

**2012**  
Informe de  
Sostenibilidad  
Corporativa

**Telefónica México**

Reconocimientos que avalan la gestión empresarial y social de Telefónica

Índice

Reconocimiento Institución que otorga	Descripción
Empresa Saludablemente Responsable  Gobierno del Distrito Federal	Telefónica recibió, como parte del Consejo Empresarial de Salud y Bienestar, el reconocimiento del Gobierno del Distrito Federal por promover iniciativas que mejoran la salud del capital humano e incrementan su productividad y bienestar, fomentando la prevención. Gracias al liderazgo en la ejecución de estas iniciativas se favorece a más de 3 mil colaboradores.
Ética y Valores en la Industria 2012  Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN)	CONCAMIN en coordinación con la Fundación Mexicana para la Innovación y Transparencia de Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa (FUNTEC) acreditó el cumplimiento de Telefónica en los ejes estratégicos de las empresas comprometidas con la sociedad: calidad de vida en la empresa; ética empresarial; relación con la comunidad; comunicación y promoción del consumo responsable; y vinculación con el medio ambiente.
Decimotercera multinacional con el mejor entorno laboral  Great Place to Work Institute	Desde la primera edición en 2011, Telefónica ascendió cuatro posiciones en la Lista Mundial Best Workplaces 2012 colocándose en el lugar 13. Con su certificación y calificación en el ranking nacional, las oficinas de Grupo Telefónica en México favorecieron que la empresa, a nivel global, calificara en el ranking mundial.
Decimoprimer mejor empresa para trabajar en el sector de las Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones  Great Place to Work Institute México	Gracias a la práctica de acciones que promueven la confianza entre sus colaboradores, la compañía logró obtener por quinta ocasión este reconocimiento.
Decimoctava mejor empresa para trabajar en México  Great Place to Work Institute	Telefónica se colocó en el lugar 8 de los mejores lugares para trabajar en México en 2012.
Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial 2012, en la categoría de preservación y cuidado del medio ambiente  Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)	El Sistema de Gestión Integral de Telefónica, basado en estándares internacionales ISO-14001/9001 fue premiado por contribuir a la conservación del medio ambiente ya que contempla el cumplimiento legal de las políticas enfocadas al mismo, mejora en el diseño, operación y mantenimiento.
Empresa Socialmente Responsable 2012  Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)	Telefónica obtuvo por noveno año consecutivo el Distintivo Empresa Socialmente Responsable. El distintivo atiende a prácticas y programas que reiteran el compromiso de la compañía con el desarrollo económico, social y medioambiental del país. Así como la gestión que involucra a todos sus grupos de interés.

Premios y distinciones

Cartas de los presidentes 04

Principios de elaboración del Informe 06

Hitos 07

Matriz de materialidad 12

La sostenibilidad, herramienta de creación de valor 13

Dimensión económica

Motor de desarrollo global 15

Motor de progreso local 18

Gobierno corporativo 20

Principios de Actuación 22

Relación con nuestros clientes 24

Protección de datos y privacidad 26

Buen uso de Internet para la infancia 31

Sostenibilidad en la cadena de suministro 43

Dimensión ambiental

La gestión ambiental en Telefónica 32

Dimensión social

Nuestros colaboradores 36

Inclusión digital 40

Proyectos sociales 42

Grupos de interés 46

Indicadores de gestión 48

Informe de Progreso del Pacto Mundial 50

Retos 2013 54

Tablas GRI 57



# Carta Presidente

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.



# Carta Telefónica México

## A nuestros grupos de interés:

Nos complace presentar el Informe Anual de Sostenibilidad de Telefónica México 2012, que ofrece un panorama integral sobre el desempeño que la empresa ha tenido en relación a la creación valor agregado en cada una de las acciones emprendidas en el año 2012.

El presente informe ha sido realizado con base en la guía de criterios e indicadores establecidos por el Global Reporting Initiative (GRI - G3.1) lo cual da fe de la transparencia de nuestra gestión en todas nuestras operaciones y el estándar AA1000-AS. Este documento que hemos venido realizando desde hace ocho años, representa nuestro compromiso voluntario hacia cada uno de nuestros grupos de interés; lo que se ve reflejado en nuestro código ético, es decir nuestros Principios de Actuación.

Telefónica México apoya y promueve de forma continua los diez principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, y demostramos nuestro compromiso hacia esta iniciativa con nuestra activa participación en la Red del Pacto Mundial México. Para Telefónica México ser parte de dicha red ha permitido tener un panorama más amplio sobre las necesidades que esperamos a cubrir en la operación diaria de la empresa.

Para Telefónica es de vital importancia identificar y gestionar los riesgos desde la perspectiva económica, ambiental y social, para lograr ofrecer servicios de calidad que permitan el desarrollo sostenible del país.

Telefónica impulsa el desarrollo del país trabajando por la reducción de la brecha digital, invirtiendo para mejorar e incrementar la capacidad y cobertura 2G y 3G, así como el desarrollo de LTE. A través de su marca comercial Movistar continúa esforzándose en cubrir las necesidades de nuestros clientes de forma integral y responsable lo cual se refleja en el índice de satisfacción al cliente subió de 8.67 en diciembre 2011 a 8.77 al cierre de 2012. En este sentido, según la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) somos la compañía de telefonía móvil con el menor número de quejas por cada 100 mil suscriptores y hemos sido certificados por la COFETEL como la empresa con la mejor calidad de red . Como consecuencia, tenemos más de 20 millones de clientes y generamos ingresos que representan durante 2012 el 0.2% del PIB Nacional.

En materia medioambiental, obtuvimos el certificado por octavo año consecutivo del sistema de gestión ambiental de la empresa conforme a la ISO 14001. Adicionalmente, el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) reconoció a Telefónica como una "mejor práctica de RSE", en la categoría de preservación y cuidado del medio ambiente. En alianza con la Organización de la Sociedad Civil Reforestemos México, se reforestaron 1.2 hectáreas y se plantaron mil 200 árboles en Zinacantan, Estado de México. Contribuimos a la solución del problema del cambio climático aumentando la eficiencia energética y gestionando adecuadamente los impactos de nuestra operación.



En materia social, Fundación Telefónica sigue trabajando para contribuir a mejorar la vida de las personas y favorecer el progreso social a través de las TIC. Enfocada principalmente a contribuir a erradicar el trabajo infantil a través del acceso a una educación de calidad, es la única iniciativa privada en América Latina con este objetivo y que alinea su estrategia a las Metas del Milenio. Durante su gestión en 2012 cuenta con cerca de 40 mil 257 niños beneficiarios en los programas que se operan.

De igual forma y en reconocimiento a nuestra labor, el Cemefi nos otorgó por noveno año consecutivo el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR), recibimos por parte de la CONCAMIN (Confederación de Cámaras Industriales de México) el Premio Ética y Valores en la Industria, y obtuvimos el reconocimiento de Empresa Saludablemente Responsable por parte del Gobierno del Distrito Federal.

Fuimos la decimotercera multinacional con el mejor entorno laboral según el Great Place to Work Institute, la decimoprimer mejor empresa para trabajar en el sector de las Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones según la misma institución y la decimotava mejor empresa para trabajar en México. En este sentido, sumamos a nuestro propio desarrollo a nuestros proveedores aliados, a través de capacitaciones, evaluación y mejora constante de su gestión.

Invitamos a nuestros lectores a que nos hagan llegar sus comentarios, dudas e inquietudes sobre lo reflejado en este informe para poder atenderlos.

Finalmente, en nombre del equipo de Telefónica México, nuestros empleados y Miembros de Consejo, queremos agradecer su interés por contribuir al desarrollo de nuestra empresa y del país.

Atentamente,

Santiago Fernández Valbuena Presidente Telefónica Latinoamérica  
Francisco Gil Díaz, Presidente de Telefónica México

El Informe

Principios de Elaboración

Por séptimo año consecutivo presentamos el Informe de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad de Telefónica México en el que damos cuenta de la gestión de la compañía durante 2012. El documento responde a los parámetros establecidos por la Guía 3.1 del Global Reporting Initiative (GRI), incorpora los lineamientos de la norma AA1000 AS del Institute of Social and Ethical Accountability y describe el avance en el compromiso con los Diez Principios del Pacto Mundial. Con esta publicación buscamos mantener un diálogo abierto y transparente con los grupos de interés.

Para garantizar un contenido equilibrado y cabal del desempeño de la organización, se siguen los estándares de materialidad y relevancia de la información, inclusividad de los grupos de interés, exhaustividad de los indicadores reportados y se proporciona un contexto de sostenibilidad. Además, la memoria refleja un razonable desempeño, al incluir aspectos positivos y negativos de la gestión, así como una comparabilidad de los datos anuales a partir de tablas. La información presentada es clara, precisa, relevante y verificada externamente.

El Informe incluye a las empresas de Telefónica en México, así como los principales logros de Fundación Telefónica. Dado que Atento fue vendida en noviembre de 2012, no la incluimos en la sección de empleados a fin de presentar una foto más realista del cierre del ejercicio que permita una comparación el año siguiente. No obstante, dado que Atento ha pertenecido al Grupo durante la mayor parte del periodo reportado, hay indicadores financieros que sí incluyen a esta empresa para poder hacer ratios con sentido.

En la recopilación de la información cuantitativa y cualitativa de este informe han participado todas las direcciones y se han utilizado herramientas y desarrollos informáticos como el eSIF para temas de

empleados y Credit360 para asuntos de clientes, comunidad y medio ambiente. Esto permite el análisis y la comparabilidad, y facilita la verificación interna y externa de los datos. Los datos económicos y financieros proceden de las mismas fuentes que se incluyen en el Informe Financiero 2012 global, auditado por Ernst&Young.

Para referirse a la compañía a nivel mundial se utilizan los términos de Compañía y el Grupo. Para mencionar a la operación en México, se usan los conceptos de empresa, compañía y Telefónica.

Después de las cartas de nuestros máximos representantes institucionales, se presentan la valoración y cumplimiento de los hitos y retos asumidos, el análisis de materialidad para identificar los temas más relevantes para este documento, así como el posicionamiento estratégico y estructura de la empresa en dicha materia. A continuación, se muestra la magnitud de la evolución de los aspectos materiales, en el contexto mexicano.

Posteriormente presentamos el Informe desde la perspectiva de la triple cuenta de resultados aportando información e indicadores de gestión de los avances más significativos de la compañía en materia de sostenibilidad económica, medioambiental y social. Para una rápida representación cuantitativa de la evolución de los aspectos materiales, se ofrece una tabla con la evolución de los indicadores básicos (KPIs) con comparabilidad anual.

Por último, se incluye la Comunicación sobre el Progreso de los Principios del Pacto Mundial, las tablas GRI y la carta de verificación externa a cargo de Ernst&Young.

Hitos

Responsabilidad Corporativa Hito	Descripción de las principales acciones para cumplir el objetivo	Cumplimiento
Principios de Actuación Publicar al menos una política enfocada al cumplimiento de los Principios de Actuación, con foco especial en el respeto a la integridad.	Se publicó la “Política de aceptación de regalos, invitaciones y gastos de representación” con el objetivo de formalizar las reglas a seguir en pro de la transparencia e integridad.	100%
Distintivo Empresa Socialmente Responsable 2012 (ESR) Obtener el distintivo ESR otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi).	Por noveno año consecutivo Telefónica México obtuvo dicho distintivo gracias a la gestión destacada en cuatro ámbitos: ética empresarial, calidad de vida en la empresa, compromiso con la comunidad, y cuidado y preservación del medio ambiente.	100%
RepTrak Aumentar la percepción que los grupos de interés tienen de Telefónica México.	Al igual que todo el sector de telecomunicaciones, tuvimos un descenso en la percepción del público en general hacia nuestra marca.	0%

Fundación Hito	Descripción de las principales acciones para cumplir el objetivo	Cumplimiento
Presencia Fortalecer la imagen institucional de Fundación Telefónica (FT) mediante la difusión de sus actividades.	Se realizó y difundió el Encuentro Anual de Aulas FT; en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara se presentaron dos libros y una exposición.	100%
Aumentar en un 50% el conocimiento sobre FT en las organizaciones aliadas y relacionadas con el ámbito educativo y social.	Se consolidó una alianza con la Universidad Nacional Autónoma de México para la organización de eventos sobre educación.	100%
Acceso a la educación Incrementar el porcentaje de niños beneficiarios, incluyendo tanto a los trabajadores como a los que están en situación de riesgo de hacerlo.	El número de beneficiarios aumentó en 70%, se midió el porcentaje de menores trabajadores y se promovió la integración de escuelas en el Estado de Hidalgo.  Se firmó un acuerdo con el Estado de México para beneficiar a 5 mil niñas y niños que trabajan en basurales.	100%
Seguimiento al 10% de los egresados del programa Proniño con el objetivo de medir la eficacia del programa y obtener indicadores relevantes para su mejora.	Se obtuvieron estadísticas con relación a las inscripciones de los egresados de Proniño a la secundaria y se realizaron talleres de sensibilización.	100%
Continuar la sensibilización de la sociedad civil sobre la relevancia de erradicar del trabajo infantil.	En el marco del Día Mundial contra el Trabajo Infantil, se inauguró en el Distrito Federal la exposición “La Hora del Recreo” que muestra 16 historias de beneficiarios del programa Proniño.	100%
Lanzar, junto con la Dirección de Igualdad Laboral de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, la I Convocatoria Proniño para integrar a nuevas organizaciones de la sociedad civil al trabajo de FT.	El concurso fue ganado por la Fundación Dibujando un Mañana, quien atiende a niños trabajadores en basurales, según el acuerdo firmado con el Gobierno del Estado de México.	100%

Hitos

Fundación Hito	Descripción de las principales acciones para cumplir el objetivo	Cumplimiento
Presentar el listado de trabajo infantil en colaboración con la Dirección de Igualdad Laboral de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social	No se realizó debido a las elecciones presidenciales.	0%
Voluntarios Relanzar el programa de Voluntarios.	No se realizó por cambios en la organización de FT México.	0%
Lograr un posicionamiento de 30% entre los colaboradores.	Debido a cambios en la organización no se cuenta con información para realizar la comparativa.	N. A.
Celebrar el Día Internacional del Voluntario Telefónica en Distrito Federal, Guadalajara, Puebla y Monterrey el 5 de octubre; e involucrar en dicha celebración al menos al 20% de las direcciones.	Las ciudades participaron en las actividades realizadas para celebrar dicha fecha. Para el evento se movilizaron más del 20% de las direcciones de la empresa.	100%
Calidad educativa Identificar a la comunidad educativa a nivel nacional con FT, sus proyectos educativos y el Portal Global Educared, mediante tres acciones básicas: debates presenciales, capacitación anual y comunicación.	Se realizó la primera capacitación presencial anual con los participantes más destacados de AFT, en la que se formó en el uso pedagógico de las TIC, y se expusieron mejores prácticas y aprendizajes.  Se definieron los compromisos mutuos para el ciclo escolar 2012-2013 y la participación del Encuentro Internacional de Educación 2012-2013, generando sesiones de debate y reflexión para el trabajo en las escuelas.	100%
Mantener en las Aulas Fundación Telefónica el nivel de formación docente; dar seguimiento a sus logros y mejores didácticas de acuerdo a las certificaciones obtenidas.	Se dio una formación inicial en herramientas TIC a 147 figuras educativas de CONAFE en los estados de Campeche, Jalisco, Michoacán, Durango, Sinaloa y Sonora.	100%

Medio Ambiente Hito	Descripción de las principales acciones para cumplir el objetivo	Cumplimiento
Ampliar el programa de reciclaje de cartón y papel a Monterrey, Guadalajara y Puebla.	No fue posible ampliar este programa debido a cambios organizacionales.	0%
Mantener el programa de medición de emisiones electromagnéticas de las estaciones bases, con una revisión periódica anual de al menos 100 sitios.	No fue posible por retrasos en los procesos de licitación del proveedor.	0%
Aumentar la participación de los colaboradores en programas como Reforestamos México, basados en la sensibilización medioambiental.	Reforestamos México busca, por medio de FT, sensibilizar a los colaboradores sobre la importancia de mantener y proteger el medio ambiente.	No se dispone del dato debido a la pérdida de información

Hitos

Patrocinios Hito	Descripción de las principales acciones para cumplir el objetivo	Cumplimiento
Patrocinios Dirigir la estrategia de patrocinios a los ejes estratégicos, asegurando la mayor exposición de los mismos.	Activación de todos los proyectos ejecutados, a través de medios de comunicación, web, redes sociales y presencia en los eventos.	95%
Estándares de excelencia Asegurar la excelencia en la producción y resultados de todos los eventos internos y externos, superando la calidad esperada.	Se obtuvieron altos índices de satisfacción entre los clientes derivados del aprendizaje y mejora continua.	100%

Capital Humano Hito	Descripción de las principales acciones para cumplir el objetivo	Cumplimiento
Incrementar de 3 a 5 puntos porcentuales las dimensiones de Compromiso y Cultura que se miden anualmente en el ICL.	Incrementamos 3% en la dimensión referida a la relación y servicio que los empleados de Telefónica ofrecen a sus clientes.	100%
Elevar un 2% el ICL, con un crecimiento mínimo anual del 1% en las dimensiones “Me siento orgulloso de trabajar aquí” y “Confío en las decisiones de mi jefe”.	El ICL se mantuvo en 80%, creciendo la dimensión sobre orgullo (de 95% a 96%) y la de confianza, (de 73% a 87%)	70%

Comunicación Interna Hito	Descripción de las principales acciones para cumplir el objetivo	Cumplimiento
Tener una calificación superior a 8.0 en la encuesta de evaluación de medios internos aplicada a los colaboradores	Se obtuvo una calificación de 8.4 puntos gracias a las mejoras en los procesos del área.	100%
Reducir número de comunicados al mes para hacer más eficaz la comunicación.	Se compilaron los comunicados de la semana en un solo envío en forma de newsletter.	100%
Eficientar la edición de la revista interna SOMOS	La publicación se cambió a bimestral para mejorar la calidad, prioridad y oportunidad de los contenidos.	100%

Red Hito	Descripción de las principales acciones para cumplir el objetivo	Cumplimiento
Implementar en las plataformas existentes el cobro en tiempo real.	Se modificó la plataforma en un trabajo conjunto entre áreas internas y proveedores, a fin de consolidar la modalidad de cobro en línea.	100%
Aumentar las posibilidades de comunicación de nuestros usuarios aunque no dispongan de saldo.	Se implementó y comunicó el servicio de manera gradual, de forma que todos los usuarios Movistar estén siempre comunicados vía voz, siendo el usuario destino quien asume el cargo por la llamada, con su saldo de recarga o promocional.	100%



Hitos

Red Hito	Descripción de las principales acciones para cumplir el objetivo	Cumplimiento
Lanzar Dating Vía SMS Servicio que permite que los usuarios de Movistar se comuniquen entre ellos de manera segura y conozcan amigos en los diferentes salones de actividades que ofrece el servicio.	El servicio está disponible comercialmente; se realizaron campañas de difusión para promoverlo y darlo a conocer.	100%
Solución 01800 Lanzar un servicio de voz por medio del servicio 01800 propio para larga distancia que ofrece un cargo revertido, en el cual la persona que marca no tendrá cargo por el uso del servicio sino el usuario que contrata el 01800.	Se desarrolló una plataforma interna que permitió desde marzo 2012 que nuestros clientes tengan un número de contacto sin cobros de larga distancia para que a su vez sus clientes se comuniquen con ellos.	100%
Internet Movistar Plus Ofrecer un producto de Internet prepago que cubra las necesidades actuales de los usuarios de datos y aumente la inclusión digital.	Se liberó el proyecto para que el usuario tenga una gran experiencia, aunque algunas mejoras del servicio están en proceso.	90%
Enlazados WAP Servicio que proporciona a los usuarios una bandeja de entrada sincronizada con el estatus de actualizaciones que sus amigos tienen en las redes sociales y con opción de publicar sus propias actualizaciones.	En febrero se lanzó el servicio que integra tres redes sociales en una sola interfaz de usuario: Facebook, Twitter y Flickr.	100%
Microcargos Servicio que ayuda a que el usuario que cuenta con poco saldo pueda obtener un servicio, cobrando únicamente una parte de este. Se permite al usuario diferenciar los tipos de saldo que tiene y el uso que puede darles.	Con el fin de implementar y explotar esta funcionalidad, se analizó la situación de negocio, se definió el caso de negocio, se realizaron las pruebas y efectuó la comunicación.	100%
Módulos de datos por suscripción Innovar en el sector, ofreciendo una suscripción con dos opciones de contratación, en la que el cliente tendrá el servicio de datos por día o semana y con tiempo caducidad del plan de MB.	Se realizaron los desarrollos y pruebas correspondientes tras los cuales se decidió aplazar el lanzamiento a fin de mejorar el producto para que cumpla con las expectativas de nuestros clientes.	50%
Reporte de operaciones de Red Registrar todas las incidencias con afectación al cliente con la finalidad de identificar la recurrencia e impulsar el proceso de gestión de problemas.	En el reporte diario se identifican los elementos afectados por cada falla y la recurrencia de la misma por tipo y elemento; se investigan la causa raíz de las fallas; y se toman y da seguimiento a las acciones.	100%
Análisis de riesgo de los sitios críticos al servicio Definición del modelo de riesgo y de los procesos de control de crisis.	Se identificaron los sitios críticos, a los que se les dio prioridad para su mantenimiento; y se realizó un plan de contingencias para restablecer el servicio en casos de incidencias.	60%

Hitos

Cientes Hito	Descripción de las principales acciones para cumplir el objetivo	Cumplimiento
Índice de Satisfacción del Cliente (ISC) Elevar el ISC a través de un servicio de calidad y la mejora en los procesos internos.	Se optimizaron los procesos de contratación; se disminuyó en 65% el número de procesos y tripletas, y se crearon procesos de venta para los CAC con operación propia.	100%
Cultura centrada en el cliente Desarrollar un programa de cultura de servicio para toda la organización, donde el cliente sea considerado prioridad en la toma de decisiones, con el objetivo de posicionar a Telefónica como referente en el sector.	Se impartió a todos los colaboradores el curso vivencial "Imagina" con el objetivo de iniciar una transformación cultural centrada en el cliente.	100%
Potenciar la venta de líneas pospago en los Centros de Atención a Clientes (CAC) Mejorar la oferta y la atención a los clientes.	Se ajustaron las políticas del esquema de comisiones; se implementó un nuevo modelo de atención, y se mejoró la sinergia entre las áreas.	100%
Homologar las condiciones de los distribuidores e incorporar un plan de incentivos para los mejores vendedores.	Se reforzó la comunicación y la formación a fin de asegurar que todos los distribuidores cumplieran con el modelo de atención, y se ejecutara el plan de incentivos en función del cumplimiento de objetivos específicos.	100%
Desarrollar la multicanalidad y el canal online Transformar el modelo de atención convencional hacia una multicanalidad para evolucionar de relaciones transaccionales a conversaciones emocionales.	Se implementaron herramientas que gestionan y asignan casos en Twitter y Facebook; se cambió del modelo de atención, orientado a la resolución en línea y se alinearon todos los canales.	90%
Cross selling Realizar en cada contacto con el cliente un cross selling, lo que permite aumentar la satisfacción del mismo, a partir de su vivencia de las diferentes soluciones de productos y servicios que ofrecemos.	Para lograrlo, se crearon e implementaron diferentes modelos de ventas, se ofrecieron distintos paquetes de servicios, se aprovecharon las interacciones con los usuarios.	187%
Eficiencia operativa Optimizar los recursos de interacción con los clientes y mejorar el menú automático de los clientes del segmento prepago.	Se reestructuró el menú de atención del segmento de prepago, reduciendo de 8 a 4 opciones con una profundidad máxima de tres niveles para que el cliente tenga una mejor experiencia.  Se programaron las locuciones previas al menú de atención de tal forma que el cliente ahora escucha solamente dos locuciones alusivas a los servicios o promociones.	90%

# Matriz de materialidad\_

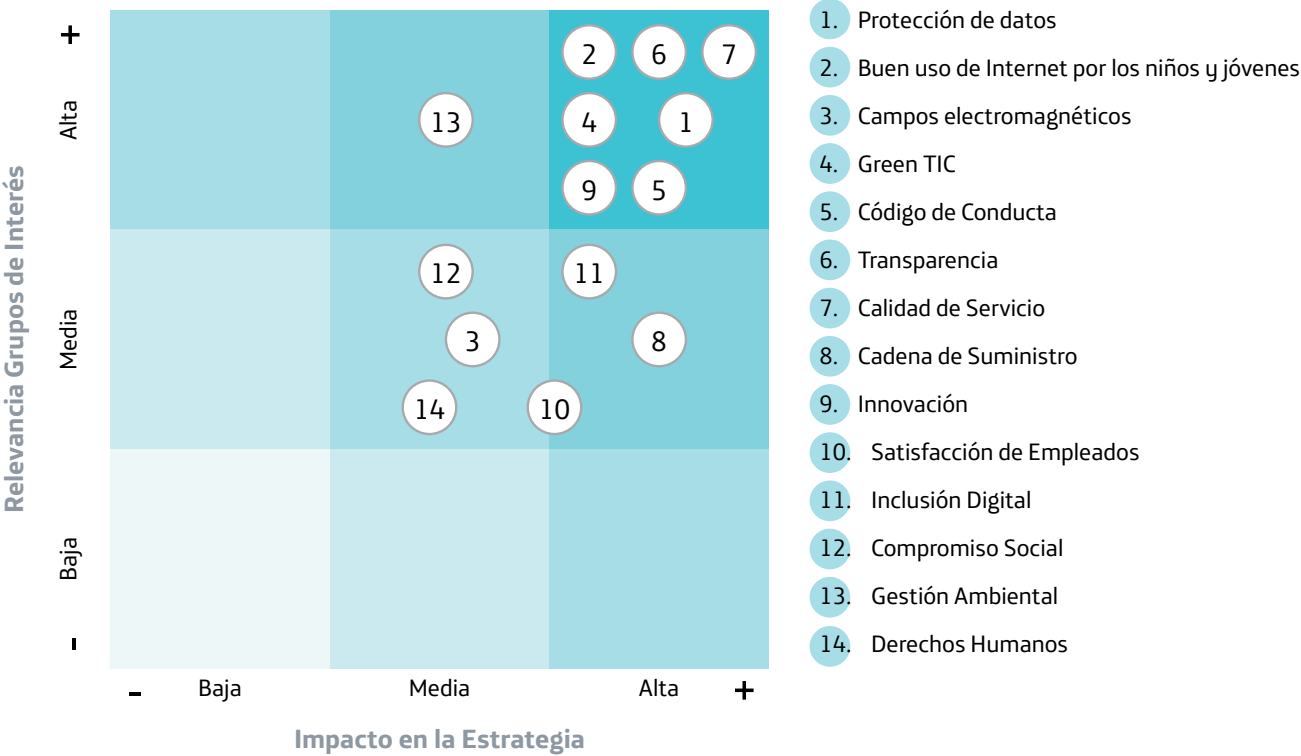
## El análisis de materialidad de Telefónica se fundamenta en el sector, la estrategia de la Compañía y las expectativas de los grupos de interés

Para la elaboración de este informe se ha realizado un análisis de asuntos materiales (conforme a la norma AA1000AS). El objetivo es abordar los temas que son relevantes para nuestros grupos de interés. El estudio de materialidad se realiza en dos fases. La primera es un análisis del sector de telecomunicaciones, la estrategia de la Compañía y las expectativas de los grupos de interés.

Para dicho análisis se consideran diferentes fuentes: requisitos de organismos internacionales como la OCDE y la OIT; índices de inversión como el Dow Jones Sustainability Index, y expertos en la materia.

El segundo análisis tiene un mayor enfoque en la realidad de Telefónica e incorpora fuentes internas como los análisis de riesgo de Telefónica y de los resultados financieros, el impacto en los Principios de Actuación, factores locales y los resultados del estudio del indicador de reputación RepTrakTM. Ese trabajo permitió a la Compañía priorizar sobre 18 proyectos clave.

Además, localmente se tiene en cuenta la información que proviene de los análisis de los canales digitales, la participación de la empresa en eventos y foros públicos y los puntos de atención a clientes.



# 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.

### Estrategia

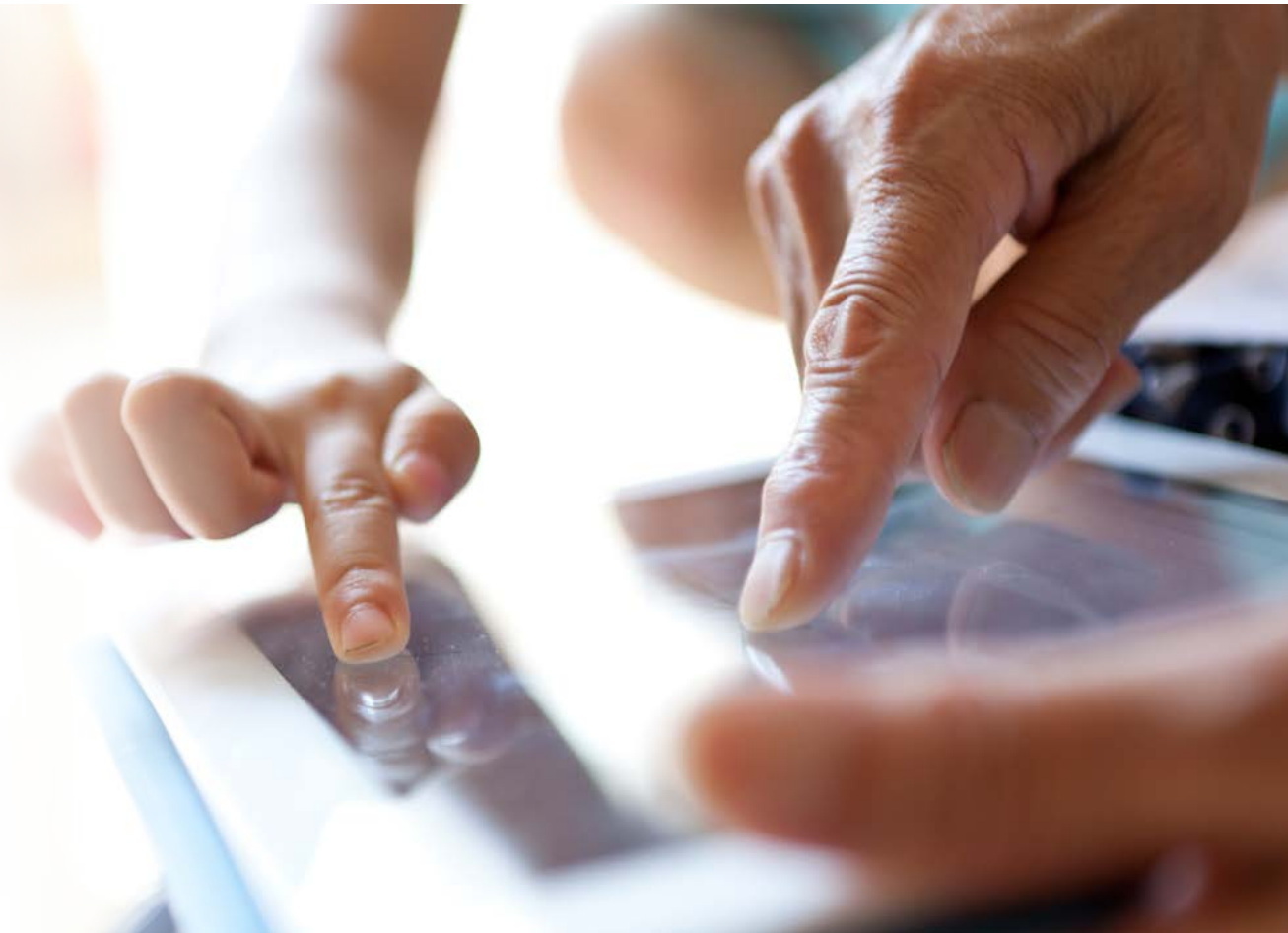
La transparencia empresarial y la gestión de la integridad a través de los Principios de Actuación (PdA) de la Compañía permiten generar confianza en los mercados y, en general, entre nuestros grupos de interés. La Sostenibilidad Corporativa es una fuente clara de competitividad y progreso: ayuda a reducir 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 la Compañía está presente.

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

Esto se traduce en 13 proyectos clave de Sostenibilidad –muchos de ellos transversales en la organización– vinculados a la toma de decisiones basada en el código ético establecido en los Principios de Actuación. A lo largo de este Informe se reporta cómo se ha trabajado en aquellos que Telefónica México ha establecido como prioritarios.

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 Dow Jones Sustainability Index (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 DJSI y el Carbon Disclosure Project (CDP), enfocados ambos en una óptica de negocio.







Estructura organizativa

En la Compañía, 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, el Grupo cuenta con una Comisión en el Consejo de Administración. Para desempeñar su labor, el equipo de Reputación y Sostenibilidad Corporativas Global tiene presencia internacional a través de departamentos específicos, a quienes coordina y da directrices.

En México, el área de Responsabilidad Corporativa (RC) reporta directamente a la Dirección de Comunicación Corporativa y Relaciones Institucionales y periódicamente muestra sus avances más relevantes a la Presidencia. Así mismo, desde la Dirección, se plantean los asuntos que se consideran destacados ante el Comité de Dirección.

El área de RC desarrolla en México la estrategia global, mediante la adaptación al país de los proyectos comunes para todo el Grupo, y la realización de programas que atienden a la realidad mexicana. Para ello, trabaja de manera transversal con otras áreas de la empresa y comunica sus avances al equipo de Reputación y Sostenibilidad Corporativas Global.

En Telefónica la gestión de la Sostenibilidad tiene una estrategia global y una aplicación local

Motor de desarrollo global

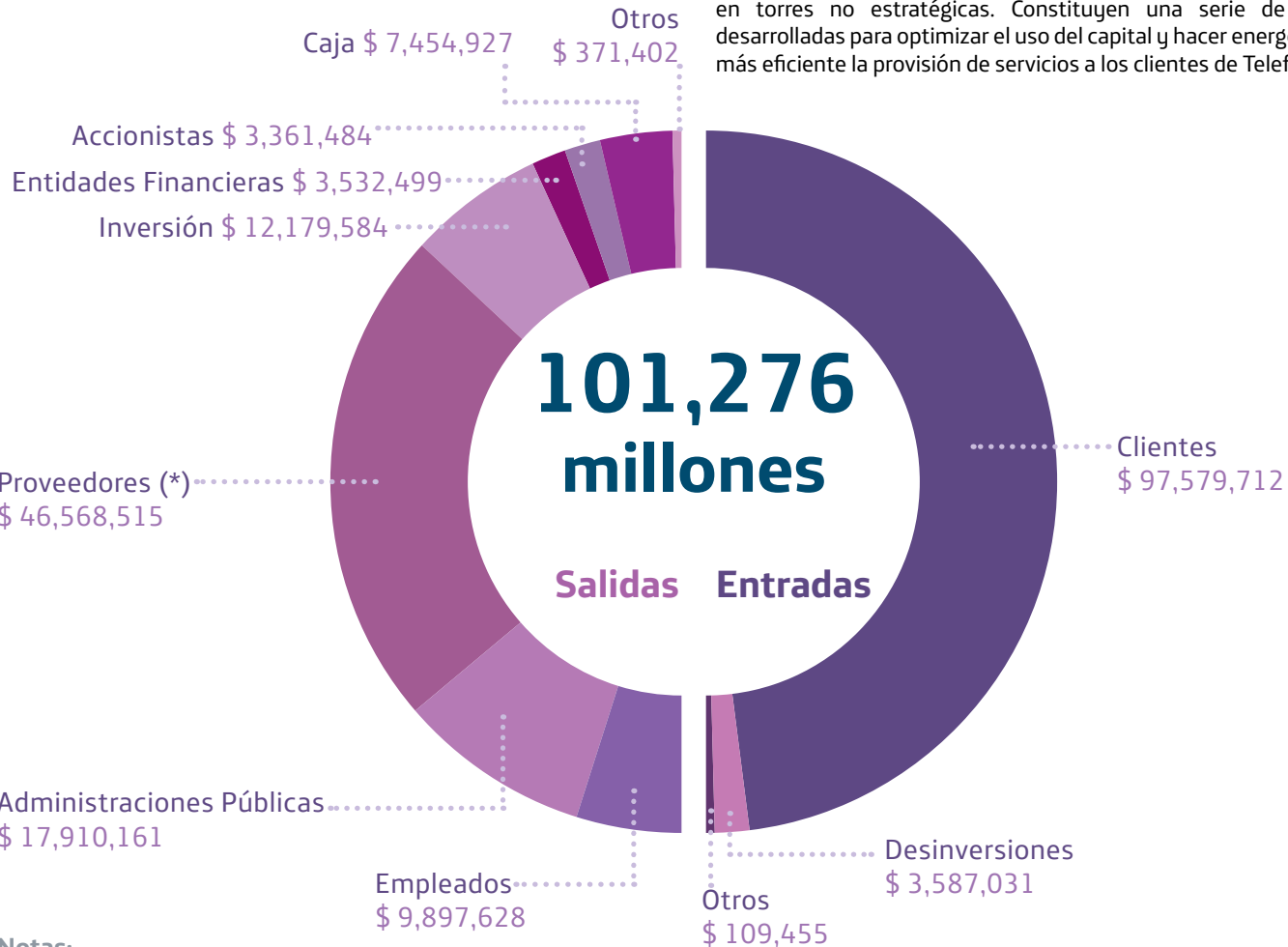
En Telefónica hemos demostrado que gracias a la gestión corporativa responsable, se desarrolla una gran capacidad de adaptación al escenario de la economía global

En 2012, la cantidad total distribuida por Telefónica<sup>1</sup> aumentó en un 0.9% hasta alcanzar los 101 millones de dólares. Respecto a las entradas, es importante destacar que una parte relevante de esta cantidad proviene de las desinversiones financieras permanentes en China Unicom y Atento. Ambas ventas eran compromisos ya anunciados en el pasado por Telefónica para mejorar la flexibilidad financiera y asegurar la cobertura de los compromisos de la Compañía con sus grupos de interés en 2013.

Hay que destacar que estos movimientos compensan la caída de los ingresos netos producida en el periodo, principalmente impactados por el entorno complejo de operaciones en Europa, tipos de cambio y la regulación.

Dicha flexibilidad financiera se ha traducido en un importante aumento de la posición de liquidez de la Compañía, que alcanza los 7 mil 454 millones de dólares a 31 de diciembre y reduce la ratio de deuda neta sobre OIBDA de 2.46x a 2.36x. Además, se ha conseguido reducir la salida hacia entidades financieras por una mejor gestión de la deuda, lo que ha permitido disminuir la tasa efectiva de interés de la Compañía de un 5.50% a un 5.37%.

Al igual que en el ejercicio anterior, destacan también las desinversiones en torres no estratégicas. Constituyen una serie de iniciativas desarrolladas para optimizar el uso del capital y hacer energéticamente más eficiente la provisión de servicios a los clientes de Telefónica.



Notas:

Todos los datos en millones de dólares.  
-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.

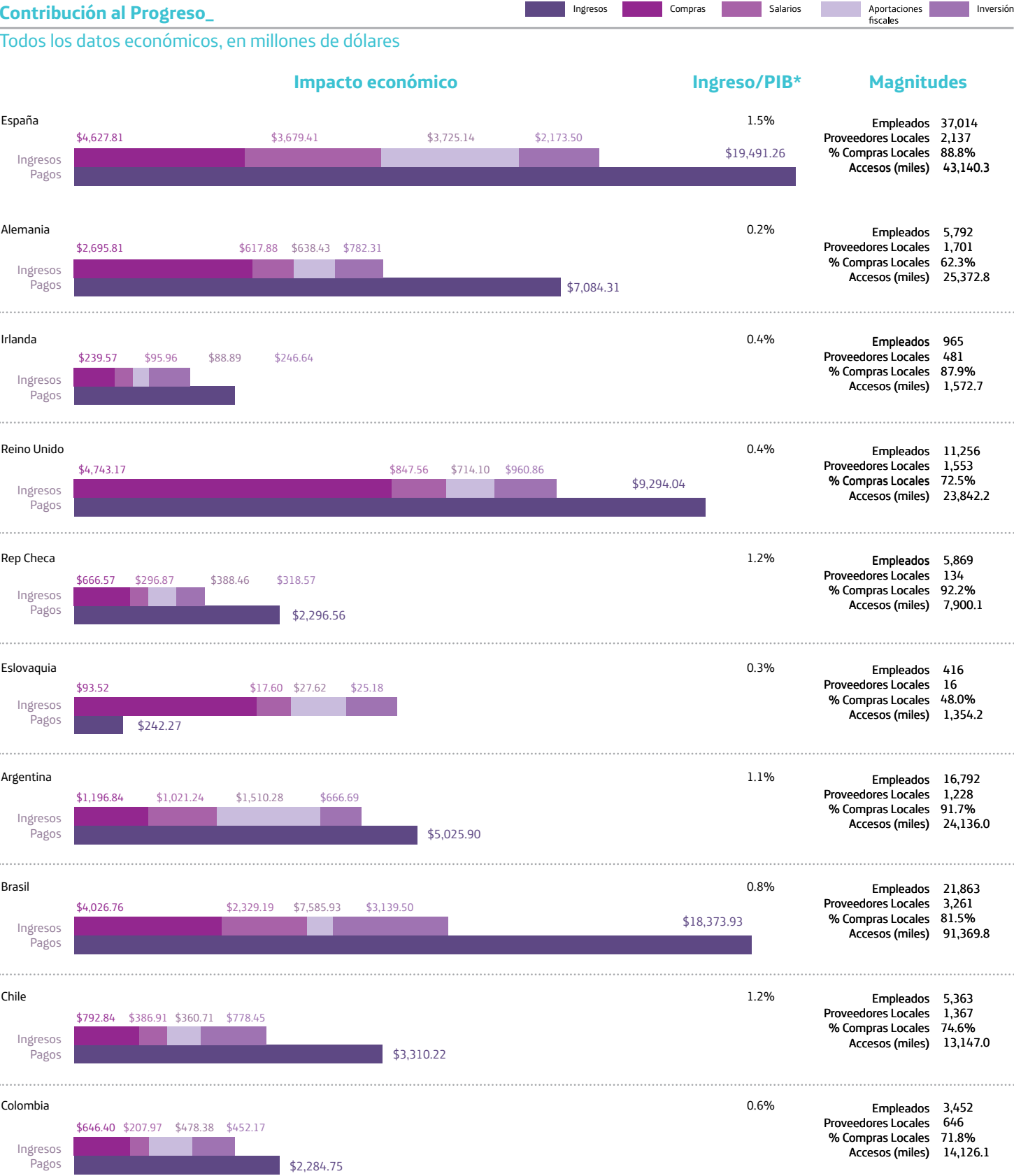
-Los salarios de empleados no coinciden con los incluidos en la tabla de indicadores, donde aparecen netos de pagos a la Seguridad Social.  
(\*) Incluye proveedores por interconexión.

<sup>1</sup> Únicamente en este capítulo, la mención a Telefónica se refiere a Telefónica S.A., puesto que se habla de los resultados



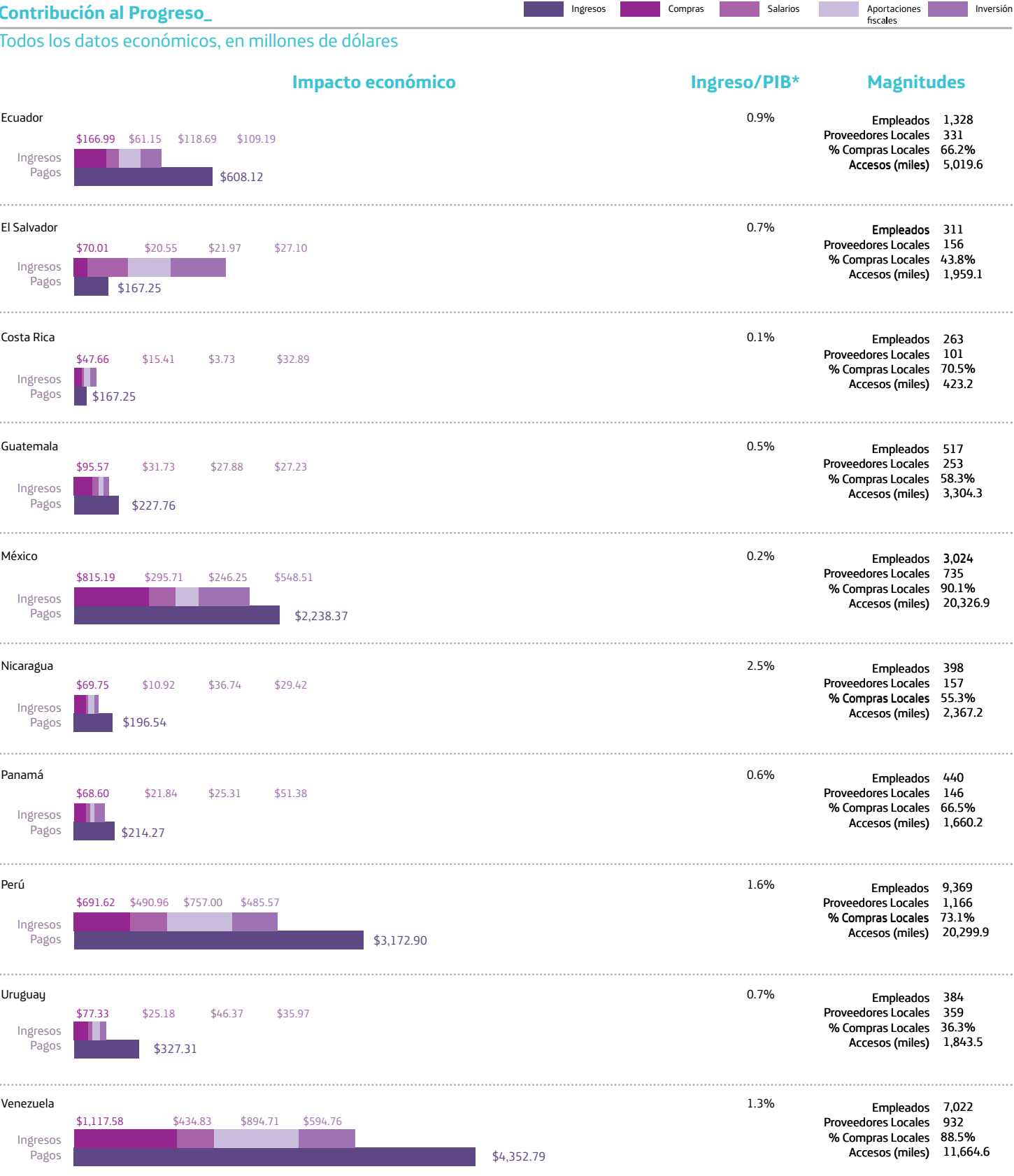
Contribución al Progreso\_

Todos los datos económicos, en millones de dólares



Contribución al Progreso\_

Todos los datos económicos, en millones de dólares



# Motor de Progreso local\_

Telefónica México se ha convertido en un catalizador de la economía del país en gran medida gracias a nuestro compromiso por disminuir la brecha digital y extender los beneficios de las telecomunicaciones a una mayor cantidad de personas.

Telefónica México generó en 2012 cerca de 29 mil millones de pesos, lo cual significó cerca de un 0.2% del PIB Nacional. Los ingresos de la compañía en 2012 permitieron continuar con 3 mil 024 empleados, pagar a 735 proveedores locales e invertir alrededor de 7 mil millones de pesos.

En Telefónica nos hemos comprometido en ofrecer a nuestros clientes servicios innovadores y de la más alta calidad, prueba de ello es el anuncio que realizó la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) donde certifica que nuestra red tiene la mejor calidad en el país, logrando el más alto porcentaje de llamadas completadas.

Obtuvimos nuevamente la certificación de nuestro Sistema de Gestión Integral que supone que administramos nuestra operación bajo los estándares de calidad para el cliente y de cuidado medioambiental en nuestra operación. Lo anterior, siguiendo las ISO 9001 y 14001.

Así, volvimos a ser líderes del sector en el Índice de Satisfacción de Clientes y gracias a nuestra gestión de residuos hemos logrado reciclar cerca de 70 mil kilos de distintos materiales. Asimismo, mediante nuestro programa de reciclaje de celulares se trataron cerca de 3 toneladas de material.

Continuamos trabajando por disminuir la brecha geográfica y desde 2012 hemos extendido nuestra cobertura a cerca de 108 km del Sistema de Transporte Colectivo Metro en el Distrito Federal. Asimismo, para disminuir la brecha económica, desde 2012 eliminamos el roaming en la República Mexicana.

Asimismo, impulsamos la competitividad al ofrecer a nuevos clientes la oportunidad de probar nuestros servicios y, en caso de tener contrato con otra compañía, Movistar les da la opción de bonificarles en rentas, lo equivalente al plazo forzoso con otras compañías.

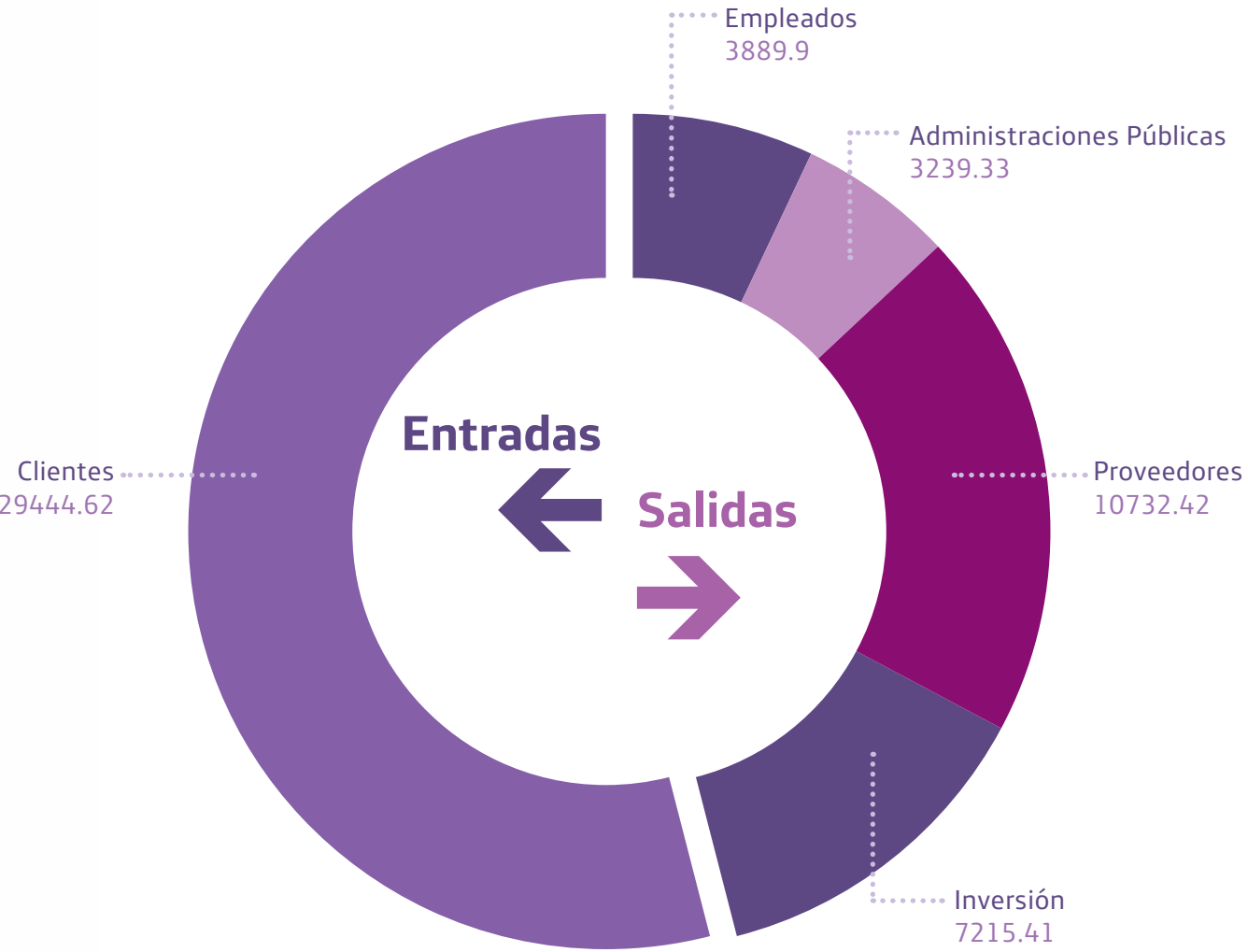
Para aumentar la competencia y ofrecer mejores servicios, en 2012 Telefónica México y Iusacell firmaron una alianza estratégica que tiene como finalidad ofrecer la red más grande y rápida del país.

Como es costumbre, continuamos innovando en materia de experiencia al cliente, por lo que en 2012 inauguramos tres Centros de Experiencia Movistar, en el Distrito Federal, Guadalajara y Puebla. Estas tiendas, brindan asesoría y atención personalizada a los clientes para que conozcan y experimenten las ventajas de los productos y servicios de Movistar.



Telefónica está presente en México a través de:

- **Movistar:** marca comercial que ofrece los servicios de comunicación de telefonía móvil, fija e Internet.
- **Terra:** marca comercial que proporciona la oferta de servicios interactivos y contenidos en Internet.
- **TIS (Telefónica Ingeniería de Seguridad):** filial que ofrece servicios de seguridad de la información y protección contra incendios.
- **Fundación Telefónica:** articula la acción social de la Compañía y desarrolla sus actividades en tres líneas de actuación: Acceso a la Educación, Calidad Educativa y Acceso al Conocimiento, además de la gestión de los Voluntarios Telefónica.
- **Atento:** filial de Grupo Telefónica líder en servicio de call center. Dejó de pertenecer al Grupo en noviembre de 2012.





# Gobierno Corporativo\_

Para Telefónica es imprescindible la gestión transparente y responsable, por lo que opera su estructura según las mejores prácticas de gobierno corporativo

Telefónica promueve normativas internas que garantizan la correcta organización y el buen funcionamiento al incorporar dentro de sus alcances las normas de conducta de sus miembros.

Este reglamento es coherente con los Estatutos Sociales competentes a la Ley de Sociedades Mercantiles. De igual manera, la Junta General de Accionistas se suscribe a esta Ley, la cual establece sus principios de organización a fin de facilitar a sus miembros y socios el ejercicio de sus derechos correspondientes.

Por medio del Código de Mejores Prácticas Corporativas, Telefónica tiene iniciativas que establecen mecanismos para mantener en equilibrio el nivel de autoridad, responsabilidad y capacidad de las personas que representan a la empresa y toman decisiones en consecuencia. Dentro de los mecanismos de defensa existentes, se incorporan los Límites de Modificación de Estatutos que requieren mayoría para ser aprobados, al igual que las Fusiones.

Dicho Código regula la organización del Corporativo en un informe de carácter periódico que se presenta ante la Comisión Nacional Bancaria y de Valores y la Bolsa Mexicana de Valores. Señala el acatamiento de las recomendaciones nacionales e internacionales más relevantes con relación al Gobierno Corporativo. Incluye, por ejemplo, las recomendaciones del Corporativo en España y las sugerencias de la Ley de Mercado de Valores.

Con el objetivo de establecer los mayores estándares y la óptima integración y funcionamiento del Consejo de Administración, en 2012 se establece que los miembros del Consejo estén familiarizados con las mejores prácticas corporativas internacionalmente aceptadas, establecer un lenguaje común para las sociedades en México y España; y mantener una buena relación entre la sociedad, el Consejo y sus accionistas.

Para evitar conflictos de interés dentro del Consejo de Administración, en los Estatutos Sociales, se establece que aquel Consejero que tenga algún interés opuesto al de la sociedad, deberá manifestarlo y abstenerse de toda deliberación y resolución. De no ser así, aquel se vuelve responsable de los daños y perjuicios que se causen a la sociedad.

Al frente de Telefónica se encuentra el Presidente, Francisco Gil Díaz, y el Director General, Juan Abellán, con funciones ejecutivas. Los directivos representan a la empresa frente al Consejo de Administración de la Sociedad y en la Asamblea General de Accionistas.

Los miembros del Consejo de Administración son seleccionados considerando exclusivamente los méritos personales de cada candidato.

Para sensibilizar a los directivos y miembros del Consejo, sobre la responsabilidad social de la organización, se colabora con el Comité de Nombramientos realizado en el Corporativo Telefónica de España.

Como parte de la estructura de gobierno de la Compañía existen Comités integrados por miembros del Comité ejecutivo y directivo, como por ejemplo los Comités de Innovación, Estrategia y Protección de datos, y la Comisión de Auditoría y Control o la Oficina de Principios de Actuación (PdA).

Dicha oficina, integrada por los altos mandos de las áreas corporativas, es responsable de la aplicación en la empresa de los PdA, nuestro código ético. La Oficina reporta al Consejo de Administración a través de la Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa, lo cual garantiza total imparcialidad.





# Principios de Actuación\_

## Funciones de la Oficina de Principios de Actuación

- Gestión diaria del código ético** a través de la formación, comunicación y resolución de las comunicaciones recibidas en los canales confidenciales.
- Identificación y evaluación de riesgos** asociados a los Principios de Actuación incluidos dentro del Modelo Global de Gestión de Riesgos.
- Definición de los planes de acción** para las principales áreas de riesgo identificadas, y articular las actuaciones oportunas a nivel interno (normas, procedimientos, etc.)

## Los Principios de Actuación son el código ético de la Compañía y sobre ellos Telefónica construye su reputación, se hace merecedora de la confianza de sus grupos de interés y maximiza su valor a largo plazo

Los Principios de Actuación (PdA) guían el actuar diario de los colaboradores y son la base para la creación de una cultura corporativa basada en la transparencia y la integridad.

La Oficina de PdA en México asegura el cumplimiento de los mismos y está conformada por los máximos representantes de Auditoría, Inspección e Intervención, Secretaría General, Capital Humano, y Comunicación Corporativa y Relaciones Institucionales. Este órgano sesionó cuatro veces en el año y reporta a la Oficina de PdA Corporativa, quien a su vez reporta al Consejo de Administración de Telefónica a través de la Comisión de Recursos Humanos, Reputación y Responsabilidad Corporativa.

Las principales acciones realizadas durante el año se resumen en:

- Formación y comunicación
- Todos los colaboradores, incluyendo los proveedores aliados, reciben capacitación sobre los PdA a través del curso de inducción. Posterior al mismo, los proveedores reciben seguimiento para corroborar que la información permee en toda su organización.
- De forma constante se comunican a los empleados temas relacionados con los PdA y el canal de denuncias. A partir del canal principal de la Intranet pueden acceder a la sección de PdA, con información detallada sobre los mismos, su aplicación y el enlace para el canal de consultas y denuncias.
- A los proveedores se les comunican a través de la publicación digital bimestral “Boletín Aliados” y por medio de carteles colocados en lugares estratégicos.

## Gestión de consultas y denuncias

Los colaboradores y los grupos de interés de Telefónica pueden realizar consultas y denuncias sobre el incumplimiento de los PdA, tanto de forma anónima como personal a través de los canales habilitados para ello.

Para investigar de manera especializada las denuncias recibidas por entes internos y externos, en 2012 se creó el área de Inspección, quien decide las áreas que han de intervenir en las investigaciones y resoluciones. Periódicamente reporta a la Oficina de PdA sobre sus labores.

La Oficina de PdA recibió en 2012 a través del Canal Confidencial, 14 comunicaciones, de las cuales ocho no procedieron, tres se investigaron y tres se encontraban en investigación a diciembre de dicho año. Los PdA Generales están asociados a la integridad, la honestidad y confianza, los derechos humanos y el respeto de la ley.

## Identificación y evaluación de riesgos

La Oficina de PdA, en coordinación con el área de Riesgos, es la responsable de la identificación y evaluación de riesgos asociados al incumplimiento de los PdA a través de las variables impacto económico e impacto en la reputación.

Adicional a lo anterior, la Dirección de Auditoría, Inspección e Intervención realiza un mapa de riesgos de toda la empresa y los evalúa con las áreas de Control de Gestión, Seguros y Fianzas, y Responsabilidad Corporativa. Los riesgos relevantes se reportan al Comité de Dirección y a la Dirección Corporativa de Gestión de Riesgos. Con lo anterior se previenen posibles impactos financieros y reputacionales, se colabora en la identificación de riesgos para la continuidad del negocio, se establecen y mejoran sinergias entre las áreas involucradas en estos temas, y se monitorean constantemente los procesos críticos del negocio.

## Planes de acción

Producto de la identificación y evaluación de riesgos, se generan y da seguimiento a proyectos que aseguren la implementación adecuada de los PdA. Durante 2012, los principales avances fueron:

- Derechos Humanos (DDHH): el respeto y compromiso de la Compañía con los DDHH está recogido en los PdA. Además, como miembro del Pacto Mundial de Naciones Unidas, la Compañía ha adquirido el compromiso de respetarlos y protegerlos. Por ello, en 2012 realizó un análisis sobre el impacto de la actividad de Telefónica en DDHH, lo que permitió conocer los riesgos y oportunidades, incorporándolos en la estrategia empresarial y objetivos de Sostenibilidad.
- Protección de menores: se realizó una evaluación interna de los riesgos y oportunidades para programar los trabajos pertinentes en 2013.
- Protección de datos y privacidad: con el fin de gestionar internamente y de manera adecuada el acceso a la información, la empresa implantó controles en sus principales aplicaciones, como el Sistema de Gestión de Identidades.

Asimismo, la empresa trabaja en nuevas soluciones que permitan una mejor gestión e identificación de anomalías de seguridad en su infraestructura. También se han realizado estudios que han permitido identificar y corregir vulnerabilidades en nuestros principales portales web.

Para cumplir con la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares (LFPDPPP) se identificaron los procesos y sistemas que tratan datos personales de nuestros clientes y asociados a fin de confirmar que existen los controles de seguridad que le permitan a la operadora dar certidumbre de su confidencialidad, integridad y disponibilidad.

## Integridad y transparencia

Junto a los PdA, en Telefónica existen mecanismos que conforman un entorno adecuado y total intransigencia a la corrupción.

Los PdA contemplan los principios de conflicto de interés, corrupción, rechazo de regalos y sobornos, y el principio de neutralidad política, no habiendo constancia de donativos a partidos políticos.

Además, en 2012, se aprobó la normativa corporativa sobre regalos, invitaciones y gastos de representación. El documento establece los lineamientos para evitar que los empleados incurran en conductas que puedan ser consideradas corruptas o cercanas a ello. A partir de esta normativa de mínimos, en México se realizó una local más estricta y concreta.

El mismo año publicamos desde la Oficina de PdA la Política de Transparencia y Conflictos de Interés, la cual regula las relaciones de negocios entre los empleados de Telefónica y un Tercero.

Además, una herramienta sistematizada asociada a los principales procesos económico-financieros, permite disponer de un modelo de control global que facilita la monitorización continua según los estándares internacionales COSO, así como una prevención eficaz del fraude interno y externo.

## Certificado de Calidad

El Instituto de Auditores Internos otorgó a Telefónica la revalidación del Certificado de Calidad de la Unidad de Auditoría Interna de Telefónica México.

Esto supone que la Dirección de Auditoría, Inspección e Intervención cumple con las normas internacionales para el ejercicio profesional de la auditoría interna, así como con el compromiso de la mejora continua de su desempeño de calidad, profesionalidad y uso de mejores prácticas.





# Relación con nuestros clientes\_

En Telefónica la relación con nuestros clientes es una prioridad y para lograr su satisfacción avanzamos hacia una gestión más transparente y eficaz que atienda sus necesidades.

La gestión de Telefónica pone al cliente en el centro de toda nuestra relación. Por eso en 2012 la estrategia para con ellos se basó en un proceso de perfeccionamiento dirigido a tres públicos principalmente: Residencial, Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) y Prepago.

En el segmento Residencial se crearon plataformas para dar seguimiento y asegurar la solución de las necesidades del cliente; se potenció la llamada de bienvenida y la de la primera factura. Con ello se consiguió un Índice de Satisfacción de Cliente (ISC) de 8.77 con un gap de .44 sobre el principal competidor en México.

Para las Pymes se mejoró el modelo de atención y la transición de la venta a la posventa, al asignar al cliente en menos de 48 horas un ejecutivo. Se obtuvo un ISC de 7.94 con un gap de .47 sobre el principal competidor en México.

Con relación a Prepago, se especializó, reforzó y agilizó la atención, obteniendo un ISC de 8.93 con un gap de .53 sobre el principal competidor en México.

## Índice de Satisfacción de Cliente (ISC)

Segmento	2012	Gap vs. competidor
Residencial	8.77	+ 0.44
Pyme	7.94	+ 0.47
Prepago	8.93	+ 0.53

## Los clientes en cifras

Los accesos totales de la empresa fueron más de 20 millones, con una disminución interanual de 2.9%. Esto fue producto especialmente de una depuración de la base, de forma que se eliminaron de la contabilización las líneas inactivas.

Las líneas fijas aumentaron más del 55% como consecuencia de las innovadoras promociones que se lanzaron en México, así como por el aumento en la cobertura y en la calidad del servicio.

## Accesos

	2011	2012	Variación
Clientes totales (miles)	20,487.8	20,326.9	-0.8%
Líneas fijas	745.3	1,158.9	55.5%
Líneas móviles	19,742.45	19,167.97	-2.9%

## Canales de atención

Durante 2012, Telefónica se enfocó en que la experiencia del cliente fuera siempre excepcional, para lo cual mejoró los canales de escucha a sus necesidades. Así, la cobertura de atención en redes sociales aumentó en 95% en Twitter y más de 25% en Facebook. Para lograrlo se incrementó el personal dedicado a ello en más de 60%, y se implementaron herramientas para casos recibidos en Facebook, donde la atención por este medio alcanzó un crecimiento de 1,437%.

En los Centros de Atención al Cliente se certificó a todo el personal operativo y se migró a un nuevo gestor que toma turnos con mayor detalle. En la atención telefónica se aplicaron técnicas de atención especializada y validaciones básicas, además de instaurar una bitácora de callback para incentivar la puntualidad. También se abrieron nuevos canales de comunicación y se crearon plataformas dedicadas a las necesidades de los nuevos clientes.

El Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT) otorgó a Telefónica el Premio de Oro a la mejor estrategia multicanal por el desarrollo del canal de atención en redes sociales, donde se ha colocado como un referente en la industria.

## Gestión de reclamaciones

Disminuir las reclamaciones y resolverlas satisfactoriamente es crucial para Telefónica, pues de ello depende de manera decisiva la satisfacción de los clientes y en las recomendaciones que estos realicen.

Por ello, desde 2003 Telefónica cuenta con una plataforma especializada en la atención de los casos que llegan a través de la Profeco (Procuraduría Federal del Consumidor), de forma que se busca que cualquier problema se solucione de manera inmediata y satisfactoria para el cliente en la medida de lo posible. Según dicho organismo, Telefónica fue en 2012 el proveedor de telecomunicaciones con menos quejas.

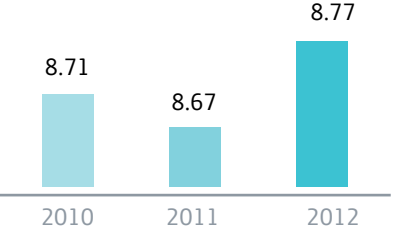
Las principales acciones para gestionar las reclamaciones se enfocaron en aumentar la eficiencia en los procesos de atención, la implementación del robot de saldos, y la disminución de los menús automáticos.

Además, se ajustó la encuesta de satisfacción del cliente para detectar las causas concretas a través de las cuales podemos mejorar nuestro servicio.

La confianza de nuestros clientes radica en el cumplimiento de las promesas que les hacemos. En 2012 redujimos los tiempos de atención de equipos de garantías, de 9 a 8 días en promedio, se extendió la garantía de equipo y se ofreció el mejor modelo de servicio técnico garantizando reemplazo o préstamo al momento de la solicitud. También se mejoró la experiencia de renovación con una disminución de 50% en los tiempos de entrega.

A fin de mantener el vínculo con el cliente se incrementaron el tipo de pruebas en línea para temas de soporte, validaciones técnicas y validaciones de oferta comercial; se aumentaron los trámites vía telefónica, como la consulta de saldo y la aplicación de promociones.

## Satisfacción del Cliente



Lograr que el cliente se sienta bien con nosotros es una de las prioridades de la compañía, por lo que el indicador del Índice de Satisfacción del Cliente (ISC) se reporta periódicamente en el Consejo de Dirección.

En 2012 el ISC aumentó gracias a la organización de los procesos de contacto para cada segmento, la disminución del número de tripletas y la creación de procesos de venta para Centros de Atención a Clientes con operación propia. También se aprovechó cada contacto con el cliente para realizar un cross selling, lo que ayudó a incrementar la satisfacción del mismo, a partir de la experiencia de diferentes soluciones de productos y servicios que se ofrecen.

## Índice de Satisfacción de Cliente (ISC)

Para mejorar la experiencia del cliente al contratar los servicios de Telefónica se le proporciona información relevante en los primeros días con nosotros y se le orienta a los canales y servicios cuya adopción es más importante desde la activación de cada línea. Al aumentar nuestro conocimiento del cliente, le ofrecemos una atención personalizada que cubre sus necesidades y expectativas.

## Servicio

En 2012 se llevó a cabo una reestructura interna de regionalización que permitió tener una mejor presencia local y aumentar la calidad del servicio que ofrecemos a nuestros clientes. Con este fin, se ejecutó un programa de formación a nivel nacional que capacitó a más de 120

ingenieros en actividades relacionadas con la optimización de la red de acceso, logrando con ello resultados más ágiles y efectivos en cuanto a la mejora de la calidad del servicio. También se hizo una importante inversión en herramientas que permiten un mejor análisis de la red, y tomar acciones más acertadas para incrementar la calidad.

Adicionalmente, se definió el objetivo de alcanzar una efectividad de la red 98% para los servicios de voz y datos GSM y UMTS, lo cual fue superado en las primeras semanas del 2013.

Los resultados de estas actividades se ven reflejados en los reportes de calidad que ha emitido la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), los cuales han comparado el desempeño de voz y datos entre las operadoras que ofrecen estos servicios y donde la calidad de Movistar siempre ha sido la mejor en ambos.

Para seguir ofreciendo el mejor servicio, para 2013 se quiere alcanzar un 98.5% de efectividad para los servicios de voz y datos GSM y UMTS. También se desea llegar a la cobertura total en 96 estaciones subterráneas del Sistema de Transporte Colectivo Metro (STC), así como en los túneles y los transbordos correspondientes a las líneas 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, A, B y 12.

## Facturación

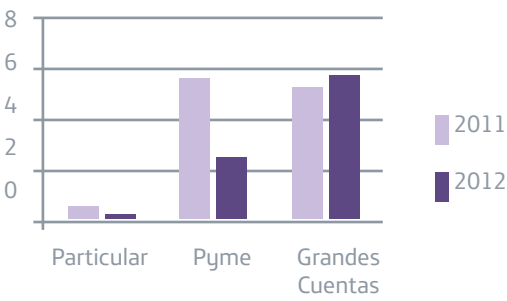
Telefónica apuesta por la mejora continua de la experiencia del cliente y reconoce el valor fundamental de una comunicación transparente, como la ofrecida en las facturas.

Así, en 2012 se incluyeron en aquellas especificaciones de consumos por segundo, leyendas especificando que los consumos de roaming nacional son con tarifa local, así como mensajes con la oferta de pospago y telefonía fija. Lo anterior dio como resultado una disminución en las quejas por aclaraciones en consumos.

Además, se introdujeron controles y validaciones en el curso del consumo para asegurar una facturación correcta.

Para responder a las necesidades de los clientes gubernamentales se abrió un ciclo especial de facturación correspondiente a su solicitud que incluye la claridad y especificación suficiente de sus cargos recurrentes y consumos.

## Quejas por aclaraciones en consumos (%)



Protección de datos y privacidad\_

Telefónica continúa su compromiso para disminuir los riesgos de privacidad en el intercambio de información y promover la seguridad y confianza de sus clientes

La privacidad es un derecho fundamental que recoge la Declaración Universal de los Derechos Humanos y Telefónica la entiende como el ámbito de la vida personal y familiar que el ciudadano tiene el derecho a proteger frente a cualquier tercero.

Además, el constante avance tecnológico relacionado al uso de Internet supone nuevas formas de comunicación entre los usuarios de telefonía móvil, particularmente, la necesidad de compartir información de manera efectiva, segura y confiable.

Los Principios de Actuación por los que se rige la Compañía establecen específicamente:

- “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...) 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.”

Dado que este tema es un asunto de relevancia primordial a nivel global, en 2012 se implantó en todas las empresas del Grupo una política de seguridad basada en su experiencia y en los principales estándares internacionales. En México, además de dicha normativa, nos enfocamos en el cumplimiento de la legislación nacional.

Así, con la aprobación de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares (LFPDPPP), Telefónica México promovió acciones institucionales e interdisciplinarias que permitieran dar certidumbre sobre la seguridad y el tratamiento que recibe la información de nuestros clientes.

Para lograr el éxito de este proyecto, se incluyó la identificación de los procesos y sistemas que tratan datos personales de los usuarios, con el objetivo de confirmar la existencia de controles de seguridad que permitan dar certidumbre de su confidencialidad, integridad y disponibilidad. También se impartieron 13 cursos de capacitación y sensibilización para la atención de los derechos ARCO (acceso, rectificación, cancelación y oposición) a más de 160 personas.

Protección de los usuarios

Con relación al control de riesgos y prevención de fraude, Telefónica continuó con el convenio de intercambio de información de listas negras de equipos bloqueados por robo (IMEIs) de telefonía celular entre operadoras nacionales.

En 2012 un decreto oficial eliminó la obligatoriedad de presentar el acta ministerial para el bloqueo de equipos en escenarios de robo, lo que se reflejó en un incremento en las solicitudes de bloqueo de los equipos y con ello, una reducción en el índice de fraudes telefónicos y una mejora en las condiciones de seguridad de los usuarios.

Con el objetivo de reducir los fraudes telefónicos, se implementó el proceso de detección de escenarios de extorsión vía mensajes cortos (sms) y llamadas telefónicas. Por medio del análisis de patrones de tráfico de voz y mensajes de texto, se determina el perjuicio y se procede a la suspensión del servicio y al bloqueo del equipo.

De igual manera, entró en vigor el Acuerdo oficial para evitar el Hurto de Celulares a Escala Regional por lo que se intercambia información de listas negras IMEIs entre operadoras a través de la GSMA (Groupe Speciale Mobile Association).

Año	Total de equipos bloqueados por robo
2010	742
2011	2,121
2012	50,500



Buen uso de Internet para la infancia\_

Proteger a los niños y niñas de los malos usos y abusos de los que pueden ser víctimas en la Red es uno de las preocupaciones y ocupaciones de Telefónica

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) son pieza clave en la educación del siglo XXI, las relaciones, el ocio y el desarrollo de la infancia y la juventud. De ahí la importancia de fomentar un entorno en el que los menores puedan utilizarlas de manera segura y conscientes de sus consecuencias.

Telefónica, en su afán por contribuir a generar un impacto positivo en el progreso económico, tecnológico y social de su entorno, ha desarrollado una estrategia basada en cuatro pilares para la protección de los niños y niñas con respecto a las TIC: autorregulación, alianzas estratégicas, productos y servicios y educación.

Autoregulación

Desde 2008 la Compañía es miembro fundador de la Alianza de los Operadores Móviles contra los contenidos de imágenes de abusos sexuales en la Red. Por ello, se actúa de manera proactiva en el bloqueo de los contenidos ilegales, siguiendo las pautas y las listas de la Internet Watch Foundation ([www.iwf.org.uk](http://www.iwf.org.uk)), organización británica de la que la Compañía es miembro activo y con la que colabora, también en México, desde 2012 para la erradicación de las imágenes de abusos sexuales a niños y niñas en la Web. De esta manera, se garantiza la seguridad de navegación en nuestra red pues el acceso a estas páginas es denegado con una notificación.

Alianzas estratégicas

En Telefónica estamos en constante comunicación con los sectores público, privado y la sociedad civil a fin de establecer sinergias mediante las cuales se obtenga un mayor impacto positivo.

Así, a través de la web de Telefónica enlazamos a la Alianza por la Seguridad en Internet, asociación civil que colabora para eliminar el contenido ilegal, inapropiado o fraudulento que afecte a usuarios de Internet en México. A partir de su página se pueden denunciar contenidos.

Educación

Para educar a los más jóvenes en el uso responsable de las nuevas tecnologías de modo que puedan aprovechar todo su potencial, Telefónica ofrece recursos a educadores, familiares y tutores, y les ayuda a identificar los riesgos que puede conllevar el mal uso que algunas personas hacen de las TIC.

Por lo anterior, se impartió la conferencia “Ciberfamilia” ante 150 asistentes durante la Semana de la Seguridad Informática, organizada



por el Municipio de San Pedro Garza García, Nuevo León, a través de la Secretaría de Desarrollo Social, el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) San Pedro y la Coordinación de Acciones en Cadena. En el mismo municipio, y en el marco del Primer Encuentro de Valores del Instituto de San Roberto, se ofreció a 56 niños la charla “El niño que tenía 2 mil amigos y estaba solo”. En el webinar “El uso de las tablets como instrumento didáctico”, se introdujeron los mismos conceptos anteriores sobre los riesgos y oportunidades que ofrecen las TIC y la responsabilidad en su uso.

Desde la web y el blog de Responsabilidad Corporativa se promueve el uso responsable de las TIC y se dan recomendaciones sobre cómo actuar en casos como el cyberbullying.

Productos y servicios

A finales de 2012 Telefónica lanzó “Escudo Movistar”, conjunto de paquetes de seguridad que incluyen antivirus, antispyware, antispam, firewall, Control Parental y respaldo. Con ellos, se favorece un buen uso de las TIC por parte de los menores y se protege a los usuarios de personas malintencionadas.

A través del Foro Generaciones Interactivas se forma a menores, padres y profesores en el uso responsable de las TIC.



Innovación\_



La Compañía continúa con sus alianzas e inversiones destinadas a la investigación y el desarrollo pese a la crisis económica mundial a fin de seguir la senda del liderazgo en innovación del sector TIC del mundo

La innovación tecnológica es fundamental para obtener ventajas competitivas sostenibles que diferencien los productos y servicios de una empresa. Consciente de ello, la Compañía incrementó un 13% su inversión en este rubro respecto al año anterior.

Wayra

En enero de 2012, Telefónica inauguró la Academia Wayra, una iniciativa de Telefónica Digital que tiene como principal objetivo potenciar la innovación y la detección de nuevos talentos en Latinoamérica y Europa en el campo de Internet y las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Mediante su modelo global de aceleración de

proyectos, apoya a los emprendedores en su desarrollo dotándolos de las herramientas tecnológicas, mentores calificados, un espacio de trabajo de vanguardia en el edificio corporativo, y del financiamiento y contactos necesarios para acelerar su crecimiento.

En México, durante la Campus Party powered by Movistar 2012, Wayra<sup>1</sup> lanzó la convocatoria, que recibió la respuesta de 380 proyectos procedentes de todo el país. De ellos, fueron seleccionados 10, entre los que se encuentran iniciativas que se concentran en mejorar las tareas administrativas de usuarios empresarios; desarrollar nuevas interacciones entre empresas y usuarios de redes sociales; sistemas de reconocimiento y predicción de estados emocionales para mejora de servicios de telemarketing; innovación en la comunidad escolar, entre otras.

La academia ha logrado distintos acuerdos con instituciones y corporaciones internacionales con el fin de mejorar el programa de mentores y aceleración de proyectos, como el vínculo establecido con el Massachusetts Institute of Technology y con Microsoft Corporation.

<sup>1</sup> <http://mx.wayra.org/>

Resultado de su paso por Wayra, startups como Machina – diseño de ropa que integra tecnologías de movilidad- y Kubo Financiero - solicitud e inversión de préstamos entre una comunidad- han logrado convertir su proyecto un negocio internacional, igual que Bandastic (conciertos colectivos por Internet) a nivel nacional.

Wayra apoya proyectos que impulsen la creatividad de jóvenes emprendedores, por lo que participa en eventos como la Startup Weekend, evento donde personas de distintos campos como diseño o negocios se reúnen para ser asistidos por mentores y generar nuevas iniciativas tecnológicas.

Telefónica ofrece a través de Wayra una iniciativa propia para acercar el talento de los emprendedores a los inversores.

Productos y servicios

En 2012 Telefónica lanzó numerosos servicios que supusieron una ruptura en el mercado de telecomunicaciones.

Tal es el caso de “la nueva Movistar” que ofrece la mejor cobertura, el roaming nacional e internacional más competitivo del mercado, el mejor servicio a clientes, redondeo por segundo y dos números gratis. Además, se dio acceso a Club Movistar -programa de beneficios- y a aplicaciones innovadoras como “Movistar Apps” y “Movistar Music”.

Con el fin de ofrecer servicios integrales, se lanzó Movistar Total que integra en un mismo teléfono múltiples servicios: línea fija, línea móvil, Movitalk (push to talk, radio) y acceso a Internet. Todo ello con las tarifas y los planes más competitivos del mercado.

Telefónica México es la primera operadora de telefonía celular en el país en lanzar el innovador Servicio SideLine™ Service, con el que los usuarios disponen de más de una línea en el mismo dispositivo móvil.

El servicio “Aquí estoy” lanzado en 2012, permite conocer, previa autorización del usuario, la ubicación de hasta cinco teléfonos celulares, lo cual es especialmente beneficioso para las familias.

A su vez, Telefónica Digital lanzó en 2012 “TU Me”, una nueva aplicación que permite al usuario tener una comunicación integrada y compartir información a través de un smartphone.

A través de la aplicación “Recarga Movistar” lanzada en 2012, los clientes pueden abonar tiempo aire a teléfonos Movistar con cargo a su tarjeta de crédito o débito desde su celular.

Wayra en cifras globales

- Más de 180 startups impulsadas a nivel global, 10 de ellas mexicanas.
- Más de 10 mil m2 destinados a la promoción de proyectos y a la innovación.
- Uno de los proyectos de aceleración más grandes del mundo.
- 12 academias presentes en Argentina, Alemania, Brasil, Chile, Colombia, España, Irlanda, México, Perú, Reino Unido, República Checa y Venezuela.

# Sostenibilidad en la cadena de suministro\_

Telefónica asume el reto de promover la sostenibilidad en su cadena de suministro, consciente de que con ello aumentará las repercusiones positivas de la empresa en la sociedad.

El impacto de la cadena valor de la Compañía durante 2012 se refleja en cerca de 20 mil proveedores adjudicatarios procedentes de 68 países, lo que supone un reto y una responsabilidad para lograr transmitir los criterios de sostenibilidad a nuestra cadena de valor. En México, el 89.8% de nuestros proveedores son locales, a fin de impulsar el desarrollo local. Para garantizar lo anterior, en 2012 se dio continuidad al modelo que promueve la evolución del modelo tradicional de "ahorro de costes" al de "creación de valor".

Número de proveedores locales		
2011	2012	Variación
539	735	36.4%

El marco de actuación de Telefónica son sus Principios de Actuación (PdA), con base en los cuales se redactó la Política de Responsabilidad en la Cadena de Suministro, que va alineada a convenios y normas internacionales como OIT<sup>1</sup>, UNI Global Union, ISO y la ONU. Además, la actuación de la sostenibilidad con los proveedores se rige por tres ejes:

### 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. De esta manera se gestionan tanto las compras globales como las de cada país.

Para asegurar una gestión coordinada y transparente, se trabaja bajo el modelo de Telefónica Global Services (TGS) que gestiona compras globales como las de Nokia y Ericsson; se emplean las Telefónica Compras Electrónicas (TCE) que favorecen el respeto de los PdA; y se realizan encuestas de satisfacción de proveedores bianualmente para conocer su opinión e identificar qué aspectos evalúan más positivamente y cuáles son susceptibles de mejora. En 2012 la satisfacción de los proveedores creció 11 p.p. a nivel global.

1 OIT: Organización Internacional de Trabajo  
UNI: Union Network International  
ISO: International Organization for Standardization  
ONU: Organización de las Naciones Unidas

El 32.39% de los proveedores de Telefónica México participó en dicha encuesta, donde algunos de los ámbitos mejor valorados fueron la gestión del comprador, la facilidad de negociación gracias a TGS y la formalización electrónica de compromisos. Como procesos susceptibles de mejora destacan: el tiempo dedicado a cada proceso de compra, el envío de pedidos en tiempo y forma, entre otros.

“Aliados” busca establecer un marco de actuación que fomente una gestión sostenible con sus proveedores, extendiéndoles nuestros PdA.

### Gestión de riesgos

Telefónica trabaja para la prevención y reducción de los posibles impactos negativos de su actividad, por lo que en 2012 continuó implementando los métodos de control y seguimiento de la actividad de sus proveedores de riesgo.

Así, a través del programa Aliados iniciado en 2008, se busca reforzar el cumplimiento de los estándares sociolaborales, favorecer el empuje de estos proveedores y garantizar la excelencia en el servicio a los clientes, pues el 91% de los proveedores Aliados tienen cercanía con el usuario.

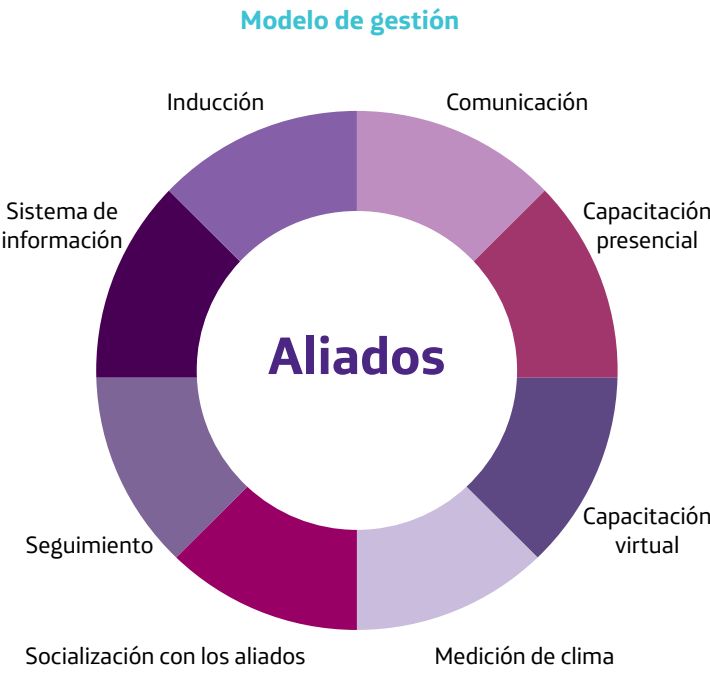
### Objetivos

**Asegurar**  
la red de aliados estratégicos

**Garantizar**  
el cumplimiento de los objetivos, organizacionales, la seguridad técnica y la equidad

**Desarrollar**  
mecanismos de detección temprana y prevención de riesgos

**Sensibilizar**  
a los contratistas sobre el comportamiento indicado en las normas de Telefónica



El programa pretende impulsar prácticas que aseguren una relación sostenible, mitigar riesgos, identificar oportunidades y establecer mecanismos de control que mejoren la actividad con la sociedad, clientes y colaboradores; y desarrollar una relación con los Aliados que potencie el desempeño de colaboradores.

Para lograr los objetivos planteados, se elabora un mapa de riesgos y oportunidades, se desarrollan planes de contingencia, se impulsan programas y planes de desarrollo y se verifica el precio justo para toda la cadena de suministro.

En 2012, las principales líneas de trabajo fueron:

- **Auditorías** in situ para verificar que se cumplan los criterios éticos, laborales, sociales y ambientales solicitados. Resultado de lo anterior, tres proveedores iniciaron los planes de mejora correspondientes y hubo una no conformidad que ya cuenta con un plan de mejora.

	2012
Nº auditorías administrativas	2
Nº auditorías in situ	5
Nº auditorías in situ de RC <sup>2</sup>	2

2 RC: Responsabilidad Corporativa

- **Curso de inducción** a los nuevos proveedores, en los que se presenta el proyecto de Aliados, las políticas de Telefónica que les afectan, temas medioambientales, formativos y se les dan a conocer los PdA<sup>3</sup>. En 2012 este curso se impartió a 36 empresas, que representan el 98.6% de los colaboradores externos. A su vez, las 36 personas así formadas bajan la información recibida a sus colaboradores.
- **Formación a 5 mil 509 proveedores** aliados a través de más de 2 millones 380 horas de capacitación en talleres presenciales. Que sumaron 106 mil 612 horas, tomadas por 11 mil 058 personas. Estos disponen además de la plataforma en línea, iCampus, que cuenta con 227 cursos sobre liderazgo, gestión y habilidades, y en el que en 2012 participaron 2 mil 554 personas, lo que supone el 27% del total de los aliados y 720 horas de formación. Para 2013 se espera que participen en iCampus al menos 2 mil aliados.
- **Reforzar los canales de comunicación** con los proveedores a través de la publicación bimestral del Boletín de Aliados.
- **Regularización** de los pliegos de condiciones de los proveedores para asegurar la inclusión de criterios de sostenibilidad; y revisión de los nuevos servicios de acuerdo al nuevo modelo de terceros. Esta revisión se dio en el 100% de las nuevas adjudicaciones de servicios.

Para 2013, se planea trabajar en permear la cultura de servicio de Telefónica a todos nuestros Aliados; sensibilizar con talleres presenciales a nuestro personal interno sobre la relevancia de que nuestros proveedores sean nuestros aliados; potenciar la formación e-learning; auditar el cumplimiento de la nueva Ley Federal del Trabajo, y verificar las acciones que mejoren el clima laboral.

En 2012, Telefónica capacitó presencialmente con 106,612 horas a más de 11 mil colaboradores aliados.

### Relaciones sólidas con los grupos de interés

La Compañía mantuvo en 2012 su compromiso con aspectos clave en la cadena de suministro y de alto impacto social:

- Comercio responsable de minerales raros, como el coltán. La Compañía renovó su participación en la alianza público-privada promovida por la Subsecretaría de Estado para la Democracia y Asuntos Globales de Estados Unidos<sup>4</sup>.
- Lucha contra el trabajo infantil. Se reforzó el trabajo en este ámbito, liderado en México por Fundación Telefónica con su programa integral Proniño.

3 PdA: Principios de Actuación, nuestro código ético  
4 Más información en: <http://www.resolv.org/site-ppa/>



# La gestión ambiental en Telefónica

La estrategia de 'Green TIC y medio ambiente' de Telefónica a nivel mundial se basa en la gestión de riesgos ambientales, la promoción de la ecoeficiencia interna y la búsqueda de oportunidades de negocio a través de servicios TIC que fomenten una economía baja en carbono.



Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) han transformado nuestras vidas y son parte importante de la contribución a la lucha contra el cambio climático. La estrategia corporativa de energía y carbono es liderada por la Oficina de Cambio Climático y Eficiencia Energética y está sustentada en tres líneas:

- Green TIC Global: su meta es dirigir al Grupo como empresa líder en Green TIC.
- Green desde las TIC: enfocado a promover la eficiencia energética interna y reducir las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).
- Green a través de las TIC: enfocado al desarrollo de soluciones Green TIC para mejorar la ecoeficiencia de nuestros clientes.
- Toda esta estrategia Green TIC de la Compañía se sustenta en la integración del medio ambiente como un elemento más del negocio.

### Green TIC Global

El Grupo es una empresa líder global en la lucha contra el cambio climático y cada una de las operadoras contribuye en este esfuerzo impulsando el papel de las TIC como motor de la ecoeficiencia.

### Green desde las TIC

Telefónica trabaja intensamente para promover de forma interna la eficiencia energética y reducir las emisiones de efecto invernadero (GEI) en todas las operaciones y procesos. Para ello, la Oficina Corporativa de

Cambio Climático y Eficiencia Energética (OCC) fija y da seguimiento a las estrategias oportunas, a partir de análisis y metodologías internacionales.

Para cumplir este compromiso, Telefónica trabaja en tres grandes líneas:

- Mejorar la eficiencia energética especialmente en la red, pues es donde se produce su mayor consumo. Para desarrollar e implementar estos proyectos se creó la figura del gestor energético, que trabaja en coordinación con la OCC. Para monitorizar y evaluar el cumplimiento de los objetivos de reducción de energía y mejorar los procesos de gestión, anualmente se realiza una verificación independiente a cargo de Aenor (Asociación Española de Normalización y Certificación) de datos energéticos y de emisiones.

La construcción de nuevas estaciones base se realiza mediante el free cooling, con lo que se aprovecha el aire exterior para controlar la temperatura interna y disminuir así el consumo de energía del aire acondicionado. Para ese mismo propósito se ajustó la temperatura de 2 mil 526 aires acondicionados, lo que supone la reducción de su consumo energético.

Para reducir el consumo energético en oficinas se colocaron temporizadores en los despachadores de agua, máquinas de bebidas y aire acondicionado, así como sensores de movimiento en oficinas y estacionamientos para el prendido y apagado de luz. En los estacionamientos se aplicó pintura planta en tres niveles.



## Bio-carbón

Proyecto que apoyó Telefónica en colaboración con la organización Gente como Nosotros y que se desarrolló en la comunidad rural de San Pedro Jocotipac, Oaxaca. Esto, para generar biocarbón comunitario, con el fin de mitigar la deforestación en la sierra mixteca de Oaxaca, preservar especies endémicas como la guacamaya verde (ara militaris) y disminuir el número de mujeres muertas por inhalación de humo mediante la incorporación de estufas de pirolysis.

En el edificio corporativo se redujo a cuatro horas la iluminación del anuncio espectacular que lo corona, el 98% de las luminarias son de bajo consumo y se opera con el 50% de las mismas porque se aprovecha la luz natural. Gracias a todo ello, el consumo de energía disminuyó 218 mil 412 kWh en un año.

### Consumo de energía en Torre Telefónica

2011	2012
16, 080,432 kWh	15, 862,020 kWh

- Disminuir el consumo de combustibles fósiles en operaciones y en la flota vehicular, sustituyéndolos por fuentes de energía más eficientes y limpias, utilizando vehículos de bajo consumo, híbridos y disminuyendo los kilómetros recorridos gracias a una gestión más eficiente de la flota.
- Potenciar la autogeneración de energía renovable. En 2012 el número de estaciones base con energía solar se redujo a seis debido al vandalismo ejercido con las placas.

### Green a través de las TIC

Las TIC ayudan a fomentar una economía ecoeficiente y baja en carbono, por lo que se ofrecen servicios Green TIC y se trabaja en el Green Customer Experience (GCEx), iniciativa que busca incorporar el

concepto de sostenibilidad en los procesos que involucran al cliente. Por ello, Telefónica ofrece y promueve servicios de gestión virtuales como la factura electrónica. El número de esta facturación aumentó en 2012 respecto al año anterior en un 31.47%, emitiendo a más de 5 mil 500.

Con nuestro programa de reciclaje de celulares que inició hace seis años tratamos en 2012 cerca de tres toneladas de material, recogido a través de nuestros contenedores en los Centros de Atención a Clientes, universidades e instituciones aliadas.

### Medio ambiente

La política ambiental del Grupo establece la estrategia de la Compañía y marca, en todos los países donde está presente, los Principios de Responsabilidad relativos al medio ambiente. Su gestión persigue un triple objetivo: la minimización de los riesgos ambientales, el despliegue responsable de red y a la maximización de la ecoeficiencia.



Principios de la política ambiental de Telefónica

1. Garantizar el cumplimiento de la **legislación ambiental** y de todos aquellos compromisos voluntarios
2. Implantar sistemas de **gestión ambiental**
3. Aplicar la **mejora continua** en toda la Compañía
4. Hacer un **uso sostenible** de los recursos naturales
5. Transmitir a los proveedores **requisitos para el cuidado ambiental**
6. **Comunicar, sensibilizar y formar** en materia ambiental
7. Publicar anualmente la **conducta ambiental**
8. Combatir el cambio climático a través de la **reducción de emisiones de GEI**
9. Promover la creación de servicios de TIC que contribuyan al **desarrollo sostenible**
10. Trabajar con terceros en modelos de **desarrollo más sostenibles**



• **Asegurar el cumplimiento de la ley.** El Sistema de Gestión Ambiental Global (SG) de la Compañía permite asegurar el cumplimiento de la legislación y mejorar los procesos anualmente. Esto permite la prevención y mitigación de impactos ambientales. Para ello, en 2012 se invirtió un millón 187 mil pesos en acciones relacionadas con la conservación del medio ambiente. Ese mismo año, se destinó un 362% más del presupuesto que el año anterior en el programa de gestión de residuos.

Durante 2012 Telefónica no tuvo ninguna sanción por incumplimiento de legislación ambiental y Aenor certificó por octavo año consecutivo el sistema de gestión ambiental de la empresa conforme a la ISO 14001.

El Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), otorgó a Telefónica México el reconocimiento a las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en la categoría de preservación y cuidado del medio ambiente, por su Sistema de Gestión Integral (SGI).

• **Despliegue responsable de red.** Los aspectos ambientales más significativos de las actividades de Telefónica están relacionados con la infraestructura necesaria para dar servicio al cliente, es decir, con la red. Para reducir esta huella, la empresa comparte 1 mil 289 antenas con otros operadores, prioriza la construcción de sitios en azoteas, se adhiere a la legislación vigente, realiza estudios de impacto ambiental antes de iniciar la construcción de sitios, y cuenta con criterios de disminución de impacto visual y acústico en su construcción.

En ese sentido, en 2012 se camuflaron ocho antenas y se realizan mediciones de ruido en las instalaciones, para verificar que se cumple con lo reglamentado por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), realizando los ajustes oportunos en caso de ser necesario.

Las casetas de insonorización evitan el ruido exterior de las plantas de emergencia. Además, se elimina la pintura de las torres y en caso de que la requieran, se usan pinturas ecológicas sin plomo y vinílicas.

Para la gestión de residuos por los servicios de red, operación, mantenimiento y desmantelamiento, se cuenta con una bodega temporal de almacenamiento. Pese al cuidado, hubo un derrame de combustible de 0.6 m3 que fue rápida y adecuadamente gestionado. Para disminuir este riesgo, y gracias a la actualización de la infraestructura de la Comisión Federal de Electricidad (CFE), en 2012 el 10% de los sitios en el estado de Hidalgo cuentan ya con energía propia, lo que evita poner generadores.

• **Campos electromagnéticos.** Fomentando las buenas prácticas ambientales en este ámbito, Telefónica tiene un plan anual de muestreo a nivel nacional que diagnostica la operación adecuada y responsable de sus antenas. En 2012 no se realizaron los estudios sobre emisiones electromagnéticas, cuyos resultados en años anteriores estuvieron por debajo de los límites establecidos por recomendaciones y normas internacionales definidas por la Comisión Internacional para Protección de las Radiaciones No Ionizantes (ICNIRP) y avaladas por la Organización Mundial de la Salud.

Conscientes de la inquietud que genera en la sociedad los temas de campos electromagnéticos, cuando alguna comunidad lo quiere, se establecen mesas de diálogo y acciones de comunicación para

informar a los interesados de manera abierta y transparente. En el caso de terrenos ejidales, la conformidad de la anuencia vecinal es necesaria para la instalación de una antena.

• **Ecoeficiencia.** Telefónica gestiona de manera eficiente los recursos a fin de minimizar el impacto ambiental de sus actividades a través de la ecoeficiencia.

El consumo de agua en la empresa está asociado a procesos sanitarios y de refrigeración de infraestructuras. Por ello, aunque su consumo anual aumentó a 39 mil 116.67 m³ debido al mayor despliegue de red, en 2012 disminuyó el consumo de agua en oficinas en cerca de 10 mil m³ gracias a medidas de ahorro y concientización interna.

El uso de las TIC favorece la reducción del consumo de papel, por lo que Telefónica promueve una oficina sin papeles y la facturación electrónica. Por ello, se cuenta con un control de impresiones por medio de contraseñas y se usa papel manufacturado con fibras de papel reciclado. Así, el consumo en oficinas disminuyó en un 55.1% y el de facturas en un 29.2 %

Consumo de papel en toneladas

	2011	2012
En facturas	47.8	33.9
En oficinas	41.9	18.8

Todos los residuos de la empresa se gestionan según la legislación y siguiendo las mejores prácticas, donde prima la reducción, la reutilización y el reciclado. Con relación a la separación de residuos peligrosos y no peligrosos, se cuenta con proveedores especializados en su correcta disposición.

Como resultado de las acciones impulsadas en 2012 respecto al tratamiento de residuos, se logró el reciclaje de 7mil 852 Kg de papel y cartón, mil 179 kg de PET y 143 kg de aluminio. Gracias a las acciones de tratamiento de residuos, se ahorraron 2 mil 352 litros de petróleo, 145 mil 412 litros de agua en la fabricación de papel, no se enviaron 7 mil 056 kg de CO2 a la atmósfera y se evitó talar más de 90 árboles.

• **Responsabilidad integral.** En el trabajo con proveedores y contratistas, se incluyen cláusulas ambientales en todos sus contratos y hace obligatorio el uso de insumos amigables con el medio ambiente. Además, se realizan auditorias de control de criterios ambientales y a través de Edugreen se concientiza a los proveedores. Internamente se sensibiliza a los colaboradores y en 2012 se les dieron 85 horas de capacitación sobre temas medioambientales.

Telefónica apoya programas de conservación de la naturaleza mexicana:

- Jornada Anual de Reforestación: gracias a la colaboración con la asociación civil Reforestamos México y al trabajo de cerca de 100 Voluntarios Telefónica, se reforestaron 1.2 hectáreas y se plantaron mil 200 árboles en Zinacantan, Estado de México. La jornada fue parte del proyecto que busca promover la generación de agua para su distribución en las comunidades cercanas.
- Museo Bebeleche de Durango, donde junto con Nokia se proyectó el documental "Océano Salvaje" y se dieron charlas para aumentar la conciencia ambiental a más de 31 mil 464 personas.



# Nuestros colaboradores\_

Nuestros colaboradores son una de las mayores riquezas de Telefónica, por ello buscamos mantener las mejores condiciones de trabajo y retener al mejor talento.



En Telefónica reconocemos que gran parte del éxito como empresa involucra a los colaboradores, por lo que promovemos el desarrollo profesional y personal de cada uno de ellos por medio de iniciativas que impulsan el liderazgo y el aprendizaje, además de prestaciones y beneficios que contribuyen a su bienestar.

### Nuestros profesionales en cifras

Sin considerar a Atento, a finales de 2012 Telefónica contaba con 3 mil 024 colaboradores, lo que supone un 4% menos que en 2011 debido a los procesos de reestructuración de la plantilla y a los nuevos requerimientos del negocio. De ellos, 45 eran directores frente a los 36 del periodo anterior. La antigüedad y edad media fue de 4 y 35 años respectivamente, frente a los 5 y 36 años de 2011.

Telefónica se esfuerza en ofrecer a los empleados las mismas oportunidades. Los Principios de Actuación contemplan este derecho fundamental: "Impulsamos la igualdad de oportunidades y tratamos a

todas las personas de manera justa e imparcial, sin prejuicios asociados a la raza, color, nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual, estado civil, edad, discapacidad o responsabilidades familiares".

	2012	2011	Variación
% de empleados con contrato indefinido	99.2*	20.5	384%
% de empleados con contrato temporal	0.8*	79.5	98.9%
Personas con discapacidad	3*	39	-92%
% Mujeres directivas	11%	11%	0%
% de mujeres en la plantilla	32.0*	32.7	-2%

\* Cifras que no incluyen a Atento.

### Formación y gestión de talento

Para fomentar el desarrollo de sus profesionales, Telefónica brinda distintos programas de formación tanto presencial como en línea, que durante 2012 sumaron más de 153 mil 500 horas de formación y supusieron una inversión de más de 15 millones 662 mil pesos. Como aliciente para que los colaboradores continúen con su desarrollo, se otorga la Beca Fundación Carolina, por la que dos colaboradores sobresalientes se formaron en España con todos los gastos de estudio, estancia, dietas y seguro médico cubierto.

Con el proyecto de Universitas Telefónica, altos directivos recibieron en el campus de Barcelona, España, cursos sobre innovación, liderazgo y transformación en un ambiente de networking y excelencia.

Con la academia de venta, se certifica a los colaboradores del área comercial en cuestiones relacionadas con las ventas y la atención al cliente, con el fin de reforzar su carrera comercial.

### Clima laboral y compromiso

Dada la importancia que tienen los colaboradores para la empresa, se promueven políticas de conciliación y bienestar que favorezcan un gran ambiente de trabajo. En 2012 el Índice de Satisfacción del Empleado fue de 80.4 puntos sobre 100.

### Políticas y prácticas de conciliación laboral

Sabemos que conciliar la vida laboral y personal es parte integral del buen desempeño de nuestros colaboradores y por ello se promueven momentos para compaginar ambas esferas, como por ejemplo: la fiesta de fin de año; el viernes de verano, que permite terminar la jornada laboral a las 13:00 horas un viernes de julio y de agosto; la tarde libre de cumpleaños, los descuentos en servicios y productos Movistar y con proveedores.

Dentro de estas iniciativas se encuentran aquellas que facilitan afrontar la paternidad y maternidad de los colaboradores. Así, existe permiso por adopción o nacimiento tanto para el padre como para la madre. Las madres pueden tener días de teletrabajo y utilizar la sala de lactancia para empleadas internas y externas.

Para apoyar a los colaboradores en momentos importantes se otorgan días con goce de sueldo en el caso de matrimonio o examen profesional, además de días de ausencia por fallecimiento de un familiar en primer grado, así como flexibles que el colaborador utiliza según sus necesidades.

A través de Fundación Telefónica los colaboradores y sus familiares pueden participar en actividades de ayuda a los demás.

### Atracción y retención del talento



Según el Great Place to Work Institute, Telefónica es la 18ª mejor empresa para trabajar en México y la 2ª mejor en Latinoamérica.





Para identificar y atraer talento, Telefónica México participa en ferias de empleo, hace campañas en las principales universidades y publica de manera constante en medios electrónicos relacionados a la búsqueda de talento.

En su preocupación por impulsar a la juventud, Telefónica cuenta con el Programa Trainees para jóvenes con talento y PROES-Telecom que profesionaliza a estudiantes de Telecomunicaciones que posteriormente pueden incorporarse a la plantilla.

Para identificar y promover a los mejores colaboradores, a través de la herramienta del Management Review, se define la matriz de talento a nivel directivo y con la Evaluación 360° la matriz a nivel de mandos medios. Con la herramienta digital del Plan Individual de Desarrollo se fomenta la cultura del autodesarrollo.

Con el objetivo de lograr una visión global e innovadora de gestionar la compañía, los talentos seleccionados participan en un programa de rotación por el que durante 6 o 9 meses se desempeñan en las operadoras de otros países.

Retribución justa

Para Telefónica la retribución a sus colaboradores debe ser atractiva a fin de atraer, retener y motivar. Por ello se privilegian las estructuras de remuneración competitiva y equitativa, las cuales comprenden, entre otros: salario, vales de despensa, bonos y comisiones, incentivos a largo plazo, plan de pensiones y beneficios. La práctica de remuneración se construye con base en tres factores: internos, externos e individuales. Los factores internos se refieren a cuestiones de la estrategia de la empresa, los externos tienen que ver con el entorno, y los individuales con el desempeño y el potencial del colaborador.

Además de promover una retribución justa, nuestros colaboradores cuentan con prestaciones para sus familiares directos y diversos beneficios económicos, tales como: fondo de ahorro, acciones, cuenta de retiro Ser, anticipo de nómina, prima vacacional, aguinaldo y bono anual de desempeño.

Entre estas prestaciones para los familiares directos se encuentran programas como seguro y cotización de automóvil, “Excelencia académica” (ayuda económica a los hijos con excelentes resultados escolares) y apoyo mensual para las guarderías particulares.

Conscientes de la realidad del Distrito Federal, la empresa ofrece transporte para los colaboradores que cubre siete rutas diferentes matutinas y vespertinas, el cual traslada diariamente a más de 650 personas.

Para determinar el desempeño del colaborador, Telefónica utiliza la metodología Metas Crucialmente Importantes (MCIs), con la que busca relacionar la valuación de los puestos y su nivel salarial. Con los resultados de este diagnóstico, se determina el grado de responsabilidad e impacto que tiene cada una de las posiciones, tanto en su área de adscripción como dentro de la organización. En 2012 se



aplicó, bajo las mismas condiciones, este sistema de evaluación a 2 mil 754 empleados.

La escala salarial es un tabulador correlacionado con los niveles internos de la empresa y comprende cinco estructuras con una amplitud entre ellas del 22%.

Comunicación y transparencia con los empleados

Mantener y propiciar una relación abierta y transparente es fundamental para el diálogo interno de la organización. Por ello se emplean diferentes vías de comunicación interna: Intranet, correo electrónico, revista interna digital, televisores en elevadores y pasillos, pantalla del teléfono, SMS y dinámicas puntuales.

A través de dichos canales se transmiten los cambios importantes que afectan a los colaboradores, las promociones, las vacantes, los nombramientos importantes dentro del Grupo, y se replican notas de prensa relevantes sobre nuestro sector. También se promueve la

expresión de los colaboradores por medio de encuestas, desayunos y foros presenciales con los directores y con otras áreas de la empresa. Con la digitalización de la revista global de la Compañía, SOMOS, se propicia que todos los colaboradores tengan una visión global de la empresa y de su trabajo en ella.

Libertad de asociación y diálogo social

Los Principios de Actuación de la Compañía garantizan el derecho de los colaboradores de pertenecer a la organización sindical de su elección. En ese sentido, el 18.6% de empleados estuvieron bajo un convenio negociado y no hubo ningún percance relacionado con estos temas. Además, buscando un relación sostenible, el 99.2% de los contratos son indefinidos y la rotación es de 27.49%.

Seguridad, salud y bienestar

Para Telefónica es vital asegurar la integridad física de sus colaboradores y hace hincapié en la prevención. Al respecto, los colaboradores cuentan con: gastos médicos mayores que se extienden a sus familiares directos; descuento en consultas con especialistas, en laboratorios médicos, tratamientos, gimnasios y centros de salud. Dentro de las instalaciones de Torre Telefónica se dispone de un consultorio médico con gastroenterólogo, ortopedista, médico internista y nutriólogo. Las consultas de este servicio han aumentado en 182% de 2010 al cierre de 2012.

	2012	2011	2010
Nº de consultas atendidas	10,187	7,405	3,612

Un año más se realizaron campañas de comunicación de prevención, 461 colaboradores participaron en la Feria de la Salud, 700 empleados aprovecharon la campaña de vacunación contra la influenza, 117 mujeres se realizaron revisiones preventivas de cáncer de mama.

En Torre Telefónica se cuenta con el servicio de comedor, subvencionado al 50% por la empresa, en el que se ofrece desayuno y comida con menús revisados por nutriólogos, y utilizado diariamente por aproximadamente 950 comensales. Por la buena operación del comedor, se obtuvo por cuarto año consecutivo, el Distintivo H que otorga la Secretaria de Salud en conjunto con la Secretaría de Turismo a los establecimientos de alimentos y bebidas que cumplen con las normas establecidas. También se cuenta con Movisnack, carrito que recorre todos los pisos con aperitivos nutritivos, fruta y verdura.

La Comisión de Seguridad e Higiene realiza un seguimiento y análisis de las actividades preventivas a fin de asegurar el cumplimiento de los objetivos de seguridad y salud. Durante 2012 Telefónica actualizó la señalización de protección civil en 40 inmuebles, se recargaron mil 283 extintores, se dotaron 90 equipos de primeros auxilios, y se realizaron periódicamente simulacros.

En este contexto, se realizaron en más del 70% de los inmuebles de la empresa, 22 cursos de capacitación sobre protección civil a más de 300 colaboradores que realizan las funciones de brigadistas de incendio, evacuación y primeros auxilios.

	2012	2011	Variación
Tasa de incidencia	18.98	7.59	163%
Ratio de gravedad	302.84	303.66	-0.27%
DM	15.16	40.00	-62.11%
IR	2.00	0.76	163.18%
IDR	30.28	30.37	-0.27%
AR	3,081.39	166.46	1751.13%
DM (tasa de duración media)			
IR (tasa de accidentes)			
IDR (tasa de días perdidos)			
AR (tasa de absentismo)			



# Inclusión Digital

Para Telefónica, disminuir la brecha digital es una prioridad porque ello contribuye al desarrollo económico, cultural y social del país. Por eso, trabajamos para que haya más personas que aprovechen los beneficios de las TIC

Poner las posibilidades de las TIC a disposición de todos los colectivos y eliminar cualquier barrera que lo dificulte es uno de nuestros grandes objetivos, sabedores de que así promovemos también el desarrollo de las comunidades.

### Inclusión económica

Para comunicar a aquellos que, o no cuentan con una línea propia, saldo en su equipo celular o que desean controlar su gasto, Telefónica mantuvo los servicios de telefonía pública, a través de los cuales es posible enviar mensajes de texto, recargar tiempo aire, realizar y recibir llamadas y contar con una tarifa especial para comunicaciones con EE.UU. Asimismo, continuamos ofreciendo servicios de a precios accesibles tales como:

- **Movistar en casa:** servicio de telefonía fija.
- **Movistar SOS:** permite la comunicación en casos de emergencia aún sin saldo.
- **Recarga SOS:** permite al cliente con plan de prepago, solicitar una recarga.
- **No tengo saldo:** notifica al usuario cuando el otro no tenga saldo suficiente.
- **Llamadas de Movistar a Movistar** ilimitadas con una recarga mensual determinada.
- **Recarga Movistar:** aplicación que permite a los clientes abonar tiempo aire a teléfonos Movistar con cargo a su tarjeta de crédito o débito desde su celular; se pueden abonar de 10 a 200 pesos y comprar paquetes de datos, SMS y navegación.
- **Movistar Total:** brinda todos los servicios de telecomunicaciones en un solo teléfono, con tarifas competitivas.

### Inclusión geográfica

Con el fin de extender las telecomunicaciones a zonas rurales, se rediseñaron los sitios para hacerlos más viables. Con ello se logró reducir la brecha geográfica, beneficiando a más de 137 mil habitantes de 38 poblaciones con menos de 8 mil 500 habitantes, que ahora cuentan con servicios de voz y datos 2G. Este esquema se promueve para el programa de Franquicias Rurales, pues algunas de estas zonas son de difícil acceso y es necesaria la transmisión satelital.

Además, se construyeron 945 sitios nuevos para reforzar las 74 ciudades principales y cubrir 49 nuevas localidades, lo que representan 2.2 millones de habitantes nuevos con cobertura.

### Respuestas en emergencias

Somos conscientes de la responsabilidad social que una buena gestión de nuestras redes tiene en la prevención, reducción y mitigación de cualquier tipo de emergencia. Por ello, tenemos planes que aseguren la comunicación aún en casos de desastres. Así, mantuvimos nuestros servicios durante el sismo de 7.5 grados Richter registrado en las ciudades de Cuernavaca, México Pachuca, Puebla y Toluca el 20 marzo. Solo se presentaron ciertas incidencias debido a la saturación en las redes de todas las operadoras.

Además, en la 38 Reunión Plenaria GSMA LA expusimos nuestras mejores prácticas ante desastres naturales. A dicha reunión acudieron más de 20 operadoras latinoamericanas, organismos regulatorios y empresas proveedoras.

El plan de despliegue de red de acceso para asegurar la cobertura de 2G y 3G incluye cuatro ejes de acción: refuerzo en ciudades, nuevas coberturas, cobertura en carreteras y cobertura dedicada.

Entre los sitios nuevos y los que se reforzarán se encuentran zonas petroleras, destinos turísticos y Pueblos Mágicos en distintos estados como Campeche, Coahuila, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Nayarit, Quintana Roo, Sinaloa, Tabasco y Veracruz.

Telefónica tiene como objetivo ofrecer a nuestros clientes cobertura subterránea total de voz y datos con tecnología 2G y 4G en vestíbulos, pasillos, túneles de 130 estaciones y transbordos subterráneos que comprenden la red del Sistema de Transporte Colectivo Metro de la Ciudad de México.

## En 2012 desplegamos nuestra cobertura en los túneles de las líneas 1 y 2 del Metro de la Ciudad de México. Y en las líneas 1 y 2 del tren ligero de Guadalajara y Monterrey.

Incrementaremos el servicio de cobertura en seis nuevos tramos carreteros y reforzaremos 59 más. De la misma manera, mejoraremos la cobertura de interior, incluyendo los servicios 3G, en lugares de interés especial en todo el país.

En la iniciativa de nueva cobertura llegaremos a 95 poblaciones nuevas, que equivalen a 1.11 millones de habitantes beneficiados y 284 poblaciones que serán implementadas con servicios 3G, para 4.5 millones de usuarios. Además, se reforzará la cobertura en 162 mercados con cobertura ya existente y 214 con cobertura 3G.

### Accesibilidad

Telefónica ofrece servicios que aseguran que personas con discapacidad y sus seres queridos continúen comunicados:

- **Voz en Texto:** convierte los mensajes del buzón de voz en texto y los envía al usuario vía SMS, lo cual beneficia a usuarios con discapacidad auditiva.
- **Localízame:** servicio que permite, previa autorización, localizar a tus contactos, lo cual es útil para personas de la tercera edad o con capacidades diferentes.
- **Aquí estoy:** para ubicar fácilmente, a través de la web, a aquellas personas que necesitan una observación más cercana, por ejemplo adultos mayores o personas con algún tipo de discapacidad.

En un esfuerzo por respetar y mantener los usos y costumbres de grupos indígenas, Telefónica ofrece atención a clientes en náhuatl en aquellas zonas que así lo requieren.

### Formación y capacitación

En colaboración con el Instituto Tecnológico de Monterrey se desarrolló un proyecto de investigación para medir el impacto integral de la introducción de dispositivos móviles a la enseñanza en la educación primaria. En él participaron mil 700 niños y 15 profesores.

Asimismo, se llevaron cabo el Encuentro Internacional de Educación, y el Encuentro Anual Aulas Fundación Telefónica, eventos cuya finalidad es compartir iniciativas pedagógicas innovadoras, así como mejores prácticas educativas dirigidas a la formación y un mejor aprovechamiento escolar de los alumnos.

Con una inversión de más de 7 millones de pesos, Fundación Telefónica implementó las Aulas Fundación Telefónica, las cuales ofrecen asesoría a docentes para experimentar tecnologías innovadoras y la promoción de la réplica de este modelo. Con ello se beneficiaron a cerca de 10,000 niños en comunidades marginadas.

Las Aulas Tecnológicas CONAFE<sup>1</sup> -Fundación Telefónica conforman un proyecto de inclusión digital que beneficia a sectores marginados del país, acercándolos al uso de las TIC mediante la instalación de aulas digitales equipadas y con un programa de formación inicial para las figuras educativas. Con ello se beneficiaron a 147 figuras educativas y a más de 11,000 personas pertenecientes a comunidades marginadas.

<sup>1</sup> El CONAFE (Consejo Nacional de Fomento Educativo) es un órgano descentralizado de la Secretaría de Educación Pública. Su modelo educativo se sostiene por los instructores comunitarios, jóvenes estudiantes que se insertan en la comunidad para impartir formación básica en lugares donde la población es tan reducida que no se instalan escuelas.



# Proyectos Sociales\_



Para Telefónica, el impulso a la innovación y al desarrollo implica tanto ofrecer los mejores servicios de telecomunicaciones de manera responsable, como realizar una gestión social que se refleje en una mejora de las comunidades

### Fundación Telefónica

Bajo la premisa que dicta “Conocer para Transformar”, Fundación Telefónica pretende que su labor contribuya a mejorar la vida de las personas y favorezca el progreso social a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Para ello, impulsa el acceso al conocimiento, pues así quiere incentivar el desarrollo social en las zonas en las que opera. Fundación Telefónica se creó en 1998, está presente en 13 países y opera en México desde 2004.

Con las iniciativas de Fundación Telefónica, se reduce la brecha de marginación en las comunidades en las que trabaja ya que, en colaboración con escuelas y docentes, se implementan proyectos que

promueven el uso de las TIC para favorecer y facilitar la vida cotidiana. La prioridad de Fundación Telefónica son los niños y jóvenes, y sus líneas de actuación se concentran en: impulsar el acceso a la educación; colaborar en la mejora educativa a partir de la inclusión de TIC a modelos pedagógicos; y la generación y divulgación de conocimiento.

De igual manera, gestiona una red multicultural de Voluntarios Telefónica, conformada por empleados de la compañía, que aportan conocimiento, tiempo e ilusión para mejorar la calidad de vida de los colectivos más desfavorecidos. Así, Fundación Telefónica ofrece a los empleados las posibilidades, recursos y herramientas necesarias para que puedan implicarse socialmente, contribuyendo a la mejora y solución de problemas sociales concretos.

En su compromiso con la infancia, Fundación Telefónica trabaja bajo cuatro líneas: Intervención directa; Movilización; Talento Proniño y Vive Fundación Telefónica.

- Intervención directa busca proteger a los menores otorgando herramientas que trascienden al ámbito escolar, se vincula a padres de familia y comunidad escolar para crear espacios de atención que resulten en la transformación del entorno que les rodea.

Para impulsar el acceso a la educación, promueve la erradicación del trabajo infantil, interviene en primarias que cuentan con una población de estudiantes trabajadores superior a 50%. Con el apoyo de 118 organizaciones no gubernamentales que colaboran con Proniño en América Latina, se beneficia a menores de entre 8 y 12 años que pertenecen a un núcleo familiar y realizan actividades laborales.

Dentro de las actividades que se realizan en este proyecto se encuentran talleres escolares sobre derechos del menor, trabajo infantil y explotación, salud, alimentación e higiene; se instruye a los padres sobre la convivencia familiar para mejorar el ambiente en su hogar; se impulsan dinámicas que fomentan el buen uso del tiempo libre para evitar las conductas de riesgo y además se otorgan becas escolares en especie a quienes lo necesitan para continuar con sus estudios.

- El eje de Movilización comprende la generación y divulgación de conocimiento sobre el trabajo infantil y la conformación de una red de organizaciones que trabajen en torno a este tema. Con este objetivo, Fundación Telefónica participa en acciones como congresos nacionales para la erradicación de explotación infantil; realiza foros con universidades y organizaciones de la sociedad civil, y mesas de discusión para posicionar el tema y crear espacios de referencia que sirvan para generar conocimiento, movilización social e incidencia en políticas públicas.

Un ejemplo de estas acciones es la colaboración con el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, Save the Children, el Programa Infancia de la UAM, UNICEF, y la CNDH. En Talento Proniño, Fundación Telefónica reconoce el esfuerzo de estudiantes que tienen el mejor rendimiento académico o la mejor actitud en la convivencia escolar al promover un mejor ambiente y son invitados a visitar la Ciudad de México durante una semana, donde se organizan actividades recreativas que los alienten a continuar con su buen desempeño escolar.

- Vive Fundación Telefónica se concentra en acercar a líderes de opinión y directivos a la lucha contra el trabajo infantil, convirtiéndolos por un día en mentores Proniño. Al participar, los líderes conocen a través de experiencias significativas, el impacto de Proniño, las carencias y potencial de los niños trabajadores, al tiempo que comparte su experiencia para inspirar a los menores e incentivarlos a continuar estudiando. Con este aprendizaje, el mentor puede comprometerse con la causa al sensibilizar a su ámbito de influencia sobre la importancia de la erradicación de la explotación laboral infantil.

### Patrocinios Culturales

Además de contribuir a la sociedad por medio de programas establecidos como los de Fundación Telefónica, la compañía apoya distintas iniciativas que promuevan áreas distintas de las comunidades. En 2012 se volvió a apoyar el Festival Internacional de Cine de Morelia, uno de los eventos más importantes en términos culturales para la industria del cine a nivel nacional. En dicho marco, y con el fin de promover al talento mexicano y la cultura de la responsabilidad social, se premió el cortometraje “Responsabilízate”, realizado con teléfono celular.







Como parte del segmento innovador y cultural, durante todo el año de 2012 se promovieron conferencias y actividades privadas con Ferran Adrià, el chef de mayor reconocimiento y prestigio en el mundo y embajador de la marca Telefónica. De estos eventos que versaron sobre innovación, tecnología, pasión y compromiso para hacer las cosas se beneficiaron más de 7 mil personas de toda la República.

Patrocinios Deportivos

El deporte es una parte importante del desarrollo integral de una sociedad, por lo que Telefónica colabora con iniciativas que lo promueven. Ejemplo de estas acciones son los patrocinios deportivos del año 2012, entre los que se encuentra el patrocinio a atletas y grupos deportivos como Galia Moss, Nahila Hernández San Juan, Deportivo Toluca FC, Club Santos Laguna, Monarcas Morelia y la Selección Nacional de Fútbol.

Mediante estos patrocinios niños beneficiarios de los programas de Fundación Telefónica han tenido la oportunidad de asistir a partidos de la Selección Nacional y convivir con sus jugadores favoritos. Asimismo, se han organizado distintas firmas de autógrafos para acercar a los futbolistas con los beneficiarios de Telefónica.

Patrocinios Musicales y Tecnológicos

Para promover la cultura por medio de la música, Telefónica colaboró con músicos como Lang Lang, Jarabe de Palo, Amaia Montero y David Bisbal. Estos últimos se han sumado a las iniciativas de Fundación con

el fin de crear conciencia respecto a la erradicación del trabajo infantil en sus peores formas.

Como resultado de Wayra, surgió Bandastic, que demuestra la innovación y vanguardia en proyectos desarrollados gracias a la intervención de Telefónica. Esta startup mexicana, busca facilitar la organización de conciertos y de festivales por medio del uso de Internet. Así, se apoya de las redes sociales y de la tecnología para convocar al crowdfunding que permita presentar a bandas con poca probabilidad de tocar en México.

Patrocinios Educativos

Además de las iniciativas de Telefónica en los programas de educación, dentro de los patrocinios educativos, se llevó a cabo el concurso “De la secu a la Antártica”, que fue promovido por la alpinista mexicana Karla Wheelock y apoyado por Telefónica a través de Movistar. El objetivo fue reunir un grupo de 10 alumnos y 2 maestras de secundarias distintas del Distrito Federal, para formar parte de la expedición “Líderes mexicanos a la Antártica”.

Los proyectos merecedores a este premio fueron trabajos seleccionados de las Escuelas Secundarias Técnicas 68 y 75. El primer proyecto pretende crear un parque urbano en la comunidad de San Bartolo Ameyalco para sensibilizar sobre la conservación y aprovechamiento sustentable de recursos. El segundo proyecto se enfocó a la creación de conciencia sobre el reciclado de residuos sólidos mediante las “3R”: reduce, recicla y reutiliza.



ETECOM

El Estímulo Telefónica a la Comunicación (ETECOM) es un proyecto de Telefónica que inició en 2005 y busca reconocer y destacar a los mejores trabajos universitarios relacionados al área de comunicación con el objetivo de impulsar a los estudiantes de último año en el desarrollo de su futuro ejercicio profesional.

Las categorías a premiar fueron cinco: Prensa escrita, donde se buscaba la crónica, reportaje, investigación o entrevista de profundidad periodística; Fotografía periodística, que suponía una secuencia temática de cinco fotografías; Radio, en formato de reportaje o noticiero; Televisión, en formato de reportaje, noticiero, corto o documental; y Prensa digital, en website original o blog.

Las universidades participantes en esta primera edición de ETECOM México fueron: la Universidad Latina, Universidad Anáhuac, Universidad Latinoamericana, Universidad PART, Universidad Panamericana, Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación, Universidad Iberoamericana, Universidad Simón Bolívar, Escuela de Periodismo Carlos Septién García, y el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey.

La selección de los 61 trabajos concursantes fue a través de un jurado de personas especializadas en la materia; a los cinco finalistas se les otorgó una tableta para navegar en 3G y el ganador representó a México en Telefónica España.





# Grupos de interés\_

## La relación entre Telefónica y sus grupos de interés es fundamental para el buen desempeño de la compañía, por lo que buscamos mantener un diálogo constante y eficiente que permita la mejor vinculación

Para poder establecer relaciones sostenibles, duraderas y estables, Telefónica se preocupa por conocer las inquietudes de sus grupos de interés (stakeholders). De esta manera se obtienen las áreas de riesgos y oportunidades que han de trabajarse para atender a todos los afectados.

Nuestros grupos de interés están integrados por todos aquellos actores que interactúan, inciden o son afectados por Telefónica. Entre ellos destacan nuestros colaboradores, clientes, inversionistas, proveedores, organizaciones de la sociedad civil, instituciones gubernamentales, comunidad en general, academia, medios de comunicación y líderes de opinión.

### Cómo dialogamos

Buscamos asegurar que el diálogo que la empresa tenga sea incluyente, eficiente y constante, a fin de comprender los intereses de todos los involucrados en el mismo, y así promover la transparencia que garantice el equilibrio necesario de una buena gestión.

Los canales de comunicación de Telefónica en materia de Responsabilidad Corporativa (RC) son: el Informe Anual de RC<sup>1</sup>, el Blog RC , la página web<sup>2</sup> , la factura electrónica, el correo electrónico<sup>3</sup> y las redes sociales<sup>4</sup>.

### Sobre qué dialogamos

Escuchamos de forma atenta a nuestros grupos de interés para conocer sus expectativas y darles respuesta en la medida de lo posible. Así, consideramos que los temas relevantes de nuestra agenda y la de nuestros stakeholders se relacionan a las TIC, los derechos del menor, la preservación del medioambiente, la innovación tecnológica, la privacidad y la relación con la comunidad.

### Comunicación Corporativa

En 2012 se rediseñó el proceso de comunicación interna para asegurar la efectividad de los mensajes y agilizar la operación. De este modo, se aumentó la interlocución horizontal y vertical entre las áreas de la empresa, así como el control de la información.

1 [www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blogs/mexico/](http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/blogs/mexico/)  
2 [www.telefonica.com.mx](http://www.telefonica.com.mx)  
3 [ResponsabilidadCorp.mx@telefonica.com](mailto:ResponsabilidadCorp.mx@telefonica.com)  
4 @TelefonicaMx

El contenido que se transmite a los colaboradores consiste en campañas de cultura interna, resultados, impacto y estrategia de la empresa; eventos que realiza o patrocina Telefónica, ofertas comerciales y premios que otorga o recibe.

Los canales que se emplean son la revista interna Somos, el boletín semanal electrónico, el correo electrónico, las pantallas de los elevadores y los vestíbulos, las pantallas de los teléfonos, activaciones físicas en los lugares de trabajo y la Intranet. En este medio se ubica el buzón de sugerencias para eficiencia operativa, el canal de la Ley Sarbanes Oxley, el portal de Principios de Actuación y el de RC.

Anualmente realizamos una encuesta a nuestros colaboradores que proporcionan guías de gestión para la comunicación y gestión interna. En cuando a la difusión externa, el avance de la comunicación en línea permite a la compañía aprovechar sus canales para dialogar con sus grupos de interés. Telefónica se ha vuelto referente en este tema, se manera que la atención a clientes de manera on line se ha incrementado y la cobertura en redes sociales ha mejorado su porcentaje, logrando así dar respuesta a los usuarios de manera rápida y sencilla.

Asimismo, la relación con medios de comunicación permite potenciar el alcance de los mensajes así como un flujo dinámico y transparente de información. En 2012 se creó la sección de Prensa<sup>5</sup> en la página de Internet corporativa, y se abrió un buzón por el mismo<sup>6</sup> medio para atender directamente sus solicitudes.

### Relaciones con el sector

Como un actor vital en nuestro sector y ateniéndonos a los Principios de Actuación, mantenemos con el gobierno una relación de neutralidad política, acatando sus resoluciones o colaborando en los requerimientos y disposiciones que deciden.

Para favorecer la competencia en el mercado de telecomunicaciones, ofrecer un mejor servicio al cliente y disminuir el impacto ambiental, se establecieron acuerdos con otros operadores para compartir infraestructuras. Con ello se beneficiaron 27 millones de usuarios aumentando la cantidad, calidad y velocidad de servicios, y se redujo la brecha digital entre zonas rurales y urbanas al llegar a una cobertura de entre 85% y 90% de la población.

Como actor fundamental del sector, Telefónica mantiene relación cercana con la Cofetel<sup>7</sup>, de forma que comunicamos a nuestros clientes y otros grupos de interés los comunicados emitidos por este organismo en su calidad de actor objetivo en el sector.

Además, Telefónica participa en distintas agrupaciones como la Anatel<sup>8</sup>, foro de discusión que congrega a operadores, fabricantes y empresas del sector para servir como intermediario con otros actores.

5 <http://telefonica.com.mx/Prensa>  
6 <http://telefonica.com.mx/Contacto>  
7 Cofetel: Comisión Federal de Telecomunicaciones  
8 Anatel: Asociación Nacional de Telecomunicaciones

A través de la CANIETI<sup>9</sup> Telefónica colabora para buscar el crecimiento y consolidación de la industria en México. Como parte de nuestro compromiso por el diálogo constante, Telefónica estuvo presente en la XXXIII Convención Nacional Anual de CANIETI, participando en la reunión plenaria de GSMA América Latina, que reúne a los operadores móviles de la región.

Buscando la interacción con los actores de la industria y la mejora de los servicios digitales, la compañía es parte de la AMIPCI<sup>10</sup>, asociación referente en el ámbito de las TIC<sup>11</sup> en México.

La CONCAMIN<sup>12</sup> promueve una cultura de ética con la convicción que ello ayuda a elevar la competitividad de las empresas y a una mejor sociedad. Derivado de este compromiso otorga el Premio “Ética y Valores en la Industria” el cual Telefónica recibió en 2012.

### Relaciones con la academia

Con el sector académico se contribuye a generar alianzas que resulten en la transformación del entorno, y se impulsan proyectos que incluyan la investigación y el desarrollo tecnológico. Telefónica participó en los foros y mesas de discusión acerca de los derechos de los menores y la erradicación del trabajo infantil, desarrollados por el Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM<sup>13</sup> y organizaciones no gubernamentales como UNICEF y Save the Children.

Por otra parte, los distintos proyectos de Fundación Telefónica incluyen la participación de docentes que introducen en su ejercicio diario las telecomunicaciones para mejorar la calidad educativa. Algunas de las instituciones que han participado en este sentido han sido el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), la UNAM, la Universidad de Colima y la Asociación Nacional de Instituciones de Educación en Tecnologías de la Información.

### Wayra y ETECOM

Proyectos como Wayra o ETECOM\* impulsan a jóvenes universitarios a continuar en su carrera académica para potencializar su futuro profesional. En el caso de Wayra, con distintas tecnologías y el asesoramiento de grandes instituciones como el Massachusetts Institute of Technology para la generación de plataformas que contribuyan al entorno social. Por su parte, ETECOM reconoce a los mejores trabajos universitarios relacionados a las comunicaciones.  
\* ETECOM: Estímulo Telefónica a la Comunicación

9 Canieti: Cámara Nacional de la Industria Electrónica, Telecomunicaciones y de las Tecnologías de la Información  
10 Amipci: Asociación Mexicana de Internet  
11 TICs: Tecnologías de la Información y la Comunicación.  
12 Concamin: Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos.  
13 UNAM: Universidad Nacional Autónoma de México.

### Pacto Mundial

Esta iniciativa de las Organización de las Naciones Unidas es la encargada de difundir las prácticas responsables en el sector empresarial. Las empresas adheridas de manera voluntaria se comprometen por velar, asegurar y promover los 10 principios de aplicación en materia medioambiental, de estándares laborales y derechos humanos.

Fruto de su compromiso con el proyecto, Telefónica es miembro activo de la Red Mexicana del Pacto Mundial desde 2011 y de su Comité Ejecutivo desde 2012.

Este capítulo estuvo liderado por Fundación Telefónica, que en 2012 realizó las siguientes sinergias:

Con el fin de reforzar la erradicación del trabajo infantil colaboró con la Dirección de Igualdad Laboral de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, y se estableció una alianza con el gobierno del Estado de México.

Junto con el Consejo Nacional de Fomento Educativo (Conafe) conformaron un proyecto de inclusión digital que beneficia a sectores marginados del país, acercándolos al uso de las TIC mediante la instalación de aulas digitales equipadas y la formación inicial para los educadores.

Con el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA) firmaron un convenio para llevar el Modelo de Educación para la Vida y el Trabajo a los padres de familia de niños en situación de vulnerabilidad en el país. Se firmó un Convenio General de Colaboración con la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH) para unir esfuerzos en la capacitación, promoción y protección de los derechos humanos.

### Relaciones con el tercer sector

Telefónica se preocupa por el desarrollo de las comunidades donde opera, por lo que resulta indispensable colaborar con organizaciones de la sociedad civil.

El Cemefi es la organización que promueve la filantropía en México desde la óptica empresarial y no gubernamental. En asociación con AliarSE promueven la responsabilidad corporativa y otorgan el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR). Involucrados con el ámbito, desde 2012 somos miembro del Comité Asesor de RSE, con el fin de dar asesoría para el desarrollo del programa de RSE.

Así mismo, hemos establecido sinergias con otras organizaciones como: Consejo Nacional de Alianzas Educativas, Dibujando un Mañana, Diseña el Cambio, Fundación Cinépolis, Save the Children, Reforestamos México, Ririki, entre otras.



Indicadores de Gestión

Impacto económico	Unidad	2011	2012	% de variación
Ingresos Grupo Telefónica	Millones de pesos	1,084,071	1,053,686	-3.2%
Inversión en Innovación Tecnológica	Millones de pesos	168,472	151,090	-10%
Clientes (Ingresos de Telefónica)	Millones de pesos	29,842.71	29,443.88	-1.3%
Pagos a Administraciones Públicas	Millones de pesos	N/D	3,238.54	N/A
Pagos a empleados	Millones de pesos	3,840.32	3,889.78	1%
Volumen compras adjudicadas localmente	Millones de pesos	14,024,838,801	16,016,645,721	14.20%

Impacto social		2011	2012	% de variación
Beneficiarios de Aulas Tecnológicas		ND	51,610	N/A
Beneficiados directos Proniño	Personas	30,000	30,000	0%

Derechos Humanos		2011	2012	% de variación
Empleados formados en los Principios de Actuación	%	99%	63%	-36%
Índice de Satisfacción del Cliente		8.67	8.77	0.1%
Valor monetario de multas por incumplimientos de las normativas de Privacidad de Datos	Pesos Mexicanos	0	0	0%
Número total de auditorías realizadas en proveedores de riesgo	Unidades	4	7	75%
Número total de proveedores adjudicatarios	Unidades	539	735	36%

Estándares Laborales*		2011	2012	% de variación
Número total de empleados	Personas	21,689	3,024	-86.1%
Empleados con convenio negociado	Personas	13,601	562	-95.87%
Plantilla fija	Personas	4,439	2,999	-32.44%
Gastos totales de formación en el ejercicio	Pesos Mexicanos	39,717	15,662.34	-60.56%
Gastos salariales a empleados	Pesos Mexicanos	3,840.32	3,889.78	1.29%
Mujeres	%	50.7	32.0	-36.88%
Número de Mujeres en plantilla	Personas	11,002	968	-91.20%
Número de mujeres directivas	Personas	4	5	25.00%
Número de personas con discapacidad	Personas	39	3	-92.31%

Medio Ambiente		2011	2012	% de variación
Mediciones campos electromagnéticos	Unidades	65	0	-100%
Emisiones directas	tCO2eq	8.566	9.57	12%
Emisiones indirectas	tCO2eq	111.115	126.099	13%
Emisiones evitadas**	tCO2eq	17	10	-41%
Emisiones totales	tCO2eq	119.681	135.669	13%
Consumo eléctrico en oficinas	kWh	13.79	13.251	-4%
Consumo eléctrico en operaciones	kWh	230.508	263.991	15%

Medio Ambiente		2011	2012	% de variación
Inversión adecuaciones de Impacto Visual	Millones de pesos	617,277	N/D	N/A
Total consumo de papel blanco	Toneladas	41.9	18.8	-55.11%
Número de facturas electrónicas emitidas	Unidades	4,193,296	5,513,114	31.47%
Consumo combustible flota (diesel y gasolina)	Miles de litros	995	1,110	12%
Consumo de agua	m³	35,833.6	39,116.7	9.16%

Residuos		2011	2012	% de variación
Gastos por gestión de residuos	Pesos Mexicanos	368,554.60	132,458.53	-64.06%
Residuos de papel y cartón	Toneladas	33.7	7.8	-76.85%
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos en oficinas	Toneladas	9.6	0.0	-100.00%
Residuos baterías	Toneladas	18	22	22.63%
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos de clientes	Toneladas	2.4	0	-100.00%
Residuos de aceites	Litros	4.2	6.5	53.45%
Volumen combustible derramado	Litros	0	600	N/A

Viajes		2011	2012	% de variación
Viajes por trabajo en avión	Unidades	18,554,137	N/D	N/A

Anticorrupción		2011	2012	% de variación
Número de empleados despedidos por incumplimiento de los Principios de Actuación	Unidades	0	N/D	N/A
Denuncias registradas en la Línea Confidencial relacionadas con corrupción	Unidades	37	N/D	N/A

\* Diferencia debida al cambio en la estructura de la Compañía. Ver “Acerca del Informe”.

\*\* Se refiere a las evitadas gracias a la generación y compra de energía renovable  
N/D: No Disponible  
N/A: No Aplica

# Telefónica\* y los 10 Principios del Pacto Mundial\_



This is our **Communication on Progress** in implementing the principles of the **United Nations Global Compact**.

We welcome feedback on its contents.

## Derechos Humanos

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

Se firmó un Convenio General de Colaboración con la Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH) para unir esfuerzos en la capacitación, promoción y protección de los derechos humanos.

Telefónica guía su estrategia de gestión bajo los requisitos de organismos internacionales como la OCDE y la OIT<sup>1</sup>. Se compartió infraestructura con otros operadores, con lo que se beneficiaron 27 millones de usuarios aumentando la calidad del servicio y reduciendo la brecha digital.

La empresa implantó controles en sus principales aplicaciones para continuar con lo dispuesto en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares.

La Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel) calificó a Telefónica como el proveedor con la mejor calidad red en el país.

1 OIT: Organización Internacional de Trabajo.

### 2. Las empresas deben asegurar que sus negocios no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos

Nuestra cadena de valor está alineada a la Política de Responsabilidad en la Cadena de Suministro, la cual está conformada con base en convenios y normas internacionales como OIT , UNI<sup>2</sup> Global Union, ISO<sup>3</sup> y la ONU<sup>4</sup>.

Telefónica realizó nueve auditorías a sus proveedores Aliados para verificar su cumplimiento en materia de PdA, Recursos Humanos, Seguridad y Salud y Medio Ambiente.

Telefónica capacitó en materia de PdA a más de 11 mil colaboradores aliados con 106 mil 612 horas; estos cursos incluyen respeto a los derechos humanos.

## Estándares laborales

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

Según el Great Place to Work Institute, Telefónica es la 18ª mejor empresa para trabajar en México y la 2ª mejor en Latinoamérica.

2 UNI: Union Network International

3 ISO: International Organization for Standardization.

4 ONU: Organización de las Naciones Unidas

El 99.2% de los contratos con nuestros colaboradores son indefinidos y 562 colaboradores cuentan con convenios colectivos.

En materia de libertad de asociación, Telefónica tiene como referente los PdA, el Protocolo Social de Acuerdos Internacionales y su Código de Conducta.

Existen canales de denuncia anónimos a disposición de los colaboradores de la empresa.

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

Promovemos políticas de conciliación y bienestar que favorezcan un gran ambiente de trabajo. El Índice de Satisfacción del Empleado se mantuvo en 80.4%.

La remuneración a los colaboradores busca atraer y retener el mejor talento, y contempla factores internos, externos e individuales.

Colaboramos con nuestros proveedores para evitar que haya situaciones de trabajo forzoso en nuestra cadena valor.

### 5. Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil

Fundación Telefónica está enfocada a contribuir a erradicar el trabajo infantil a través del acceso a una educación de calidad.

Con el fin de reforzar la erradicación del trabajo infantil colaboró con la Dirección de Igualdad Laboral de la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, y se estableció una alianza con el gobierno del Estado de México. A través de las 37 aulas tecnológicas instaladas en zonas de difícil acceso, y de las 18 instaladas en centros CONAFE se facilitan los procesos de capacitación para maestros y menores.

\*Los datos relativos a la plantilla varían notablemente debido los cambios estructurales en la plantilla, los cuales están descritos en la sección de "Acerca del Informe".





## 6. Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y educación

Los PdA contemplan el derecho fundamental de igualdad de oportunidades con todos los grupos de interés. Con respecto a temas de equidad de género, el 11% de puestos directivos son ocupados por mujeres.

Se otorgó la Beca Fundación Carolina a dos colaboradores que tras un proceso de selección basado en indicadores claros, se capacitaron en España con todos los gastos pagados.

Para determinar el desempeño del colaborador, Telefónica utiliza la metodología Metas Crucialmente Importantes (MCIs), con la que relaciona la evaluación de los puestos y su nivel salarial.

A través del programa Aliados se capacita a los proveedores en materia de mejores prácticas laborales, códigos de conducta, liderazgo, gestión y habilidades.

### Medio ambiente

## 7. Las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca al medio ambiente

Se certificó por octavo año consecutivo el Sistema de Gestión Ambiental de la empresa conforme a la ISO 14001.

El Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) otorgó a Telefónica el reconocimiento como “Mejor práctica de RSE”, en la categoría de preservación y cuidado del medio ambiente.

En alianza con Reforestamos México, se plantaron mil 200 árboles, reforestando 1.2 hectáreas en Zinacantan.

La empresa incluye criterios medio ambientales en la construcción de infraestructuras a fin de reducir su huella ambiental.

Se disminuyó el consumo de agua en oficinas en cerca de 10 mil 000 m³.

Se destinó un 362% más de presupuesto que el año anterior al programa de gestión de residuos.

Se realizan anualmente auditorías de control de criterios ambientales.

## 8. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental

El programa de reciclaje de celulares que inició hace seis años trató cerca de tres toneladas de material. Se patrocinó el concurso “De la secu a la Antártica”, promovido por la alpinista mexicana Karla Wheelock.

Se apoyó al proyecto de preservación de medio ambiente Bio-carbón que actúa en la sierra mixteca de Oaxaca. Se sensibiliza y capacita a proveedores y colaboradores sobre temas medioambientales.

## 9. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

Mediante la sensibilización y la aplicación de sistemas informáticos, se redujo en un 55.1% el consumo de papel en oficinas y la factura electrónica aumentó en un 31.47% respecto al año anterior.

Por medio de la aplicación de la tecnología e innovaciones en las estaciones base, se logró una disminución aproximada del 2% en su consumo energético.

Se automatizaron sistemas y procesos en el edificio corporativo que supusieron que el consumo de energía disminuyera 218 mil 412 KW en un año.

### Anticorrupción

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

El 62.96% de los colaboradores está formado sobre PdA, los cuales contemplan los principios de conflicto de interés, corrupción, no aceptación de regalos y sobornos, y el principio de neutralidad política. Se aprobó la Normativa sobre regalos, invitaciones y gastos de representación, así como la Política de Transparencia y Conflictos de Interés.

Se estableció un sistema que facilita una prevención eficaz del fraude interno y externo. El Instituto de Auditores Internos revalidó el Certificado de Calidad de la Unidad de Auditoría Interna de Telefónica México.

Telefónica sigue el Código de Mejores Prácticas Corporativas.



Retos 2013

Telefónica México

Responsabilidad Corporativa Reto	Descripción
Proyecto Global de Derechos Humanos	Realizar la hoja de ruta que garantice un manejo efectivo de los riesgos o impacto en materia de Derechos Humanos derivado de la actividad propia de la empresa.
Proyecto Global de Protección a la Infancia	Sensibilizar y capacitar a los grupos de interés sobre el tema para disminuir los riesgos derivados de la navegación en internet y aumentar el uso responsable de las TIC en niños y adolescentes.
Creación de mapa de riesgos de Fundación Telefónica	Identificar los riesgos reputacionales a los que se expone Fundación Telefónica en su operación, con la finalidad de prevenirlos, mitigarlos o asumirlos.
Identificación y Gestión de Riesgos Reputacionales de la empresa	Implantación progresiva de gestión de riesgos con impacto en la reputacional en el mapa de riesgos de la compañía.
Aumentar la presencia institucional de Telefónica en lo referente a Responsabilidad Corporativa	Participar de manera activa con stakeholders clave en términos de Responsabilidad Corporativa.
Distintivo Empresa Socialmente Responsable 2013 (ESR)	Obtener el distintivo ESR otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi).
Premio Ética y Valores en la Industria 2013	Gestionar y obtener dicho premio otorgado por la Concamin.
Compromiso con la cadena de suministro.	Difusión e inicio de aplicación de la “Guía metodológica para identificación y evaluación de riesgos de trabajo infantil”.

Nuevos Servicios Digitales Reto	Descripción
Impulsar el Negocio M2M como pilar estratégico	Aumentar el negocio M2M con soluciones innovadoras y rentables con las que alcancemos 95 mil altas, logrando así, que Telefónica sea pionera en México de este tipo de soluciones.
Consolidación de Movistar Total	Simplificar la oferta pospago y proyectarla en prepago para lograr obtener 1 millón de altas.
Evolución de Mensajería	Ofrecer aplicaciones innovadoras de mensajería que permitan a los usuarios tener todas las soluciones de comunicación (voz, texto y datos) a través de Movistar.
Monetización de datos	Generar una gran oferta competitiva para que nuestros clientes disfruten de todas las ventajas de las aplicaciones más populares.
Incremento del parque de smartphones	Aumentar la digitalización de los clientes de manera que aprovechen todos los beneficios personales y profesionales que un smartphone les puede proporcionar.
Innovación	Ofrecer al cliente experiencias innovadoras a través del desarrollo de nuevas aplicaciones.
Servicios para smartphones	Mejorar e innovar los servicios actuales, generar nuevos servicios enfocados a smartphones con el objetivo de ofrecer una alternativa a los usuarios.
Mejorar la Experiencia del Cliente en servicios de contenidos por suscripción	Desarrollar plataformas que faciliten el control de los proveedores y garantizar así una mejor atención y experiencia del usuario.
Socios estratégicos	Realizar sinergias comerciales estratégicas que nos posicionen como un aliado de otras marcas en una relación de beneficio mutuo.
Servicios Financieros	Ofrecer a los usuarios un conjunto de productos financieros que aporte beneficios inmediatos, facilidad en la experiencia de uso y que contribuya a la fiabilidad del mismo.

Fundación Telefónica Reto	Descripción
Sinergias en beneficio de la movilización, educación e innovación, arte y tecnología	Promover al menos cuatro alianzas de colaboración con organismos, entidades y empresas que permitan generar mayores beneficios para los programas sociales de Fundación Telefónica México.
Realizar el Encuentro Internacional contra el trabajo infantil	Contar con la participación presencial de 500 personas y con 1,000 participantes virtuales.  Tener la participación de una figura internacional y representantes de por lo menos tres organismos internacionales y tres organizaciones nacionales expertas y movilizadoras contra el trabajo infantil.
Desarrollo y gestión de alianzas a nivel de Gobierno Federal y Local	Presentar la exposición fotográfica “La Hora del Recreo” en seis estados de México, con el apoyo de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social.  Crear acuerdos con al menos una organización pública y/o privada para movilizar contra el trabajo infantil por medio de una campaña de posicionamiento.  Participar en la creación de la Comisión intersecretarial para la prevención y erradicación del trabajo infantil.
Formación docente	Dar continuidad a la formación docente, actualizar los contenidos e incrementar en 30% el número de beneficiarios en procesos de formación.
Documentación de procesos	Realizar un texto que documente los procesos del desarrollo teórico y práctico de Aulas Fundación Telefónica (AFT) para convertirlo en material de difusión.
Realizar el modelo de transferencia de Aulas Fundación Telefónica	Compartir nuestro modelo con instituciones, formar a sus equipos y gestionar el acompañamiento para su ejecución.
Posicionamiento de arte y cultura digital	Promover iniciativas relacionadas con el concurso anual Proyecto VIDA de Fundación Telefónica. Realizar un coloquio, tres talleres y un concierto.  Participar en el festival “Visiones Sonoras” con la presentación de un concierto basado en la obra “Canto Electroacústico: Aves latinoamericanas en una creación colaborativa”, organizar una mesa redonda y tres conferencias.
Posicionamiento de publicaciones	Asistir a la Feria Internacional del Libro de Guadalajara 2013 para presentar el libro “Canto Electroacústico: Aves Latinoamericanas en una creación colaborativa” con la presencia de sus autores.  Instalar un stand para mostrar la colección Fundación Telefónica- Ariel.  Obtener beneficios para 150 niñas y niños relacionados con el programa Proniño por medio de las actividades de esta feria.
Aumentar el número de asistentes a los eventos de Educación	Convocar a mil asistentes al Encuentro Internacional de Educación 2013 en su versión presencial.  Convocar a 3 mil participantes en el evento virtual del Encuentro Internacional de Educación 2013.
Aumentar el posicionamiento de Fundación Telefónica en público interno y externo	Realizar una campaña de posicionamiento del programa de Voluntariado.  Aumentar las notas de prensa con respecto a 2012 en un 30%.



Colaboradores

Reto	Descripción
Aumentar el nivel de satisfacción de los colaboradores	Mejorar la satisfacción de nuestros colaboradores por la atención brindada a través del SIT (Soluciones Integrales Telefónica).
Estrategia de comunicación	Desarrollar un programa de cultura de liderazgo con el fin de desarrollar líderes responsables para la organización.
Clima Laboral	Mejorar la posición 18 de Telefónica en el ranking nacional de Mejores Empresas para Trabajar. Aumentar el índice de satisfacción 5 puntos porcentuales con relación al año pasado, para obtener 85%. Impulsar el liderazgo entre los colaboradores. Continuar con el programa de Trainees y promover el crecimiento profesional de los jóvenes por medio de su contratación directa.
Programas de desarrollo de Talento	Gestionar proyectos clave para generar una visión emprendedora e innovadora en las estrategias de negocio.

Medio Ambiente

Reto	Descripción
Preservación al Medio Ambiente	Consolidar la presencia del área de medio ambiente en todas las regiones del país mediante la estandarización de los diferentes programas implementados en el corporativo.

Clientes

Reto	Descripción
Cultura centrada en el cliente	Incrementar de 8.70 puntos en 2012 a 8.88 puntos porcentuales en 2013 el Índice de Satisfacción al Cliente. Aumentar la presencia de la marca con 500 centros de cercanía y mejorar los modelos de los Centros de Atención a Clientes existentes. Innovar la estrategia de venta de Movistar Total, crear planes de cobro por segundo e incrementar la participación de los clientes en Club Movistar, desarrollar nuevos canales como Big Cola y Panelitas. Impulsar el despliegue de la red con 2 mil sitios 4G y mil 200 GSM.

Tablas GRI

Por sexto año consecutivo Telefónica México publica su Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y sostenibilidad 2012 según el estándar G3.1 del Global Reporting Initiative (GRI), y continua siendo “organisational stakeholder” de esta organización.

Indicadores	Cubierto en Informe RC 2011 Cubierto en Informe RC 2012 Cubierto en web / Atlas RC Datos no disponibles No aplicable / material					Páginas de referencia
						Informe RC 2012 (o explicación de la omisión del indicador)
1. Estrategia y análisis						
1.1. Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización (director general, presidente o puesto equivalente) sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	x	x	x		4 y 5	
1.2. Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	x	x	x		10 – 11 / 54-56	
2. Perfil de la organización						
2.1 Nombre de la organización.	x	x	x		6	
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	x	x	x		19, <a href="http://www.movistar.com.mx">www.movistar.com.mx</a>	
2.3 Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos ( <i>joint ventures</i> ).	x	x	x		6,14,15,19	
2.4 Localización de la sede principal de la organización	x	x	x		14-15	
2.5 Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	x	x	x		16-17	
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	x	x	x		6,13	
2.7 Mercados servidos (incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios).	x	x			15-19	
2.8 Dimensiones de la organización informante	x	x	x		6,15-19	
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización, incluidos	x	x			6,12-14	
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	x	x	x		2	
3. Parámetros de la Memoria						
3.1 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria	x	x	x		4-6	
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	x	x	x		5	
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	x	x	x		5	
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	x	x	x		71	
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.	x	x			4-6, 12-13	
3.6 Cobertura de la memoria (p. ej. países, divisiones, filiales, instalaciones arrendadas, negocios conjuntos, proveedores)	x	x	x		6,12,15-19	



Indicadores						Páginas de referencia
	Cubierto en Informe RC 2011	Cubierto en Informe RC 2012	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	No aplicable / material	
						<b>Informe RC 2012</b> (o explicación de la omisión del indicador)
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	x	x				6
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	x	x				6, 12-14,19
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes			x			<a href="http://atlas.telefonica.com/">http://atlas.telefonica.com/</a>
3.10 Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio, o métodos de valoración).	x	x	x			6, 12-14,19
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	x	x				6, 15,19, 48-49
3.12 Tabla que indica la localización de las Contenidos básicos en la memoria.	x	x				3
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	x	x				6, 69-70
<b>4. Gobierno, compromisos y participación de los Grupos de Interés</b>						
4.1 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	x	x				13-14, 20-21
4.2 Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	x	x				20-21
4.3 En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	x	x				20-21
4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	x	x	x			20, 22,38,46
4.5 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	x	x				20-21,38
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	x	x	x			20-21
4.7 Procedimiento de determinación de la composición, capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno y sus comités, incluida cualquier consideración sobre el sexo y otros indicadores de diversidad.	x	x	x			20-21, 38

Indicadores						Páginas de referencia
	Cubierto en Informe RC 2011	Cubierto en Informe RC 2012	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	No aplicable / material	
						<b>Informe RC 2012</b> (o explicación de la omisión del indicador)
4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	x	x	x			22-23
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	x	x	x			6, 14, 20-21
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	x	x				4-5, 13
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	x	x	x			12-13
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	x	x	x			24-35, 40-47
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	x	x	x			33, 42-47
4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	x	x	x			46-47
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	x	x	x			12-13, 46-47
4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	x	x				12, 46-47
4.17 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	x	x	x			12-13, 24-35, 40-47

Indicadores	Cubierto en Informe RC 2011 Cubierto en Informe RC 2012 Cubierto en web / Atlas RC Datos no disponibles No aplicable / material					Páginas de referencia
	Economía Indicadores de desempeño					Informe RC 2012 (o explicación de la omisión del indicador)
Ofrece un informe detallado de gestión sobre los elementos abajo descritos en relación a los siguientes aspectos económicos: rendimiento económico, presencia en el mercado e impacto indirecto de Telefónica. Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.						
EC01	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	x	x	x		15-19
EC02	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	x	x			12-14, 32-35
EC03	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales	x	x	x		36-39,
EC04	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos				x	Este indicador no aplica porque no ha habido tales ayudas.
EC05	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	x	x			19, 36-39, 48
EC06	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	x	x			18-19, 48
EC07	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas .	x	x			36-39
EC08	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	x	x	x		15-19
EC09	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos incluyendo el alcance de dichos impactos.	x	x			15-19

Indicadores	Cubierto en Informe RC 2011 Cubierto en Informe RC 2012 Cubierto en web / Atlas RC Datos no disponibles No aplicable / material					Páginas de referencia
						Informe RC 2012 (o explicación de la omisión del indicador)
Derechos Humanos						
Indicadores de desempeño						
Ofrece un informe detallado de la gestión de Telefónica sobre el cumplimiento de asuntos relacionados con los Derechos Humanos: inversión y prácticas de contratación de servicios, no discriminación, negociación colectiva y libertad de asociación, eliminación del trabajo infantil, mecanismos de control para erradicar el trabajo forzado, prácticas o procedimientos para el registro de quejas o reclamaciones, prácticas de seguridad y derechos de los indígenas.						
HR01	Porcentaje y número total de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas que incorporan preocupaciones en materia de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	x	x			22,30,48,50-53
HR02	Porcentaje de proveedores, contratistas y otros socios comerciales significativos que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	x	x			30,48
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados	x	x			22,37,48
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	x	x			48-53
HR5	Operaciones y proveedores significativos identificados en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda ser violado o pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	x	x			30-31, 39,50
HR6	Operaciones y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.	x	x			4,8,18,31,43
HR7	Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	x	x			13,22-23,31,50
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	x	x	x		48
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas	x	x	x		22-23
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.		x			23
HR11	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.		x			23



Indicadores		Cubierto en Informe RC 2011	Cubierto en Informe RC 2012	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	No aplicable / material	Páginas de referencia
Prácticas laborales y trabajo digno							Informe RC 2012
Indicadores de desempeño							(o explicación de la omisión del indicador)
Ofrece un informe detallado de gestión sobre los elementos abajo descritos en relación a los siguientes aspectos laborales: empleo, relaciones laborales, seguridad y salud, formación y educación y diversidad e igualdad de oportunidades.							
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo.	x	x				39,48
LA2	Número total de empleados y tasa de nuevas contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	x	x				36-39, 48
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.	x	x				36-39
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	x	x				48, 50
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.					x	
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	x	x				39
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo.	x	x				39
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves	x	x				36-39 - 48
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos	x	x				48
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado	x	x				37
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continúa que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales	x	x	x			37-38
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	x	x				38
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla.	x	x				20-21
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.					x	Todos los colaboradores son tratados con igualdad, sin distinción ni discriminación de ningún tipo.
LA15	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.				x		

Indicadores		Cubierto en Informe RC 2011	Cubierto en Informe RC 2012	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	No aplicable / material	Páginas de referencia
Medio ambiente							Informe RC 2012
Indicadores de desempeño							(o explicación de la omisión del indicador)
Ofrece un informe detallado de gestión sobre los elementos abajo descritos en relación a los siguientes aspectos medioambientales: materiales, energía, agua, biodiversidad, emisiones, residuos, productos y servicios, cumplimiento de la legislación, transporte, etc.							
EN01	Materiales utilizados, por peso o volumen.	x	x				48-49
EN02	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	x	x				32-35, 48-49
EN03	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	x	x				32-35, 48-49
EN04	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	x	x				32-35, 48-49
EN05	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	x	x				32-35, 48-49
EN06	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	x	x	x			32-34
EN07	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	x	x				32-35
EN08	Captación total de agua por fuentes.	x	x				35, 47
EN09	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.					x	Este indicador no es aplicable al conjunto de actividades de la empresa
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.					x	Este indicador no es aplicable al conjunto de actividades de la empresa
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.					x	Este indicador no es aplicable al conjunto de actividades de la empresa
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.					x	Este indicador no es aplicable al conjunto de actividades de la empresa
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	x	x	x			33-35
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	x	x	x			33-35
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.					x	Este indicador no es aplicable al conjunto de actividades de la empresa
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	x	x	x			48-49
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	x	x				48-49
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	x	x				32-35, 48-49
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	x	x	x			48-49
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	x	x				48-49
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	x	x	x			33, 48-49
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	x	x	x			48-49

Indicadores							Páginas de referencia
		Cubierto en Informe RC 2011	Cubierto en Informe RC 2012	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	No aplicable / material	
Medio ambiente							
Indicadores de desempeño							
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	x	x				48-49
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	x	x				18, 34-35, 48-49
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.					x	Este indicador no es aplicable al conjunto de actividades de la empresa
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	x	x				34-35, 46
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos	x	x				34-35, 48-49
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.				x	x	Este indicador no es aplicable al conjunto de actividades de la empresa
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización así como del transporte de personal.	x	x				48-49
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales	x	x				34-35, 38, 48-49

Indicadores						Páginas de referencia
<div>Sociedad</div> <div>Indicadores de desempeño</div>						
<div>Ofrece un informe detallado de gestión sobre el cumplimiento de asuntos relacionados con la sociedad: sociedad, corrupción, política pública, cumplimiento leyes de competencia, etc.</div>						
S01	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	x	x	x		8-11, 40-45, 48-49
S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	x	x			18-19, 48-49
S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	x	x			18-19,37,48-49
S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	x	x	x		18,19,48-49
S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying"		x	x		46
S06	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.			x		Nuestros Principios de Actuación especifican que no se pueden desarrollar dichas iniciativas.
S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	x	x			18,46
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones .	x	x	x		48-49



Indicadores	Cubierto en Informe RC 2011				Páginas de referencia
	Cubierto en Informe RC 2012	Cubierto en Informe RC 2012	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	
Responsabilidad sobre productos				No aplicable / material	Informe RC 2012
Indicadores de desempeño					(o explicación de la omisión del indicador)
Ofrece un informe detallado de gestión sobre el cumplimiento de asuntos relacionados con la sociedad y los clientes de Telefónica: seguridad y salud de los clientes, etiquetado de productos y servicios, publicidad, privacidad de datos y cumplimiento de la regulación en dicha materia.					
PR1 Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	x	x	s		24-25
PR2 Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	x	x	x		24-25
PR3 Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	x	x	x		24-25
PR4 Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes .	x	x			48-49
PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	x	x	x		18, 24-25, 48-49
PR6 Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad otras actividades promocionales y los patrocinios.	x	x			4,5,2-26
PR7 Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.				X <sup>1</sup>	No se han registrado incidentes de este tipo.
PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	x	x			25
PR9 Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.				X <sup>1</sup>	No se han registrado incidentes de este tipo.

X<sup>1</sup> No se han registrado incidentes de este tipo.

Indicadores	Cubierto en Informe RC 2011				Páginas de referencia
	Cubierto en Informe RC 2012	Cubierto en Informe RC 2012	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	
Suplemento Sectorial de Telecomunicaciones:					Informe RC 2012
Aplicaciones de la Tecnología					(o explicación de la omisión del indicador)
Indicadores de desempeño					
I001 Inversiones en el desarrollo de redes de telecomunicaciones por país/región.	x	x			15-19
I002 Costes netos de las obligaciones de servicio universal.				x	
I003 Prácticas que aseguran la seguridad y salud de personal de instalación y mantenimiento de antenas, estaciones base y otras instalaciones.	x	x			2, 34, 39, 50
I004 Cumplimiento con de los estándares ICNIRP referentes a las emisiones EMF generadas por los terminales.		x	x		8, 34, 48
I005 Cumplimiento de los estándares ICNIRP referentes a las emisiones EMF generadas por las estaciones base	x	x	x		32-35
I006 Prácticas y políticas establecidas respecto a la Specific Absorption Rate (SAR) de terminales.			x		<a href="http://telefonica.com.mx/RC-Sostenibilidad">http://telefonica.com.mx/RC-Sostenibilidad</a>
I007 Descripción de Políticas y Prácticas en relación con el emplazamiento de antenas	x	x	x		34
I008 Número y porcentaje de emplazamientos que comparten y reaprovechan estructuras	x	x	x		34



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

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME DE SOSTENIBILIDAD CORPORATIVA  
2012 TELEFONICA MÉXICO

A la Dirección de Comunicación Corporativa y Relaciones Institucionales de Telefónica México por encargo de la Comisión de Recursos Humanos y Reputación Corporativa de Telefónica, S.A.

Alcance del trabajo

Hemos llevado a cabo la revisión del contenido del Informe de Sostenibilidad Corporativa 2012 Telefónica México (en adelante, el Informe) que ha sido elaborado de acuerdo a lo señalado en:

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

El perímetro considerado por Telefónica México para la elaboración del Informe está definido en el capítulo "El Informe" del Informe adjunto.

La preparación del Informe adjunto, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Dirección de Comunicación Corporativa y Relaciones Institucionales de Telefónica México, quien también es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información. Nuestra responsabilidad es emitir un informe independiente basado en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.

Criterios

Hemos llevado a cabo nuestro trabajo de revisión de acuerdo con:

- La Norma ISAE 3000 Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC), con un alcance de aseguramiento limitado.
- La Norma AA1000 Assurance Standard 2008 de AccountAbility bajo un encargo de aseguramiento moderado de tipo 2.

Procedimientos realizados

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

- Entrevistas con los responsables del área corporativa de Sostenibilidad y Reputación de Telefónica, con la Dirección de Comunicación Corporativa y Relaciones Institucionales de Telefónica México y una selección de directivos y personal clave de las direcciones involucradas en su preparación. El propósito fue obtener un conocimiento sobre cómo los objetivos y políticas de Sostenibilidad Corporativa son considerados, puestos en práctica e integrados en la estrategia de Telefónica México.
- Revisión de los principales procesos y sistemas a través de los cuales Telefónica México establece sus compromisos con sus grupos de interés, así como la relevancia e integridad de la información incluida en el Informe.
- Revisión de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe a lo señalado en la Guía de GRI versión 3.1.
- Comprobación, en base a selecciones muestrales, de la información cuantitativa de los indicadores incluidos en el Informe y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información. Las pruebas de revisión se han definido a efectos de proporcionar los niveles de aseguramiento indicados en el apartado "Criterios" de este informe.

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

Estos procedimientos han sido aplicados sobre la información contenida en el Informe de Sostenibilidad Corporativa 2012 Telefónica México, a excepción de la información relativa a los indicadores de consumo de energía y emisiones que no ha sido objeto de revisión y sobre los cuales no emitimos conclusión.

Independencia

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

Indicadores	Cubierto en Informe RC 2011					Páginas de referencia
	Cubierto en Informe RC 2012	Cubierto en web / Atlas RC	Datos no disponibles	No aplicable / material		
Suplemento Sectorial de Telecomunicaciones: Acceso a los Servicios de Telecomunicaciones						Informe RC 2012 (o explicación de la omisión del indicador)
PA01 Políticas para permitir el desarrollo de la infraestructura de las telecomunicaciones y acceso a productos y servicios en áreas remotas y poco pobladas	x	x	x			40
PA02 Políticas y prácticas para eliminar barreras del acceso a los servicios incluyendo: idioma, cultura, educación, ingresos, discapacidad y edad	x	x	x			40,50
PA03 Políticas y prácticas para asegurar la disponibilidad y fiabilidad de los productos y servicios de telecomunicaciones	x	x	x			18-19
PA04 Cuantificar el nivel de disponibilidad de los servicios de telecomunicación en las áreas en las que opera la empresa.	x	x				24-26
PA05 Tipo de servicios de telecomunicaciones dirigidos y utilizados por sectores de bajos ingresos de la población	x	x	x			24-25, 40-41
PA06 Programas para ofrecer y mantener servicios de comunicación en situaciones de emergencia.	x	x				40-41
PA07 Políticas relativas a la gestión de asuntos de derechos humanos relativos al acceso y uso de telecomunicaciones.	x	x				24-26, 40-41
PA08 Políticas y prácticas relativas a la comunicación de asuntos relacionados a campos electromagnéticos.	x	x				12, 34 ,48
PA09 Inversión total en actividades de investigación sobre campos electromagnéticos y salud	x	x	x			12, 34 ,48
PA10 Iniciativas para garantizar la claridad de tarifas y facturas	x	x	x			25
PA11 Iniciativas para informar a los consumidores acerca del uso responsable, eficiente y respetuoso con el Medio Ambiente de los productos.	x	x	x			24-25, 32-35

Suplemento Sectorial de Telecomunicaciones:  
Aplicaciones de la Tecnología

TA01 Ejemplo de la eficiencia de los servicios de telecomunicaciones en el consumo de recursos			x		<a href="http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/es/medio_cambio/">http://www.rcysostenibilidad.telefonica.com/es/medio_cambio/</a>
TA02 Ejemplo de servicios de telecomunicaciones con el potencial de sustituir objetos físicos	x	x			24-25, 28-29
TA03 Medición de los cambios de vida de los consumidores en el uso de los servicios de los ejemplos anteriores	x	x			27
TA04 Estimaciones de los efectos indirectos de "rebote" en el uso de productos y servicios por el consumidor y lecciones aprendidas para desarrollos futuros.		x	x		27
TA05 Prácticas relativas a derechos de propiedad intelectual y tecnologías abiertas	x	x			26





Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión del Informe de Sostenibilidad Corporativa 2012 Telefónica México, y con el alcance indicado en el apartado "Procedimientos realizados", concluimos que:

- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe no haya sido preparado según la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI), tal y como se indica en el mismo.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el resto de la información e indicadores incluidos en el Informe adjunto contenga errores significativos o que el Informe no haya sido preparado de acuerdo con los principios recogidos en la Norma AA1000 APS (2008) emitida por AccountAbility, entendidos como:
  - Inclusividad:** Se dispone de mecanismos para la identificación de sus grupos de interés, así como para conocer y entender sus expectativas, tal como se describe en el capítulo "Grupos de interés" del Informe adjunto.
  - Relevancia:** Telefónica S.A. elaboró, para su Informe de Sostenibilidad Corporativa 2012, un análisis de asuntos materiales (conforme a la norma AA1000AS). Telefónica México ha tenido en cuenta información local para la valoración de asuntos relevantes.
  - Capacidad de Respuesta:** Se dispone de mecanismos para diseñar, desarrollar, evaluar y comunicar las respuestas a las principales expectativas de los grupos de interés, que se refleja en el capítulo de "Hitos y Retos" del Informe adjunto.

Recomendaciones

Nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora, en relación con la aplicación de los principios de la Norma AA1000 APS (2008) y con las actuaciones realizadas con los principales grupos de interés identificados, se refieren a:

a) **Inclusividad:**

En el año 2012 se han potenciado los diferentes canales de diálogo con los grupos de interés, tal como se refleja en el Informe. Nuestra recomendación es continuar con la extensión progresiva de los mismos a los diferentes grupos de interés.

b) **Relevancia:**

Telefónica cuenta, a nivel corporativo, con una "Matriz de Materialidad". Nuestra recomendación es completar dicha matriz con aspectos que resulten de especial relevancia para Telefónica México.

c) **Capacidad de Respuesta:**

Nuestra recomendación es que se establezca un procedimiento que contribuya a definir claramente el proceso de definición de los retos, y su vinculación con las expectativas de cada uno de los grupos de interés.

Asimismo, exponemos a continuación una serie de recomendaciones sobre las actuaciones relacionadas con las diferentes dimensiones incluidas en el Informe:

1) Dimensión económica:

En el año 2012 se ha mejorado la información relativa a la gestión de reclamaciones, así como la implantación del programa "Aliados", manteniendo el programa de auditorías a los proveedores. Nuestra recomendación es continuar mejorando la información referente a la calidad de los servicios ofrecidos y las reclamaciones.

2) Dimensión ambiental:

El Medio Ambiente es uno de los aspectos de mayor relevancia para los grupos de interés de Telefónica a nivel corporativo, tal y como se refleja en la Matriz de Materialidad. Se recomienda, por tanto, aumentar el esfuerzo en el reporte de las distintas iniciativas desarrolladas a nivel local.

3) Dimensión social:

Durante el año 2012 Telefónica México se ha esforzado por ofrecer a los empleados las mismas oportunidades, ha fomentado el desarrollo de los profesionales a través de distintos programas de formación, ha promovido políticas de conciliación y bienestar que favorecen un gran ambiente de trabajo y ha obtenido un gran objetivo que dirige la gestión del clima organizacional, tal como se refleja en la obtención del reconocimiento el "Best Place to Work". Nuestra recomendación es continuar con el desarrollo de aspectos de conciliación, formación y retribución.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la Dirección de Comunicación Corporativa y Relaciones Institucionales de Telefónica México, de acuerdo con los términos de nuestra carta de encargo.

ERNST & YOUNG, S.L.

  
Ana M. Prieto González  
Socia

Madrid 5 de diciembre de 2013



This is our **Communication on Progress** in implementing the principles of the **United Nations Global Compact**.

We welcome feedback on its contents.

**Telefónica México**  
**Informe Anual de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad 2012.**  
El presente Informe está disponible en el sitio de Internet de Telefónica: <http://telefonica.com.mx/RC-Sostenibilidad>  
Para cualquier comentario sobre este informe, por favor dirígete a: **ResponsabilidadCorp.mx@telefonica.com**