



# 2009

Informe Anual de  
Responsabilidad Corporativa  
Grupo Telefónica en el Perú

*transparencia  
e integridad*  
para transformar el futuro

*Telefónica*



# Acerca del informe

En respuesta a su compromiso con la transparencia, Telefónica presenta su sexto Informe Anual de Responsabilidad Corporativa

Un nuevo modelo de reporte, estructurado en **3 bloques**, que ofrece información comparable y relevante del sector de las telecomunicaciones

Este año, Telefónica ha querido dar un paso más en su Informe de Responsabilidad Corporativa (RC), al incorporar los requerimientos más demandados por parte de la comunidad inversora y dando respuesta a las tendencias globales existentes. Es así que ha querido volver a innovar en su reporte para ofrecer, esta vez, un avance que proporcione a las compañías globales una nueva línea de *reporting*, atendiendo a los siguientes criterios: comparabilidad global intersectorial y en el sector; relevancia o materialidad; y adaptación a los requerimientos locales.

- **Bloque 1: Conjunto de requerimientos comunes y comparables**

Su objetivo es construir una base común para los reportes de RC con un enfoque intersectorial, dando respuesta tanto a los Principios del Pacto Mundial como a los requisitos del *Global Reporting Initiative*.



- **Bloque 2: Lo relevante para el sector de las telecomunicaciones**

Desarrolla los temas más relevantes identificados en el análisis de materialidad realizado por la compañía, basado en el impacto de la estrategia del Grupo y en la prioridad de los grupos de interés. Para la realización de este trabajo, Telefónica se apoyó en el análisis de materialidad del sector de las Tecnologías de la Información y Comunicación, realizado por el *Global e-Sustainability Initiative (GeSI)*, donde se obtuvo una serie de temas que afectan de forma directa al sector.



- **Bloque 3: Materialidad local para la compañía**

Está disponible en los informes locales de Responsabilidad Corporativa, donde se da respuesta a los asuntos relevantes de la realidad de cada país.

Este nuevo modelo de reporte ha sido contrastado con:

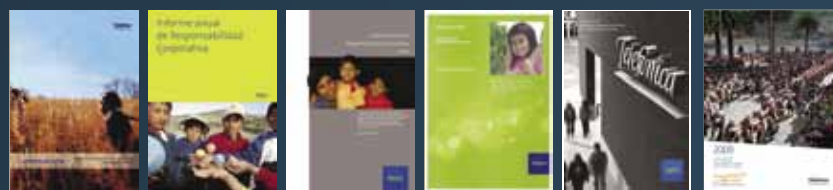
- El Pacto Mundial de Naciones Unidas en Nueva York. Durante una primera reunión se dio a conocer el enfoque del informe y, posteriormente, se mantuvieron sesiones de trabajo en las que se analizó cada uno de los principios, contenido e indicadores.
- El *Global Reporting Initiative (GRI)*. Además de informar sobre el nuevo modelo de reporte, se chequearon los indicadores de cada principio con el estándar GRI G3.
- Las organizaciones empresariales, académicas y públicas, así como las fundaciones vinculadas a la Responsabilidad Corporativa en España.

Además, como viene siendo habitual, la compañía publica informes anuales de RC en 18 países, siguiendo para su verificación los estándares GRI G3 y AA1000AS (*AccountAbility*), de acuerdo con los principios de materialidad, relevancia y exhaustividad. En el Grupo Telefónica, esta verificación es realizada por quinto año consecutivo por Ernst & Young, entidad que corrobora cada una de las afirmaciones contenidas en este informe.

# Informes RC

A través de sus informes de Responsabilidad Corporativa locales, Telefónica presenta y cuantifica el impacto social, económico y medioambiental de su actividad en los países en los que opera, describiendo las iniciativas y retos que contribuyen al progreso de las comunidades.

## Perú

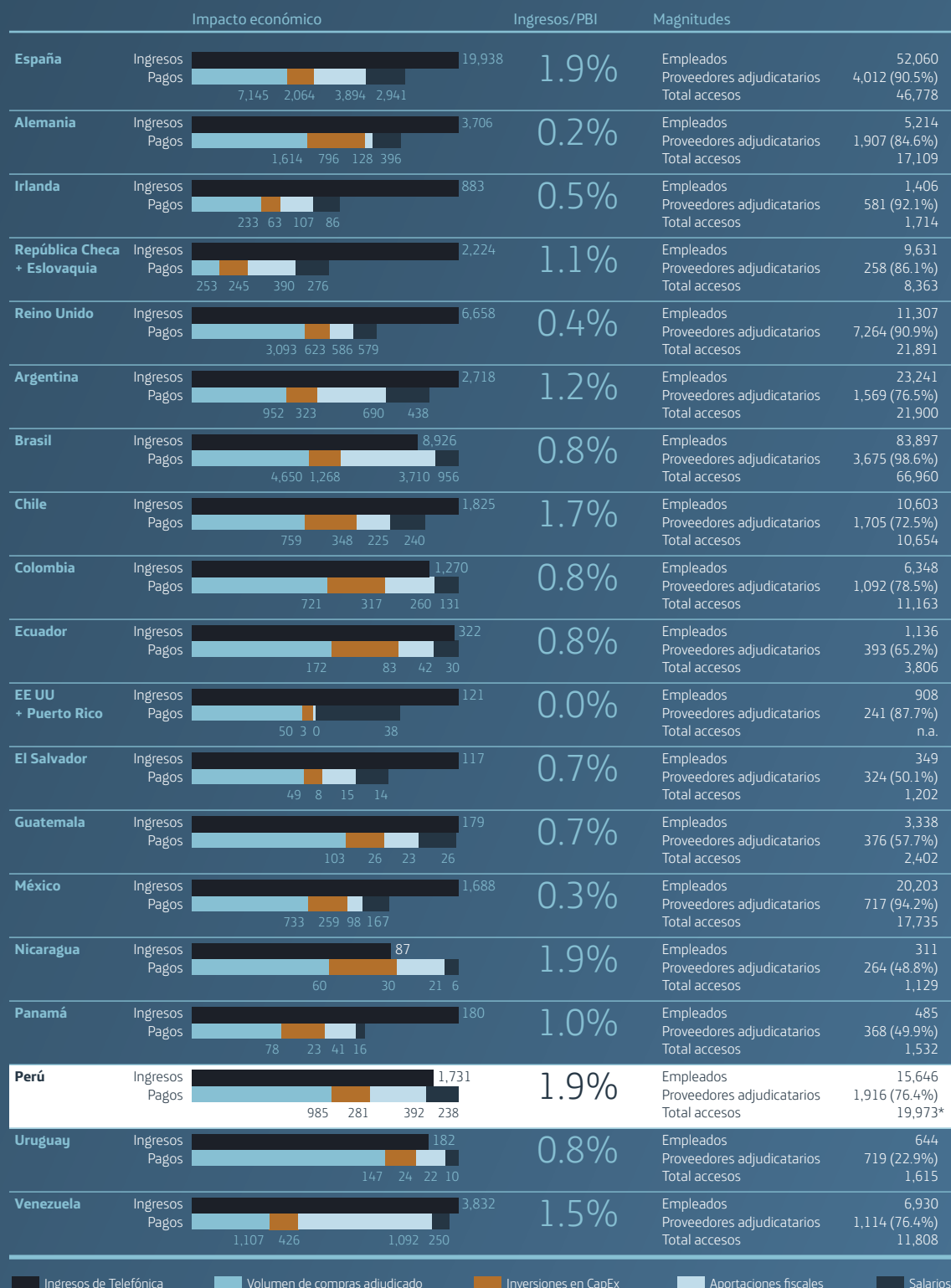


<b>2004</b> GRI	<b>2005</b> GRI AA	<b>2006</b> GRI (G3) AA1000AS	<b>2007</b> GRI (G3) AA1000AS	<b>2008</b> GRI (G3) AA1000AS	<b>2009</b> GRI (G3) AA1000AS
--------------------	--------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------



\*Desde 2009, estos países publican el Informe de RC por separado. Anteriormente, elaboraban de manera conjunta el Informe de RC de Centroamérica.

# Contribución al progreso



Datos económicos en millones de euros (ingresos, gastos de personal, pago de impuestos, compras e inversiones (Capex)). No se han incluido los ajustes.  
 Cifra de ingresos: cifra de ingresos consolidados correspondientes a todas las unidades de negocio de Telefónica en el país.  
 Ingresos TEF/PBI: ratio entre los ingresos de Telefónica (aportación del país al consolidado de ingresos del Grupo Telefónica) y el PBI estimado para el país (Fuente FMI).  
 Empleados: datos consolidados de empleados directos del Grupo Telefónica en el país (plantilla física a 31 de diciembre de 2009).  
 Proveedores: número de proveedores total adjudicado. El porcentaje representa el porcentaje del volumen de compras adjudicado localmente.  
 Accesos: equivalen al número de accesos fijos+móviles+banda ancha+televisión de pago (miles).

\* Fuente: Osiptel.

# 2009

---

Informe Anual de  
Responsabilidad Corporativa  
Grupo Telefónica en el Perú

*transparencia  
e integridad*  
para transformar el futuro

*Telefónica*

---

# Índice



01	Carta del Presidente	06
02	Carta del Director General de Telefónica Latinoamérica y del Presidente del Grupo Telefónica en el Perú	07
03	Estrategia de Responsabilidad Corporativa	08
04	Principios del Pacto Mundial	10
05	Análisis de materialidad	22
06	Iniciativas locales	24
	Clientes	
	Iniciativas inclusivas	
	Acción social	
	Diálogo social	
07	Indicadores	34
08	Motor de progreso	36
09	Hitos y reconocimientos	38
10	Verificación independiente	39

## Verificación Independiente

Un mensaje de Ernst & Young

Por encargo de la Comisión de Auditoría y Control, hemos revisado el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2009 de Telefónica en Perú. El Informe consta de dos partes: el presente documento impreso y la versión online completa del mismo, disponible en <http://www.telefonica.com.pe/rc2009>.

### Alcance de los trabajos

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

- Los principios e indicadores establecidos en la guía de referencia G3 del Global Reporting Initiative (GRI).
- Los principios recogidos en la guía AA1000 Assurance Standard emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability) para las actividades desarrolladas por Telefónica en Perú.
- No se han incluido los indicadores de "energía"

Las verificaciones han consistido en:

Verificación del cumplimiento de los estándares del GRI

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

Verificación bajo la consideración de la norma AA1000AS

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

1. Inclusividad: referido a la implicación y requerimientos de los grupos de interés en la determinación de los contenidos a incluir.
2. Relevancia: referido a la inclusión de los aspectos materiales y significativos en materia de sostenibilidad para la compañía y sus grupos de interés.
3. Capacidad de respuesta: referido a la determinación de los objetivos y respuesta a las expectativas de los grupos de interés y de la adecuada y oportuna comunicación de los planes dirigidos a ellos.

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

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

### Nuestra Independencia

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

### Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2009 de Telefónica en Perú contiene errores significativos o no ha sido preparado de acuerdo con:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de GRI versión 3.0 (G3)
- Los principios recogidos en la Norma AA1000AS (versión 2008) emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability).

ERNST & YOUNG, S.L.

Madrid a 23 de junio de 2010

En esta hoja se recogen los principales procedimientos y conclusiones de nuestra verificación; el contenido íntegro del presente informe de revisión, junto con las recomendaciones y detalle de los procedimientos de verificación aplicados se encuentra en: [www.telefonica.com.pe/rc2009](http://www.telefonica.com.pe/rc2009)



El presente informe está disponible en la página web de Telefónica  
<[www.telefonica.com.pe/rc2009](http://www.telefonica.com.pe/rc2009)>.

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

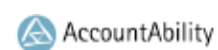
Edición:  
Dirección de Comunicación e Imagen Corporativa, Grupo Telefónica en el Perú.

Edición de estilo y maquetación:  
Media Networks Latin America S.A.C.

Fotografía:  
Archivo de Media Networks Latin America S.A.C.  
Archivo de Fundación Telefónica.

Impresión:  
Gráfica Biblos S.A.C.

Fecha de edición:  
Julio de 2010.



## Carta del Presidente



Es un placer para mí dirigirme un año más a ustedes, con el objetivo de presentarles el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de Telefónica. Este informe tiene un doble objetivo: ser transparentes ante todos los grupos de interés y poner en valor la integridad de nuestra gestión. En Telefónica, sabemos que una gestión íntegra y transparente es pieza clave para construir confianza en cualquier institución.

El balance de 2009, cuyos resultados se presentan en este informe, puede calificarse como muy positivo para Telefónica por tres motivos. El primero de ellos ha sido el reconocimiento de nuestra compañía como líder sectorial de la industria de las telecomunicaciones, en el prestigioso *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI).

El segundo motivo por el que calificamos este ejercicio como positivo, ha sido la decisión de innovar en nuestro modelo de reporte de Responsabilidad Corporativa. Este año, coincidiendo con el décimo aniversario del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, y al que Telefónica se adhirió en 2002, hemos querido dar un paso más, tratando de ofrecer a la comunidad empresarial un modelo de reporte comparable, relevante y capaz de conjugar las demandas locales con las exigencias de las iniciativas globales (Pacto Mundial y *Global Reporting Initiative*) y de los índices de inversión responsable (DJSI y FTSE4Good).

Por ello, el esquema de reporte que hoy les presento se ha estructurado en tres bloques. El primero de ellos tiene como objetivo rendir cuentas de nuestro comportamiento responsable como compañía global, y que permitirá la comparación de Telefónica con cualquier otra multinacional, sea cual fuere su sector de actividad. Para ello, se han tomado como referencia los 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y los criterios e indicadores de medida que ofrece el *Global Reporting Initiative* (GRI). Este documento será homogéneo en todos los países en los que opera la compañía.

El segundo nivel de reporte está basado fundamentalmente en los temas relevantes para el sector de las telecomunicaciones, disponible en <[www.telefonica.com/rc09](http://www.telefonica.com/rc09)>. Entre estos temas destacan la responsabilidad en la cadena de suministro, la seguridad y protección de los menores, la inclusión digital y la eficiencia energética. Estos se han identificado como relevantes a través de grupos de trabajo globales con todos los actores claves, a través del *Global e-Sustainability Initiative* (GeSI), una asociación que integra a todo el sector. El tercer y último nivel reconoce las inquietudes locales y su decisión corresponde a cada uno de los países en los que operamos.

Para terminar, el tercer motivo por el cual 2009 ha sido un año positivo en Responsabilidad Corporativa lo debemos encontrar en *bravo!*, programa de transformación con el que Telefónica se ha dotado, con el fin de situarse en 2012 como la mejor compañía global de comunicaciones del mundo digital.

En este programa se han fijado prioridades estratégicas e iniciativas claves en torno a cuatro pilares: foco en el cliente; una oferta integral como proveedor de servicios; nuevas plataformas que impulsen un modelo operativo, transformador y eficiente; y una cultura común que genere confianza en las sociedades en las que opera la compañía. Y es precisamente en este último eje donde nuestro compromiso responsable con las comunidades cobra todo su valor.

Una vez más reitero mi agradecimiento a todos aquellos que a diario se acercan a Telefónica. Ustedes son quienes dan sentido a nuestro trabajo, porque cada día nos hacen dar lo mejor de nosotros mismos.

**César Alierta Izuel**

Presidente de Telefónica, S.A.

## Carta del Presidente de Telefónica Latinoamérica y del Presidente del Grupo Telefónica en el Perú



El año 2009 ha sido particularmente importante para nosotros, ya que hemos podido ejecutar proyectos de gran dimensión para promover el desarrollo de los ciudadanos en todo el Perú; desde la oferta de servicios orientados a mejorar la competitividad del sector empresarial, pasando por el uso cada vez más intensivo de la banda ancha y las comunicaciones móviles en las ciudades, hasta la transformación en las vidas de cientos de miles de pobladores rurales, que hoy acceden a las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Esta es la sexta oportunidad en la que publicamos nuestro Informe de Responsabilidad Corporativa, en el que no solo damos cuenta de la gestión anual del Grupo en relación con sus grupos de interés, sino que seguimos innovando en el proceso de *reporting* y, por tanto, en el uso de herramientas e indicadores para ser más eficientes en nuestra gestión.

Este año presentamos nuestras acciones alineadas a los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, lo que nos permite mostrar los esfuerzos realizados por la promoción de los Derechos Humanos y la erradicación de la pobreza, sustentados en diversos proyectos de nuestra industria, que vienen contribuyendo efectivamente a elevar la calidad de vida de millones de peruanos.

Estos esfuerzos también se manifiestan en lograr incorporar a cada vez más peruanos a los beneficios de las nuevas tecnologías. A ello le hemos dedicado ilusión y esfuerzo, que se han materializado, principalmente, a través del proyecto de Banda Ancha Satelital (BAS) para localidades aisladas, el cual es pionero y transformador para la expansión de las telecomunicaciones en las zonas más alejadas del país; el mismo que, mediante una alianza público-privada, permitirá que 3,852 centros poblados de 179 provincias, en las 24 regiones del país, accedan a la comunicación y que 1.7 millones de peruanos resulten beneficiados.

El ejercicio 2009 constituyó un hito en cuanto a la relación con nuestros colaboradores. El esfuerzo realizado por todos ellos hizo posible que en la última evaluación del *Great Place to Work Institute*, cuatro empresas del Grupo se posicionaran entre las 30 mejores empresas para trabajar en el país. Además, por primera vez, Telefónica del Perú fue incluida dentro del ranking de Grandes Empresas con Mejor Clima Laboral, el cual agrupa a las compañías (con 700 trabajadores o más), que cuentan con los dos tercios o más de sus empleados satisfechos; también nos integramos a la Asociación de Buenos Empleadores y se nos reconoció

entre las empresas que poseen sindicatos y que incorporan políticas de promoción a la libertad de asociación.

En nuestros reportes anteriores, planteamos el programa *AHORA*, impulsado por Telefónica Latinoamérica para toda la región, que promovía una relación privilegiada con nuestros principales grupos de interés: clientes, sociedad, empleados y accionistas, y que establecía indicadores de gestión, que fueron cumplidos exitosamente durante los tres años de implementación del programa, el cual concluyó en 2009. Es así que, durante este periodo, se logró una evolución positiva en el índice de satisfacción de los clientes (ISC), pasando de 6.32 a 7.13 sobre 10, el cual, sin duda, todavía debemos mejorar. En el caso de los colaboradores, el índice de satisfacción de los empleados (ISE) aumentó 17 puntos porcentuales, registrando un 80% a diciembre de 2009, en comparación con el 63% obtenido en 2006. Por otro lado, nuestros accionistas recibieron la noticia de que los ingresos del Grupo ascendieron en 2009 a más de 7.2 miles de millones de nuevos soles, 23% más de lo registrado en 2006.

Finalmente, en el eje sociedad, multiplicamos por seis el número de beneficiarios del programa *Proniño*, entre 2007 y 2009, superando las 30,000 niñas, niños y adolescentes en 17 regiones del país. Este es un hito que queremos destacar con mucho orgullo, ya que reafirma nuestro compromiso de contribuir con la prevención y erradicación del trabajo infantil, al lograr un crecimiento de 76%, particularmente en un año de crisis económica mundial como 2009.

En 2010, enfrentaremos nuevos retos con el programa *bravo!*, que está impulsando el Grupo Telefónica a nivel global y que pone especial foco en el cliente, en nuestra oferta integral, en las nuevas plataformas que desarrollaremos y en una cultura común consolidada. Todo esto integrado a nuestra estrategia de responsabilidad social que nos exige indicadores y metas de cumplimiento orientados a los grupos de interés con los que nos vinculamos.

A través de este nuevo informe, queremos ofrecerles una síntesis de iniciativas que venimos promoviendo desde nuestra organización, y nuevamente, reiterar nuestro compromiso con la construcción de una sociedad más inclusiva, donde el crecimiento social y económico se consolide de manera sostenible. En ese esfuerzo, el Grupo Telefónica seguirá siendo un motor de desarrollo y un aliado incondicional del Perú.

**José María Álvarez-Pallete López**  
Presidente de  
Telefónica Latinoamérica

**Javier Manzanares Gutiérrez**  
Presidente del  
Grupo Telefónica en el Perú



## Estrategia de Responsabilidad Corporativa



Telefónica entiende la Responsabilidad Corporativa (RC) como una herramienta de generación de valor, la cual permite construir relaciones sostenibles con los grupos de interés, afianzando su confianza mediante la gestión eficaz de los riesgos y de las oportunidades. Todo ello contribuye a incrementar la legitimidad en las sociedades donde opera.

Por ello, la compañía orienta su trabajo de acuerdo con tres líneas estratégicas:

- **Gestión eficaz de los riesgos** (con impacto directo en la reducción de costos): asociados al incumplimiento de los Principios de Actuación, que son la norma básica de conducta de la que se desprenden políticas y normativas concretas para el cumplimiento de los mismos frente a los distintos grupos de interés.
- **Gestión de las oportunidades:** para maximizar los impactos positivos en las operaciones de Telefónica y con un objetivo claro de contribución a la sociedad.

La compañía trabaja en dos ámbitos importantes:

- El fomento de la accesibilidad de más personas a las telecomunicaciones, priorizando la integración de los sectores menos favorecidos del país a través de un esfuerzo permanente para desarrollar infraestructuras de redes y ampliar la oferta de productos y servicios.
- La promoción de la eficiencia energética a través de la reducción de su consumo en la compañía; el desarrollo de servicios más eficientes para los clientes y el impulso del sector como motor de la eficiencia energética.
- **Compromiso con los grupos de interés:** a través de una comunicación transparente y de un diálogo efectivo, para que de esta manera se construyan relaciones de confianza de acuerdo con sus expectativas e intereses, de tal modo que

Telefónica continúe siendo un motor de progreso económico, tecnológico y social.

Para evaluar el cumplimiento del objetivo estratégico, además de los indicadores internos de gestión, la compañía tiene en cuenta dos indicadores de seguimiento: el *Dow Jones Sustainability Index*, índice de sostenibilidad de mayor relevancia a nivel mundial, que considera la Responsabilidad Corporativa desde una óptica de negocio, y el *RepTrak™*, índice de reputación que permite conocer la percepción de la gestión local de la compañía y, al mismo tiempo, compararla con otras empresas a nivel global.

### La reputación y Responsabilidad Corporativa dentro de *bravo!*

La reputación y la RC son herramientas para la creación de valor y contribuyen en el proceso de transformación de la compañía para aprovechar de manera eficiente y sostenible el crecimiento del sector de las telecomunicaciones.

Para alcanzar este objetivo, Telefónica ha puesto en marcha el programa estratégico *bravo!*, con objetivos marcados para 2012.

Este programa global se articula en torno a cuatro pilares fundamentales: foco en el cliente; una oferta integral como proveedor de servicios; nuevas plataformas que impulsen un modelo operativo transformador y eficiente, y una cultura común que genere confianza en las sociedades donde opera.

La reputación y la RC se enmarcan dentro del pilar **Cultura**, donde la idea es la generación de confianza, construyendo relaciones sostenibles con los grupos de interés.

Además, existen numerosos proyectos de RC que interactúan de forma transversal con el resto de pilares del programa y ayudan a construir relaciones de confianza con el **Cliente**; a captar oportunidades en nuevos servicios para mejorar la **Oferta**, y a ser más eficientes en **Plataformas**.

## Lo que AHORA permitió alcanzar en sus tres años de desarrollo

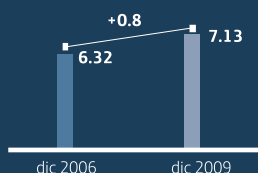
AHORA fue el programa de transformación regional que Telefónica implementó en las operadoras de Latinoamérica desde 2007 hasta fines de 2009, con miras a superar grandes desafíos y fortalecer el vínculo de la compañía con sus clientes, empleados, accionistas y sociedad, los que además constituyeron los ejes de acción de esta importante iniciativa.



### Cientes

"Ahora, aún más cercanos"

- El Índice de Satisfacción de los Clientes (ISC) aumentó 0.8 puntos durante la vigencia del programa.



- La mejora del ISC responde al lanzamiento de los dúos y tríos, a la prevención de redamos, una óptima provisión, etc.



5 Mlls → 15.6 Mlls  
dic 2006 dic 2009

- El número de clientes móviles se triplicó durante el programa.

- Speedy y Cable Mágico crecieron 62% y 24%, respectivamente.



### Empleados

"Ahora, aún más oportunidades para ti"

- Se impulsó *Promesa Empleado*, estrategia basada en la comunicación, desarrollo, liderazgo, reconocimiento y mejora de la calidad de vida de los colaboradores.

- La satisfacción de los empleados creció en 17 puntos porcentuales al cierre de 2009, con respecto a diciembre de 2006.

80%  
Satisfacción

- Ingresaron a la lista de las 30 mejores empresas para trabajar del GPTW: **Telefónica Móviles, tgestiona, Telefónica Servicios Comerciales y Terra Networks.**



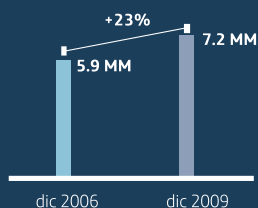
- Están entre las más grandes (con más de los 2/3 de su personal satisfecho con el clima laboral): **Telefónica Móviles, tgestiona, Telefónica Servicios Comerciales, Atento Perú y Telefónica del Perú.**

GREAT  
PLACE  
TO  
WORK



### Accionistas

"Ahora, aún más valiosos"



- En 2009, los ingresos del Grupo Telefónica aumentaron en 23% con respecto a los resultados de diciembre 2006.

S/. 2.5 MM → S/. 2.9 MM  
dic 2006 dic 2009

- El OIBDA (Ingresos operativos antes de depreciación y amortización) aumentó en más de S/. 0.4 MM durante el programa.



### Sociedad

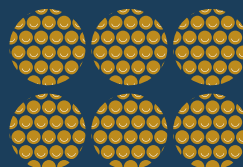
"Ahora, aún más comprometidos"

- Se realizaron proyectos para el desarrollo de infraestructuras que ampliaron la oferta de productos y servicios, como **BAS** e **Intégrame**, entre otros.



- En 3 años, la Fundación Telefónica logró sextuplicar la cantidad de escolares favorecidos a través del programa *Proniño*.

2006  
dic (+5 mil niños)



# Derechos Humanos

## Principios del Pacto Mundial

**Principio 1:** «Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente dentro de su ámbito de influencia».

**Principio 2:** «Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos».

## Como parte del compromiso de Telefónica por el respeto de los Derechos Humanos, se promueve la formación de los empleados en los Principios de Actuación de la compañía

El Grupo Telefónica ratifica su compromiso con los Derechos Humanos, los Principios del Pacto Mundial y las declaraciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), a través de sus Principios de Actuación (PdA). La determinación de estos se realizó tomando como referencia los estándares más elevados y mejores prácticas existentes en materia de ética y principios de actuación empresarial.

Los PdA definen la manera en que Telefónica desarrolla su actividad. Por ello, están inspirados en los valores y la visión de la compañía: «queremos mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde operamos, proporcionándoles servicios innovadores basados en las Tecnologías de Información y Comunicación».

De estas directrices se desprenden políticas y programas que la compañía desarrolla para entablar una relación sostenible y saludable con sus grupos de interés, sin dejar de lado la evaluación, la regulación y el manejo de los riesgos para la reputación, que podría enfrentar eventualmente. Así, Telefónica traslada a sus empleados, accionistas, clientes, proveedores y a la sociedad en general la importancia de la integridad empresarial en todas sus operaciones.

Los principios de confianza, honestidad, integridad, y el respeto por la ley y por los Derechos Humanos, sirven de base para la construcción de la reputación y para maximizar el valor a largo plazo, además de contribuir en la imagen de marca, la cultura y el clima laboral.

Para lograr el despliegue de los PdA entre los colaboradores del Grupo, en 2009 se continuó con el curso de capacitación *on line*, desarrollado para tal fin. Adicionalmente, para acercar a los nuevos trabajadores a los PdA, se incluyó la realización del curso dentro del programa de inducción de la compañía, impartido a través de la plataforma *e-learning*.

De otro lado, para lograr que los proveedores se involucren con el compromiso de respetar los Derechos Humanos, se cuenta con la *Norma general de extensión de los Principios de Actuación a la cadena de suministro*, la cual detalla los requisitos mínimos que debe cumplir cualquier proveedor que desee colaborar con la compañía. Para verificar el cumplimiento de estos principios, se realizan auditorías y evaluaciones permanentes.

### Área de influencia de los Derechos Humanos<sup>1</sup>



<sup>1</sup> Gráfico elaborado por el Instituto Danés de Derechos Humanos.

## Indicadores *Global Reporting Initiative*\*

S03 Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.

HR3 Porcentaje de empleados formados en políticas y procedimientos relacionados con los Derechos Humanos.

PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.

PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad.

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Empleados formados en Principios de Actuación	Porcentaje	35.8	48.7
Índice de satisfacción del cliente	Unidades	7.26	7.13

\*Para más información acceder a las tablas GRI en <[www.telefonica.com.pe/rc2009](http://www.telefonica.com.pe/rc2009)>.

# A través de los PdA, el Grupo Telefónica promueve el *respeto* a los Derechos Humanos



La compañía garantiza el respeto a los Derechos Humanos a través de una gestión que, además, busca ofrecer a sus empleados el mejor lugar para trabajar; una estrategia comercial enfocada en mejorar la experiencia del cliente; el desarrollo de alianzas público-privadas que impacten de manera positiva y mejoren las condiciones del entorno; y una normativa que extiende los PdA a los proveedores,

para que así estos actúen con integridad y responsabilidad en sus operaciones.

El Grupo respalda iniciativas que fomenten la asociación mundial para el desarrollo, como la creación del Centro Regional del Pacto Mundial para América Latina y el Caribe, en octubre de 2009. La compañía es fundadora de dicha asociación y juega un papel activo al ejercer su presidencia.

Asimismo, Telefónica está involucrada en la protección de la niñez, por lo que considera importante fomentar en la sociedad el respeto por los derechos de las niñas, niños y adolescentes. Para ello, participó en iniciativas locales y globales enfocadas en el tema.

## Alianza contra los contenidos que violen los Derechos Humanos

El Grupo Telefónica se adhirió en 2008 a esta alianza, junto con otros operadores pertenecientes al *Global System for Mobile Communication Alliance* (GSMA). La iniciativa tiene como objetivo impedir la difusión y comercialización de imágenes de abusos sexuales a menores.

Tras la firma del acuerdo se estableció implementar una solución técnica de bloqueo de acceso a pornografía infantil, la cual empezó a llevarse a cabo en las empresas del Grupo en el Perú a partir de agosto de 2009.

## Alianza con el Ministerio de la Mujer y Desarrollo Social

Telefónica colabora con las defensorías del niño y adolescente, encargadas de proteger los derechos de los menores en casos de maltratos o abusos.

Como parte de esta alianza, participó en la difusión de la campaña *Chatea seguro, chatea pensando*, la cual está orientada a prevenir a los niños sobre los peligros que pueden encontrar en Internet.

## Privacidad de datos

La protección de los datos proporcionados por los clientes es un derecho fundamental que estos tienen, y Telefónica se responsabiliza de preservar y garantizarlo en todas sus operaciones.

Mediante la *Normativa interna sobre el derecho al secreto de las telecomunicaciones y a la protección de datos personales de los abonados y usuarios*, se definen unas normas mínimas de cumplimiento obligatorio, las cuales se extienden a todas las empresas del Grupo y garantizan un nivel de seguridad común a todos los datos de índole personal.

Esta normativa ha sido distribuida a todos los trabajadores y se encuentra publicada en la intranet de la compañía, así como en su página web.

De la misma manera, se actualizó y distribuyó el Reglamento Interno de Trabajo (RIT), que contempla las obligaciones de los trabajadores en esta materia.

De otro lado, en todos los contratos con proveedores que puedan implicar acceso a información protegida, se establece que estos tienen la obligación de acatar la normativa interna antes mencionada, y su incumplimiento es causal de resolución del contrato.



Derechos Humanos

«Respetaremos los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, así como las declaraciones de la Organización Internacional del Trabajo. Impulsaremos la igualdad de oportunidades y trataremos 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».

## Líder en sostenibilidad

En 2009, los Principios de Actuación (PdA) fueron reconocidos como una de las fortalezas del Grupo Telefónica en el Perú, así como una de sus mejores prácticas, en la revisión realizada por la agencia de rating *Sustainable Asset Management* (SAM), la cual evaluó la gestión de la sostenibilidad de las empresas, teniendo en cuenta los aspectos económicos, medioambientales y sociales.

En la dimensión económica del análisis, se contemplan factores relacionados con los PdA y anticorrupción. Esto, junto a otros aspectos, permitieron que Telefónica se convirtiera en el líder mundial del sector de telecomunicaciones por criterios de sostenibilidad, al encabezar el índice *Dow Jones Sustainability* (DJSI) durante el año pasado.



Con estas actuaciones, Telefónica contribuye a la consecución del Objetivo 8 de Desarrollo del Milenio: **Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.**



## Innovación para la inclusión

Telefónica promueve el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación por considerarlas herramientas de desarrollo y de transformación social, las cuales brindan oportunidades a las personas para que sean partícipes de la inclusión digital y social. Como parte del compromiso asumido por la compañía para contribuir a la reducción de las brechas sociales en el país, el Grupo Telefónica invierte en la implementación de iniciativas orientadas a facilitar el acceso de las personas a las telecomunicaciones y capacitarlas en el uso de las mismas.

Entre estas destacan:

- **Proyecto Banda Ancha Satelital (BAS) para localidades aisladas:** más de 800,000 peruanos beneficiados en 1,981 localidades.
- **Intégrame:** más de 29 mil pobladores beneficiados en 141 centros poblados.
- **Conéctame:** más de 25 mil personas beneficiadas en 45 localidades.
- **Fono Ya:** más de 536,000 clientes favorecidos en 1,833 distritos en todo el Perú.
- **Proniño:** más de 30 mil niños, niñas y adolescentes beneficiados en 17 regiones del país.



## Seguridad *on line*

El Grupo Telefónica en el Perú se apoya en la política corporativa de seguridad para garantizar que todos los procesos, tanto los internos como aquellos relacionados con las operaciones de los clientes, se realicen de manera segura.

En 2009, el Grupo Telefónica obtuvo la membresía al *Anti-Phishing Working Group* (APWG), asociación internacional conformada por empresas comprometidas con denunciar y eliminar todo tipo de fraude electrónico, integrando así una red mediante la cual puede informarse acerca de las nuevas modalidades de engaño virtual y acceder a los últimos recursos que aseguran la protección de los datos de sus clientes.

En esta línea, para prevenir eventos críticos en las redes de banda ancha y redes empresariales, se implementó el Centro de Operación de Seguridad en su primera fase. Además, Telefónica del Perú realizó la validación y ampliación de la certificación ISO 27001, que incluye como nuevos procesos el Centro de Gestión de Redes Móviles y *DataCenter*.

Los esfuerzos realizados por Telefónica del Perú en materia de seguridad *on line*, le han otorgado el reconocimiento como líder en la región en seguridad de redes y plataformas. Por ello, la empresa fue designada como el Centro de Excelencia de Seguridad para Telefónica Latinoamérica, que se encuentra en proceso de implementación y que tiene como objetivo compartir información y crear sinergias en temas de ataques y vulnerabilidades *on line*.

Complementariamente a las medidas adoptadas, la compañía continuó informando y sensibilizando a sus clientes y colaboradores a través de campañas sobre fraude electrónico y sobre la importancia de mantener actualizados los antivirus.

## Formación en el uso responsable de las TIC

En el marco del programa *Generaciones interactivas*, se implementó la iniciativa *Formándonos juntos* para promover la capa-

## Menores protegidos *on line*

Como parte del compromiso con el fomento de un entorno en el que los menores puedan usar de manera segura las TIC, Telefónica continuó ofreciendo a sus clientes productos que regulan el acceso a contenidos indebidos en Internet. Entre ellos destacan:

### La Zona de seguridad *Speedy*

*Speedy* ofrece un pack de seguridad integral con la colaboración de *MacAfee*, el cual pone a disposición de los clientes una serie de herramientas que protegen la navegación en Internet. Incluye antivirus, antiespía, control parental, cámaras de seguridad con claves secretas y *anti-phishing*.

### Control parental

El servicio de Cable Mágico Satelital ofrece la opción de control de padres, que es un filtro que permite habilitar el servicio de calificación de programas en cada televisor, con el que se regulan los contenidos a los que podrían acceder los menores en casa.

Por otra parte, Telefónica Móviles implementó políticas que impiden la venta de contenidos, ya sean textos, imágenes o videos para adultos, a través de la mensajería de texto. Estas han sido incluidas en los contratos con los proveedores y su incumplimiento puede generar la implantación de multas o la anulación del contrato.

Por otro lado, el contenido que circula a través del navegador WAP de los equipos celulares, como por ejemplo en el chat, es regulado y supervisado a través de una herramienta que censura los contenidos inapropiados, y además se cuenta con una persona que verifica las fotos que cuelgan los clientes antes de que sean publicadas.

citación de alumnos, padres de familia y docentes en el uso responsable de las Tecnologías de la Información y Comunicación, y fomentar la creación de una comunidad educativa activa en el tema. Tras ser capacitados, los profesores realizaron réplicas en sus distintos centros educativos bajo el monitoreo y coordinación de los Voluntarios Telefónica. Estas charlas beneficiaron a más de 2,500 personas en todo el país.

# En 2009, se evaluaron a 87 proveedores en el cumplimiento de los Principios de Actuación

A fin de gestionar de una manera más eficiente las propias actividades del negocio, el Grupo Telefónica recurre a terceros para realizar muchas de las tareas que se alejan de su *core*. Para garantizar su correcto desempeño, Telefónica se enfoca en fortalecer las relaciones con las empresas con las cuales trabaja, a través de la confianza y la búsqueda constante del beneficio mutuo.

Consciente de que su cadena de suministro cumple un rol determinante en el desarrollo del negocio y en la percepción de los clientes, Telefónica se asegura de que sus proveedores trabajen sobre la base de los estándares más altos de calidad y, además, los integra en la gestión responsable de su negocio, a través de la extensión de sus Principios de Actuación.

El Modelo de Gestión Responsable está orientado a dos aspectos:

- **Marco de relación entre el proveedor y Telefónica basado en la transparencia y en la confianza:** el modelo de compras de Telefónica se caracteriza por la transparencia en el proceso de negociación, objetividad en la toma de decisiones y por la igualdad de oportunidades a todos los proveedores. El objetivo de Telefónica es llegar a gestionar todas las operaciones con los proveedores electrónicamente.
- **Marco de actuación del proveedor que garantice una actuación responsable** con la ley, los Derechos Humanos, la salud y el medio ambiente. Telefónica busca garantizar el cumplimiento de los Principios de Actuación, por lo que pide a todos sus proveedores directos que acepten y cumplan dichas pautas éticas, y los invita a que los difundan e impulsen entre sus colaboradores y suministradores.

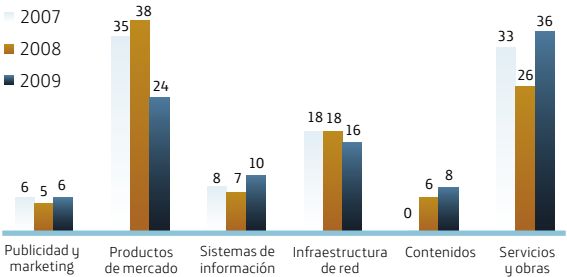
Para el período 2009-2010, Telefónica viene trabajando en mecanismos de gestión que potencien la aplicación del marco de actuación de proveedores, como la realización de visitas de inspección para corroborar la aplicación de los estándares establecidos.

Para monitorear el desempeño de sus proveedores, Telefónica realizó auditorías a 12 proveedores claves de la empresa, cuyas operaciones presentan una especial sensibilidad en materia de seguridad laboral y ambiental.

Asimismo, Telefónica dispone de estándares certificados de gestión de calidad en ISO 9001 e ISO 14001 de gestión medioambiental, entre los cuales se incluyen el proceso de compras y la gestión de proveedores.

En 2009, la cantidad de proveedores adjudicados fue de 1,916, conformada en un 86% por proveedores locales. El volumen de compras local sumó S/. 3,152 millones, lo que representa el 76% del total de volumen adjudicado en el año.

Distribución de compras por línea de producto (%)



## Indicadores *Global Reporting Initiative*\*

HR2 Porcentaje de proveedores relevantes que han sido evaluados en Derechos Humanos

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Proveedores evaluados en el cumplimiento de los PdA	Unidades	80	87
Auditorías realizadas a proveedores	Unidades	5	12

\*Para más información acceder a las tablas GRI en <www.telefonica.com.pe/rc2009>.



«Requeriremos a nuestros proveedores que desarrollen sus negocios aplicando principios similares a los señalados en estos principios, y les exigiremos el cumplimiento de la ley».

## Extensión de los PdA

La *Norma general de extensión de los PdA a la cadena de suministro* busca fomentar el cumplimiento de altos estándares laborales, de seguridad, salud y medioambientales por parte de los proveedores y empresas colaboradoras de Telefónica.

A través de esta normativa se pone en marcha un proceso de evaluación conjunta con el proveedor, de manera que Telefónica pueda asegurar el cumplimiento de los requisitos mínimos que establece en los contratos con su cadena de suministro.

### Requisitos mínimos

- No se permitirá el trabajo infantil.
- No se aceptará el trabajo forzado.
- No se permitirán condiciones laborales de riesgo para la vida de los trabajadores ni el trato inhumano en el trabajo.
- Se exigirá el cumplimiento de la ley en materia medioambiental.

La normativa establece también una clasificación en función del riesgo que cada proveedor presenta, de acuerdo con el servicio o producto que comercializa.



Con estas actuaciones, Telefónica contribuye a la consecución del **Objetivo 4 de Desarrollo del Milenio: Reducir la mortalidad infantil.**

# Estándares laborales

## Principios del Pacto Mundial

- Principio 3:**
«Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva».
- Principio 4:**
«Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción».
- Principio 5:**
«Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil».
- Principio 6:**
«Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación».

## Capacitación de proveedores

El Grupo Telefónica, en su esfuerzo por mejorar el servicio a sus clientes, considera importante el desarrollo de las competencias laborales en toda su cadena de valor. Es así que pone a disposición de sus empresas proveedoras de servicios plataformas de formación *on line*, para que en lo posible se hagan extensivas a todos sus trabajadores. Gracias a dichas plataformas, un grupo de proveedores de Telefónica Móviles ha venido desplegando diversas iniciativas de capacitación a sus empleados a través de la Academia Movistar, mientras que en el caso de Telefónica del Perú, las capacitaciones se han realizado a través del programa *Estela*.

Adicionalmente, Telefónica del Perú lanzó un proyecto para implementar progresivamente un nuevo modelo de atención a clientes que impacte positivamente en los indicadores de satisfacción y productividad. La propuesta se enfoca en la mejora de los procesos de instalación y atención de averías para el mercado residencial. Como parte de las actividades del proyecto, la compañía realizó una serie de talleres en coordinación con sus proveedores, denominados *Talleres ABC*, con el objetivo de alcanzar los estándares de calidad y certificación esperados. Entre 2008 y 2009, más de 500 trabajadores de empresas colaboradoras participaron de estas capacitaciones, lo que permitió sentar las bases del proyecto.

La cultura organizacional de Telefónica no solo va más allá de la promoción de algunas actividades en favor del clima interno, sino que además se enmarca dentro de toda una filosofía empresarial y una «razón de ser» como compañía.

*Promesa Empleado* es la estrategia que el Grupo ha diseñado para convertir a sus empresas en los mejores lugares para trabajar en el país. Está compuesta por cinco ejes de actuación: liderazgo, comunicación, desarrollo y compensación, reconocimiento y calidad de vida. A través de cada uno de ellos, asegura el fortalecimiento de la cultura de Telefónica y, consecuentemente, el logro de los resultados organizacionales.

Como producto de las iniciativas desarrolladas en el marco de *Promesa Empleado*, los índices de satisfacción laboral aumentaron en Telefónica del Perú y en Telefónica Móviles, pasando de 67.2% y 82.2% en 2008, a 78.7% y 87.3%, respectivamente, en 2009.

## Los empleados del Grupo Telefónica en el Perú

La compañía generó empleo para más de 15 mil personas en el año. Al igual que en años anteriores, Atento concentra la mayor cantidad de empleados, seguida por Telefónica del Perú.

Un empleado del Grupo Telefónica en el Perú\*\* tiene en promedio doce años de antigüedad y una edad media de 40 años.

## Igualdad de oportunidades

En la compañía se ve la diversidad como una ventaja competitiva y la unión de distintas perspectivas como clave para alcanzar el éxito. A fin de lograr que las relaciones entre trabajadores sean saludables, se promueve el respeto a la diversidad a través de los PdA, los cuales contemplan la igualdad de oportunidades para todos y la solidaridad en el ambiente de trabajo.

Adicionalmente, la adhesión de la compañía a los Principios del Pacto Mundial remarca su compromiso con el rechazo a toda forma de segregación laboral.

## Planilla física del Grupo

Empresas	2008	2009
Telefónica del Perú <sup>1</sup>	5,515	5,260
Telefónica Móviles	1,043	1,044
Atento Perú <sup>2</sup>	6,755	6,728
<i>tgestiona</i> <sup>3</sup>	1,818	2,207
Otros <sup>4</sup>	82	407

<sup>1</sup> Considera OTF, CCP y filiales.  
<sup>2</sup> No considera a los empleados de otras filiales extranjeras.  
<sup>3</sup> Considera a Telefónica Centros de Cobro.  
<sup>4</sup> Considera a Terra Networks y a Pléyade Perú.

## Indicadores *Global Reporting Initiative*\*

LA13 Composición de los órganos de gobierno corporativo y planilla, desglosada por sexo y grupo de edad

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Mujeres	Porcentaje	45	46
Mujeres directivas	Porcentaje	22	19
Empleados con discapacidad	Unidades	28	38

HR4 Número total de incidentes de discriminación

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Denuncias registradas en la Línea Confidencial relacionadas con discriminación	Unidades	0	0

\*Para más información acceder a las tablas GRI <[www.telefonica.com.pe/rc2009](http://www.telefonica.com.pe/rc2009)>.  
\*\* Para el cálculo solo se ha considerado a empleados de Telefónica del Perú S.A. y de Telefónica Móviles.

# Los índices de satisfacción laboral de Telefónica del Perú y de Telefónica Móviles alcanzaron los 78.7% y 87.3%, respectivamente

El 46% de los puestos laborales, entre directivos, mandos intermedios y colaboradores del Grupo Telefónica, fue ocupado por mujeres. Asimismo, se empleó a 38 personas con discapacidad, brindándoles la oportunidad de incorporarse al mercado laboral.

Como parte del compromiso al respeto de la diversidad, Atento brindó oportunidades laborales a 17 quechua-aimaras hablantes, quienes se encargan de asesorar a las poblaciones indígenas del país en su lengua natal, en el uso de la telefonía móvil.

## Gestión del talento y capacitaciones

Dos de los principales ejes de la estrategia integral del Grupo para apoyar a los trabajadores en su desarrollo y mejorar su contribución a la empresa, son aplicados a través del modelo de desarrollo profesional denominado Meritocracia.

Como parte de la promoción del aprendizaje y desarrollo laboral, 1,863 colaboradores de Telefónica del Perú y de Telefónica Móviles recibieron *feedback* de sus líderes. Por su parte, 28 empleados participaron en el programa de rotaciones internacionales, cuatro recibieron becas integrales de posgrado y se financiaron 33 maestrías.

Se continuó con la implementación del programa *Suma-T*, cuyo objetivo es que los líderes sean gestores activos de la transformación cultural de la empresa, de manera que se involucren y actúen de acuerdo con las conductas definidas como parte de dicha cultura.

En este sentido, el programa de *Formación de líderes* busca reforzar las habilidades de gestión necesarias para ejercer un

## Programa de Capacitación Laboral Juvenil

Este programa de la empresa Atento permite la inserción laboral formal de miles de jóvenes sin estudios superiores ni experiencia laboral.

En 2009, más de 1,100 jóvenes se beneficiaron de este programa, que permite la capacitación en temas referentes a las actividades del negocio y para que los participantes aumenten sus ingresos económicos.

Una vez concluido el convenio, los jóvenes capacitados que demuestran mejor desempeño tienen la posibilidad de ingresar a la planilla de Atento Perú.

liderazgo en tres competencias claves: innovación, flexibilidad y orientación al cliente. En 2009, 864 líderes de Telefónica del Perú y de Móviles participaron de este programa.

En esta misma línea, el programa *Formación de instructores internos* permitió que los 51 instructores graduados en 2008 apoyaran con el despliegue de los cursos programados para el año, como parte de los planes de capacitación de las áreas funcionales, y con el despliegue de los cursos publicados en el catálogo de cursos internos.

## Comunicación

Telefónica utiliza diferentes canales de comunicación para que los mensajes que difunde lleguen a todos sus empleados de manera rápida y sencilla. Entre los principales canales utilizados se encuentra el boletín *Enlínea*, portal de Recursos Humanos, al que pueden acceder todos los empleados; la intranet corporativa, con información de carácter público y confidencial, entre otros. Durante el año, se realizaron 29 campañas de comunicación sobre temas claves, como seguridad, salud, prácticas laborales y medio ambiente.

Por otro lado, se cuenta con un canal de denuncias abierto para que los empleados puedan formular reclamos respecto a temas laborales, de manera anónima.

Asimismo, la compañía promueve espacios de encuentro entre empleados, como desayunos con líderes, reuniones periódicas con directores, reuniones de resultados, entre otros, donde se comparten opiniones sobre hechos relevantes de la empresa. Esto permite que los líderes repliquen esta información a todos los empleados.

## Indicadores *Global Reporting Initiative*\*

LA10 Promedio de horas de formación al año por empleado

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Horas de formación	Horas	601,818	179,799
Total de gastos de formación	Miles de soles	9,072	3,595

\*Para más información acceder a las tablas GRI en <[www.telefonica.com.pe/rc2009](http://www.telefonica.com.pe/rc2009)>.



«Impulsaremos la igualdad de oportunidades y trataremos 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».

Estándares laborales

## Un mejor lugar para trabajar

Telefónica del Perú fue reconocida por el *Great Place to Work Institute* en el *ranking* de Grandes Empresas con Mejor Clima Laboral, el cual agrupa a las compañías (con 700 trabajadores o más), que cuentan con los dos tercios o más de sus empleados satisfechos. Por su parte, Telefónica Móviles logró ingresar en la lista de las 30 mejores compañías para trabajar en el Perú, y además fue distinguida como la empresa con el mayor incremento en el índice de satisfacción de sus empleados, en el periodo 2008-2009.

### Empresas reconocidas por el *Great Place to Work*

- Telefónica Móviles
- *tgestióna*
- Telefónica Servicios Comerciales
- Terra Networks
- Atento Perú
- Telefónica del Perú



Con estas actuaciones, Telefónica contribuye a la consecución del Objetivo 3 de Desarrollo del Milenio: **Promover la igualdad entre los sexos y la autonomía de la mujer.**



## Certificación ABE

Telefónica del Perú, Telefónica Móviles y Atento Perú obtuvieron la certificación ABE (Asociación de Buenos Empleadores), a la cual se hacen merecedoras aquellas empresas que mantienen buenas prácticas de recursos humanos y cumplen con los requisitos exigidos por esta institución. Esto se ha logrado gracias a los innovadores programas desarrollados e implementados de acuerdo con las necesidades específicas de los trabajadores.

La certificación reconoce a las compañías como lugares en los que se respeta y motiva a los colaboradores y que, además, están comprometidas con el desarrollo y mejora de su ambiente laboral.



## Bienestar

Como parte de su estrategia de calidad de vida, Telefónica desarrolla políticas orientadas a fomentar el balance entre el trabajo y la familia. Para esto se ofrecen beneficios y se realizan campañas de concientización sobre el tema y actividades de bienestar.

En este sentido, Telefónica cuenta con:

- La política de cumplimiento de horas de trabajo, según la cual, para laborar horas extras, se deberá coordinar previamente con los jefes.
- Reportes de horas laboradas, a fin de que se puedan realizar acciones dirigidas a minimizar las horas extras.
- Un formato de compensación horaria que establece la recuperación de horas en días específicos.

## Seguridad y salud

Telefónica vela por la salud y bienestar de sus trabajadores, y por la no existencia de trabajo forzoso. Como parte de esta responsabilidad, la compañía educa a sus trabajadores en temas de seguridad y salud, y se asegura de que hayan recibido la formación suficiente y adecuada en materia de prevención de riesgos laborales, sobre todo aquellos que realizan sus labores en exteriores. Como resultado de ello, no se registró ninguna víctima mortal por operaciones entre los trabajadores del Grupo.

En 2009, en Telefónica del Perú se realizaron 29 inducciones al personal nuevo en estos temas y se inspeccionaron los locales, a fin de identificar condiciones de riesgo y tomar acciones correctivas para prevenirlas y controlarlas.

En setiembre, se realizó un chequeo médico preventivo a todos los colaboradores del Grupo para descartar posibles riesgos de enfermedades. Un mes después, se implementó el nuevo plan ilimitado de salud con cobertura oncológica.

Complementando estas iniciativas y buscando eliminar las tensiones y el estrés entre los trabajadores, se desarrollaron campañas antiestrés, que incluyeron masajes relajantes. De esta manera, la compañía se asegura de contar con colaboradores comprometidos con sus obligaciones y satisfechos con el ambiente de trabajo en Telefónica.

## Libertad de asociación y diálogo social

Telefónica reconoce el sindicalismo moderno, identificado con los objetivos de la empresa y que busca el progreso en conjunto. Por ello, apoya el principio de libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva. La presencia sindical en la compañía agrupa a más de dos mil colaboradores, tanto en Lima como en provincias.

Las relaciones con sindicatos se desarrollaron manteniendo siempre los marcos de confianza y respeto que la compañía promueve. En ese sentido, y con el fin de garantizar la estabilidad laboral y un ambiente laboral agradable, se trabajó en la firma de convenios de tres años con los sindicatos, de manera que la compañía pueda fortalecer lazos de confianza con todos los empleados durante este tiempo.

Durante 2009, se iniciaron dos negociaciones colectivas con las organizaciones sindicales de Telefónica del Perú. En primer lugar, con el Sindicato Unitario de Trabajadores se concretó un acuerdo directo y se suscribió un convenio colectivo con una vigencia de tres años (2008-2011), cuyos beneficios también se extendieron a trabajadores no sindicalizados. Cabe señalar que con el Sindicato de Empleados no se entró en negociaciones porque mantienen vigente su convenio colectivo hasta 2010.

La segunda negociación colectiva se viene realizando con la Federación de Trabajadores de Telefónica del Perú, y continuará durante 2010.

## Indicadores *Global Reporting Initiative*\*

LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Empleados con convenio negociado	Unidades	2,549	2,143
% total de la planilla	Porcentaje	17	14

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	Telefónica del Perú	Telefónica Móviles
Tasa de accidentes <sup>1</sup>	Unidades	0.44	0
Jornadas perdidas por accidentes	Unidades	389	0
Tasa de absentismo <sup>2</sup>	Unidades	2,334	1,587

\*Para más información acceder a las tablas GRI en <www.telefonica.com.pe/rc2009>.

<sup>1</sup> Tasa igual a incidencia de accidentes x 200 mil/total de horas trabajadas.

<sup>2</sup> Tasa de absentismo igual a jornadas perdidas x 200 mil/total de horas trabajadas.

# 30,216 niñas, niños y adolescentes fueron beneficiados a través de *Proniño*

Además de cuidar que no se realice trabajo infantil en su cadena de valor, Telefónica lidera a nivel nacional la cruzada por su prevención y erradicación con el programa *Proniño*.

*Proniño* contribuye con la prevención y erradicación de la explotación laboral infantil a través de la escolarización de niñas, niños y adolescentes que trabajan o están en riesgo de trabajar. Este programa incide en la utilización de las TIC como herramienta para la inclusión digital de los niños, a fin de asegurarles oportunidades reales de desarrollo.

En el año, *Proniño* benefició a 30,216 niñas, niños y adolescentes, en 143 escuelas de zonas rurales y urbano-marginales de 17 regiones del país: Áncash, Apurímac, Arequipa, Ayacucho, Cajamarca, Callao, Cusco, Huancavelica, Ica, Junín, La Libertad, Lambayeque, Lima, Loreto, Moquegua, Piura y Puno.

El programa trabaja a partir de tres ejes:

### Protección integral del niño

Para asegurar la protección de los niños se realizan actividades de refuerzo en los estudios; se brinda atención de salud y apoyo psicopedagógico; se entregan útiles escolares y uniformes, y se realizan talleres de sensibilización sobre la problemática con los padres de familia.

En 2009, se desarrolló un plan piloto de emprendimiento laboral para mejorar los ingresos económicos de las familias beneficiadas por *Proniño*. A partir de las capacitaciones se fortalecieron las actividades económicas de 345 familias en cinco regiones del país.

### Mejora de la calidad educativa

En el año, se implementaron laboratorios informáticos *Aulas Fundación Telefónica* en 15 colegios beneficiados, y 105 profesores de estas instituciones fueron capacitados en el uso de las TIC.

## Indicadores *Global Reporting Initiative*\*

Indicador medido en Telefónica

HR6 Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.

\*Para más información acceder a las tablas GRI en <[www.telefonica.com.pe/rc2009](http://www.telefonica.com.pe/rc2009)>.

### Fortalecimiento socioinstitucional

El concurso *Iniciativas solidarias*, que premia proyectos exitosos, privados o públicos, que intervienen en infancia, adolescencia o discapacidad, recibió 115 postulaciones.

### Aliados

*Proniño* se desarrolla con la asesoría del Instituto de Estudios Peruanos (IEP) y el Foro Educativo, y es gestionado en colaboración con la Asociación Fe y Alegría y las ONG Cesip, Tierra de Niños, Cáritas, Ceder, Idel, Puririsun, Red Titikaka y Sumbi.

## Reconocimiento del Pacto Mundial

En marzo de 2009, Telefónica recibió el premio del Pacto Mundial Perú: Ética y Liderazgo Empresarial, en la categoría Principios de Actuación en temas laborales, por las acciones que realiza a favor de la erradicación del trabajo infantil.

### Compromiso con el Ministerio de Turismo

En el marco de la suscripción del *Código de conducta de protección a la infancia para la prevención de la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes, en los ámbitos del turismo y viajes*, que promueve la Organización Mundial de Turismo junto con el Mincetur, Fundación Telefónica se comprometió a realizar acciones que contribuyan a prevenir que los prestadores de servicios turísticos del país participen en una de las peores formas de trabajo infantil: la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes.

Como parte de este compromiso, Fundación Telefónica facilita la capacitación a nivel nacional, a través del apoyo en la realización de conversatorios que permitan que personas especializadas en el tema repliquen lo aprendido, con la finalidad de ampliar la red de difusores de la temática.



«No toleraremos ningún tipo de empleo infantil o trabajo forzado, ni ninguna forma de amenaza, coacción, abuso, violencia o intimidación en nuestro entorno laboral, ni directa ni indirectamente».

## Día Mundial contra el Trabajo Infantil

Con el propósito de sensibilizar a la sociedad sobre la grave realidad del trabajo infantil, se implementaron diversas actividades de movilización social el 12 de junio, Día Mundial contra el Trabajo Infantil.

Desde la Fundación Telefónica se impulsaron actividades de sensibilización a los clientes; en este sentido, los conductores y reporteros de Plus TV y Cable Mágico Deportes, así como trabajadores de los multicentros y centros de atención al cliente de Telefónica y Movistar usaron camisetas con el mensaje: *Un niño menos trabajando, un niño más en la escuela*.

Asimismo, se enviaron mensajes de texto a clientes de Movistar con frases en favor de la erradicación del trabajo infantil; los Voluntarios Telefónica entregaron volantes sobre la problemática del trabajo infantil en las principales calles y avenidas del país, y se realizó la difusión de la problemática en recibos de telefonía fija y móvil.



Con estas actuaciones, Telefónica contribuye a la consecución del Objetivo 2 de Desarrollo del Milenio: **Lograr la enseñanza primaria universal.**

## Comprometidos con la sociedad

Con la finalidad de fortalecer al equipo de colaboradores y, al mismo tiempo, contribuir con el desarrollo del país, el Grupo Telefónica promueve y canaliza el espíritu solidario de los empleados a través de su programa de voluntariado. Con la inscripción en el programa, los Voluntarios dedican su tiempo, conocimientos y esfuerzo para contribuir a mejorar las condiciones de vida de las personas menos favorecidas de nuestro país, en concordancia con la labor social y valores del Grupo.

Entre algunas de las principales actividades que realizan destacan: la mejora de la infraestructura en colegios de escasos recursos, la donación de víveres, las celebraciones navideñas para niños en riesgo, la asistencia a niños hospitalizados, el apoyo a poblaciones afectadas por desastres, entre otras.

Durante el año, los más de cuatro mil colaboradores que forman parte del programa, realizaron 120 actividades de ayuda social que beneficiaron a cerca de 70 mil personas. Entre ellas, el viernes 2 de octubre celebraron el Día Mundial del Voluntario Telefónica, fecha en la que recibieron a escolares beneficiados por el programa *Proniño* para mostrarles su lugar de trabajo, y luego compartir una tarde de juegos y otras actividades educativas y recreativas.



04  
3

## Medio ambiente

### Principios del Pacto Mundial

- Principio 7:** «Las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca al medio ambiente».
- Principio 8:** «Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental».
- Principio 9:** «Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente».

## Para Telefónica, el cuidado del medio ambiente forma parte de sus objetivos de negocio, así como promover el desarrollo sostenible y la reducción de los impactos negativos de sus operaciones en el entorno

La política ambiental del Grupo Telefónica establece distintas líneas de acción en temas medioambientales y de cambio climático para todas sus empresas. La compañía pone énfasis en mantener un enfoque preventivo, fomentando iniciativas responsables y difundiendo productos y servicios amigables con el medio ambiente.

La estrategia en temas medioambientales se basa en la Oficina de Cambio Climático y en el Sistema de Gestión Ambiental Global. La primera busca asegurar la reducción del consumo energético y las emisiones de gases de efecto invernadero de Telefónica; potenciar el desarrollo de servicios que permitan ser más eficientes a los clientes y a otros sectores; y posicionar al sector de las Tecnologías de la Información y Comunicación en el centro de la solución del cambio climático. El segundo es el encargado de establecer los requisitos mínimos de gestión para todas las empresas del Grupo, y toma en cuenta el cumplimiento de la legislación vigente y la huella ambiental de Telefónica.

### Gestión ambiental

La gestión ambiental de Telefónica está orientada a lograr el buen manejo de los recursos y a establecer estándares mínimos que

garanticen la protección del entorno de los posibles impactos ambientales generados por sus actividades.

Como parte del Sistema de Gestión Ambiental, se establecieron parámetros de consumo de agua a través de distintas acciones, como inspecciones de fugas, revisiones y evaluaciones, y reemplazo de griferías, entre otras; esto con la finalidad de optimizar este recurso. Si bien en el año no se registró una disminución del consumo de agua, las iniciativas se seguirán aplicando con un mejor monitoreo de los indicadores de consumo.

Durante 2009, Telefónica del Perú confirmó la certificación ISO 14001 de gestión ambiental para los procesos de instalación, operación, mantenimiento y desmontaje de telefonía fija, basados en tecnologías inalámbricas de última milla. Por su parte, Telefónica Móviles cuenta con esta certificación para todos sus procesos e instalaciones desde 2006.

### Gestión de residuos

Una adecuada gestión de residuos permite minimizar impactos negativos, y es parte fundamental de la política de responsabilidad medioambiental que tiene el Grupo Telefónica.

### Indicadores *Global Reporting Initiative*\*

EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la diversidad.  
EN26 Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.  
IO05 Cumplimiento de los estándares ICNIRP referentes a las emisiones MF generadas por las estaciones base.  
IO07 Descripción de políticas y prácticas en relación al emplazamiento de antenas.

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Estudios de impacto ambiental	Unidades	40	1
Mediciones de ruido	Unidades	173	94
Mediciones de campos electromagnéticos	Unidades	56	187

\*Para más información, acceder a las tablas GRI en <[www.telefonica.com.pe/rc2009](http://www.telefonica.com.pe/rc2009)>.

La gestión de residuos de Telefónica del Perú permite la reutilización y el reciclaje de sus residuos sólidos. Para esto tiene un contrato con una empresa recicladora que se hace cargo de los residuos generados en todo el país. Por otro lado, Telefónica Móviles desarrolla programas de gestión de residuos y recursos, entre los cuales destaca *Recíclame*, iniciativa lanzada en 2007 que contribuye con la reducción del impacto ambiental a través del reciclaje de los equipos celulares, baterías y accesorios en desuso.

Con la finalidad de incentivar la participación de los clientes en el reciclaje de equipos móviles, se colocaron contenedores de recolección de celulares y accesorios en los locales de atención de Telefónica Móviles, sin considerar el modelo, marca u operador. En mayo de 2009, se realizó el primer envío de 6.6 toneladas de equipos en desuso a las plantas de tratamiento de Estados Unidos y México con el objetivo de reciclar sus componentes y usarlos en la fabricación de otros productos.

### Vigilancia de las operaciones

El Grupo Telefónica desarrolla diversas acciones a fin de prevenir y manejar el posible impacto ocasionado por sus operaciones. En ese sentido, y como parte del desarrollo de infraestructuras, en 2009 se elaboró un estudio de impacto ambiental que permitió la aplicación de medidas correctivas. Además, se desarrollaron estudios de impacto visual que conllevaron a realizar adecuaciones y compartir 32 emplazamientos para reducir los posibles impactos.

Adicionalmente, Telefónica Móviles, con la intención de minimizar el impacto visual de las estaciones base, inició la instalación de estaciones *fast side*, con torres de comunicación de menor tamaño, que generan menos impacto, no afectan el suelo y posibilitan un ahorro de recursos.

### Indicadores *Global Reporting Initiative*\*

- EN01 Materiales utilizados, por peso o volumen.
- EN08 Captación total de agua por fuentes.
- EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.
- EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.
- EN27 Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.
- EN29 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización.

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Total de consumo de papel blanco	Toneladas	2,156	2,160
Consumo de agua	Miles de litros	364,924	384,595
Consumo de combustible de flota (gasóleo y gasolina)	Miles de litros	230	1,528
Consumo de gas natural de flota	Nm3	0	0
Residuos de papel y cartón	Toneladas	1,678	25
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos de Telefónica (incluye oficinas y operaciones)	Toneladas	0.03	25
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (clientes)	Toneladas	2.4	6.6
Residuos de aceites	Miles de litros	17	12
Reutilización de equipos	Unidades	2,620	3,838
Emisiones CO2	Toneladas	33,793	38,942
Derrames de combustible	Unidades	2	0
Volumen de combustible derramado	Litros	691	0
Viajes por trabajo en avión	Unidades	5,583	4,274

\*Para más información, acceder a las tablas GRI disponibles en <www.telefonica.com.pe/rc2009>.

## Factura digital

La factura digital representa una transformación de la manera tradicional de distribución de recibos, ya que permite a los clientes hacer sus operaciones en línea. Además, representa la optimización de los recursos humanos y naturales al reducir el consumo de papel y, en consecuencia, la tala indiscriminada de árboles.

Durante el año, más de 214 mil clientes se afiliaron a la factura digital. De esta manera, se logra reducir el uso innecesario de papel y se cumple con la promoción de la conciencia ambiental en los clientes de Telefónica.

Otro aspecto importante dentro de las acciones de despliegue de red es su mantenimiento. Para ello, se realizaron 187 mediciones de campos electromagnéticos y se llevó el control de los impactos de ruido a través de 94 mediciones.

### Formación y sensibilización

Además de extender el compromiso ambiental a proveedores y contratistas, y de realizar auditorías a proveedores claves en temas ambientales, se realizaron programas de formación y sensibilización a empleados (a través de la plataforma *e-learning* y de manera presencial) y a proveedores, a fin de fomentar prácticas que incentiven el respeto y cuidado del medio ambiente entre los grupos de interés de la compañía.



«Estaremos comprometidos con el desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente y la reducción de cualquier impacto negativo de nuestras operaciones en el entorno».

## Verde certificación

En 2009, Telefónica Móviles obtuvo nuevamente la certificación de su Sistema de Gestión Ambiental basado en la norma ISO 14001, mientras que Telefónica del Perú mantuvo la misma luego de superar exitosamente la auditoría extraordinaria.

Estas distinciones evidencian el trabajo realizado en favor del medio ambiente, que responde a una iniciativa voluntaria y planificada de Responsabilidad Corporativa, y no se centra únicamente en el cumplimiento de las regulaciones legales.



Con estas actuaciones, Telefónica contribuye a la consecución del Objetivo 7 de Desarrollo del Milenio: **Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.**

## Anticorrupción

### Principios del Pacto Mundial

**Principio 10:** «Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y el soborno».

## Páginas Blancas digitales

Las guías telefónicas han constituido una fuente importante de apoyo para las consultas de los usuarios. Sin embargo, con el paso de los años, han surgido nuevas formas de registro para las bases de datos (*call center*, archivos en PC e Internet), que han reducido la utilización de guías en formato impreso.

Además, se ha generado una tendencia migratoria de los números telefónicos de los abonados, debido a la introducción de servicios y productos prepago en el mercado, lo cual hace que la información de un usuario, registrada de manera impresa, se desactualice rápidamente.

Como parte de la política ambiental de eficiencia en el consumo de recursos, Telefónica implementó la digitalización de *Páginas Blancas*. Este proyecto busca la reducción del número de impresiones de estas publicaciones mediante la afiliación de los abonados a la versión digital.

**Más de 600 mil personas se afiliaron a las *Páginas Blancas* digitales.**

## El compromiso del Grupo Telefónica con la transparencia e integridad hace posible una relación armónica con sus grupos de interés

El código ético del Grupo, plasmado en los PdA, guía la conducta de sus trabajadores y promueve la aplicación de buenas prácticas de gobierno corporativo que garanticen la transparencia con los inversores, accionistas y la sociedad.

Existen normativas para los procesos de compras, pagos, registro contable y comunicación de información al mercado, de manera que se reduzcan las irregularidades y se eviten los riesgos relacionados con el fraude. Adicionalmente, se realiza la verificación independiente de los estados financieros de las empresas del Grupo Telefónica en el Perú, para asegurar la total transparencia en la rendición de cuentas y respetar los derechos de los accionistas.

El Grupo cuenta con dos importantes elementos organizacionales de control:

- **La Oficina de Principios de Actuación**, que se encarga de monitorear la implementación y extensión de los PdA a los colaboradores y proveedores, establecer las políticas para asegurar el cumplimiento de los principios, difundir los principales lineamientos y recibir las quejas, dudas y casos de los trabajadores.

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

- **El Buzón de la Oficina de Principios de Actuación**, que se encuentra disponible para todos los colaboradores a través de un *link* permanente en la página principal de la intranet. El enlace direcciona a los visitantes a una web informativa de los PdA, que les permite acceder al canal de denuncias para comunicar sus quejas y permitir que se examinen los casos, a fin de aplicar las medidas correctivas.

Los colaboradores que solicitan consejo o quieren comunicar un incidente son tratados con respeto y dignidad, de acuerdo con los siguientes principios: confidencialidad en el examen del caso,

exhaustividad en la investigación, respeto a los derechos de los involucrados y fundamento en la toma de decisiones.

El cumplimiento de los PdA es transversal a toda la organización, y para lograr el compromiso de los colaboradores, Telefónica recurre a la capacitación, cuya metodología se basa en plantear casos prácticos y reales. Los cursos de formación se imparten a través de la plataforma *e-learning*.

Asimismo, para mantener al personal informado y fomentar la difusión del código ético, se utilizan publicaciones internas, como el boletín *Enlínea* y *El Diario* de la Intranet. En otros casos, se recurre a los *banners* emergentes en la intranet y a los anuncios en las carteleras (periódicos murales) distribuidas en todos los edificios de la compañía.

## Integridad

El Grupo Telefónica recoge entre sus PdA el principio de integridad, el cual contempla directrices claves para el comportamiento de sus colaboradores.

- En ningún caso, ofrecerán o aceptarán regalos, invitaciones u otro tipo de incentivos que puedan influir o recompensar en la toma de decisiones empresariales.
- Evitarán o declararán cualquier conflicto de intereses que puedan anteponer prioridades personales a las colectivas.
- Se comportarán con rectitud, sin buscar en ningún caso el beneficio propio o de terceros a través del uso indebido de su posición o sus contactos en la compañía.
- Actuarán institucionalmente con absoluta neutralidad política, y se reservarán de emitir algún tipo de opinión sobre el tema, ya sea en favor o en contra de procesos o actores políticos. En particular, la compañía no efectuará donaciones de ningún tipo a partidos políticos, ni otro tipo de entidades públicas o privadas vinculadas a la actividad política.



## Vigilancia de los PdA

Como parte de las acciones disciplinarias por el incumplimiento de los PdA, en el año se realizaron 25 despidos, principalmente por vulnerar los principios de respeto a la ley, la honestidad y confianza.

Además, a fin de sancionar las malas conductas y evitar que se generen situaciones similares entre los trabajadores, se aplicaron 37 suspensiones, 70 amonestaciones escritas y una exhortación.

A partir de todos los casos de incumplimiento de los PdA y las denuncias registradas, la compañía define nuevas formas de intervención para evitar futuros casos similares y afianzar los principios en los colaboradores.

## Incidente ocurrido en ajuste tarifario trimestral con Osiptel

En diciembre de 2009, se le atribuyó responsabilidad a un funcionario del Grupo Telefónica, por cometer una irregularidad en el contexto del ajuste tarifario trimestral del Factor de Productividad, de acuerdo con el *Contrato de Concesión de Telefónica del Perú*, al alcanzar un archivo digital con la posición técnica de la compañía a un miembro del consejo directivo del Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (Osiptel). Estos hechos han dado lugar a un proceso penal.

La compañía es respetuosa del marco legal, viene colaborando como corresponde en la investigación y acatará lo que resulte de dicho proceso.

## Gobierno corporativo

El Directorio es el actor central del buen gobierno corporativo y el máximo órgano de administración y representación de la compañía. Desarrolla sus funciones de conformidad con el interés social y, en este sentido, actúa para garantizar la viabilidad de la compañía a largo plazo y la maximización de su valor. Para lograrlo, requiere de un equipo conformado por profesionales

con integridad moral, independencia de criterio y experiencia en dirección y telecomunicaciones.

Este órgano cuenta con tres comités de trabajo: de Auditoría; de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno; y el Ejecutivo. El funcionamiento y la actuación de estas instancias y del Directorio, están regulados en el reglamento aprobado en 2008.

Telefónica del Perú está comprometida con la transparencia en su gestión. Por ello, elabora la *Memoria anual* de Telefónica del Perú, que incluye una sección específica sobre buen gobierno corporativo, así como el *Informe anual sobre el cumplimiento de los principios de buen gobierno para las sociedades peruanas*.

Además, presenta en su página *web* una sección específica de gobierno corporativo, en la que brinda información relevante sobre la composición y funciones de los órganos de gobierno, los acuerdos adoptados por estos, el estatuto social, los informes anuales, entre otros.

## Reconocimiento al buen gobierno corporativo

Telefónica del Perú sometió voluntariamente a auditoría externa el nivel de adhesión declarado en el *Informe anual sobre el cumplimiento de los principios de buen gobierno para las sociedades peruanas*.

Producto de la auditoría y del cumplimiento evidenciado en los puntos evaluados, la empresa obtuvo, por segundo año consecutivo, el reconocimiento de la Bolsa de Valores de Lima.

Este reconocimiento se suma a los premios recibidos en 2006 y 2007, en el marco del concurso Buen gobierno corporativo, organizado por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) y Procapitales.

## Indicadores *Global Reporting Initiative*\*

S04 Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.

Indicador medido en Telefónica	Unidad de medida	2008	2009
Número de empleados despedidos por incumplimiento de los Principios de Actuación	Unidades	2**	25
Denuncias registradas en la Línea Confidencial relacionadas con corrupción	Unidades	0	4

\*Para más información, acceder a las tablas GRI en <www.telefonica.com.pe/rc2009>.

\*\*Solo incluye a empleados despedidos en Telefónica del Perú.

«En ningún caso ofreceremos o aceptaremos regalos, invitaciones, prebendas u otro tipo de incentivos que puedan recompensar o influir en una decisión empresarial. Evitaremos o declararemos cualquier conflicto de intereses que pueda anteponer prioridades personales a las colectivas».

## Comprometidos con la promoción de parámetros éticos

En 2009, Telefónica realizó presentaciones en universidades y foros especializados en responsabilidad social, para propiciar el debate y la reflexión sobre la importancia de los parámetros éticos que regulan la actuación de las empresas del Grupo y que promueven una cultura común en toda la organización.

En línea con este compromiso, y en un esfuerzo conjunto con profesionales y facultades de Derecho de todo el país, se ha desarrollado una iniciativa para elevar el estándar ético de los profesionales y del ejercicio del Derecho. Como producto de esta iniciativa, se ha elaborado una propuesta de *Normas de conducta y responsabilidad del profesional en Derecho*.

El reto es que dicha propuesta se haga realidad a través de un esquema de autorregulación. Es decir, que los abogados a título individual, los estudios de abogados y los equipos legales de las empresas, se obliguen a ejercer directamente y a través de terceros, cumpliendo dichas normas.

Así, Telefónica se suma al compromiso con la promoción de la autorregulación en materia de conducta ética y responsabilidad profesional para constituir una manifestación tangible del buen gobierno corporativo y del compromiso con los PdA que la compañía practica, tanto a nivel interno como externo.

# 05

## Análisis de materialidad

### Transparencia con el Directorio

En 2009, la compañía implementó una página web para la Secretaría del Directorio, que permite a los directores acceder a información relevante, así como al material de sustento de los temas que se someten a consideración.

De esta manera, se pretende facilitar la actuación de los directores, quienes pueden acceder a los antecedentes históricos y datos actuales de la compañía, y ejercer de forma directa su derecho a contar con la información que requieran.

A través de esta herramienta, se facilita también el apoyo que requieren los nuevos directores que se incorporan, ya que les permite acceder a información de la sociedad y sus principales reglas.

Para la elaboración del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa (RC), se ha desarrollado un estudio de materialidad que permite enfocar en materias relevantes, de acuerdo con las características y particularidades de Telefónica.

Este estudio, que viene realizando la oficina matriz en España desde que inició la elaboración de informes de RC, incluye, en una primera fase, una identificación de temas relevantes. Para ello, toma como punto de partida el análisis encargado por el *Global e-Sustainability Initiative (GeSI)* y preparado por *Business for Social Responsibility (BSR)*<sup>1</sup>.

El objetivo de este estudio es determinar la contribución del sector de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) al desarrollo sostenible, centrándose en aquellas áreas donde el aporte del sector es más crítico.

Para este análisis se tuvieron en cuenta cuatro audiencias claves: las empresas, los analistas de inversión, la sociedad civil y las ONG. Los temas relevantes identificados fueron: cambio climático, residuos y uso de materiales, acceso a las TIC, libertad de expresión, privacidad y seguridad, relaciones con los empleados, relaciones con los clientes, proveedores, uso de productos y desarrollo económico.

Partiendo de estos temas relevantes, Telefónica realizó un análisis interno donde se tuvieron en cuenta:

- Requisitos de Organismos Internacionales, como la OCDE, OIT, Comisión Europea, legislaciones nacionales.
- Índices de Inversión, como el *Dow Jones Sustainability Index* y el *FTSE4Good*.
- Análisis de riesgos del Grupo Telefónica.
- Contraste con grupos de interés, entre los que destacan las mesas de diálogo.
- Revisión de los temas en la Oficina de Principios de Actuación Corporativa y las oficinas locales.

Una vez identificados los temas relevantes para la compañía, se pasa a una segunda fase de categorización y priorización de los mismos.

Este ejercicio se realizó en función de dos variables: el impacto en la estrategia y en los grupos de interés.

### Impacto en la estrategia de Telefónica

#### Criterio

Satisfacción del cliente  
Satisfacción del empleado  
Crecimiento  
Eficiencia  
Retorno al accionista

### Influencia para los grupos de interés

#### Criterio

Objetivos del Milenio  
Derechos Humanos/Pacto Mundial  
Medios  
Informes RC sector TIC  
Políticas públicas  
Guías GRI

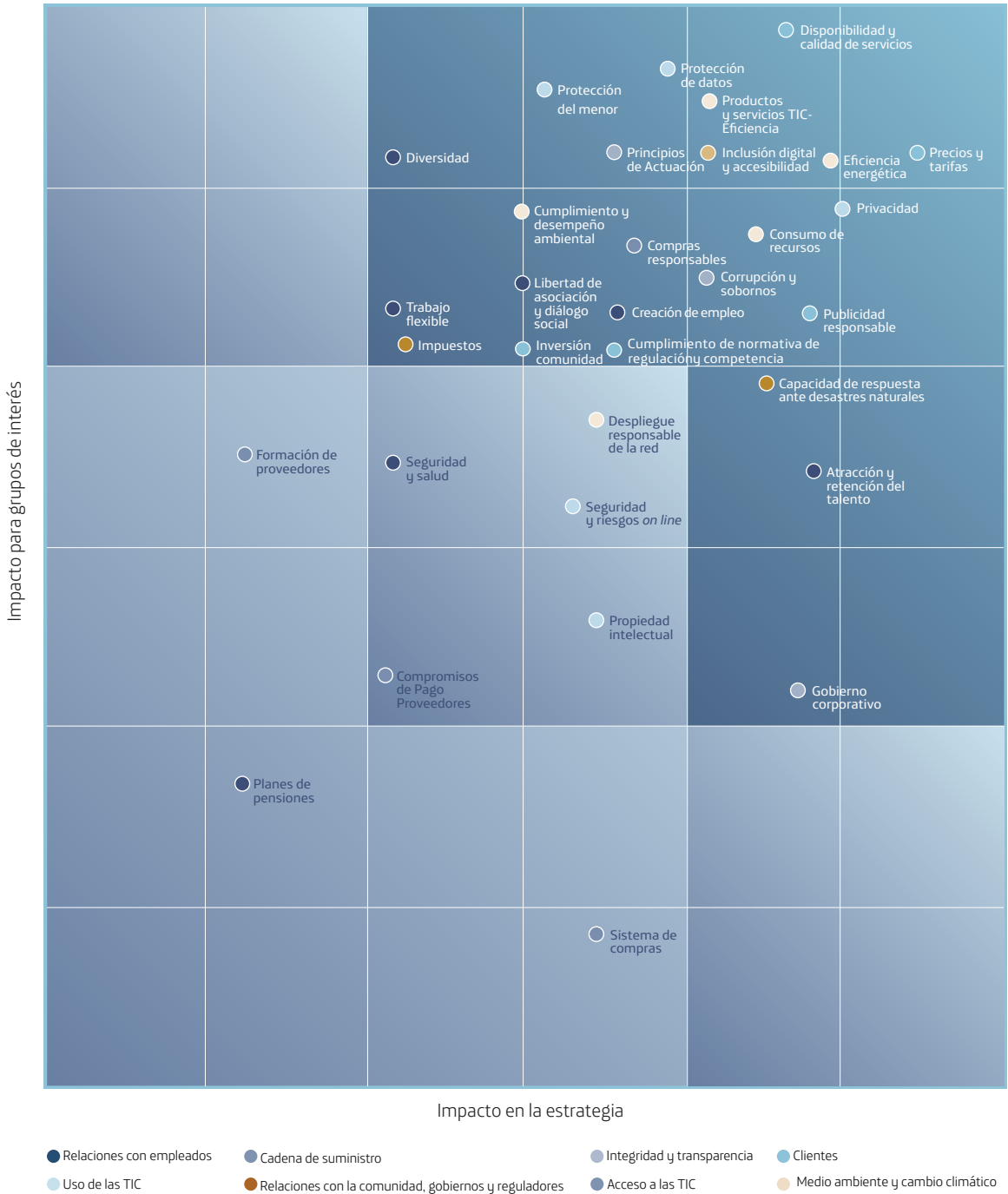
El ejercicio de priorización se efectuó con las unidades responsables de la gestión de los temas relevantes, además de aplicarse un filtro de análisis de riesgo-país, que consiste en la evaluación del impacto en la estrategia y en la reputación. El análisis permitió confirmar la importancia para Telefónica de diferentes aspectos englobados en temas, tales como:

- Relaciones con los empleados
- Cadena de suministro
- Integridad y transparencia
- Clientes
- Uso responsable de las TIC
- Relaciones con la comunidad, gobiernos y reguladores
- Acceso a las TIC
- Medio ambiente
- Cambio climático y energía

<sup>1</sup> *The Contribution the ICT Industry Can Make to Sustainable Development. Report by Business for Social Responsibility for the Global e-Sustainability Initiative (GeSI).*

# Identificación de los asuntos relevantes para Telefónica y sus grupos de interés

Matriz de materialidad de Telefónica (2009)



## Temas relevantes para el sector de las TIC

- **Relación con los clientes.** Los clientes son el foco principal de la compañía. Para lograr que se incremente su satisfacción, es necesario asegurar la calidad de los servicios y redes, comunicar de forma clara los precios y tarifas, y mejorar la gestión de reclamos.
- **Inclusión social a través de las TIC.** Iniciativas para promover la reducción de las brechas sociales existentes en el país, que faciliten el acceso de las poblaciones menos favorecidas a las TIC, de manera que puedan aprovechar los beneficios de estas herramientas e impulsar su desarrollo.
- **Relación con los empleados.** Destacan por su importancia aspectos como las prácticas para promover el empleo, las condiciones de trabajo seguras, la gestión del talento, la libertad de asociación y diálogo social, la satisfacción del empleado, la diversidad de género, edad, étnica y religiosa en la compañía.
- **Cadena de suministro.** Destacan por su importancia las prácticas y normativas para asegurar el cumplimiento de estándares laborales, sociales y medioambientales en la cadena de suministro de Telefónica. Otros aspectos relevantes, son el monitoreo en la formación de proveedores, el cumplimiento de los compromisos de pago de la compañía y la satisfacción de sus proveedores.

# 06

## 1 Clientes

En 2009, Telefónica Móviles continuó la ampliación de su cobertura, llegando a más de 15.6 millones de clientes en 1,259 distritos a nivel nacional

### Temas particularmente relevantes para el Grupo Telefónica en el Perú

- **Acceso a las TIC.** Teniendo en cuenta las brechas geográficas y sociales existentes en el país, es importante el desarrollo de programas que permitan ampliar el acceso a las telecomunicaciones de las comunidades rurales y aisladas, así como extender los productos y servicios a segmentos de bajos ingresos y a personas con discapacidad.
- **Uso de las TIC.** Dado el creciente uso de las nuevas tecnologías, es necesario prestar atención a temas relacionados con la confianza y seguridad de los usuarios, como es el caso de la protección de datos, la privacidad, la seguridad en las redes; así como trabajar en el fomento de un entorno seguro para los menores.
- **Relación con gobiernos, entes reguladores y la comunidad.** Se deben considerar temas críticos, como son el pago de tributos, los incidentes o multas por incumplimiento de la regulación y competencia, las relaciones con las comunidades locales para el establecimiento de alianzas público-privadas, los programas de inversión en la comunidad, la capacidad de respuesta ante desastres naturales, entre otros.
- **Medio ambiente y cambio climático.** Aspectos como el uso intensivo de las TIC y su capacidad para reducir los consumos energéticos a través de medidas de eficiencia, el cumplimiento de las normas ambientales y el control de materiales, tanto en la fabricación como en el uso de productos, son muy relevantes para el sector.

El Grupo Telefónica en el Perú busca situar a los clientes en el centro de todo lo que hace, para entablar relaciones de confianza con ellos.

Este objetivo se ha incluido dentro del nuevo plan estratégico de la compañía: *bravo!*, que estará vigente durante el periodo 2010-2012. De esta manera, Telefónica se ha propuesto acelerar su proceso de transformación para aprovechar de manera eficiente y sostenible el crecimiento del sector de las telecomunicaciones.

En 2009, el Grupo alcanzó cerca de 20 millones de clientes, de los cuales 15.6 millones corresponden a telefonía móvil, que creció en 19% respecto del año anterior. Este incremento ha sido impulsado principalmente desde las provincias y es resultado de una estrategia orientada a brindar mayor accesibilidad a los segmentos masivos, al segmento juvenil y a una mayor cantidad de localidades en todo el país.

### Clientes del Grupo Telefónica en el Perú

Datos en miles	2008	2009
Telefonía fija	2,771	2,775.4
Teléfonos públicos	179	172.1
Telefonía móvil	13,114	15,601
Cable TV <sup>1</sup>	632	666.2
Banda ancha <sup>2</sup>	691	758.3
Número total de clientes	17,387	19,973

Fuente: Osiptel.

<sup>1</sup> No incluye Star Global.

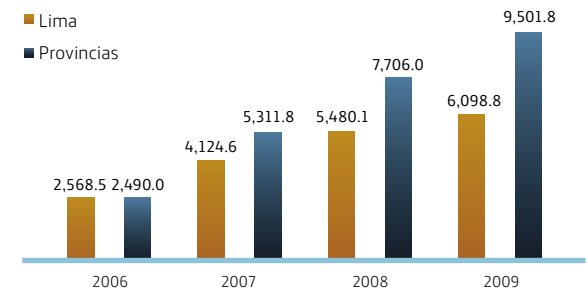
<sup>2</sup> Los datos solo corresponden a líneas ADSL.

Como parte de su estrategia comercial, y frente a un mercado cada vez más competitivo, Telefónica del Perú aprovechó las oportunidades de captar nuevos clientes a través de la oferta de productos que se adecuen a las necesidades de cada segmento. Para ello, se lanzaron ofertas «paquetizadas» de Dúos y Tríos, que agrupan a productos de telefonía local, Internet y televisión por suscripción. A través de esta estrategia, en 2009 se alcanzó un incremento de 5% en los clientes de TV por suscripción.

En 2009, Telefónica del Perú invirtió S/. 548 millones, 42% de los cuales se concentró principalmente en el negocio de Internet. Ello permitió incrementar el número de clientes de banda ancha (ADSL) en aproximadamente 10%, superando los 758 mil accesos.

### Clientes Movistar en el Perú

Datos en miles



### Enfocados en los clientes

Telefónica se esfuerza por optimizar sus servicios y mejorar constantemente los índices de satisfacción de sus clientes, con el objetivo de convertirse en la empresa de preferente elección en el mercado.

Si bien en 2009 se registró una baja en el índice general de satisfacción del cliente, con respecto al año anterior, se vienen desarrollando diversas iniciativas enfocadas en la mejora de la atención, los servicios y los productos ofrecidos.

En este contexto, se realizó la transformación de los *call centers* hacia un modelo de centros de servicio al cliente. Como resultado de estas mejoras, los clientes contaron con una atención telefónica más fluida, que alcanzó un aumento de más del 20% en el índice de satisfacción de las llamadas comerciales (104), pasando de 5.94 en enero de 2009 a 7.39 en diciembre.

Con respecto a la atención de las llamadas realizadas por conceptos como averías y solicitudes de reparación (102), la satisfacción aumentó en más de 30%, pasando de 6.16 en enero a 8.30 en diciembre de 2009.

## Atención al cliente

Datos en miles	Telefónica del Perú	Telefónica Móviles
Llamadas atendidas dentro de los niveles de servicio establecidos internamente (antes de los 10 segundos)	77%	90%
Llamadas atendidas en centros de atención al cliente	21,313	3,351

Los datos de Telefónica del Perú corresponden a llamadas al 102 y 104, mientras que los de Telefónica Móviles corresponden al 102, 103 y 104.

## Calidad en el servicio

En el año se realizó la transformación de la provisión de los servicios de telefonía fija. Este nuevo proceso se caracteriza por la unificación de las tareas, lo que permite la instalación del servicio en una sola visita. Para asegurar que la instalación se realice sin problemas, se cuenta con una plataforma que brinda ayuda permanente a los técnicos. Asimismo, este nuevo formato incluye la confirmación del plazo de atención a los clientes vía mensajes de texto.

## Telefónica desarrolla iniciativas que buscan afianzar la relación con sus clientes

Entre los canales que ofrece para gestionar la opinión de sus clientes, destacan:

- **Gestión inbound web:** acceso directo en la web para que el cliente pueda realizar consultas y sugerencias sobre los servicios ofrecidos.
- **Gestión outbound:** envío de newsletters personalizados, ofertas de campañas, equipos, planes, etc.
- **Buzón de sugerencias:** en estos buzones, instalados en todos los centros de atención en ventanilla, los clientes pueden depositar sus opiniones y sugerencias.

Estas iniciativas han permitido que se reduzca el plazo de atención de altas nuevas a 4.5 días en promedio, y se mejore la satisfacción de los clientes del segmento residencial a 7.11 en 2009, frente a los 6.82 registrados el año anterior.

### Programa ABC

El modelo de *Atención Basada en Compromisos (ABC)* para los pedidos de instalación y reparación, se implementó en todos los distritos de Lima y en el 100% de las provincias donde opera el Grupo Telefónica en el Perú. Con ello, más de 570 técnicos de campo, agentes de servicio y supervisores fueron capacitados y cuentan con competencias múltiples de atención al cliente, técnicas y de ventas. Como resultado del programa, se ha mejorado sustancialmente la satisfacción de los clientes para estos pedidos, al alcanzar niveles de 93% en diciembre de 2009.

Por otra parte, para agilizar el tiempo de atención se empleó la iniciativa *ABC On line* para los pedidos que no demandaban una visita al domicilio del cliente. Con la puesta en marcha de esta iniciativa, el 96% de pedidos fue atendido en menos de dos días.

El programa implica un monitoreo permanente, a través del cual el cliente recibe información sobre el estado de su solicitud y los plazos de atención. Estos son incluso confirmados a través de mensajes de texto.

## Gestión de reclamos

La compañía desarrolló estrategias a fin de lograr una adecuada y eficiente gestión de reclamos, y se ha enfocado en un sistema de prevención de los mismos. De esta manera, se realizó el análisis y la identificación de las principales causas de quejas, y se implementaron mejoras en los *call centers*, se desplegaron prácticas basadas en compromisos a través de la iniciativa *Qualitas ABC* y se gestionó la satisfacción de los clientes en línea.

## Reclamaciones

Datos en miles	Total	% respecto del total de líneas en servicio
Telefónica del Perú	275,405	9.9
Telefónica Móviles	33,580	0.2





## Más cerca de los clientes

Como parte del desarrollo de servicios para fortalecer la relación con los clientes, Telefónica del Perú fortaleció su red de recaudación a nivel nacional, a través de la incorporación de nuevas entidades, como Crediscotia, Mibanco y Western Union, hecho que permitió que, a diciembre de 2009, los clientes cuenten con más de 6,400 puntos de pago.

Por su parte, Telefónica Móviles amplió los locales de atención para clientes del segmento negocios, pasando de 20 a 104 a nivel nacional.

En igual sentido, se instaló en 1,160 edificios nuevos de 11 distritos de Lima, la infraestructura necesaria para ofrecer los servicios de telefonía fija, *Speedy* y Cable Mágico.

## Productos innovadores y accesibles

Para lograr que cada vez más peruanos tengan acceso a las ventajas de la telefonía, durante 2009 se instalaron más de 536 mil líneas *Fono Ya*, servicio de telefonía fija inalámbrica con tarifas económicas para los segmentos bajos y de las zonas alejadas del país.

También destacó la ampliación de los servicios de banda ancha con el lanzamiento de *Speedy Total*, que permite la conexión a Internet en cualquier momento y lugar, a través de banda ancha fija, *wi-fi* y banda ancha móvil.

Desde el segmento negocios, se lanzó un portafolio de ofertas orientadas a las necesidades de las pymes: la Tarifa Plana Local

Negocios y la Tarifa Plana Nacional Negocios, con tráfico ilimitado local y nacional, respectivamente.

Asimismo, se lanzó en las áreas rurales el Dúo Satelital Negocios, un paquete de telefonía e Internet de banda ancha con acceso satelital, que facilitará el desarrollo de emprendimientos locales.

En relación a la telefonía móvil, se continuó innovando a través de servicios de valor añadido, como la banda ancha móvil, conocida comercialmente como *Speedy Móvil*, y el servicio de *Movitalk*, este último permite entablar conversaciones a través del sistema de conexión directa *Pulsa y habla*.

Con respecto al segmento prepago, se buscó innovar en ofertas, dando a los clientes la posibilidad de elegir aquella más adecuada para sus necesidades de comunicación. Como parte de esta estrategia, se lanzaron las campañas *Cuadruplica*, *Quintuplica* y *Descubre tu promo*.

También se desarrollaron propuestas para el segmento empresarial, entre las cuales destaca la Red Privada Movistar, mediante la cual se conectan en la actualidad más de 140,000 empresas a nivel nacional.

## Simplicidad en la facturación

Para facilitar el entendimiento de las facturas por parte de los clientes, en 2009 se realizaron cambios en los formatos de recibo, modificando el orden de los conceptos y la manera en que estos se presentan.

# Telefónica Móviles amplió a 104 los locales para *clientes* de negocios

## Fortaleciendo la relación con las empresas colaboradoras

Como parte de la estrategia de Telefónica, orientada a transformar la relación con los clientes, en 2009 se implementó un nuevo modelo de gestión con las empresas colaboradoras, a fin de que estas desarrollen una adecuada gestión de sus recursos humanos, alineada a los principios que guían el accionar de Telefónica.

Este modelo está basado en la confianza mutua, y su sostenibilidad se apoya en los pilares de calidad, eficiencia operativa y satisfacción del cliente.

## Principales proyectos ejecutados en 2009

- **Banda Ancha Satelital (BAS) para localidades aisladas:**

Se cumplieron los dos primeros hitos de esta iniciativa, atendiendo en diciembre de 2009 a más de 800 mil peruanos en 1,981 localidades de todo el país.

- **Plan fijo móvil:**

Se desarrolló el soporte de sistemas para la comercialización y facturación del producto de convergencia Plan Familia Fijo-Movistar, que incluía claras ventajas de comunicación fijo-móvil para los clientes con líneas libres y control. En los tres primeros meses de lanzamiento, registró más de 8,000 afiliaciones.

- **Portabilidad numérica:**

Se logró el objetivo de efectuar las adecuaciones en todas las centrales de Telefónica del Perú y en la mayoría de las plataformas, con la finalidad de preparar los sistemas para la implementación del servicio de portabilidad numérica, que entró en vigencia desde el 1 de enero de 2010.



El compromiso de la compañía es poner las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) al servicio de más peruanos

Consciente de las brechas existentes en las realidades en donde opera, el Grupo Telefónica ha asumido el reto de impulsar el desarrollo de los peruanos y colaborar en la promoción de una sociedad inclusiva. De esta forma, cada vez más ciudadanos, especialmente los de bajos recursos, tienen acceso a los beneficios de las TIC, lo que permite impulsar el progreso económico y social de las comunidades donde habitan.

En ese sentido, Telefónica entiende la importancia de su negocio en función de la inclusión de más peruanos, a través de:

- Una oferta ampliada de productos y servicios adecuados a las necesidades de segmentos de escasos recursos, para que puedan beneficiarse de las bondades de las TIC.
- Un esfuerzo permanente para incrementar la cobertura geográfica de sus servicios, y facilitar el acceso a las telecomunicaciones de las comunidades alejadas y menos favorecidas del país.

Para la consecución de sus objetivos, el Grupo trabaja de la mano con el Estado peruano, a fin de potenciar los impactos positivos de las TIC y asegurar la sostenibilidad de las iniciativas que realiza.

### Proyecto BAS (Banda Ancha Satelital para localidades aisladas)



Telefónica asumió en 2009 el compromiso con el Estado peruano de proveer de telecomunicaciones a miles de personas en localidades rurales y aisladas, a través de una alianza público-privada, impulsada con recursos del Fondo de Inversión en Telecomunicaciones (Fitel).

El proyecto BAS representa una de las más ambiciosas iniciativas de inclusión social y digital para comunicar y unir a más personas. El enfoque integral

del mismo incluye, además de la provisión de servicios de banda ancha, telefonía pública y residencial, una serie de capacitaciones y charlas de sensibilización para las localidades beneficiadas,

a través de las cuales se promueve un mejor aprovechamiento del potencial de las TIC.

Al proveer de telecomunicaciones a estas localidades, Telefónica impulsa la generación de emprendimientos locales mediante cabinas de Internet o teléfonos públicos, entre otras alternativas.

Implementar el proyecto supuso una serie de desafíos geográficos, climáticos, lingüísticos y culturales, que fueron afrontados por un equipo multidisciplinario de más de 400 personas.

En agosto y diciembre de 2009, Telefónica del Perú anunció el cumplimiento del primer y segundo hito del proyecto, que contemplaba el 50% del despliegue e implantación total. El primero se alcanzó en agosto, beneficiando a más de 255,000 personas en 658 localidades. En diciembre, se alcanzó el segundo hito, logrando proveer acceso a las TIC a más de 800 mil peruanos en 1,981 localidades aisladas.

En mayo de 2010, la compañía concluirá el 100% de las instalaciones contempladas, beneficiando en total a más de 1.7 millones de personas en 3,852 poblados rurales en todo el país.

### Intégrame

Es una iniciativa que busca acortar la brecha digital y fomentar la inclusión social, a través del establecimiento de alianzas público-privadas, para el desarrollo de servicios de telecomunicaciones en áreas rurales, que servirán para su crecimiento económico y social, integrando a miles de pobladores de las localidades más alejadas del país.

Intégrame es un ejemplo de cómo, a través de estas alianzas, se puede contribuir a mejorar la gestión de los gobiernos locales y regionales, acelerando el desarrollo de las poblaciones rurales e implementando la infraestructura necesaria para el acceso a servicios integrados de telecomunicaciones, como herramienta clave para la reducción de la pobreza.

En 2009, se benefició a 29,132 pobladores de 141 centros poblados, que actualmente pueden acceder a la telefonía fija, móvil y pública inalámbrica, además de la banda ancha.

# Telefónica Móviles ha atendido más de 900 mil llamadas en *quechua y aimara*

## Atención en quechua y aimara

Esta iniciativa pionera en el país marcó un hito de inclusión en la relación de las empresas con sus clientes. El centro de llamadas en quechua y aimara brinda un servicio personalizado que supera las dificultades lingüísticas y atiende a los clientes de Telefónica Móviles en su lengua natal, para que puedan estar en contacto con la empresa y recibir orientación para el mejor uso del servicio.

El proyecto tiene como finalidad conocer adecuadamente las preferencias de quienes hablan en estas lenguas, a fin de satisfacer apropiadamente sus necesidades y permitirles disfrutar de los beneficios que brinda el acceso a las telecomunicaciones, contando para ello con asesoría en su lengua natal.

Telefónica del Perú se sumó a esta iniciativa en 2009, implementando la atención en quechua y aimara para el servicio de telefonía rural fija. Asimismo, este enfoque de atención personalizada se está ampliando al segmento residencial.

En 2009, el servicio de Telefónica Móviles atendió 418,409 llamadas; y en los dos años que lleva funcionando, se han atendido más de 900 mil llamadas.

## Conéctame

Es un programa de capacitación en el uso de las TIC, mediante el cual Telefónica Móviles busca acercar estas herramientas a miles de peruanos en comunidades rurales del interior del país. Para ello cuenta con un vehículo equipado con tecnología inalámbrica (satelital) y acceso a Internet, y emplea módulos interactivos de temas relacionados con educación, salud y productividad, que resultan relevantes para el desarrollo económico y social de las comunidades que recorre.

En 2009, 25,457 personas en 45 localidades recibieron capacitación a través de *Conéctame*.



## Fono Ya

Es un servicio de telefonía fija de acceso inalámbrico a un precio muy económico, dirigido a hogares urbanos de los segmentos socioeconómicos más bajos.

El producto ha permitido acceder a lugares donde antes resultaba imposible, por dificultades técnicas y por la alta inversión que implicaba la instalación de la infraestructura.

A la fecha, existen más de 536 mil beneficiarios en 1,833 distritos de todo el país.

## Promoviendo el turismo sostenible a través de las TIC

En setiembre de 2009, el Grupo Telefónica, junto con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y la Asociación Iberoamericana de Centros de Investigación y Empresas de Telecomunicaciones (Ahciet), organizaron el primer encuentro internacional TIC y turismo en Lima.

El objetivo de esta iniciativa fue dar a conocer las mejores prácticas internacionales en la aplicación de las TIC al turismo, por su estratégica vinculación al desarrollo sostenible y la inclusión social.

El Grupo Telefónica en el Perú está comprometido con el desarrollo económico del país y la mejora de la calidad de vida de las personas. Para ello, fomenta el uso de las TIC a fin de lograr la igualdad de oportunidades para todos los peruanos.

Por medio de la Fundación Telefónica, la compañía reafirma este compromiso y realiza diversos programas enfocados principalmente en mejorar la calidad de vida de la niñez y adolescencia en riesgo, a través de iniciativas educativas sostenibles.

Los principales programas de la Fundación Telefónica son:

### *Proniño*

([www.telefonica.com.pe/pronino](http://www.telefonica.com.pe/pronino))

A través de este programa se busca romper el círculo vicioso que se establece entre pobreza y trabajo infantil. Para cumplir su objetivo, *Proniño* realiza una intervención integral que mejora el entorno familiar, educativo y social del niño, retirándolo progresivamente del trabajo e incorporándolo a la escuela.

En 2009, 30,216 niñas, niños y adolescentes fueron beneficiados por el programa en 17 regiones del país. Asimismo, se implementaron 15 nuevas aulas informáticas en colegios públicos.

### *Educared*

([www.educared.pe](http://www.educared.pe))

El programa *Educared* brinda un importante apoyo a la comunidad educativa, mediante el fomento del uso de las nuevas tecnologías en los procesos de aprendizaje. Las diversas potencialidades de estas herramientas, especializadas e innovadoras, contribuyen a la modernización y mejora de la calidad educativa en el país.

A través del portal *Educared*, los directivos de colegios, docentes, padres de familia y alumnos pueden acceder a contenidos educativos diversos, material didáctico, noticias de interés, entre otros temas.

En noviembre de 2009, *Educared* unificó sus ocho portales ya existentes en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, España, México, Perú y Venezuela, en una única plataforma global que potencia la comunidad virtual educativa con todas las herramientas de colaboración de la web 2.0: foros, *blogs*, *wikis*, chats, entre otras.

Como parte de las actividades del programa, se realizaron diversos talleres presenciales de formación en el uso de las TIC, entre los que destaca la *Semana Educared* en Cusco, Chiclayo, Lima y Tacna, y en donde se capacitó a 1,607 docentes y directivos.

Para las personas que no pudieron asistir a estos talleres, se transmitió la capacitación en vivo a través del portal *Educared*, usando tecnología de *videostreaming*. Se registraron más de 2,500 accesos en los cuatro días de transmisión del seminario.

En otro ámbito, más de 400 grupos de escolares participaron en la séptima edición del concurso *Construye un blog en la escuela utilizando el Internet en el aula*, dirigido a alumnos de cuarto y quinto de secundaria de todo el país, con el fin de promover el uso de las nuevas tecnologías en el aula, a través de la creación y desarrollo de un *blog* escolar. En 2009, el portal *Educared* recibió más de 10 millones de visitas.

### *Aulas Fundación Telefónica en Hospitales*

([www.educared.pe/aulashospitalarias](http://www.educared.pe/aulashospitalarias))

El programa cuenta con laboratorios informáticos y profesores capacitados que atienden a niñas, niños y adolescentes hospitalizados, estimulándolos de manera lúdica y creativa con una metodología educativa especial para ellos. Su objetivo es permitirles continuar con su desarrollo integral mediante el fortalecimiento de habilidades instrumentales básicas y del uso intensivo de Internet y otras tecnologías de la información.

El programa tiene 13 aulas establecidas en 11 hospitales ubicados en Arequipa, Cusco, Chiclayo, Huancayo, Iquitos y Lima. Durante 2009, se benefició a un total de 3,853 niños, y desde 2000, se atendió a más de 36 mil niñas, niños y adolescentes.

### *Academias Deportivas Escolares*

([www.educared.pe/deporteescolar](http://www.educared.pe/deporteescolar))

Las *Academias Deportivas Escolares* promueven la capacitación en fundamentos y técnicas deportivas para niñas, niños y jóvenes, con la colaboración de destacados deportistas nacionales. A través de estas actividades, se busca contribuir a la superación



# Telefónica desarrolla programas e iniciativas para contribuir con la reducción de las brechas *sociales*

personal de los participantes, procurando que encuentren en la práctica deportiva un medio para mejorar sus relaciones sociales.

Durante 2009, el proyecto se llevó a cabo en nueve ciudades del país y benefició a aproximadamente 2,500 niñas, niños y adolescentes en riesgo. Asimismo, se capacitó a más de 550 profesores de educación física y se ofrecieron charlas a 1,700 padres de familia. Al inicio del año escolar, se entregó una donación de equipos deportivos a los 37 colegios participantes.

## Centro Fundación Telefónica

([www.telefonica.com.pe/centrofundacion](http://www.telefonica.com.pe/centrofundacion))

El Centro Fundación Telefónica contribuye a la creación, la difusión y el estudio del arte, la ciencia y la tecnología. En este espacio se ofrecen a los visitantes exposiciones temporales, conciertos, cursos, proyecciones de cine, talleres y conferencias. Además, desarrolla un programa pedagógico dirigido a escolares, y cuenta con tecnología adaptada para personas con discapacidad física, visual, auditiva e intelectual.

Durante 2009 se desarrolló la exposición *El cubismo y sus entornos en las colecciones de Telefónica*, uno de los conjuntos de pintura cubista más importantes del mundo y único en su género en presentarse en el Perú.

Asimismo, la Fundación Telefónica, Alta Tecnología Andina (ATA) y el Museo de Arte de Lima (MALI) convocaron a artistas residentes en Latinoamérica a presentar propuestas de intervención de sitio específico en el Centro Histórico de Lima. En la primera edición de *Centro abierto*, se seleccionaron cuatro obras entre las 172 propuestas provenientes de 11 países. Estas se presentaron en el marco de La Gran Semana de Lima, a fines de octubre, en la Plaza San Martín y alrededores, donde más de 1,500,000 transeúntes pudieron apreciarlas.

En 2009, las 772 actividades culturales y tres exposiciones temporales organizadas congregaron a cerca de 46 mil visitantes.

## Debate y conocimiento

Este programa promueve la generación de conocimiento sobre las tecnologías de la información y su impacto social a través de

la investigación global avanzada, la creación, el análisis y la difusión de publicaciones sobre la Sociedad de la Información.

En 2009, se presentó el estudio *El papel de las TIC en el desarrollo: propuesta de América Latina a los retos económicos actuales*, del autor Raúl Katz, y la investigación *La calidad del español en la Red. Nuevos usos de la lengua en los medios digitales*, que aborda el encuentro entre la lengua española y las nuevas formas de comunicación.

## Voluntarios Telefónica

([www.telefonica.com.pe/voluntarios](http://www.telefonica.com.pe/voluntarios))

A través del voluntariado, los colaboradores canalizan su espíritu solidario en actividades y proyectos sociales que contribuyen al desarrollo de la sociedad y a la mejora de la calidad de vida de los beneficiarios. Los Voluntarios Telefónica han participado en diversas iniciativas, entre ellas, la mejora de la infraestructura de colegios de escasos recursos; la recolección y donación de víveres para zonas afectadas por desastres; la organización y realización de celebraciones navideñas para la niñez en riesgo; la visita y asistencia a niños hospitalizados, entre otras actividades.

Cada año se realiza el concurso *Mentes brillantes*, a través del cual los Voluntarios pueden desarrollar sus propias iniciativas y competir para recibir el financiamiento requerido. En 2009, se presentaron más de 52 proyectos al concurso y se seleccionaron 10.

## Otras iniciativas

La Fundación Telefónica, junto con el proyecto *Huascarán* del Ministerio de Educación y la Fundación Nuestro Hogar ANAR, desarrollan diversos programas para asegurar la protección integral de niñas y niños en riesgo.

### Convenio a favor de la inclusión en la educación

En 2009, la Fundación Telefónica firmó un convenio de cooperación mutua con el Minedu, con la finalidad de favorecer la inclusión de las niñas, niños y adolescentes con discapacidad en la escuela regular, principalmente, a través de las 143 instituciones educativas beneficiadas por *Proniño*.

## Patrocinios sociales

Telefónica reafirma su compromiso con la sociedad peruana y la revalorización de sus costumbres y tradiciones mediante el auspicio de iniciativas sociales, culturales y deportivas que realzan los atractivos que tienen las distintas regiones del país y que rescatan aquellos iconos y valores del país asociados a la inclusión de más peruanos.

La integración social de diferentes colectivos, la popularización y respaldo de las expresiones culturales, el fomento de la educación y el deporte siguen siendo los pilares fundamentales de los patrocinios en el país que tienen como único objetivo expresar el compromiso de Telefónica con las necesidades concretas de cada región.

El apoyo a estas celebraciones se enmarca dentro de la estrategia de responsabilidad social de la compañía, que se ve reflejada en un compromiso con el desarrollo de la sociedad en su conjunto. Asimismo, los patrocinios tienen un importante impacto en la reputación de Telefónica en las ciudades del interior del país, y le permiten articular esfuerzos con autoridades e instituciones locales y regionales.

En 2009, Telefónica patrocinó 28 actividades a nivel nacional.

## Patrocinios regionales

Ciudad	Actividad	Fecha
Puno	Virgen de la Candelaria	Febrero
Cajamarca	Carnaval de Cajamarca	Febrero
Juliaca	Carnaval de Juliaca	Febrero-marzo
Ayacucho	Semana Santa	Abril
Chiclayo	Aniversario	Abril
Cusco	Inti Raymi	Junio
Chimbote	San Pedrito	Junio
Arequipa	Aniversario	Agosto
Piura	Semana Jubilar	Octubre
Huancayo	Maratón de los Andes	Noviembre

## Reconstrucción del sur

El Grupo Telefónica en el Perú, junto con la Cruz Roja Española, destinaron más de S/. 12 millones a apoyar la reconstrucción de las ciudades del sur del país afectadas por el sismo de agosto de 2007.

Como parte de las iniciativas realizadas para recaudar fondos, se realizó el megaconcierto *Voces solidarias*, por el cual, gracias al apoyo de artistas nacionales e internacionales, lograron reunirse tres millones de nuevos soles.

Los fondos fueron destinados a la reconstrucción de ocho centros educativos de las ciudades de Pisco, Chincha e Ica. De esta manera, se benefició a más de 3,500 escolares en riesgo con la entrega de modernas escuelas con aulas informáticas.

Adicionalmente, para promover la mejora de la calidad educativa en dichas instituciones, los escolares y docentes continuarán siendo beneficiados a través del programa *Proniño* de la Fundación Telefónica.



En 2009, el Grupo Telefónica en el Perú continuó promoviendo el diálogo con sus grupos de interés

Telefónica entiende el diálogo con los grupos de interés como un elemento clave de su gestión, pues favorece el aprendizaje y la innovación, propicia el desarrollo de acuerdos y la formación de alianzas estratégicas, y permite recoger sus expectativas para luego incorporarlas en la mejora de la gestión de la compañía.

La relación con los grupos de interés no puede ser estática, pues los requerimientos cambian en función del tiempo, la coyuntura y la respuesta efectiva que otorga la organización a las demandas de cada uno de ellos. Para fomentar un diálogo permanente y transparente con sus grupos de interés, Telefónica ha incorporado este tema en su estrategia de Responsabilidad Corporativa.

Para la compañía, es muy importante promover espacios de diálogo en distintas ciudades del interior de país, ya que en ellas se encuentra la principal fuente de crecimiento de clientes en los últimos años, sobre todo para el caso de la telefonía móvil. A partir del intercambio de opiniones con los grupos de interés en estas zonas, se formulan estrategias efectivas e iniciativas diversas que se adaptan mejor a los requerimientos de cada entorno.

#### **Paneles de diálogo *multi-stakeholder***

Los paneles de diálogo tienen como objetivo recoger las opiniones, sugerencias y comentarios de los representantes de los grupos de interés de la compañía, sobre la información reflejada en su Informe Anual de Responsabilidad Corporativa. De todos los aportes recibidos, se priorizan aquellos que pueden generar valor para ambas partes.

En 2009, se realizaron tres mesas de diálogo en Lima, Trujillo y, por primera vez, en Arequipa.

Entre los principales aportes recogidos, destacan el reconocimiento de las iniciativas de acción social y el de la disposición de la compañía para propiciar espacios de diálogo y transparencia. Asimismo, se reconocen los esfuerzos de Telefónica en proveer de servicios de telecomunicaciones a las zonas rurales y su contribución en la reducción de brechas sociales en el país.

Por otro lado, se recomendó mejorar la atención al cliente, sobre todo en los relacionados con la gestión de reclamos y con la facturación. Los participantes del panel sugirieron realizar capacitaciones y evaluaciones de seguimiento al desempeño de algunas empresas contratistas, ya que la atención que ellas brindan afecta directamente a la imagen de la compañía.

#### **Reuniones con la Asociación Peruana de Consumidores**

Durante 2009, se realizaron reuniones con la Asociación Peruana de Consumidores (Aspec), a fin de identificar las principales problemáticas que se presentan en esta organización. Asimismo, se dialogó directamente con los consumidores a través de un programa radial promovido por dicha asociación, donde se resolvieron dudas y reclamos.

Estas prácticas permiten detectar los temas críticos que demandan mayor atención.

#### **Mesa de Diálogo y Acción Conjunta por la Educación Inclusiva**

La Fundación Telefónica, junto con otras instituciones públicas y organizaciones de la sociedad civil, integran la Mesa de Diálogo y Acción Conjunta por la Educación Inclusiva.

La mesa es una instancia de concertación que congrega a instituciones públicas y de la sociedad civil, siendo la Fundación Telefónica la única del sector privado. Su objetivo es hacer realidad la educación inclusiva en el Perú.

#### **Diálogo con los colaboradores**

En 2009, se continuaron desarrollando espacios de diálogo con los sindicatos para la construcción de confianza, y el respeto de su participación y voto en los pactos y convenios internos.

Durante 2009, se iniciaron dos negociaciones colectivas con los sindicatos, de las cuales una se concretó en 2009, y la otra continuará en la búsqueda de consenso durante 2010. Estas negociaciones generan convenios colectivos con una vigencia de tres años, y sus beneficios también se extienden a trabajadores no sindicalizados.

Impacto económico<sup>1</sup>

	2008	2009
Ingresos del Grupo Telefónica (millones de soles)	7,069	7,246
Inversión en innovación tecnológica (millones de soles)	108	655
Pagos a administraciones públicas (millones de soles)	1,593	1,639
Pagos a empleados (millones de soles)	1,123	995
Inversión en infraestructuras (millones de soles)	1,149	1,175
Volumen de compras adjudicadas (millones de soles)	4,598	4,124

<sup>1</sup>Datos calculados sobre la base de criterio contable.

## Impacto social

	2008	2009
Número de beneficiarios de <i>Proniño</i>	17,166	30,216

## Derechos Humanos

Principios 1-2	2008	2009
Empleados formados en Principios de Actuación (porcentaje)	35.8	48.7
Índice de satisfacción del cliente	7.26	7.13
Proveedores evaluados en el cumplimiento de los PdA	80	87
Auditorías realizadas a proveedores	5	12

## Estándares laborales

Principios 3-6	2008	2009
Empleados con convenio negociado	2,549	2,143
% total de la planilla	17	14
Número total de horas de formación	601,818	179,799
Total de gastos de formación (miles de nuevos soles)	9,072	3,595
Mujeres (porcentaje)	45	46
Mujeres directivas (porcentaje)	22	19
Empleados con discapacidad (unidades)	28	38

## Medio ambiente

Principios 7-9	2008	2009
Estudios de impacto ambiental (unidades)	40	1
Mediciones de ruido (unidades)	173	94
Mediciones de campos electromagnéticos (unidades)	56	187
Total del consumo de papel blanco (toneladas)	2,156	2,160
Consumo de agua (miles de litros)	364,924	384,595
Consumo de combustible en la flota (gasóleo y gasolina) (miles de litros)	230	1,528
Consumo de gas natural en la flota (nm3)	0	0
<b>Residuos</b>		
Residuos de papel y cartón (toneladas)	1,678	25
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos de Telefónica (se incluyen oficinas y operaciones) (toneladas)	0.03	25
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (clientes) (toneladas)	2.4	6.6
Residuos de aceites (miles de litros)	17	12
Reutilización de equipos (unidades)	2,620	3,838
Emisiones de CO2 (toneladas)	33,793	38,942
Derrames de combustible (unidades)	2	0
Volumen de combustible derramado (litros)	691	0
<b>Viajes</b>		
Viajes por trabajo en avión (unidades)	5,583	4,274
Viajes por trabajo en tren (unidades)	n/a	0

## Anticorrupción

Principio 10	2008	2009
Número de empleados despedidos por incumplimiento de los Principios de Actuación	2*	25
Denuncias registradas en la Línea Confidencial relacionadas con corrupción	0	4

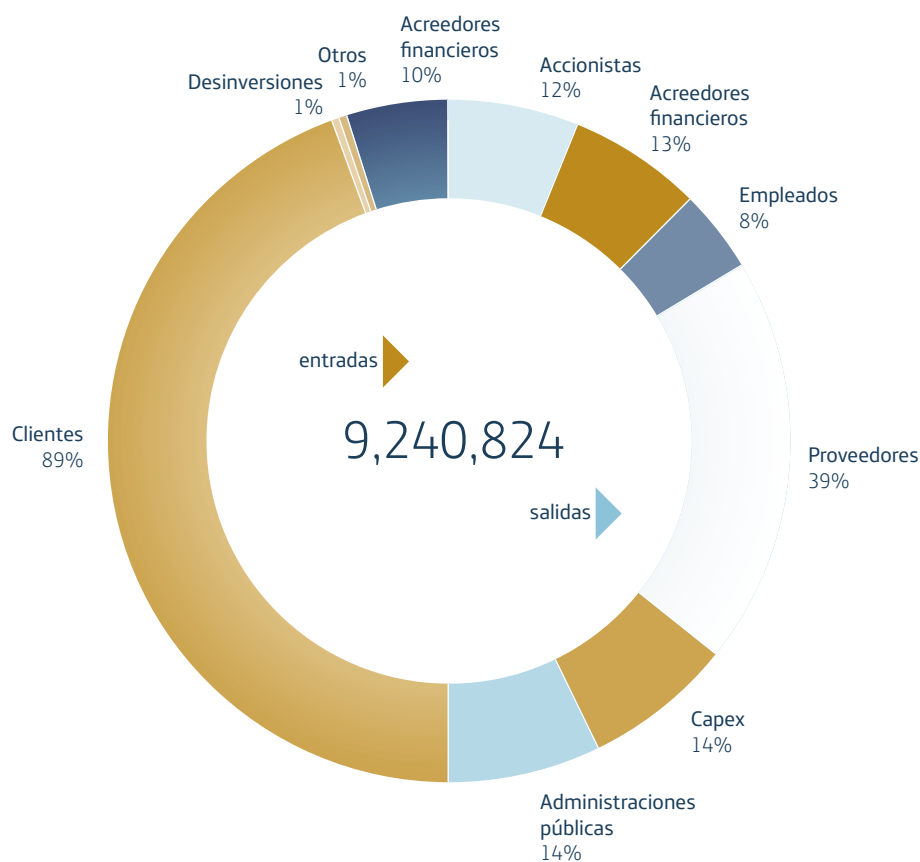
\*Solo considera a Telefónica del Perú.



## Redistribución de las rentas del Grupo Telefónica en el Perú

A diciembre de 2009

Telefónica es motor de desarrollo económico, tecnológico y social de los países donde opera. En 2009, el Grupo Telefónica en el Perú tuvo ingresos por más de S/. 9,240 millones, de los cuales se pagaron S/. 3,572 millones a proveedores y S/. 714 millones a empleados. Asimismo, se destinaron S/. 1,337 millones al pago de tributos y más de S/. 1,145 millones a los accionistas. Con respecto a las inversiones, se pagaron más de S/. 1,303 millones para el desarrollo de infraestructura, equipos y plataformas, y S/. 1,168 millones fueron asignados a acreedores financieros.

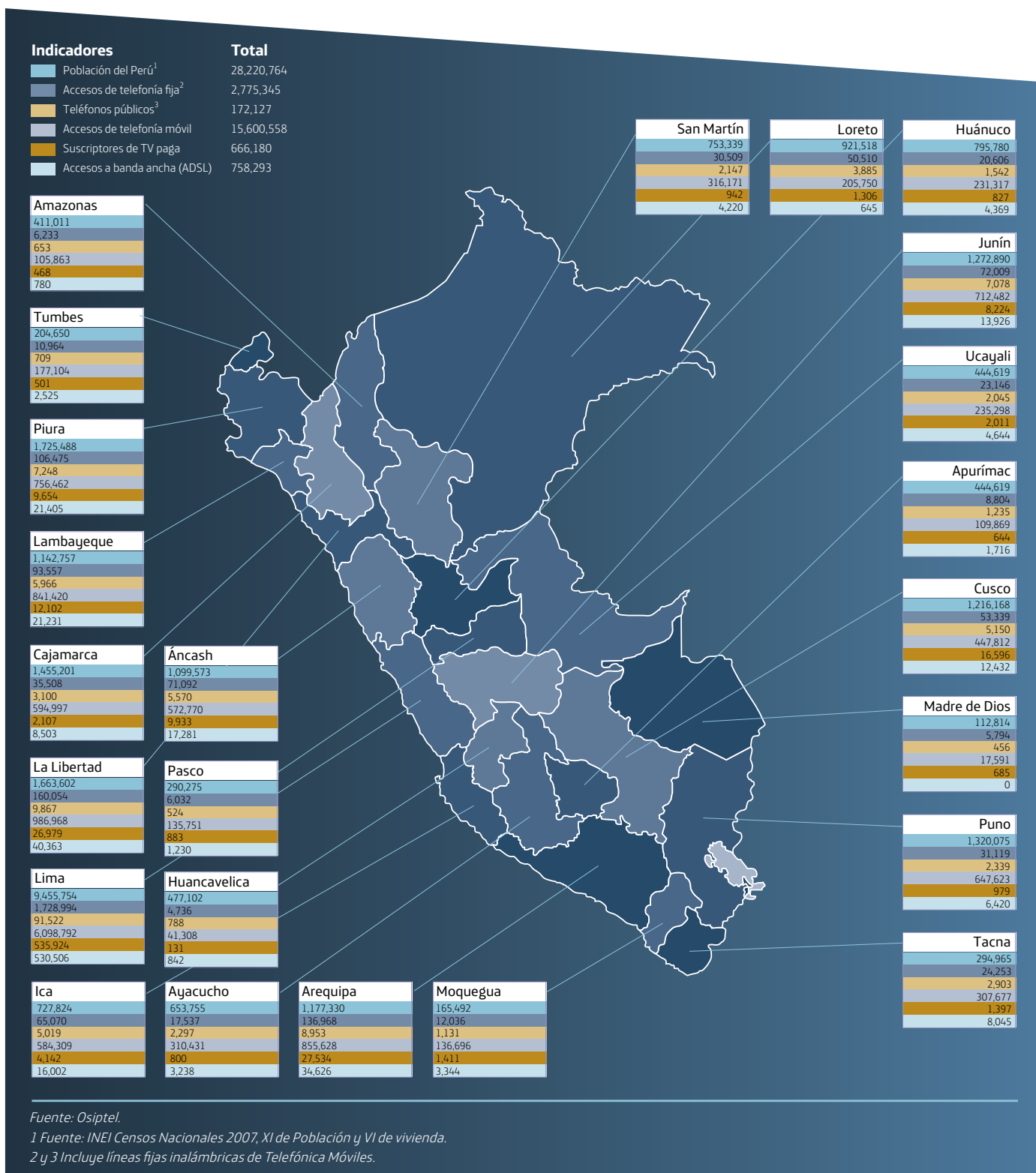


Datos en miles de nuevos soles.

*Nota: consolida los flujos de efectivo generados durante 2009, clasificados por actividades de operación, inversión y financiamiento. La generación de efectivo se origina principalmente en las cobranzas que realiza la compañía, y el uso de estas es destinado a pagos o desembolsos. Los datos consideran información de Telefónica del Perú y de Telefónica Móviles, la cual fue obtenida de fuentes internas. Estos datos podrían verse afectados por acontecimientos posteriores y efectos evolutivos, que podrían producir modificaciones en su contenido. La información auditada de los estados financieros consolidados de Telefónica del Perú S.A.A. y Telefónica Móviles S.A. está incluida en las cuentas anuales.*

# Distribución geográfica de los servicios del Grupo Telefónica en el Perú

A diciembre de 2009



# Hitos y reconocimientos

## Hitos

### Responsabilidad Corporativa y PdA

- Telefónica realizó tres paneles de diálogo sobre el informe de RC 2008 en Lima, Arequipa y Trujillo, que permitieron identificar nuevas oportunidades de mejora en la gestión interna.

### Clientes

- El Grupo Telefónica implementó el programa *ABC* en todas las provincias donde opera, alcanzando un nivel de satisfacción de los clientes de 93% para este programa.
- Telefónica del Perú fortaleció su red de recaudación a nivel nacional, a través de la incorporación de nuevas entidades, lo que permitió que a diciembre de 2009 los clientes cuenten con más de 6,400 puntos de pago.

### Empleados

- Seis empresas del Grupo Telefónica en el Perú recibieron el reconocimiento del *Great Place to Work Institute*, por su destacada gestión de recursos humanos.
- La mejora del clima laboral se evidenció en el crecimiento de los índices de satisfacción de los empleados del Grupo Telefónica, de 73.8% a 80%.

### Sociedad

- Telefónica del Perú cumplió con los dos primeros hitos del proyecto *Banda Ancha Satelital (BAS) para localidades aisladas*, una de las más ambiciosas iniciativas de inclusión socio-digital, implementado en virtud de una alianza público-privada. A diciembre de 2009, logró beneficiar a más de 800 mil peruanos en 1,981 localidades alejadas.
- El programa *Proniño* de la Fundación Telefónica atendió de manera directa a más de 30 mil niñas, niños y adolescentes en 17 regiones del país.

### Accionistas

- La Bolsa de Valores de Lima reconoció a Telefónica del Perú como empresa que aplica buenas prácticas de gobierno corporativo.

## Reconocimientos

- **Premio a la Creatividad Empresarial 2009 de la UPC:** el Grupo Telefónica obtuvo el premio por su producto *Fono Ya*, en la categoría de servicios públicos.
- **Premio La Ardilla de Oro de la PUCP:** Telefónica Móviles obtuvo el segundo lugar en este concurso con el *spot* sobre el servicio de quechua y aimara de Movistar. Los valores identificados y reconocidos fueron la inclusión social, diversidad, equidad, solidaridad, revaloración de lo nuestro, superación personal y la búsqueda de progreso y desarrollo.
- **Certificación ABE** (Asociación de Buenos Empleadores patrocinada por Ancham): Telefónica del Perú, Telefónica Móviles y Atento fueron reconocidas como empresas que mantienen buenas prácticas de recursos humanos.
- **Great Place to Work:** cuatro empresas del Grupo Telefónica fueron incluidas en el *ranking* de los treinta mejores lugares para trabajar en el Perú (Telefónica Móviles, *tggestion*, Telefónica Servicios Comerciales y Terra Networks).
- **International Business Awards-Stevie Awards:** el programa *Conéctame* fue reconocido como uno de los mejores programas de Responsabilidad Corporativa de Sudamérica, y por ser uno de los productos más destacados de servicios de telecomunicaciones a nivel mundial.
- **The World Business and Development Awards,** impulsado por el Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas: premio otorgado a Telefónica Móviles.
- **Bitácora digital:** Telefónica Móviles obtuvo el premio Ética y valores en la industria TI, otorgado por la revista *Bitácora digital*. Con él se reconoció a la compañía por su continuo esfuerzo en el impulso de actividades de responsabilidad social en el país.
- **Reconocimiento de la Unión Nacional de Ciegos del Perú,** por el aporte de la Fundación Telefónica en favor de las personas con discapacidad.
- **Premio del Pacto Mundial Perú:** ética y liderazgo empresarial: Telefónica del Perú recibió el premio por las acciones que realiza en favor de la erradicación del trabajo infantil.