



2009

Informe Anual
de Responsabilidad Corporativa
Telefónica en Chile S.A.

*transparencia
e integridad*
para transformar el futuro

Telefonica

2009

Informe Anual
de Responsabilidad Corporativa
Telefónica en Chile S.A.

*transparencia
e integridad*
para transformar el futuro

Telefonica

Acerca de este Informe

3.1 – 3.4 – 3.5 – 3.6 – 3.7 – 3.8 – 3.9

Período:

Este es el sexto Informe Anual de Responsabilidad Corporativa de Telefónica en Chile. En él se presenta el desempeño e impactos económicos, sociales y ambientales para el periodo comprendido entre el 1 de enero y 31 de diciembre de 2009. Pese a esto, y debido a la relevancia que tienen las telecomunicaciones en momentos de catástrofe, se ha incluido información sobre el actuar de la Compañía tras el terremoto de febrero de 2010.

Lineamientos considerados:

El informe fue realizado de acuerdo a los lineamientos de la Iniciativa Global de Reportes, **GRI**, en su versión G3, incluidos los indicadores del Suplemento del Sector de Telecomunicaciones. Adicionalmente, ha sido contrastado con los Principios del Pacto Global de Naciones Unidas.

Verificación:

Como es habitual, la Compañía sigue para la verificación de su informe los estándares GRI G3 y AA1000AS (**AccountAbility**) según los principios de materialidad, relevancia y exhaustividad.

Esta verificación fue realizada por Ernst & Young.

Alcance:

El presente documento se refiere al desempeño de Telefónica Chile, Telefónica Móviles Chile y Fundación Telefónica en Chile. No se incluye información individual de Atento y Terra, parte del Grupo Telefónica en el país. Sin perjuicio de lo anterior, se agregaron antecedentes de todo el conglomerado en la primera sección del reporte y también aquellos temas que se han considerado relevantes para mostrar una visión global.

Distinciones utilizadas para denominar a las empresas:

- Grupo Telefónica: Se refiere a la Compañía en su alcance global (Telefónica S.A.)
- Telefónica en Chile: Se refiere al Grupo Telefónica en su operación en Chile.
- Telefónica Chile: Se refiere a la empresa que en Chile opera los servicios de telefonía fija, banda ancha y televisión pagada.
- Telefónica Móviles Chile: Se refiere a la empresa que en Chile opera el servicio de telefonía móvil.
- Movistar: Se refiere al desempeño conjunto de Telefónica Móviles Chile y Telefónica Chile.

Cabe destacar que en 2009 la Compañía integró bajo una sola marca, Movistar, los servicios operados por Telefónica Chile y Telefónica Móviles Chile, con el propósito de ofrecer una plataforma única para sus clientes en el país.

Definición de los temas relevantes a reportar:

Para definir los temas de mayor pertinencia a incluir en el presente reporte se realizaron las siguientes acciones:

Análisis a nivel global:

- Análisis de materialidad llevado a cabo por el Grupo Telefónica a nivel global basado en el impacto en la estrategia del Grupo y la prioridad para los grupos de interés. Para la realización de este trabajo, la Compañía se apoyó en el estudio de materialidad del sector de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), realizado por *Global e-Sustainability Initiative (GeSI)*, donde se obtuvieron una serie de temas que afectan de forma directa a esta industria.

Análisis en Chile:

- Ronda de diálogos con grupos de interés, a través de 7 desayunos con empleados, proveedores de servicios, expertos en el área de educación y responsabilidad social, instituciones relacionadas y representantes de organizaciones sociales, y clientes.
- Consulta a los gerentes de las distintas áreas de la Compañía, quienes identificaron los aspectos de mayor relevancia desde la perspectiva de Telefónica en Chile en su área de competencia.
- Incorporación de los comentarios y sugerencias realizadas por el jurado del Premio al Reporte de Sustentabilidad 2009 de la Fundación Acción RSE, integrado por representantes de empresas, organizaciones de gobierno y de la sociedad civil, además de medios de comunicación.



Detalle de los análisis y los temas de mayor pertinencia para los grupos de interés en página 28.

Orientaciones para navegar este Informe:



Indica que en el sitio web de la Compañía o el Grupo se encuentra información ampliada respecto del tema. Se señala el vínculo específico.

3.1

Indica que en dicha sección del Informe se encuentra información sobre el indicador GRI señalado.



Indica que en otra sección del reporte se encuentra información ampliada respecto del tema. Se señala la página respectiva.



Indica los Principios del Pacto Global de Naciones Unidas. Señala que en dicha sección se encuentran iniciativas que dan respuesta al Principio indicado.

Contacto

Para mayor información o sugerencias respecto de este Informe, favor dirigirse a:

Paulina Dobud Larenas

Gerente Responsabilidad Corporativa e Inversión Social

E-mail: maria.dobud@telefonica.com

Índice



Introducción	06
Una Estrategia de basada en la Materialidad	22
Compromiso con la Excelencia en el Servicio	32
Compromiso con una Gestión Íntegra y Transparente	48
Compromiso con el Progreso de las Personas y el País	53
Anexos	64

Telefónica en Chile

Telefónica es la columna vertebral de las comunicaciones del país. Está presente en el 100% de las comunas y entrega servicios de comunicaciones móviles y fijas, de banda ancha y de televisión digital a más de 10,6 millones de accesos.

1.2 – 2.1 – 2.2 – 2.3 – 2.4 – 2.6 – 2.7 – 2.8 – EC8 – EC9

Misión

“Queremos mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y contribuir al progreso de las comunidades donde operamos, proporcionándoles servicios innovadores basados en las Tecnologías de la Información y la Comunicación”.

Espíritu de Progreso, Grupo Telefónica

¿Cómo vivimos esta misión localmente?

“Queremos conectar a los chilenos con sus afectos e intereses, adaptando nuestro trabajo para dar servicios que contribuyan a una vida mejor”.

CONVERGENCIA DE SERVICIOS

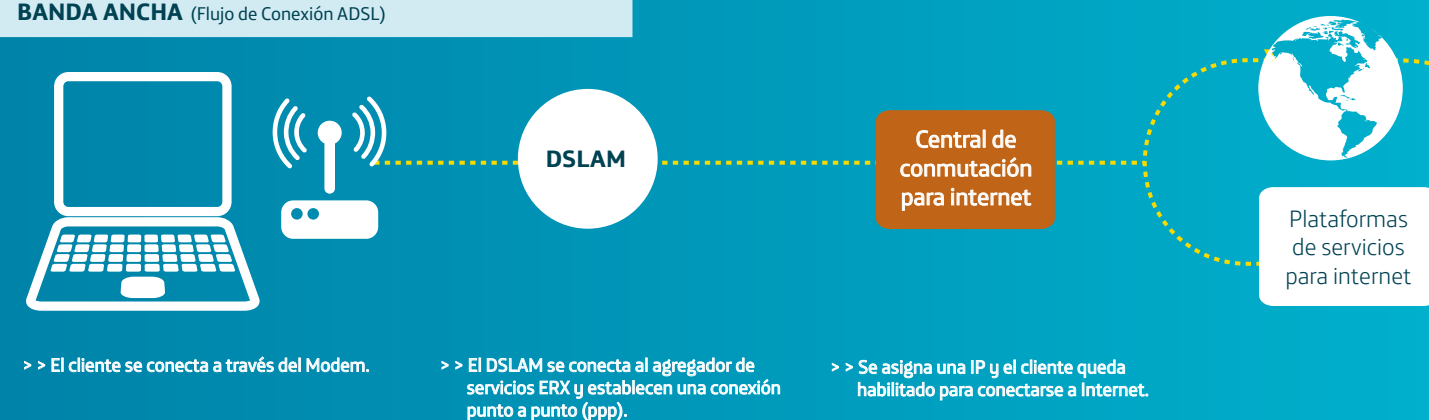
TELEFONÍA FIJA



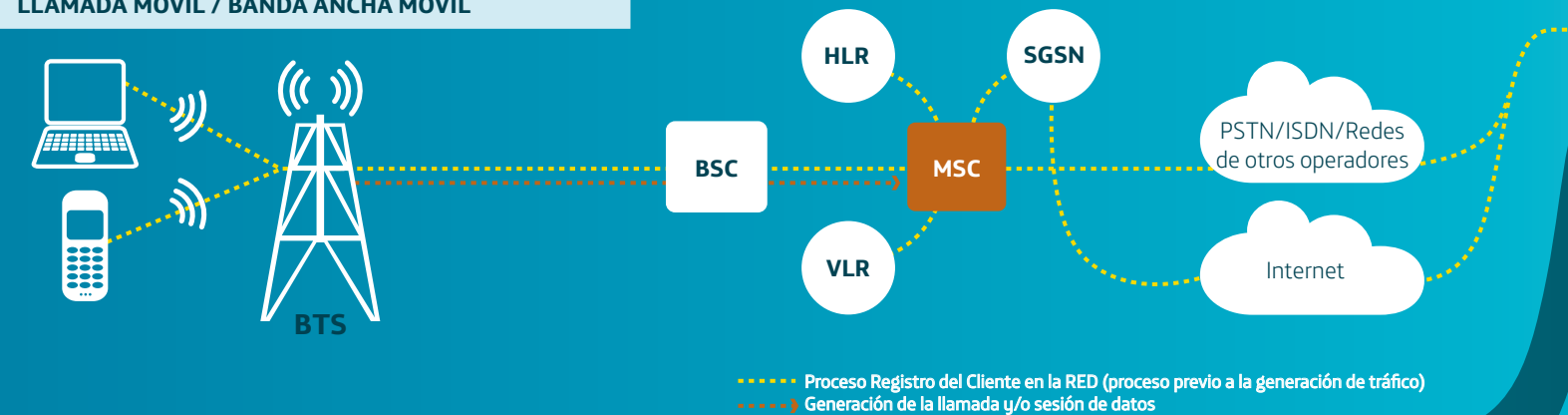
El mundo cambió y hoy los clientes quieren estar conectados siempre y en todo lugar. Cada una de las pantallas de los servicios de telecomunicaciones: la Televisión, Internet y el Teléfono Móvil son una oportunidad para recibir información y comunicarse, también lo es la tradicional Telefonía Fija.

Movistar entrega ahora un servicio basado en la convergencia de las tres pantallas, una experiencia única para sus clientes.

BANDA ANCHA (Flujo de Conexión ADSL)



LLAMADA MÓVIL / BANDA ANCHA MÓVIL



SERVICIO TELEVISIÓN DIGITAL DTH



- PSTN/ISDN:** red de telefonía pública (red fija)
- BTS:** radio base celular o sitios celulares, equipo que permite transformar la señal de radiofrecuencia en impulsos eléctricos.
- DSLAM:** elemento de red que permite acelerar la velocidad de transmisión de datos de un par de cobre.
- HLR:** base de datos de abonados móviles.
- SGSN:** equipo de conmutación móvil que permite analizar y encaminar las comunicaciones de datos a otros sitios celulares
- VLR:** base de datos temporal de abonados móviles
- BSC:** concentrador de radio bases celulares o sitios celulares
- MSC:** equipo de conmutación móvil que permite analizar y encaminar las comunicaciones de voz a otros sitios celulares

Telefónica en Chile busca contribuir a la expansión de la conectividad digital, ampliando el acceso a aquellos segmentos emergentes que aún no disponen de ella, y desarrollando servicios innovadores que aporten al progreso y mejoren la calidad de vida de los *chilenos*.

CONECTIVIDAD: A TODOS LOS CHILENOS, EN CADA PUNTO DEL PAÍS

Presente en el
100%
de las comunas del país.

68,7%
de los hogares en Chile conectados por telefonía fija, y **46,3%** por telefonía móvil. (*)

Conecta a internet al
43,5%
de 4.300 escuelas de la red de enlace.

La mayor cobertura en los sectores de menores recursos.
77,8% en sector socioeconómico D y 71% en el segmento E. (*) (**)

6.606
personas de sectores de menos recursos accedieron el 2009 a Banda Ancha Libre.

La mayor cobertura en zonas rurales. 68,6% de dichos hogares con telefonía fija y 65,7% por telefonía móvil. (*)

20.000
personas de lugares geográficamente apartados, se han conectado gracias al programa Puentes de Comunicación.

232.225
horas de capacitación fue el balance del Instituto Telefónica Chile.

INNOVACIÓN: MEJORES SERVICIOS, MEJOR CALIDAD DE VIDA

Movistar
conecta a sus clientes a través de un solo canal para todos los servicios.

Conecta 2009
la primera feria tecnológica de Latinoamérica. Chile como el vértice de la innovación en la región.

Fibra óptica
más velocidad, mejor definición.

Telefonía fija
televisión e internet, desde 8 a 40 megas, con calidad de alta definición.

(*) Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones. Subsecretaría de Telecomunicaciones. Diciembre 2009.
(**) Participación en telefonía fija. Si se considera telefonía móvil la proporción alcanza al 46,9% de los hogares del sector socioeconómico D y 63,7% en el sector E



Oliver Flögel 1 x (marca) = 2 x (Ventas + Oficinas + Inversión + Productos + Servicios + Calidad + Compromiso + Pasión)
Gerente General -Telefónica Chile S.A.

Integración de marca

En agosto de 2009, Telefónica en Chile hizo un reordenamiento de los servicios de la Compañía, entregando a sus clientes servicios móviles, fijos, banda ancha y TV bajo una marca comercial para todos sus segmentos y productos: Movistar.

La razón de la Compañía para dar este paso fue entregar un mejor y más cercano servicio a sus clientes a través de un solo canal que satisfaga todas sus necesidades de conectividad.

Empresas de Telefónica en Chile
Unificadas en la marca Movistar



Telefónica Chile

Una de las principales empresas de telecomunicaciones del país. Como operador multiproducto cuenta con más de 3 millones de accesos en una amplia gama de servicios, incluyendo banda ancha, televisión de pago, telefonía local, larga distancia nacional e internacional, transmisión de datos, venta y arriendo de terminales, servicios de valor agregado y servicios de interconexión, entre otros.

Telefónica Móviles Chile

Es la operación móvil del Grupo. Cuenta con más de 7 millones de clientes, lo que le da el liderazgo en el mercado nacional y una posición de vanguardia en el lanzamiento de productos y servicios innovadores en la telefonía móvil de Chile.

Otras empresas que conforman Telefónica en Chile:



Terra

Es la Compañía de servicios de internet más grande de Latinoamérica, con presencia en 18 países a través de una red de portales. En Chile es uno de los principales proveedores de este servicio.



Atento

Empresa líder en el país en el servicio especializado en atención de las relaciones entre las empresas y sus clientes a través de contact center o plataformas multicanal.

Telefónica en cifras

10.603

empleados directos.

10.6 millones

de accesos.

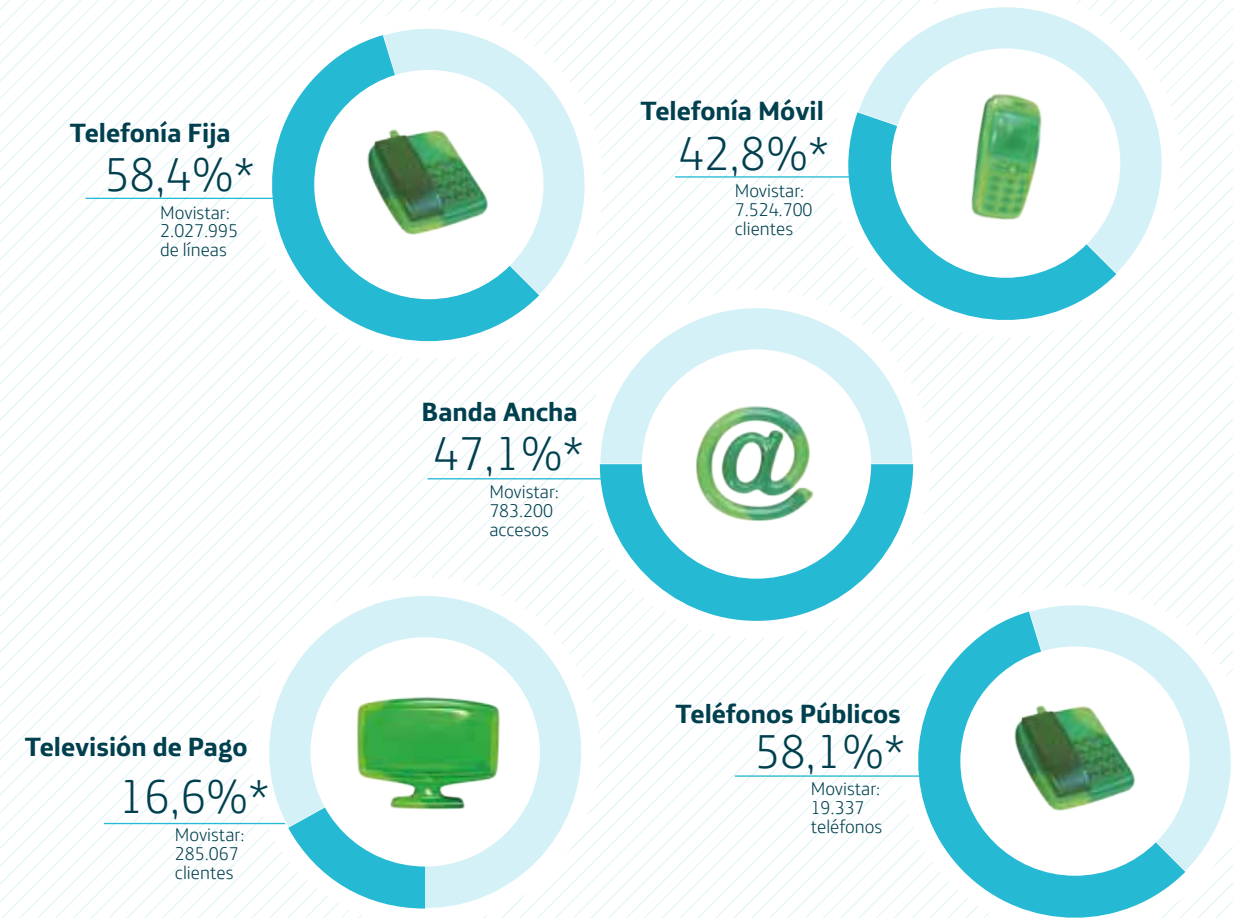
1.705

proveedores.

Una de las cuatro

Mejores Empresas para trabajar en Chile.

Servicios y Cobertura



(*) Participación de mercado

Telefónica con Chile frente al terremoto

Más de 200 teléfonos satelitales y 29 profesionales del Grupo Telefónica provenientes de otros países se instalaron en Chile para sumarse a las labores de reparación.

A dos semanas del terremoto, el 98% de la red estaba operando normalmente.

PA06

Desde los acontecimientos vividos el 27 de febrero de 2010, en que Chile fue devastado por un terremoto y tsunami, el equipo de Telefónica ha trabajado sin descanso para garantizar la conectividad de todos los chilenos.

¿Cuáles fueron los efectos del terremoto en el servicio de telecomunicaciones?

El terremoto en Chile fue uno de los cinco mayores cataclismos de los que se tiene registro en el mundo. Su intensidad de 8,8 grados en la escala de Richter y su extensión territorial en 6 regiones del centro y sur del país cobraron la vida de más de 500 personas junto con dejar cerca de 2 millones de damnificados, además de graves problemas en el suministro de servicios básicos como energía eléctrica, agua potable y telecomunicaciones.

Telefónica en Chile sufrió daños en su infraestructura y la saturación en sus servicios, afectando las comunicaciones de sus clientes.

A diferencia de lo ocurrido en telefonía móvil, los servicios de internet y de transmisión de datos siempre estuvieron operativos.

¿Por qué se vieron afectados los servicios de telecomunicaciones?

Se generaron efectos nunca antes vistos en la demanda de telefonía móvil en Chile, cuyas redes, a similitud de lo que pasa en otros países desarrollados, están diseñadas para que un máximo del 10% de los clientes hable en forma simultánea. En los minutos posteriores al terremoto, esta proporción llegó al 50%. Se cursaron 10 veces más llamadas que en el año nuevo.

Se produjo congestión en las llamadas y la caída del sistema de telefonía móvil. A lo anterior, se sumó la falta de suministro eléctrico, disminuyendo la capacidad y cobertura de la red móvil durante los primeros días tras el desastre.



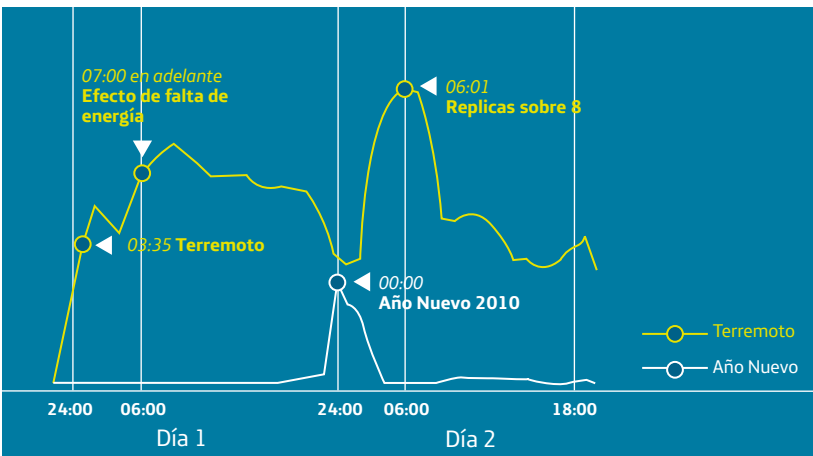
Gustavo Marambio Pese a la magnitud del terremoto, en poco tiempo pudimos reponer el servicio por nuestro plan de emergencia. Mi equipo sabía qué hacer y lo habíamos ejercitado.
Director Red-Telefónica Chile.

The New York Times

El mundo frente a otras catástrofes

"... Uno podría pensar que vivimos en la edad dorada de las comunicaciones. Excepto cuando los desastres ocurren.... El huracán Katrina había dañado la red de comunicaciones de la ciudad y los residentes y sistemas de reacción ante desastres estaban lidiando con el caos que se desató. Los sistemas telefónicos no están diseñados para permitir que más de un 10% de los usuarios intenten llamar a la vez. Por una semana, los únicos que tuvieron acceso a comunicaciones fueron los funcionarios estatales y los periodistas con la suerte de contar con radios o teléfonos satelitales con baterías cargadas..."

GRÁFICO DE EVOLUCIÓN DE LLAMADAS Y FALLAS*



(*) Minutos después de ocurrido el terremoto se cursaron 10 veces más llamadas que en la noche de año nuevo.

El domingo 28 de febrero Telefónica recuperó la *conectividad completa* hacia la zona sur del país, restableciendo los servicios de voz, larga distancia y banda ancha en las principales ciudades de la zona de catástrofe.

¿Cómo reaccionamos?

Telefónica puso en marcha su plan de acción para abordar situaciones de desastre, con dos prioridades inmediatas:

- Reponer rápidamente el servicio y
- Determinar en qué condiciones se encontraban los empleados de la empresa, en particular, en las zonas afectadas.

Inmediatamente ocurrido el terremoto se constituyó el Comité de Emergencia de la empresa. A las pocas horas del desastre, el Comité tenía un completo catastro de la situación en ambas prioridades. Afortunadamente todos los empleados resultaron ilesos.

A 48 horas de ocurrido el sismo, el Director General de Telefónica en Latinoamérica, José María Álvarez-Pallete, había volado a Chile para liderar el Comité de Emergencia. En tanto, el Presidente del Grupo Telefónica, César Alierta, llegó días más tarde para supervisar la labor personalmente.

Se estableció un puente aéreo para llevar alimentos tanto al equipo que se encontraba trabajando en las zonas afectadas, como a los colaboradores de las ciudades más dañadas y sus familias.

El Grupo Telefónica envió a sus especialistas de distintos países a sumarse en las labores de reposición, y mandó -a 48 horas de ocurrido el terremoto- 200 teléfonos satelitales para asegurar las comunicaciones en las zonas afectadas.

¿Por qué pudimos reaccionar con prontitud?

La Compañía había trabajado fuertemente en dos frentes:

1. Aprender de la experiencia de otras catástrofes ocurridas en Chile y en otras latitudes.
2. Comprometer a todos los trabajadores con entregar el mejor servicio, a través del Programa Inspira.

Lecciones del terremoto de Tocopilla:
La organización aprendió sobre la necesidad del despliegue para dar soluciones técnicas en terreno, además de la continuidad y constancia de la ayuda en el proceso social de reconstrucción.

Lecciones de la erupción del volcán Chaitén:
El valor de la conectividad individual. La telefonía móvil fue clave, considerando el desplazamiento de la población.



Francisco Ceresuela Telefónica desplegó todas sus sinergias para dar soluciones urgentes a las necesidades más importantes post terremoto".
Gerente de Relaciones Institucionales - Telefónica Chile

¿Cómo apoyamos a nuestros clientes de las zonas afectadas?

Telefónica en Chile implementó una serie de acciones de apoyo a sus clientes de las zonas más afectadas del país, entre las que se destacan:

+ Comunicación

- Telefonía pública gratuita.
- Larga distancia 188 gratuita.
- Recarga de \$1.500 para clientes prepago móvil.
- Habilitación de puntos wifi.
- Habilitación de cabinas para llamadas gratuitas.

+ Facilidades

- Prórroga de vencimiento de boletas y facturas.
- Reposición y no suspensión de servicios.
- Suspensión de las acciones de cobranza.
- Eliminación del cobro de interés por mora.

Los beneficios otorgados a los clientes fueron incorporados en un nuevo procedimiento específico denominado "Política de Actuación Comercial frente a Situación de Desastres".

¿Qué aprendimos y cómo lo estamos aplicando?

Una lección clave de este terremoto es la necesidad de educar a la población en cómo usar los servicios de comunicación ante emergencias y catástrofes: "Texto no voz". Los mensajes de texto SMS tienen más probabilidad de ser enviados (pues utilizan menos capacidad de la red o pueden quedarse en la cola y ser enviados cuando haya capacidad libre), y su uso también ayuda a la descongestión de la red.

Internet, adicionalmente, funciona mejor que las redes fijas, sobre todo las de cobre, que no necesitan electricidad para operar.

La necesidad de que el país cuente con una red de comunicación paralela frente a emergencias, es un claro resultado de la catástrofe.

Para la Compañía las lecciones fueron las siguientes:

- a. La necesidad de mejorar los protocolos diseñados tras las catástrofes del terremoto de Tocopilla y la erupción del volcán en Chaitén. Estos no funcionaron como se había previsto, dado que el sismo de febrero superó cualquier norma.
- b. Para permitir que se cursen mayor cantidad de llamadas en estas emergencias, es vital tener la capacidad, ya sea de degradar de inmediato la voz, sacrificando la calidad de la transmisión; o de acortar las llamadas.
- c. La necesidad de que las antenas de transmisión cuenten con un respaldo adicional a las baterías, para asegurar su suministro de energía y permitir así la continuidad de transmisión cuando cae el suministro eléctrico. Telefónica en Chile cuenta con respaldo para eventos puntuales. En el norte con energía solar, y en el sur con energía eólica.

Carta del Presidente Telefónica Chile S.A.

1.1



César Alierta Izuel

Es un placer para mí dirigirme a ustedes un año más 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 son piezas 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 índice *Dow Jones Sustainability Index (DJSI)*.

El segundo motivo por el que calificamos este ejercicio como positivo, ha sido la decisión tomada de innovar en nuestro modelo de reporte en Responsabilidad Corporativa. Este año, coincidiendo con el décimo aniversario del Pacto Global de Naciones Unidas 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 Global 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 (y que se plasma en este documento impreso) tiene como objetivo rendir cuentas de nuestro comportamiento responsable como Compañía global y permitirá la comparación de Telefónica con cualquier otra multinacional, cualquiera sea su actividad. Para ello, ha tomado como referencia los 10 Principios del Pacto Global de Naciones Unidas y los criterios e indicadores de medida que ofrece *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), temas como la responsabilidad en la cadena de suministro, la seguridad y protección de los menores, la inclusión digital o la eficiencia energética. Estos temas se han identificado como relevantes a través de grupos de trabajo globales con todos los actores claves, a través de *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 que 2009 ha sido un año positivo en Responsabilidad Corporativa hay que encontrarlo en el Programa bravo! Iniciativa de transformación con la que Telefónica se ha dotado para situarse en 2012 como la mejor Compañía global de comunicaciones del mundo digital. En este programa, se han fijado prioridades estratégicas e iniciativas clave 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, cada día, 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 en Chile y el Director General de Telefónica Latinoamérica

1.1



Claudio Muñoz Zuñiga



José María Álvarez-Pallete

El sexto Informe de Responsabilidad Corporativa de Telefónica en Chile (2009) está marcado por el terremoto y tsunami del 27 de febrero de 2010. Incluimos esta tragedia porque, en medio de tanta desgracia, pudimos ver y sentir la red de Telefónica funcionando: de cara y al servicio del país.

Cuando hablamos de red, no sólo nos referimos al sistema de telecomunicaciones, lo que vimos fue ese intangible que hemos construido durante años; en cada rincón del país; en cada empleado y en su familia; en los países que nos ayudan; en los grupos de interés, pero muy especialmente en nuestros clientes, quienes siempre han sido nuestra principal inspiración.

Una empresa del tamaño de Telefónica implementa una gran diversidad de proyectos y áreas que muchas veces no parecen tener una relación directa, sin embargo, el terremoto nos permite visualizar que todo tiene un sentido que hemos llamado Motor de Progreso. En ese contexto, los seis años de Responsabilidad Corporativa de Telefónica en Chile nos permiten saber que vamos por el camino correcto, pero que todavía tenemos mucho por recorrer, especialmente en medio ambiente y proveedores.

Durante 2009 experimentamos un intenso proceso de adaptación. La convergencia entre nuestros productos nos planteó un nuevo desafío. El primer paso fue integrar las marcas comerciales bajo el nombre Movistar, pero previamente reordenamos transparentemente nuestro equipo directivo. También destaca el cuarto lugar en *Great Place to Work* y el primer y quinto lugar de las entonces operaciones móviles y fija, respectivamente, en la medición Mejor Lugar para Padres y Madres que trabajan, de Chile Unido y revista Ya.

La gestión de nuestro equipo interno también significa beneficios para nuestros clientes: mejoramos su satisfacción con 7,48, índice que es cuatro puntos superior al año pasado. Pero sabemos que no es suficiente, al cliente le queremos generar una experiencia integral para que él sienta que está en el centro de Telefónica.

El dinamismo de nuestros servicios nos permitieron generar 1.825 millones de euros, cantidad inferior a los ingresos 2008 que se explica por la crisis económica mundial.

Pese al escenario internacional mantuvimos nuestro compromiso social a través de los programas Proniño, Educared y Generaciones Interactivas.

En este Informe hemos dado un paso más en cuanto a nuestro compromiso con el Pacto Global, introduciendo un detallado reporte de las acciones realizadas. A su vez, mantenemos los lineamientos del *Global Reporting Initiative* en su versión G3 y seguimos formando parte del *Dow Jones Sustainability Index* como sello de la orientación a la sustentabilidad de nuestras operaciones.

Queremos dedicarle un especial agradecimiento a quien fue el líder de Telefónica en Chile durante cuatro años: Emilio Gilolmo. Sin duda, el nacimiento y desarrollo de una visión de sustentabilidad en Chile se implementó con su sello de transparencia e integridad que mantendremos en los nuevos tiempos de la Compañía. También le queremos agradecer al equipo de Telefónica en Chile, un trabajo como este sólo es posible gracias a su dedicación y entrega.

Muchas gracias.

Claudio Muñoz Zuñiga
Presidente
Telefónica en Chile

José María Álvarez-Pallete
Director General
Telefónica Latinoamérica

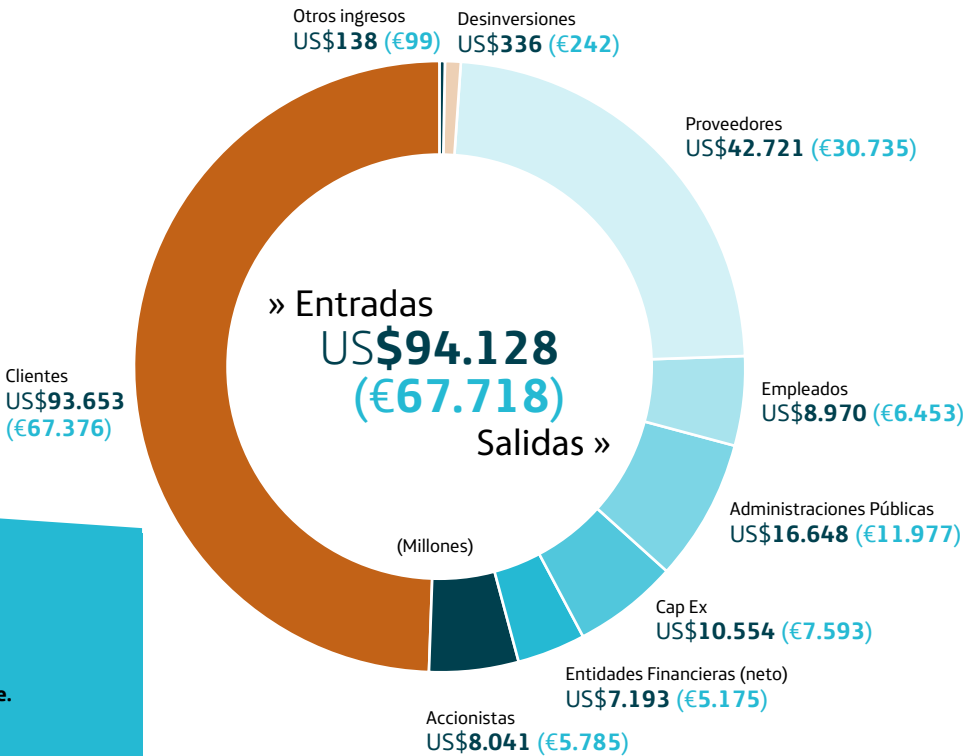
Motor de Progreso y Transformación

En 2009, Telefónica en Chile creó riqueza por un valor de US\$ 2.537 millones (€ 1.825 millones).
Aportando un 1,7% del Producto Geográfico Bruto (PGB) del país.

2.5 – 2.7 – EC1 – EC6 – I001

Telefónica es un motor de *desarrollo económico,* tecnológico y social de los países donde opera.

Grupo Telefónica en el mundo
(millones)



MOTOR DE PROGRESO EN CHILE

1,7%
de contribución al PGB de Chile.

10.603
empleados propios

20.767
empleados de empresas
proveedoras de servicios.

72,5%
de las compras adjudicadas
a proveedores nacionales.

1.705
proveedores en su cadena de valor.

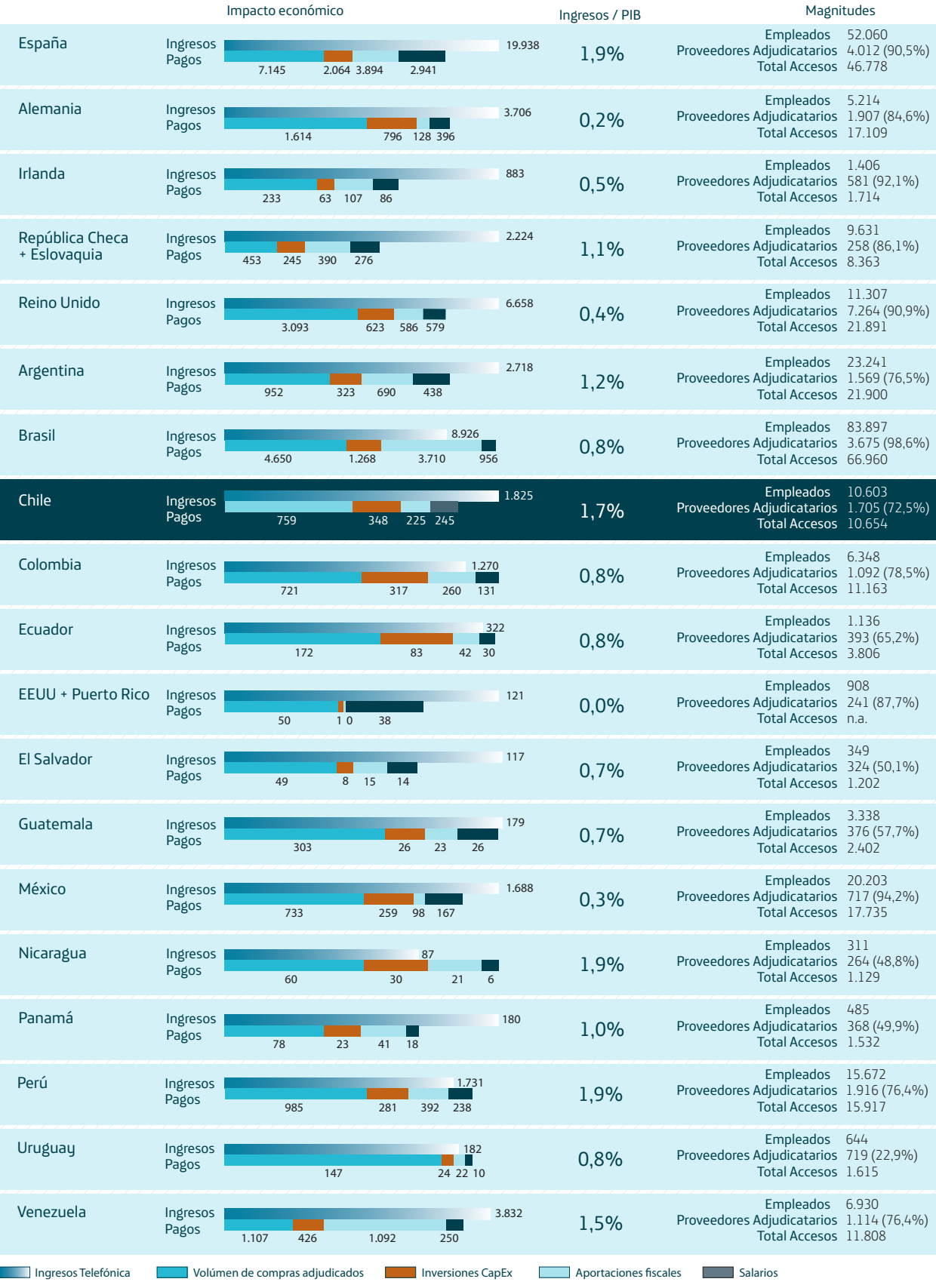
US\$ 199
millones invertidos en innovación
tecnológica en 2009.



Para más información sobre el aporte del Grupo Telefónica a nivel global y en los países en los que opera, ver vínculo en sitio web:
www.telefonica.com/rc09

Nota: Esta información se ha calculado con criterio de pagos, mientras que la información de la página siguiente se expone con criterio de devengo contratado. La información publicada en esta página ha sido obtenida de fuentes internas de la evolución de caja del Grupo Telefónica, y contrastada por el verificador del informe RC. Los datos mencionados podrían verse afectados por acontecimientos posteriores y efectos evolutivos, que podrían producir modificaciones en su contenido. Para un análisis pormenorizado de los estados financieros consolidados del Grupo Telefónica, la información auditada está incluida en las cuentas anuales. Las desinversiones realizadas han sido generadas por la venta de inmuebles.

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/PIB: ratio entre los ingresos de Telefónica (aportación del país al consolidado de ingresos del Grupo Telefónica) y el PIB 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: equivale al número de accesos fijos+móviles+Banda Ancha+Televisión de pago (miles).

Hitos de Responsabilidad Corporativa 2009 y Retos 2010

Telefónica Chile logró un 105,31% de cumplimiento en los desafíos en la Dirección de Asuntos Corporativos, planteados para el año 2009.

	CLIENTES		
Nuestros Retos	Mejorar todos los niveles de satisfacción de nuestros clientes en los procesos y segmentos sobre 7 puntos.	Fidelizar a nuestros clientes, entregándoles una mejor experiencia de servicio.	Generar productos atractivos e innovadores.
Nuestros Desafíos 2010	<ul style="list-style-type: none">• Mejorar los tiempos y la calidad de instalación y reparación.• Disminuir los reclamos no resueltos.• Evitar molestias a los clientes.	<ul style="list-style-type: none">• Cumplir en los plazos comprometidos con los clientes.• Reconocer y premiar la fidelidad del cliente.• Extender los beneficios del Club Movistar a todos los clientes.	<ul style="list-style-type: none">• Aumentar la oferta de productos convergentes.• Ampliar la oferta de productos al mercado.
Nuestros Hitos 2009	<ul style="list-style-type: none">• Nace Movistar como única marca comercial: para reforzar la cercanía con los clientes, entregando servicios fijos y móviles a través de un solo canal.• Proyecto Benedictinos: todos los servicios en la puerta del hogar (fibra óptica).• Nuevas redes y el despliegue de fibra óptica, entregando servicios de telefonía fija e internet a mayor velocidad.		
Nuestros desafíos no logrados 2009	<ul style="list-style-type: none">• Si bien el Índice de Satisfacción aumentó de 7,07 a 7,48 entre 2008 y 2009, no se avanzó de acuerdo a las metas auto propuestas en la Compañía.		

	EMPLEADOS				
Nuestros Retos	Asegurar una buena calidad de vida.	Potenciar el liderazgo entre los empleados.	Consolidar modelos de compensación y desarrollo.	Fortalecer el reconocimiento.	Comunicación cercana y efectiva.
Nuestros Desafíos 2010	<ul style="list-style-type: none"> Integrar a todos los empleados al Club Telefónica. Plan de calidad de vida unificado. 	<ul style="list-style-type: none"> Mayor participación en la gestión de clima. Comunidades de clima organizacional. 	<ul style="list-style-type: none"> Consolidar programa de movilidad interna y ciclo de desarrollo de personas para ambas Compañías. 	<ul style="list-style-type: none"> Consolidar programa de reconocimiento y bienvenida para ambas Compañías. 	<ul style="list-style-type: none"> Integrar modelos de comunicación entre ambas Compañías y empresas colaboradoras.
Nuestros Hitos 2009	<ul style="list-style-type: none"> Reconocimiento del Great Place to Work como la Cuarta Mejor Empresa para Trabajar del país. Reconocimiento de Revista Ya de El Mercurio y Fundación Chile Unido como una de las Mejores Empresas para Padres y Madres que Trabajan. 				
Nuestros desafíos no logrados 2009	<ul style="list-style-type: none"> Se quiso incorporar a los trabajadores de empresas colaboradoras a los talleres Inspira, pero no se logró avanzar en el tema. La Agenda de Liderazgo, que busca potenciar el liderazgo entre los empleados, no tuvo el uso esperado. 				

	COMUNICACIÓN Y DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS (GI)	
Nuestros Retos	Reforzar la percepción que tienen los GI sobre las empresas del Grupo.	Aumentar el acercamiento con los GI externos a la empresa.
Nuestros Desafíos 2010	Se implementará un modelo piloto que incluya la variable de reputación en la evaluación de los proyectos estratégicos. de la Compañía.	Se sistematizarán todos los procesos de diálogo con los grupos de interés, incluyendo a las redes sociales.
Nuestros Hitos 2009	Se realizaron 7 Mesas de Diálogo con grupos de interés externos a la Compañía, atendiendo las opiniones respecto del Informe de Responsabilidad Corporativa 2008.	
Nuestros desafíos no logrados 2009	<ul style="list-style-type: none"> Se propuso mejorar la percepción que tienen los grupos de interés respecto de Telefónica en Chile, sin embargo, la medición de reputación <i>RepTrak™</i> no mejoró en forma significativa. Quedó pendiente el compromiso de comunicar a los directores de Telefónica en Chile el feedback recibido en las Mesas de Diálogo. Considerando la relevancia que este tema tiene para la Compañía, será retomado de manera prioritaria durante 2010. 	

	PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN		
Nuestros Retos	Capacitar a los empleados en los Principios de Actuación.	Gestionar el cumplimiento de los Principios de Actuación.	Difundir los Principios de Actuación a otros grupos de interés.
Nuestros Desafíos 2010	Aumentar el número de empleados capacitados.	Dar una mayor difusión al funcionamiento de la Oficina de Principios de Actuación.	Incorporar el tema al programa de Gestión de Colaboradores Externos.
Nuestros Hitos 2009	Creación de la Oficina de Principios de Actuación en Chile.		
Nuestros desafíos no logrados 2009	Se propuso capacitar al 100% de los empleados, sin embargo y dado el proceso de integración, no se logró este desafío.		

	MEDIO AMBIENTE
Nuestros Retos	Mejorar desempeño ambiental en indicadores definidos por el Grupo Telefónica: <ul style="list-style-type: none"> •Cuidado de recursos naturales. •Evaluación de proyectos con parámetros ambientales.
Nuestros Desafíos 2010	<ul style="list-style-type: none"> • Implementar un modelo interno de reciclaje de los desechos generados. • Construir un modelo de control de indicadores en base a la norma GRI.
Nuestros Hitos 2009	<ul style="list-style-type: none"> • En Temuco se inauguró la primera tienda construida y equipada con los más altos estándares de sustentabilidad ambiental. • Participación activa en la difusión de la campaña internacional “La Hora del Planeta”. • Se aumentó la facturación electrónica a otras áreas de la Compañía y se incorporó la generación de notas de crédito electrónicas.
Nuestros desafíos no logrados 2009	<ul style="list-style-type: none"> • Se propuso implementar un modelo interno para el reciclaje de los desechos producidos, sin embargo, en 2009 no se logró avance en el tema.

	PROVEEDORES	
Nuestros Retos	Fortalecer el sistema de gestión de proveedores y la incorporación de la Responsabilidad Corporativa en los criterios de selección, adjudicación y evaluación.	Mejorar el cumplimiento del plazo de pago a proveedores.
Nuestros Desafíos 2010	<ul style="list-style-type: none"> • Retroalimentar a los grandes proveedores respecto de la calidad del servicio contratado. • Apoyar la incorporación de los principios de Responsabilidad Corporativa en los proveedores, gestionados a través del seguimiento al cumplimiento de una encuesta de RC. • Incorporar nuevos proveedores a la medición del Great Place to Work Institute Chile. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar los procesos de pago a proveedores.
Nuestros Hitos 2009	<ul style="list-style-type: none"> • Telefónica a través de su portal corporativo de proveedores, recibe retroalimentación sobre sus Principios de Actuación en http://www.telefonica.com/es/suppliers/html/responsabilidad/resp_corporativa.shtml, opción Ver Canal de Principios de Actuación en ventana nueva. • Creación del "Ranking de calidad y servicio" que las áreas usuarias le entregan a proveedores. • Indicador Período Medio de pago a Proveedores de ambas operadoras ha evolucionado positivamente, bajando desde 62 días a 54 días entre 2008 y 2009. 	
Nuestros desafíos no logrados 2009	<ul style="list-style-type: none"> • Hubo una baja participación de proveedores en la encuesta Great Place to Work Institute Chile. 	

	SOCIEDAD			
Nuestros Retos	Fomentar el uso responsable de las TIC.	Fortalecer la educación a través de las TIC.	Contribuir a la erradicación del trabajo infantil, extendiendo el programa Proniño.	Aumentar la inclusión digital.
Nuestros Desafíos 2010	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar la sensibilización y educación en el uso responsable de las TIC. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar el número de beneficiados con el Programa Educared. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar el número de beneficiados con el Programa Proniño. 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar el número de antenas en lugares remotos (FDT).
Nuestros Hitos 2009	<ul style="list-style-type: none"> • Campaña "Si manejas no hables", para disminuir los accidentes de tránsito. • Conecta: Primera feria tecnológica de Latinoamérica, con lo último en innovación tecnológica, y nuevas tendencias mundiales en el tema de las telecomunicaciones. 			
Nuestros desafíos no logrados 2009	Los compromisos fijados para el 2009, fueron cumplidos a cabalidad.			



Indicadores Clave

Telefónica en Chile midió su desempeño en Responsabilidad Corporativa de acuerdo al cumplimiento de metas del Plan Estratégico “AHORA” entre 2007 y 2009.

1.2 – EC1 – EC3 – EC6 – EC8-EN8 – EN22 – LA1 – LA10 – LA13 – HR3 – SO1 – PR5

Telefónica en Chile trabajó los últimos 3 años enfocada en su Estrategia de Responsabilidad Corporativa bajo el *Plan Ahora*, cuyos ejes eran: Empleados, Clientes, Sociedad y Accionistas.

Desempeño en los indicadores clave Plan Ahora

	2007	2008	2009
Accionistas: Ahora, aún más valiosos			
	El punto de partida en ingresos: 1.825 millones de euros.	Crecimos en más de cien millones, alcanzando 1.942 millones de euros en 2008.	Disminuimos los ingresos a 1.825 millones de euros, consecuencia de la crisis financiera Mundial.
Clientes: Ahora, aún más cercanos			
	El índice de satisfacción de nuestros clientes fue de 6,54 .	El índice de satisfacción subió a 7,04 .	Mejoramos la satisfacción de los clientes. El índice fue 7,48 cuatro puntos sobre 2008.
Empleados: Ahora, aún más oportunidades			
	Telefónica Móviles y Telefónica Chile se ubicaban en el lugar 13 y 66 , respectivamente.	Telefónica Móviles subió al 5º lugar y Telefónica Chile avanzó al lugar 36 .	El 4º lugar en el <i>Great Place To Work</i> , para Movistar.
Sociedad: Ahora, aún más comprometidos			
	65,4 y 53,9 eran las mediciones de reputación frente a la Sociedad de telefonía móvil y fija.	En Telefónica Móviles bajó a 63,6, y en cambio Telefónica Chile subió a 55,7 en <i>RepTrak™</i> .	60,3 es el resultado obtenido en el <i>RepTrak™</i> por las Compañías en forma integrada.

Indicadores operativos de Telefónica en Chile (*)

Adicionalmente la Compañía hace seguimiento al desempeño en Responsabilidad Corporativa a través de indicadores de impacto social y el cumplimiento de los Principios de Actuación que rigen su desempeño.

	2007	2008	2009
IMPACTO ECONÓMICO (millones de euros)			
Inversión en Innovación Tecnológica	106,9	182,3	143,4
Volúmen de compras adjudicado	988,0	1.010,0	759,9
Inversiones en Capex	418,0	452,0	356,1
Pago a administraciones públicas	248,0	221,0	225,4
Pago a empleados	231,4	245,0	239,7
EMPLEADOS			
Número total de empleados	14.613	13.712	10.603
% de mujeres directivas	8,0	13,3	14
% de mujeres en mandos medios	74,3	29,6	18,46
Horas de formación por empleado	56,6	17,5	40,48
Empleados formados en los Principios de Actuación	1.948	11.077	9.002
CLIENTES			
Número total de accesos (miles)	9.377,2	10.014,0	10.654,0
Número total de reclamaciones (miles)	1.719,0	407,0	833,3
Accesos fijos pre pago (miles)	361,0	337,0	310,7
MEDIO AMBIENTE Y DESPLIEGUE DE REDES			
Residuos de equipos electrónicos (toneladas)	n.d.**	157,8	118,4
Consumo de agua (m³)	422.030,8	370.709,7	317.827,0
Emisiones radioeléctricas (número de emplazamientos medidos)	n.d.**	n.d.**	1.810
PROVEEDORES			
Número total de proveedores adjudicatarios	1.728	1.838	1.705
% de proveedores locales	90,7	90,2	89,0
SOCIEDAD			
Inversión en Acción Social (millones de euros)	1,2	1,5	3
Beneficiarios Programa Proniño	1.364	2.922	5.822

(*) Considera todas las empresas de Telefónica en Chile (Telefónica Chile, Movistar, Atento y Terra).

(**) No disponible.

Una Estrategia de Responsabilidad Corporativa basada en la Materialidad *

(*) "Materialidad" corresponde a aquellos temas que son más relevantes en función de las características y peculiaridades de Telefónica. Para su definición se ha desarrollado un estudio de materialidad o relevancia, detallado en la página XX.

- Visión y Gestión de la Responsabilidad Corporativa
- Diálogo y Retroalimentación con Grupos de Interés
- Pacto Global de Naciones Unidas



Visión y Gestión de la Responsabilidad Corporativa (RC)

Compromiso con los grupos de interés y gestión de los riesgos junto con las oportunidades, son los ejes de la visión de RC de Telefónica.

4.8

¿Cómo entiende Telefónica la Responsabilidad Corporativa?

El Grupo Telefónica entiende la Responsabilidad Corporativa (RC) como una herramienta de generación de valor, que permite construir relaciones sostenibles con sus grupos de interés afianzando su confianza, mediante la gestión eficaz de los riesgos y las oportunidades.

Para ello orienta su trabajo en 3 líneas estratégicas:



Con impacto directo en la reducción de los costos asociados al incumplimiento de los Principios de Actuación, que es la norma básica de conducta y relación con los distintos grupos de interés.

 Detalle de los proceso de diálogo con grupos de interés en página 26.

Para maximizar los impactos positivos en las operaciones del Grupo Telefónica, y con el objetivo de contribuir a la sociedad. En la actualidad, se trabaja en dos ámbitos:

- Accesibilidad a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC): incorporar, gestionar e implementar a través de la iniciativa global Telefónica Accesible, –en todos los procesos, productos y servicios– las necesidades de los niños, los ancianos y las personas con alguna discapacidad.
- **Green TIC:** La Oficina de Cambio Climático es la encargada de asegurar la reducción del consumo energético de la Compañía, de potenciar el desarrollo de servicios más eficientes para los clientes y de impulsar al sector como motor de la eficiencia energética.

A través de una comunicación transparente y del diálogo efectivo, construyendo relaciones de confianza. Los procesos de diálogo con grupos de interés son clave para mantener alineadas las iniciativas de la Compañía con sus expectativas.

 Detalle de los Principios de Actuación, su gestión y control en página 49.

El Programa bravo! se articula en torno a cuatro pilares estratégicos: Cliente, Oferta, Plataformas y Cultura.

¿Cómo medimos nuestro desempeño?

Para evaluar el cumplimiento de los objetivos estratégicos, además de los indicadores internos de gestión, el Grupo Telefónica cuenta con dos indicadores de seguimiento externo y global:

- El *Dow Jones Sustainability Index*, índice de sostenibilidad de mayor relevancia a nivel mundial. El Grupo Telefónica fue líder del sector de las Telecomunicaciones en 2009, con una puntuación de 86 puntos.
- El *RepTrak™*, índice de reputación medido por Telefónica que permite conocer la percepción de los grupos de interés sobre la Compañía.

¿Cómo seguiremos gestionando la Responsabilidad Corporativa?: Programa bravo!

Durante los próximos dos años, el Plan Estratégico de Reputación y Responsabilidad Corporativa se denomina programa bravo!. Este involucra a toda la Compañía para alcanzar los objetivos comunes marcados para 2012, y es una continuación del Plan Ahora que delineó las pautas a seguir en el periodo 2007 a 2009.

La reputación y Responsabilidad Corporativa se enmarcan dentro del Pilar Cultura donde la idea central es la generación de confianza, gracias a la construcción de relaciones sostenibles con los grupos de interés, siendo el compromiso de Telefónica con la sociedad uno de los factores clave para este objetivo.

Además, existen numerosos proyectos que interaccionan de forma transversal con el resto de los pilares de la Compañía, ayudando a construir relaciones emocionales con el cliente; a captar oportunidades en nuevos servicios para mejorar la oferta, y siendo más eficientes en plataformas.

Hitos en la historia de la Responsabilidad Corporativa

En 2004 se publicó el primer Informe de Responsabilidad Corporativa de Telefónica en Chile, y se diseñó el modelo de integración entre Telefónica Móviles y Bellsouth, el cual consideró como pilares el respeto y la transparencia con los diferentes grupos de interés.

La Responsabilidad Corporativa del Grupo Telefónica en Chile es una mirada de gestión moderna que continúa el camino que ya hemos recorrido junto a la sociedad chilena en 129 años de progreso para todos.

2004

Primer Informe de Responsabilidad Corporativa de Telefónica en Chile.

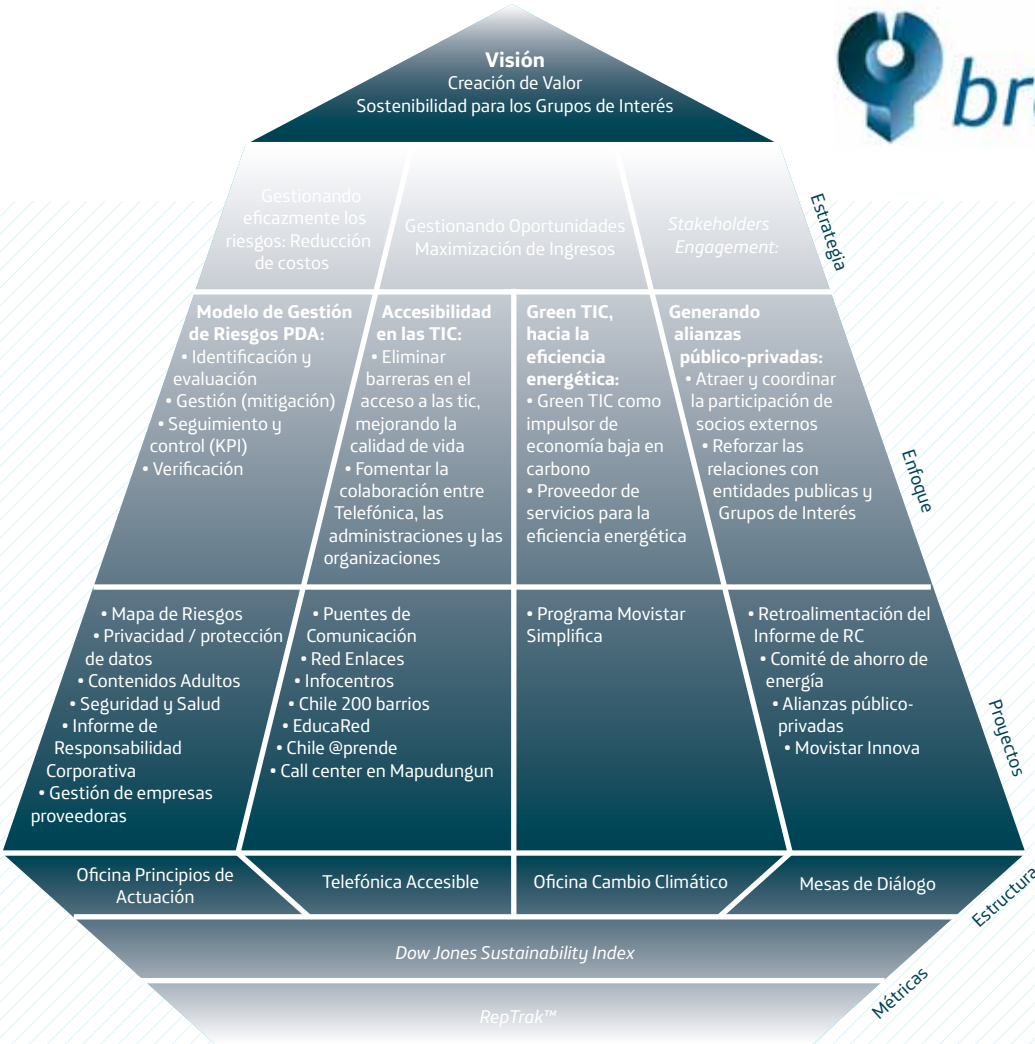
Planificación proceso de integración Telefónica Móviles - Bellsouth.

2005

Nace la Gerencia de Reputación Corporativa en Telefónica Chile.

Comienza el programa de alfabetización digital y de Voluntariado.

Esquema estratégico de la RC en el Grupo Telefónica



2006

Nace la Gerencia de Responsabilidad Corporativa en Telefónica Móviles.

Comienza el programa Puentes de Comunicación.

Se inicia el diálogo con los grupos de interés según el Manual para Práctica de Relaciones con los Grupos de Interés de Telefónica, en el marco de la norma AA1000.

2007

Oliver Flögel es elegido director de AcciónRSE.

Gobierno de Chile otorga Sello Bicentenario a Proniño.

Programa Educared.

2008

El informe COP de Telefónica Móviles es calificado como "Notable" por el Pacto Global de Naciones Unidas.

Se realiza el diálogo social con las comunidades más afectadas por el robo de cables.

2009

Emilio Gilolmo es elegido presidente del Centro Latinoamérica Sostenible.

Informe de Responsabilidad Corporativa alcanza categoría A+ de GRI.

Diálogo y Retroalimentación con los Grupos de Interés

Telefónica en Chile realizó 7 *focus group* de consulta para mejorar su Informe de RC 2009.

3.5 – 4.14 – 4.15 – 4.16 – 4.17

I. Estrategia y canales de información y retroalimentación

Estrategia de diálogo

El Grupo Telefónica entiende el diálogo con sus grupos de interés como un aspecto primordial de su gestión, por su capacidad de influir sobre los resultados y porque constituyen un elemento esencial de su entorno competitivo. Como organización innovadora, Telefónica en Chile valora las contribuciones de la participación de los grupos de interés en el aprendizaje de productos y procesos.

A pesar de la complejidad y los desafíos, los resultados del diálogo justifican sobradamente los esfuerzos realizados.

La clave de un proceso de diálogo exitoso reside, en gran medida, en la participación activa de la empresa. En este sentido, para involucrar de forma adecuada a toda la organización en el desarrollo de esta estrategia de diálogo, se han tenido en cuenta diversos factores:

- Objetivos estratégicos. Alineación del diálogo con la estrategia de negocio y con los objetivos de la Compañía en general, o bien del país o de la línea de negocio en particular.
- Propósito de la iniciativa. Definición de los beneficios esperados con la puesta en marcha de las iniciativas.
- Socios internos. Identificación de áreas y departamentos con los que desarrollar el proceso de diálogo.

Para Telefónica el *diálogo* con los grupos de interés permite formular estrategias efectivas, que se adaptan mejor a los requerimientos del entorno.



Oliver Flögel A lo largo de los últimos cuatro años, hemos aprendido de las redes sociales y hemos interactuado con los que participan en ellas y Twitter ha sido una de las principales herramientas de comunicación de Movistar.

Gerente General del Grupo Telefónica En Chile.



Desayuno con grupos de interés

¿Cómo dialogamos y recibimos retroalimentación?

Telefónica en Chile mantiene de manera permanente distintos canales directos de comunicación. También utiliza herramientas como las encuestas para recoger las inquietudes de sus grupos de interés.

CANALES DE DIÁLOGO Y RETROALIMENTACIÓN		HERRAMIENTAS DE CONSULTA A LOS GRUPOS DE INTERÉS
Empleados	<ul style="list-style-type: none">Comunicación "cara a cara" a través de reuniones y desayunos periódicos de la Gerencia General con sus empleados; encuentros de líderes internos con la alta dirección de la empresa; recepción de opiniones y sugerencias a través de la intranet; reuniones periódicas con sindicatos y agenda de liderazgo.	<ul style="list-style-type: none">Encuesta de Clima Laboral.Encuesta <i>Great Place to Work</i>
Clientes	<ul style="list-style-type: none">Relación a través de almuerzos o desayunos con clientes; invitación a conferencias internacionales; presentaciones a clientes y <i>workshop</i> de productos, entre otras.Retroalimentación a través de las interfaces de atención; <i>call centers</i>, atención en sucursales, atención <i>on-line</i> vía sitios web.	<ul style="list-style-type: none">Encuesta de Satisfacción de Clientes.Seguimiento Índice de Insistencia de Reclamos.Encuesta de Satisfacción de Usuarios de Servicios de Telecomunicaciones.¹
Sociedad y Comunidades	<ul style="list-style-type: none">Relación permanente a través de distintas iniciativas; Territorio Movistar y participación en eventos, concursos y programas.Comunicación "cara a cara" y construcción de redes con juntas de vecinos, federaciones de padres y apoderados, y bloggers, entre otros.	<ul style="list-style-type: none">Encuesta de Reputación, <i>RepTrak</i>^{TM, 2}.Encuesta a Líderes de Opinión.Encuesta de Retroalimentación Informe de RC.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none">Relación permanente a través del área de compras.	<ul style="list-style-type: none">Encuesta de Satisfacción de Proveedores.³

¿Qué retroalimentación recibimos del informe de Responsabilidad Corporativa 2008?

Telefónica consultó a distintos grupos de interés sobre el Informe 2008 de Responsabilidad Corporativa con el objetivo de recibir sus comentarios y mejorar la versión 2009. Este trabajo fue realizado a través de 7 *focus group* coordinados por Casa de la Paz.⁴ Fueron consultados: trabajadores, colaboradores, representantes del ámbito educacional, instituciones relacionadas con la Compañía, expertos en responsabilidad social, clientes y organizaciones de la sociedad civil.

¿Cuáles son los principales aspectos a mejorar?	
Difusión	<p>Mayor difusión del informe hacia públicos claves.</p> <p>Diversificar las vías de difusión.</p> <p>Dar mayor visibilidad al informe en la web.</p>
Contenidos	<p>Diferenciar entre la información del Grupo Telefónica a nivel mundial y en Chile.</p> <p>Mayor Información sobre debilidades y aspectos no logrados, agregar por ejemplo indicadores de multas y reclamos.</p> <p>Incluir testimonios.</p> <p>Contextualizar los datos y comparar con la industria.</p>
Estilos	<p>Mejorar el esquema del Informe para acceder rápidamente a la información.</p> <p>Usar un lenguaje más cercano y agrandar la tipografía.</p> <p>Contemplar formas de navegación que permitan al lector profundizar contenidos.</p> <p>Utilizar la web para difusión de Informe interactivo.</p>

Se ha establecido un plan de difusión del informe. ✓

Se han incluido estos aspectos en el desarrollo de este Informe. ✓

Se han incluido estos aspectos en el desarrollo de este Informe. ✓



1 Realizada por la Subsecretaría de Telecomunicaciones, Subtel.

2 Encuesta de opinión pública realizada por *Reputation Institute* que mide la evolución de la reputación de una empresa en torno a las percepciones sobre las dimensiones de: satisfacción con el producto, Buen Empleador, Integridad, Liderazgo, Innovación, Aporte Social y Desempeño Financiero.

3 Realizada por Telefónica S.A. a sus proveedores globales en forma bianual.

4 www.casadelapaz.cl

II. Temas de mayor relevancia para nuestros grupos de interés.

Estudio de materialidad

Para orientar la elaboración de los informes de Responsabilidad Corporativa del Grupo Telefónica, y con el objeto de enfocarlos en aquellas materias que son más relevantes en función de sus características y peculiaridades, se desarrolló un estudio de materialidad o relevancia.

La primera fase del estudio contempla la identificación de temas relevantes para el grupo, cuyo punto de partida fue el análisis encargado por el *Global e-Sustainability Initiative (GeSI)* y preparado por *Business for Social Responsibility (BSR)*.

El objetivo de este estudio fue determinar la contribución del sector de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) al desarrollo sostenible; centrándose en aquellas áreas donde la contribución del sector es más crítica. Para este análisis se tuvieron en cuenta 4 audiencias claves: las empresas, los analistas de inversión, la sociedad civil y las Organizaciones No Gubernamentales.

Análisis de relevancia

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.

Una vez identificados los temas relevantes, se pasó a una segunda fase de categorización y priorización de los temas relevantes para el Grupo Telefónica. Este ejercicio se realizó en función de dos variables: el impacto en la estrategia y el impacto o influencia para los grupos de interés.

Impacto en la estrategia de Telefónica

- **Criterio**
- **Satisfacción cliente**
- **Satisfacción empleado**
- **Crecimiento**
- **Eficiencia**
- **Retorno al accionista**

Influencia en los Grupos de Interés

- **Criterio**
- **Objetivos del milenio**
- **Derechos Humanos / Pacto Global**
- **Medios**
- **Informes RC Sector TIC**
- **Política Pública**
- **Guías GRI**

El análisis permitió confirmar la importancia para Telefónica de diferentes aspectos englobados en temas tales como:

- Relaciones con los empleados
- Cadena de Proveedores
- 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

En base a estos temas se ha estructurado el Informe de Responsabilidad Corporativa del Grupo Telefónica y de Telefónica en Chile.

Variables consideradas en el análisis de relevancia:

- Requisitos de organismos internacionales como la OCDE, OIT, Comisión Europea, legislaciones nacionales.
- Índices de inversión como el *Dow Jones Sustainability Index*, y el *FTSE 500*.
- Análisis de riesgos del Grupo Telefónica.
- Comentarios de grupos de interés, a través de mesas de diálogo.
- Revisión de los temas en la Oficina de Principios de Actuación.

Resultados en Chile

Asimismo y como parte de los procesos de retroalimentación de Telefónica en Chile, los grupos de interés plantearon los siguientes temas relevantes, que profundizan en los ya detectados a nivel corporativo:

- Promover cultura interna y prácticas de orientación al cliente.
- Mejorar el servicio al cliente.
- Proveer el servicio en el momento oportuno y con la calidad esperada.
- Consolidar la confianza en el proceso de pago de los servicios.
- Incorporar la RC en la cultura interna de trabajadores propios y contratistas, y promoverla a lo largo de la cadena de valor.
- Seguir desarrollando iniciativas de RC alineadas con el negocio: alfabetización e inclusión digital, consumo responsable de telefonía, conectividad y formación en Tecnologías de Información y Comunicación, TIC.
- Convertir promesas en metas.
- Fortalecer gestión e iniciativas de cuidado ambiental ligadas al negocio.
- Capacidad de respuesta ante desastres naturales (*)

(*) Este aspecto se incorporó como prioridad luego del terremoto de Febrero de 2010.

Temas relevantes para el Sector de las TIC

Uso de las TIC

Importancia están cobrando aspectos relacionados con la confianza digital de los usuarios de las telecomunicaciones, como son la protección de datos, la privacidad, la seguridad en las redes o la protección del menor.

Relaciones con Gobiernos, Reguladores y Comunidad

El pago de tributos y la no existencia de cuentas bancarias en paraísos fiscales, la capacidad de respuesta a desastres naturales, los incidentes o multas por incumplimiento de la regulación y competencia, así como las relaciones con las diferentes comunidades locales, son aspectos relevantes.

Acceso a las TIC

Es importante el desarrollo de programas que permiten extender el acceso de las telecomunicaciones en países emergentes y comunidades locales, extender los productos y servicios a colectivos de bajos ingresos, y a personas con alguna discapacidad, así como facilitar el acceso a la educación mediante el uso de las TIC.

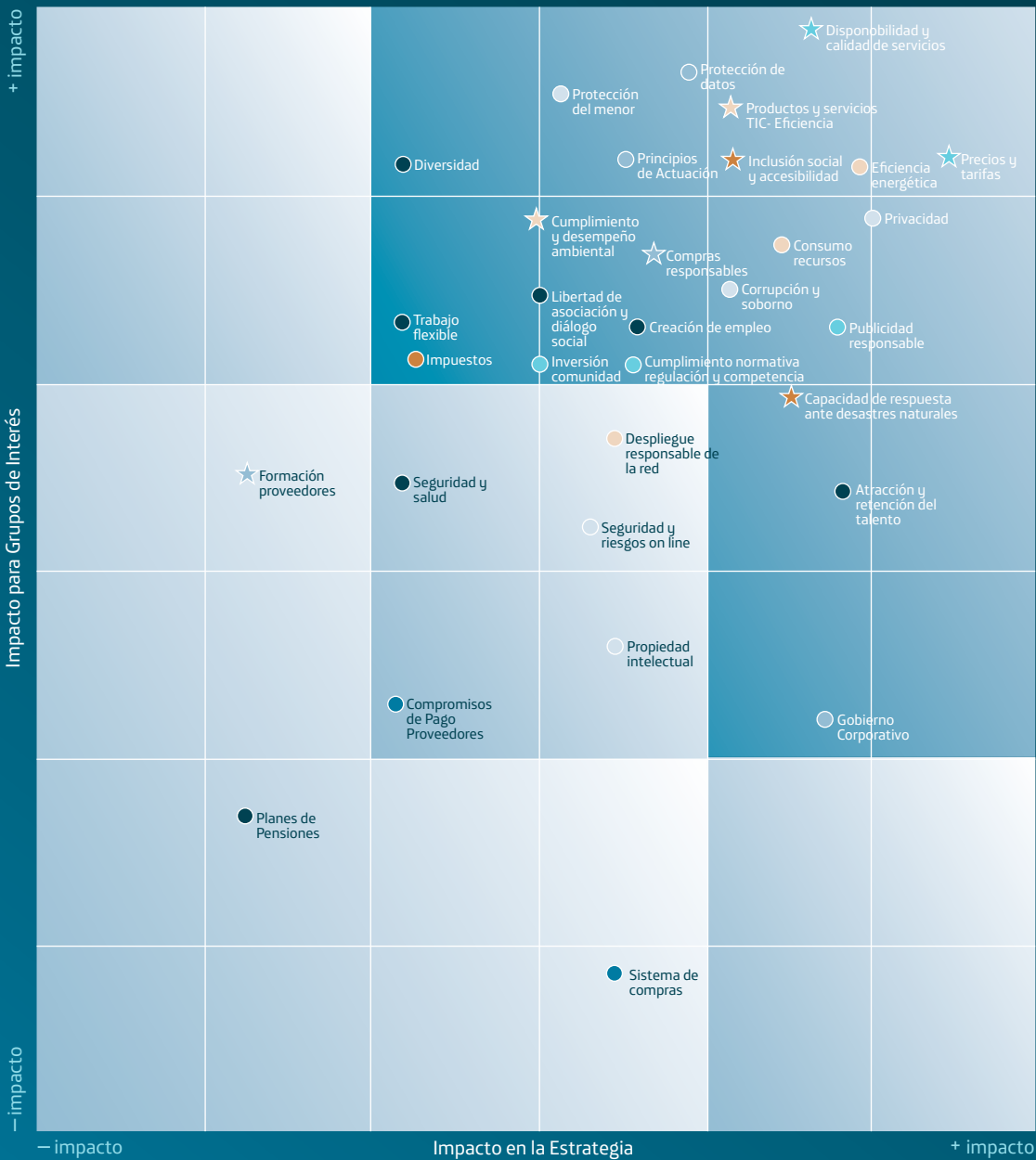
Medio Ambiente y Cambio Climático

El uso intensivo de las TIC y su capacidad para reducir sus consumos energéticos a través de medidas de eficiencia, las capacidades de las TIC para proveer soluciones de eficiencia a otros sectores, garantizar el cumplimiento de las normas ambientales, así como el control de materiales.

Para el desarrollo de los informes de Responsabilidad Corporativa, el Grupo Telefónica realizó un estudio que identifica los temas más relevantes para sus *grupos de interés claves.*

Matriz de materialidad del Grupo Telefónica (2009)

Identificación de los asuntos relevantes para Telefónica y sus Grupos de Interés



- Relaciones contemplados ○ Cadena de suministro ○ Integridad y transparencia ○ Clientes
○ Uso de las TIC ○ Relaciones con la Comunidad, Gobiernos y Reguladores ○ Acceso a las TIC ○ Medio Ambiente y cambio climático
- ★ Tema prioritario para los grupos de interés en Chile.

Pacto Global de Naciones Unidas

En 2002 el Grupo Telefónica suscribió los Principios del Pacto Global de Naciones Unidas, comprometiéndose a mostrar avances anuales en la gestión de los mismos.

4.8



GRUPO TELEFÓNICA tiene un sólido compromiso con el Pacto Global de las Naciones Unidas. En primer lugar, en las operaciones de la Compañía es una prioridad cumplir con todos los principios que este informe detalle, pero además, el ex presidente de Telefónica en Chile, Emilio Gilolmo, fue elegido presidente del Centro para Latinoamérica Sostenible, órgano colegiado constituido para promover la sostenibilidad en la región, a través del Pacto Global. Es una iniciativa de compromiso ético destinada a que las empresas acojan como parte integral de su estrategia, los diez principios de conducta en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción.



Iniciativas 2009 agrupadas en torno a los Principios del Pacto Global:

DERECHOS HUMANOS			<p>Principio 1: Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.</p> <p>Principio 2: No ser cómplice de abusos de los derechos.</p>
El respeto por los derechos humanos es uno de los conceptos rectores de los Principios de Actuación del Grupo Telefónica. Pág. 49	Para dar igualdad de oportunidades a todos sus proveedores, Telefónica cuenta con un modelo de gestión de "compras responsables". Pág. 47	Telefónica sitúa a sus clientes en el "centro de todo". El respeto y preocupación por ellos, se refleja en el índice de Satisfacción, que durante el 2009 fue de 7,48. Pág. 37	
Contribuir a crear una sociedad inclusiva a través de las TIC es uno de los compromisos de Telefónica. Pág. 54	Telefónica en Chile lanzó con Publímetro el primer diario en braille, aportando a la integración social de los no videntes. Pág. 56	Telefónica cuenta con un Comité de Riesgo, que evalúa el cumplimiento de la normativa laboral en los proveedores de servicios. Pág. 46	

ESTÁNDARES LABORALES			<p>Principio 3: Apoyar los principios de libertad de asociación, sindical y el derecho a la negociación colectiva.</p> <p>Principio 4: Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.</p> <p>Principio 5: Abolir cualquier forma de trabajo infantil.</p> <p>Principio 6: Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación</p>
Telefónica en Chile promueve el diálogo social con sus trabajadores, llevando a cabo procesos de negociación colectiva. Pág. 40	Existe una Agenda Laboral permanente entre la empresa y las organizaciones sindicales para tratar los temas de interés de los trabajadores. Pág. 40	Un 88% de satisfacción manifestaron los empleados de Telefónica en Chile durante 2009. Pág. 38	
El 49 % de la plantilla de Telefónica en Chile son mujeres. Pág. 41		El programa "Proniño" de Telefónica busca contribuir a la erradicación del trabajo infantil. Durante 2009 participaron más de 5.000 niños. Pág. 60	

MEDIO AMBIENTE			<p>Principio 7: Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.</p> <p>Principio 8: Promover mayor responsabilidad medioambiental.</p> <p>Principio 9: Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.</p>
Se capacita a empleados y colaboradores en el cuidado del medio ambiente. Pág. 43	En 2009 se levantó un mapa de riesgos ambientales. Pág. 42	Telefónica en Chile definió herramientas para el despliegue responsable de la red de telecomunicaciones. Pág. 43	
Se han implementado programas de gestión de residuos y consumos. Pág. 44	Las TIC contribuyen a disminuir las emisiones de carbono. Pág. 44		

CORRUPCIÓN			<p>Principio 10: Las empresas deberán trabajar contra la corrupción en todas sus formas.</p>
Telefónica en Chile cuenta con un sólido gobierno corporativo. Pág. 51	El 84,9% de los empleados fueron capacitados en los Principios de Actuación, directrices del comportamiento ético de Telefónica. Pág. 49	Para velar por el cumplimiento de los Principios de Actuación, existe una línea de denuncia confidencial en la intranet corporativa. Pág. 49	

Compromiso con la Excelencia en el Servicio

- Clientes
- Empleados
- Medio Ambiente
- Cadena de Proveedores



Cientes

Telefónica en Chile cambió su cara frente a los clientes, ahora es Movistar, y busca ser líder nacional en la “Experiencia Cliente”.

ENFOQUE DE GESTIÓN – PR1 – PR4 – PR5 – PA03 – PA04 – IO 01

Telefónica en Chile inició en 2009 una nueva era en sus 129 años de historia en Chile. El lanzamiento de Movistar como marca comercial única, que a partir de octubre entrega los servicios fijos y móviles a través de un solo canal, espera responder más y mejor a las inquietudes y necesidades de los clientes actuales y futuros.

El entorno de la Compañía también cambió. La liberación de las tarifas de voz fija por parte de la autoridad reguladora, será un importante beneficio para los clientes en Chile.

La empresa busca una mayor cercanía con los clientes. Para ello fortaleció más aun la cultura de servicio, capacitando a empleados y contratistas en los talleres Inspira, diseñados especialmente para mejorar el servicio al cliente.

Los clientes en el centro de todo

Reto 2012: convertir al Grupo Telefónica en la mejor Compañía global de comunicaciones del mundo digital.

El cliente en el centro de todo. Esa es la premisa de la Compañía. Para ello hay que desarrollar relaciones emocionales positivas con los clientes y ofrecerles servicios, en forma competitiva y eficiente, motivando e ilusionando al equipo. Este es el foco del programa bravo!, incluido dentro del Plan Estratégico 2010-2012. La iniciativa cuenta con tres pilares: Cliente, Oferta, Plataformas y Cultura.

Para lograr relaciones emocionales positivas con los clientes, se requiere un cambio cultural. Los tres principios en los que se sustenta y tangibiliza esta visión son: Nueva Promesa de Marca, Escuchar al Cliente y Cultura Cliente.



Luis Adolfo Gómez Tenemos el desafío de generar un cambio cultural que ponga al cliente en el centro de todo lo que hacemos.
Gerente Customer Journey

Nuevas redes y el despliegue de fibra óptica, llevarán los servicios de telefonía fija e internet a *velocidades* muy superiores.



Nueva promesa de marca

El 2009 quedó marcado por la integración de las diferentes marcas bajo la de Movistar, que incluye la telefonía fija y la móvil. La integración representa más que un cambio de nombre, es un aporte de valor gracias a los nuevos modelos de negocio, a las iniciativas centradas en el cliente y a las nuevas promesas de marca.

¿Porqué una nueva promesa de marca?

- Permite enfocar la gestión hacia un mejor servicio. Los clientes actuales y futuros de Telefónica buscan un servicio integral, cómodo, simple, ágil, con menos trámites y burocracia. También quieren ver una cara, ojalá cercana, que les solucione sus inquietudes y requerimientos. Una sola marca facilita avanzar en estos temas.
- Permite innovar a la par con las nuevas tecnologías y servicios disponibles para los clientes; las nuevas tecnologías de información que se están utilizando y las que se desarrollarán en el futuro, ya tienen integrados varios productos. La "convergencia"⁵ es la capacidad de diferentes plataformas de red de transportar tipos de servicios esencialmente similares.

Escuchar al cliente y viajar con él

Los clientes desean que las Compañías los sitúen en el corazón de su negocio. Esperan que les proporcionen una experiencia fascinante y comprometida desde un punto de vista emocional. *Customer Journey* es la nueva vivencia cliente, que debe ser entendida más como un viaje que como un destino. Esto significa acompañar al usuario durante todo su ciclo de vida, incluso antes de que sea



Lanzamiento de la Banda Ancha Libre

cliente de la Compañía y también después. Profundiza su conocimiento, valida la experiencia de servicio que este desea y fortalece la relación emocional con él.

La Gerencia de *Customer Journey* nació en octubre de 2009, respondiendo a una iniciativa de la casa matriz en España. Esta unidad gestiona temas de todas las áreas de la Compañía, ya que se requiere una sinergia importante entre los ejes estratégicos de empleados y de clientes.

Para avanzar en la gestión de esta mirada integral, durante 2009 se realizaron las siguientes acciones:

- *Customer Insight*, desarrollo de investigaciones para entender al cliente, anticipando sus expectativas.
- Evaluación de los nuevos productos en función de las promesas de marca.
- Alineamiento de marketing y sus campañas, con las promesas de marca.
- Mayor profundización y entendimiento de los indicadores que miden la satisfacción del cliente.



Mayor información de la Promesa al Empleado, en página 39.

Empleados y Contratistas Orientados al Cliente

Para cumplir los objetivos propuestos se desarrollaron las siguientes acciones:

- Nuevo proceso de selección de empleados que incorpora dentro de los atributos que se buscan, la orientación al cliente.
- Cambio en el modelo de relación con las empresas colaboradoras, hacia una gestión más estratégica de ganar-ganar.
- Mejora en el diálogo con clientes-empleados: nuevo Fono Ayuda para que los empleados puedan canalizar sus dudas y quejas respecto del servicio y/o productos de la Compañía.
- Inclusión en los bonos de desempeño de sus profesionales indicadores de calidad de servicio y de satisfacción de cliente.
- Introducir en los organismos de toma de decisión a alguien que siempre "hable" por el cliente.

⁵ Convergencia según el Libro Verde de la Convergencia de la Unión Europea.

Casi **4.500** trabajadores y colaboradores de Telefónica en Chile, participaron en los talleres Inspira durante 2009.



Talleres Inspira en Arica



Talleres Inspira en La Serena

Cultura hacia el cliente

Esta dimensión busca poner al cliente en el centro de la cultura al interior de la Compañía. Los talleres Inspira han sido una clave estratégica en el cambio cultural esperado. Buscan sensibilizar y motivar a los empleados a través de cursos específicos orientados al servicio al cliente.

Los talleres se realizaron en todo Chile, fueron relatados por directores, gerentes y subgerentes y frente a la pregunta ¿La dirección nos motiva para alcanzar los objetivos y la estrategias de la empresa? el índice de satisfacción de la organización fue de un 88,4% (ponderador integrado fijo móvil).

El Programa Inspira fue reconocido con el segundo lugar en el Premio “Innovación de Recursos Humanos” en el *Mobile World Congress 2009*.

Proyectos Estratégicos 2009 para mejorar la atención de clientes

• **Programa de Servicio al Cliente:**

Se avanzó en 4 áreas: a) Reducir el tiempo de instalación y generar agendamiento con los clientes. b) Reducir la cantidad de reclamos comerciales y reclamos de atención. c) Incrementar la velocidad de reparación en Banda Ancha y Televisión. d) Reducir el tiempo de atención, con mejor acceso a los ejecutivos.

• **Reforzamiento de atención a clientes en sucursales:**

Se contrató un número importante de personas como empleados de Telefónica que prestan servicios de atención de clientes en sucursales. Estos fueron seleccionados y entrenados especialmente.

• **Modelo de Competencia en el Call Center:**

Cambio en el sistema de incentivos y en los indicadores de desempeño para quienes trabajan en el Call Center.

• **Cambio en el Modelo del Servicio Técnico:**

El nuevo modelo tiene como vector una relación ganar-ganar entre Telefónica y el contratista, que presta el servicio técnico, con una preocupación especial por resguardar la rentabilidad del negocio del contratista y con ello su desarrollo.



TESTIMONIO

Andrés Cancino V.
Dirección Asuntos Corporativos

Taller Inspira: Me parece una buena iniciativa ya que nos hace sentir a cada uno de nosotros –independiente del cargo, sexo o edad–, que en el fondo conformamos y somos parte de una sola Compañía. Lo importante de este encuentro es intercambiar valores y experiencia. Disfrutar de entretenidas actividades en conjunto y de aportar de alguna manera para concretar un objetivo. A la vez, también me desmotiva, ya que toda esa iniciativa positiva de ver una empresa con una mirada cultural estratégica, con el tiempo se desvanece. En mi opinión, debería realizarse por lo menos 2 ó 3 veces en el año.

Productos y servicios innovadores

Telefónica en Chile ofrece a la sociedad servicios que permiten mejorar la vida de las personas, facilitar el desarrollo de los negocios y aportar con innovación. Y ahora bajo la marca Movistar una oferta integrada de productos y servicios.

Mejorar la Vida de las Personas



TELEFONÍA DE RED FIJA

Acceso telefónico a red fija a **2,02 millones de clientes**, disminución de las líneas en servicio en un 4,4%.

TELEFONÍA MÓVIL

Telefonía móvil a **7,5 millones de clientes**, 8% más que el 2008.

BANDA ANCHA

783 mil accesos de Banda Ancha entregamos en 2009, con un crecimiento de 10% respecto de 2008.

TELEVISIÓN

Servicio de televisión a **285 mil clientes**, con una expansión de 8% respecto del año anterior, incorporando la oferta conjunta (pack) con otros servicios de la Compañía y el crecimiento en el número de canales *premium*.

Facilitar el Desarrollo de los Negocios y los Servicios Públicos



PYMES

237.659 Pymes son clientes de Telefónica en Chile

PLATAFORMA COMUNICACIONAL PARA LAS EMPRESAS

Soluciones integrales de datos y conectividad, internet y seguridad, soluciones TI, soluciones de Telefonía tradicional e IP y soluciones en casa del cliente, tales como PBX IP, *call center*, soluciones virtualizadas, videoconferencia, televigilancia y videovigilancia, servicios internacionales, cuenta además con múltiples *datacenter*, distribuidos alrededor del mundo.

SOPORTE ELECCIONES PRESIDENCIALES 2009

Soporte al sistema de cómputos del Ministerio del Interior en las elecciones presidenciales y parlamentarias de diciembre de 2009

Servicios Innovadores



PROYECTO BENEDICTINOS

Gracias a la tecnología de fibra óptica se llegó con los servicios de telefonía fija, televisión e internet a velocidades muy superiores a las existentes. De esta forma, la actual transmisión de 8 megas pasará a 40, con calidad de alta definición.

BANDA ANCHA LIBRE

Plataforma de conectividad para el hogar que ofrece acceso sin costo a los contenidos generados y alojados en Chile, complementado por un sistema de prepago para acceder a aquellos sitios que requieren conexión internacional.




Mayor información de la Banda Ancha libre en página 54.

TARJETA LÍNEA PROPIA -TLP

Permite al cliente contar con una línea propia virtual, transportable y versátil, para realizar llamadas desde cualquier teléfono fijo, teléfonos públicos, celulares habilitados, navegar con banda ancha usando Wi-Fi, navegar en forma conmutada.

Resultado 2009 en
satisfacción de los clientes

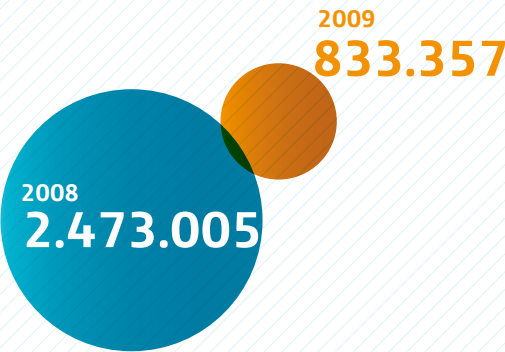
 **Principio 1 del Pacto Global: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional.**

Telefónica integró en 2009 la medición de satisfacción de los clientes, registrando avances en los índices de satisfacción, de 6,54 que tenía en 2007, pasó a 7,04, en 2008, alcanzando en 2009 un índice de 7,48. Estos resultados se explican, principalmente, por la cercanía que trajo consigo la simplificación de procesos y las visibles mejoras en los estándares de calidad de los canales de atención, instalación, facturación y soporte.



Inauguración de la Oficina de Atención Las Condes

Nº DE RECLAMOS RECIBIDOS 2008 Y 2009



ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES 2008 Y 2009



Empleados

Un 88% de satisfacción de los empleados se alcanzó el 2009.

ENFOQUE DE GESTIÓN – LA1 – LA2 – LA3 – LA7 – LA8 – LA11 – LA13

¿Cuál es la visión que impulsa la gestión de personas en Telefónica?

La visión de Telefónica pasa por mejorar la vida de sus empleados, impulsar su crecimiento, desarrollo y bienestar; potenciar el talento y valorar la diversidad, la iniciativa e innovación, propiciando el equilibrio entre la vida personal y profesional para lograr un progreso común.

En 2009 el trabajo en el ámbito de la dirección de personas continuó profundizando en la Promesa al Empleado que contiene cinco pilares: liderazgo, comunicación, reconocimiento, calidad de vida y compensación y desarrollo.

El cambio de cultura ha sido efectivo, y ha permitido posicionar a la Compañía como “La mejor empresa para trabajar del sector Telecomunicaciones”, de acuerdo a los resultados del *Great Place to Work Institute*, condición esencial para reclutar y retener a los mejores talentos.



Telefónica fue *premiada* como la Cuarta Mejor Empresa para Trabajar en Chile en el ranking que elabora el *Great Place to Work Institute Chile*.

Satisfacción de los empleados

El objetivo del año 2009 fue trabajar en la consolidación de un modelo de clima organizacional que promoviera la gestión de clima a través de mejoras sistemáticas en la satisfacción de los empleados, en los resultados organizacionales y en la confección de planes de acción específicos de cada área.

Se destaca la creación de Fondos concursables del Club Telefónica, el Programa Preventivo de Salud y el fortalecimiento del Programa de Reconocimiento Individual y de Equipo, y las agendas de liderazgo para potenciar la comunicación directa y el liderazgo más cercano.


En casi tres años, se logró mejorar la satisfacción de los empleados, desde un 64%, en el año 2006, hasta un 88% en 2009.



Celebración del cuarto lugar en el ranking “Mejores Empresas para Trabajar en Chile”.

Mantener un índice de *Frecuencia de 0%* durante dos años consecutivos le dio a Telefónica el Premio a la “Excelencia en Prevención de Riesgos”, otorgado por el Consejo Nacional de Seguridad .

Promesa al empleado, avances 2009

 Principio 4 del Pacto Global: Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.

Calidad de Vida

Durante el período 2009, dentro de la Promesa Empleado del Plan Estratégico de la Compañía, se consolidaron los programas y beneficios que fomentan la calidad de vida en el interior de la organización, como son el estar presente con los hijos en la fecha de su cumpleaños, en su primer día de clases, el regreso progresivo después del post-natal y el recibimiento a la Compañía a través del programa T-Incorpora, entre otros.

El Club Telefónica, por ejemplo, que integra ámbitos deportivos, recreativos, culturales y sociales, creó espacios de participación y colaboración, promoviendo un desarrollo integral en lo laboral, personal y familiar. Los empleados participaron en proyectos concursables para obtener recursos y financiamiento compartido.

El objetivo es mejorar la satisfacción de los empleados y acercarse a sus intereses, gustos y motivaciones individuales y de equipo, contribuyendo de esta manera positivamente en los resultados de la Compañía. Esta iniciativa tuvo como resultado la selección de 107 proyectos a nivel nacional, con un nivel de participación de 89% del plantel en regiones y 49% del plantel en la Región Metropolitana.

2.000 colaboradores participaron en charlas de “Equilibrio laboral y Personal”.

2.200 colaboradores se integraron voluntariamente en el programa de prevención de salud “Tu Salud no es un Chiste”.



TESTIMONIO

Mónica Peñailillo
Ejecutiva Clientes
Estratégicos, Segmento
Negocios

“ Me llamó la atención el recibimiento con la manito de recepción y el poster de bienvenida. Ha sido entretenido e intenso. Me ha llamado mucha gente dándome la bienvenida, me han venido a saludar y me he sentido súper integrada. La gente me ha recibido muy bien”.

Nueva colaboradora de Telefónica en Chile, recibida con el programa T-Incorpora.

Reconocimiento

Telefónica apuesta por una cultura de reconocimiento, en la que empleados y directivos sepan valorar los logros y actitudes diferenciadoras de las personas y los equipos.

Existen diferentes programas de reconocimiento con identidad propia -“Reconóceme” o “Reconoce Ahora”-, que tienen objetivos similares: premiar de manera diferenciada los comportamientos, actitudes y logros. Durante el año 2009, el Programa de Reconocimiento se focalizó en el Servicio al Cliente.

- Emotivo homenaje, a lo largo de todo Chile, a 5 colaboradores con más de 30 años de aporte a Telefónica Chile.
- 607 hijos de colaboradores reciben becas académicas 2009 en todo el país.
- 30 colaboradores extranjeros de 11 países fueron reconocidos en el día de su aniversario patrio.

Operación Móvil:

40 becas de perfeccionamiento (de pregrado) por semestre, para colaboradores, con 100% de financiamiento.

Operación Fija:

282 becas de perfeccionamiento para colaboradores sindicalizados, con financiamiento según convenio colectivo.

Liderazgo

El objetivo de Telefónica es formar líderes cercanos y comprometidos. Durante el año, se continuó con el programa de desarrollo de habilidades de los líderes, en el que las jefaturas con personal a cargo participaron en el taller “Desafiar los Procesos” que les entregó herramientas que contribuyen a la excelencia operacional.

Comunicación

La Compañía ha dado continuidad a su espíritu de comunicación interna en su afán por cohesionar y dinamizar al equipo humano que la integra. Es por ello que la organización ha concentrado esfuerzos en dar un mayor protagonismo a los profesionales que trabajan en ella, a través de herramientas de comunicación on line y, fundamentalmente, interactivas: el diario de Telefónica, el diario TV, así como emailings masivos a todos los empleados.

La comunicación realizada por los líderes de la Compañía es impulsada a través de la Agenda de Liderazgo, que contempla reuniones cara a cara de responsabilidad de los líderes de Telefónica, y en las que participan tanto el

presidente de Telefónica en Chile, como los gerentes generales. En 2009 se realizaron 4 encuentros trimestrales para líderes, 10 encuentros mensuales con líderes, 2 desayunos mensuales y 6 salidas a terreno.

También, se han organizado numerosas acciones de proximidad, tales como sorteos de entradas a museos, conciertos, eventos deportivos y de ocio patrocinados por la empresa.

Compensación y Desarrollo

En Telefónica se trabaja con las personas, invirtiendo en el desarrollo de una carrera profesional satisfactoria. En este sentido, la Compañía cuenta con programas que permiten identificar el talento en los diferentes niveles de la organización, desarrollar las capacidades de los profesionales clave y generar un punto de encuentro que facilite una red de conocimiento transversal.

Para impulsar el desarrollo profesional de los directivos de la Compañía, entre finales de 2008 y principios de 2009 se lanzó por segunda vez la evaluación 360º y se realizaron el Ciclo de Desarrollo de las Personas, los Planes de Desarrollo Individual, los programas de Movilidad Interna y el Plan de Capacitación Anual, que retienen, motivan y logran un mayor compromiso de los colaboradores.

- 232.225 horas de capacitación, con una cobertura de 4.915 personas capacitadas, fue el balance del Instituto Telefónica Chile.
- 5 empleados (fija) y 3 empleados (móvil) participaron del Programa de Rotación Internacional a diferentes países.
- 5 salas de capacitación remota para colaboradores fueron inauguradas en 2009.
- 1.623 postulaciones con 134 y 18 ganadores internos en Telefónica Chile y Movistar, tuvo respectivamente el programa de Movilidad Interna en 2009.

155 Becas de postgrado fueron entregadas a trabajadores en 2009.



TESTIMONIO

Marisel Salinas
Dirección Comercial

“Fue increíble, me permitió descubrir nuevas habilidades que no creía tener. Como joven profesional es una experiencia enriquecedora en lo laboral y personal, te abre un nuevo mundo, conoces gente muy interesante y te permite descubrir fortalezas, y por supuesto conocer tus debilidades y mejorarlas”.

Participante Programa de rotación Internacional de intercambio por 1 año en Madrid, en la Gerencia de Operaciones Comerciales, Dirección Servicio al Cliente.

Relaciones laborales

Principio 3 del Pacto Global: Apoyar los principios de libertad de asociación y sindicales y el derecho a la negociación colectiva.

Telefónica apuesta por el diálogo social y lo promueve de forma generalizada en una amplia mayoría de sus empresas. Para ello, lleva a cabo procesos de negociación colectiva, cuyos acuerdos regulan las condiciones económicas y laborales de los empleados.

En dichas negociaciones se acordó un modelo que modificó los parámetros de ajuste de remuneraciones, beneficios e incentivos anuales, centrándolos en las variables de desempeño, productividad y alineamiento con los objetivos del negocio.


Además se llevaron a cabo las reuniones de Agendas Laborales con las organizaciones sindicales, para discutir temas que afectan directamente a los trabajadores, como por ejemplo, calificación de “trabajo pesado”; nueva estructura de cargos; mercado de referencia en estudio de remuneración, y alcances del proceso de integración de marca.

“Somos Movistar”

El proceso de integración de las Compañías buscó cuidar los pilares de la Promesa al Empleado, una comunicación cara a cara, con líderes visibles y dialogantes. Entendiendo que una fusión es un proceso complejo, se privilegió una comunicación directa y abierta con los líderes sindicales y los empleados de ambas Compañías. En los primeros 45 días del proceso se realizó un *Assesment* a los cargos que debían integrarse: Directores, Gerentes y Subgerentes, utilizando una metodología confiable y profesional. Los avances del proceso se comunicaron a través de reuniones abiertas, francas y directas; con total transparencia y comunicación. Así, fueron elegidos aquellos profesionales que tenían las competencias, habilidades y estilos acordes al nuevo proyecto Movistar.

- 311 empleados de un plantel promedio de 4224 fueron desvinculados en Telefónica Chile, lo que equivale a una rotación sobre el plantel medio de 7,4%.
- Ambos sindicatos de trabajadores estuvieron siempre informados y en permanente comunicación con la alta dirección de Telefónica.

Balance laboral

 **Principio 6 del Pacto Global: Eliminar la discriminación en materia de empleo y ocupación.**

Junto con la integración de marca se han incorporado nuevos desafíos en todos los ámbitos laborales. El Informe de Responsabilidad Corporativa 2008 presentó el Balance Laboral en forma separada para Telefónica Chile y Movistar. En el siguiente cuadro, dichas cifras han sido integradas, y por tanto, presentadas como un solo valor.



Premiación del Programa “Reconócame” en Cerro Colorado.

Inclusión digital

Como parte del compromiso de Grupo Telefónica para contribuir a reducir la brecha de discapacidad y acceso a las minorías, durante 2009 la operadora mantuvo la generación de oportunidades laborales a personas con discapacidad. En ese sentido, 41 personas pudieron insertarse al mercado laboral a través de alianzas estratégicas con los proveedores Outside, Fundación Tacal, Accionline y Orsan. Cabe destacar que estos empleos también han incluido capacitación.


CIFRAS DE EMPLEO	2007	2008	2009
Empleados directos (Número)	5.848	6.012	10.603
Antigüedad media (Años)	10	10	11
Edad media (Años)	40	39	40
SEGURIDAD LABORAL	2007	2008	2009
Índice de gravedad (Días perdidos por 1.000.000 de horas hombre)	76,6	159,4	75,2
Índice de frecuencia (Accidentes por 1.000.000 de horas hombre)	7,1	13	7,9
Tasa de accidentabilidad (Accidentes por 100 trabajadores)	1,5	2,0	1,6
Tasa de Siniestralidad (Días perdidos por 100 trabajadores)	16,1	18,0	14,9
INDICADORES DE DIVERSIDAD	2007	2008	2009
Mujeres respecto del total de empleados (%)	34	36	37,7
Mujeres en cargos directivos (%)	9	9	6
Empleados con discapacidad (Número)	11	16	18

Medio Ambiente

La meta para 2015 es un consumo de energía de la Red de Telecomunicaciones un 30% más eficiente y un 10% menor en las oficinas.

EC2 – EN1 – EN3 – EN8 – EN18 – EN22 – EN26 – EN27 – TA01 – TA02 – TA03 – TA04 – PA10 – PA11 – IO03 – IO07

¿Cuál es la visión del Grupo Telefónica sobre el cuidado del medio ambiente?

-  **Principio 7: Apoyar el enfoque preventivo frente a los retos medioambientales.**
- Principio 8: Promover mayor responsabilidad medioambiental.**
- Principio 9: Alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medio ambiente.**

Telefónica reconoce la importancia que el medio ambiente tiene para el progreso económico y social, es por eso que pone al servicio de la sociedad las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) como motor del desarrollo sostenible.

La Compañía trabaja además para minimizar el impacto ambiental de sus actividades, promoviendo las mejores prácticas de gestión; la adopción de criterios ambientales en el despliegue de la red, y la participación de todos los empleados en la consecución de estos logros.

Para guiar esta estrategia se desarrolló una Política Ambiental. Para llevarla a la práctica se creó el Sistema de Gestión Ambiental (SGA) y la Oficina de Cambio Climático. Este modelo está alineado con los Principios de Actuación y con el principio ambiental: "Estaremos comprometidos con el desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente y la reducción de cualquier impacto negativo de nuestras operaciones en el entorno".

Hora del Planeta

El objetivo de la Hora de la Tierra fue conseguir la adhesión de mil millones de ciudadanos, autoridades, empresas e instituciones para demostrar que es posible la actuación conjunta contra el cambio climático y la construcción de un futuro sostenible.

Un momento histórico mundial, se vivió el sábado 28 de marzo de 2009, cuando millones de personas en 80 países y más de 1.200 ciudades, apagaron las luces para solidarizar con la hora del planeta.

Telefónica en Chile, se unió a esta cruzada creada por la organización *World Wide Fund (WWF)*, apagando los edificios corporativos de avenida Providencia, El Bosque y Miraflores.



¿Cómo se gestiona el cuidado del medio ambiente?

La prevención ambiental es uno de los principales puntos de atención en Telefónica para garantizar y mantener el cumplimiento de los requisitos ambientales y el control de los impactos.

Una de las herramientas clave para ello es el análisis y la valoración de los riesgos. A través del Comité de Medio Ambiente se gestionan las mejoras y sinergias que permiten ser pro-activos en esta materia.

Dentro del Sistema de Gestión Global para los próximos tres años se contempla desarrollar un Plan de Acción Medioambiental que incluye cinco ejes fundamentales: cambio climático, gestión ambiental, gestión de residuos, despliegue de red responsable, y telecomunicaciones y desarrollo sostenible.

Adicionalmente se busca homogeneizar las prácticas en todas las operaciones y en la cadena de suministro. Con esta finalidad se creó la Norma de Requisitos Mínima, que contempla: diagnóstico ambiental, requisitos ambientales, planificación, implementación, y operaciones y auditoría.

Plan de acción Medioambiental

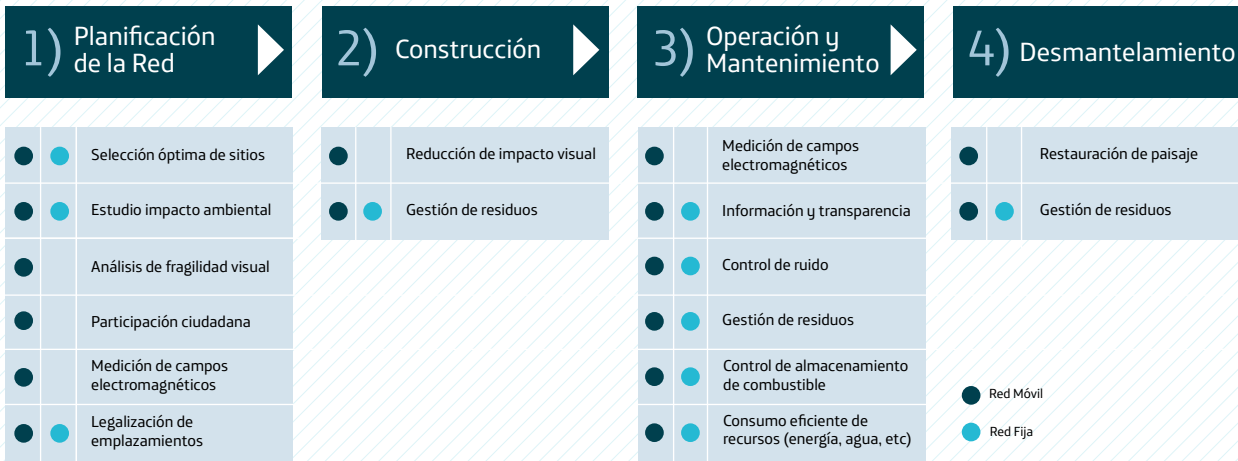


En 2009 se levantaron los *mapas* de riesgos ambientales y se definieron medidas de mitigación en las operaciones de fijo y móvil.

Despliegue responsable de la red

Durante el diseño de la red, Telefónica utiliza diversas herramientas para prevenir los posibles impactos futuros. También ha establecido procedimientos para la etapa de construcción, la operación y el mantenimiento.

Clave para la prevención es la formación y sensibilización de empleados y proveedores.



1) Planificación:
Siempre que se requiera se realizan estudios de impacto ambiental o declaraciones de estos mismos proponiéndose las medidas correctivas necesarias. Por otra parte, Telefónica en Chile realiza en su operación móvil un análisis de la fragilidad visual para que el impacto de la infraestructura sea el menor posible. En algunos casos además se efectúan estudios teóricos previos de las emisiones radioeléctricas.

2) Construcción:
Cuando es necesario la estructura es integrada al entorno mediante acabados en pintura o simulando texturas similares a la zona en que se ubican. También se comparte la infraestructura con otros operadores. Asimismo, se gestionan los residuos industriales peligrosos y no peligrosos.

3) Operación y Mantenimiento:
En la fase de mantenimiento de la red, aplicando el principio de precaución, Telefónica controla y monitorea sus niveles de emisión radioeléctrica. La Compañía es consciente de la inquietud existente en la sociedad en torno a las emisiones, y por ello mantiene una comunicación transparente y continua sobre este tema. Un último factor, el ruido, es monitoreado cuando genera molestias en el entorno.

4) Desmantelamiento
Cuando se desinstala una infraestructura de Telefónica se implementan prácticas para restaurar o devolver el lugar a la situación original, de manera que no se perciba la intervención, aplicando criterios de restauración mínimos en todas las instalaciones.

En 5 emplazamientos se realizaron mediciones de los niveles de ruido.

En 48 estaciones base se comparte algunos de los elementos de la infraestructura con otros operadores de telefonía, por ejemplo la torre o las casetas.

En 1.810 emplazamientos se ha medido la potencia de emisión de campos electromagnéticos.

¿Cómo contribuyen las TIC a disminuir las emisiones de carbono?



Sala de audio y video conferencias de Telefónica Chile

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), nos permiten utilizar los recursos en forma más eficiente. Esta industria tiene un rol crucial y una oportunidad, junto con otros sectores, en el diseño y desarrollo de soluciones necesarias para ayudar a construir una sociedad con niveles bajos en carbono.

Los impactos positivos del uso de las TIC han sido medidos y cuantificados a través de una menor utilización de papel, de combustible; menor uso de energía y de tintas, por mencionar algunos.

Acciones de 2009 para la disminución de las emisiones de carbono

- Emisión de boleta o factura electrónica: La facturación electrónica redundó en un menor uso de papel, impactando positivamente en la ecoeficiencia.

El 27% fue facturado en forma electrónica.

- Interacción con clientes a través de la web: La Compañía ha realizado importantes inversiones destinadas a facilitar el acceso al sitio web para sus clientes.

39.709.449 visitas online recibió la web durante el 2009.

- Digitalización de la información de las instituciones públicas: Esta acción se traduce en un menor traslado de los ciudadanos para la realización de trámites.

Gestión de residuos y consumos

Otra de las líneas de trabajo de la Estrategia Ambiental es la gestión de los residuos y el control del consumo. Durante el año 2009, por ejemplo, se puso en marcha la implementación de medidas de eficiencia energética en las instalaciones de Telefónica, basándose en el Manual de Buenas Prácticas de Eficiencia Energética del Grupo. Esto permitirá el cumplimiento del objetivo corporativo de reducir hasta el año 2015 el 30% del consumo eléctrico por acceso equivalente de las redes del grupo Telefónica con año base 2007.

Uno de los programas ambientales más importante de Telefónica en Chile es Movistar Simplifica, iniciativa que busca hacer más fácil y eficiente la gestión, además de mejorar las dinámicas de trabajo, aportando flexibilidad, resolutiveidad y logrando ahorros de agua, papel y combustible a través de pequeñas acciones.

Cabe destacar que en 2009 se puso en marcha la Campaña de Ahorro de Papel, que busca reducir en un 50% el papel acumulado en los puestos de trabajo y establecer medidas de eficiencia en el consumo de los recursos que permitan obtener ahorros del 30%.

Desempeño ambiental (*)



Consumo de Papel Blanco (Kg)



Consumo de Agua (miles de lts.)



(*) Incluye el desempeño ambiental de telefónica fija y telefónica móviles.

Sucursal Temuco



Sucursal *Eco-amigable*

La Nueva Sucursal Temuco es la primera en Chile diseñada para generar ahorro de energía.

En ella se han incorporado diferentes innovaciones que aportan al cuidado del Medio Ambiente.

Por ejemplo:

- Artefactos sanitarios con doble descarga y corte automático en griferías.
- Envoltente térmica de alta eficiencia.
- Sistema de iluminación Eficiente.
- Gas refrigerante ecológico en sistema de climatización .

Programa Recíclame

El Programa Recíclame, que realizan en conjunto el Grupo Telefónica y la firma Nokia, permite reciclar teléfonos celulares en desuso, asegurando el destino final de esta basura electrónica.

127.389 equipos electrónicos de clientes fueron recolectados durante 2009, de ellos 4.697 correspondieron a equipos celulares.

Los equipos recibidos son enviados a la empresa Belmont, con el fin de reciclar cada una de las piezas que los componen. Este procedimiento va un paso adelante de lo exigido por las leyes nacionales.

Reciclaje de desechos electrónicos

Parte de la visión ambiental de Grupo Telefónica se refiere a la gestión de los residuos y desechos que se generan en sus operaciones. Por esta razón, durante 2009 se estableció un vínculo con la empresa Recycla con el fin de comenzar a darle el tratamiento adecuado a la basura electrónica de Telefónica. Este paso significó destinar recursos económicos y humanos para cumplir con el compromiso adquirido.

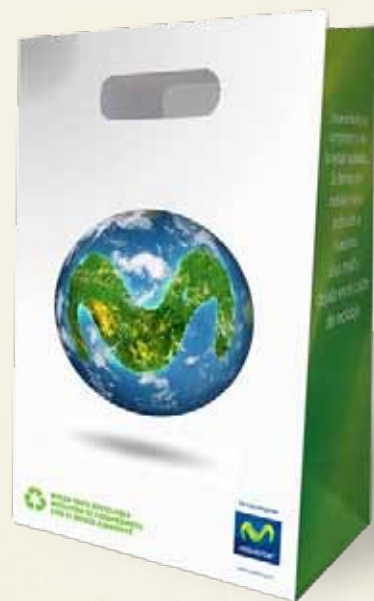
Recycla reconoció este esfuerzo a través de un diploma entregado en la ceremonia Premio *E-Waste* 2009. En la oportunidad, se distinguió la contribución de Telefónica a la creación de valor ambiental, social y económico a través del reciclaje electrónico.

Proyecto bolsas Compañía

Se cambiaron las bolsas con las que se entregan los productos vendidos (celulares):

Material: 100% reciclable, eliminando el termolaminado y las manillas de acrílico.

Imagen: hoy se incluyen mensajes de cuidado del medio ambiente.



Nueva bolsa eco-amigable



María Celeste Maturana Las bolsas Compañía fueron un desafío: les sacamos el plástico y las hicimos de cartón. Además incluimos consejos "verdes" para nuestros clientes. Esto permite reciclarlas y ser amigables con el medio ambiente.

Asesor de Imagen

Cadena de Proveedores

El 89,4% de las compras de Telefónica fueron adjudicadas a proveedores locales.

EC6 – HR2 – HR3



Principio 2: No ser cómplices de abusos de los derechos.

Principio 4: Eliminar el trabajo forzoso y obligatorio.

¿Cómo Telefónica gestiona la relación con sus proveedores de servicios?

Todas las empresas del Grupo Telefónica realizan sus compras de acuerdo a un modelo de gestión común, que se caracteriza por la globalización de las compras, por la profesionalización de la función, por la transparencia en el proceso y por la igualdad de oportunidades a todos los proveedores.

Telefónica en Chile continuó con la evaluación de proveedores en términos de calidad de servicio, la que se realiza cada seis meses. Además dio inicio al proceso de revisión del estado financiero contable, que permite evaluar el estado de la empresa antes de realizar una compra. Esto se complementa con el trabajo que realiza el Comité de Riesgo de Proveedores, que revisa el cumplimiento de la normativa laboral. Este comité funciona quincenalmente y revisa a los proveedores de más riesgo, es decir, a aquellos que involucran contrataciones de mano de obra especializada en áreas sensibles que son claves en el proceso de servicio al cliente como los *call center*, cable estructurado, instalaciones en sitio, entre otros.

Para proporcionar una mayor igualdad de oportunidades a todos los proveedores, y al mismo tiempo, simplificar y agilizar el proceso de gestión de compras, se ha incrementado el uso de la modalidad de negociación de compras a través de subastas electrónicas, utilizando la plataforma de comercio electrónico Adquira.

Un desafío importante para la Compañía en Chile es seguir fortaleciendo la relación con sus proveedores, transformándolos en verdaderos socios del negocio. Para ello ha puesto en marcha, entre otras iniciativas, soluciones para mejorar la gestión interna del pagos a proveedores, que aún resulta deficiente. Con la implantación a fines de 2008 de un nuevo software de planificación de los recursos de la empresa, se ha avanzado en los procesos y en el control sobre los flujos de trabajo relativos a los pagos.

Próximamente se complementará el sistema de evaluación de proveedores con un procedimiento que permita retroalimentarlos para favorecer su mejoramiento continuo.

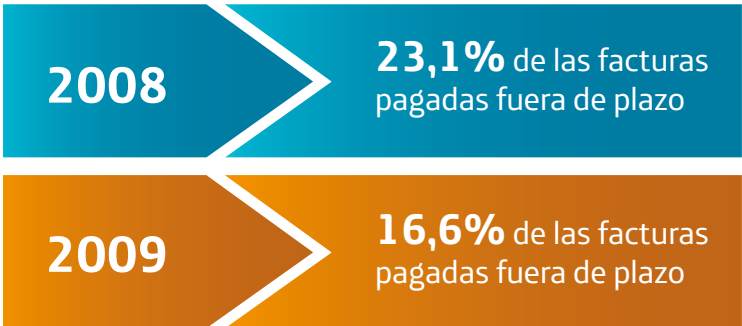
La Compañía se ha *comprometido* con mejorar la gestión interna del pago a proveedores, que aún evalúa como deficiente.

Capacitación a Colaboradores

Telefónica formó comunidades de trabajo con sus empresas proveedoras estratégicas, con el objetivo de aprovechar y difundir las mejores prácticas que permitan evitar contingencias laborales, promoviendo a la vez, la participación y cooperación de sus miembros, y propiciando mejoras en los procesos de servicio. El proyecto involucra las áreas de: reclutamiento, selección, inducción, capacitación y clima laboral de dichos proveedores.

Asimismo se realizan inducciones en temas de Responsabilidad Corporativa a los nuevos proveedores, además de cursos de capacitación en gestión laboral, higiene y seguridad, gestión de personas y calidad de vida.

Incumplimiento en el plazo del Pago de Facturas*



(*) Según número total de facturas

Compras responsables

La Compañía está comprometida con apoyar a sus proveedores estratégicos en la incorporación de la Responsabilidad Corporativa, en extender a ellos los Principios de Actuación e incorporar criterios sociales, laborales y ambientales en su cadena de valor.

Telefónica en Chile adicionalmente ha incorporado cláusulas de responsabilidad en sus contratos, que incluyen temas relativos al trabajo infantil, protección del medio ambiente, trabajo forzado y condiciones laborales.

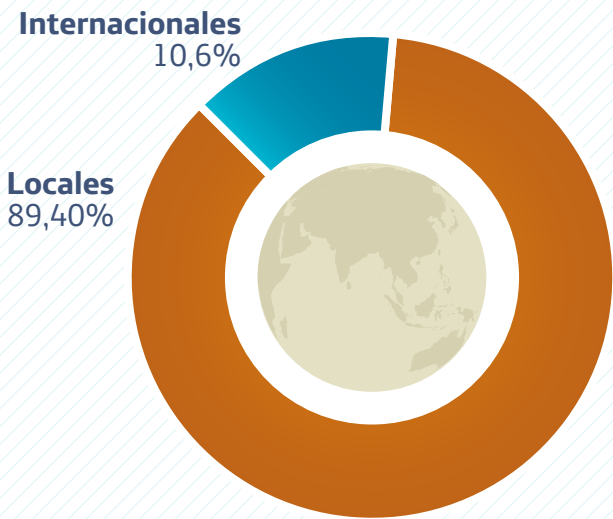
Asimismo, y de acuerdo con los Principios de Actuación, junto con una evaluación de aspectos financieros y laborales, se exige a todos quienes deseen formar parte del Catálogo de Proveedores de la Compañía, completar un cuestionario de Responsabilidad Corporativa, para el posterior seguimiento de su cumplimiento. Si bien se ha trabajado en esta línea, la Compañía en Chile evalúa que aún resta mucho por hacer.

¿Cuál es el impacto de Telefónica como comprador?

En 2009, las compras adjudicadas de Telefónica en Chile ascendieron a US\$ 1.055 millones (759 millones de euros), a un total de 1.705 proveedores, 89,4% de los cuales son del país.

Se implementó un *nuevo modelo* de relación con los proveedores que tiene como vector una relación *win-win* (ganar-ganar).

DISTRIBUCIÓN DE PROVEEDORES (2009)



Compromiso con una Gestión Íntegra y Transparente

- Principios de Actuación y Ética
- Gobierno Corporativo y Transparencia



Principios de Actuación y Ética

84,9% de empleados de Telefónica en Chile han sido capacitados en los Principios de Actuación, que guían el actuar ético de la Compañía.

4.8 - HR3 - HR8- SO3



Principio 1 del Pacto Global: Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos.

Principio 10 del Pacto Global: Trabajar contra la corrupción en todas sus formas.

¿Qué son y cómo se aplican?

Los Principios de Actuación son las directrices de comportamiento ético que guían el actuar del Grupo Telefónica en su relación con sus grupos de interés. Se aplican a los empleados, proveedores y socios de negocios y su objetivo es contribuir a la creación de una cultura común y fortalecer el sentimiento de pertenencia a una organización ética y responsable.

A través de ellos la Compañía busca fortalecer la confianza de los clientes, empleados, accionistas, proveedores y la sociedad en general.

Para que este código no sea sólo una declaración de intenciones, Telefónica ha desarrollado políticas asociadas para mejorar su forma de actuar en todas sus actividades. Entre ellas, vale la pena mencionar las normas de accesibilidad, uso responsable de los servicios, protección del menor, medio ambiente y compras responsables.



El detalle de los Principios de Actuación se encuentra en: http://www.telefonica.com/es/about_telefonica/pdf/nuestrosprincipios.pdf

¿Cómo se gestiona la aplicación de los Principios?

Desde el surgimiento de los Principios de Actuación en 2006, Telefónica en Chile ha realizado un extenso programa de formación y comunicación a sus empleados en estos principios. Dicha capacitación incluye el estudio de casos prácticos y de dilemas de forma de materializar en el trabajo cotidiano la incorporación de los mismos.

Todos los empleados de la Compañía tienen la responsabilidad de tomar sus decisiones de acuerdo a ellos y deben comunicar cualquier indicio de incumplimiento, para lo cual se han establecido los canales adecuados.

Para asegurar la incorporación transversal de los principios, la Compañía ha implementado:

- Registros de cumplimiento de formación.
- Seguimiento de los Principios en las Encuestas de Clima.
- Línea de denuncia confidencial disponible para todos los empleados en la intranet corporativa.
- Auditorías internas.
- Evaluación de Competencias de acuerdo a estos Principios.

Los Principios de Actuación son las directrices de *comportamiento ético* del Grupo Telefónica





Código de Ética

Telefónica en Chile cuenta con Código de Ética en sus negocios que declara los valores éticos y de conducta en que deben enmarcarse las actuaciones de los empleados de la Compañía y sus filiales. Dicho Código también rige las actuaciones del directorio.

¿Cuál es el rol de la oficina de Principios de Actuación?

Durante 2009 se amplió el ámbito de acción de las Oficinas de Principios de Actuación, convirtiéndose en el órgano promotor de una cultura ética en la Compañía. En Chile está integrada por las áreas corporativas de Recursos Humanos, Auditoría Interna y Secretaría General y Jurídica, siendo presidida por el presidente de la Compañía.

Las funciones básicas de la Oficina de los Principios de Actuación, son:

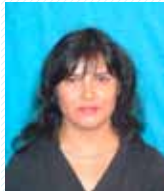
- Divulgar los Principios de Actuación en Telefónica.
- Revisar los procesos y controles para asegurar su cumplimiento.
- Vigilar que los Principios de Actuación sean adecuados y apropiados en cada momento, de acuerdo a las exigencias de cumplimiento legal, regulatorio y a las mejores prácticas establecidas.
- Estudiar y dar respuesta a las preguntas o quejas que pudieran ser planteadas.

- Identificar e impulsar el desarrollo de las políticas necesarias para la adecuada aplicación y cumplimiento de los Principios de Actuación.
- Identificar, evaluar, gestionar y dar seguimiento a los riesgos derivados del incumplimiento de estos Principios. El resultado de ello es una matriz de riesgos global y por operación que permite identificar y priorizar proyectos de carácter global y local.



Más información en

http://www.telefonicachile.cl/inversionistas/archivos/CODIGO_DE_ETICA_DE_NEGOCIOS.pdf



TESTIMONIO

Maria Guadalupe Lapierre
Secretaria Gerencia

“La capacitación generalizada que hizo la Compañía sobre los Principios de Actuación me pareció de suma importancia para todos, ya que en el quehacer diario constantemente se están originando situaciones con nuestros clientes, proveedores, etc., a quienes no solamente debemos dar una buena imagen, sino también la relación con ellos tiene que darse en un ambiente de transparencia, credibilidad y confianza. Además, estos principios también nos benefician en todos los ámbitos de nuestra vida.”

Gobierno Corporativo y Transparencia

Tras la unificación de marca, las reglas fundamentales de Gobierno Corporativo siguen emanando de los Estatutos de las Sociedades de Telefónica Chile y Telefónica Móviles Chile.

2.6 – 2.9 – 4.1 – 4.4 – 4.6



Principio 10 del Pacto Global: Trabajar contra la corrupción en todas sus formas.

Gobierno corporativo

Tras la unificación de marca, la estructura legal de Telefónica Chile, bajo el nombre legal de Compañía de Telecomunicaciones de Chile S.A. y Movistar, bajo el nombre Telefónica Móviles Chile S.A. se mantuvo, así como también la administración independiente de los directorios de ambas sociedades anónimas.

Telefónica Chile

Los principales accionistas de la empresa son: Inversiones Telefónica Internacional Holding S.A. (52,99% de la propiedad), Telefónica Internacional Chile S.A. (con el 44,90%) y otros accionistas que son dueños del 2,11%.

Directorio

La administración de la empresa se ejerce a través de un directorio. De acuerdo con los Estatutos Sociales de la Compañía los miembros del directorio son propuestos y elegidos cada tres años en la Junta Ordinaria Anual de Accionistas. Los directores se eligen en la Junta por votaciones separadas para las acciones Serie A y Serie B: las acciones Serie A eligen seis directores titulares y sus respectivos suplentes, y las acciones Serie B, un director titular y su respectivo suplente. Los directores de la Serie A pueden ser o no accionistas, duran tres años en sus funciones y tienen la facultad de ser reelegidos indefinidamente. En la Serie B, el director debe ser accionista de la Compañía. El actual directorio de Telefónica Chile fue elegido en Junta Ordinaria de Accionistas el 23 de abril de 2009, por un período de tres años.

Al 31 de diciembre de 2009, el capital social de la Compañía está compuesto por

957.157.085 acciones, totalmente suscritas y Pagadas, divididas en 873.995.447 acciones de la Serie A y 83.161.638 acciones de la Serie B.

Comité de Directores

La nueva Ley de Gobiernos Corporativos promulgada el 13 de octubre de 2009, con vigencia a partir del 1 de enero 2010, establece nuevos requisitos para definir qué sociedades anónimas tienen la obligación de designar un comité de directores, los requisitos son: tener un patrimonio bursátil igual o superior a UF 1.500.000 y que a lo menos 12,5% de sus acciones se encuentren en poder de accionistas que individualmente posean menos del 10% de esas acciones. En consideración de lo anterior, dado que sólo el 2% de las acciones se encuentra en manos de accionistas minoritarios, el directorio aprobó en sesión de marzo 2010 el cese del Comité de Directores, cuyas funciones pasarán a formar parte de las funciones y responsabilidades del mismo directorio cuyas funciones principales son: revisar el informe de los auditores externos, el balance y demás estados financieros presentados por los administradores, y pronunciarse respecto a éstos en forma previa a su presentación a los accionistas; proponer al directorio los auditores externos y las Clasificadoras de Riesgo, que son sugeridos a la Junta de Accionistas, examinar los antecedentes relativos a las operaciones entre partes relacionadas.

El Comité de Directores de Telefónica Chile fue designado por su directorio en la sesión de fecha 23 de abril de 2009, estando conformado 3 directores titulares entre ellos un experto financiero y 3 directores suplentes. Durante 2009, el Comité de Directores sesionó en forma mensual, revisando las materias de su competencia.

Comité de Auditoría

El 21 de julio de 2005 se constituyó el Comité de Auditoría con tres miembros independientes, de acuerdo a los requerimientos de la Ley *Sarbanes - Oxley*.⁶ Sus principales responsabilidades están en el ámbito de la auditoría externa, divulgación de los estados financieros y auditoría interna.

Con posterioridad al proceso de OPA y dada la baja presencia y liquidez en el mercado norteamericano, el directorio de Telefónica Chile acordó el “desliste” de los ADRs de Telefónica Chile de la Bolsa de Valores de Nueva York (*NYSE*) y posterior “desregistro” de la *Securities and Exchange Commission (SEC)*.⁷ Es así como los ADRs de Telefónica Chile se dejaron de transar en la *NYSE* a partir del 19 de febrero de 2009 y una vez cumplidos los requisitos y plazos establecidos en la ley norteamericana se logró el desregistro ante la *SEC* el 15 de noviembre de 2009.

Si bien no corresponde al ejercicio de 2009, cabe destacar que el directorio en sesión de abril 2010 aprobó el cese del Comité de Auditoría, cuyas funciones pasarán a formar parte de las funciones y responsabilidades del mismo directorio. Lo anterior, dado que ya no está sometida al cumplimiento de la normativa norteamericana, producto del desregistro de la *SEC*.

⁶ Ley de los Estados Unidos, promulgada en 2002, que regula la contabilidad de las empresas que cotizan en bolsa con el fin de proteger a los inversionistas.

⁷ Organismo de los Estados Unidos equivalente en Chile a la Superintendencia de Valores y Seguros.

Telefonica Móviles Chile

El principal accionista de Telefónica Móviles Chile S.A., es Inversiones Telefónica Móviles Holding Ltda., con el 99,9999%. Un segundo accionista es la empresa Telefónica S. A., quien es dueña del 0,0001% de las acciones de la empresa. Telefónica Móviles Chile S.A. es una sociedad anónima abierta sujeta voluntariamente a la fiscalización de la Superintendencia de Valores y Seguros.

Directorio

La administración de la Compañía se ejerce a través de un directorio, cuyos miembros son propuestos y elegidos por la empresa mandante, el accionista principal. El actuar ético del gobierno corporativo de Movistar, es guiado por los Principios de Actuación.

Durante el año 2009 se realizó un proceso de reestructuración societaria con el objeto de simplificarla y hacer más eficiente, administrando los recursos bajo un mismo *holding*. Con fecha 8 de septiembre de 2009, se acordó en Junta Extraordinaria de Accionistas la aprobación de la fusión por incorporación de los socios y del patrimonio de TEM Inversiones Chile Limitada, por lo que Telefónica Móviles Chile S.A. pasa a ser la continuadora legal. Al 31 de diciembre de 2009, la controladora directa de la Compañía es Inversiones Telefónica Móviles Holding Limitada, sociedad perteneciente al grupo español Telefónica, S.A.

Al 31 de diciembre de 2009, el capital social de la Compañía está compuesto por 184.035.620 acciones comunes, todas ellas nominativas, de una misma y única serie y sin valor nominal.



Más información sobre Gobierno Corporativo de Telefónica Chile en Memoria Anual 2009: <http://www.telefonicachile.cl> sección Inversionistas o <http://www.movistar.com> Sección “quienes somos – Inversionistas”

Cumplimiento de los Requerimientos de la Ley Sarbanes-Oxley

La Ley Sarbanes-Oxley (SOX), publicada en julio de 2002, establece diversos requisitos para que la información presentada a los mercados sea precisa, completa, fiable, comprensible y oportuna, con el objeto de proteger a los accionistas mediante la determinación de mecanismos para la prevención de fraudes financieros y aseguramiento. A partir de 2006, la Compañía requiere de la opinión de los auditores externos sobre el control interno para el reporte financiero, como parte del informe 20-F que es informado a la *SEC*. Se efectuó la Evaluación del Control Interno, por parte de la Dirección de Auditoría Interna con el fin de emitir las respectivas opiniones que, tanto la normativa interna corporativa como las normas de la *SEC* y el *Public Company Accounting Oversight Board (PCAOB)*, definen para ambas entidades.

Compromiso con el Progreso de las Personas y el País

- Acceso y uso responsable de las TIC
- Inversión social



Acceso y uso Responsable de las TIC

El lanzamiento de Banda Ancha Libre es un importante aporte a la disminución de la brecha digital.

1.2 – S01 – PA01 – PA02 – PA05 – PA07

¿Cómo Telefónica promueve la inclusión digital y el acceso a las TIC?

Telefónica busca participar en la construcción de una sociedad inclusiva, incrementando el acceso a las telecomunicaciones por parte de los ciudadanos. Para implementar esta estrategia desarrolla programas que permitan cerrar brechas, según su tipo, y extender el acceso a las telecomunicaciones.

Si bien el acceso a banda ancha denota un escenario positivo, el mejor de Latinoamérica según cifras del Barómetro de Cisco, aún falta mucho por avanzar.

Telefónica desarrolló durante 2009 el concepto de Innovación Social que tiene como punto de partida el propio negocio, es decir, los accesos y las infraestructuras que sirven de base para el desarrollo de productos y servicios, pero que busca la implementación de soluciones enfocadas a fomentar la inclusión digital a través de las TIC. Este tipo de negocios requiere ciertas alianzas con otros agentes, como aliados tecnológicos y comerciales del sector de las telecomunicaciones, y otros colaboradores sociales e instituciones públicas, que contribuyen a la legitimación de las iniciativas.

Banda Ancha Libre

Durante 2009 se lanzó la Banda Ancha Libre, una plataforma de conectividad para el hogar única en el mundo, que ofrece acceso sin costo a los contenidos generados y alojados en Chile, complementado por un sistema de prepago para acceder a aquellos sitios que requieren conexión internacional.

**4.000 personas
accedieron en 2009
a este producto.**

Banda Ancha Libre dio acceso a Internet a sectores excluidos de la población.



Geográfica

Económica

Educativa

Accesibilidad

Acceso a la
salud

Brechas para la inclusión

Iniciativas para la inclusión según el tipo de brecha

Brecha geográfica



Más de 20.000 personas de lugares geográficamente apartados, se han conectado gracias al programa *Puentes de Comunicación.*

Es importante para Telefónica facilitar el acceso a telefonía, fija y móvil, y a banda ancha a los habitantes de los más remotos lugares del país y disminuir la brecha geográfica que impide la extensión a esas zonas. Uno de los programas más importantes de Telefónica en esta área es:

- “Puentes de comunicación” a través de un acuerdo con el Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones de Chile ha sido posible llevar cobertura móvil a lo largo de todo el país. En 2009 se inauguró la antena de la localidad de Cerro Castillo, ubicada en la comuna de Torres del Paine, sumando 27 antenas en lugares remotos del país.

Telefónica en Chile es además la única empresa presente en el 100% de las comunas del país a través de telefonía básica, móvil, satelital o VHF.

Brecha económica



50% de hogares con acceso a *banda ancha* es la meta para 2010, actualmente es el 46,6% (cuota de mercado de banda ancha fija).

Las diferencias de rentas entre las personas funcionan como barrera para su inclusión en el mundo de las telecomunicaciones, Telefónica ofrece diversos servicios que ayudan a la reducción de dicha brecha:

- Líneas fijas de pre pago y control, que permiten a los usuarios controlar el gasto de sus facturas y de esta manera tener teléfono fijo en casa.
- Líneas de telefonía fija inalámbrica de bajo costo.
- Servicios móviles pre pago y de control.

Brecha de Salud



10 millones de personas que se atienden en hospitales y consultorios serán beneficiadas con la nueva *plataforma* tecnológica del Ministerio de Salud.

En 2009 nace la unidad corporativa de *eHealth* en el Grupo Telefónica, como resultado de un análisis estratégico que evalúa nuevos negocios en los que Telefónica puede aportar valor en las sociedades donde opera, ofreciendo a sus usuarios servicios, dentro del sector salud, que les ayuden a mejorar su calidad de vida diaria.

Uno de los proyectos que está en desarrollo en Chile es la nueva red del Ministerio de Salud, MINSAL, plataforma tecnológica que permitirá mejorar las actuales dificultades de coordinación, generando una ventanilla única a través de la cual atender a los pacientes, operando en línea entre hospitales y consultorios.

Para los pacientes los beneficios se traducen en una mejora de los tiempos de atención porque aumentará la capacidad de los servicios de *call center* para la solicitud de horas de atención en consultorio médicos y por otra parte, al estar integrada la información, la red también permitirá hacer diagnósticos a distancia o telemedicina, evitando el traslado innecesario de los pacientes y mejorando el envío o derivación de exámenes o medicamentos.

La red ya está avanzando en su implementación que partió en 2005 con la firma del contrato entre el Ministerio de Salud y Telefónica Empresas.

Brecha educativa

Incluso cuando las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) están disponibles, algunas personas no son capaces de usarlas por falta de formación. Telefónica llevó a cabo en 2009 numerosas iniciativas para procurar que las personas aprendan a usar las tecnologías y se beneficien de sus ventajas.

La labor de Fundación Telefónica en este sentido es clave. La formación se realiza a través de su programa educativo EducaRed y de otras iniciativas para sensibilizar a la sociedad acerca del impacto social de las TIC.

Durante 2009 se llevaron a cabo numerosas iniciativas para procurar que las personas aprendan a usar las nuevas tecnologías:

- Red Enlaces: Proyecto que ha permitido el acceso de profesores y estudiantes a oportunidades asociadas a las nuevas tecnologías de información y comunicación.

Conecta
internet al 43,5% de
4.299 escuelas de
las red enlaces con
conexión subsidiada.

- Internet Educativa: Este proyecto, con 11 años de vida, lo realiza Telefónica en alianza con el Ministerio de Educación. Para ello desarrolló una oferta especial para que estas escuelas y liceos pudieran tener conectividad de banda ancha a bajo costo.

**El 50,6% de las 11.289
escuelas y liceos del
país ha tenido acceso a
la red durante 2009.**

- Chile@prende: El proyecto, impulsado desde 2007 por Fundación País Digital, consiste en entregar conexión de banda ancha Wi-Fi a 16 escuelas de los sectores más excluidos de la Región Metropolitana y Valparaíso (6 en Santiago y 10 en Valparaíso).



Más detalles sobre estos programas en
sección de Inversión Social de este mismo
Reporte, página 88.



Capacitación en Sala Fundación Telefónica

**Más de 250
profesores fueron
capacitados
en la Sala Fundación
Telefónica**

- Infocentros: En espacios comunitarios de barrios de escasos recursos, se ofrece conexión a banda ancha con el objetivo de apoyar la educación, la empleabilidad y el espíritu emprendedor de los ciudadanos.

**3 infocentros están
activos en el país**

- Chile 200 Barrios: Proyecto gubernamental para mejorar la calidad de vida de los habitantes de 200 barrios que presentan problemas de deterioro urbano y vulnerabilidad social. Telefónica dota a estos barrios de conectividad a internet a través de un telecentro equipado con computadores en el cual los habitantes del sector podrán navegar. Adicionalmente, entrega una oferta preferente de banda ancha para todos los habitantes de la zona.

**60 telecentros de
los 87 proyectados
fueron habilitados en
2009, ellos cuentan
con conectividad total
gracias a Telefónica.**

Brecha accesibilidad

El impacto de la Sociedad de la Información sobre el colectivo de discapacitados y las minorías, resulta evidente ya que las TIC ofrecen un amplio abanico de posibilidades para eliminar barreras relacionadas con la movilidad y la distancia, proporcionando un acceso más equitativo a la información, el conocimiento y el empleo.

Telefónica ha desarrollado un plan con el objetivo de paliar la brecha de exclusión que generan los distintos tipos de discapacidad. Es así como se desarrolló el programa SICLA (Sistema de Capacitación Alternativa) para ayudar a las personas discapacitadas a comunicarse.

Adicionalmente, desde 2005 se emiten boletas en braille para personas con discapacidad visual, disponiendo también de planes y equipos especiales para personas no videntes.

En 2008 se puso en funcionamiento el primer servicio de atención en Mapudungún, donde teleoperadores - capacitados por la empresa - responden en su propio idioma las consultas del pueblo mapuche. Para llevar a cabo este programa se estableció una alianza con el Ministerio de Planificación y la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena (CONADI).

**480 boletas en
braille
se emiten anualmente.**

Primer diario en Braille

En junio de 2009, en conjunto con Publimetro, Telefónica lanzó el primer diario completamente en braille de Chile, una verdadera innovación en prensa escrita, que se distribuirá mensualmente en centros, escuelas y bibliotecas para ciegos, y en algunas estaciones de metro.

Cerca de 635.000* personas con discapacidad visual de nuestro país tendrán un acceso más directo a la información

Este diario es enviado además a todos sus clientes que actualmente reciben la boleta en braille.



(*) Según Primer Estudio Nacional de la Discapacidad 2004, Fondo Nacional de la Discapacidad e Instituto Nacional de Estadística.



¿Cómo Telefónica procura el uso responsable de las TIC?

Las nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones son una herramienta esencial de la vida moderna. El Grupo Telefónica, consciente de su importancia, centra todos sus esfuerzos en que el acceso se haga con toda seguridad, responsabilidad y evitando malos usos, en especial entre los más jóvenes.

La estrategia para fomentar un uso seguro y responsable de las nuevas tecnologías por parte de los menores, se basa en tres áreas de acción: autorregulación, productos y servicios específicos, y educación; y en la conformación de alianzas que fortalecen su implementación y desarrollo.

Autorregulación

Telefónica, en su compromiso por ofrecer un entorno de las TIC seguro, adoptó una postura proactiva en el mercado. Un claro ejemplo de ello, son los esfuerzos que realiza la Compañía auto imponiéndose normativas internas y la firma de acuerdos sectoriales para ofrecer servicios confiables a sus clientes.

Algunos ejemplos de autorregulación son:

- Normativa Interna para la Provisión de los Contenidos para Adultos (CPA), que busca homogeneizar el tratamiento que se da a los contenidos para adultos en las diferentes empresas del Grupo, a la vez que se aplican mecanismos de control de acceso para evitar la visita involuntaria a los mismos por parte de los menores.
- Contra la pornografía infantil: Telefónica presentó -junto con los principales operadores móviles- la alianza promovida por el GSMA a nivel mundial para luchar contra la porno-

grafía infantil en la red, comprometiéndose así a bloquear este tipo de contenidos en sus redes. Desde entonces, la Compañía trabaja en todos los países para hacer realidad este bloqueo.

Productos y Servicios

Telefónica en Chile continuó desarrollando, en 2009, nuevas herramientas y servicios para el uso responsable y seguro de internet por parte de los menores y sus familias:

- Control parental en internet y televisión digital: En internet, las herramientas para el control parental implementadas por Telefónica Chile, además de controlar el acceso a los contenidos no deseados, permiten restringir las ventanas de publicidad emergente, los tiempos de conexión y el acceso a chats. Asimismo, se ofrecen controles para que los padres puedan configurar los contenidos que los menores visualizan en la televisión digital categorizados por edades.

Educación

Telefónica está comprometida con el uso que hacen los menores de internet y del teléfono móvil, y por ello trabaja activamente con el fin de ofrecer a los padres, tutores y educadores los recursos necesarios para educar a sus hijos en un uso responsable y para ayudarles a identificar los posibles riesgos. En 2009 se desarrollaron micrositos que contienen información específica para el buen uso de internet y herramientas educativas para que los padres puedan afrontar situaciones difíciles asociadas a un mal uso, incluyendo recomendaciones sobre cómo proceder en distintos casos (*cyberbullying*, llamadas molestas y robo de terminales.)

Generaciones Interactivas es un programa educativo cuyo objetivo es sensibilizar, educar y formar a la sociedad en general en el buen uso de las TIC. El primer hito del proyecto fue el estudio "Generaciones Interactivas en Iberoamérica. Niños y adolescentes frente a las pantallas. Retos educativos y sociales", que se basó en encuestas realizadas a cerca de 85.000 niños, entre 6 y 18 años, de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Venezuela. En Chile participaron en la encuesta 25 establecimientos, tras la publicación, 990 personas fueron capacitadas en su contenido siendo el 51% profesores. Asimismo el material fue difundido a través de los medios de comunicación, eventos masivos, en establecimientos de educación superior y charlas a padres y profesores. Para el 2010 está programada la publicación de la segunda versión del estudio, y la meta es aumentar el número de colegios encuestados.

Campaña de Uso Responsable de la Telefonía Móvil.

En alianza con la empresa Autobahn, y con el patrocinio de Carabineros de Chile, se realizó la campaña para promover entre los automovilistas chilenos el uso responsable del teléfono celular al conducir.

El mensaje, simple y directo es "Cuando manejes, no hables. Movistar se preocupa por ti", y fue difundido mediante publicidad en los principales medios escritos y radios de Chile, además de letreros en la vía pública y autopistas.

Inversión Social

1 millón cuarenta mil beneficiados en el año 2009, a través de las 4 áreas de Inversión Social de Telefónica en Chile.

S01

¿Cuáles son los focos de la inversión social?

El negocio del Grupo Telefónica contribuye al desarrollo económico, social y cultural de los países en los que está presente. Adicionalmente tiene un compromiso con mejorar la calidad de vida y fomentar la igualdad de oportunidades de las personas, especialmente las más desfavorecidas. Para ello desarrolla desde hace 12 años una importante inversión social y cultural.

Parte de su accionar lo canaliza a través de su Fundación, enfocada principalmente en facilitar el acceso al conocimiento del mayor número posible de personas.

En Chile, las acciones de inversión social, se dividen en cuatro grandes áreas, apoyadas por el programa Voluntarios Telefónica.

56,3 millones de personas fueron beneficiadas por Fundación Telefónica en *el mundo*.

Áreas de Inversión Social de Telefónica



30.000 docentes
y estudiantes
capacitados⁹

100.000
personas
iniciadas en internet

6.000 personas con
discapacidad
capacitadas⁸ en
nuevas tecnologías

2.300 jóvenes
pueden comunicarse
con su entorno más
cercano

Celebración de Navidad para beneficiarios de Pro-niño



Aporte educativo

Telefónica en Chile en su continuo apoyo a la alfabetización digital del país, no sólo se ha abocado a la capacitación en el uso de internet dirigida a profesores, alumnos, dirigentes sociales y personas con discapacidad, sino que también realiza esfuerzos para contribuir y mejorar la calidad y la igualdad de oportunidades en la educación chilena.

En 2009, se continuó trabajando con el programa de apoyo a la integración de personas con discapacidad, capacitando, en forma gratuita, a jóvenes discapacitados, en conjunto con sus profesores y tutores, para que accedan al software SICLA (Sistema de Comunicación Alternativo) que entrega oportunidades para que personas que no poseen lenguaje verbal, puedan utilizar las tecnologías de información, comunicándose a través del computador en forma directa o remota. El software SICLA se entrega en forma gratuita a todas las personas e instituciones que lo requieren y se hayan capacitado para su utilización.

También creció el programa de Capacitación en Alfabetización Digital y contenidos educativos de Educared, que busca la disminución de la brecha digital en los sectores más marginados de la sociedad, implementando espacios acondicionados digitalmente y que cuentan con el apoyo de un profesional en el uso de las TIC. Para ello se realiza capacitación en Aulas Tecnológicas habilitadas en el Edificio Corporativo de Telefónica (una de ellas), en escuelas asociadas al Programa Proniño, y en algunas salas habilitadas en distintas comunas del país.



Sala Fundación Telefónica

EDUCARED

Es uno de los programas educativos más importantes de Telefónica en Chile y está destinado a facilitar el uso didáctico de las nuevas herramientas tecnológicas en la enseñanza, (internet, redes), con el fin de potenciar un proceso de renovación pedagógica que beneficie a los distintos agentes del sector educativo.

El programa ofrece, entre otras actividades, contenidos especializados, herramientas diseñadas para la tarea pedagógica y el trabajo conjunto en línea a través del portal www.educared.org, un portal gratuito que pone a disposición de profesores, estudiantes y padres, contenidos, herramientas y servicios innovadores de la educación 2.0, intentando aportar en la mejora de la calidad educativa y a la igualdad de oportunidades.

www.educared.org

TESTIMONIO

Richard Jorge Miranda

Profesor de Matemática, Liceo de Adultos Luis Gómez Catalán, Estación Central, Santiago

“Con Educared se comparten experiencias entre profesores innovadores, lo que nos motiva a aprender a innovar. Por lo tanto, se convierte en un punto de encuentro de toda la comunidad educativa, pues se logra la comunicación no tan solo de profesores y alumnos nacionales, sino también internacionales, con intercambio de ideas, experiencias, información y conocimiento. Gracias a todo lo anterior, los profesores reciben de Educared actualización permanente, fortalecimiento de los equipos de trabajo y estímulo a la creatividad entre los profesores.”

5.002 niños, niñas y adolescentes fueron beneficiados de manera directa por Proniño.

Aporte social para la infancia

Principio 7: Abolición del Trabajo Infantil

¿En qué trabajan? En la ciudad, los infantes venden en la feria o mercados junto a sus padres; limpian y cuidan autos y las niñas, por lo general, realizan trabajo doméstico y cuidan a sus hermanos menores y a los adultos mayores.

En el campo, el trabajo se concentra en las épocas de siembra y cosecha, como temporeros y en labores de mantención de la tierra.

Que los niños “hagan cosas de niños”, es el objetivo de Proniño, principal programa de inversión social de Telefónica que colabora a erradicar el trabajo infantil y adolescente a través de la escolarización de niños, niñas y jóvenes trabajadores.

Proniño es uno de los cinco ejes de acción de Fundación Telefónica. En 2009, benefició a 5.002 niños, niñas y adolescentes directamente, y a más de 20 mil de manera indirecta,

puesto que la beca y el acompañamiento integral también contribuye a mejorar la vida de los hermanos, padres y comunidad más cercana al niño que es parte de Proniño.

Proniño está en el corazón mismo de Telefónica, es parte de su esencia y es pilar del compromiso social del Voluntariado Corporativo. Las actividades de recreación, tutorías y acompañamiento, son organizadas por Voluntarios Telefónica, quienes, además de aportar tiempo e ideas, contribuyen económicamente para financiar los paseos y celebraciones.



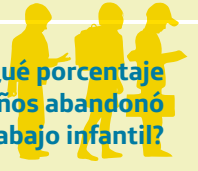

En 2009 destacan especialmente las mejoras en la calidad educativa según los resultados del sistema de medición Simce

PRONIÑO

En Chile ya tiene 8 años de implementación y es ejecutado por el Consejo de Defensa del Niño, CODENI, en Proniño participan niños y adolescentes de 4 a 18 años de edad, que están en situación de exposición laboral que les impide estudiar o en riesgo de deserción escolar.

30 escuelas participan, y se ha escolarizado a menores que viven en 11 regiones del país y en 8 comunas de Santiago, a través de Proniño.

Resultados de Proniño

	2007	2008	2009
 ¿Cuántos niños participaron?	1.364	2.922	5.002
 ¿Cuántas escuelas fueron?	9	18	38
 ¿Qué porcentaje de niños abandonó el Trabajo infantil?	20,4%	19,3%	28%
 ¿En qué porcentaje disminuyeron las horas de Trabajo infantil?	17,9%	29,8%	23%

TESTIMONIO



Huguette Bandet Rivera
Consultor Estudios Experto
Gerencia Estrategia y
Proyectos

“Sabía de la existencia de Proniño y decidí poner a disposición mis manos, conocimiento y capacidad, y me encontré con un enorme equipo humano, que veía mucho más allá de una jornada de trabajo, personas integrales, comprometidas que trabajan felices por contribuir a una sociedad que busca superarse.

Hoy para mí, “es un orgullo pertenecer al voluntariado de Telefónica”, empresa que no solo desea ser líder en los negocios, sino también en su compromiso con la sociedad.”

Aporte al debate y conocimiento

Fundación Telefónica creó en 2005 el área Debate y Conocimiento con la voluntad de contribuir decididamente al proceso de cambio que las TIC generan en la sociedad. El área pretende ser un punto de referencia en este proceso, mediante el fomento de la investigación avanzada sobre las relaciones entre Tecnología, Sociedad y Futuro; el análisis con la ayuda de expertos e investigadores; la promoción de debates abiertos con la sociedad y su amplia difusión.

CONECTA 2009

En junio, Telefónica en Chile realizó la primera Feria Tecnológica de Latinoamérica, el principal encuentro sobre tecnología, conectividad y cultura digital. Se expuso lo último en la materia. La muestra contó con más de 30 stands de empresas, lanzamientos de productos y conferencias.

5.000 personas visitaron el Edificio Corporativo durante los cuatro días de Conecta.



Feria Conecta



Feria Conecta

TESTIMONIO

Sergio Barrientos Vásquez
Visitante conecta 2009

La tecnología estuvo a nuestro alcance.

“Somos un familia de clase media y nos gusta mucho la tecnología. Con mis dos hijos, Santiago de 10 y Gonzalo de 13, siempre estamos al tanto de lo último en la tecnología. En la medida de nuestra posibilidades, tratamos de comprar la tecnología que nos ayude a mejorar algún área de nuestra vida cotidiana. A mi esposa esto antes no le hacía sentido pero ha visto que la aplicación de la tecnología en la vida puede ser muy útil. Por esto, un evento como éste, de tan buen nivel, gratuito y accesible a todos, es de verdad un regalo para nosotros. Disfrutamos mucho, las charlas, los lanzamientos, los stands, la posibilidad de ver y probar “gadgets” nuevos. Muy bien por Telefónica.



Exposición en Sala Fundación Telefónica



Exposición "Emergentes"

Aporte al arte y tecnología

El arte y la tecnología han sido ejes de la transformación social que la empresa quiere dar a la sociedad de Chile, dándole acceso a los grupos socioeconómicos menos aventajados, para ello ha puesto a disposición de la comunidad nacional la Sala de Arte y creó el programa de Educación a través del Arte, que tienen como objetivo promocionar y divulgar el arte moderno y contemporáneo, además de las aplicaciones artísticas que tienen las TIC.

Educación a través del Arte vincula las exposiciones de arte de la Fundación con los contenidos obligatorios de la malla curricular de los estudiantes entre 4 y 17 años, apoyando a los docentes de los establecimientos educacionales con una propuesta a desarrollar en la sala de clases

En la línea de los espectáculos masivos, que permiten el acceso general a la cultura se destaca el auspicio del Festival Teatro a Mil y los espectáculos realizados en el Movistar Arena, recinto multipropósito con infraestructura de clase mundial, que se ha convertido en un referente en la industria de la entretención y el esparcimiento en Chile.

Sala de Arte

Espacio Cultural de Fundación Telefónica que se ha convertido en un lugar clave de la escena artística y creativa en Santiago.

2.131.881 visitantes ha recibido en 15 años la Sala de Arte, a lo largo de 65 exposiciones de artistas consagrados y jóvenes emergentes.

Principales muestras del 2009:

- "El Penúltimo Paisaje", del joven artista chileno radicado en Nueva York, Cristóbal Lehyt.
- "Emergentes", muestra colectiva, interactiva de arte, cultura y tecnología de doce artistas latinoamericanos.
- "Un día en Chile", exposición itinerante de fotografía. Se presentó en el recién inaugurado Museo Artequín de Viña del Mar, contribuyendo así a la descentralización de la cultura.

Voluntariado

El Voluntariado Corporativo de Telefónica es otro de los cinco pilares sociales de Fundación. El 2009 se concentró principalmente en la organización de actividades recreativas y de acompañamiento con niños y niñas que forman parte del programa de erradicación de trabajo infantil de la operadora. De esta forma se benefició directamente a 5.002 niños y niñas de Proniño.

Con la unificación de marca, el Voluntariado pasó a ser uno, (antes existía uno de la operación fija y otro de la móvil), por lo cual aumentó el tipo de acciones y beneficiarios de las actividades organizadas por los voluntarios.

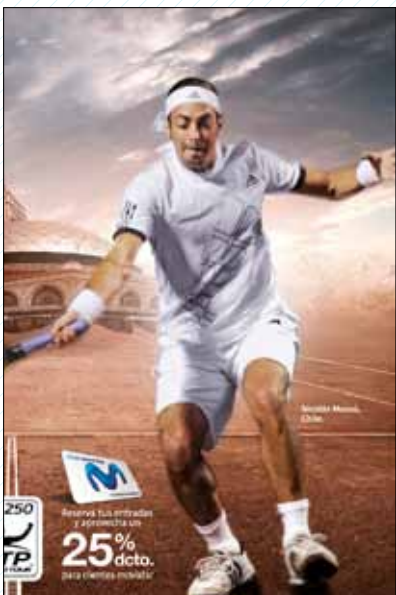
El Programa Voluntarios Telefónica contribuyó a fortalecer e impulsar actividades solidarias respondiendo a necesidades de la comunidad más cercana a Telefónica y principalmente a los programas corporativos de responsabilidad social de Fundación Telefónica: Proniño y Educared, es decir, la inspiración y el compromiso están puestos principalmente en la infancia y la educación.

El Voluntariado de la operación móvil se concentró principalmente en la organización de acciones vinculadas a Proniño, infancia y educación. Por lo tanto, la planificación anual contemplaba, muy en especial, la organización de actividades recreativas y de acompañamiento con los niños y niñas que forman parte del programa, que está presente desde la III a la X Región. En el resto del país, se impulsan acciones que estén principalmente vinculadas a acompañar a la infancia y que tengan relación con la educación.

Cerca de **29.000**
personas visitaron la
sala de arte en 2009.

Telefónica en la sociedad

Durante 2009 Grupo Telefónica desarrolló tres importantes e innovadoras iniciativas deportivas y sociales, como parte de su compromiso con el desarrollo del país.



Impulso a Deportistas Olímpicos

Desde el año 2006, Telefónica Chile y Movistar patrocinan a la Asociación de Deportistas Olímpicos (ADO), programa que apoya económica y técnicamente el desarrollo de deportistas de alto desempeño. El 2009 y gracias al aporte de diversos organismos públicos y privados, se inauguró en Santiago el Centro Nacional de Entrenamiento Olímpico. La Compañía fue reconocida por el Comité Olímpico de Chile con el símbolo de los cinco anillos por su impulso a los deportistas del país.



Apoyo a tenista con discapacidad auditiva

En septiembre de 2009 se realizaron en Taipei, Taiwán, los Juegos Olímpicos para personas con discapacidad auditiva. En dicho certamen, la única representante nacional fue la tenista Carla Figueroa, quien forma parte del programa da auspicios deportivos de la compañía. El apoyo a Carla forma parte del compromiso que Movistar adquirió con su carrera como parte de una visión de integración de personas con discapacidad.



Compromiso con la Innovación

Movistar Innova es el programa permanente de Telefónica en Chile de promoción, soporte, lanzamiento y explotación de emprendimientos basados en la innovación. En concreto es una incubadora y potenciadora de negocios y emprendimientos, desarrollada en alianza con Octantis, Potenciadora de Negocios de la Universidad Adolfo Ibáñez, y que permite que las mejoras ideas sean potenciadas a través de tutorías y talleres.

 Más información en www.movistarinnova.cl

Premios y Distinciones

2.10

PREMIO A LA INNOVACIÓN DE RECURSOS HUMANOS

En el *Mobile World Congress*¹⁰ 2009, Movistar Chile recibió uno de los galardones más importantes que se entrega en el ámbito de la gestión de recursos humanos en el mundo de la telefonía móvil. Obtuvo el segundo lugar en Innovación de Recursos Humanos, por su programa de cultura de servicio Inspira, que se desarrolla desde 2006.

PREMIO MEJOR PROYECTO SOCIAL Y EDUCACIONAL TIC

La Asociación Chilena de Empresas de Tecnologías de Información, ACTI, entregó sus reconocimientos a personas e instituciones que fomentan el uso de la Tecnología de la Información. El galardón, en la categoría El Mejor Proyecto Social y Educacional en TIC, fue otorgado a los programas Proniño y Educared del Grupo Telefónica, reconociéndolos como los proyectos tecnológicos más destacados por su rol social.

LA 4TA MEJOR EMPRESA PARA TRABAJAR EN CHILE

Great Place to Work Institute Chile eligió a las empresas del Grupo Telefónica Chile como la cuarta mejor empresa para trabajar en el país. Según la consultora: "un gran lugar para trabajar es aquel donde usted confía en las personas para las que trabaja, siente orgullo de lo que hace y disfruta con las personas con las que trabaja".

PREMIO MEJOR EMPRESA PARA MADRES Y PADRES QUE TRABAJAN

Movistar obtuvo el primer lugar y Telefónica el quinto en la premiación "Mejores Empresas para Madres y Padres que Trabajan, 2009", determinado por el estudio que realiza la Fundación Chile Unido y Revista Ya de El Mercurio.

MENCIÓN HONROSA EN EL PREMIO NACIONAL A LA CALIDAD

Movistar obtuvo una mención honrosa en categoría Gran Empresa del Premio Nacional a la Calidad, máximo galardón a la gestión de excelencia que una organización puede recibir en Chile.

RECONOCIMIENTO DE CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO

La Cámara de Comercio de Santiago (CCS), en el marco de la celebración de sus 90 años, otorgó reconocimientos a cinco empresas con más de 60 años de membresía en la cámara.

PREMIO A LA EXCELENCIA EN PREVENCIÓN DE RIESGOS

El Consejo Nacional de Seguridad de Chile entregó a Telefónica Chile el Premio a la "Excelencia en Prevención de Riesgos", que se entrega a aquellas empresas que han logrado mantener una frecuencia de 0% de accidentes durante dos años consecutivos.

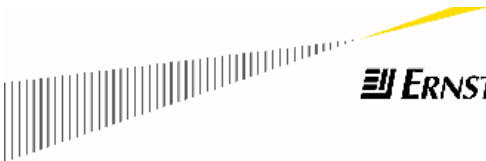
RECONOCIMIENTO RECYCLA PREMIO E-WASTE 2009

La empresa Recycla reconoció a Telefónica por la contribución a la creación de valor social, ambiental y económico a través del reciclaje electrónico.

RECONOCIMIENTO PROVEEDOR DESTACADO 2009

Distinción entregada por BCI, Banco de Crédito e Inversiones por la gestión en Responsabilidad Social Empresarial.

¹⁰ El *World Mobile Congress* corresponde a una de las principales conferencias mundiales dedicadas a las comunicaciones



ERNST & YOUNG

Ernst & Young Servicios Corporativos, S.L.U.
Torre Picasso
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
28020 Madrid (España)
Tel.: 902 365 456
Fax: 915 727 500
www.ey.com/es

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

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

Alcance del trabajo

Hemos llevado a cabo la revisión de los contenidos del Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008 del Grupo Telefónica en Chile disponible en www.telefonica.com.cl/rc/2008, y su adaptación conforme a lo señalado en:

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

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

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

Procedimientos realizados

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

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

Reputación Corporativa, en las que se han tratado asuntos relacionados con la Responsabilidad Corporativa.

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

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

Independencia

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

Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2008 del Grupo Telefónica en Chile 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 AA1000 AS (versión 2003) emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical Accountability).

En esta hoja se recogen los principales procedimientos y conclusiones de nuestra verificación; el contenido íntegro del presente informe de revisión, junto con las recomendaciones y detalle de los procedimientos de verificación aplicados a los indicadores GRI G3 se encuentra en: www.telefonica.com.cl/rc/2008

Índice de Contenidos de la Iniciativa Global de Reportes, GRI

3.12

La siguiente tabla muestra una versión resumida de los indicadores de la Iniciativa Global de Reportes (GRI) contenidos en el presente Reporte impreso. La versión completa del Índice, incluida la respuesta todos los indicadores de la GRI, se encuentra disponible en el sitio web de TELEFONICA: [www. XXXXX](http://www.XXXXX)

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS			GOBIERNO, COMPROMISO Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
1.1		12-13 ✓	4.1		51 ✓
1.2		5-20-54 ✓	4.2		
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			4.3		
2.1		5 ✓	4.4		51 ✓
2.2		5 ✓	4.5		
2.3		5 ✓	4.6		51 ✓
2.4		5 ✓	4.7		
2.5		14 ✓	4.8		23-30-49 ✓ + 
2.6		5-51 ✓	4.9		
2.7		5-14 ✓	4.10		
2.8		5 ✓	4.11		
2.9		51 ✓	4.12		
2.10		64 ✓	4.13		
PARÁMETROS DEL REPORTE			4.14		26 ✓ + 
3.1		2 ✓	4.15		26 ✓ + 
3.2			4.16		26 ✓ + 
3.3			4.17		26 ✓ + 
3.4		2 ✓	DIMENSIÓN ECONÓMICA		
3.5		26 ✓	Enfoque de Gestión		14 ✓
3.6		2 ✓	EC1		14-20 ✓
3.7		2 ✓	EC2		42 ✓
3.8		2 ✓	EC3		20 ✓ + 
3.9		2 ✓	EC4		
3.10			EC6		14-20-46 ✓
3.11			EC7		
3.12		66 ✓	EC8		5-20 ✓
3.13		65 ✓	EC9		5 ✓

INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA	INDICADOR	DESCRIPCIÓN	PÁGINA
DIMENSIÓN AMBIENTAL					
Enfoque de Gestión		42 ✓	SO2		
EN1		42 ✓ +	SO3		49 ✓ +
EN2			SO4		
EN3		42 ✓ +	SO5		
EN4			SO8		
EN8		20-42 ✓ +	RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTO		
EN11			Enfoque de Gestión		33 ✓
EN12			PR1		33 ✓
EN14			PR3		
EN16			PR4		33 ✓
EN17			PR5		20-33 ✓
EN18		42 ✓ +	PR6		
EN21			PR9		
EN22		20-42 ✓ +	SUPLEMENTO SECTORIAL DE TELECOMUNICACIONES OPERACIONES INTERNAS		
EN23			IO01		14-33 ✓
EN26		42 ✓	IO02		
EN27		42 ✓ +	IO03		42 ✓
EN28			IO04		
EN30			IO05		
DESEMPEÑO SOCIAL			IO06		
Prácticas Laborales			IO07		42 ✓ +
Enfoque de Gestión		38 ✓	IO08		
LA1		20-38 ✓	ACCESO A SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES		
LA2		38 ✓ +	PA01		54 ✓
LA3		38 ✓	PA02		54 ✓
LA4			PA03		33 ✓
LA5			PA04		33 ✓
LA7		38 ✓ +	PA05		54 ✓
LA8		38 ✓	PA06		10 ✓
LA10		20 ✓ +	PA07		54 ✓
LA11		38 ✓	PA08		
LA13		20-38 ✓ +	PA09		
LA14			PA10		42 ✓ +
DERECHOS HUMANOS			PA11		42 ✓
HR1			APLICACIÓN DE TECNOLOGÍAS		
HR2		46 ✓ +	TA01		42 ✓
HR3		20-46-49 ✓	TA02		42 ✓
HR4			TA03		42 ✓
HR5			TA04		42 ✓
HR6			TA05		
HR7					
HR8		49 ✓			
SOCIEDAD					
Enfoque de Gestión		58 ✓			
SO1		20-54-58 ✓			



Informe de Responsabilidad Corporativa – Telefónica en Chile

¿Cuál es su opinión sobre este informe de Responsabilidad Corporativa?

Valoramos sus comentarios y agradecemos darnos a conocer su opinión para mejorar futuras ediciones de este Informe.

1. ¿Cómo evalúa los siguientes aspectos de este reporte?

Nivel general	<input type="radio"/> Muy Bueno	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Aceptable	<input type="radio"/> Débil	<input type="radio"/> Muy Débil
Utilidad de la información presentada	<input type="radio"/> Muy Bueno	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Aceptable	<input type="radio"/> Débil	<input type="radio"/> Muy Débil
Transparencia y honestidad	<input type="radio"/> Muy Bueno	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Aceptable	<input type="radio"/> Débil	<input type="radio"/> Muy Débil
Diseño gráfico	<input type="radio"/> Muy Bueno	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Aceptable	<input type="radio"/> Débil	<input type="radio"/> Muy Débil
Claridad y facilidad de comprensión	<input type="radio"/> Muy Bueno	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Aceptable	<input type="radio"/> Débil	<input type="radio"/> Muy Débil
Extensión	<input type="radio"/> Muy Bueno	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Aceptable	<input type="radio"/> Débil	<input type="radio"/> Muy Débil

2. ¿Qué secciones del reporte considera más relevantes? (Marque con una cruz las 7 secciones más importantes para usted)

- ☐ Telefónica en Chile
- ☐ Telefónica con Chile frente al terremoto de febrero de 2010
- ☐ Carta Presidente Ejecutivo Telefónica S.A.
- ☐ Carta de Presidente Grupo Telefónica en Chile y Director General para Latinoamérica.
- ☐ Motor de Progreso y Transformación
- ☐ Hitos de Responsabilidad Corporativa 2009 y Retos 2010
- ☐ Indicadores Clave

Una Estrategia de Responsabilidad Corporativa basada en la Materialidad

- ☐ Visión y Gestión de la Responsabilidad Corporativa
- ☐ Diálogo y Retroalimentación con Grupos de Interés.
- ☐ Pacto Global de Naciones Unidas

Compromiso con la Excelencia en el Servicio de Telecomunicaciones

- ☐ Clientes
- ☐ Empleados
- ☐ Medio Ambiente
- ☐ Cadena de Proveedores

Compromiso con una Gestión Íntegra y Transparente

- ☐ Principios de Actuación y Ética
- ☐ Gobierno Corporativo y Transparencia

Compromiso con el Progreso de las Personas y el País

- ☐ Acceso y Uso Responsable de las TIC
- ☐ Inversión Social

Anexos

- ☐ Premios y Distinciones
- ☐ Verificación
- ☐ Índice GRI
- ☐ Cuestionario de Opinión

¿Por qué?

3. ¿Qué nos sugiere mejorar en el próximo informe?

4. ¿Qué información le gustaría que se incorporara o se ampliara en futuras ediciones?

5. ¿Cómo le gustaría acceder al reporte? (Marque con una cruz)

- ☐ Reporte impreso
- ☐ Archivo electrónico (CD)
- ☐ Website

Muchas gracias por sus comentarios.

Envíe este cuestionario a la siguiente dirección: Avenida Providencia 111, Piso 17. Providencia, Santiago. Chile. Fax: 562 6912432

.....

Grupo Telefónica en Chile

.....

Informe Anual de Responsabilidad Corporativa 2009



El presente informe está disponible en el sitio web del Grupo Telefónica en Chile en internet:
www.xxx.cl

Dirección:
Dirección de Asuntos Corporativos Telefónica en Chile – Gerencia de Responsabilidad Corporativa

Desarrollo de Contenidos:
Kodama & Mex

Diseño:
www.filete.cl

Impresión:
World Color

Fecha de edición:
Julio 2010

Para cualquier comentario sobre este informe, por favor, dirigirse a:
responsabilidad.corporativa@telefonicachile.cl