

Telefónica

2013 – 2014

Informe de Sostenibilidad

Telefónica Centroamérica:

Costa Rica

El Salvador

Guatemala

Nicaragua

Panamá

Telefónica
FUNDACIÓN

/  movistar



APOYAMOS
EL PACTO MUNDIAL

2013 - 2014

Informe de Sostenibilidad

Telefónica Centroamérica:

Costa Rica

Guatemala

El Salvador

Nicaragua

Panamá



Telefónica
FUNDACIÓN



Índice

04 Carta del Presidente

1 Acerca de este Informe

08 ¿Qué es Telefónica?

09 Motor de progreso

2 Modelo de sostenibilidad en Telefónica

14 Estrategia y gobierno de la sostenibilidad

15 Materialidad

3 Gestión responsable

17 Ética y cumplimiento

18 Prácticas laborales

18 Plantilla

22 Seguridad, salud y bienestar laboral

24 Formación del talento

25 Voluntariado

27 Gestión de la Cadena de Suministro

4 Clientes

30 Relaciones con nuestros clientes

- 30 La satisfacción del cliente
- 32 Grandes clientes
- 33 Privacidad, seguridad y protección de datos

5 Sociedad

36 Acción social: Fundación Telefónica

38 Medioambiente

6 Anexos

41 Tabla de indicadores globales

43 Referencias del Pacto Mundial de las Naciones Unidas

44 Derechos Humanos

Carta del Presidente



"La estrategia de Sostenibilidad que seguimos en Telefónica nos permite aprovechar las oportunidades que las nuevas tecnologías nos ofrecen para reducir las brechas digitales"

Estimados amigos,

Es para mí un placer dirigirme a ustedes para presentarles un año más el Informe Anual de Sostenibilidad de Telefónica. Este Informe, que publicamos desde hace más de diez años, responde a nuestro compromiso de información y transparencia con los distintos grupos de interés con los que la empresa se relaciona.

Con la publicación de este documento, Telefónica anticipa el cumplimiento además con la Directiva 2014/95 de la Unión Europea en lo que respecta a la "divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos" y que deberá ser implementada por los Estados miembros próximamente.

La estrategia de sostenibilidad que seguimos en Telefónica nos permite aprovechar las oportunidades que las nuevas tecnologías nos ofrecen para reducir las brechas digitales y realizar una gestión eficaz del impacto inherente al desarrollo económico, medioambiental y social de nuestra Compañía.

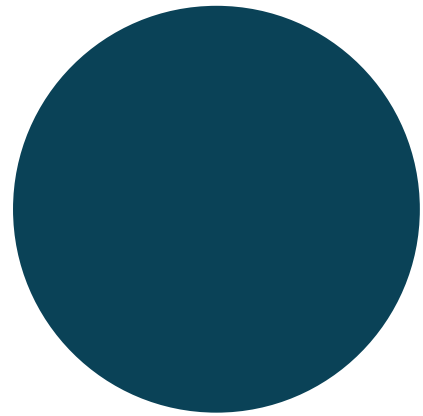
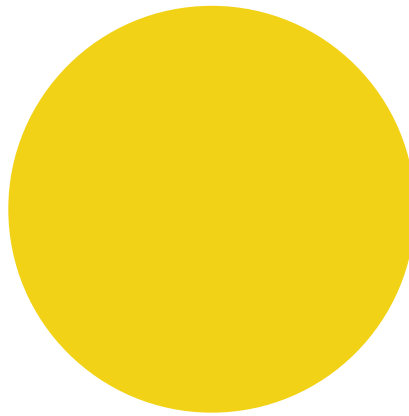
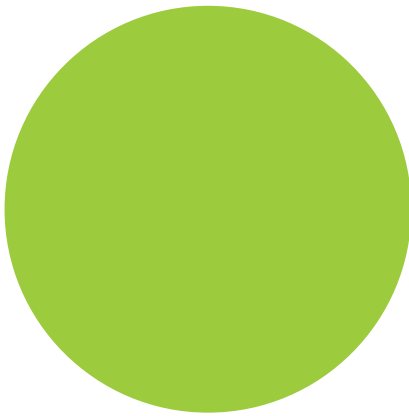
En Telefónica estamos convencidos de que la tecnología debería estar al alcance de todas las personas para que puedan SER MÁS. Por eso, queremos contribuir a que nuestra innovación tecnológica impacte en el desarrollo de la sociedad, la accesibilidad y la protección del medioambiente y, al mismo tiempo, generar productos y servicios más sostenibles para nuestros clientes.

En este Informe se abordan los avances y retos que Telefónica tiene en las tres dimensiones básicas de la sostenibilidad: económica, social y ambiental. Por el lado del impacto económico, quiero destacar la innovación tecnológica de nuestros productos y servicios sostenibles, que van desde los productos Green hasta las Ciudades Inteligentes. En relación con nuestra cadena de suministro, desde Telefónica seguimos apoyando a los proveedores locales, a los que en 2014 adjudicamos el 85% del volumen de nuestras compras.

Telefónica, desde su Política de Privacidad aprobada por el Consejo de Administración, establece las bases de actuación que deben seguir las empresas del Grupo en la protección de la privacidad de todas aquellas personas que nos confían su información.

En el impacto social, destaca nuestro compromiso con la seguridad y salud laboral de nuestros empleados, donde un gran número de empresas españolas del Grupo Telefónica han obtenido la certificación de seguridad y salud según el estándar OHSAS 18001. Asimismo, déjenme que destaque nuestra firme apuesta por la educación digital, una palanca clave para el desarrollo de las personas y de las sociedades en su conjunto.

Además, tenemos en marcha diferentes iniciativas como Talentum, Telefónica Futuro Abierto... que impulsan el empleo juvenil y han facilitado la incorporación de 9.047 jóvenes menores de 30 años a nuestra Compañía.



Por último, en referencia al medio ambiente, Telefónica viene trabajando desde hace años en reducir el impacto de nuestra actividad y a la vez trabajar en la búsqueda de soluciones a los retos ambientales desde la tecnología digital. Así, gracias a nuestros objetivos de energía y emisiones hemos reducido más de 100.000 toneladas de emisiones de CO2 en base a proyectos de eficiencia en los últimos cuatro años. Los servicios M2M y Ciudades Inteligentes, en los que hemos crecido un 40% en el último año, están ofreciendo ya resultados tangibles de mejora ambiental a otros sectores. Desde Telefónica consideramos muy importante ofrecer a los grupos de interés que se relacionan con nuestra Compañía una información exhaustiva de la evolución de los temas más relevantes a través de nuestras políticas de sostenibilidad bajo los criterios de publicación estándares, como son GRI y el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Todo ello ha permitido que, en 2014, nuestra Compañía sea la empresa de Telecomunicaciones europea más admirada y la tercera en el mundo, según la revista Fortune; se sitúe entre las cinco empresas de telecomunicaciones líderes en el Carbon Disclosure Project y continúe siendo una de las compañías mejor valoradas por los analistas especializados, formando parte del Dow Jones Sustainability Index Europe, FTSE4Good, Sustainalytics y MSCI, entre otros.

Déjenme recordarles que Telefónica es actualmente un actor fundamental dentro del ecosistema digital y reafirma su sólido compromiso con la sostenibilidad como parte fundamental del negocio. Quisiera concluir agradeciendo el apoyo, la colaboración y el diálogo permanente con nuestros grupos de interés, que con sus opiniones y sugerencias nos han ayudado a conformar, año tras año, una empresa más sostenible.

Muchas gracias,

César Alierta
Presidente Ejecutivo

1. Acerca de este Informe_

Acerca de *este Informe*

Presentamos nuestro Informe de Sostenibilidad Corporativa, en el que damos cuenta del desempeño de Telefónica Centroamérica durante los años 2013 y 2014. Comunicamos de manera clara y transparente los focos de gestión y los principales resultados asociados a nuestro desempeño económico, ambiental y social.



Este Informe se refiere a la gestión y resultados de nuestra Compañía entre el 1 de enero 2013 y el 31 de diciembre de 2014, cubriendo principalmente el desempeño de:

- Telefónica Costa Rica
- Telefónica El Salvador
- Telefónica Guatemala
- Telefónica Nicaragua
- Telefónica Panamá

Este Informe también abarca el desempeño y aporte que Telefónica hace a la sociedad a través de Fundación Telefónica en la región.

Para la elaboración de este Informe, se tomó como referencia la metodología propuesta en el Manual de Aplicación para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad, desarrollado por Global Reporting Initiative (GRI, por sus siglas en inglés), en su cuarta versión, de acuerdo a su opción de conformidad esencial.

Los indicadores reportados incluyeron también mediciones propias de nuestra Compañía, las cuales están en concordancia con los focos de gestión de la empresa, lo que hace de este documento un insumo, tanto para quienes quieren conocer cómo fueron las operaciones de Telefónica en Centroamérica durante 2013 y 2014, como para la gestión interna de la Compañía.

Este Informe de Sostenibilidad 2013 - 2014 fue elaborado bajo el liderazgo de la Dirección para Centroamérica de Sostenibilidad y Fundación Telefónica.

¿Qué es Telefónica?

Telefónica es una de las mayores compañías de telecomunicaciones del mundo por capitalización bursátil y número de clientes. Apoyándose en las mejores redes fijas, móviles y de banda ancha, así como en una oferta innovadora de servicios digitales, la Compañía se está transformando en una Telco Digital, lo que la posiciona muy favorablemente para satisfacer las necesidades de sus clientes y capturar el crecimiento en nuevos ingresos.



Dimensión

Presente en 21 países y con una base de clientes de más de 340 millones de accesos, Telefónica tiene una fuerte presencia en Europa y Latinoamérica, donde concentra la mayor parte de su estrategia de crecimiento. Siendo capaz de generar, para el 2014, más de 66 mil millones de dólares en ingresos, invirtiendo cerca de 12 mil millones entre sus operadoras en cada país, transformándose en la segunda operadora a nivel mundial en inversión en Investigación y Desarrollo, I+D.

Presencia en 21 países: Alemania, Argentina, Brasil, Chile, China, Colombia, Ecuador, España, Estados Unidos, Italia, México, Perú, Puerto Rico, Reino Unido, Uruguay, Venezuela. En la región Centroamericana presente en Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Nicaragua y Panamá.

Contribución al progreso local

Ingresos Aprovechamientos Salarios Aportaciones fiscales Inversión

Todos los datos económicos, en millones de dólares.

	Impacto económico	Ingresos/PIB (%)	Magnitudes
Venezuela + Centroamérica 2013 -2014			
2013			
Ingresos	5612.4	1,1%	Empleados 8826
Pagos	1551.8 518.2 1322.0 981.0		Proveedores locales 1640
			% compras locales 85,56%
			Accesos (miles) 23491.6
2014			
Ingresos	1884.7	0,3%	Empleados 7437
Pagos	508.7 181.4 408.2 577.0		Proveedores locales 1239
			% compras locales 90,2%
			Accesos (miles) 23239.2
Alemania 2013 -2014			
2013			
Ingresos	6842.7	0,2%	Empleados 5735
Pagos	2552.1 575 829.6 884.1		Proveedores locales 492
			% compras locales 65,2%
			Accesos (miles) 25166.9
2014			
Ingresos	7830.7	0,2%	Empleados 11015
Pagos	2823.2 1116.5 898.7 1126.1		Proveedores locales 492
			% compras locales 60,97%
			Accesos (miles) 47661.5
Argentina 2013 -2014			
2013			
Ingresos	5139.3	1,1%	Empleados 17139
Pagos	1289.5 960.1 1586.3 761.9		Proveedores locales 1298
			% compras locales 88,1%
			Accesos (miles) 26650.7
2014			
Ingresos	4269.5	0,9%	Empleados 17238
Pagos	992.9 886.7 1296.1 896.6		Proveedores locales 1057
			% compras locales 86,8%
			Accesos (miles) 26637.6

Contribución al progreso local

■ Ingresos
 ■ Aprovisionamientos
 ■ Salarios
 ■ Aportaciones fiscales
 ■ Inversión

Todos los datos económicos, en millones de dólares.

	Impacto económico	Ingresos/PIB (%)	Magnitudes
Brasil 2013 -2014			
2013			
Ingresos	16431.3	0,7%	Empleados 20878
Pagos	4113.6 1539.8 7194.2 2823.4		Proveedores locales 2877
			% compras locales 86,13%
			Accesos (miles) 92748.9
2014			
Ingresos	15084.5	0,7%	Empleados 20657
Pagos	3512.1 1470.8 6644.4 3890.2		Proveedores locales 2030
			% compras locales 99,8%
			Accesos (miles) 95554.5
Chile 2013 -2014			
2013			
Ingresos	3289.2	1,2%	Empleados 4911
Pagos	1042.2 326.4 465.9 647.8		Proveedores locales 1011
			% compras locales 78,9%
			Accesos (miles) 13630.2
2014			
Ingresos	2768.1	1,0%	Empleados 4686
Pagos	864.5 289.0 292.1 569.0		Proveedores locales 660
			% compras locales 74,5%
			Accesos (miles) 13893.8
Colombia 2013 -2014			
2013			
Ingresos	2243.0	0,6%	Empleados 3613
Pagos	614.1 173.4 440.2 606.6		Proveedores locales 547
			% compras locales 72,8%
			Accesos (miles) 14782
2014			
Ingresos	2240.2	0,6%	Empleados 3812
Pagos	588.9 173.8 459.7 657.9		Proveedores locales 502
			% compras locales 74,9%
			Accesos (miles) 15691.6

Contribución al progreso local

Ingresos Aprovevisionamientos Salarios Aportaciones fiscales Inversión

Todos los datos económicos, en millones de dólares.

	Impacto económico	Ingresos/PIB (%)	Magnitudes
Ecuador 2013 -2014			
2013			
Ingresos	<div><div></div></div> 650.3	0,9%	Empleados1365
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> <div>172.868.2139.6124.8</div>		Proveedores locales340
			% compras locales69,9%
			Accesos (miles)5151.3
2014			
Ingresos	<div><div></div></div> 653.89	0,7%	Empleados1385
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> <div>161.1571.36107.83135.29</div>		Proveedores locales297
			% compras locales70,4%
			Accesos (miles)5955.6
España 2013 -2014			
2013			
Ingresos	<div><div></div></div> 17446.9	1,3%	Empleados34604
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> <div>3740.73372.74571.02029.6</div>		Proveedores locales2065
			% compras locales91,9%
			Accesos (miles)41653.6
2014			
Ingresos	<div><div></div></div> 16193.3	1,2%	Empleados35006
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> <div>3895.33510.04077.22297.2</div>		Proveedores locales1706
			% compras locales91,5%
			Accesos (miles)41202.7
México 2013 -2014			
2013			
Ingresos	<div><div></div></div> 2141.3	0,2%	Empleados2969
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> <div>945.1178.3126.2321.2</div>		Proveedores locales668
			% compras locales94,7%
			Accesos (miles)21891.7
2014			
Ingresos	<div><div></div></div> 2191.1	0,2%	Empleados2967
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> <div>854.8207.7171.6334.2</div>		Proveedores locales538
			% compras locales89,2%
			Accesos (miles)23224.7

Contribución al progreso local

■ Ingresos ■ Aprovisionamientos ■ Salarios ■ Aportaciones fiscales ■ Inversión

Todos los datos económicos, en millones de dólares.

	Impacto económico	Ingresos/PIB (%)	Magnitudes
Perú 2013 -2014			
2013			
Ingresos	<div><div></div></div> 3317.4	1,7%	Empleados9824
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 833.5445.0795.1635.8		Proveedores locales1102
			% compras locales76,4%
			Accesos (miles)20898
2014			
Ingresos	<div><div></div></div> 3367.6	1,6%	Empleados9520
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 879.8488.6779.5558.4		Proveedores locales1051
			% compras locales73,9%
			Accesos (miles)21976.8
Reino Unido 2013 -2014			
2013			
Ingresos	<div><div></div></div> 8829.6	0,4%	Empleados7833
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 4410.8873.0481.91838.5		Proveedores locales343
			% compras locales73.3%
			Accesos (miles)23906.6
2014			
Ingresos	<div><div></div></div> 9312.2	0,4%	Empleados7904
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 4598.3785.5673.61001.4		Proveedores locales350
			% compras locales67.9%
			Accesos (miles)24726.4
Uruguay 2013 -2014			
2013			
Ingresos	<div><div></div></div> 340.1	0,7%	Empleados408
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 91.623.576.761.1		Proveedores locales329
			% compras locales47.7%
			Accesos (miles)1843.9
2014			
Ingresos	<div><div></div></div> 313.0	0,6%	Empleados601
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 89.526.552.841.1		Proveedores locales279
			% compras locales33%
			Accesos (miles)1883.8

2. Modelo de sostenibilidad en Telefónica_

Estrategia y gobierno de la sostenibilidad

Nuestra visión es que la tecnología debe estar al alcance de todos, para que podamos hacer más, vivir mejor y ser más.

Queremos contribuir a que esta visión se haga realidad, dando respuesta a lo que nos están pidiendo nuestros clientes, nuestros inversores y la sociedad en general. Nuestros clientes quieren productos más sencillos, de calidad, que les simplifiquen la vida; y valoran sobre todo que seamos transparentes e íntegros en nuestro trato con ellos. Valorán además la innovación y la seguridad que ofrecemos en los servicios que prestamos y cómo recogemos y tratamos sus datos personales.

Nuestros inversores nos exigen que llevemos a cabo una estrategia de sostenibilidad, que garantice nuestra rentabilidad a largo plazo. Y finalmente, las sociedades en las que operamos nos piden, no solo que actuemos como una empresa responsable, sino también que contribuyamos al desarrollo social y económico de las comunidades de las que formamos parte.

Para poder dar respuesta a estas expectativas, los objetivos de sostenibilidad económica, social y medioambiental deben ir de la mano de los objetivos de negocio de la propia Compañía, incorporarse a los procesos y metas de las diferentes áreas de negocio y, en definitiva, acabar formando parte del ADN de la Compañía.

Para conseguirlo, nuestro modelo de actuación se basa en la identificación de tres niveles de compromiso, que cubren la totalidad de la cadena de valor de la Compañía:

- **Nivel 1:** El cumplimiento y la gestión de riesgos: garantizamos el cumplimiento de nuestro marco regulatorio internacional, nacional y local, coordinándolo a nivel corporativo.
- **Nivel 2:** La productividad responsable: trabajamos para mejorar nuestra productividad incorporando criterios de sostenibilidad de forma transversal a todos nuestros procesos.
- **Nivel 3:** La sostenibilidad como palanca de crecimiento: la puesta en valor de beneficios sociales o medioambientales de los productos y servicios que ponemos a disposición de nuestros clientes, empresas y particulares.

Nuestro modelo de actuación se basa en tres niveles de compromiso: el cumplimiento y la gestión de riesgos, la productividad responsable y la sostenibilidad como palanca de crecimiento.

CÓMO SE GOBIERNA LA SOSTENIBILIDAD EN TELEFÓNICA

El máximo responsable de la sostenibilidad en la organización es el Consejo de Administración, a través de su Comisión de Asuntos Institucionales. En este ámbito, su misión es aprobar y hacer el seguimiento del Plan Corporativo de Sostenibilidad. Para el año 2014, esta Comisión se reunió seis veces para analizar temas relacionados con la sostenibilidad de la Compañía. A nivel ejecutivo, la Dirección Global de Ética Corporativa y Sostenibilidad es la responsable de proponer y coordinar la estrategia en materia de sostenibilidad. Esta dirección reporta directamente a la Dirección Global de Asuntos Públicos y Regulación.

Finalmente, existe un órgano transversal a toda la Compañía, la Oficina de Principios de Actuación y Negocio Responsable, que se encarga de velar por la implementación del plan en todas las actividades de la Compañía. En esta Oficina participan, a través de sus máximos representantes, las áreas de Recursos Humanos, Auditoría Interna, Secretaría General, Chief Commercial Development Officer, y la Dirección Global de Ética Corporativa y Sostenibilidad, de forma permanente, y las áreas de Compras, Operaciones, Comunicación, etc. de forma puntual, cuando la materia tratada está relacionada directamente con su cometido. Esta Oficina de Principios se replica a nivel país en la totalidad de las operadoras de Telefónica, lo que incluye la región Centroamericana.

Materialidad

En Telefónica llevamos a cabo, todos los años, un proceso de análisis de materialidad para identificar aquellos asuntos que merecen recibir una atención especial. Para ello, nos referimos a las indicaciones de la Guía GRI en su versión G4 sobre cómo identificar los asuntos materiales que se deben incluir en las memorias de sostenibilidad. De esta forma facilitamos la comparación y la exhaustividad de los asuntos.

También nos referimos al análisis de materialidad diseñado por el Global e-Sustainability Initiative (GeSI), en noviembre de 2014, específico para toda la cadena de valor del hipersector de las TIC. El análisis del GeSI preselecciona 55 asuntos potencialmente materiales divididos en ocho categorías: inclusión digital, empleados, cambio climático, cadena de suministro, clientes, privacidad, gobernanza e impacto en las comunidades.

Los resultados del análisis externo e interno nos permiten establecer el nivel de importancia total de los aspectos materiales para Telefónica –bajo estas líneas–, así como subagruparlos en función de su ámbito –económicos, ambientales o sociales– y representarlos gráficamente en las matrices.

Materialidad para Centroamérica

Asunto material	Materialidad
Privacidad	58.59
Clientes	40.38
Empleados	34.98
Gobernanza	29.62
Medioambiente	27.33
Inclusión digital	27.2
Sostenibilidad en la cadena de suministro	24.78
Impacto en las comunidades	19.22

Matriz para Centroamérica



1. Privacidad
2. Clientes
3. Empleados
4. Gobernanza
5. Medioambiente
6. Inclusión digital
7. Sostenibilidad en la cadena de suministro
8. Impacto en las comunidades

3. Gestión responsable_

Ética y *cumplimiento*

Nuestros Principios de Actuación rigen todas nuestras actuaciones, tanto internas (empleados) como externas (accionistas, clientes, proveedores y sociedad).

Un comportamiento ético es prioritario en todas las actividades desarrolladas en Telefónica. Por ello, nuestros Principios de Actuación definen las directrices o pautas por las que esperamos que nuestros empleados, proveedores y socios se rijan en el desarrollo de su actividad diaria.

LOS PRINCIPIOS DE ACTUACIÓN

La **Oficina de Principios de Actuación** lanzó en mayo de 2014 una actividad formativa online, con carácter obligatorio, sobre los Principios de Actuación.

Canal de Principios de Actuación

Todos los empleados tienen la posibilidad de realizar preguntas, buscar consejo y plantear cuestiones referentes a los Principios de Actuación y normativas asociadas, de forma anónima o personal a los órganos de Gobierno. En el Canal de Principios de Actuación, disponible a través de la Intranet, las comunicaciones son recibidas y tratadas conforme a los principios de respeto, confidencialidad y exhaustividad.

Para el año 2014, a nivel global, se recibieron denuncias pero ninguna de ellas ha estado relacionada con casos de corrupción o discriminación.

INTEGRIDAD Y TRANSPARENCIA

En Telefónica nos regimos por el compromiso de 'tolerancia cero' con la corrupción y el fraude. En base a esto desarrollamos nuestro marco de actuación basado en:

Normativas.

Nuestro principio de integridad establece directrices en materia de conflictos de interés, regalos e invitaciones, neutralidad política, y la prohibición de realizar donaciones a partidos políticos y demás organizaciones cuya actividad esté claramente vinculada con la actividad política.

Elementos organizacionales. Telefónica cuenta con una serie de comisiones y unidades específicas que ayudan a garantizar el nivel adecuado de control y transparencia:

- Comisiones dependientes del Consejo de Administración:
 - Comisión de Auditoría y Control.
 - Comisión de Asuntos Institucionales.
- Unidades Organizativas específicas:
 - Unidades de auditoría interna en todos los países en los que el Grupo mantiene intereses significativos.
 - Unidad de inspección especializada en trabajos de prevención de fraude e investigación de denuncias.
 - Unidad de intervención de pagos en las empresas más importantes.
 - Dirección global y unidades locales de sostenibilidad.
 - Unidad corporativa de gestión de riesgos que centraliza y reporta la información de riesgos recibida de las áreas locales de gestión de riesgos, implantadas en las principales operadoras del Grupo.
 - Oficinas de Principios de Actuación en todos los países, integradas por los responsables de las áreas de Secretaría General, Auditoría, Recursos Humanos y Sostenibilidad. En el caso de Centroamérica, cada país cuenta con una Oficina de Principios de Actuación.

Gestión de riesgos.

Telefónica realiza un seguimiento permanente de los riesgos más significativos que pudieran afectar a las principales sociedades que componen su Grupo. Para ello, la Compañía cuenta con un Modelo Corporativo de Gestión de Riesgos basado en COSO (Committee of Sponsoring Organizations, de la Comisión Treadway), que permite evaluar tanto el impacto como la probabilidad de ocurrencia de los distintos riesgos.

PRÁCTICAS LABORALES

Plantilla

La maximización de resultados en la transformación digital pasa por contar con el mejor equipo de profesionales. Para ello, es imprescindible una buena gestión que consiga una profunda implicación de los equipos y la comprensión de que cada rol es relevante en la consecución de objetivos.

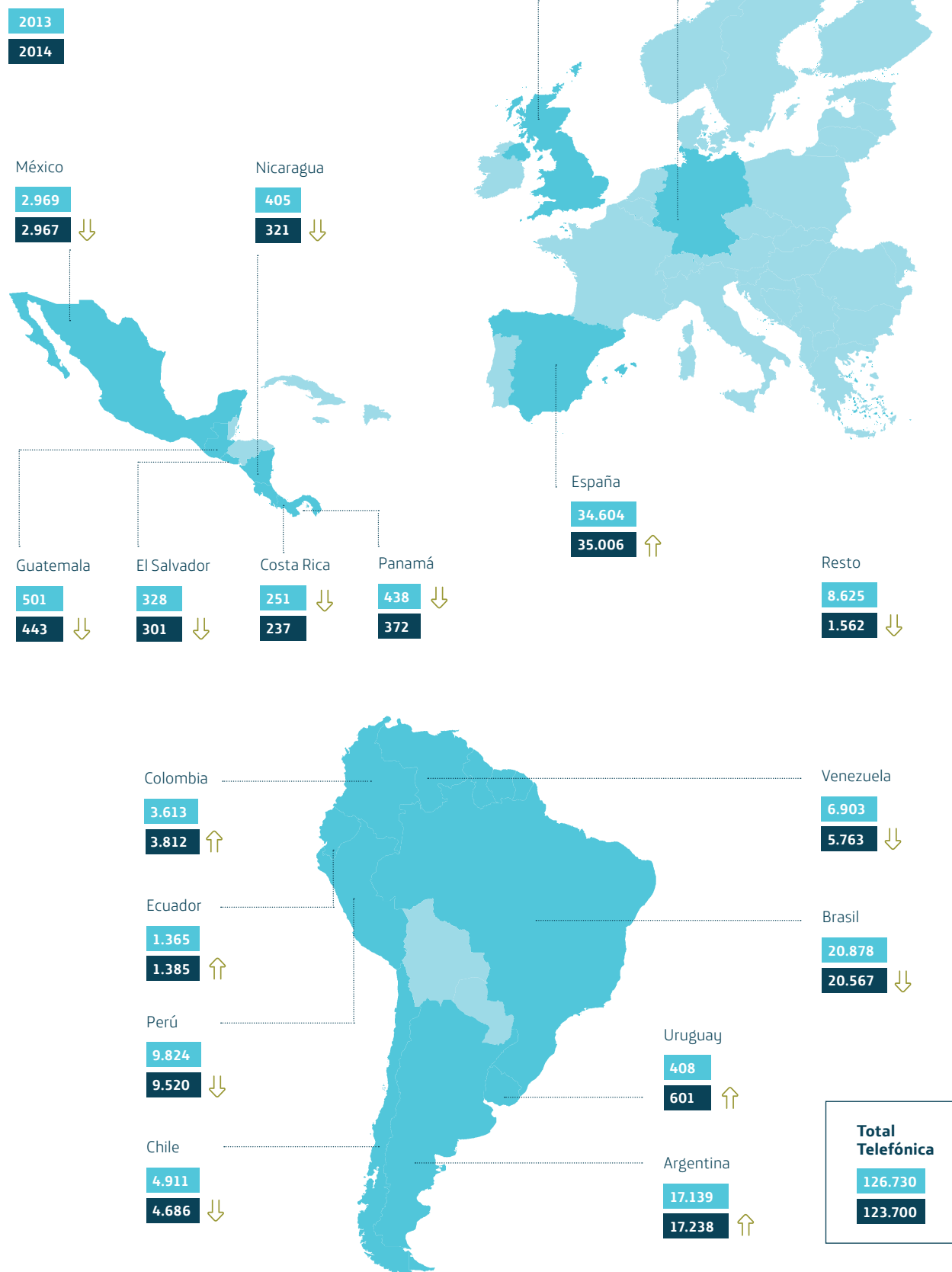


LOS RECURSOS HUMANOS

En Telefónica tenemos claro que la clave de nuestra transformación y liderazgo pasa por tener el mejor equipo de profesionales. Además de incorporar los mejores perfiles, hemos desarrollado una forma de gestión que permite maximizar sus competencias y nuestros resultados. Eso se consigue implicando al equipo en la transformación digital de la Compañía, compartiendo principios sobre cómo hacer las cosas y entendiendo que cada uno desempeña un rol relevante para conseguir el objetivo de toda la organización: conseguir el éxito y la sostenibilidad a largo plazo.

La media de edad del equipo de Centroamérica para el 2013 y 2014 se mantuvo en **36 años**.

Número total de empleados





*Gráfico al 2014

1. DISPONER DEL MEJOR EQUIPO HUMANO

A finales de 2014, el Grupo Telefónica contaba con 123.700 empleados. En la región Centroamericana, al cierre del 2013 contaba con 1,923 y para el cierre del 2014, 1,674 profesionales formaban parte de nuestro equipo humano. La plantilla ha disminuido un 13% del 2013 al 2014, debido al impulso de la simplificación y de la eficiencia en la organización. El objetivo es mantener así la capacidad de innovación de Telefónica dado el entorno de dificultades que atraviesa el sector.

La media de edad del equipo de Centroamérica para el 2013 y 2014 se mantuvo en 36 años de edad. Para el año 2013 el 99% del personal de la región tuvo contratos laborales indefinidos y para el 2014, el 100%; lo que demuestra nuestra apuesta por las políticas de trabajo sostenibles.

La presencia de mujeres en plantilla en la región se sitúa en un 35% para el 2013 y en 33% para el 2014.

En cuanto al tema de libre asociación, en la región Centroamericana no hay formación sindical; sin embargo, en el Grupo garantizamos el derecho de nuestros empleados de pertenecer a la organización sindical de su elección y no toleramos ningún tipo de represalia o acción hostil hacia aquellos empleados que participen en actividades sindicales, de acuerdo a lo establecido en los Principios de Actuación, código de ética de la empresa.



2. DISEÑAR UNA ORGANIZACIÓN MÁS SIMPLE

En Telefónica hemos unificado todos los centros corporativos existentes en la Compañía. La nueva estructura y modelo de gobierno puestos en marcha facilitaron la reducción del tiempo que lleva la toma de decisiones en los proyectos e iniciativas globales, así como el acercamiento de las distintas operaciones locales a los centros de decisión de la Compañía.

3. BE MORE: CULTURA DE COMPAÑÍA ADECUADA

En 2013 y 2014 hemos seguido centrando nuestro esfuerzo en transmitir a toda la organización la necesidad de transformación y asegurar así el compromiso y alineamiento de los empleados hacia el programa global de transformación Be More.

4. PROMOCIÓN DEL TALENTO

En Telefónica seguimos impulsando la transformación de la Compañía con el objetivo de avanzar en el reto de consolidarnos como una Telco Digital y por ello estamos poniendo el foco en atraer y desarrollar los líderes y perfiles necesarios y mantener altos niveles de compromiso y energía en todo el equipo, así como en asentar la globalización de la gestión de la Compañía a través de tres hubs mundiales de coordinación: Madrid, Londres y São Paulo.



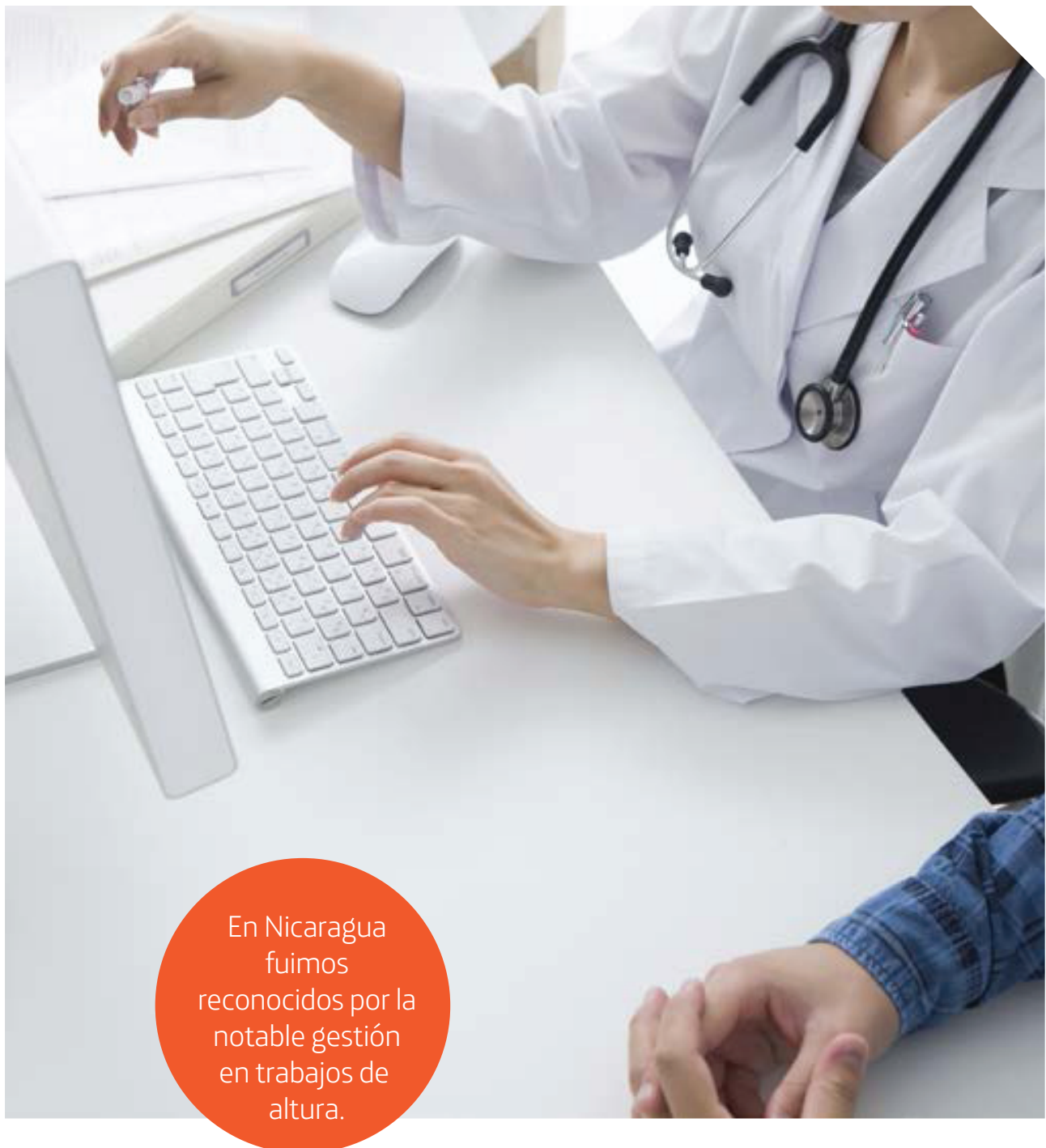
Índice de clima y compromiso laboral en Centroamérica

País	2013	2014
Costa Rica	83.0	85.0
El Salvador	88.4	85.0
Guatemala	87.0	85.0
Nicaragua	93.0	85.0
Panamá	91.0	85.0

PRÁCTICAS LABORALES

Seguridad, salud *y bienestar laboral*

La seguridad, salud y bienestar de los empleados constituyen en Telefónica una de nuestras principales líneas de actuación. Su implantación se realiza a través del sistema de gestión de prevención de riesgos laborales, que afecta tanto al Grupo como a las empresas que trabajan en sus procesos y servicios.



En Nicaragua
fuimos
reconocidos por la
notable gestión
en trabajos de
altura.

El fomento de la salud en el trabajo es algo más que cumplir los requisitos legales en materia de salud y seguridad; también significa ayudar activamente a los empleados a mejorar su bienestar. La promoción de la salud en el trabajo tiene numerosas consecuencias positivas en el ámbito profesional y personal de los empleados.

PROMOCIÓN DE LA SALUD DURANTE EL 2014

En el IV Encuentro Nacional de Seguridad e Higiene Laboral del sector de la comunicación, se entregó a Telefónica Nicaragua el reconocimiento por la notable gestión del trabajo en altura en materia de seguridad y el compromiso por promover el trabajo seguro en todas las áreas de la empresa.

Indicador	El Salvador		Costa Rica		El Guatemala	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Medida de trabajadores periodo anterior	318	318	n/a	239	501	441
Número total de horas trabajadas	635,000	635,000	n/a	478,000	1,002,000	882,000
Número total de jornadas trabajadas	79,375	79,375	n/a	59,750	n/a	110,250
Número de víctimas mortales	0	0	n/a	0	n/a	0
Número total de accidentes in labore con baja	0	0	n/a	0	n/a	7
Número total de días perdidos por accidente de trabajo in labore con baja	0	0	n/a	0	n/a	0
Número total de días perdidos por cualquier tipo de incapacidad	914	1,556	n/a	380	n/a	184
Número total de enfermedades profesionales	0	0	n/a	0	n/a	0
Tasa de absentismo (GRI)	2,302.99	3,920.63	n/a	1,271.97	n/a	333.79

Indicador	Nicaragua		Panamá	
	2013	2014	2013	2014
Medida de trabajadores periodo anterior	406	330	444	373
Número total de horas trabajadas	812,000	660,000	888,000	684,000
Número total de jornadas trabajadas	101,500	82,500	111,000	85,500
Número de víctimas mortales	0	0	0	0
Número total de accidentes in labore con baja	7	1	0	0
Número total de días perdidos por accidente de trabajo in labore con baja	64	10	0	0
Número total de días perdidos por cualquier tipo de incapacidad	882	1,747	586	502
Número total de enfermedades profesionales	0	0	0	0
Tasa de absentismo (GRI)	1,737.93	4,235.15	1,055.86	1,174.27

PRÁCTICAS LABORALES

Formación *del talento*

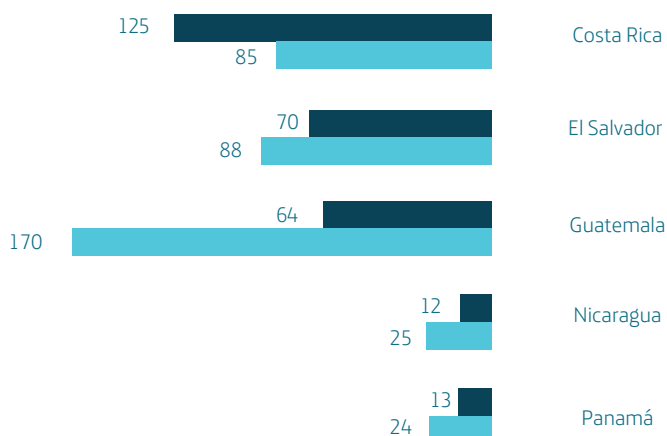


Durante el 2013 y 2014, se han impartido más de **60 mil** horas de formación

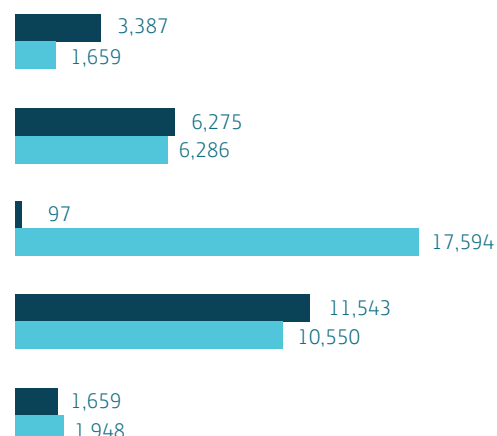
La formación en Telefónica está totalmente alineada con los planes estratégicos de la Compañía. Es la mejor manera de asegurarnos el mejor talento, con las capacidades necesarias para garantizar nuestro proyecto de transformación y estrategia de futuro.

Durante 2013 y el 2014, se han impartido más de 60 mil horas de formación en la región Centroamericana. Las oportunidades de formación se estructuran a través de diferentes herramientas: formación presencial (Universitas y cursos especializados) y formación online (programas e-learning).

Gastos totales en formación (en 000 de dólares)



Número de horas de formación



Datos 2013

Datos 2014

Voluntariado

El tiempo, el talento y la profesionalidad de nuestros empleados, puestos al servicio de las causas solidarias. Voluntarios Telefónica es hoy en día una de las más grandes iniciativas de voluntariado corporativo del mundo.



En el 2014
tuvimos una
participación de
1,190
voluntarios en
la región

Voluntarios Telefónica es hoy en día una de las más grandes iniciativas de voluntariado corporativo del planeta. En 2014 ha sumado la participación de 27.810 empleados de Telefónica en todo el mundo. En total se han dedicado 212.484 horas a realizar actividades con fines sociales.

En la región Centroamericana se sumó una participación de 1,339 voluntarios para el año 2013 mientras que para el año 2014, cerramos con 1,190 voluntarios activos. En cuanto a las horas de voluntariado, incrementamos en 32% del año 2013 al 2014.

Voluntarios activos - Centroamérica

País	2013	2014
Costa Rica	185	146
El Salvador	195	248
Guatemala	345	332
Nicaragua	190	128
Panamá	424	336

Horas de voluntariado - Centroamérica

País	2013	2014
Costa Rica	1048	3385
El Salvador	1593	3424
Guatemala	1988	565
Nicaragua	1749	1532
Panamá	3741	4477

Cada Fundación Telefónica lleva a cabo su propio programa de voluntariado corporativo de forma independiente, atendiendo a las características de cada país y a las necesidades específicas de la sociedad local; no obstante, hay dos grandes hitos en el año de carácter transnacional: el Día Internacional del Voluntario Telefónica, y las Vacaciones Solidarias Internacionales.

El Día Internacional del Voluntario Telefónica, es una iniciativa en la que miles de empleados de la Compañía en todo el mundo dedican la jornada a realizar actividades solidarias procurando coincidir en el primer viernes del mes de octubre. En la edición de 2014 ha implicado a 15,343 personas, un 11,5% más que en 2013.

Más de 15.000 empleados de Telefónica de 32 países han participado en la edición 2014 del Día Internacional del Voluntario Telefónica. En Centroamérica la participación incrementó un 25% del año 2013 al 2014.

Voluntarios participantes en el Día del Voluntario Telefónica

País	2013	2014
Costa Rica	198	112
El Salvador	91	151
Guatemala	35	170
Nicaragua	29	105
Panamá	269	240

A través de Vacaciones Solidarias Internacionales, desde 2005, más de 700 empleados de Telefónica de distintos países de Europa y Latinoamérica han dedicado parte de su periodo de vacaciones a realizar acciones sociales relacionadas con el apoyo a la infancia y a la juventud más vulnerable. En 2013 y 2014 han sido 100 voluntarios Telefónica por cada año los que, entre julio y agosto, han aportado su trabajo solidario en países de Latinoamérica como Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Nicaragua, entre otros.

10% de los participantes de Vacaciones Solidarias Internacionales 2014 representaron a la región Centroamericana.

Voluntarios participantes en Vacaciones Solidarias Internacionales

País	2014
Costa Rica	2
El Salvador	3
Guatemala	2
Nicaragua	1
Panamá	2

El programa Voluntarios Telefónica ha inaugurado en el 2014 la modalidad de voluntariado online, en la que el voluntario colabora con organizaciones exclusivamente de forma digital, a través de una plataforma en la que los profesionales de Telefónica ponen su tiempo, conocimientos, talento y experiencia al servicio de las organizaciones sociales, prestándoles apoyo para la realización de diferentes tareas relacionadas, entre otros ámbitos, con la gestión de las entidades, el marketing, la comunicación, las redes sociales o las traducciones. De igual forma, este ejercicio ha visto nacer la Escuela del Voluntario, una plataforma de formación online para gestionar el conocimiento y la experiencia de los voluntarios y los diferentes proyectos sociales, así como para dar respuesta a las necesidades formativas del programa Voluntarios Telefónica.

Formación de Voluntarios Telefónica en Centroamérica



Gestión de la cadena de suministro

Telefónica es consciente de su responsabilidad en la cadena de suministro, tanto por su presencia internacional como por el impacto y volumen de sus proveedores. Por ello, nuestro compromiso con la sostenibilidad está presente en todo el proceso de relación con nuestros proveedores



Aspectos de especial relevancia para nuestro negocio

Cultura de sostenibilidad

Demostremos nuestro compromiso con un modelo de negocio sostenible a través de diversos aspectos:

- a) Tenemos el compromiso de ser motor de desarrollo en los países en los que Telefónica tiene presencia. Para el año 2013 el volumen de compras adjudicado localmente ascendió a más de 2,150 millones de dólares y para el 2014, cerramos cerca de los 4 mil millones de dólares (Centroamérica y Venezuela).

Proveedores adjudicatarios locales Centroamérica

País	2013	2014
Costa Rica	63%	58%
El Salvador	60%	62%
Guatemala	71%	63%
Nicaragua	57%	60%
Panamá	65%	59%

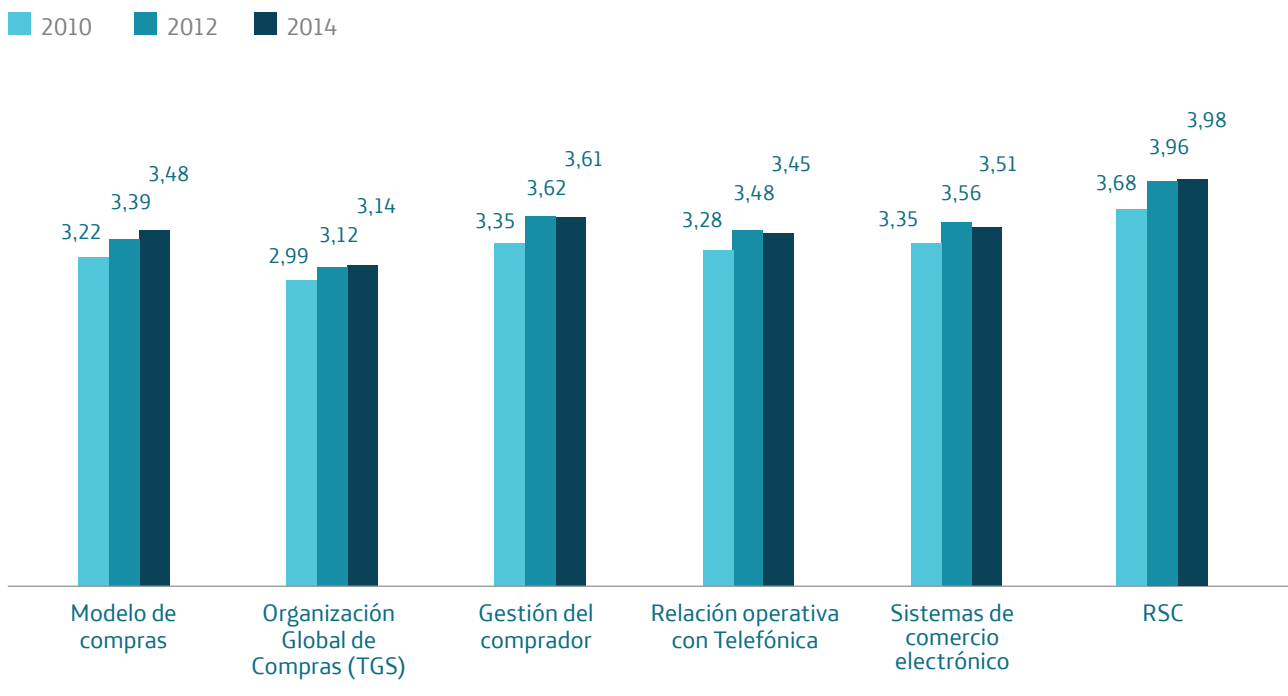
- b) Nos esforzamos por conocer la percepción y prioridades de nuestros proveedores. Hemos realizado una encuesta global a los principales proveedores para conocer su nivel de satisfacción e identificar qué aspectos son valorados positivamente y cuáles son susceptibles de mejora.

Para preparar ese proceso, antes de lanzar la encuesta, se organizaron dos focus groups, con proveedores clave, con el fin de entender cuáles eran sus prioridades en su relación con Telefónica. Estas reuniones nos permitieron obtener feedback para mejorar la encuesta y facilitar así el desarrollo de los posibles planes de acción de aquellos aspectos susceptibles de mejora.

- Lanzamos una encuesta global dirigida a más de 4.000 proveedores, que alcanzó un nivel de participación cercano al 30%.
- Las valoraciones (en una escala de 0 a 5) apenas registraron cambios respecto a la anterior encuesta realizada en 2012, volviendo a ser el bloque de responsabilidad corporativa el mejor valorado.

El **57%**
del volumen de
compra en la región
se adjudicó
a proveedores
locales

Evolución de resultados en la encuesta de satisfacción de proveedores



4. Clientes_

RELACIONES CON NUESTROS CLIENTES

La satisfacción del cliente

Nuestro objetivo es dar siempre a nuestros usuarios la mejor oferta digital: una experiencia basada en la conectividad permanente y una red de productos, servicios y soluciones que nos mantienen a la cabeza del sector en gran parte de los países donde operamos.



En Telefónica estamos centrados en proporcionar la mejor experiencia de usuario. Trabajamos junto a socios y colaboradores de primer nivel para construir un ecosistema de trabajo que nos permita desarrollar la mejor oferta digital, que vele por la seguridad y que, al tiempo, ayude a la mejora del entorno y la experiencia de los clientes.

Nuestros objetivos son:



Los accesos móviles en el Grupo ascienden a 274,5 millones y aumentan un 8% frente a 2013, un 2% en términos orgánicos, apoyados en el fuerte crecimiento del contrato móvil. Destaca el fuerte ritmo de crecimiento de los smartphones, que han llegado hasta los 90,4 millones, un 39% más que en el año anterior. La penetración total de estos teléfonos inteligentes ha crecido ocho puntos porcentuales en el último año, hasta representar el 35% del total de accesos.

En el caso de la región Centroamericana, los accesos a telefonía móvil superan los 11 millones para el 2014. Estos datos reflejan el éxito de la estrategia de Telefónica, enfocada en el crecimiento de los servicios de datos.

CLIENTES SATISFECHOS

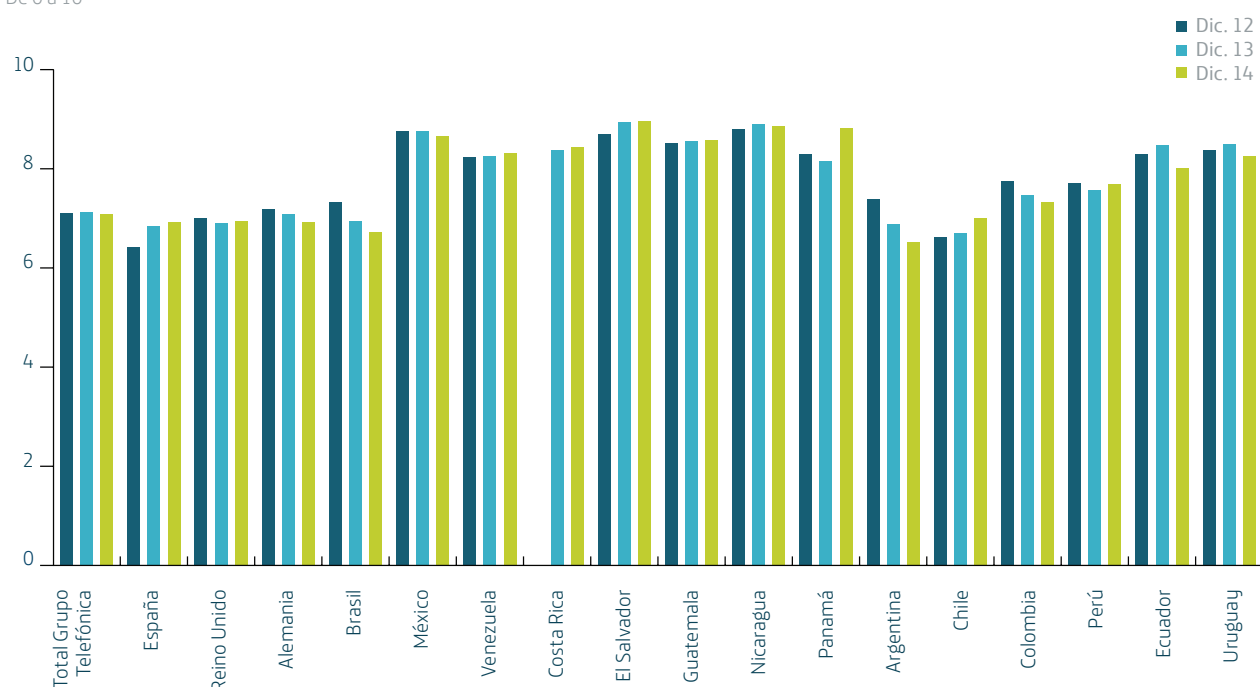
Para medir la satisfacción de nuestros clientes utilizamos el CSI (Customer Satisfaction Index), un indicador que se reporta de forma periódica al Consejo de Administración. Además, la Compañía cuenta con una comisión específica en su Consejo de Administración dedicada a la Calidad del Servicio y Atención Comercial. Esta se reúne trimestralmente para reforzar la orientación al cliente del Grupo.

Índice de satisfacción - Centroamérica

País	2013	2014
Costa Rica	n/a	8,4
El Salvador	8,94	8,97
Guatemala	8,56	8,58
Nicaragua	8,90	8,86
Panamá	8,15	8,83

Satisfacción del cliente

De 0 a 10



RELACIONES CON NUESTROS CLIENTES

Grandes clientes



La sostenibilidad en las relaciones con los grandes clientes es un elemento importante para Telefónica. Una fructífera relación con las empresas con las que trabajamos nos permite sentar unas bases de progreso a largo plazo basadas en competitividad y transparencia, que finalmente deben traducirse en beneficios e ingresos.

Por ello, en la Compañía se ha creado Telefónica Business Solutions para dar respuesta a las necesidades de las grandes empresas con las que nos relacionamos. Gracias a Telefónica Business Solutions facilitamos nuevas oportunidades, a nivel local y global, a las compañías que quieren expandirse al mismo ritmo que el mundo amplía sus fronteras. Además, ponemos a su disposición nuestra tecnología más innovadora, como la red de fibra, con presencia en más de 40 países y conectividad directa entre Latinoamérica, EE.UU., Europa y Asia.

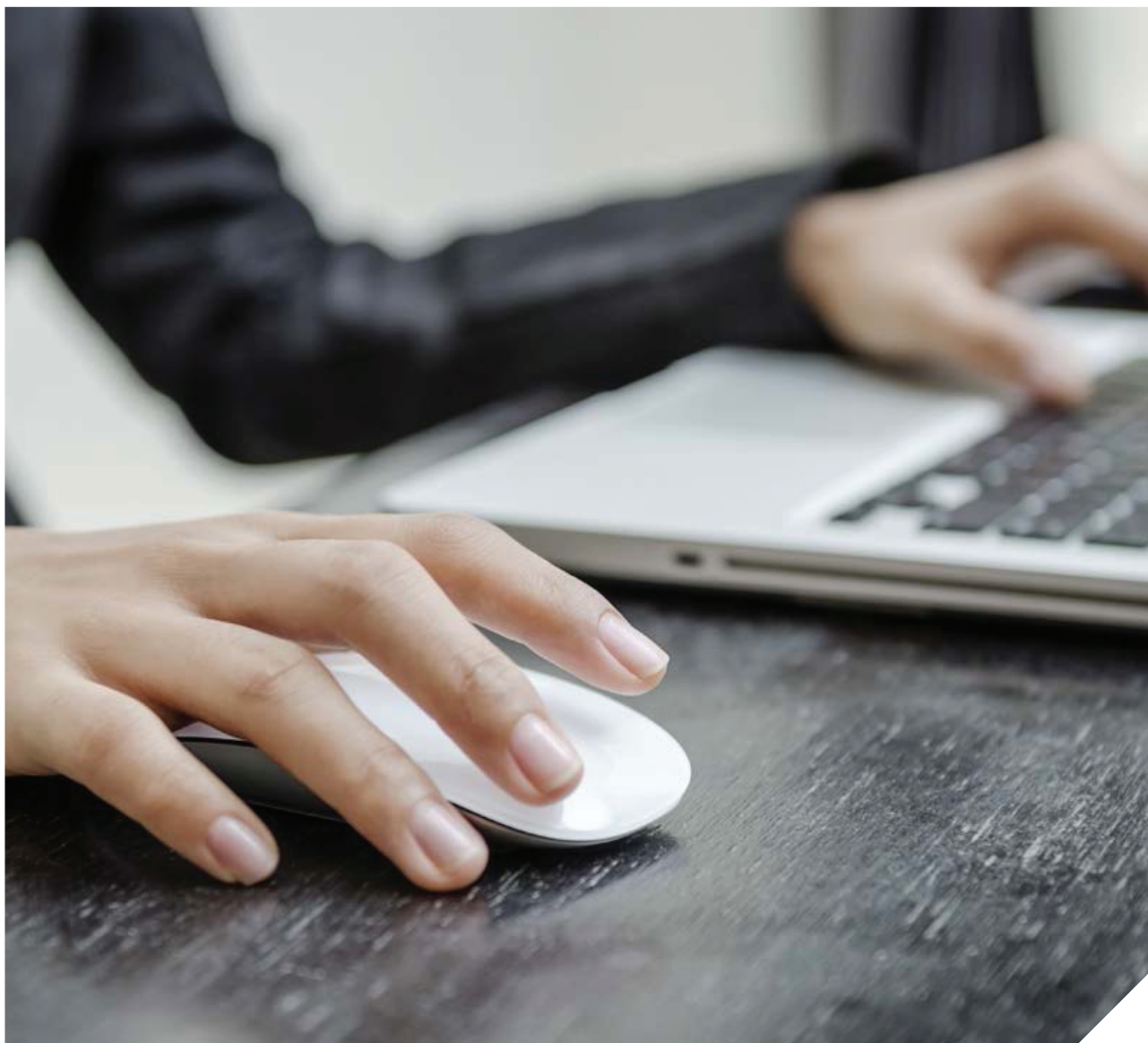
La gestión de las relaciones con los grandes clientes se fundamenta en el desarrollo de buenas prácticas y mejoras operativas basadas en estándares internacionales de seguridad de la información, la protección de datos de carácter personal, la gestión de datos asociados a transacciones financieras, la calidad y la preservación de un ecosistema de telecomunicaciones seguro extremo a extremo. En este sentido, en el ámbito de la seguridad de red, contamos con un equipo de profesionales que aseguran el compromiso de Telefónica en calidad, fidelización y responsabilidad

Los servicios que ofrece Telefónica Business Solutions se centran en las empresas y mayoristas de roaming a nivel global dentro del Grupo Telefónica.

RELACIONES CON NUESTROS CLIENTES

Privacidad y seguridad

En las sociedades democráticas la privacidad es un valor fundacional, reflejada en varios derechos fundamentales, como el de la protección de datos o el derecho a la intimidad. En Telefónica lo tenemos muy presente y ponemos especial empeño en los desarrollos de seguridad para nuestros clientes.



El concepto de privacidad, tal y como lo entendemos en Telefónica, está muy delimitado por el contexto histórico, la cultura, los usos y, desde luego, la innovación tecnológica de un país o región geográfica determinada. En las sociedades democráticas, la privacidad es un valor fundacional. Los marcos legislativos la han acuñado como el derecho de la persona a que nada ni nadie interfieran sus comunicaciones privadas (derecho al

secreto de las comunicaciones), en la gestión de sus datos personales (derecho a la protección de datos personales), o en la protección de su intimidad personal o familiar (derecho a la intimidad). En este sentido, y desde la expansión de Internet, la 'confidencialidad de la información' y el uso de los datos personales con propósitos comerciales se han convertido en uno de los aspectos más debatidos y controvertidos de la última década.

Nosotros no concebimos la privacidad como un concepto unidimensional y por ello hablamos de 'confianza digital' como un término que abarca los conceptos de privacidad, transparencia y seguridad. Este es un enfoque sostenible en el que los ciudadanos pueden tener el control de sus propios datos personales, conservar su identidad privada y saber que sus datos están seguros.

En definitiva, nuestro compromiso con este principio nos ha llevado a diseñar una cultura basada en mejorar la confianza digital de nuestros consumidores, con unas normas de comportamiento comunes y obligatorias para todas nuestras regiones y entidades, y una serie de posiciones claras y coherentes en relación con nuestras prácticas de privacidad y protección de datos. Los pilares sobre los que se sustenta esta cultura son:

- ⇒ La autorregulación de los derechos y la seguridad de los usuarios, mucho más allá de las leyes locales e internacionales.
- ⇒ La transparencia como motor de la confianza y los atributos claves de Telefónica.
- ⇒ La privacidad como elemento que hace posible la innovación, el bienestar y la prosperidad en el mundo digital.

La aceptación de estos principios globales nos ayudará a establecer un marco global común a partir del cual se podría desarrollar una experiencia digital segura, transparente y privada, una base sólida para el crecimiento sostenible de una economía y sociedad digitalizadas.

PRIVACIDAD

Política y Comité de Privacidad

El objetivo de la Política de Privacidad, aprobada por el Consejo del Grupo Telefónica, es establecer las bases de actuación que deben seguir las empresas del Grupo en la protección de la privacidad de todas aquellas personas que nos confían su información a través del uso de nuestros productos y servicios.

- ⇒ Transparencia y elección en la utilización de información personal.
- ⇒ Derecho de acceso, rectificación, oposición y cancelación de la información personal.
- ⇒ Seguridad e integridad de datos personales.
- ⇒ Privacidad de menores.

Esta Política nos ha permitido mantener una posición única, clara y coherente en privacidad y protección de datos, y aprovechar al máximo las oportunidades que genera el actual entorno digital para Telefónica.

SEGURIDAD Y PROTECCIÓN DE DATOS

Para garantizar que los datos de nuestros clientes y de nuestros servicios se mantienen a salvo y seguros, Telefónica dispone de varias normativas que fortalecen la seguridad de la información.



Seguridad de la información

- Política corporativa de seguridad de la información.
- Normativa corporativa de seguridad de la información.
- Reglamento corporativo de controles mínimos de seguridad.
- Reglamento de redes sociales.
- Reglamento corporativo de seguridad de servicios en la nube.
- Reglamento corporativo de seguridad en dispositivos de trabajo.



Protección de datos

- Política de Privacidad del Grupo Telefónica.
- Instrucción sobre la protección de datos de carácter personal del Grupo Telefónica.



Tecnología de la información

- Normativa sobre controles básicos sobre tecnología de la información.

Las empresas del Grupo Telefónica siguen las directrices en materia de seguridad de la información definidas por el Comité Corporativo de Seguridad. El objetivo de este órgano es velar por la mejora continua de la seguridad, garantizando un nivel mínimo homogéneo y acorde con las necesidades de cada negocio. Sus responsabilidades, además, incluyen el establecimiento de políticas, estándares y procedimientos de implementación de usos y buenas prácticas, el seguimiento de la obtención de certificaciones dentro de las compañías del Grupo y una monitorización continua, con reportes al Comité de Seguridad.

5. Sociedad_

Acción social

Fundación Telefónica



Desde Fundación Telefónica detectamos y analizamos las nuevas tendencias educativas, experimentamos con ellas, comprendemos y damos a conocer sus implicaciones en los procesos tecnopedagógicos y las trasladamos a los entornos sociales más desprotegidos.

Esta labor de larga trayectoria ha recibido desde hace años el reconocimiento de las instituciones y los gobiernos de España, Latinoamérica. En Centroamérica en el año 2014 recibimos una mención del Despacho de la Primera Dama de Panamá.

El programa **Proniño** ofrece oportunidades para mejorar el proyecto de vida de la infancia más vulnerable, apoyando una educación de calidad basada en la tecnología. Se trata de una iniciativa con más de diez años de existencia que desde su creación ha atendido a 489.113 niños, niñas y adolescentes de los 14 países de América Latina en los que está presente Telefónica: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela.

Proniño está dirigido a niños y jóvenes y busca fomentar en ellos habilidades y competencias para alcanzar soluciones innovadoras que favorezcan tanto su crecimiento personal y profesional como la mejora de su entorno. En todos los proyectos que realizamos en entornos desfavorecidos perseguimos desarrollar el talento, el espíritu emprendedor y las habilidades en comunicación de los niños y los jóvenes, intentando despertar su curiosidad y ganas de aprender.

"Promovemos que niños y jóvenes adquieran las competencias necesarias para vivir y trabajar en un mundo digital"

Es el lema que describe la filosofía de trabajo de Fundación Telefónica Centroamérica para conseguir mejorar la calidad educativa, concibiéndose esta como un vehículo de transformación social.

- Creatividad
- Innovación
- Competencias básicas
- Competencias digitales

INCLUSIÓN DIGITAL

Por otra parte, **Aulas Fundación Telefónica** es un proyecto de inclusión digital que promueve el uso de la tecnología de la información y comunicación como herramienta esencial para la mejora de la calidad educativa en Latinoamérica.

Este programa ha recibido en 2014 el Premio Luis Hoschild Plaut, en la categoría 'Promoción de la educación de excelencia', del Instituto Peruano de Administración de Empresas (IPAE).

Fundación Telefónica Centroamérica en cifras

País	Niños		Jóvenes	Docentes Aulas FT		Niños Impactados	
	2013	2014		2013	2014	2013	2014
Costa Rica	505	530	600	0	0	0	0
El Salvador	14,167	14,153	392	307	634	7,061	14,582
Guatemala	42,555	42,554	1,169	269	551	6,187	12,673
Nicaragua	16,489	15,010	300	617	687	14,191	15,801
Panamá	14,915	15,010	1,894	312	614	7,176	14,122
TOTALES	73,959	74,061	3,363	1,198	1,852	27,554	42,596

GENERACIÓN DE CONOCIMIENTO EN LA REGIÓN

Fundación Telefónica Centroamérica organizó el Primer Foro Centroamericano de Voluntariado Corporativo.

El Foro Centroamericano de Voluntariado Corporativo, es una iniciativa organizada por Fundación Telefónica Centroamérica. La primera versión contó con el apoyo de la International Association for Volunteer Effort (IAVE) y la Fundación Ciudad del Saber en Panamá. Este evento se convirtió en el primer Foro sobre Voluntariado Corporativo que se realiza en la región Centroamericana. Enfocado en el tema "Desafíos globales, tendencias regionales", contó con ponentes de empresas y organismos, nacionales y transnacionales, de países como Brasil, Panamá, Costa Rica, Nicaragua, El Salvador, Guatemala, Estados Unidos quienes compartieron ponencias relativas a la gestión de voluntariado corporativo.

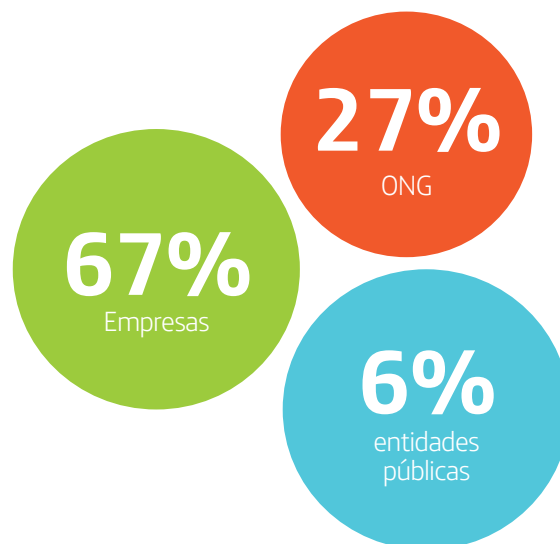
Las sesiones paralelas fueron el eje central del evento, y se enfocaron en 4 temáticas:

- Medición del voluntariado
- Voluntariado Corporativo como estrategia de Responsabilidad Social
- Comunicación de Voluntariado Corporativo 2.0
- Rol de Recursos Humanos en el Voluntariado Corporativo.

Otro importante hecho del Foro, fue el Lanzamiento en Panamá del libro "La Gran Carpa: Voluntariado corporativo en la era global", una iniciativa de Fundación Telefónica y escrito por el Dr. Kenn Allen, Presidente del Civil Society Consulting Group LLC, también fue Presidente Mundial de IAVE, entre otros importantes cargos.

El evento estuvo dirigido a una audiencia aproximada de 150 personas representantes de empresas, líderes de ONG y del sector público de la región Centroamericana involucrados en programas de voluntariado corporativo.

Audiencia del I Foro Centroamericano del Voluntariado Corporativo.



El II Foro de Voluntariado Centroamericano de Voluntariado Corporativo está planificado para celebrarse en Costa Rica en el año 2015.

Medioambiente

La tierra te llama, ¡contesta!

Una iniciativa de Movistar para Centroamérica



Resultados en Centroamérica

Evitamos
que más de
291 toneladas
de desechos eléctricos
y electrónicos
llegaran a los
vertederos

La ágil evolución de la tecnología móvil lleva consigo la demanda constante de los usuarios a nuevos equipos: queremos estar al día, aprender lo nuevo, comunicarnos más rápido. Pero esta realidad tiene otro rostro, los desechos electrónicos.

A través de nuestra marca Movistar en Centroamérica, se atienden ambas realidades, evolucionamos de la mano de nuestros clientes ofreciéndoles una propuesta formal para el debido reciclaje de celulares en Costa Rica, Guatemala, Nicaragua y Panamá.

Recolectamos celulares, baterías y accesorios en desuso: de cualquier marca, operador y en cualquier estado. Son enviados a dos procesos de tratamiento: reciclaje y refinamiento.

■ **Movistar Costa Rica:**

En el año 2011 iniciamos operaciones en Costa Rica y en el 2013 ponemos en marcha el programa de reciclaje. Se recicla material eléctrico y electrónico, el cual es entregado a una empresa recicladora que se encarga del debido proceso y su certificación.

Indicador: 3,377 libras de material eléctrico y electrónico.

Hemos
recolectado más de
66,000
celulares en desuso.

■ **Movistar Guatemala:**

En el año 2010 fuimos pioneros en el tema en este país, con el lanzamiento del programa "Recicla tu cel!", cuyo material recibido es entregado a sus aliados en reciclaje. Apoyan la recuperación de la cuenca del Lago Atitlán y aportan con material educativo para niños y niñas en edad escolar.

Indicador: 4,133 celulares recolectados.
15,950 libras material eléctrico y electrónico.

■ **Movistar Nicaragua:**

En el caso de Nicaragua, se lanza el programa en el año 2012 convirtiéndose en la única empresa de telecomunicaciones en certificar su proceso de reciclaje con la empresa Electronic Recycling and Trading (ERT) con sede en Texas, Estados Unidos. Lo recolectado es donado en su totalidad a la Fundación Nicaragüense para el Desarrollo Sostenible (FUNDENIC).

Indicador: 10,496 celulares recolectados.
4,099 libras de material eléctrico y electrónico.

■ **Movistar Panamá:**

Es la única empresa de telecomunicaciones en Panamá que ofrece una alternativa certificada y sostenible para el reciclaje de celulares, baterías y accesorios en desuso, desde el año 2009 que se lanza el programa. El 100% de lo recolectado es invertido en la recuperación boscosa de la cuenca alta del río Santa María (Provincia de Veraguas), y cuenca alta y media del río La Villa (Provincia de Herrera).

Indicador: 51,586 celulares recolectados.
281 toneladas de material eléctrico y electrónico.

A high-angle photograph of a modern, multi-level staircase. The staircase features glass railings and metal balustrades. The steps are made of light-colored stone or concrete. The entire image is overlaid with a semi-transparent teal color. The text '6. Anexos' is written in white, sans-serif font, with a small yellow horizontal line under the 's'.

6. Anexos


Tabla de *indicadores globales*

	Unidad	2013	2014	% Variación
 Aspectos económicos				
Ingresos de Telefónica	Mil dólares	75.743	66.815	-11,7%
Innovación tecnológica	Mil dólares	8.153	9.250	13,5%
Aportaciones fiscales ⁽¹⁾	Mil dólares	18.663	15.991	-14,2%
Gastos salariales totales	Mil dólares	9.568	9.414	-1,5%
Inversión en infraestructuras ⁽¹⁾	Mil dólares	12.471	12.531	0,6%
Volumen de compras adjudicado	Mil dólares	35.225	35.094	-0,3%
Inversión en I+D	Mil dólares	1.387	1.474	6,2%
Proveedores locales	%	83,9	85	-0,2%
Número de empleados despedidos por incumplimiento de los Principios de Actuación	Unidades	3	4	33,3%
Número de incidentes de corrupción investigados por la Oficina de Principios de Actuación	Unidades	1	0	-100,0%
Empleados formados en Principios de Actuación	%	63,0	48	-23,5%
Número de auditorías realizadas a proveedores de riesgo	Unidades	1.545	1.395	-14,4%

Aspectos sociales

Plantilla total física	Personas	126.730	123.700	-2,4%
Plantilla fija	Personas	118.937	117.245	-1,4%
Índice de absentismo ⁽²⁾	Días	5.599	5.113	-8,7%
Número de horas de formación	Miles de horas	2.983	3.712	24,4%
Mujeres en plantilla	%	38,3%	38,0%	-0,8%
Mujeres directivas	%	21,0%	20,6%	-1,9%
Número de personas con discapacidad	Personas	961	1.033	7,5%
Total inversión social (LBG)	Miles de dólares	171.082	172.554	1,0%
Horas de voluntariado	Horas	195.906	212.484	8,5%

(1) Esta cifra difiere de la publicada en el capítulo 'Cash flow social' de la versión corporativa del Informe de Sostenibilidad por expresarse aquí bajo el criterio de devengo contable y no bajo el criterio de caja.
(2) Tasa de absentismo (AR). AR = (nº total de días perdidos, por ausencia, durante el periodo / nº total de días trabajados por el colectivo).

	Unidad	2013	2014	% Variación
 Aspectos medioambientales⁽¹⁾				
Despliegue de red responsable				
Adecuaciones de impacto visual	Unidades	576	351	-39,1%
Infraestructuras compartidas	Unidades	28.284	33.331	-3,2%
Mediciones de campos electromagnéticos	Unidades	24.750	28.877	16,7%
Inversión y gasto en medio ambiente	Miles de dólares	50.430	32.627	-22,9%
Consumo de recursos				
Total consumo de papel (actividades comerciales y de oficina)	Toneladas	9.476	7.980	-15,8%
Número de clientes con factura electrónica	Miles	43.617	50.936	20,2%
Consumo de agua	Miles de metros cúbicos			-3,9%
Residuos				
Total residuos gestionados (operaciones, oficinas y clientes)	Toneladas	29.944	22.837	-23,7%
Residuos de baterías de grupos electrógenos (operaciones y oficinas)	Toneladas	2.760	2.382	-13,7%
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (operaciones y oficinas)	Toneladas	2.654	1.497	-43,6%
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos de clientes	Toneladas	1.846	1.928	4,4%
Reciclaje y reúso de teléfonos móviles y accesorios de clientes	Toneladas	251	150	-34,8%

(1) Los porcentajes de variación corresponden en alguna medida a mejoras ambientales y a la venta Telefónica Irlanda y República Checa. En los capítulos ambientales se refleja únicamente la mejora ambiental.

Inventario de energía y CO₂ ⁽¹⁾⁽²⁾

Energía	MWh	6.562.478	6.385.298	-2,7%
Electricidad	MWh	6.048.709	5.970.861	-1,3%
Combustible	MWh	513.769	415.483	-19,1%
Energía procedente de fuentes renovables	MWh	1.005.590	965.568	-4,0%
Emisiones de GEI	tCO ₂ eq ⁽³⁾	1.917.861	1.774.661	-7,5%
Emisiones Directas (alcance I)	tCO ₂ eq	118.262	94.893	-19,8%
Emisiones Indirectas (alcance II)	tCO ₂ eq	1.763.642	1.641.614	-6,9%
Otras emisiones Indirectas (alcance III) ⁽⁴⁾	tCO ₂ eq	35.957	38.154	6,1%
Emisiones evitadas ⁽⁵⁾	tCO ₂ eq	296.895	289.963	-2,3%

(1) Inventario basado en ISO 14064, GHG Protocol & ITU-T L.1420.

(2) Datos de energía y emisiones 2014 en proceso de verificación.

(3) CO₂eq = CO₂, CH₄ & N₂O.

(4) Otras emisiones indirectas de alcance 3 debidas a viajes de trabajo.

(5) Emisiones evitadas gracias a la compra de energía renovable.

Referencias del Pacto Mundial de las Naciones Unidas



United Nations Global Compact

Derechos Humanos	Principio 1	Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.	Derechos Humanos 44
	Principio 2	Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los Derechos Humanos.	Derechos Humanos 44 Relaciones con nuestros clientes 30
Estándares laborales	Principio 3	Las Empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	Derechos Humanos 44 Prácticas laborales 18
	Principio 4	Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	Derechos Humanos 44 Gestión de la cadena de suministro 27
	Principio 5	Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	Acción Social 36
	Principio 6	Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.	Prácticas laborales 18 Derechos Humanos 44
Medio ambiente	Principio 7	Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	Medioambiente 38
	Principio 8	Las Empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	Medioambiente 38
	Principio 9	Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	Medioambiente 38
Anticorrupción	Principio 10	Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.	Ética y cumplimiento 17

Derechos Humanos

El objetivo durante 2014 en esta materia ha sido continuar integrando los aspectos identificados en los procedimientos existentes, con especial énfasis en aspectos como la privacidad y la libertad de expresión.



En Telefónica estamos convencidos de que la evaluación y gestión de los impactos de nuestra actividad en los [Derechos Humanos](#) es fundamental para la sostenibilidad de nuestro negocio. En 2002, con nuestra adhesión al Pacto Mundial, asumimos el compromiso público de respetarlos. Desde entonces, hemos trabajado proactivamente para fortalecer este compromiso.

Reflejo de ello es que, en 2006, el respeto a los Derechos Humanos se constituyó en uno de los pilares de nuestros [Principios de Actuación](#); o que, en 2012, fuésemos pioneros en la realización de una evaluación global del impacto de nuestras operaciones, de acuerdo

a los [Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de las Naciones Unidas](#).

Esta evaluación se hizo en 16 países, que representan cerca del 95% del total de países donde Telefónica tiene operaciones, identificándose 15 asuntos⁽¹⁾ reflejados en la tabla de Derechos Humanos.

Tras esta evaluación, nuestro objetivo durante 2014 ha sido continuar integrando los aspectos identificados en los procedimientos existentes, tanto a nivel corporativo como local, con especial énfasis en aspectos propios del sector como la privacidad y la libertad de expresión.

(1) Derechos del niño abarca restricción de contenidos y explotación infantil.

Se identificaron los siguientes asuntos en materia de Derechos Humanos:

Asunto evaluado	Descripción
No discriminación	Impulsamos la igualdad de oportunidades y tratamos a todas las personas de manera justa e imparcial, sin prejuicios asociados a la raza, color, nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual, estado civil, edad, discapacidad o responsabilidades familiares. Durante 2014 hemos lanzado diversas iniciativas a nivel global y local en materia de igualdad y discapacidad como resultado de nuestro compromiso recogido en nuestros Principios de Actuación y de Derechos Humanos.
Seguridad y salud	La seguridad, salud y bienestar en Telefónica constituye una de las principales líneas de actuación de la Compañía, cuya implantación se realiza a través del sistema de gestión de prevención de riesgos laborales que garantiza la integración de la seguridad y salud con criterios de prevención en los procesos y servicios.
Negociación colectiva y libertad de asociación	Garantizamos el derecho de nuestros empleados de pertenecer a la organización sindical de su elección y no toleramos ningún tipo de represalia o acción hostil hacia aquellos empleados que participan en actividades sindicales. En 2014 renovamos el acuerdo con Union Network International (UNI) dando continuidad al compromiso con las normas fundamentales de la OIT sobre el trabajo que se refieren a la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva.
Condiciones laborales de la cadena de suministro	Nuestra responsabilidad en el respeto de los Derechos Humanos se extiende a nuestras relaciones comerciales. Requerir altos niveles de desempeño en las condiciones –laborales, medioambientales y de seguridad y salud– de nuestra cadena de suministro es para nosotros una forma de promover, y obtener, el mejor resultado para lograr cambios y mitigar los riesgos relacionados con comportamientos abusivos de las relaciones empresariales.
Privacidad	Respetamos los derechos y las libertades de las personas, entre los que se encuentra el derecho fundamental a la protección de los datos de carácter personal. Nuestro compromiso se traduce en el diseño de una nueva cultura de la privacidad basada en mejorar la confianza digital de nuestros consumidores con unas normas de comportamiento común obligatorias para todas nuestras regiones y entidades, y una serie de posiciones claras y coherentes en relación con nuestras prácticas de privacidad y protección de datos.
Libertad de expresión	Estamos convencidos de que la mejor forma de lograr el avance global en el respeto de la libertad de expresión es a través del diálogo entre gobiernos, industria, sociedad civil (incluidos expertos sobre Derechos Humanos), inversores, organizaciones supranacionales y otras partes interesadas afectadas. Telefónica ha continuado formando parte del Grupo de Diálogo de la Industria (Telecom Industry Dialogue) e implementando sus principios rectores firmados en 2013.
Derechos del niño	Hemos venido trabajando activamente desde hace más de una década para fomentar y respetar sus derechos como parte de nuestra estrategia empresarial y desde diferentes líneas de actuación. Durante 2014, la Compañía ha centrado sus esfuerzos en la autorregulación como vía para promover el desarrollo de productos y servicios que ayuden a los niños y adolescentes a sacar el máximo provecho de las nuevas tecnologías.
Corrupción y soborno	Nuestro código ético, denominado Principios de Actuación, nos ayuda a actuar en línea con los principios más exigentes asociados a la honestidad y confianza, respeto por la ley, integridad y respeto por los Derechos Humanos. Además, establece unos principios específicos orientados a garantizar la confianza de nuestros grupos de interés.
Acceso a la Salud	Estamos convencidos de que la tecnología digital permite nuevos modelos de acceso de salud. La presencia de Telefónica en la industria eHealth es ya hoy una realidad gracias a la innovación liderada por el área de salud de la Compañía con proyectos en España, Argentina, Perú, Brasil o Chile.
Inclusión y acceso a las TIC	En Telefónica, conscientes del potencial que las tecnologías digitales pueden ofrecer, estamos trabajando en el desarrollo de productos y servicios bajo el criterio de "diseño para todos". El "diseño para todos" tiene como objetivo conseguir que los entornos, productos, servicios y sistemas puedan ser utilizados por el mayor número posible de personas.
Innovación social	Entendemos que la innovación sostenible ayuda a mejorar y cubrir las necesidades sociales actuales, como el cambio demográfico, la crisis financiera, la degradación medioambiental o la pobreza, a la vez que se crean nuevas relaciones o colaboraciones entre los distintos agentes e instituciones. Trabajamos en la creación y apoyo de nuevos productos y servicios que cubren estas necesidades.
Idioma	Apoyamos el derecho de las minorías a disfrutar de su propia cultura, a profesar y practicar su propia religión, o a utilizar su propio idioma. A nivel local desarrollamos iniciativas que promueven este respeto.
Acceso a la Educación	Apoyamos a la educación mediante los actuales programas de Fundación Telefónica centrados en detectar y analizar las nuevas tendencias educativas, experimentar con ellas, comprender y dar a conocer sus implicaciones en los procesos tecnopedagógicos y trasladarlas a los entornos sociales más desprotegidos.
Despliegue y gestión de infraestructuras de red	En Telefónica es imperativo llevar a cabo un despliegue responsable de red móvil y red fija. Siempre en Telefónica se han tenido en cuenta y respetado, no solo el cumplimiento legal, sino que se ha ido más allá respetando al máximo el grado de preservación de algunas zonas protegidas y se ha llegado a acuerdos con países para dar cobertura a zonas desfavorecidas en lugares remotos.



Telefónica

Costa Rica
Guatemala
El Salvador
Nicaragua
Panamá

Fundación Telefónica

Costa Rica
Guatemala
El Salvador
Nicaragua
Panamá

Informe Anual de Sostenibilidad 2013 - 2014

El presente informe está disponible en los sitios web:

www.movistar.cr

www.movistar.com.gt

www.movistar.com.sv

www.movistar.com.ni

www.telefonica.com.pa

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

www.unglobalcompact.org

Para mayor información sobre este Informe, puede contactarnos a la Dirección de Sostenibilidad y Fundación Telefónica para Centroamérica:

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

Perfil de Telefónica en Centroamérica

A través de una gestión responsable, contribuimos año tras años al desarrollo sostenible de nuestra región.

- Más de 1670 personas trabajan directamente con nosotros y construyen este gran proyecto en Centroamérica.
- El 61% de las compras adjudicadas fueron proveedores locales, lo que representa el 57% de los desembolsos hechos en la región.
- Ofrecemos soluciones de comunicación a más de 11 millones de clientes activos quienes han depositado su confianza en nosotros a través de la marca Movistar con un Índice de Satisfacción de Cliente promedio en la región de 8.74.
- Generamos riqueza por valor de 1,421 millones de dólares aportando a la movilización de la economía Centroamericana y Venezuela. Estimamos que aportamos con nuestros ingresos al PIB de Centroamérica y Venezuela: 0.3%
- Más del 70% de los empleados de la región están inscritos en el programa Voluntarios Telefónica. El programa cerró la gestión 2014 con 406 voluntarios formados y 13,383 horas de labor social.
- Más de 93,000 niñas, niños y adolescentes de Centroamérica están en un aula de clase, gracias al aporte de Fundación Telefónica. Llegamos a más de 2,400 docentes a través las Aulas Fundación Telefónica.
- Somos empresa firmante del Pacto Global de las Naciones Unidas.