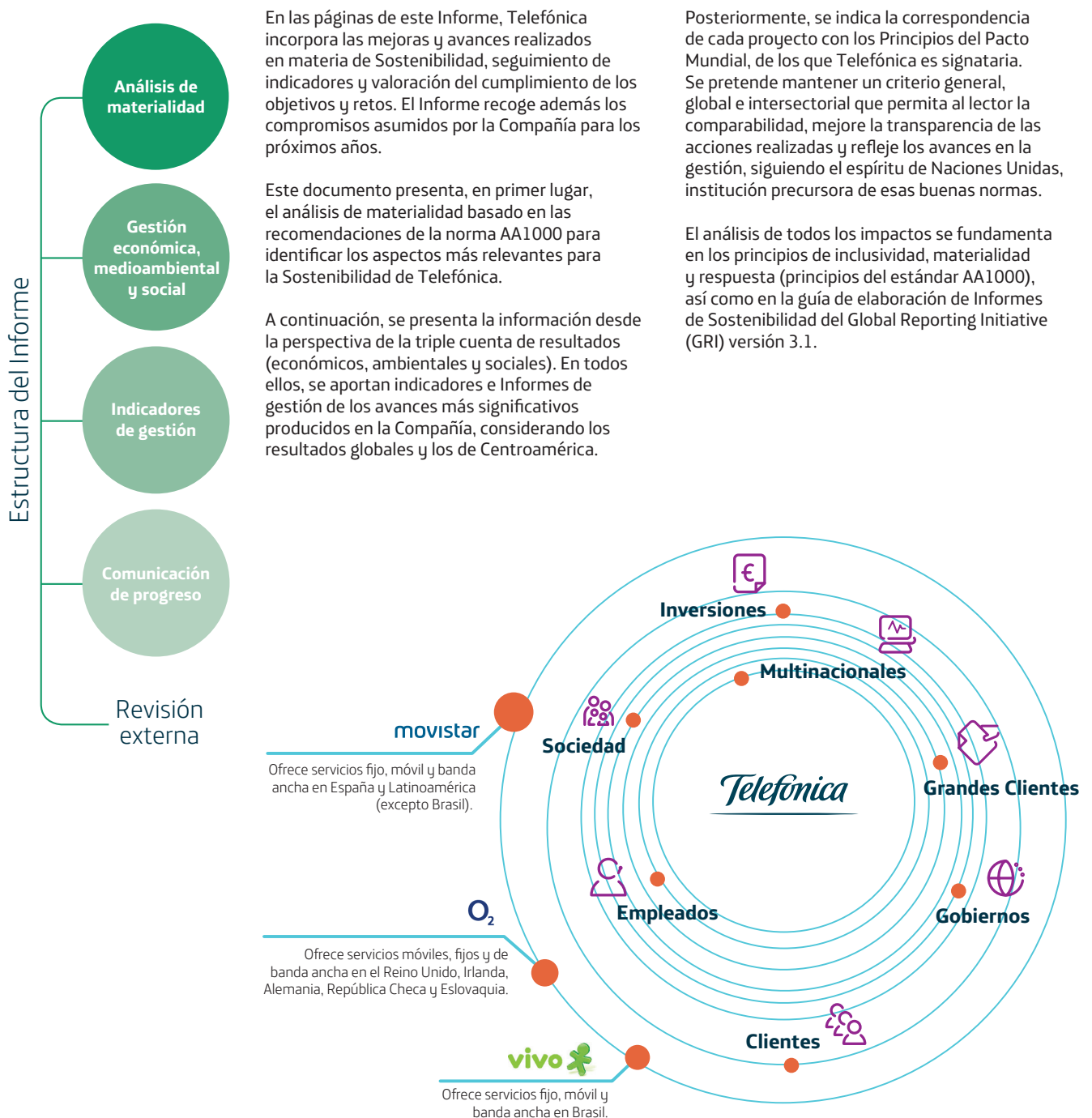
Fiabilidad y verificación. La información y los
→ procedimientos seguidos en la preparación de este Informe han sido recopilados, registrados, compilados, analizados y presentados a examen externo.

2. ACERCA DEL INFORME

ACERCA DEL INFORME

Estructura del Informe

Telefónica presenta su Informe de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa 2012 construido sobre los pilares de credibilidad, rigor y transparencia.



3.

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

Metodología de diálogo con los grupos de interés_

Conocer los temas que más preocupan a los stakeholders de Telefónica es la base sobre la que se asientan los proyectos de Sostenibilidad de la Compañía.

Para Telefónica resulta imprescindible el diálogo continuado con sus grupos de interés para identificar y mitigar riesgos, pensar y desarrollar nuevas oportunidades de negocio y ayudar así a generar un valor sostenible. El resultado de estas relaciones a largo plazo, que se han establecido bajo los criterios de transparencia y responsabilidad, es una de las bases utilizadas para el análisis de materialidad que aparece en este Informe de Sostenibilidad Corporativa 2012. Entre los grupos de interés se encuentran todas aquellas personas, asociaciones e instituciones que afectan a la actividad de Telefónica o son afectadas por la misma. Entre ellos se distinguen: clientes, empleados, inversores y proveedores, así como las distintas organizaciones sectoriales, gubernamentales y no gubernamentales con las que la Compañía mantiene una estrecha colaboración para el desarrollo de las comunidades en las que opera.

Sobre los aspectos materiales para públicos expertos

Los indicadores más destacados por los expertos fueron, por este orden:

- Despliegue responsable de red
- Protección de datos
- Inclusión Digital y Accesibilidad
- Capacidad de respuesta ante desastres naturales
- Satisfacción de Clientes
- Protección del menor
- Publicidad Responsable
- Principios de Actuación
- Disponibilidad y Calidad de Servicio.

Pero al contrario, los que generaron menos consenso fueron los relativos a campos electromagnéticos y marketing responsable.

Por lo que respecta a las respuestas no sugeridas sobre los temas de Sostenibilidad y Responsabilidad Corporativa asociados a Telefónica, los más destacados fueron:

- Beneficios
- Satisfacción clientes
- Satisfacción empleados
- Precios y tarifas.

CANALES DE DIÁLOGO

EMPLEADOS

Foro de Líderes

A través de encuentros mensuales con jefes, Gerentes, Subdirectores y Directores, donde el Director País y Comité de Dirección presentan el feedback de los resultados mensuales de cada área.

Foro de Réplica

a través de encuentros presenciales cada gerente presenta a su equipo de trabajo los resultados mensuales de la empresa, desayunos con nuestro Director, Focus Group, boletines informativos on line, cartelera de noticias, pantallas LCD.

CLIENTES

Interfaces de atención

Call centers, atención presencial en tiendas, atención virtual vía sitios web, twitter, Facebook, relación a través de desayunos con clientes de Movistar y de la competencia, invitación a clientes Grandes Empresas y Pymes a lanzamientos de nuevos productos, tecnología, entre otros.

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

**HERRAMIENTAS
DE
CONSULTA**

Encuestas Great Place to Work
Encuestas de Clima Laboral y
termómetro mensual
Encuestas eventos específicos
Buzón de sugerencias y denuncias
Blog intranet

Estudios de Satisfacción de
Clientes
Focus Groups por segmento
Seguimiento a insistencia de
reclamos
Seguimiento a libro de DIACO

SOCIEDAD

Desayunos Tecnológicos con
Periodistas para informar sobre los
avances que existen en las TIC`s
RRSS, se mantiene una relación
permanente a través de distintas
iniciativas como: participación
en eventos movistar, concursos,
compartir información a través de
links relacionados con tecnología.

Comunicación presencial con
COCOCES, grupos de maestros,
municipalidades, padres
de familia, estudiantes de
universidades.

PROVEEDORES

Relación permanente a través
del área de Compras y áreas
involucradas.

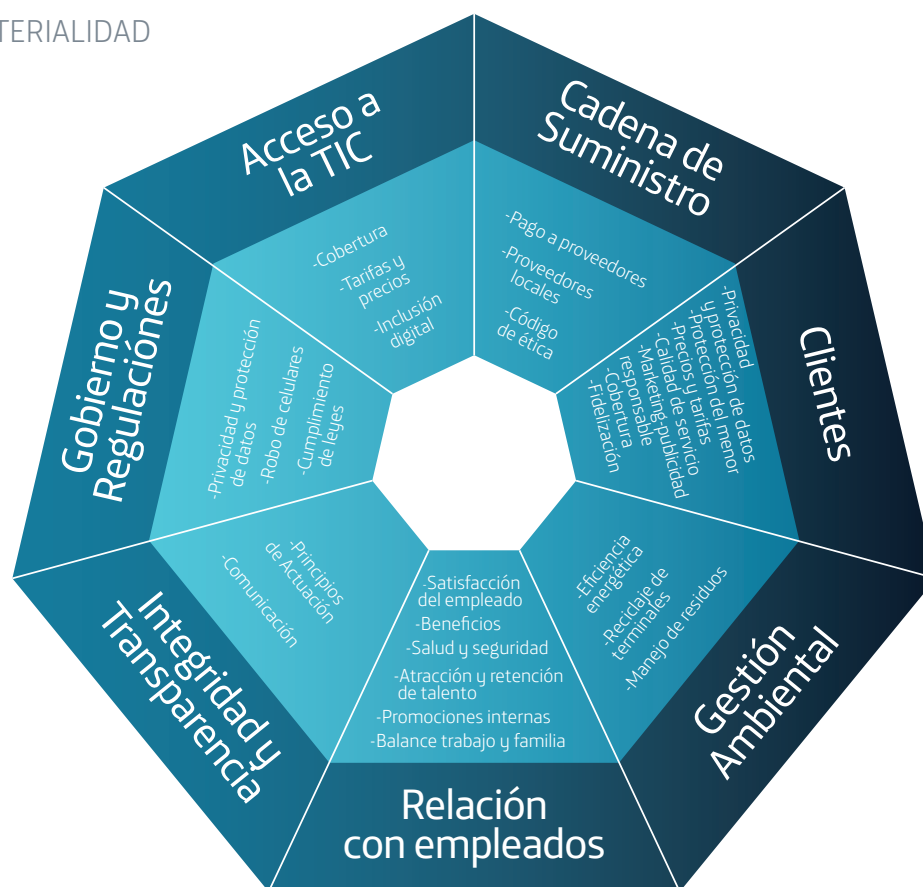
DISTRIBUIDORES

Desayunos con el Director
Comercial y gerentes de área
para mantener una relación
permanente y revisar mejoras en
el sector, eventos, lanzamientos
de nuevos productos y servicios.

Encuesta de Rep Pulse a través del TPSM.
Encuesta de GGII.

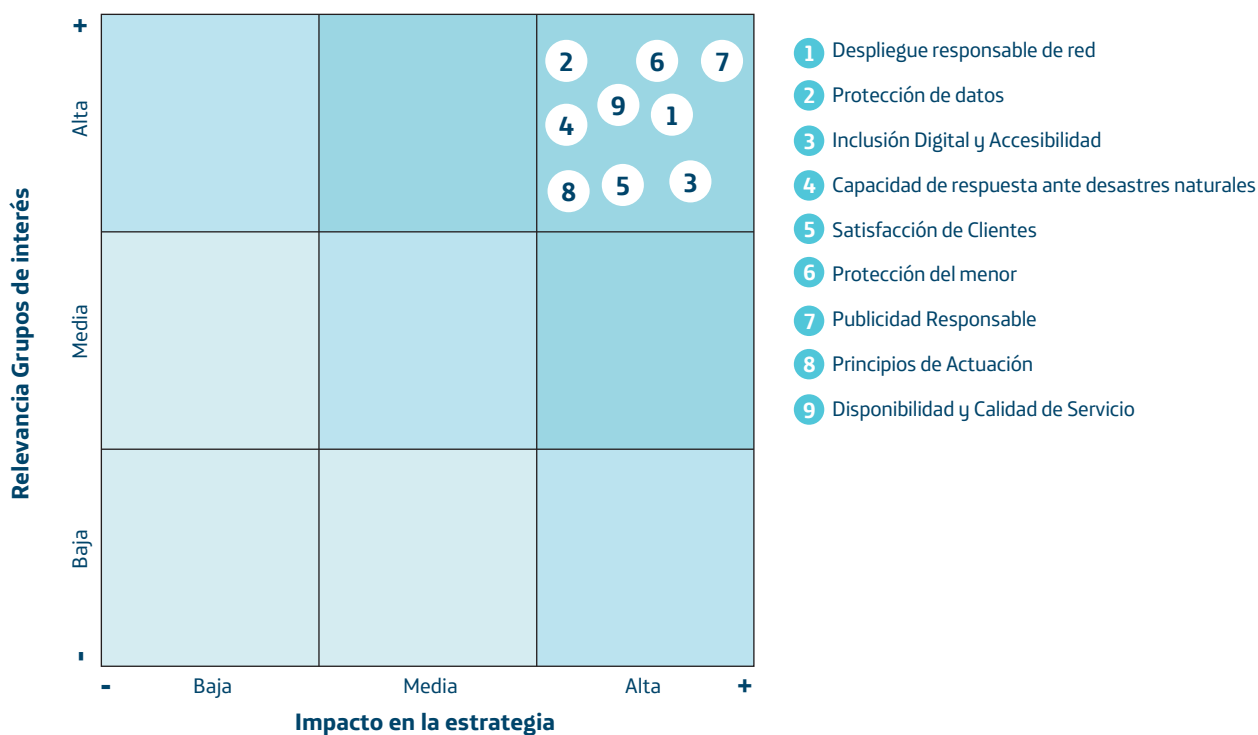
Encuesta de satisfacción de
proveedores.

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD



Matriz de materialidad

El análisis de materialidad de Telefónica se fundamenta en el sector, la estrategia de la Compañía y las expectativas de los grupos de interés.



4. SOSTENIBILIDAD EN TELEFÓNICA

SOSTENIBILIDAD EN TELEFÓNICA

La Sostenibilidad, herramienta de creación de valor_

En Telefónica se entiende la Sostenibilidad como el mecanismo para crear valor mediante la gestión activa de los riesgos y oportunidades económicos, ambientales y sociales que su actividad genera.

Proceso de Gestión de Riesgos



Índice sistémico

Estrategia

La transparencia empresarial y la gestión de la integridad a través de los Principios de Actuación de Telefónica permiten generar confianza en los mercados y, en general, entre los grupos de interés de la Compañía. La Sostenibilidad corporativa es una fuente clara de competitividad y progreso: ayuda a reducir la prima de riesgo en los mercados financieros, aumenta el valor de marca y la diferenciación ante los clientes, facilita la fidelización de los empleados, garantiza un proyecto estable como empresa, y, de cara a la sociedad, afianza la legitimidad para operar y permitir el desarrollo

sostenible de las comunidades en las que Telefónica está presente.

En Telefónica, los proyectos de Sostenibilidad se analizan desde una perspectiva de valor con tres líneas principales: crecimiento en la actividad, incremento en la rentabilidad y reducción del riesgo.

Esto se traduce en 13 proyectos en clave de Sostenibilidad —muchos de ellos transversales en la organización— vinculados a la toma de decisión basada en el código ético establecido en los Principios de Actuación. A lo largo de este Informe se reporta cómo se ha trabajado en estos proyectos en Centroamérica.

SOSTENIBILIDAD EN TELEFÓNICA

La Sostenibilidad, herramienta de creación de valor_

Continuando con la política de transparencia, desde hace dos años se decidió virar el Informe tradicional de Responsabilidad Corporativa hacia un modelo de Sostenibilidad bajo la triple cuenta de resultados —dimensión económica, social y ambiental—, dando respuesta de forma integrada al DJSI y GRI A+. Este Informe es verificado externamente bajo el criterio de la AA1000.

Para evaluar el cumplimiento del objetivo estratégico, además de los indicadores internos de gestión, la Compañía cuenta con dos índices de seguimiento, el *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI) y el *Carbon Disclosure Project* (CDP), enfocados ambos desde una óptica de negocio.

Estructura organizativa

En Telefónica, la gestión de la Sostenibilidad corporativa forma parte de las competencias de la Dirección de Asuntos Públicos y Corporativos.

Para afianzar estos asuntos dentro de la organización, de modo que formen parte de su ADN, la Compañía cuenta con una Comisión en el Consejo de Administración. De hecho, Telefónica fue la primera empresa del Ibex-35 con este órgano, creado en junio de 2002. La Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa está compuesta por cinco Consejeros (cuatro independientes y uno dominical), y se reúne periódicamente y siempre que el Consejo solicite su intervención.

Funciones de la Comisión

Impulsar la implantación de los valores de la Compañía

- Fomentar la correlación de los valores con la identidad de Telefónica.
- Supervisar la incorporación de los valores en las operaciones, especialmente en las áreas vinculadas con la gestión de los intangibles.
- Conocer y controlar el grado de identificación de los grupos de interés con los valores.

Potenciar el desarrollo del proyecto de Reputación Corporativa

- Monitorizar los riesgos de reputación.
- Gestionar la percepción de los grupos de interés.
- Trasladar los resultados de estudios de reputación al Consejo de Administración.
- Fomentar la participación de Telefónica en iniciativas y foros, especialmente la presencia de la Compañía en índices de inversión socialmente responsable.

Asegurar el comportamiento ético y responsable de Telefónica

- Supervisar la difusión e implantación de los Principios de Actuación en todas las líneas de negocio y países en los que el Grupo opera.
- Impulsar la adopción de políticas corporativas comunes en materia de Responsabilidad Corporativa que derivan de los Principios.

Impulsar la verificación del Informe de Responsabilidad Corporativa o balance de activos intangibles del Grupo

- Activar la medición del desempeño de Telefónica en la gestión de los activos intangibles (ética, valores, Sostenibilidad, identidad...).
- Impulsar la transparencia a través de los Informes de Responsabilidad Corporativa, monitorizando el cuadro de mando de indicadores que afectan a las relaciones de Telefónica con sus grupos de interés.
- Informar al Consejo de Administración de los resultados alcanzados, así como el reporte de los mismos en los órganos de Gobierno.
- Recibir de los verificadores externos sus opiniones sobre la verificación de los informes de Responsabilidad Corporativa.

Por otro lado, cabe destacar que para desempeñar su labor, el equipo de Reputación y Sostenibilidad Corporativas Global tiene presencia internacional a través de colaboradores directos en los países en los que Telefónica desarrolla operaciones.

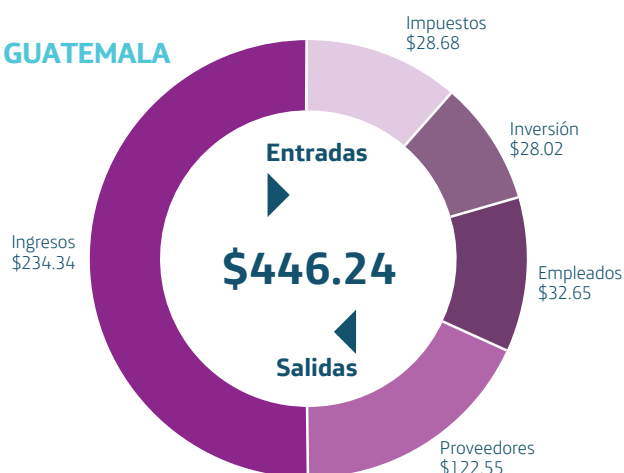
5. DIMENSIÓN ECONÓMICA

DIMENSIÓN ECONÓMICA

Motor de Desarrollo_

Telefónica invirtió 173 millones de dólares durante el año 2012, para dotar a la región Centroamericana de una de las más modernas redes de telecomunicaciones de la Región.

GUATEMALA



NUESTRO IMPACTO

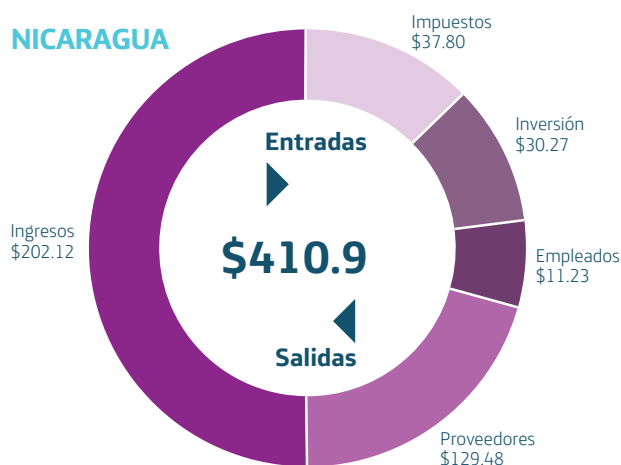
En las operaciones del 2012 Telefónica Centroamérica generó y distribuyó recursos por US\$ 1860.64 millones en la economía de Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá, cifra que representa un aporte estimado al PIB del Guatemala 0.5%, El Salvador 0.7%, Nicaragua 2.5%, Costa Rica 0.1%, Panamá 0.6%.

Las entradas obtenidas en el 2012 corresponden en su mayoría a los pagos realizados por los clientes y al endeudamiento de la compañía, y son distribuidas en un 36% a pagos de proveedores, 5.91% pagos de impuestos nacionales y el uso de espectro electromagnético, 5.14% a pagos de empleados y un 8.59% a inversión.

EL SALVADOR



NICARAGUA



• En millones de dólares. Factor de conversión de euros / dólares: 1.3217.

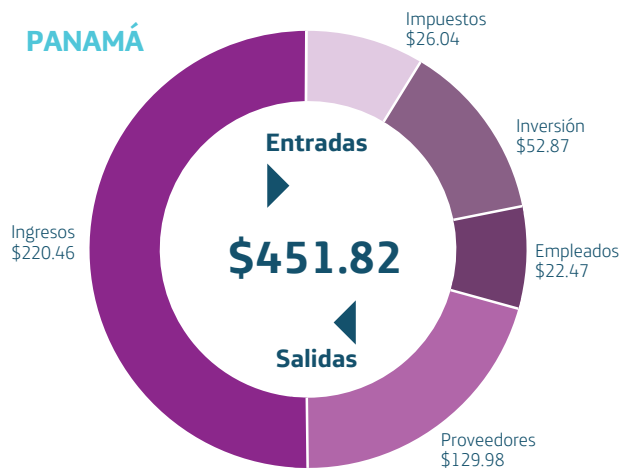
DIMENSIÓN ECONÓMICA

Motor de Desarrollo

COSTA RICA



PANAMÁ



• En millones de dólares. Factor de conversión de euros / dólares: 1.3217.

Contribución al progreso

■ Ingresos ■ Proveedores ■ Empleados ■ Impuestos ■ Inversión

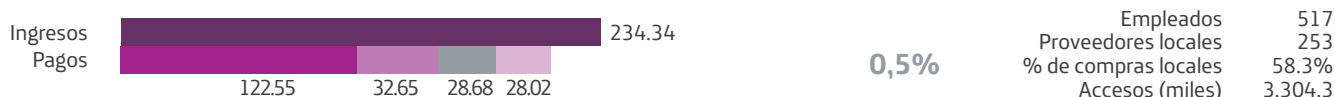
El Salvador 2012



Costa Rica 2012



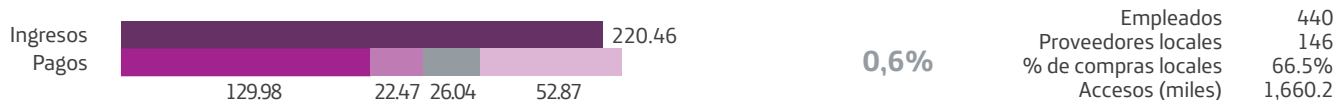
Guatemala 2012



Nicaragua 2012



Panamá 2012

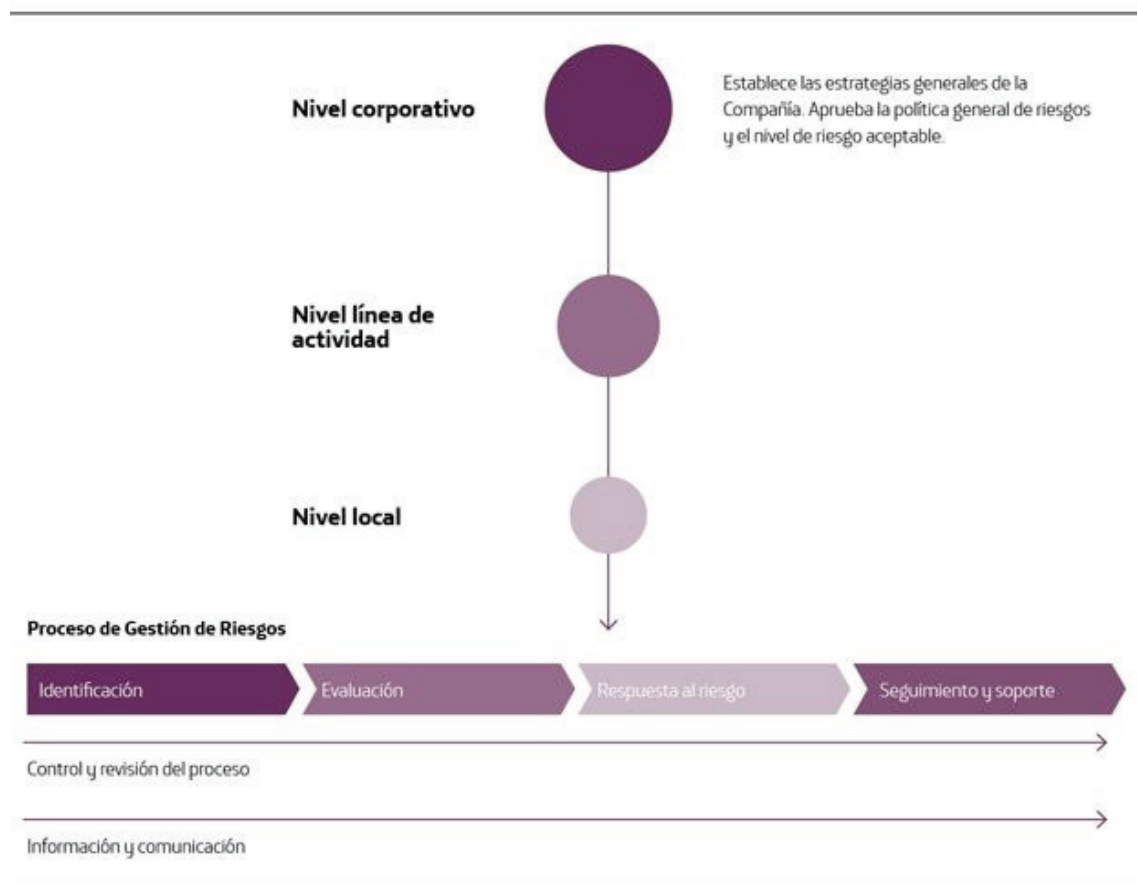


• En millones de dólares. Factor de conversión de euros / dólares: 1.3217.

DIMENSIÓN ECONÓMICA

Gestión de riesgos_

Una metodología común permite a Telefónica gestionar de forma consistente y efectiva los riesgos identificados en el Grupo, y evaluar tanto el impacto económico como reputacional de cada uno de ellos.



Basándose en las mejores prácticas en Gestión de Riesgos existentes en el mercado, Telefónica ha desarrollado un Modelo de Gestión de Riesgos que aplica en toda la Compañía. Esa metodología ha permitido definir un total de 60 tipos, divididos en cuatro grandes categorías: de negocio, financieros, operacionales y globales. Para enfrentarlos de la forma más óptima, todos se responden con la siguiente metodología.

→ **Proceso de identificación.** Se basa en un enfoque de autoevaluación (*Risk Self Assessment*), donde cada uno de los gestores es responsable de la identificación y análisis de los riesgos que afectan a su área de responsabilidad. Una vez identificados, se clasifican según las categorías del Modelo de Gestión de Riesgos para proceder a su evaluación.

→ **Fase de evaluación.** Permite obtener una cuantificación de la exposición de Telefónica a los riesgos identificados. Se consideran dos variables, la probabilidad de ocurrencia y su impacto.

→ Dada la evaluación realizada, Telefónica define la mejor **respuesta a cada uno de los riesgos establecidos** y desarrolla los planes de acción que eviten, mitiguen o transfieran sus efectos negativos sobre la Compañía.

→ Por último, de manera periódica, la Compañía revisa el grado de implantación de dichos planes, así como la evolución y cambios de los riesgos analizados. Su **seguimiento** permite actualizar el **reporte** a los órganos de Gobierno de la Empresa, en línea con la tendencia natural de los riesgos.

DIMENSIÓN ECONÓMICA

Gestión de riesgos_

Riesgos reputacionales

A lo largo de 2012, en busca de la mejora continua de los procesos, la Compañía actualizó su metodología de Gestión de Riesgos reputacionales.

El objetivo es que los gestores, además de evaluar el impacto económico, puedan analizar si los riesgos identificados tienen impacto en la reputación de Telefónica. Para ello, cuentan con el apoyo de las Áreas de Reputación de cada uno de los países.

Los posibles riesgos de este tipo identificados pueden derivarse a:

- Eventos de riesgos de negocio, financieros u operacionales con impacto en la reputación.
- Eventos de riesgos reputacionales puros, tales como: posibles ataques directos y /o bulos de agentes externos sobre la gestión de Telefónica o actuaciones inadecuadas por parte de alguna de las operadoras del Grupo o de alguno de sus *partners*.
- Eventos que supongan posibles incumplimientos de los Principios de Actuación de la Compañía y de políticas y normas internas que no hayan sido recogidos como factores derivados de riesgos de negocio, financieros u operacionales.

Para su evaluación, al igual que para el resto de riesgos, Telefónica considera dos variables, la probabilidad de ocurrencia y la cuantificación de su impacto reputacional. Dicha cuantificación viene determinada por la visibilidad y relevancia del evento entre los diferentes grupos de interés (accionistas, clientes, proveedores, empleados...).

En Telefónica, se trabaja desde 2005 en el análisis de la reputación de la Compañía y sus palancas a través del modelo RepTrak™. Para calcular su relevancia entre los grupos de interés se tienen en cuenta los pesos para las diferentes dimensiones y atributos según el modelo establecido. El posible daño en la reputación se cuantifica según la variación negativa de su valoración en una o varias de las siete dimensiones (oferta, innovación, trabajo, integridad, ciudadanía, liderazgo y finanzas).

Durante los últimos meses, la Compañía ha trabajado en la implantación progresiva de esta metodología en los diferentes países para, en 2013, poder actualizar los mapas de riesgos reputacionales y así centrar sus esfuerzos en proyectos específicos para mitigarlos.

Mapa de riesgos de la Fundación Telefónica

Uno de los pilares de la actuación de Fundación Telefónica es el alineamiento con las mejores prácticas de la Compañía. En esta línea, en abril de 2012, el Comité de Estrategia de la Fundación Telefónica España aprobó incorporar a sus procesos la Política Corporativa de Gestión de Riesgos. Este compromiso refuerza su posicionamiento por dotar de la máxima transparencia y control a todas sus actividades y disponer de las mejores herramientas de gestión.

- **En una primera fase** se trabajó en la adaptación del Modelo Corporativo de Gestión de Riesgos a la realidad específica de la Fundación como entidad sin ánimo de lucro (en su caso, redujeron a 50 los posibles tipos de riesgos, se redefinieron algunos de ellos y ajustó la metodología de cuantificación del impacto). Tras esta adaptación, se comenzó su implantación en España. El año se ha cerrado con el registro de riesgos de cada una de las áreas de la Fundación, lo que ha permitido levantar su primer mapa de riesgos, incluyendo los reputacionales. Así, para cada uno de los 20 riesgos que conforman su mapa, se han marcado sus respectivos planes de acción, que se desarrollarán a lo largo de este año con el fin de reducir sus efectos negativos, tanto sobre su actividad como su reputación.
- **En una segunda fase** se ha comenzado con la implantación de este mismo proceso en las fundaciones locales, empezando por Argentina, Colombia, Brasil y México. En el casode Centroamérica, se incorporará progresivamente, cumpliendo así con el objetivo de poder levantar el mapa de riesgos de cada una de las Fundaciones Telefónica.

DIMENSIÓN ECONÓMICA

Código ético de Telefónica: Principios de Actuación_

Sobre la base de los Principios de Actuación, Telefónica construye su reputación, se hace merecedora de la confianza de sus grupos de interés y maximiza el valor a largo plazo de sus accionistas y la sociedad en general.

Durante 2012, la Oficina de Principios de Actuación, que reporta al Consejo de Administración de Telefónica a través de la Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa, mantuvo tres reuniones. Se ocupó del seguimiento de la implantación del código ético en las nuevas operaciones, así como de su observancia a través de la formación continua, los canales de denuncia y la aprobación de normativas que aseguren un entorno de control adecuado.

Para el ejercicio 2013, la Oficina trabajará en la aprobación del código ético en Costa Rica, donde recientemente se han iniciado operaciones comerciales.

Formación

Contamos con una formación online, disponible para todos los empleados. En cada uno de los países de Centroamérica, también funciona la Oficina de Principio de Actuación Local, que apoya a la Oficina Corporativa en las labores de implantación en todos los países de América Latina donde Telefónica está presente, han elaborado actividades formativas presenciales. Esta formación desarrolla algunos de los aspectos o principios contemplados en el código ético, con objeto de ofrecer un conocimiento más detallado sobre su aplicabilidad.

Podemos resaltar las charlas éticas ofrecidas por el área legal en Nicaragua.

Junto a esta formación presencial, se han realizado campañas de comunicación masivas a todos los empleados para temas específicos en diferentes soportes: comunicados internos, intranet, entre otros.

Línea confidencial

La Oficina de Principios de Actuación Corporativa recibió en 2012, a través del Canal Confidencial, un total de 65 comunicaciones, cerrándose la investigación de un total de 34.

De estas últimas, sólo siete se consideraron procedentes, siendo una de ellas por corrupción y ninguna por discriminación. Entre las medidas adoptadas se incluyeron dos despidos.

Todas las comunicaciones recibidas fueron tratadas conforme a los principios de respeto y confidencialidad, informándose a la Comisión de Auditoría y Control, en los casos en los que se identificó alguna irregularidad.

En Telefónica todos los profesionales tienen la posibilidad de realizar preguntas, buscar consejo y

plantear cuestiones asociadas al cumplimiento de los Principios de Actuación y normativas asociadas, de forma anónima o personal. El Canal Confidencial está disponible en la intranet para empleados y en los portales habilitados para la relación con los diferentes grupos de interés.

Integridad y transparencia

Junto a los Principios de Actuación, en Telefónica existen toda una serie de elementos organizativos, normativos y de seguimiento que conforman un entorno adecuado y de total intransigencia hacia la corrupción.

Los Principios de Actuación contemplan los principios de conflicto de interés, corrupción, respeto al derecho de asociación sindical, rechazo de regalos y sobornos, y el principio de neutralidad política, no habiendo constancia durante 2012 de donativos a partidos políticos, una vez realizado el análisis de las bases de datos de pagos.

Dentro del entorno de control, a nivel corporativo en 2012 se llevaron a cabo cerca de 950 trabajos de auditoría interna e inspección. Entre los realizados, un 20% fueron auditorías financieras o de sistemas de información, destinadas, fundamentalmente, a la revisión de la existencia y eficacia de controles sobre los procesos financieros que soportan la información de las principales cuentas contables del Grupo.

Formación en el código ético**Formación en Centroamérica**

Porcentajes



DIMENSIÓN ECONÓMICA

Comunicaciones recibidas a través
del Canal Confidencial

65
comunicaciones
recibidas en 2012

34
investigaciones cerradas

7
consideradas
procedentes

1
caso de
corrupción



950

trabajos de auditoría
interna e inspección

Nuestros
Principios
de Actuación

Telefónica

20%
Auditorías financieras
o de sistemas de información

15%
Prevención de fraudes, investigación de
denuncias o revisión de actuaciones personales

14%
Análisis del ciclo de gasto e inversión

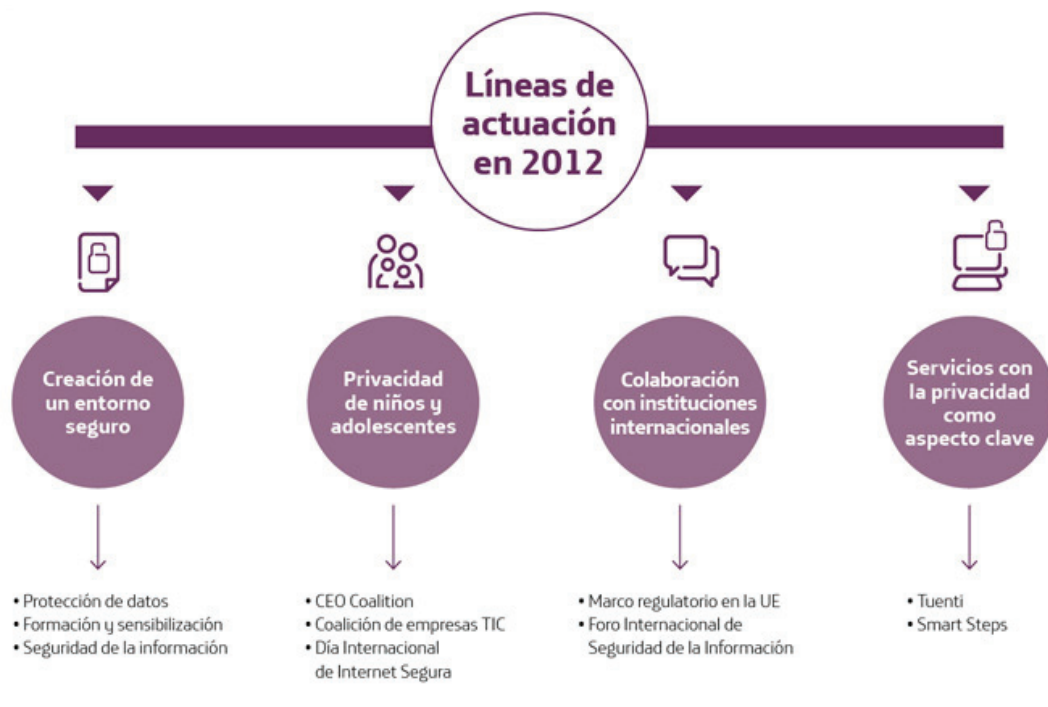
5%
Verificación del correcto cumplimiento
de otras obligaciones legales

46%
Otros trabajos de auditoría
interna e inspección

DIMENSIÓN ECONÓMICA

Protección de datos y privacidad

Construyendo una Internet abierta, privada, segura y transparente.



El compromiso

La privacidad es un derecho fundamental que recoge la Declaración Universal de los Derechos Humanos. Telefónica la entiende como el ámbito de la vida personal y familiar —esto es, de la vida privada—, que el ciudadano tiene derecho a proteger frente a cualquier intromisión por parte de un tercero, ya sea ilegítima o simplemente no consentida.

La Compañía es además consciente de que sus clientes “quieren disfrutar de una Internet abierta, privada, segura y transparente”, como ha apuntado César Alierta, su Presidente Ejecutivo. En un contexto en el que el uso universal de la Red ha multiplicado la cantidad y el tipo de información a la que tanto compañías como usuarios tienen un fácil e inmediato acceso, cobra mayor relevancia la responsabilidad con que empresas como Telefónica gestionan en su día a día los datos de carácter personal.

Los Principios de Actuación de Telefónica, vigentes desde 2006, establecen las pautas comunes de comportamiento de todas las empresas del Grupo, incluyendo Centroamérica.

En este campo, señalan textualmente:

→ “Protegemos la confidencialidad de la

información que nos ha sido confiada, sea de la Compañía, de clientes, accionistas, empleados o proveedores”.

→ “Facilitamos a nuestros grupos de interés (clientes, empleados, proveedores, accionistas, etcétera) información relevante sobre cómo usamos y almacenamos sus datos personales. Asimismo les informamos sobre el modo de acceder y corregirlos. Mantenemos sus datos personales con las medidas de seguridad adecuadas. Si en algún momento esta seguridad se ve comprometida, actuamos de forma rápida y responsable”.

Líneas de actuación en 2012

Durante el ejercicio, la labor de Telefónica en este ámbito ha girado en torno a cuatro pilares:

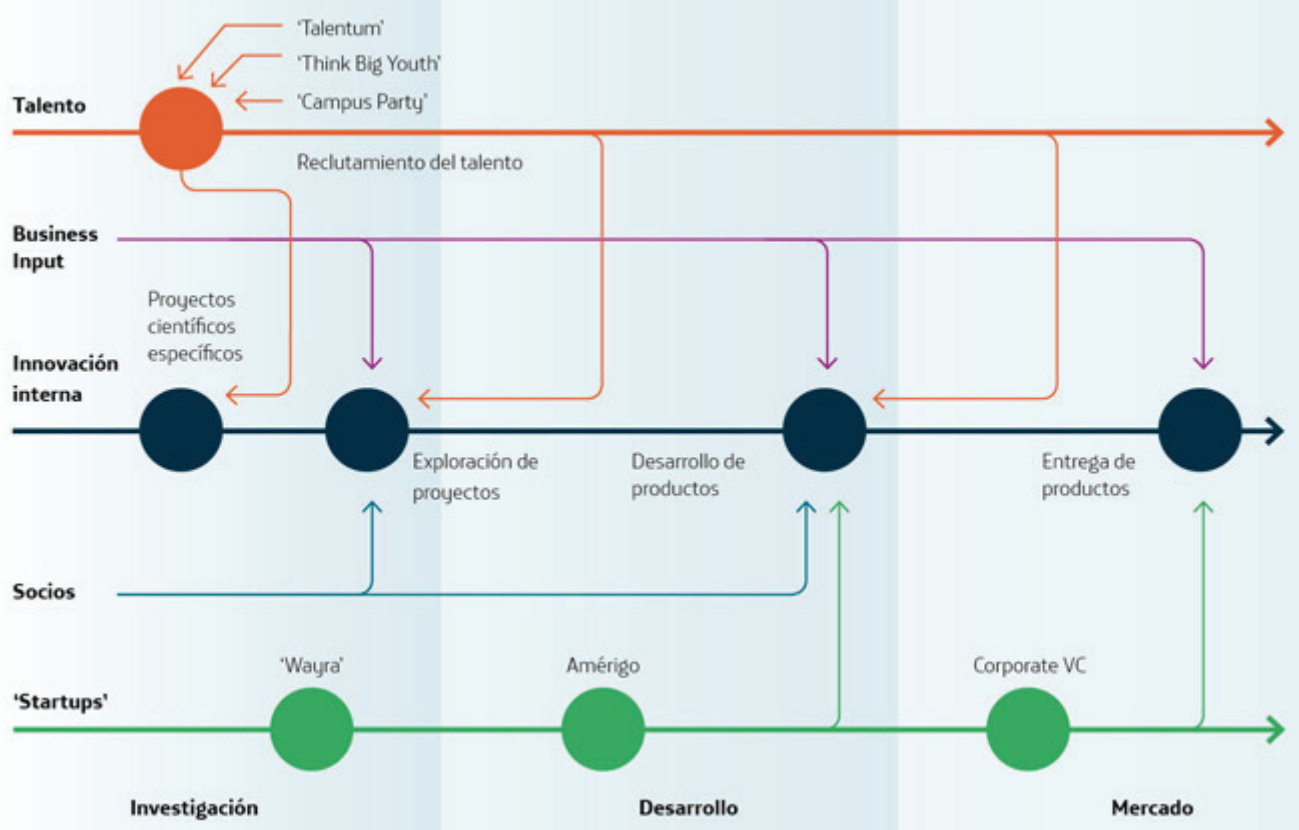
- Creación de un entorno seguro.
- Inclusión de la seguridad en los nuevos productos.
- Desarrollo de iniciativas relacionadas con el uso responsable de las TIC.
- Colaboración con organismos internacionales.

DIMENSIÓN ECONÓMICA

Innovar para crecer_

Con 7,412 millones destinados a la investigación, Telefónica forma parte del selecto grupo de empresas que dedican más de 1,285 millones de dólares a este concepto.

El proceso de inspiración



La innovación tecnológica es fundamental para obtener ventajas competitivas sostenibles que diferencien los productos y servicios de una empresa. Consciente de ello, Telefónica incrementó un 13% su inversión en este aspecto respecto al año anterior. En total se destinaron 7,412 millones de dólares, de los que 1,376 millones fueron para I+D (1,263 millones, un 9% más que en 2011).

Gracias a esta política —y a pesar de la adversa situación económica en Europa— la Compañía entró a formar parte del selecto grupo de empresas que asignan más de 1,285 millones de dólares a este concepto.

En este campo, la Compañía busca siempre:

→ **El talento como bandera.** Algo clave para Telefónica es reclutar *know how* en polos

estratégicos. Así, el Grupo dispone de centros I+D en Estados Unidos, Israel, Reino Unido, Brasil y España, donde trabajan profesionales de más de 20 nacionalidades.

→ **La importancia de los resultados.** Durante el ejercicio, Telefónica desarrolló 87 nuevas familias de patentes. Todas ellas contribuyen a potenciar los productos y tecnologías desarrollados en Telefónica I+D.

Para medir el retorno del esfuerzo se investigan los últimos avances en tecnología, así como la creación de patentes y otros activos intangibles tecnológicos.

DIMENSIÓN ECONÓMICA

Innovar para crecer_

→ **Un modelo orientado al cliente.** Para el Grupo, el cliente es indispensable a la hora de definir nuevas soluciones, plataformas y tecnologías. Así, la unidad de Experiencia de Usuario es un área de referencia para Telefónica I+D. En ella se definen, junto con el cliente, los servicios más novedosos. Se consigue gracias a la incorporación de metodologías de innovación flexibles y dinámicas (como Agile, Scrum, Lean Startup...) para fomentar la coordinación de los equipos.

Más allá de la conectividad

La historia de la Compañía se basa en conectar a los clientes a través de las redes fijas y móviles. Sin embargo, Telefónica Digital espera obtener 6,423 millones de dólares en 2015, con un crecimiento anual del 20%. Con esta visión, nació en 2011 Telefónica Digital. Su objetivo: promover soluciones para los usuarios actuales y futuros del Grupo. Para conseguirlo, se está trabajando en áreas como la conexión entre máquinas (M2M), servicios para la salud (*eHealth*), nuevos servicios de vídeo, sistemas operativos para *smartphones* y otros proyectos a través de las siguientes áreas:

- **Product Development & Innovation.** Desarrollan software y nuevas soluciones para los clientes y buscan oportunidades a través de actividades de investigación aplicada, pruebas de conceptos, elaboración de prototipos y desarrollo tecnológico.
- **Partnership & Venture Capital.** Analizan, por medio de la innovación abierta, las oportunidades del ecosistema para colaborar con empresas.
- **New Digital Services.** Trabajan en nuevos productos y servicios basados en segmentos clave.
- **New Business Areas.** Buscan soluciones novedosas en áreas como comunicaciones sobre Internet (TU), Big Data (Telefónica Dynamic Insights) y Html5 (*Open Web Devices*).

TU Go, capaz de convertir el servicio telefónico en una app para cualquier dispositivo; Firefox OS, que desarrolla teléfonos inteligentes con estándares web abiertos y con funcionalidades ejecutables con aplicaciones Html5; *Remote Patient Management*, una experiencia realizada junto con la Agencia Valenciana de Salud, con más de 500 enfermos con afecciones crónicas, y *Thinking Things*, una solución en fase de desarrollo que conecta los dispositivos de forma inalámbrica a Internet son algunos de los logros de Telefónica Digital en 2012.

Eficiencia digital

Uno de los objetivos de la Compañía es aumentar su eficiencia tanto en la red como en sus operaciones y avanzar en la transformación de las infraestructuras de telecomunicaciones para que sean más ligeras, flexibles y moldeables. De ahí, el nacimiento de Global CTO (Chief Technology Office), un área que realiza actividades transversales con potencial tecnológico para construir una Telefónica más digital.

DIMENSIÓN ECONÓMICA

Gestión de las Relaciones Con los Clientes

Trabajamos para que nuestros clientes vivan el mundo digital




Además de continuar posicionando al cliente en el centro de todas las actividades de la compañía, se fortaleció los canales de contacto presencial, virtual, de las herramientas de autogestión, de la comunicación a través de las redes sociales y del conocimiento que la compañía tiene de sus usuarios, lo que ha permitido consolidar nuestro perfil como aliado digital de clientes.

Nuestros clientes en cifras

El compromiso con la excelencia en la oferta y los servicios de la compañía, permitió que en el 2012 Telefónica en Centroamérica ofreciera soluciones de comunicación a 9,983MM clientes, cifra que representa un incremento del 23.32% con respecto al año anterior.

| TOTAL CLIENTES | | | |
|----------------|-------------|---------|----------|
| | TOTALES | Prepago | Postpago |
| Guatemala | 3304 | 3105.76 | 198.24 |
| El Salvador | 1959 | 1743.51 | 215.49 |
| Nicaragua | 2637 | 2373.3 | 263.7 |
| Panamá | 1660 | 1527.2 | 132.8 |
| Costa Rica | 423 | 376.47 | 46.53 |
| | 9983 | | |

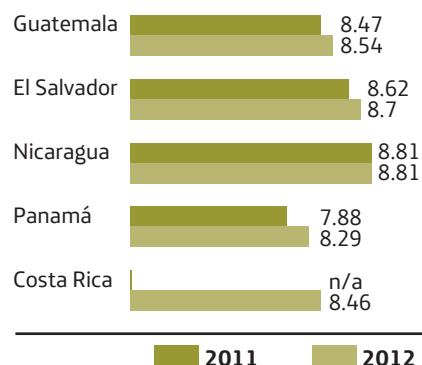
Principales Hitos del canal online

- Atención virtual para todos los clientes
- Tienda movistar on line
- Atención en redes sociales  
- Nueva factura virtual, más clara y comprensible
- Compañía líder en  en cada uno de los países de Centroamérica

Atención a los clientes

La compañía cuenta con un modelo de relacionamiento con sus clientes, que se adapta y ajusta a las necesidades de los usuarios, al plantear soluciones y alternativas frente a cada solicitud. Este modelo también contempla a los clientes como el centro del negocio, lo cual exige que la compañía sea rápida, haga las cosas mejor y ofrezca más valor agregado en el servicio. Durante el 2012 Telefónica Centroamérica aumentó el Nivel de Satisfacción de los clientes contratantes de nuestros servicios, como resultado de las estrategias de atención al cliente implantadas por la operadora.

ÍNDICE SATISFACCIÓN CLIENTES



Facturación

Para Telefónica la factura es un canal de comunicación invaluable con el usuario y se destaca como uno de los medios más efectivos para crear vínculo con los clientes.

En el 2012 se rediseñó la factura, y se aprovechó una campaña de comunicación de medioambiente para concientizar a los usuarios del uso de factura en línea. El despliegue al proyecto de e-factura, mediante campañas de inscripción de clientes, logró un incremento del 30% de usuario con respecto al año anterior. Con esta iniciativa mejoramos los tiempos de entrega de la factura a los clientes, se lograron ahorros en los costos de impresión y distribución de facturación.

DIMENSIÓN ECONÓMICA

Sostenibilidad de la cadena de suministro

Con casi 20.000 proveedores en 68 países, la gestión responsable y transparente de la cadena de suministro de Telefónica adquiere gran importancia.

Compromiso

Telefónica asumió el reto de promover la Sostenibilidad en su cadena de suministro en 2010, consciente de que con ello aumentaría las repercusiones positivas del Grupo en la sociedad. Este compromiso, publicado en el Portal del Proveedor⁽¹⁾, cobra mayor relevancia si se consideran algunas cifras respecto a la citada cadena en 2012:

- Más de 900 profesionales en 16 países.
- Cerca de 20.000 proveedores adjudicatarios procedentes de 68 países.
- Un 85,6% de los proveedores adjudicados a escala local.
- Volumen de compra cercano a los 35,968 millones de dólares⁽²⁾.
- Más de 249.000 profesionales empleados por los proveedores de Telefónica realizan actividades clave de soporte y atención a clientes en Latinoamérica. Juegan, por tanto, un papel fundamental en su satisfacción.

Estas cifras suponen una oportunidad por la dimensión y el volumen del ámbito de influencia de la Compañía. Al mismo tiempo conllevan una gran responsabilidad y esfuerzo para lograr el respeto de los criterios éticos, laborales, sociales y ambientales en una cadena de valor tan global y diversa.

Modelo de Gestión y transparencia

El modelo de compras global de la Compañía se basa en los principios de transparencia; concurrencia e igualdad de oportunidades; objetividad y unanimidad en las decisiones de adjudicación; orientación al servicio a los clientes internos y externos; y cumplimiento mutuo de compromisos con los proveedores.

Estos principios se sustentan en un enfoque de gestión global que, a su vez, da respuesta a las necesidades de los diferentes mercados y países y garantiza una relación coordinada y transparente entre las empresas del Grupo Telefónica y sus proveedores. Para más información, se puede consultar el Portal del Proveedor (<http://www.telefonica.com/es/suppliers/html/home/index.shtml>).

(1) <http://www.telefonica.com/proveedores>.

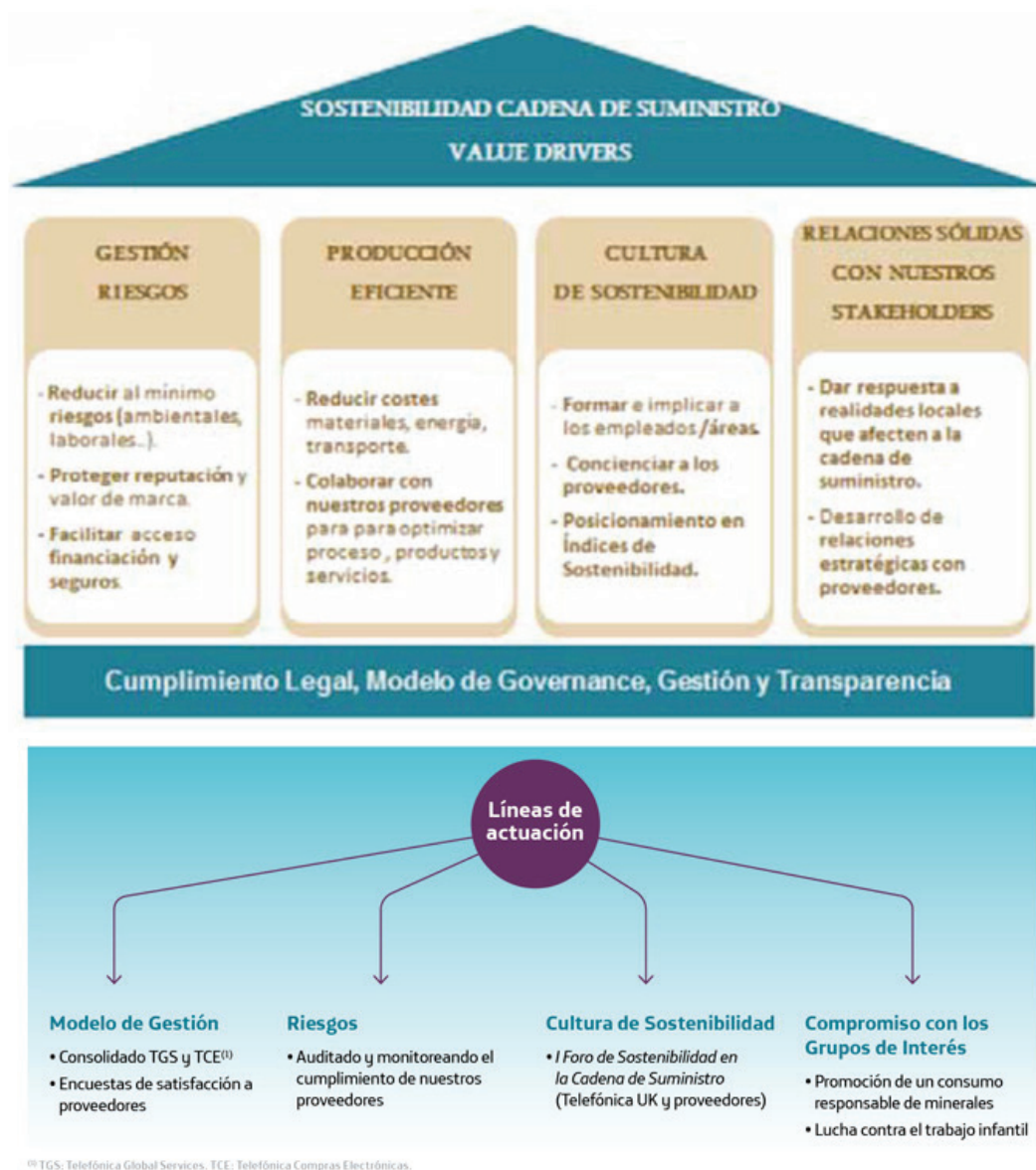
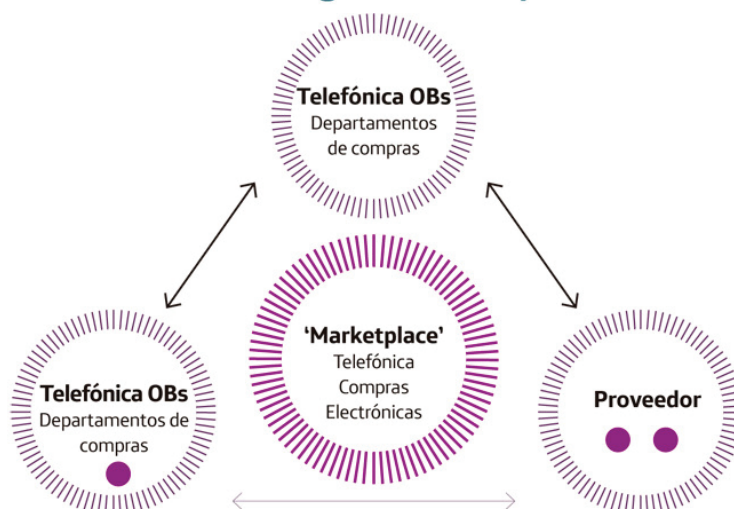
(2) Volumen adjudicado en 2012 y correspondiente al presupuesto 2012.

Valoración global

La Compañía realiza cada dos años una encuesta para conocer el grado de satisfacción de los proveedores.



DIMENSIÓN ECONÓMICA

**Sistema integrado de compras**

DIMENSIÓN ECONÓMICA

Cadena de proveedores_

Contribuimos a la sostenibilidad de nuestra Cadena de suministro

El desarrollo y crecimiento de los proveedores de Telefónica no solo redundan en mejores procesos y suministros para la compañía, también contribuye a incrementar el bienestar social y la competitividad del país, razones por las cuales la empresa trabaja de la mano con sus organizaciones aliadas, en el marco de una comunicación constante.

Nuestros proveedores en cifras

Durante el 2012 adjudicamos 330.3 millones de dólares, que corresponden a 813 proveedores de la región.

Las compras en Centroamérica se distribuyeron así:

| | #Proveedores Locales | Pagos a proveedores locales \$ (MM) | Pagos totales a proveedores \$ (MM) |
|-------------|----------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Guatemala | 253 | 71.4 | 122.55 |
| El Salvador | 156 | 51.6 | 117.95 |
| Nicaragua | 157 | 71.6 | 129.48 |
| Costa Rica | 101 | 49.3 | 69.99 |
| Panamá | 146 | 86.4 | 129.98 |
| | 813 | 330.3 | 569.95 |

En coherencia con la transformación hacia lo digital que ha vivido Telefónica en el mundo, la compañía desarrolló un arduo trabajo con sus proveedores para implementar el comercio Electrónico en sus procesos de compras.

Como consecuencia, en el último año se realizaron adjudicaciones a través de la plataforma eSourcing, la cual no sólo ofrece transparencia, agilidad y equidad, sino que también permite a los proveedores poner sus productos y servicios a disposición de todas las empresas del Grupo de Telefónica en el mundo.

Telefónica responde a sus grupos de interés

Si bien los plazos de pagos a los proveedores han mejorado, ¿qué está haciendo la empresa en sus procesos para agilizar esto? Aún más...

La empresa ha acelerado los procesos de pago. Se ha detectado un atraso entre la aprobación del trabajo y la emisión de la factura del proveedor, por lo que nos planteamos acortar los tiempos en el lapso que certifican la factura, liberan el pago, ingresa a ventanilla única y se incluye en la propuesta de pago y así apoyamos a las empresas en su gestión de pago.

El área de Tesorería mantiene una constante retroalimentación en relación a los pagos con los proveedores.

¿Por qué el pago a proveedores es a 60 días y una vez que el trabajo está terminado?

Esto se debe al modelo de negocio de las telecomunicaciones, donde la Compañía invierte, luego presta el servicio y en un plazo muy superior, cobra por este servicio a sus clientes.

6. DIMENSIÓN AMBIENTAL

DIMENSIÓN AMBIENTAL

Gestión Ambiental

Si no preservamos el mundo físico, el Mundo digital se vuelve inviable

La preservación del medioambiente y la contribución al desarrollo sostenible enmarcan la acción del Grupo Telefónica, por lo cual la gestión ambiental de la compañía está enfocada en prevenir, mitigar y reducir los riesgos ambientales de las operaciones, con el fin de promover la sostenibilidad ambiental, y se basa en principios de ecoeficiencia, gestión interna del carbono y reducción de consumos energéticos.

Gestión de Recursos Naturales

Mantener el uso eficiente de la energía, agua, Papel y combustibles en las diferentes áreas.

Despliegue de Red

Garantizar una expansión de red responsable, a través de la mimetización para proteger el entorno.

Emisiones

Garantizar que las emisiones radioeléctricas se encuentren dentro de los parámetros regulatorios definidos.

Cambio climático

Capacitar y aportar a la creación de la cultura ambiental de sus colaboradores.

Telefónica comprometida con el Medio Ambiente

Se realizaron campañas de formación y capacitación en temas de sostenibilidad, reciclaje y uso apropiado de los recursos.

Preservación de la biodiversidad

Con el fin de ofrecer una mayor cobertura y servicio, Telefónica realiza actividades constantes de despliegue de red, que existen todas las medidas de prevención y mitigación necesarias para evitar afectar la biodiversidad al momento de seleccionar los lugares en donde se realizará la instalación de estructura.

Como medida adicional para mitigar el impacto ambiental de la infraestructura se realizan emplazamientos compartidos en estructuras ya existentes con empresas de las otras compañías de telecomunicaciones que operan en la región, para evitar así un nuevo impacto ambiental y ahorro de recursos naturales.

ECO-EFICIENCIA

Gestión Integral de Residuos

Durante el 2012, en Telefónica se llevaron a cabo actividades para que las baterías y los aparatos eléctricos y electrónicos en desuso fueran reciclados y dispuestos adecuadamente.

Adicionalmente, la compañía adelantó un proceso de limpieza en sus bodegas, en el cual fueron dispuestos elementos que habían finalizado su vida útil, acción que sumada a la recuperación de Equipos, aumentó la cifra de residuos eléctricos y electrónicos. Todos estos residuos fueron entregados a operadores especializados en el reciclaje de este tipo de materiales.

La telefonía móvil se caracteriza, por la constante innovación, mejoramiento y actualización de la tecnología.; por estas razones, la campaña que se lanzó en todas las operaciones de Centroamérica denominada "La tierra te llama, ¡contesta!", se hizo con el fin de darle adecuada disposición final a los residuos, que consta de teléfonos celulares sin pila en desuso, cargadores y modem, que son recolectados en las tiendas de atención al cliente donde los depositan en recipientes debidamente rotulados con la imagen de la campaña.

Esta campaña se lleva a cabo en Costa Rica, Nicaragua, Guatemala y Panamá.

Consumo de agua

En el 2012 la apertura de nuevas tiendas y oficinas administrativas incidió en el consumo de agua, que, sin embargo, continúa presentando volúmenes menores que los registrados en años anteriores.

Consumo de papel

El consumo de papel sigue presentando una tendencia decreciente, reducción que está relacionada con el cambio de los clientes a la factura electrónica. Internamente, a las campañas realizadas de racionalización de papel se sumó la iniciativa de instalar impresoras multifuncionales, que registran el número de impresiones por área. Esto permite realizar un seguimiento y control de los consumos para evitar el desperdicio.

7. DIMENSIÓN SOCIAL

DIMENSIÓN SOCIAL

Impacto Social

Telefónica desarrolla su operación de acuerdo con el marco de la gestión de los impactos y las oportunidades que se derivan de su actividad, y con la claridad acerca de su carácter de ciudadano corporativo, lo cual implica ir más allá de ser un elemento activo de la economía de los países donde opera.

La compañía busca ser un actor clave en la transformación de las sociedades, ya sea impulsando la búsqueda de nuevas formas de hacer las cosas con la innovación social; fortaleciendo las capacidades de los emprendedores y facilitando los recursos para su desarrollo; poniendo a disposición de las sociedades su experiencia, infraestructura y servicios para aportar a la solución de problemas cotidianos o generando oportunidades de crecimiento profesional y personal para sus colaboradores.

La compañía asumió este desafío con procesos de acompañamiento integral a los colaboradores, en los que se brindaron herramientas para afrontar de manera efectiva los nuevos retos, así como con la implementación de un modelo de gestión del cambio y el despliegue de programas para consolidar los equipos de trabajo, impulsar el desarrollo de las personas y contribuir al logro de los objetivos del negocio.

EMPLEADOS

La cultura corporativa es considerada una fuente importante de valor en las empresas, aquello que las distingue ante sus grupos de interés. En la base de esta cultura siempre están los empleados. En Telefónica Centroamérica, nuestros más de 7,420 profesionales (directos e indirectos) son una de las grandes palancas para crear una cultura que nos permita construir relaciones sostenibles con clientes, empleados, accionistas e inversores, comunidades y socios estratégicos.

De ahí la importancia del Índice de Clima y Compromiso, que mejora cada año. En 2012, Telefónica fue elegida por el instituto Great Place to Work como una de las 5 mejores compañías en Centroamérica y El Caribe para trabajar en el mundo y fue la única operadora de telecomunicaciones que apareció en el ranking regional.

Para una multinacional presente en 25 países, la diversidad es otro elemento clave para poder satisfacer las expectativas de unos clientes también diversos: un promedio del 50% en la región de nuestros profesionales son mujeres.

Nuestros profesionales en cifras

Las operaciones de Telefónica en Centroamérica contaron con 1,934 empleados directos y 8,044 indirectos, quienes fortalecieron sus capacidades y experiencia, al tiempo que participaron en la transformación estructural que construye una nueva organización más ágil, más líder, más digital.

| | 2011 | 2012 | Variación |
|------------|------|------|-----------|
| Directos | 1836 | 1934 | 5% |
| Indirectos | 5584 | 8044 | 44% |

Formación y gestión del talento

Para contar con un equipo comprometido con los objetivos corporativos es necesario inspirar sus actividades cotidianas con una visión y un propósito que les permita sentirse identificados y que los motive a participar activamente del logro de las metas comunes.

Para alcanzarlo, se imparten programas de formación y gestión, que se convierten en un diálogo con los colaboradores y tienen en cuenta sus expectativas, experiencias y opiniones.

Formación

Telefónica impulsa el crecimiento de sus colaboradores como ciudadanos digitales, capaces tanto de aprovechar las ventajas de una cultura de interacción como de respaldar la transformación que la organización ofrece a sus clientes y al país. En 2012 el reto fue estimular el desarrollo de comportamientos para fortalecer la cultura digital de los colaboradores mediante la promoción de herramientas colaborativas.

Se destinaron \$447.6 mil para el desarrollo de estas actividades, las cuales contaron con la participación del 99% de los empleados, quienes superaron al menos un curso en la plataforma virtual a+.

DIMENSIÓN SOCIAL

| País | % Mujeres Profesionales | No. De Colaboradores Discapacitados | No. Participantes Liderazgo Universitario | Monto (\$) destinado a capacitación |
|-------------|-------------------------|-------------------------------------|---|-------------------------------------|
| Guatemala | 12% | 4 | 2 | 150000 |
| El Salvador | 85% | 2 | 3 | 106296.32 |
| Nicaragua | 38% | 9 | 2 | 92850 |
| Costa Rica | 70% | 0 | 1 | 75000 |
| Panamá | 46% | 2 | 5 | 23540 |

Desarrollo profesional

Para la gestión del desarrollo profesional, Telefónica dispone de procesos de evaluación y formación que apoyan la identificación de metas importantes de los colaboradores y los equipos de trabajo, lo que facilita la integración de las labores con los objetivos estratégicos de la organización y asegura la traducción de lo planeado en resultados asertivos.

En este sentido se implementó la metodología de las cuatro disciplinas de F. Covey, orientada a fijar las MCI, Metas Crucialmente Importantes, para la formación de líderes y colaboradores a través de talleres. Así mismo, se adelantaron seguimientos al 100% de los empleados, con quienes se construyeron y consolidaron objetivos y metas claras de acción que permitirán el mejoramiento continuo del desempeño laboral, así como la promoción de sentido de pertenencia y la consolidación de Telefónica como el mejor lugar para trabajar.

Liderazgo

A partir del reconocimiento de los líderes como ejes centrales para el mejoramiento del desempeño laboral y para la consecución de las metas trazadas, durante el 2012 se llevaron a cabo actividades de formación en coaching y mentoring, con la participación de directivos de la compañía.

En estas actividades participaron 150 personas, a quienes se les entregaron herramientas de gestión de liderazgo propicias para el desarrollo de estrategias de motivación y comunicación entre los empleados.

Beneficios

Telefónica en Centroamérica pone a disposición de sus colaboradores una oferta de beneficios que permiten la conciliación entre la vida laboral y personal.

Estos beneficios van más allá de los beneficios legales y contractuales.

Además se realizan actividades de manera periódica y ofrecidas a la totalidad de colaboradores:

- Apostamos a tu desarrollo (capacitaciones)
- Cuidamos tu salud (Feria de la Salud, Jornadas Médicas)

- Te facilitamos la vida (préstamos)
- Aseguramos tu futuro (seguro de vida, seguros de gastos médicos, clínicas médicas)
- Tiempo para ti (días de asueto para padres de familia)
- Alimentamos tu gusto (doctor especializado en nutrición en clínicas médicas, comidas baja en grasa en cafetería)
- Momentos Telefónica (celebración Día del Niño, día de la Madre, día del Padre)

Entorno laboral saludable

Según recogen nuestros Principios de Actuación, "ofrecemos a nuestros empleados un entorno laboral seguro. Para ello se establecen los mecanismos adecuados para evitar accidentes, lesiones y enfermedades laborales que estén asociadas con nuestra actividad profesional, a través del cumplimiento estricto de todas las regulaciones normativas, la implantación de procedimientos de trabajo seguro, la formación y la gestión preventiva de los riesgos laborales".

Esto implica la integración de la Seguridad y Salud en el trabajo en todas las decisiones y actividades de la Compañía. Con ello, en Telefónica, hemos conseguido mejorar el bienestar (físico, mental y social) y la calidad de vida en el trabajo, por medio de la promoción de la salud y el desarrollo seguro de los trabajos.

En 2012, la Oficina de Principios de Actuación de Telefónica continuó impulsando el Proyecto "Seguridad, Salud y Bienestar" para favorecer el desarrollo de la Prevención de Riesgos Laborales en las diferentes regiones en las que operamos, promoviendo además, la observación y cumplimiento de los estándares internacionales en la materia.

El objetivo es conseguir la asimilación de procedimientos e instrucciones, además de la divulgación de "buenas prácticas" en todos los mercados.

En lo que respecta a la siniestralidad laboral, seguimos profundizando en el análisis de las causas de los accidentes, para implantar procedimientos y medidas para que no vuelvan a repetirse.

DIMENSIÓN SOCIAL

En el ámbito de la Salud Laboral, los reconocimientos médicos preventivos garantizan la aptitud médica de los trabajadores para el correcto desempeño de sus tareas.

Los empleados pueden visitar gratuitamente la clínica médica instalada dentro de las oficinas administrativas para sus problemas de salud. Además, constantemente se le envía información relacionada sobre centros médicos, consejos para su salud, actuación ante un infarto, dietas, etc.

Reconocimiento

Premiar a los empleados por su compromiso y reconocer su aportación es básico para involucrarles en el futuro de la empresa y alcanzar los objetivos en equipo.

Plan de Acciones

En Telefónica contamos con un Plan Global de Compras de Acciones para Empleados que en su primera edición fue suscrito voluntariamente por más de 42.000 profesionales de 20 países.

Ante esta aceptación, en septiembre de 2012 pusimos en marcha la segunda edición del plan, que permite invertir desde un mínimo de 25 euros hasta un máximo de 100 euros mensuales. Si el profesional mantiene las acciones compradas durante otro año, recibe como recompensa una acción adicional por cada una adquirida.

De este modo, damos a nuestros profesionales la oportunidad de participar en el aspecto más tangible del crecimiento de la empresa: su capital social. Para Telefónica, esta iniciativa es una forma de reconocer la importancia del equipo en los éxitos de la compañía, y de hacer coincidir los intereses de accionistas y empleados.

El Plan Global de Compra de Acciones para Empleados ha obtenido el premio al "Best International Share Plan", entregado por la IFS Pro Share Awards 2010 en Londres y el premio a la "Innovación y Mejores Prácticas en Recursos Humanos 2010", otorgado por el Instituto Conocimiento & Dirección en México.

Empleados comprometidos con la sociedad

El Voluntariado Corporativo se ha convertido en los últimos años en un eje de gran interés empresarial en el que confluyen las necesidades de la sociedad actual y las inquietudes de los trabajadores, que desean que sus habilidades profesionales y personales ayuden a contribuir a la resolución de diferentes problemas sociales. En Telefónica contamos con un amplio programa de voluntariado corporativo gestionado por Fundación Telefónica. Su ámbito es de carácter internacional y está abierto a todos los profesionales. En la actualidad, cuenta con cerca de 27.000 voluntarios.

Durante el 2012, en Centroamérica con la participación de 755 Voluntarios Telefónica inscritos se llevaron a cabo 96 actividades formativas, de recreación y mejora de infraestructura impactando en el desarrollo de las comunidades participantes.

Las acciones de Voluntarios Telefónica se realizan en el marco de la innovación social de Fundación y sus líneas de acción, favoreciendo a distintos públicos: niños atendidos por el programa Proniño, discapacitados y niños/niñas en general. Desde Voluntarios Telefónica se promueven actividades de voluntariado atractivas, ya sean organizadas desde la empresa o propuestas por los propios profesionales, y que pueden realizarse tanto fuera como dentro de la jornada laboral.

Otros datos de interés:

Horas donadas: 9,822
Voluntarios Formados: 135
Proyectos regionales: 2 (Vacaciones Solidarias y Día Internacional del Voluntario Telefónica)

Con este programa se consigue que los empleados sean los verdaderos protagonistas de la acción social de la Compañía y su implicación les permite desarrollar nuevas facetas y habilidades personales y creativas. Además, conseguimos fortalecer los lazos entre los profesionales de diferentes países a través de una verdadera "red solidaria" así como motivarles y reforzar sus sentimientos de orgullo y pertenencia a Telefónica.

DIMENSIÓN SOCIAL

Fundación Telefónica_

En el 2005 Fundación Telefónica inicia sus Programas Sociales en Centroamérica (Guatemala, El Salvador, Nicaragua y Panamá; Costa Rica inicia a finales del 2012) y a lo largo de estos años, la intervención se ha fortalecido gracias a la experiencia y respaldo de Telefónica, mostrando cada vez más, mayor compromiso con sus beneficiarios e innovando para llevar a la sociedad la nueva cultura digital.

Con el fin de contribuir e impactar positivamente en la sociedad, desde sus inicios, Fundación Telefónica ha buscado contribuir con la protección de los derechos de los niños, niñas y adolescentes, específicamente con el cumplimiento de lo pactado en la Hoja de Ruta para lograr la eliminación de las peores formas de trabajo infantil para el 2016.

La intervención se ha basado en brindar acceso a la educación a niños, niñas y adolescentes en situación o riesgo de trabajo infantil (TI) y con la mejora de la calidad educativa a través de distintas acciones que involucran también, a la comunidad educativa.

Teniendo en cuenta el impacto que las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) han tenido en la sociedad, Fundación Telefónica se apoya en el gran conocimiento que tiene la compañía para promover la formación de docentes en tendencias y oportunidades que caracterizan a la nueva cultura digital.

En este capítulo se presenta la relación que existe entre los compromisos de Telefónica con la sociedad, específicamente en su intervención en materia de derechos humanos: protección al niño, niña y adolescente de trabajos peligrosos y en el acceso a la educación. La intervención es desarrollada por la Fundación Telefónica a través de distintas líneas de actuación:

Trabajo Infantil:

Fundación Telefónica tiene como estrategia de intervención el acceso a la educación de niños, niñas y adolescentes (nna) en situación o riesgo de trabajo infantil y en situaciones vulnerables.

De esta manera sus acciones se centran en desarrollar: *a)* programas orientados a docentes que promuevan metodologías innovadoras de enseñanza – aprendizaje, *b)* programas orientados a nna que les permitan desarrollar habilidades para diseñar y llevar a cabo un proyecto de vida y *c)* acciones que se realizan también con el resto de la comunidad educativa (padres, líderes comunitarios) de tal manera que todos los públicos estén alineados y se coordinen para que desde el nivel local se pueda aumentar la escolaridad de los nna y con esto se impacte directamente en los indicadores de la lucha contra la pobreza y deserción escolar.

Así también, se refleja el compromiso con la erradicación del trabajo infantil y esto se hace a través de acciones que se enmarcan en la movilización de políticas públicas teniendo como referencia los Convenios 138 y 182 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el principio cinco del Pacto Global en el cual "las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil" y naturalmente la legislación nacional del país.

Para llevar a cabo dichas acciones se tienen en cuenta estos elementos:

1. La atención directa de 72,946 niños, niñas y adolescentes a través del programa Proniño, con el cual se escolariza a dicha población, haciendo una inversión equivalente a 10 millones de dólares.
2. La movilización de políticas públicas y la gestión del conocimiento desarrollando conjuntamente con el Estado, publicaciones y documentos que permiten evidenciar información actualizada de la situación del trabajo infantil y la educación en el país.

Otros datos de interés en el 2012:

Escuelas atendidas: 1,101
Organizaciones Aliadas: 12 ONGs
Publicaciones sobre trabajo infantil y educación: 3
5 países: Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá

DIMENSIÓN SOCIAL

Educación:

En la línea de brindar el acceso a la educación a niños, niñas y adolescentes en situación de trabajo infantil y en situaciones vulnerables, Fundación Telefónica apoya la continuidad educativa de niños y adolescentes y el emprendimiento laboral de los jóvenes.

Un elemento diferenciador es que se tiene como pilar para mejorar la calidad de la educación, la Innovación, desde la cual se abordan los proyectos educativos que buscan implantar modelos pedagógicos de calidad, promoviendo el trabajo colaborativo en red entre sus distintos públicos (niños/niñas, adolescentes, jóvenes y docentes).

La reducción de la brecha digital es otro elemento diferenciador de la intervención de Fundación Telefónica, teniendo en cuenta la experiencia y conocimiento de Telefónica, a través de proyectos que ponen a disposición de la sociedad las tecnologías de la información y las comunicaciones, específicamente para docentes con el desarrollo de módulos de formación virtuales y presenciales.

A lo largo del 2012 se formó a 1,643 docentes en alfabetización digital, innovación y tecnologías de la información y comunicación (TICs) desarrollando a la vez habilidades en el uso y manejo de información y nuevas metodologías de enseñanza dentro y fuera del aula; a la vez, se ha impactado también en 65,221 niños y niñas con el uso de las TICs.

8. DERECHOS HUMANOS

DERECHOS HUMANOS

Compromiso con los derechos humanos_

El análisis global del impacto de la actividad de Telefónica en derechos humanos permite poner de relieve los riesgos y oportunidades incorporándolos en su estrategia empresarial y objetivos de Sostenibilidad.



Hoja de ruta del Proyecto en 2012

Abril-mayo

Preparación y evaluación corporativa

- Evaluación interna de políticas
- Calibración de herramientas
- Talleres introductorios

71
derechos identificados

15
temas prioritarios identificados

Junio-sept.

Evaluación local

- Examen inicial de políticas
- Valoración local con grupos de interés internos y externos

300
documentos de relevancia

Octubre-nov.

Análisis y priorización

- Análisis y principales conclusiones
- Alineamiento con las prioridades clave

200
personas involucradas

200
temas evaluados

Noviembre-dic.

Hoja de Ruta Estratégica y entregables

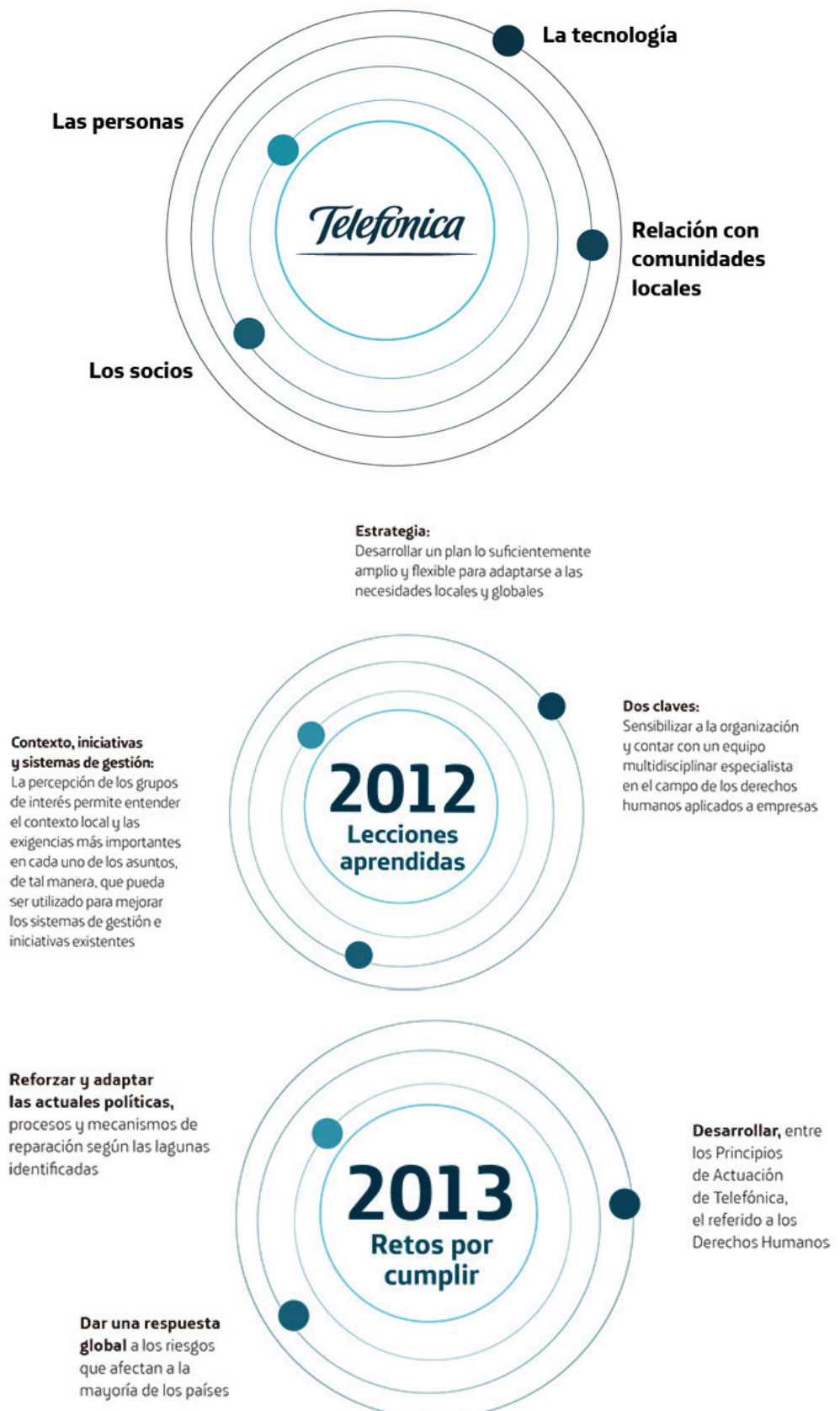
- Objetivos
- Estrategias
- Recomendaciones sobre los siguientes pasos

32
informes y presentaciones locales

1
presentación corporativa

9
informes transversales

DERECHOS HUMANOS



DERECHOS HUMANOS

El respeto y compromiso de Telefónica con los derechos humanos está recogida en sus Principios de Actuación, vigentes desde 2006 para todo el Grupo. Además, como miembro del Pacto Mundial de Naciones Unidas, ha adquirido el compromiso de respetarlos y protegerlos de acuerdo a sus Diez Principios.

La Compañía está convencida de que la gestión global de los derechos humanos es clave en su estrategia de Sostenibilidad. Esta creencia se fundamenta en tres puntos:

- Telefónica es una operadora global con presencia en 24 países. Incluyendo Centroamérica.
- En la actualidad, la revolución digital convive con una demanda creciente hacia las empresas para que profundicen en su responsabilidad en el ámbito de los derechos humanos. En esta situación, adquieren una mayor relevancia aquellos relacionados con el sector. Como ejemplos, puede citarse la libertad de expresión, la privacidad o la restricción de contenidos.
- Desde 2006, conforme a los Principios de Actuación de Telefónica, el Grupo ha desarrollado numerosas líneas de acción en el ámbito de derechos humanos. Se hacía necesaria una visión transversal y uniforme que permitiese evaluar su impacto.

En el año 2012, aprovechando el marco único que ofrecen los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos⁽¹⁾, Telefónica se marcó el objetivo de tener una visión homogénea del impacto de su actividad.

Análisis global

Para la implantación de los Principios Rectores, Telefónica ha definido un proceso formal que facilita la gestión proactiva de los riesgos y el aprovechamiento de las oportunidades, a través de la participación activa de sus principales grupos de interés.

Para ello, con el apoyo externo de *Business for Social Responsibility* (BSR)⁽²⁾, la Compañía llevó a cabo una evaluación global de su impacto en materia de derechos humanos. Estos fueron sus objetivos:

- Sensibilizar a la organización y desarrollar conocimiento y experiencia interna basándose en equipos multidisciplinares.
- Obtener una visión global de las repercusiones de su actividad, lo que permite identificar riesgos y oportunidades, tanto a nivel corporativo como local.

Entre los hallazgos, para Centroamérica, podemos resaltar la experiencia por su política de no discriminación y varios sistemas implantados demuestran un gran desempeño en la promoción de las trabajadoras indígenas dentro de la organización. Prueba de esto último es la contratación en los centros de atención de mujeres de origen criollo, misquito y garífuna en la Costa Caribe.

Su posición con las comunidades locales

Presente en 24 países, la Compañía es líder a nivel internacional en provisión de soluciones de comunicación, información y entretenimiento. Por eso tiene en cuenta el importante papel de la innovación tecnológica para el logro de ventajas competitivas sostenibles, y también su capacidad para generar impactos positivos en la comunidad mediante respuestas innovadoras. Con la aplicación de sus productos, servicios y experiencia, Telefónica busca la cercanía a las necesidades locales más importantes, guiada por el respeto a los derechos humanos.

A través de los programas de Fundación Telefónica se ha demostrado, en el 100% de los países evaluados, que la Compañía apoya y potencia el acceso a la educación (ver el capítulo dedicado a la Fundación en este Informe). En el 75% de ellos se han establecido programas de innovación social de las TIC que dan apoyo a jóvenes, personas mayores, personas con discapacidad y consumidores con bajos ingresos.

(1) Los Principios Rectores sobre las Empresas y Derechos Humanos, aprobados por unanimidad en 2011, suponen la puesta en práctica del marco de Naciones Unidas para "proteger, respetar y remediar".

(2) <http://www.bsr.org/>

9. INDICADORES TELEFÓNICA

INDICADORES TELEFÓNICA

Indicadores globales Telefónica_

Aspectos económicos

| | Unidad | 2010 | 2011 | 2012 | % Var. |
|---|------------------|--------|--------|--------|--------|
| Ingresos de Telefónica | Mill. de dólares | 78.021 | 80.719 | 80.101 | -0,8% |
| Innovación tecnológica | Mill. de dólares | 6.184 | 6.540 | 7.413 | 13,4% |
| Aportaciones fiscales(1) | Mill. de dólares | 16.563 | 17.686 | 17.735 | 0,3% |
| Gastos salariales totales | Mill. de dólares | 10.802 | 14.233 | 11.008 | -22,7% |
| Inversión en infraestructuras | Mill. de dólares | 13.930 | 13.134 | 12.150 | -7,5% |
| Volumen de compras adjudicado | Mill. de dólares | 34.463 | 35.063 | 35.914 | 2,4% |
| Inversión en I+D | Mill. de dólares | 1024 | 1263 | 1.377 | 9,1% |
| Proveedores locales | % | 87,5% | 90,2% | 85,6% | -5,1% |
| Número de empleados despedidos por incumplimiento de los Principios de Actuación | Unidades | 7 | 5 | 2 | -60,0% |
| Número de incidentes de corrupción investigados por la Oficina de Principios de Actuación | Unidades | 5 | 2 | 1 | -50,0% |
| Empleados formados en Principios de Actuación(2) | % | 59,7% | 48,4% | 63,43% | 31,2% |
| Número de auditorías realizadas a proveedores de riesgo | Unidades | 1.163 | 1.773 | 1.244 | -29,8% |

Aspectos sociales

| | Unidad | 2010 | 2011 | 2012 | % Var. |
|-------------------------------------|------------------|---------|---------|---------|--------|
| Plantilla total física | Personas | 285.106 | 291.004 | 133.263 | -54,2% |
| Plantilla fija | Personas | 231.124 | 238.783 | 126.123 | -47,2% |
| Índice de absentismo(3) | Días | 5.560 | 4.436 | 5.569 | 25,5% |
| Número de horas de formación | Miles de horas | 13.052 | 17.438 | 3.912 | -77,6% |
| Mujeres en plantilla | % | 51,5% | 53,9% | 37,9% | -29,7% |
| Mujeres directivas | % | 16,8% | 19,1% | 19,3% | 1,0% |
| Número de personas con discapacidad | Personas | 1.610 | 1.568 | 1.065 | -32,1% |
| Total inversión social (LBG) | Miles de dólares | 169.511 | 184.027 | 203.041 | 10,3% |
| Horas de voluntariado | Horas | 109.796 | 112.943 | 188.951 | 67,3% |

Aspectos medioambientales

| | Unidad | 2010 | 2011 | 2012 | % Var. |
|---|------------------|-----------|-----------|-----------|--------|
| Despliegue de red responsable | | | | | |
| Adecuaciones de impacto visual | Unidades | n/a | 488 | 677 | 38,7% |
| Infraestructuras compartidas | Unidades | 26.781 | 27.989 | 33.013 | 17,9% |
| Mediciones de campos electromagnéticos | Unidades | 14.315 | 15.571 | 16.585 | 6,5% |
| Inversión y gasto en medio ambiente | Miles de dólares | 30.262 | 15.626 | 42.417 | 171,5% |
| Consumo de recursos | | | | | |
| Total consumo de papel (incluye facturas) | Toneladas | 15.243 | 13.672 | 11.856 | -13,3% |
| Número de clientes con factura electrónica | Miles | n/d | n/d | 17.491 | -- |
| Consumo de agua | m3 | 4.003.984 | 4.197.800 | 5.602.572 | 33,5% |
| Residuos | | | | | |
| Total residuos gestionados | Toneladas | 29.461 | 24.024 | 30.410 | 26,6% |
| Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (internos) | Toneladas | 2.082 | 2.690 | 1.309 | -51,3% |
| Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (clientes) | Toneladas | 1.644 | 1.700 | 1.134 | -33,3% |

Inventario de energía y CO2 (4) (5) (6)

| | Unidad | 2010 | 2011 | 2012 | % Var. |
|--|-----------------|-----------|-----------|-----------|--------|
| Energía | | | | | |
| Consumo combustible flotas (gasolina y diésel) | Miles de litros | 24.696 | 23.407 | 18.404 | -21,4% |
| Consumo biocombustible flotas (etanol y biodiésel) | Miles de litros | 1.640 | 928 | 758 | -18,3% |
| Consumo gasóleo operaciones y oficinas | Miles de litros | 18.301 | 17.559 | 18.227 | 3,8% |
| Consumo gas natural operaciones y oficinas | Nm3 | 6.618.637 | 5.273.932 | 5.328.936 | 1,0% |
| Consumo eléctrico operaciones | MWh | 5.106.693 | 5.229.432 | 5.210.667 | -0,4% |
| Consumo eléctrico oficinas | MWh | 770.956 | 767.035 | 669.920 | -12,7% |
| Generación y compra de energía renovable | MWh | 682.142 | 748.086 | 897.974 | 20,0% |
| Emisiones de GEI | | | | | |
| Emisiones directas (Alcance 1) | tCO2eq(7) | 128.582 | 120.392 | 109.708 | -8,9% |
| Emisiones indirectas (Alcance 2) | tCO2eq | 1.569.658 | 1.613.036 | 1.642.455 | 1,8% |
| Otras emisiones indirectas (Alcance 3)(8) | tCO2eq | 45.846 | 45.563 | 36.995 | -18,8% |
| Emisiones evitadas(9) | tCO2eq | 251.369 | 282.156 | 311.753 | 10,5% |
| Emisiones totales | tCO2eq | 1.744.086 | 1.778.990 | 1.789.158 | 0,6% |

(1) Esta cifra difiere de la publicada en el apartado Telefónica como motor de progreso en las comunidades en que está presente por expresarse aquí bajo el criterio de devengo contable y no bajo el criterio de caja.

(2) En los datos de empleados formados en Principios de Actuación no se incluyen los trabajadores de Atento.

(3) Tasa de absentismo (AR). AR = (nº total de días perdidos, por ausencia, durante el periodo / nº total de días trabajados por el colectivo de trabajadores durante el mismo periodo) x 200.000.

(4) Revisión realizada por Aenor.

(5) Inventario basado en ISO 14.064, GHG Protocol & ITU-T L.1420.

(6) Datos de energía y emisiones 2011 verificados en 2012. Datos de energía y emisiones 2012 en proceso de verificación.

(7) CO2eq = CO2, CH4 & N2O.

(8) Otras emisiones indirectas debidas a viajes de trabajo y consumo de combustible en flota de empresas colaboradoras.

(9) Emisiones evitadas gracias a la generación y compra de energía renovable.

11.

REFERENCIAS DEL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS

REFERENCIAS DEL PACTO MUNDIAL DE NACIONES UNIDAS

Derechos humanos

| | | |
|--------------------|--|--|
| Principio 1 | Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia. | Código ético de Telefónica: Principios de Actuación.....22 Fundación Telefónica.....37 La Sostenibilidad15 |
| Principio 2 | Las empresas deben asegurarse de que sus compañías no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos. | Derechos Humanos.....39 |

Normas laborales

| | | |
|--------------------|--|--|
| Principio 3 | Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva. | Principios de Actuación22 |
| Principio 4 | Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción. | Clima laboral, conciliación y compromiso.....34 Entorno laboral saludable35 |
| Principio 5 | Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil. | Fundación Telefónica.....37 |
| Principio 6 | Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación. | Empleados34 |

Medio ambiente

| | | |
|--------------------|--|-------------------------|
| Principio 7 | Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente. | Medio ambiente.....32 |
| Principio 8 | Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. | Derechos Humanos.....39 |
| Principio 9 | Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente. | Derechos Humanos.....39 |

Anticorrupción

| | | |
|---------------------|--|--|
| Principio 10 | Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno. | Código ético de Telefónica: Principios de Actuación.....22 |
|---------------------|--|--|



Telefónica

Costa Rica
Guatemala
El Salvador
Nicaragua
Panamá

Fundación Telefónica

Costa Rica
Guatemala
El Salvador
Nicaragua
Panamá

Informe Anual de Sostenibilidad Corporativa 2012

El presente informe está disponible en los sitios web:

www.movistar.cr
www.telefonica.com.gt
www.telefonica.com.sv
www.movistar.com.ni
www.telefonica.com.pa

Como empresa firmante del Pacto Global de las Naciones Unidas, también está publicado en:

www.unglobalcompact.org

Para mayor información sobre este Informe, puede contactarnos al área de Comunicación y Responsabilidad Corporativa:

| | |
|-------------|----------------|
| Costa Rica | +506 4100-9825 |
| Guatemala | +502 2379-7605 |
| El Salvador | +503 2257-4362 |
| Nicaragua | +505 8880-9999 |
| Panamá | +507 378-7563 |

Perfil de Telefónica en Centroamérica

A través de una gestión responsable, contribuimos año tras años al desarrollo sostenible de nuestro país.

- Más de 1830 personas trabajan directamente con nosotros y construyen este gran proyecto en Centroamérica.
- Adjudicamos 570 millones de dólares a 1,256 proveedores, de los cuales el 65% son proveedores locales.
- Ofrecemos soluciones de comunicación a más de 9,983 millones de clientes activos quienes han depositado su confianza en nosotros a través de la marca Movistar con un Índice de Satisfacción de Cliente promedio de 8.54.
- Generamos riqueza por valor de 1,860.64 millones de dólares aportando a la movilización de la economía Centroamericana.
- Estimamos que aportamos con nuestros ingresos al PIB Centroamericano: El Salvador 0.7%, Costa Rica 0.1%, Guatemala 0.5%, Nicaragua 2.5% y Panamá 0.6%.
- 41% de los empleados están inscritos en el programa Voluntarios Telefónica. El programa cerró la gestión 2012 con 135 voluntarios formados y 9,822 horas de labor social.
- Elegidos entre las cinco mejores empresas para trabajar en Centroamérica y el Caribe, según el estudio de Great Place to Work. Fuimos la única operadora de telecomunicaciones que apareció en el ranking regional.
- 72,946 niñas, niños y adolescentes de Centroamérica están en un aula de clase, gracias al aporte de Fundación Telefónica, con una inversión directa equivalente a 10 millones de dólares durante el 2012.
- Somos empresa firmante del Pacto Global de las Naciones Unidas.



Telefónica



Telefónica
FUNDACIÓN