Telefónica

2014
Informe de Sostenibilidad
Telefónica en la Argentina

Conecta con el futuro

Índice

4- *Cartas de presentación del Informe*
8- *Perfil de la Compañía*

1
Acerca de este informe

14- *Principios para la elaboración de este Informe*
16- *Estructura y perímetro de consolidación*

2
Modelo de sostenibilidad en Telefónica

20- *Estrategia y Gobierno de la Sostenibilidad*
22- *La interacción con nuestros grupos de interés*
26- *Materialidad*
28- *Compromiso con la sociedad*
- *'Cash flow' social*
- *Fundación Telefónica*

3
Gestión responsable

36- *Ética y cumplimiento*
38- *Prácticas laborales*
- *Plantilla*
- *Seguridad, salud y bienestar laboral*
- *Ejes de Trabajo*
- *Gestión de la Diversidad*

56- *Compromiso con nuestros clientes*
- *Satisfacción del cliente*
- *La conectividad al servicio de nuestros clientes*

70- *Gestión de la cadena de suministro*
80- *Compromiso con el medio ambiente*
- *Estrategia ambiental*
- *Gestión ambiental*
- *Gestión de campos electromagnéticos*
- *Energía y cambio climático*

87- *Respuesta a situaciones de emergencia*
88- *Voluntariado*

4
Confianza digital

92- *La agenda digital de Telefónica*
94- *Privacidad y Seguridad*
101- *Buen uso de Internet por parte de los niños*

5
Innovación sostenible

104- *La innovación*
106- *Productos y Servicios Sostenibles*
- *Inclusión digital*
- *Servicio Universal*
- *eHealth*

6
Anexos

114- *Tabla de indicadores*
116- *Referencias GRI*
120- *Cumplimiento DDHH*
121- *Cumplimiento Global Compact*
122- *Cartas de revisión*

Carta del *Presidente*

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.

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

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

G4-1

La Compañía ha reducido en más de 100.000 toneladas las emisiones de CO_2 gracias a proyectos de eficiencia en los últimos cuatro años

Telefónica es la empresa de Telecomunicaciones europea más admirada y la tercera del mundo, según Fortune

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.

En relación con el buen uso de Internet, lanzamos en Movistar el portal interactivo Familia Digital, que recoge buenas prácticas y permite intercambiar experiencias a los padres y profesores. En paralelo hemos puesto en marcha proyectos de innovación sostenible como el Reto Ability, desarrollado por Telefónica Futuro Abierto, para promover la innovación en accesibilidad.

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

G4-1

Carta del Presidente de *Telefónica de Argentina S.A. y Telefónica Móviles Argentina S.A.*

Estimados amigos,

Como ya es costumbre, nos place presentarles, en nombre del Grupo Telefónica en la República Argentina, y en el marco de nuestro vigesimoquinto aniversario, nuestro undécimo Informe consecutivo de Sostenibilidad Corporativa.

Desde que comenzamos a operar en el país, asumimos un fuerte compromiso con la innovación, la calidad y la transparencia. Prueba de ello y con una visión claramente orientada hacia el cliente, hemos desplegado una amplia gama de servicios de e-goverment, e-healt, de educación, más los tradicionales vinculados a la telefónica fija, móvil, banda ancha, soluciones de datos, cable submarino, telefonía pública, y muchos otros productos de valor agregado.

Ello nos posibilitó acercar el mundo de las telecomunicaciones y brindar soluciones, a todos los segmentos de la sociedad y de la actividad económica de la Argentina, contamos con más de 26,6 millones de accesos a diciembre de 2014. Adicionalmente, decirles que somos más de 17 mil empleados directos y se han pagado en concepto de impuestos y tasas municipales a las distintas administraciones públicas la suma de 9.088 millones de pesos, durante el año que estamos reflejando.

El documento que hoy les presentamos reafirma nuestro compromiso con los "Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas", y está realizado bajo las estrictas directrices del Global Reporting Iniciative (GRI-G4) y la AA1000AS (Accountability Assurance Standard). Y seguimos contando con la revisión de los datos por parte de Ernst & Young.

No es ajeno al conocimiento de los ciudadanos argentinos, que nuestro sector impulsa el crecimiento de todos los rubros de la economía nacional y esto nos obliga a trabajar cada día más. Nuestra aspiración es ser uno de los motores principales del progreso de la República Argentina, por ello invertimos 7.221 millones de pesos en infraestructura y redes de telecomunicaciones durante el año 2014. Así mismo se fortaleció la cadena de valor, adjudicándose compras a un total de 1.141 empresas proveedoras, de las cuales el 92,64% son empresas locales, confirmando nuestro compromiso con el país. Por otra parte se logró la implantación del proceso de evaluación, con criterios ambientales, sociales y éticos, en 120 proveedores definidos como críticos para Telefónica.

La sostenibilidad corporativa es una fuente de competitividad y diferenciación que dota a la marca de mayor solidez, facilita la fidelización de los empleados, afianza la confianza con nuestros clientes y apoya el desarrollo de las comunidades donde actuamos. Cada día trabajamos basándonos en tres pilares culturales que nos permiten implementar nuestra estrategia: Discover (nos esforzamos para descubrir, en el entorno digital, lo que necesitan nuestros clientes), Disrupt (buscamos anticiparnos al cambio e innovamos) y Deliver (trabajamos para brindar los beneficios tecnológicos a todas las personas).

El eje de nuestro esfuerzo y trabajo es el cliente. Prueba de ello es el compromiso que desarrollamos con la calidad continua, esto es no sólo el mejoramiento evolutivo de los procesos existentes, sino enfoques nuevos e innovadores. Desde hace 5 años se presentan proyectos de mejora en la competencia de equipos realizada localmente por IPACE (Instituto Profesional Argentino para la Calidad y la Excelencia), habiendo obtenido en el 2014, los Premios Oro y Plata en los dos proyectos presentados. El equipo que obtuvo el premio "Oro" ha quedado clasificado directamente para la competencia internacional de equipos de mejora de la ASQ (American Society for Quality – International Team Excellence Award).

G4-1, G4-13

Seguimos liderando proyectos clave vinculados a la operación con criterios de sostenibilidad: protección al menor y uso responsable, de la cadena de suministro, la privacidad y libertad de expresión, inclusión digital, innovación y desarrollo, derechos humanos y cuidado del medio ambiente, entre otros. Cuenta de esto es que se han invertido en I+D 609 millones de pesos, y se lanzaron novedosas soluciones de e-Health que van desde la tele-radiología hasta la gestión remota de pacientes.

También continuamos con nuestra política activa en materia de compromiso con el medio ambiente. Movistar nuevamente revalidó su certificación ISO 14001, y Telefónica de Argentina profundizó la implantación transversal de su sistema de gestión ambiental. Durante 2014, alcanzamos los 5,1 millones de clientes con factura electrónica. Asimismo se reciclaron 271,6 toneladas de residuos eléctricos y electrónicos.

Desde Telefónica entendemos que la educación es la herramienta más eficaz para integrar a todas las personas y potenciar sus habilidades y posibilidades, es por ello que alineados con las necesidades que plantea la educación del siglo XXI, alentamos la inclusión digital de todas las formas posibles, el acceso al mundo de Internet, y el uso pedagógico de las TIC's en el aula. En catorce años de gestión, el programa "Aulas Interactivas" alcanzo a más de 230.000 alumnos de 620 escuelas en 161 localidades de 20 provincias del país y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; 253 de estas escuelas recibieron también la provisión e instalación de un "Aula en Red".

La Fundación Telefónica reinauguró su "Espacio" con una renovada oferta de actividades y la propuesta de sumar nuevos públicos. Así, en el marco de sus ejes de actuación –Educación y Nuevas tecnologías, Cultura digital e Innovación, Proyectos Sociales y Voluntariado Corporativo– la Fundación fomentó innovación en los procesos educativos, gestionó su red de voluntariado corporativo y facilitó la generación y divulgación de conocimiento. De esta manera, también acompañó el impacto de la tecnología sobre los individuos y la sociedad en su conjunto, vinculándose con niños, jóvenes y adultos, la comunidad educativa en general y los máximos referentes en innovación, tecnología y cultura digital, con acciones y programas tales como: "Aulas Amigas", "Aulas Abiertas" y diversas jornadas y talleres sobre educación y formación docente en nuevas tecnologías ("Amasando Circuitos", Arte para Programar" y "Energía para Crear").

Las aspiraciones y realidades de transformación e innovación llevadas a cabo por el Grupo Telefónica, se concretaron gracias a su capital humano. Sus empleados, bajo los lineamientos generales de nuestros Principios de Actuación, son los que hacen posible que todos los programas, acciones y estrategias se materialicen positivamente. En tal sentido, las gestión del capital humano se apoya en los siguientes pilares: organización, relaciones laborales y gremiales, seguridad, salud en el trabajo y medioambiente, cultura de servicio, liderazgo, desarrollo, reconocimiento, comunicación, calidad de vida, compensaciones y programas de calidad. Puntualizando con algunos ejemplos respecto de Calidad de vida, Se lanzó el programa "Para Vos", cuyo objetivo es dar a conocer todos los beneficios "Tiempo para vos", "Para vos y tu familia", "Descuentos para vos", "Seguridad y Salud para vos", "Feel Good", entre otros.

Nuestro liderazgo se funda en la labor de nuestros empleados, su profesionalismo y solidaridad. En concreto, más de 2.000 voluntarios celebraron su compromiso en el *"Día Internacional del Voluntario"* con más de 50 actividades sociales. Telefónica en la Argentina cuenta con más de 2.700 voluntarios activos, que contribuyeron significativamente a la sociedad con más de 16.000 horas de voluntariado.

Tenemos la voluntad de ratificar el compromiso del Grupo Telefónica de la República Argentina, como empresa que impulsa y fomenta el desarrollo social, la potencialidad de las personas y la inclusión productiva y social, mediante el empleo de las nuevas tecnologías.

Innovar cada día nos inspira para transformar el futuro, por eso nos esforzamos para que la tecnología esté al alcance de las personas.

Afectuosamente,

Luis Blasco Bosqued.
Presidente de Telefónica en Argentina.

G4-1

Perfil de la *Compañía*

Con operaciones en 17 países y 341 millones de accesos, Telefónica, una de las mayores compañías de telecomunicaciones del mundo por capitalización bursátil, prosigue la transformación en Telco Digital gracias a las mejores redes y a una innovadora oferta de servicios digitales.

Telefónica en el mundo
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.

Con sede central en Madrid, operamos en 17 países y, con una base de clientes de 341 millones de accesos, tenemos una fuerte presencia en España, Europa y Latinoamérica, donde se concentra la mayor parte de nuestra estrategia de crecimiento. Disponemos de uno de los perfiles más internacionales del sector, al generar una cifra superior al 76% de negocio fuera del mercado doméstico.

Movistar (para España y Latinoamérica, a excepción de Brasil), Vivo (en Brasil) y O2 (en Reino Unido y Alemania) son las principales marcas bajo las que se articula la oferta comercial.

Telefónica es una empresa totalmente privada que cuenta con 1,3 millones de accionistas directos y que cotiza en el mercado continuo de las bolsas españolas y en las bolsas de Londres, Nueva York, Lima y Buenos Aires.

El listado de las sociedades que conforman el Grupo Telefónica, su denominación, objeto social principal, país, capital social, porcentaje de participación efectivo del Grupo Telefónica y la sociedad o sociedades a través de las cuales se obtiene la participación del Grupo pueden consultarse en el Anexo VI del Informe sobre los Estudios Financieros que puede encontrar en la web corporativa.

Principales indicadores

Ingresos durante el ejercicio 2014

Empleados a 31 de diciembre de 2014

G4-4, G4-6, G4-8, G4-9

17
países

Países en los que opera

55.514 M€

Capitalización bursátil a 31 de diciembre de 2014

45.087 M€

Deuda neta

G4-4, G4-6, G4-8, G4-9

Telefónica en la Argentina
Telefónica está presente en Argentina desde la privatización de los servicios telefónicos en 1990. En sus años de gestión, la compañía se afianzó como un grupo líder de empresas especializado en telecomunicaciones integradas. Tras haber sido la primera inversión significativa de capitales españoles, contribuyó en estos años al desarrollo de las comunicaciones mediante inversiones de infraestructuras y una amplia oferta de servicios de telefonía fija, móvil e Internet.

Con 25 años de presencia en el país, Telefónica es protagonista de la evolución de las telecomunicaciones a partir de una estrategia de transformación continua que la consolida como una telco digital.

En ese camino, desarrolla productos y servicios innovadores enfocados en mejorar la calidad de vida de las personas a través de la tecnología y de sus múltiples aplicaciones.

Respaldada por una gestión sostenible durante los años, Telefónica renueva su compromiso con el crecimiento del sector y la promoción del desarrollo de la sociedad, a través de una acción innovadora y transformadora, en beneficio de todos los argentinos.

Algunas de las principales magnitudes:
Telefónica en la Argentina gestiona 26,6 millones de accesos, entre los 20 millones de accesos móviles y más de 4,7 millones de fijos, con cerca de 1,9 millones de banda ancha.

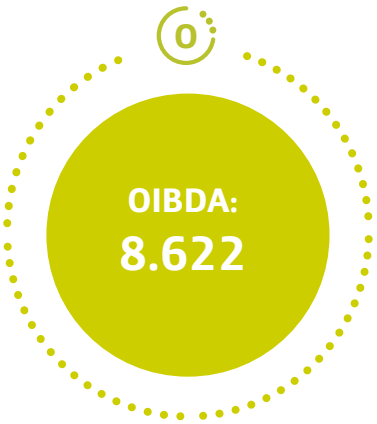
Telefónica tiene más de 17 mil empleados directos, y 1.141 empresas proveedoras, de las cuales cerca del 93% son empresas locales.

Respecto a las cifras financieras, a finales de 2014, los ingresos de Telefónica en Argentina alcanzaron 32.930 millones de pesos y el OIBDA sumó 8.622 millones de pesos.

Diciembre 2014

Accesos (Datos en miles de accesos)

Resultados Telefónica en la Argentina (Millones de Pesos)



G4-4, G4-6, G4-8, G4-9

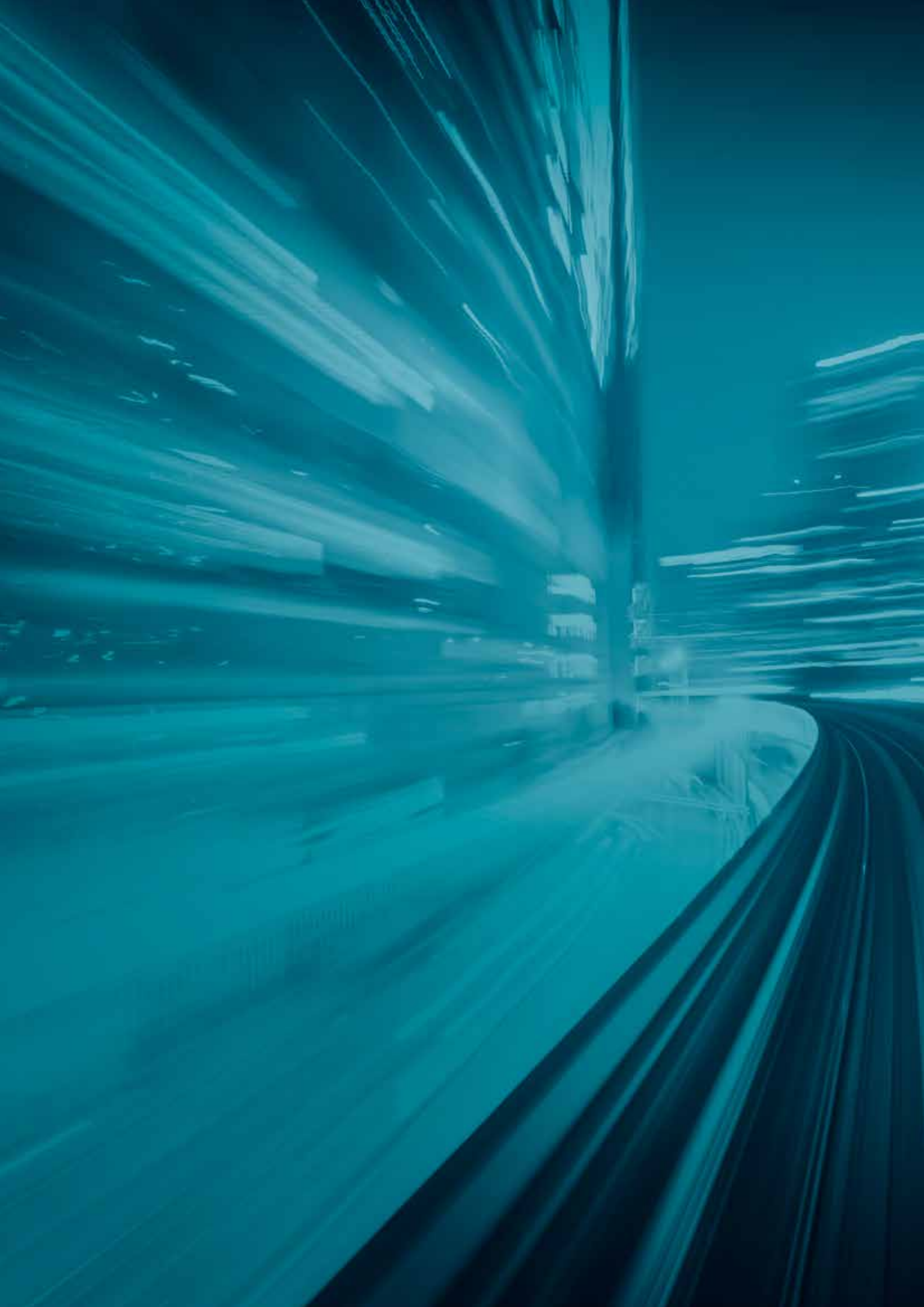
En 2014, Telefónica invirtió en Argentina 7.268 millones de pesos, destinados principalmente a la mejora y expansión tanto de las redes móviles como fijas.

En este documento, Telefónica en la Argentina presenta su Informe de Sostenibilidad correspondiente al ejercicio 2014 donde recoge los avances producidos durante el ejercicio en aspectos económicos, ambientales y sociales.

Tanto este informe como los anteriores se encuentran publicados en: www.telefonica.com.ar/rc14

El contenido se complementa con la información sobre la Sostenibilidad de la Compañía que periódicamente se actualiza en la **web corporativa de Sostenibilidad,** así como con el Informe global Anual Integrado, el Informe global de Gobierno Corporativo y Retribuciones, y la Memoria consolidada de las Cuentas Anuales y correspondiente Informe de Gestión del ejercicio a nivel global donde está incluida la información local.

Telefónica en la Argentina publica el Informe de Sostenibilidad local con periodicidad anual.



1
Acerca de este informe_

Principios para la *elaboración de este Informe*

Telefónica en la Argentina presenta en su Informe de Sostenibilidad 2014, un documento que recoge los avances producidos durante el ejercicio en aspectos económicos, ambientales y sociales, así como de derechos humanos, políticas anticorrupción y gestión de la diversidad.

Para la recopilación de la información cualitativa y cuantitativa que se presenta en este Informe se han utilizado herramientas y desarrollos informáticos internos y externos, destacando Success Factor para cuestiones relacionadas con recursos humanos, Credit 360 para el resto de asuntos de gestión responsable, clientes y sociedad, y un sistema SAP específico para la información de medio ambiente (SuMP). Este proceso ha permitido el autodiagnóstico y la verificación de cada dato desde su división de origen, así como seguir su trazabilidad, desviación y confianza a distintos niveles de agregación. La información publicada ha pasado a su vez por procesos de chequeo y verificación (Control de Gestión y la Dirección de Medio Ambiente y Sostenibilidad Corporativa). Adicionalmente, la información recogida en este Informe ha sido sometida a revisión externa.

Telefónica a nivel global informa sobre su compromiso en relación a la siguiente Normativa Internacional:

- Declaración Universal de los Derechos Humanos de Naciones Unidas.
- Pacto Derechos Civiles y Políticos.
- Pacto Derechos Económicos, Sociales y Culturales.
- Convención Derechos del Niño.
- Convención Derechos Personas con Discapacidad.
- Convenios Organización Internacional del Trabajo.
- Convenio de Basilea (desechos peligrosos).
- Sabarnes Oxley Law (EE.UU.).
- Estándar ISO.
- British Standards.
- Directrices internacionales (ICNIRP).

Telefónica informa de que se ha adherido voluntariamente a los siguientes estándares relacionados con contenidos y sistemas de gestión de RSC:

- Pacto Mundial de Naciones Unidas.
- GRI G 3.1 y algunos aspectos del G4.
- Directrices OCDE para Empresas Multinacionales.
- Código Conthe.
- Principio de Inversión Responsable de UN (UNPRI).
- Guía de Diligencia Debida para Cadenas de Suministro Responsables de Minerales Procedentes de Áreas Afectadas por Conflictos y de Alto Riesgo.
- Global e-Sustainability Initiative (GeSI).
- Global Compact LEAD.
- London Benchmarking Group (LBG).
- Economía baja en carbono.
- Colaboración con ETNO (European Telecomunications Network Operators Association), ITU (Unión Internacional de Telecomunicaciones) y GSMA (Asociación Mundial de Operadores de Telefonía Móvil).
- Carbon Disclosure Project.
- Código de Buenas Prácticas Publicitarias, Autocontrol.

Este libro se ha elaborado bajo los principios generales in acordance G4 dictados por el Global Reporting Initiative (GRI).

A continuación se expone cómo se han aplicado sus normas y se detalla las que determinan el contenido y la calidad, que garantizan una presentación equilibrada y razonable del desempeño de la organización. Todo este proceso se ha hecho teniendo en cuenta tanto la experiencia y el propósito de Telefónica, como la utilidad para sus grupos de interés. Asimismo, la revisión llevada a cabo por Ernst & Young se ha desarrollado bajo los principios definidos por la Norma AA1000AS (2008), unos valores que buscan "garantizar la calidad del Informe de Sostenibilidad de la organización y de los procesos, sistemas y competencias que sirven de base para su ejecución por parte de toda la organización".

Tanto los principios dictados por el Global Reporting Initiative (GRI) como los definidos por la norma AA1000AS (2008) son los estándares más contrastados y utilizados en la elaboración de informes de sostenibilidad y responsabilidad social corporativa.

G4-15, G4-28, G4-33

SEGÚN GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI)

PRINCIPIOS PARA DETERMINAR SU CONTENIDO

Participación de los grupos de interés
En el capítulo 'La interacción con nuestros grupos de interés' se identifican dichos grupos y se explica cómo ha respondido Telefónica a sus expectativas e intereses razonables.

Contexto de sostenibilidad
Telefónica contribuye al progreso de las comunidades en las que opera y su sostenibilidad, tanto social como ambiental, en toda su cadena de valor: desde el trabajo con nuestros proveedores pasando por la comercialización de productos y servicios sostenibles, hasta el respeto de los derechos de los consumidores.

Materialidad
Se abordan aquellos aspectos que reflejan los efectos económicos, ambientales y sociales significativos de la Compañía y que influyen de un modo sustancial en las evaluaciones y decisiones de nuestros grupos de interés. Para ello se ha llevado a cabo un análisis de materialidad tanto a nivel corporativo como local y regional.

Exhaustividad
Indicamos los aspectos materiales y su cobertura, alcance y tiempo, de modo que se reflejen sus efectos significativos tanto económicos y ambientales como sociales. Así, los grupos de interés pueden analizar el desempeño de Telefónica en el periodo analizado.

PRINCIPIOS PARA DETERMINAR SU CALIDAD

Equilibrio
Este testimonio refleja tanto los aspectos positivos como los negativos del desempeño de la Compañía a fin de propiciar una evaluación bien fundamentada.

Comparabilidad
La información aquí contenida está presentada de manera sistemática con la finalidad de que los grupos de interés puedan analizar la evolución del desempeño de la Compañía, para que pueda ser comparado al de otras organizaciones.

Precisión
Este Informe es preciso en términos cualitativos o cuantitativos, con la finalidad de que los grupos de interés puedan evaluar el desempeño de la organización.

Puntualidad
Se presenta este Informe con motivo de la convocatoria de la Junta Ordinaria de Accionistas de Telefónica con la finalidad de mantener un calendario regular para que los grupos de interés dispongan de la información en dicho momento y puedan tomar decisiones bien fundamentadas.

Claridad
La información se expone de forma comprensible para los grupos de interés que tienen un conocimiento razonable de la Compañía y sus actividades, se mantiene asimismo la información de los indicadores en series de tres años.

Fiabilidad
El presente informe cuenta con la revisión externa de EY, tal y como se refleja en el informe de revisión independiente adjunto.

SEGÚN AA1000 (APS)

Inclusividad
Se refiere a la participación de los grupos de interés en el desarrollo y logro de una respuesta responsable y estratégica hacia la sostenibilidad.

Relevancia
A través de ella, Telefónica ha determinado la importancia de cada asunto para los grupos de interés.

Capacidad de respuesta
Es la reacción de Telefónica a las demandas de sus grupos de interés, traducido en los hitos y retos de la Compañía en términos de sostenibilidad.

Estructura y perímetro de *consolidación*

Los datos que aparecen en este Informe, de periodicidad anual, recogen la evolución en materia de Sostenibilidad corporativa de Telefónica en la Argentina.

Los informes están disponibles en http://Atlas.telefonica.com

Para elaborar esta publicación, Telefónica cuenta con un sistema online para la coordinación y consolidación de la información para cada uno de los indicadores cualitativos y cuantitativos. Este mecanismo se lleva a cabo a nivel Global, lo que permite analizar cada uno de los países en los que la Compañía opera de manera comparable, ponderada y medible y usar esos datos como herramienta de gestión.

El Informe de Sostenibilidad describe el alcance de las operaciones de Telefónica en la Argentina. El informe anterior al presente, fue publicado en 2014 sobre nuestras acciones 2013. Los informes se presentan anualmente. Además de esta publicación, Telefónica edita también un Informe de Sostenibilidad a nivel Global e informes de Sostenibilidad locales en los mercados más relevantes en los que opera. Todos los datos se presentan desglosados para todos los países en la plataforma Atlas de Telefónica.

Al referirse en este informe a Telefónica en la Argentina, se incluye Telefónica de Argentina S.A. (Telefónica Fija) y Telefónica Móviles Argentina S.A. (Movistar Argentina). Al referirse en este informe a Telefónica, se entiende Telefónica S.A, (a nivel global).

Al referirse a Fundación Telefónica en este informe incluye las actividades de la Fundación realizadas en 2014 en la Argentina.

EL ORIGEN DE LA INFORMACIÓN DE ESTE INFORME

Gobierno Corporativo y accionistas
Procede de las mismas fuentes que elaboran la información que se incluye en el Informe Anual de Gobierno Corporativo 2014.

Información económica y financiera
Proviene de las mismas fuentes que elaboran la información que se incluye en el Informe Financiero 2014 global.

Innovación
Se consolida a través del área corporativa del CCDO, tanto en la parte de I+D como en la innovación abierta. Las fuentes de los datos de estos capítulos proceden de los sistemas de compras.

Clientes
Procede de los sistemas de control de gestión de Telefónica S.A. y de la operación local. El número de accesos totales de la Compañía no tiene por qué coincidir con la suma parcial de los mismos, país a país, ya que, con criterios de homogeneización, el área de Control de Gestión Corporativa estandariza algunos criterios de contabilización de accesos.

Empleados
La cifra procede de los sistemas de gestión de Recursos Humanos Corporativos.

Medio ambiente y Cambio climático
La información llega de las áreas de Medio Ambiente y Operaciones de cada país a través de cuestionarios online y otros soportes informáticos.

Proveedores
Proviene del sistema de adjudicación de contratos a través de las áreas de compras. La consolidación de la información se realiza sin aplicar ningún criterio como factor de proporcionalidad y se presenta desglosada por países o líneas de negocio. Es importante destacar la diferencia entre los datos de aprovisionamientos en las cuentas consolidadas de los estados financieros (de acuerdo al criterio de

G4-3, G4-7, G4-17, G4-18, G4-29, G4-30, G4-34

devengo y el perímetro de consolidación contable del Grupo Telefónica) y el criterio de compras adjudicadas utilizado en distintos apartados de este Informe y que se refiere a las compras que son aprobadas en el periodo, independientemente de su criterio de contabilización y periodificación como gasto.

Inclusión digital
La información se consolida en Telefónica y llega de los sistemas de control de calidad, operaciones y regulación de las operadoras locales de los países y de Fundación Telefónica.

Acción social
Los datos proceden de los sistemas de control de gestión y comités de patrocinios de Fundación Telefónica y Grupo.

Tipos de cambio
Toda la información de este Informe se presenta en pesos, salvo indicación contraria. Los tipos de cambio aplicados se corresponden con los utilizados en todos los estados financieros publicados por la Compañía (balance, cuentas de resultados consolidadas e individuales) con el objetivo de facilitar la relación integral entre variables financieras y variables no financieras.

EXCEPCIONES AL PERÍMETRO DE CONSOLIDACIÓN DE ESTE INFORME:

A lo largo de este Informe, se incluyen enlaces a otras informaciones, que proporcionan mayor desglose sobre determinados asuntos aquí tratados. No obstante, la información de estos links no forma parte integrante de este Informe.

Para una mayor profundización en los asuntos de Gobierno Corporativo y del comportamiento financiero de Telefónica a nivel global, que incluye a Telefónica en la Argentina, este Informe hace referencia en alguna de sus partes a los Informes de Estados Financieros Consolidados (Cuentas Anuales Consolidadas) e Informe de Gestión Consolidado 2014; Cuentas Anuales e Informe de Gestión 2014; Informe Anual de Gobierno Corporativo 2014 e Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros 2014, que complementan la información de Telefónica.

G4-34

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.

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

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. Valoran 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, que garantice nuestra sostenibilidad y 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:

(1) el cumplimiento del marco regulatorio y la gestión de riesgos,
(2) la productividad responsable y
(3) la sostenibilidad como palanca de crecimiento:

1
En el primer nivel, garantizamos el cumplimiento de nuestro marco regulatorio internacional, nacional y local, coordinándolo a nivel corporativo, para anticiparnos a tendencias o cambios legislativos en un entorno en el que cada vez más ámbitos económicos, sociales y medioambientales están siendo el objeto de regulación.

2
En el segundo, trabajamos para mejorar nuestra productividad incorporando criterios de sostenibilidad de forma transversal a todos nuestros procesos, ya sea de operaciones, de recursos humanos, de compras, de comercio o de innovación. Empezamos por centrarnos en dar respuesta a las expectativas de nuestros clientes, trabajando de forma prioritaria en mejorar la calidad de nuestros productos y servicios, las propuestas de valor que ofrecemos y nuestros procesos de atención al cliente. Pero nuestra mejora continua va más allá, y tiene por objetivo generar eficiencias y aumentar el valor de nuestros productos y servicios a través de un compromiso a largo plazo con aspectos clave de nuestra actividad empresarial como pueden ser la gestión del talento, la eficiencia energética, la gestión medioambiental de nuestros procesos e instalaciones, la gestión responsable de nuestra cadena de suministro, la asunción estricta de nuestra responsabilidad fiscal y, en general, una cultura de ética e integridad que debe impregnar todas nuestras actuaciones, tanto internas como externas.

3
Finalmente, el tercer nivel es donde la sostenibilidad se hace más visible para nuestros clientes porque es donde nuestra visión toma cuerpo a través de la puesta en valor de beneficios sociales o medioambientales de los productos y servicios que ponemos a disposición de nuestros clientes, empresas y particulares. No queremos quedarnos en cumplir una serie de criterios mínimos en materia de compromiso social y medioambiental que están siendo reclamados de forma cada vez más generalizada por nuestros clientes, ya sean administraciones públicas, multinacionales, grandes empresas y, en menor medida –pero con una tendencia creciente–, también por pequeñas y medianas empresas y particulares. Trabajamos para que el entorno digital sea cada vez más abierto y seguro y contribuimos a que las oportunidades

de la tecnología estén al alcance de todos, promoviendo la accesibilidad geográfica, social y personal a la tecnología.

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. En 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 práctica totalidad de las operadoras de Telefónica.

La Oficina de Principios de Actuación en la Argentina está coordinada por la Dirección de Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas, que depende de la Dirección General de RRII, Seguridad y Comunicación Corporativa. Está integrada por representantes de las direcciones de Capital Humano, Auditoría Interna y Secretaría General. Se prevé en 2015 ampliar esta convocatoria a las áreas de Marketing y comerciales.

En 2014 se han registrado un total de 19 comunicaciones a través del Canal de Principios de Actuación local. De ellas, 16 han terminado con investigación cerrada y 11 han resultado ser procedentes. Ninguna de ellas ha estado relacionada con casos de corrupción o discriminación. Entre las medidas adoptadas, a raíz de esta vía de comunicación, se han producido 2 desvinculaciones y estando, al cierre del período, la evaluación de la desvinculación de otros 2 empleados y la amonestación de 3.

Para más información sobre este Informe:

- www.telefonica.com.ar/rc14
- www.rcysostenibilidad.telefonica.com/es
- www.youtube.com/rcysostenibilidad
- www.twitter.com/rcysost
- www.facebook.com/rcysostenibilidad

Este Informe ha sido elaborado por el equipo de la Dirección de Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas de Telefónica en la Argentina, bajo la dirección de Eduardo Bonal, que depende de la Dirección General de Relaciones Institucionales, Comunicación e Imagen y Seguridad Corporativa, bajo la dirección de Jose Luis Rodriguez Zarco, en coordinación con la Dirección Global de Reputación y Sostenibilidad Corporativas de Telefónica, S.A.

Si prefiere dirigirse a nosotros por correo postal:

Dirección de Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas
Avda. Ingeniero Huergo 723 - 1107AOH Ciudad Autónoma de Buenos Aires República Argentina (sede de Telefónica en la Argentina)

O por e@mail a:

responsabilidadcorpo.ar@telefonica.com

G4-5, G4-31

La interacción con *nuestros grupos de interés*

La relación, tanto directa como indirecta, con los grupos de interés o 'stakeholders', entre los que se incluyen clientes y empleados, cobra cada vez más importancia para la Compañía, ya que permite identificar temas clave para cumplir tanto con nuestros objetivos de sostenibilidad como con el compromiso de éxito empresarial.

La creación de valor para todos aquellos implicados en el funcionamiento de la empresa es fundamental para establecer objetivos comunes y afrontar los complejos problemas que afectan a nuestra Compañía de manera directa o indirecta.

La relación y el diálogo continuo con nuestros grupos de interés nos permiten identificar los temas clave para establecer los objetivos de sostenibilidad de la Compañía, al tiempo que respondemos al compromiso de éxito empresarial que hemos adquirido con nuestros accionistas.

Nuestros grupos de interés
Todos nuestros proyectos de sostenibilidad se asientan sobre una base común: detectar los temas que más preocupan a nuestros stakeholders o grupos de interés. Para estar al día de esas necesidades, hemos establecido canales de comunicación desde los que compartimos con estos grupos de interés todos aquellos temas relacionados con la sostenibilidad. Colaboramos activamente con diferentes stakeholders especializados para mejorar este intercambio: clientes, entidades gubernamentales, diversas ONG, académicos y científicos, empleados, consumidores e inversores, entre otros.

Esta actividad continua nos ayuda a identificar la relevancia y el impacto de las necesidades de cada grupo y nos permite buscar resultados precisos y positivos entre todos.

Desde Telefónica, además, participamos en numerosas iniciativas externas que consideramos estratégicas en materia de responsabilidad social relacionada con las nuevas tecnologías. Queremos formar parte de los debates más relevantes en torno a los papeles que una empresa como la nuestra debe jugar en el panorama sectorial, global y local, en el desarrollo de proyectos o en cualquier otro tipo de membresía. Lo conseguimos con diversas modalidades de participación, ya sea adhiriéndonos a declaraciones de principios elaboradas por entidades externas, apoyando causas en las que creemos o participando en los órganos de gobierno de organismos y entidades que promueven esos valores.

La interacción 'online'
Las nuevas tecnologías nos han posibilitado una amplia variedad de herramientas, que nos facilitan la interacción con todos nuestros grupos de interés.

G4-24, G4-25, G4-26, G4-27

Diálogo, compromiso e interacción entre Telefónica y sus 'stakeholders'

Grupo de interés identificado	Metodología de diálogo	Algunos ejemplos de compromiso e interacción
Clientes	A través de los canales de diálogo que establecemos en el momento de la venta, y a través de los servicios de atención al cliente, del seguimiento de la satisfacción y del Servicio de Defensa del Cliente (SDC), así como de las direcciones de marketing y estudios de mercado, foros de debate y áreas de encuentro. Todo ello con el fin de conocer la experiencia de consumo de nuestros productos y servicios en materias de sostenibilidad y responsabilidad corporativa.	www.telefonica.com.ar/atencion-al-cliente www.movistar.com.ar/atencion-al-cliente https://www.facebook.com/TelefonicaComAr/app_559126870776497 https://www.facebook.com/comunidadmovistarargentina/app_678201372261094 https://comunidad.movistar.com.ar/
Empleados	Promovemos distintos canales de comunicación interna que tienen como objetivo establecer vías de diálogo con los empleados e impulsar un modelo de comunicación horizontal e integrador que promueva una cultura de trabajo colaborativa. Tenemos canales internos de denuncias diversas, las Intranet de Telefónica y sus filiales y sus blogs y cuentas Twitter; además, a través de todos los foros de debate de los cursos de formación, plataformas online, Yammer, etc.	https://www.yammer.com/telefonica.com/ http://mascercatelefonica.com.ar/s/ http://adn.telefonica.com.ar/
Accionistas	Mediante reuniones continuas, tanto individuales como colectivas, con inversores institucionales y analistas sectoriales. También con canales online para conocer los temas que resultan más relevantes a la comunidad inversora, especialmente aquellas instituciones ISR (Inversión Socialmente Responsable) y/o con proyectos específicos de inversión responsable y firmantes de los Principios de Inversión Responsable (PRI, en sus siglas en inglés).	http://www.telefonica.com.ar/accionistaseinversores/ Accionistas e Inversores de Telefónica Rincón del Accionista Foros y eventos para Accionistas e Inversores
Proveedores	A través de la encuesta bianual de satisfacción de proveedores, y las evaluaciones de calidad incluidas dentro de los sistemas de calidad de las distintas operadoras.	Proveedores de Telefónica EcoVadis. Sustainable Supply Management http://www.telefonica.com.ar/proveedores/
Organizaciones sectoriales	Participamos activamente en foros y asociaciones que debaten sobre los temas particulares de sostenibilidad y responsabilidad corporativa que afectan a nuestro sector, con el objetivo de mejorar las mediciones, estandarizar indicadores y compartir las mejores experiencias	CTIA. The Wireless Association ETSI. World Class Standards Global Business Dialogue on e-Society (GBDe) GSMA Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU) AHCIET CEADS IARSE Cámara Española de Comercio Cámara Argentina de Comercio IDEA CICOMRA AMCHAM
Organizaciones internacionales	El diálogo se articula principalmente por geografías, agrupando a los diferentes interlocutores según su ámbito de acción: locales, regionales, nacionales y globales. Dentro de cada campo de actuación mantenemos un diálogo fluido con los responsables de los servicios de telecomunicaciones, de innovación, de consumo, educativos, sociales, reguladores y económicos, etc.	World Economic Forum The World Bank International Labour Organization Organización Mundial de la Salud Naciones Unidas European Internet Forum
Organizaciones no gubernamentales	El diálogo con las ONG es continuo, a través de Fundación Telefónica y de nuestra área de Sostenibilidad, con sus distintos canales de comunicación.	
Público profesional	La opinión de los públicos expertos en temas de sostenibilidad y responsabilidad corporativa es muy constructiva para la identificación de asuntos materiales	United Nations Global Compact CDP. Driving Sustainable Economies GeSI. Global e-Sustainablity Initiative Greenhouse Gas Protocol Global Reporting Initiative Integrated Reporting LBG

G4-24, G4-26, G4-27

Asociaciones con las que Telefónica a nivel global participa en materia de sostenibilidad

AENOR, entidad española, desarrolla actividades de normalización y certificación (N+C) para mejorar la calidad en las empresas y el bienestar de la sociedad.

Asociación conformada por más de 50 operadoras de telecomunicaciones en 20 países de América Latina y España.

Business Call to Action tiene como objetivo acelerar el progreso hacia los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM).

La CEOE es la institución representativa de los empresarios españoles.

El Centro se erige con un objetivo primordial: convertirse en una referencia técnica en análisis de fenómenos juveniles.

La CITEL es el órgano asesor de la Organización de los Estados Americanos en asuntos relacionados con las telecomunicaciones/TIC.

La Confederación Estatal de Personas Sordas es una ONG de acción social, sin ánimo de lucro y de ámbito estatal.

La Comisión Europea es la institución que encarna la rama ejecutiva del poder comunitario.

CAF es un banco de desarrollo conformado por 19 países y 14 bancos privados de la región.

Grupo relevante de las principales corporaciones españolas, Corporate Excellence aspira a convertirse en una referencia técnica.

CSR Europe es la red internacional de empresas que lidera la promoción de la Responsabilidad Social Empresarial en Europa.

EcoVadis tiene como objetivo mejorar las prácticas ambientales y sociales de las empresas.

ERT es un foro informal que reúne hasta 50 directores ejecutivos y presidentes de las principales empresas multinacionales de filiación europea.

ETNO es la asociación que engloba a los principales operadores europeos.

ETSI, el Instituto Europeo de Normas de Telecomunicaciones.

4G Americas es una asociación comercial de la industria inalámbrica enfocada en la región de las Américas.

La Red Global de Aprendizaje (GAN) es una alianza empresarial impulsada con el objetivo general de fomentar y vincular las iniciativas empresariales con las habilidades y oportunidades de empleo para los jóvenes.

G4-16

La Global e-Sustainability Initiative (GeSI), fuente de información sobre recursos y mejores prácticas para lograr la sostenibilidad social y ambiental integrada a través de las empresas de Tecnología de la Información y la Comunicación (TIC).

El Pacto Mundial de Naciones Unidas (Global Compact) es una iniciativa internacional que promueve implementar diez principios universalmente aceptados en las áreas de Derechos Humanos, Normas Laborales, Medio Ambiente y Lucha contra la Corrupción.

La Global Network Initiative (GNI) es una organización no gubernamental para la censura en Internet por gobiernos autoritarios y la protección de la privacidad en Internet y los derechos de los individuos.

Global Reporting Initiative (GRI) es una organización cuyo fin es impulsar la elaboración de memorias de sostenibilidad en todo tipo de organizaciones.

La GSMA representa los intereses de los operadores móviles a nivel mundial.

IDB apoya los esfuerzos de Latinoamérica y el Caribe para reducir la pobreza y la desigualdad.

El International Integrated Reporting Council (IIRC) es una iniciativa conjunta global de reguladores, inversores, compañías, emisores de normas contables y organizaciones de la profesión contable.

La UIT (Unión Internacional de Telecomunicaciones) es el organismo especializado de las Naciones Unidas para las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Las Naciones Unidas son una organización internacional fundada por 51 países que se comprometieron a mantener la paz y la seguridad internacionales y promover el progreso social, la mejora del nivel de vida y los Derechos humanos.

La misión de la OCDE es promover políticas que mejoren el bienestar económico y social de las personas en todo el mundo.

Organización dedicada a la inclusión social y laboral de las personas con discapacidad.

El Banco Mundial es un recurso vital de asistencia financiera y técnica para los países en desarrollo de todo el mundo.

El Foro Económico Mundial es una institución internacional dedicada a mejorar la situación del mundo a través de la cooperación público-privada.

G4-16

Materialidad

El proceso de análisis de materialidad que realizamos anualmente nos permite identificar aquellos asuntos de especial importancia en función del impacto que estos tienen en la estrategia de la Compañía y de su relevancia para nuestros grupos de interés, lo que favorece el establecimiento de prioridades y líneas de actuación.

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, seguimos 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 hemos basado en el 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.

En Telefónica hemos implicado a todos los grupos de interés que se relacionan con la Compañía para que nos ayuden a preseleccionar esos 55 puntos materiales con impactos clave en nuestra actividad. Los stakeholders que han colaborado en el proyecto son: Alcatel-Lucent, Amdocs, AT&T, Bell, Bkash, Bolo Phi, Bosch, BSR, BT, Calvert, Deutsche Telekom, Ericsson, ETNO,

PRINCIPALES ASUNTOS MATERIALES PARA TELEFONICA A NIVEL GLOBAL

El exhaustivo trabajo de análisis arrojó información clave para una compañía en la que la interconexión entre factores medioambientales, sociales y económicos es cada vez más intensas concluyendo que los aspectos más importantes son:

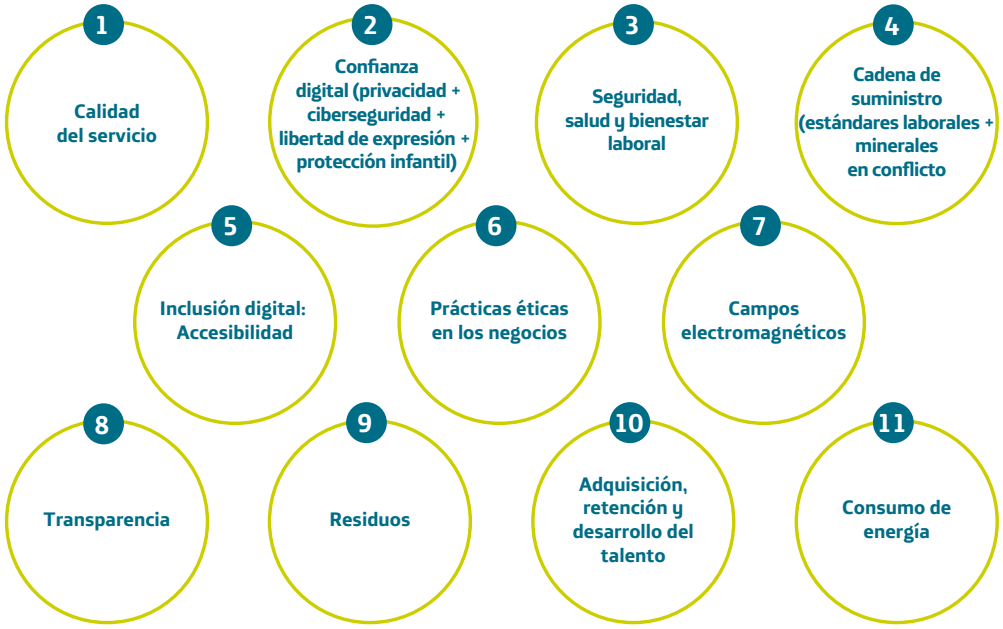
G4-18, G4-19, G4-20, G4-21

Everything Everywhere, Forum for the Future, GeSI, Green Electronics Council, Greenpeace, GSMA, HP, Huawei, Institute for Public and Environmental Affairs (IPE), Institute of Contemporary Observation (ICO), ITU, KPN, Nokia, OTE, SACOM, SAM Robeco, SASB , Seagate Technology, Skyworks Solutions Inc., Solving the e-Waste Problem (StEP), Sony Mobile, Sprint, Swisscom, TDC Group, Telecom Italia, Telefónica, Telenor, TeliaSonera, Telstra, The Consultative Group to Assist the Poor (CGAP), The Energy and Resources Institute (TERI), The Sustainability Consortium, United Nations University, Verizon, VimpelCom, Vodafone, World Resources Forum y WWF.

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

EN ARGENTINA

Los resultados del análisis de materialidad local son los siguientes:

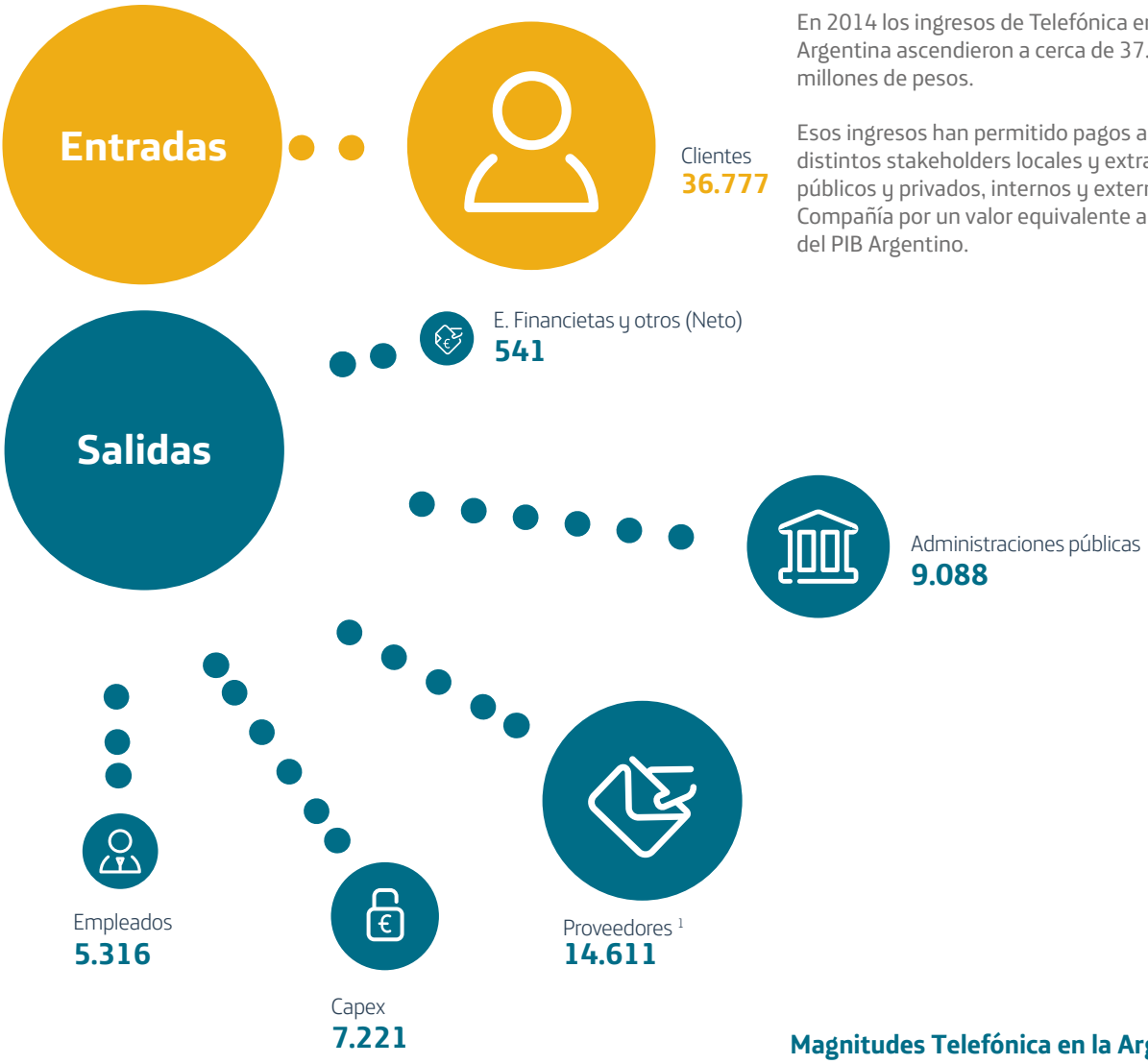


G4-18, G4-19, G4-20, G4-21

Compromiso con la sociedad

'Cash flow' *social*

Telefónica contribuye de manera significativa al desarrollo económico y social de las comunidades en las que opera, gracias, sobre todo, a la innovación tecnológica inherente a su modelo de negocio.



En 2014 los ingresos de Telefónica en la Argentina ascendieron a cerca de 37.000 millones de pesos.

Esos ingresos han permitido pagos a sus distintos stakeholders locales y extranjeros, públicos y privados, internos y externos a la Compañía por un valor equivalente al 0,9% del PIB Argentino.

Magnitudes Telefónica en la Argentina

Ingresos/PIB (%)	Magnitudes
0,9%	Empleados: 17.238 Proveedores locales: 1.057 % compras locales: 86,8% Accesos (miles): 26.637,6

Nota: Datos en millones de pesos. Consolidado Telefónica de Argentina S.A.+ Telefónica Móviles Argentina S.A. (Movistar Argentina). La información de este grafico está calculada con criterio de pagos y toma en cuenta el perímetro de consolidación contable de los estados de flujos de efectivo consolidados de los ejercicios anuales terminados el 31 de diciembre
(1) Incluye todos los proveedores por gastos de explotación, incluidos los de interconexión y de leasing operativo

G4-EC8, G4-20, G4-21

G4-21

Fundación Telefónica *Argentina*

www.fundaciontelefonica.com.ar

Tras más dos décadas generando sólidos aportes para el mejoramiento y la transformación de la sociedad, la Fundación Telefónica en Argentina impulsó, en el marco del entorno digital, un foco de acción que le permitiera posicionarse como referente en **"Cultura Digital"** potenciando nuevas formas de aprendizaje, impulsando experiencias digitales, multiplicando el conocimiento y conectando a personas e instituciones para contribuir con sus desarrollos.

Bajo el lema *"Despertando ideas, se despierta el futuro"*, la Fundación Telefónica Argentina reinauguró su Espacio con una renovada oferta de actividades y la propuesta de sumar nuevos públicos. Así, en el marco de sus ejes de actuación **–Educación y Nuevas tecnologías, Cultura digital e Innovación, Proyectos Sociales y Voluntariado Corporativo**– la Fundación fomentó innovación en los procesos educativos, gestionó su red de voluntariado corporativo y facilitó la generación y divulgación de conocimiento.

De esta manera, también acompañó el impacto de la tecnología sobre los individuos y la sociedad en su conjunto, vinculándose con niños, jóvenes y adultos, la comunidad educativa en general y los máximos referentes en innovación, tecnología y cultura digital.

EDUCACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Los principales objetivos de este eje están puestos en promover e incentivar el uso de la tecnología en el aula, fomentando su involucramiento con la educación, para lo cual se brinda a niños, jóvenes y docentes las herramientas necesarias que les permitan llevar ese cruce a cabo.

"Aulas amigas". Una nueva propuesta pedagógica

"Aulas Amigas" es un proyecto educativo de integración tecnológica que busca dirigida a niños de entre 6 y 12 años pertenecientes a escuelas, ONG y centros comunitarios que busca unir aulas argentinas y de otros países construyendo lazos entre pares, para aprender y compartir distintos objetivos educativos con inclusión de las TIC. Esta iniciativa de hizo en alianza con la Vicaría Episcopal de Educación de Buenos Aires.
Aulas del Mundial: Propuesta que consistió en trabajar con un enfoque curricular los contenidos del torneo de fútbol celebrado en Brasil, realizando "crónicas del mundial". Para esto, los chicos participantes realizaron relatos escritos sobre el desempeño deportivo de los equipos que participaron en el Mundial, construyeron narrativas audiovisuales, realizaron cálculos estadísticos y debieron sumergirse en el conocimiento de las distintas culturas de los países participantes. En esta convocatoria participaron 24 instituciones, que formaron 48 aulas con más de 1.000 niños y niñas, los cuales compartieron sus producciones en un entorno web privado de intercambio a través de videoconferencias.

Aulas por la Paz: A través de la integración de tecnología en las aulas, se invitaron los alumnos a compartir experiencias que contribuyan a la convivencia escolar y social. Para esto se produjo, entre todas las aulas participantes, un libro digital, llamado *Historias por la paz*, escrito por los propios alumnos, a partir de producciones escritas y orales y narrativas audiovisuales. En esta convocatoria participaron 30 instituciones, que formaron 51 aulas con 1428 niños y niñas, los cuales compartieron sus producciones en un entorno web privado de intercambio a través de videoconferencias.

"Capacitaciones"

Capacitación Virtual: se desarrollaron dos cursos abiertos a toda la comunidad que, en su tercera convocatoria, contaron con 146 inscriptos en "Introducción al uso de las TIC en el aula" y 148 en la "Innovación en el Aula".

Proyecto de Investigación Mobile Learning "Curiosa Mi Ciudad": Las instituciones que participaron en las capacitaciones virtuales fueron invitadas a ser parte del proyecto de investigación Mobile Learning, denominada "Curiosa Mi Ciudad". Este proyecto integra el uso de las TIC en el aula, alcanzó a tres escuelas de CABA y generará como producto final un e-book que centralizará las conclusiones de esta experiencia.

Aulas Abiertas:

Desde el Vivero de Innovación Educativa, red social de Educación de Fundación Telefónica, se llevaron a cabo 3

proyectos de capacitación virtual para educadores, con el objetivo de reflexionar y potenciar el uso didáctico de las herramientas 2.0 en el aula. Las capacitaciones fueron gratuitas y certificadas por la Universidad de San Martín (UNSAM). Cada una de estas experiencias generó 5 encuentros y alcanzó a un total de 163 docentes.

Cien Cuentos Cortos para Jóvenes

El Concurso "100 Cuentos Cortos para Jóvenes" convocó a jóvenes de entre 13 y 18 años para participar de su tercera edición. Al igual que en años anteriores, buscó servir de estímulo para el esfuerzo de los jóvenes en sus procesos educativos a través del desarrollo de actividades creativas, premiando sus habilidades artísticas y capacidades de expresión. Además de recibir 140 cuentos en su tercera edición, el certamen promovió el interés por la lectura y escritura entre los más de 350 jóvenes que compartieron sus obras en las ediciones anteriores.

Maestros de Corazón

Este proyecto de Aula 365 y Fundación Telefónica Argentina reconoce a los docentes más destacados en la innovación por la paz. Cada docente postuló su proyecto y estos se abrieron a la comunidad 365 que, finalmente, eligió al ganador. Este premio comenzó en 2010 y ya va por su quinto año consecutivo. Este año, el proyecto elegido fue "Donar órganos resignifica la vida" de Mercedes Gaitán.

Exposiciones, talleres y visitas guiadas

Fundación Telefónica Argentina ofreció durante el año visitas guiadas a las nuevas exposiciones y los talleres para escuelas en forma diaria y de acceso libre y gratuito.

"Ecosistema de la Comunicación": La muestra semipermanente "Ecosistema de la Comunicación" exhibió la convivencia de objetos de distintas épocas relacionados con las telecomunicaciones y la visita guiada se ocupó de despertar reflexiones sobre el tema invitando a los asistentes a interactuar con los dispositivos. El objetivo es demostrar que la historia de la comunicación no es lineal. Los grupos guiados, además, contaban con actividades lúdicas adecuadas a sus edades.

"Estado de Emergencia": la otra visita pudo hacerse recorriendo la muestra "Estado de emergencia", la cual reunía piezas audiovisuales del artista Charly Nijensohn. Estas piezas indagaron sobre la tensión existente entre el hombre y la naturaleza. También se buscó en la visita generar espacios de reflexión, destacando miradas personales enriquecidas por los grupos. Los visitantes se integraban a la obra y podían "vivir" la sensación producida en los lugares retratados.

Talleres: Los talleres en el Espacio fueron nutridos y diversos (entre otros):

- "Amasando circuitos": destinado a niños de preescolar, primero y segundo grado. Se los invitó a jugar y crear formas con masa de colores, a las que les dieron luego luz y movimiento a través de leds y pequeños motores.
- "Arte para programar": dirigido a chicos de nivel secundario, utilizó un lenguaje de programación de código abierto, el Processing, en su propuesta de acercar a los alumnos el lenguaje de la programación como herramienta para la creación artística.
- "Energía para crear": los chicos del primario también accedieron a este taller en el que se los invitó a producir juguetes con electrónica, incentivando su creatividad e imaginación en base a la utilización de componentes electrónicos de baja complejidad.

¡Todos los talleres tuvieron cupo completo de inscriptos e, inclusive, lista de espera para poder asistir!

Vacaciones de invierno con múltiples actividades

Durante los quince (15) días de Julio en que tienen lugar las vacaciones de invierno del ciclo lectivo argentino, se realizaron diferentes ediciones de los talleres para familias: *"Energía para crear"*, *"La Banda Musical"*, *"Robótica en familia"*, cuatro ediciones la experiencia de narración oral escénica "De paso... Un viaje circular" y duplicamos la oferta de visitas guiadas a las exposiciones. Un total de 375 familias (1500 personas) disfrutaron de esta propuesta.

CULTURA DIGITAL E INNOVACIÓN

Reinauguración del Espacio Fundación Telefónica

El 2 de julio se realizó la reinauguración del Espacio Fundación Telefónica. En el marco de su décimo aniversario en la Argentina, con una nueva propuesta centrada en temas de educación, innovación, tecnología y arte, acompañando el nuevo entorno y la transformación que impulsa la cultura digital. Para esta reapertura, se realizó una adecuación arquitectónica del edificio que, con nuevas salas de exposiciones, un auditorio provisto con tecnología de última generación y un aula taller, permite multiplicar propuestas, sumar contenidos, públicos y ser los verdaderos protagonistas de la Cultura Digital.

Exposiciones

"Hermes, el mensajero": se trata de una intervención a la fachada del edificio del Espacio Fundación Telefónica en el cual Hernán Marina presenta, a través de una instalación de tubos de Neón, la representación de "Hermes, el mensajero", considerado en la mitología griega el Dios de la comunicación y el entendimiento humano.

"Ecosistema de la Comunicación": es una propuesta expositiva en la cual conviven en armonía diferentes encarnaciones de las comunicaciones, que han generado un cambio comportamental en el último siglo. La muestra fue realizada por Marcelo Dantas y Alberto Quevedo, quien estuvo a cargo del guión conceptual de la exposición.

"Estado de Emergencia": mediante una videoinstalación, Charly Nijensohn presenta tres trabajos emblemáticos de los últimos diez años, que se exhiben por primera vez en Buenos Aires como cinema expandido. Charly Nijensohn trabaja sobre la idea de una confrontación entre lo humano y las fuerzas naturales del universo que lo rodea.
"Conexiones Instagramers": se trata de la primera exposición de fotos móviles en formato digital. Surgida del concurso #ConexionesArg, impulsado por Instagramers Buenos Aires y Fundación Telefónica Argentina, compuesta por 45 fotografías y 120 imágenes, ganadoras entre las más de 2.000 que participaron. Ésta es una nueva forma de comunicación y percepción del mundo que integra los nuevos medios y las prácticas que surgen en el contexto de la Cultura Digital.

La Noche de los Museos

El 15 de noviembre *Fundación Telefónica* se sumó a esta tradicional noche de la Ciudad de Buenos Aires en la que Museos, Instituciones y Espacios Culturales abren sus puertas a la comunidad, de forma gratuita, para disfrutar de una propuesta cultural diferente.

Además de las muestras estables se impulsaron las experiencias "Robótica en familia" y "Energía para Crear". También se presentó la actividad "Circo Eléctrico", que combinó mapping y música, con la participación DJs y VJs y la obra Polyedrum, una escultura lumínica capaz de transformar la luz en sonido y el sonido en luz. ¡El número de visitas superó las 2250 personas!

Ciclos de Conferencias ... Entre las cuales destacaron

Los chicos con las pantallas: En el primer ciclo de conferencias se centró sobre el impacto de la evolución de la tecnología en los jóvenes y contó con cuatro encuentros a cargo de destacados profesionales (Roxana Morduchowicz, Adrián Dall'Asta).

Neurociencias y educación: En el ciclo de "Neurociencias y Educación", por otra parte, dictado en colaboración con la Universidad de San Andrés y la Fundación INECO, se realizaron 6 conferencias en las cuales participaron Facundo Manes, Diego Golombek, María Roca, Sonia Fox, María Eugenia Podestá y Florencia Salvarezza.

Talleres para Adultos

Alineados a los nuevos ejes, la *Fundación Telefónica* diseñó una oferta de talleres para adultos, promoviendo la cultura digital y el desarrollo de nuevas competencias. Toda la oferta de actividades contó con una extensión de 8 encuentros (1 clase por semana de 3 hs. de duración) y cupos de entre 15 y 25 personas.

- Taller de impresión 3D
- Taller de Obras Visuales Interactivas
- Taller de Creación Audiovisual

- Taller de Programación para Artistas
- Taller de Dispositivos Pre-Cine
- Taller de Desarrollo de Objetos Móviles
- Taller de Circuit Bending

PROYECTOS SOCIALES

Proniño: Igualdad de oportunidades en la infancia

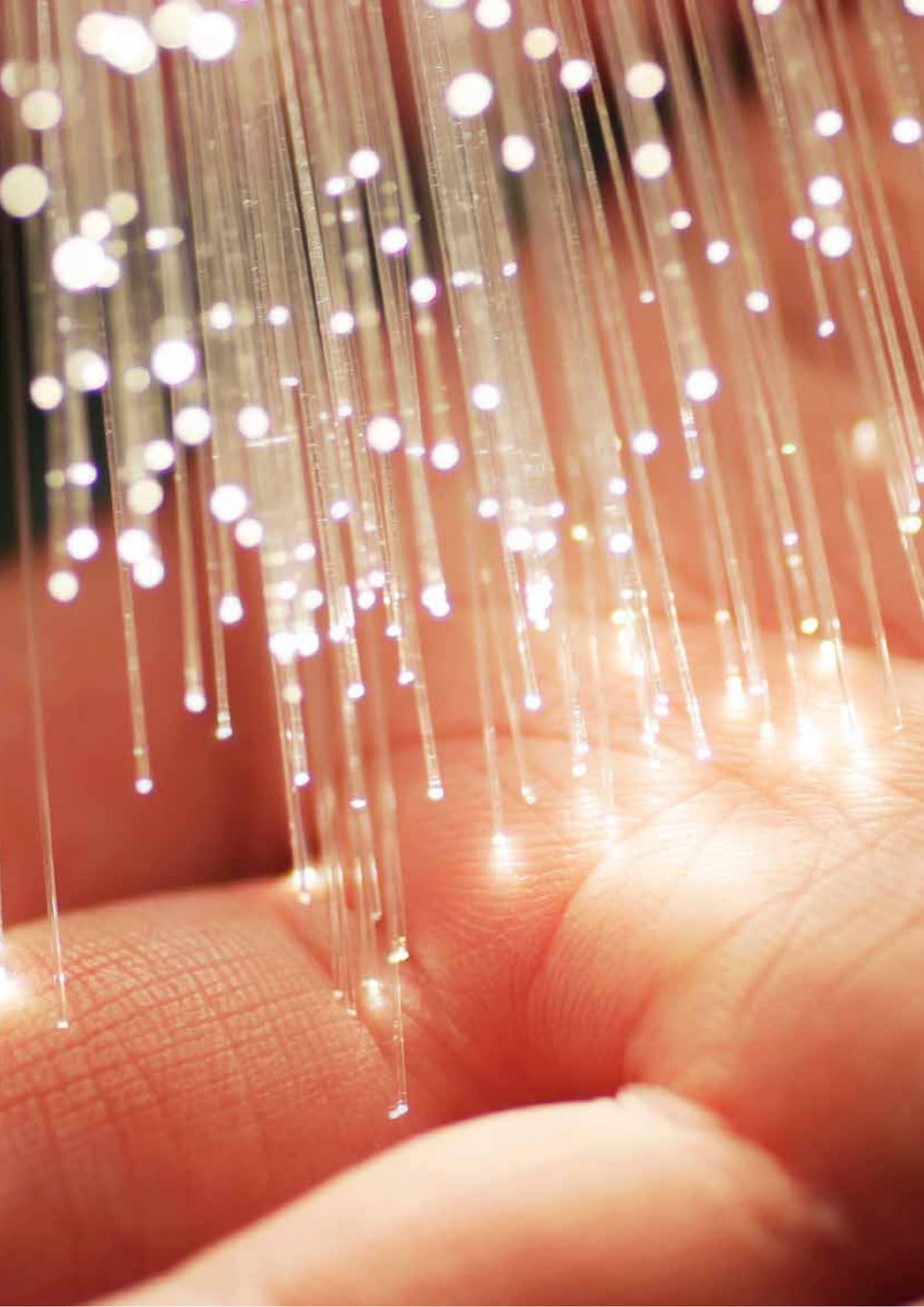
En 2014 a través del programa Proniño, Fundación Telefónica contribuyó al desarrollo de proyectos de infancia para la prevención y erradicación del trabajo infantil con un nuevo foco en Educación. El equipo de Fundación Telefónica se ocupó en forma coordinada en las siguientes iniciativas y acciones que nos permitieron trabajar en:

Red de Empresas contra el Trabajo Infantil: El Grupo

Telefónica en Argentina integra este organismo de articulación pública-privada promovido por la Comisión Nacional de Erradicación del Trabajo Infantil (CONAETI) dependiente del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación.

Día Mundial de lucha contra el Trabajo Infantil

El 22 de junio de este año, y en conmemoración por el Día Mundial contra el Trabajo Infantil, la Red de Empresas realizó la 3ra Carrera "Una niñez sin trabajo infantil" en Palermo con la participación de 80 corredores de la compañía entre los más de 1.500 que participaron del evento.



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. A diciembre de 2014, más de 6.350 empleados de Telefónica en la Argentina habían superado el curso, lo que supone un cerca del 46% de la plantilla de Telefónica en la Argentina.
Los Principios de Actuación han sido distribuidos con regularidad entre los empleados del Grupo y se encuentran disponibles en Telefónica en la Argentina para su descarga en el apartado correspondiente que está incluido en la intranet local (ADN) y en la intranet global. También se desarrollaron actividades formativas presenciales para profundizar en alguno de los principios y contribuir a su aplicación en función de las necesidades de cada una de las áreas o departamentos.

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.

En 2014 se han registrado un total de 19 comunicaciones a través de este Canal. De ellas, 16 han terminado con investigación cerrada y 11 han resultado ser procedentes. Ninguna de ellas ha estado relacionada con casos de corrupción o discriminación. Entre las medidas adoptadas, a raíz de esta vía de comunicación, se han producido 2 desvinculaciones y estando, al cierre del período, la evaluación de la desvinculación de otros 2 empleados y la amonestación de 3.

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 en las Empresas del Grupo (con participación ex - ante) en la supervisión del control interno en los procesos, en forma independiente.
- Dirección global y unidades locales de sostenibilidad: En la Argentina, la Gerencia de Reputación y Sostenibilidad Corporativa depende de la Dirección de Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas, que depende a su vez de la Dirección General de RRII, Seguridad y Comunicación Corporativa.
- 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 la Argentina la Oficina está coordinada por la Dirección de Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas.

G4-SO4, G4-56

Hitos 2014	Cumplimiento	Objetivos 2015
Revisión del código ético conforme a las mejores prácticas empresariales y al cumplimiento de las legislaciones existentes.	En proceso	Finalización del proyecto de revisión del código ético conforme a las mejores prácticas empresariales y al cumplimiento de las legislaciones existentes.
Elaboración y aprobación de normativas que aseguren niveles óptimos de control de la corrupción y el fraude.	En proceso	Elaboración y aprobación de normativas que aseguren niveles óptimos de control de la corrupción y el fraude.
Lanzamiento de un nuevo curso de formación en Principios de Actuación y cumplimiento de objetivos fijados por la Oficina de Principios de Actuación.	Cumplido	Campaña de sensibilización para los empleados en los Principios de Actuación. Entre el 70% y el 90% de la plantilla recibirá formación en nuestros Principios de Actuación durante el período 2015/2016.

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.
- Los riesgos e incertidumbres más significativos a los que se enfrenta la Compañía y que podrían afectar a su negocio, situación financiera, reputación, imagen corporativa y marca, y a sus resultados, están incluidos en el Informe Financiero Global.

Actividad de control en 2014.

El equipo de Auditoría Interna a nivel global, en la ejecución de su plan de trabajo anual 2014, ha realizado en el Grupo 739 informes:

- Un 27% fueron auditorías financieras o de sistemas de información destinadas, fundamentalmente, a la revisión de la existencia y eficacia de controles sobre los procesos financieros que soportan la información de las principales cuentas contables del Grupo. La mayoría de estas revisiones anuales son de carácter obligatorio para el Grupo Telefónica, debido a las exigencias de la Ley Sarbanes-Oxley, que rige a las empresas que, como Telefónica, cotizan en la Bolsa de Nueva York y también en base a la normativa que impone la Bolsa española. Cabe destacar que el Grupo ha emitido una certificación sin debilidades materiales.
- El 12% fueron trabajos dirigidos a la prevención de fraudes, la investigación de denuncias o la revisión de actuaciones personales.
- Otro 13% analizaron total o parcialmente los procesos relacionados con el ciclo de gastos e inversión (compras, pagos a terceros, pagos a empleados, logística y gestión de almacenes, proceso inversor o gestión de activos, descuentos y devoluciones a clientes).
- El 6% de los informes se destinó a verificar el correcto cumplimiento de otras obligaciones legales (laborales, protección de datos, fiscal, etc.).
- El resultado de estas investigaciones permitió la detección de diversos casos de mal uso o apropiación de los bienes de la empresa que han dado como resultado el despido de 44 empleados. En ningún caso se detectaron implicaciones de altos directivos del Grupo. En general, la respuesta de la Dirección ante dichos casos ha sido adecuada y ofrecida en un tiempo razonable, lo que favorece que se mantenga un buen ambiente general de control interno.

BEST PRACTICE

Nueva actividad formativa en Principios de Actuación

En mayo de 2014 lanzamos una nueva actividad formativa online de carácter obligatorio para todos los empleados. Está disponible en inglés, castellano, portugués y desarrollada en tecnología HTML5 (lo que permite su acceso desde todo tipo de dispositivos digitales: ordenadores, móviles, tablets...). Se han programado dos versiones: una genérica y otra orientada a las áreas comerciales y de venta.

Esta formación está dividida en cinco módulos con una duración de 25 minutos cada uno. En ellos se desarrolla la formación en los principios de honestidad y confianza, respeto por la ley, la integridad y la solicitud de consejo. Para superar el curso, cada empleado ha de contestar satisfactoriamente al menos el 80% de las preguntas en las pruebas contenidas en cada módulo.

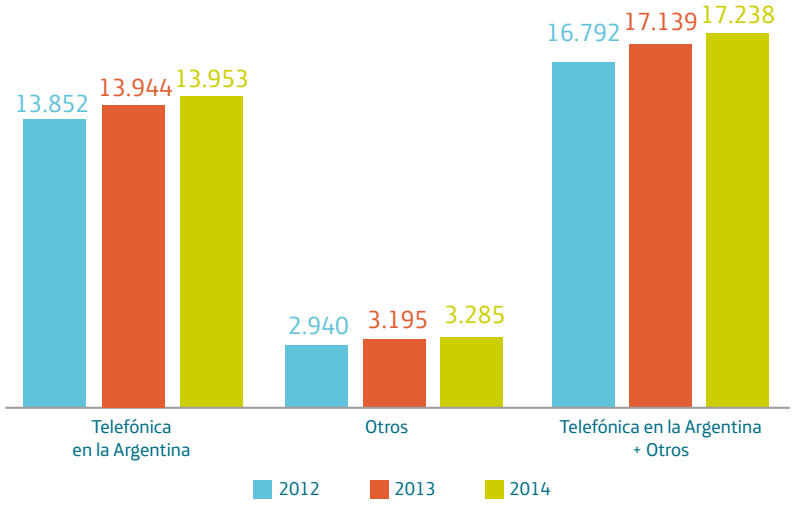
G4-SO4, G4-56

Prácticas laborales

Plantilla

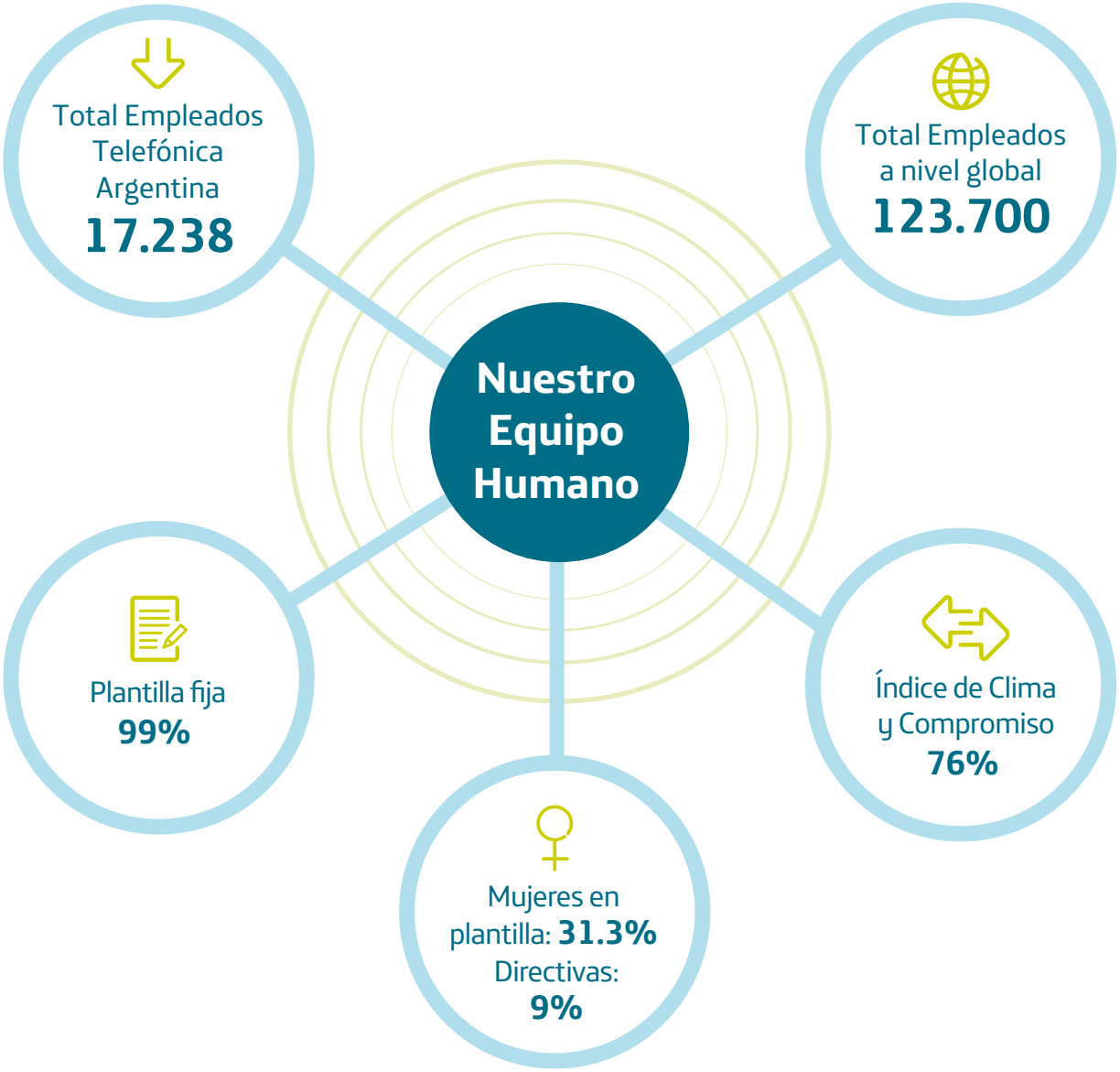
La maximización de resultados en la transformación digital pasa por contar con el mejor equipo. Para ello, es imprescindible una buena gestión que consiga una profunda implicación y la comprensión de que cada rol es relevante en la consecución de objetivos.

Evolución de la Plantilla en Telefónica Argentina



LOS RECURSOS HUMANOS

En Telefónica tenemos claro que la clave de nuestra transformación y liderazgo pasa por tener el mejor equipo. 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.



Con este fin, la gestión de personas en Telefónica se asienta en tres pilares fundamentales que apoyan el programa de transformación estratégico Be More:

1. DISPONER DEL MEJOR EQUIPO HUMANO

A finales de 2014, el Grupo Telefónica a nivel global contaba con 123.700 empleados y una media de edad de 39 años, de los que menos del 1% eran directivos. En el equipo de trabajadores del Grupo Telefónica, contamos con 101 nacionalidades. Latinoamérica sigue representando el mayor porcentaje de la plantilla. El país con más empleados es España, con 35.006, seguido de Brasil, con 20.567 y Argentina, con 17.238.

En Telefónica en la Argentina el 99% del personal tiene contratos laborales indefinidos, lo que demuestra nuestra apuesta por las políticas de trabajo sostenibles. En 2014 había 12.788 empleados con convenio negociado (74,2% del total), lo que supone un aumento respecto a 2013 (12.263 empleados).

La presencia de mujeres en plantilla se sitúa en un 31,3%. El número de directivas se mantiene en 2014 en el 9% sobre el total de directivos 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.

G4-10, G4-11

3. BE MORE: CULTURA DE COMPAÑÍA ADECUADA

En 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 rotación en Telefónica en la Argentina

	2013	2014
Total	7,4	9,4
Voluntario	2	3,3

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.

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.

ÓRGANO DE GESTIÓN

La Gerencia del Servicio Mancomunado de Prevención de Riesgos Laborales (perteneciente a la Dirección de Recursos Humanos y Transformación de Telefónica España) es la unidad designada como Centro de Competencia del Grupo Telefónica a nivel global, coordinando las actuaciones globales en materia de prevención y salud laboral.

SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO Y MEDIO AMBIENTE EN TELEFÓNICA EN LA ARGENTINA

En el ámbito de la Seguridad y Salud en el Trabajo, se avanzó en la consolidación de una cultura preventiva desarrollando acciones que permitieron mitigar y controlar los riesgos de las actividades realizadas por personal propio y de terceros, garantizando el cumplimiento de los acuerdos gremiales, requerimientos normativos internos y la legislación nacional. Por otro lado, se realizaron diferentes campañas de promoción de la salud.

CONDICIONES Y MEDIOAMBIENTE DE TRABAJO

Durante el año 2014 entrenamos a más de 12.000 personas en 188 Simulacros de Evacuación realizados en todo el país.
Realizamos 252 Informes de condiciones de seguridad y medio ambiente de trabajo, como así también 558 mediciones de contaminantes.
Participamos de proyectos edificios, para garantizar el cumplimiento de las condiciones óptimas de trabajo.
Se realizaron estudios ergonómicos y revisión de especificaciones técnicas de mobiliarios en general.
Verificamos necesidades de adecuación en materia de Higiene y Seguridad para garantizar un lugar de trabajo libre de peligros para la salud y la seguridad de las personas, identificando los riesgos y adoptando medidas preventivas o correctivas de mitigación para los desvíos encontrados y su seguimiento.
Ante situaciones de contingencias realizamos gestiones para la contención de la situación y del personal afectado.
Se realizaron las mediciones de contaminantes de acuerdo a ISO 14001s.

ENTREGA DE ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL Y ROPA DE TRABAJO

Implementamos tiendas presenciales en todo el país, donde se realizó la entrega a más de 5.000 personas, con un 98% eficiencia y 96% satisfacción en la calidad de los elementos.
Se complementó el proceso con envíos de kits a los domicilios laborales para los empleados no alcanzados en esta modalidad.

Más de 600 personas de Movistar Argentina recibieron elementos de protección personal.
Se revisaron un total de 51 especificaciones técnicas entre ropa de trabajo, elementos de protección personal, colectiva, herramientas y equipos.
Se evaluaron y se elaboraron los mapas de riesgos de 6 nuevos puestos de trabajo.
En el marco de la Comisión Empresa Gremio y en conjunto con los representantes de los trabajadores, se actualizaron los mapas de riesgo de las principales actividades.

SISTEMA DE GESTIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

En el marco de OHSAS 18002, el CEO aprobó el Proyecto de Certificar la Compañía con la Norma OSHAS 18003 de Seguridad y Salud Laboral. En esta primera etapa que tendrá una duración de 18 meses a contar del 1/1/2015, alcanzará a tres sitios elegidos para tal fin: Monte Grande, Pergamino y el edificio República. Comenzamos con una agenda para iniciar el Kick-off.
Por otro lado, se mantuvo el diálogo con representantes sindicales en el marco de la “Comisión Empresa-Gremio” con FOETRA, CEPETEL y se acordó con FOEESITRA la agenda 2014.

GESTIÓN DE CONTRATISTAS EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Se realizaron 694 verificaciones de condiciones de trabajo en materia de Higiene y Seguridad de acuerdo con el art 30 de la Ley de Contrato de Trabajo, para personal que realiza actividades en los segmentos que presentan criticidad.
Como emergentes de las mismas, se implementaron planes de mejora para optimizar las condiciones seguras de trabajo de las personas (directamente proporcional a la reducción de accidentes), como así también incluimos mejoras en las condiciones de contratación de empresas colaboradoras. Esto se refleja en un incremento del 10 % en el cumplimiento general por las EE.CC.
Se estableció un circuito documental para ingresos a sitios de terceros y propios con el fin de resguardar en el ámbito laboral, la integrad física de las personas y las condiciones de trabajo.

INVESTIGACIÓN DE ACCIDENTES Y RELEVAMIENTO DE CONDICIONES DE TRABAJO

A partir de las investigaciones de accidentes e incidentes, se formalizaron nuevos procedimientos de trabajo y cambios de los que se encuentran vigentes, para optimizar las condiciones de trabajo de las personas. Los mismos se acordaron con los gremios y áreas operativas involucradas.

CAPACITACIÓN EN SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Participaron más de 3.000 personas de distintas especialidades, en capacitaciones e-learning y presenciales en materia de seguridad y prevención de riesgos laborales.
En pos del desarrollo profesional, llevamos a cabo talleres de sensibilización, en el que participamos todos los que integramos la gerencia de SST.
Llevamos a cabo Talleres de concientización para Supervisores de Servicio Técnico a Clientes y Operación de Red.

COMUNICACIÓN

El propósito de la comunicación en materia de Seguridad y Salud en el Trabajo es fomentar una cultura preventiva acerca de los riesgos cotidianos en las actividades y el cuidado de la salud.
Bajo esta premisa, llevamos a cabo talleres de concientización para líderes de las áreas técnicas operativas y campañas de sensibilización focalizadas en el personal con trabajos en calle, alcanzando al 90% de la población.
Entre las acciones realizadas se destacan: sms con mensajes cortos y precisos a jefes, supervisores y técnicos, banner semanales por +cerca Portal de Noticias, comunicamos los tres pilares para la prevención de accidentes a través de la New Técnica del área Servicio Técnico a Clientes, publicamos y difundimos en video un mensaje del director de Servicio Técnico a Clientes sobre la prevención de riesgos y el autocuidado de sus colaboradores, implementamos trivias dirigidas a los revisadores.
Por otra parte implementamos un plan de comunicación para promover la salud y prevenir enfermedades, asociadas algunas de ellas a efeméride mundial: prevención del cáncer de mamas, lucha contra la obesidad, diabetes, golpe de calor, lucha contra el SIDA., cáncer de piel y cuidados del sol, cáncer de próstata, enfermedades respiratorias e Intoxicación Monóxido de carbono.

SEMANA DE LA SALUD

Las jornadas de la Semana de la Salud se desarrollaron del 9 al 12 de septiembre 2014 y las temáticas abordadas consideraron los resultados de la encuesta de temas de interés que se realizó previamente: Estrés y enfermedades psicosomáticas, Claves para una vida saludable, Hábitos alimenticios saludables, Prevención de ACV, Taller Control del Estrés, Taller de Primeros Auxilios y Taller de Prevención de Adicciones.
En total se realizaron 14 eventos, charlas y capacitaciones, donde participaron 500 personas. Se contó con la presencia de la Estación Saludable del Gobierno de la Ciudad (asesoramiento nutricional, medición presión glucemia, índice de masa muscular, peso, talla). Asimismo, se transmitió vía Streaming, multiplicando nuestra audiencia virtual.
Obtuvimos un muy alto índice de satisfacción (91%) y proyectamos repetir la experiencia.

MEDICINA LABORAL

Llevamos adelante diferentes políticas de salud, acordes a los emergentes de nuestras estadísticas:

- Desarrollamos un programa de acción para patologías psicológicas y psiquiátricas y así lograr una comprensión más acabada del complejo tema.
- Instrumentamos cambios en la modalidad de auditoría médica del ausentismo y de ésta manera nos pudimos acercar más y dar respuesta apropiada a la problemática planteada en cada caso particular.
- Interactuamos con las distintas áreas de nuestra Compañía para comprender cabalmente los casos que involucran temas médicos.
- Realizamos reuniones periódicas con el Gremio, con el fin de establecer conductas en la forma de gestionar, haciendo hincapié en la esfera técnico-médica de cada caso. Creamos un canal de comunicación fluido, dónde se viabilizan consultas, diagnósticos y prioridades.
- Establecimos y actualizamos permanentemente un plan de adecuaciones médicas, por el cual reubicamos laboralmente a los colaboradores que tengan algún tipo de incapacidad para desarrollar las tareas que realiza habitualmente. De ésta manera, adaptamos el puesto a la capacidad laboral.
- Realizamos capacitaciones conjuntas con otras áreas de nuestra compañía y así potenciamos el trabajo en equipo.
- Somos los referentes en tema de salud dentro de nuestra compañía y viabilizamos las consultas, sugerencia y reclamos de nuestros cliente interno a los distintos prestadores del área Salud.
- Desarrollamos nuestra tarea acompañando a los colaboradores con inconvenientes en su salud, lo mismo que a su jefatura. Para ello, también realizamos auditorías, visitas y reuniones para encontrar la mejor alternativa al problema planteado.
- Pusimos en marcha la primera fase de nuestro programa de Prevención de adicciones en el ambiente laboral, que aprobada por la Dirección de Capital Humano. Abarca a toda la compañía y busca un cambio de nuestra cultura volcada hacia la prevención, el tratamiento temprano y la reinserción laboral de los afectados. En éste proyecto, interactúan todas las áreas de la Compañía y también contamos con el apoyo del sindicato.

Prácticas laborales

Ejes de trabajo *en Telefónica en la Argentina*

Los ejes de trabajo de Capital Humano tienen como objetivo alinear y coordinar la gestión de las personas para facilitar el logro de los objetivos del negocio y asegurar a los empleados un proyecto profesional atractivo y motivador.

Durante el 2014 los focos de gestión de Capital Humano se pueden dividir funcionalmente en: Organización, Relaciones Laborales y Gremiales, Seguridad y Salud en el Trabajo y medio ambiente, Cultura de Servicio, Liderazgo, Desarrollo, Reconocimiento, Comunicación Calidad de Vida, Compensaciones y Calidad, Transformación y Diversidad.

ORGANIZACIÓN

Proceso de simplificación: Su objetivo es evolucionar hacia una organización pensada de acuerdo con los criterios de diseño organizacional y talento de la compañía a nivel mundial, que simplifique estructuras y procesos, con el propósito de acercar la organización al cliente y destacarnos en el mercado de las Telcos digitales por la calidad de nuestros productos y servicios.

Los objetivos alcanzados fueron: Co-construir con los directores del Comité de Dirección sus organizaciones y equipos, teniendo en cuenta las premisas de reducir la brecha entre la decisión y la ejecución, incrementar la concentración de responsabilidad en todos los niveles y asegurar que los equipos se formen con las mejores personas.

Modelo de Atención de Capital Humano: busca brindar un servicio de excelencia que posibilite sumar valor al negocio desde Capital Humano y ofrecer una atención diferencial a todos los empleados de la organización. El Modelo de Atención está alineado al nuevo Modelo Operativo que permitirá profundizar la Transformación del área de Capital Humano a nivel local.

Los proyectos y planes implementados en 2014 se sustentan en la cultura de servicio, la eficiencia de los procesos y la satisfacción de los empleados.

La Atención de Capital Humano en la compañía se realiza a través de 3 canales: Portal Mi Área Personal, CH+ - Centro de Atención a Empleados, y los Consultores de Capital Humano, en su rol de HRBP (Human Resources Business Partner).

Este año el modelo se consolida, con la ampliación de cartera de temas del HRBP sumando atención de Relaciones Laborales y presencia en cada región del país.
Asimismo, el Centro de Atención a Empleados con sus más de 4.900 contactos al mes, asume nuevos servicios que posibilitan una gestión más eficiente de la demanda de la organización. Este centro de atención está en la permanente búsqueda de técnicas que mejoren la gestión hacia los empleados.

RELACIONES LABORALES Y GREMIALES

El 1 de diciembre de 2014, en Telefónica renovamos el acuerdo con Union Network International (UNI), dando continuidad al compromiso con las normas fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) relacionadas con la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva. En virtud de este acuerdo reforzamos nuestro compromiso con el respeto de los derechos fundamentales y sindicales.

En 2014 el número de empleados con convenio negociado ascendía a 12.788 personas.

En Telefónica en la Argentina 2014 fue un año basado en el diálogo con los representantes sindicales en donde se acordaron programas y planes que permitieron la búsqueda de factores comunes que contribuyeron a resolver las necesidades de todos los involucrados.

Los hitos más importantes del año en este país han sido la firma de los convenios colectivos del trabajo para la actividad móvil con FOPSTTA, FOEESITRA, UPJET Y FATE L, los cuales se encuentran en proceso de homologación ante la autoridad de aplicación, extendiendo de esta manera la representación sindical de la actividad a nivel nacional. Por otra parte, se iniciaron conversaciones con los sindicatos de la actividad fija con una propuesta por parte de la empresa para la unificación de las oficinas comerciales. En el mismo sentido, está pendiente la firma de un acuerdo marco de Plan de Calidad y Prevención para el mundo técnico. Además, se mantienen conversaciones con los sindicatos respecto al impacto de cada uno de ellos, como consecuencia de la próxima implementación de los Proyectos de Gestión de Equipos y Gestión de Tiempo.

G4-LA8

CULTURA

Desde Cultura se busca instalar el sistema de creencias y valores de la compañía, que permita desplegar las actitudes y capacidades para acelerar la transformación hacia una telco digital.

BE MORE: Es el programa de la Compañía conformado por iniciativas inspiradas sobre actitudes que reflejan cómo queremos trabajar. BE More se apoya en 3 actitudes: Discover, Disrupt y Deliver. Las 3D's son una combinación de aquello que nuestros clientes esperan de nosotros y las actitudes que nosotros necesitamos mostrar, en nuestro día a día, para poder satisfacerlos.

Discover: Siempre hemos sabido la importancia de enfocar todas nuestras actividades hacia el cliente. Ahora, en el mundo digital, tenemos que descubrir sus nuevas necesidades.

Disrupt: Como líderes, nos anticipamos a los cambios y desafiamos el status quo gracias a nuestra experiencia digital y nuestro espíritu de apertura. Queremos mejorar las "reglas del juego" para nuestros clientes y para Telefónica.

Deliver: Aprovechamos nuestra escala global sin perder agilidad. Esto nos permite cumplir nuestra promesa de hacer que la tecnología sea asequible para las personas.

Oficina Colaborativa 2.0: La iniciativa se orienta a adecuar la distribución de espacios a la modalidad de trabajo basada en el comportamiento digital, ágil y colaborativo; analizando las dotaciones por edificios y procurando facilitar equipos más colaborativos. La tarea se inició en los edificios más numerosos en cantidad de ocupantes.

Maratón Digital: competencia que se desarrolla a través de canales digitales, consta de 7 consignas con una duración de 40 minutos cada una. Las mismas son distribuidas en 4 días, 2 consignas por día y se participa por equipo de 4 personas.

Esta iniciativa es realizada para acelerar la transformación hacia una Telco digital, generando experiencias digitales con fines formativos y promoviendo el uso de servicios/ herramientas digitales.

G4-LA10, G4-LA11

TALLERES DE FORMACIÓN ESTRATÉGICA SOBRE EL PROGRAMA BE MORE

Durante 2014 se ha continuado con los talleres de formación estratégica sobre Be More que comenzamos en agosto de 2013. El objetivo es trasladar la visión y la estrategia de Telefónica a todos sus mandos intermedios.

Los talleres constaban de cuatro bloques:

1. Una revolución hacia un mundo digital.

2. Capturando oportunidades.

3. Nuestra visión y valores.

4. Las actitudes necesarias en nuestra transformación.

LIDERAZGO

En este sentido, implantamos y favorecemos programas que nos ayudan a identificar y evaluar el talento de nuestra organización, así como a desarrollar las capacidades clave de nuestros empleados para afrontar con garantías el proceso de transformación de la Compañía.

Aspectos como los procesos de evaluación de talento y competencias y los programas de desarrollo que se derivan de ellos forman la piedra angular de nuestro modelo de desarrollo profesional. La identificación y evaluación del talento permiten disponer de un mapa de talento directivo de toda la Compañía, así como de un plan de sucesión estructurado. Constituyen una herramienta fundamental de gestión diferencial e impulso de una cultura de meritocracia que debe facilitar la toma de decisiones sobre aspectos como desarrollo, organización, compensación, etc.

En 2014 se ha realizado una evaluación del talento en más del 91% del conjunto de directivos. Este proceso fomenta el programa de transformación Be More, que evalúa las actitudes que queremos en la Compañía (Discover, Disrupt y Deliver) para todo el colectivo y también las competencias de negocio

para aquellos colectivos adscritos a carreras profesionales. Esta iniciativa alcanza cada año a más de 2.000 empleados de diferentes niveles dentro de la Compañía.

A partir de las iniciativas de valoración e identificación de talento se potencia el desarrollo profesional de nuestros empleados ofreciendo un escenario alineado con las necesidades del negocio y las necesidades individuales.
El objetivo: garantizar los perfiles clave para el futuro de la Compañía.

El objetivo es garantizar el mejor equipo: construir el talento para el futuro y el liderazgo para la transformación. Se busca asegurar la disponibilidad de las personas adecuadas en los puestos adecuados, construyendo cuadros de sucesión y generando acciones específicas de desarrollo.

En Telefónica en la Argentina se trabajó en la cobertura de vacantes de liderazgo, en el desarrollo personalizado del Talent Pool (una acción por cada persona en el pool), se asignaron becas, coaching y vacantes en la universidad Telefónica y se diseñó un programa in company con UDT para jefes talent pool sobre comunicación y liderazgo. Además se dictaron un media trainning para gerentes y directores que tienen interacción mediática y el Programa de liderazgo Leading the Transformation (LTT) al que asistieron gerentes y directores, con un alto grado de satisfacción.

Se realizó el talent review de supervisores, completando el mapeo de todo el equipo de liderazgo y se diseñó e implementó el programa Lidi, Liderazgo Digital, para transformar el perfil de los líderes de la dirección comercial de individuos.

DESARROLLO

En Telefónica entendemos que las personas son el principal activo de la Compañía. Por eso, uno de los principales focos de nuestra gestión es fomentar iniciativas que impulsen el desarrollo profesional de nuestros equipos.

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 2014, se han impartido en Telefónica en la Argentina, cerca de 250.000 horas de formación. Las oportunidades de formación se estructuran a través de diferentes herramientas: formación presencial (Universitas y cursos especializados) y formación online (programas e-learning).

En Telefónica se privilegia la transparencia en el proceso de movilidad interna de los empleados. Por ello las vacantes, generalmente, se ofrecen primero internamente, y para facilitar la comunicación, se implementó un blog en ADN, la red social colaborativa del Grupo Telefónica, donde todas las búsquedas son publicadas.

Para fomentar el espíritu innovador de nuestra gente y favorecer los hitos de transformación necesarios para el negocio, se lanzó por segundo año el Programa “Alfiles de la Innovación”. Una persona se capacitó con la Universidad de ESADE y trabajó en procesos y actividades para difundir y fomentar la innovación y la mirada disruptiva en la compañía.

Se realizó la Diplomatura 2.0 en telecomunicaciones dirigida al área de red donde participaron 39 empleados.

También se implementó el plan anual de capacitación, con acciones tanto presenciales, como por e-Learning, potenciando el uso del portal a+ 22.683 hs. a través del catálogo de cursos Global y Local (este último con 50 desarrollos propios), y de las Escuelas de conocimiento (Idiomas, Liderazgo, Técnica, Comercial, Profesores). 3.576 usuarios han accedido a las Escuelas del portal a+. Durante 2014, se desarrollaron 650 eventos presenciales: programas de capacitación a medida de las necesidades particulares de las áreas y con foco en el proceso de transformación de la compañía, con una satisfacción de más de 95%. De dichos eventos participaron 3817 alumnos.

Lanzamos la Escuela de Profesores que es una comunidad de aprendizaje e intercambio de contenidos y recursos conformados por los profesores de Telefónica a escala global. En esta etapa se sumaron 119 instructores internos al colectivo, principalmente de áreas Comerciales, Red, y Servicio Técnico a Clientes Residenciales.

G4-LA9, G4-LA10, G4-LA11

Trabajando en forma conjunta con el Instituto de Investigación y Desarrollo de las Telecomunicaciones (IDETEL), con el objetivo compartido de preparar a las personas para enfrentar los desafíos laborales de la industria, mejorando la empleabilidad a partir de la formación en nuevas tendencias y tecnologías de telecomunicaciones, se becaron 35 alumnos, de áreas técnicas, para la Tecnicatura Superior en Telecomunicaciones de dicho Instituto.

Se sostiene el programa de rotaciones internacionales, cuyo objetivo es potenciar el desarrollo de las personas a partir de la experiencia. En 2014 tuvimos 3 rotantes internacionales que estuvieron asignados en proyectos locales y 1 rotante argentino que estuvo asignado a proyectos de otras operadoras.

Contamos con un proceso de entrenamiento semanal para los puestos de contacto directo con clientes, cuyo objetivo es asegurar la comunicación y conocimiento operativo.

Universitas Telefónica es el lugar de encuentro de nuestros empleados donde se construye el talento para el futuro. La formación se imparte presencialmente en su campus de Barcelona y también hay programas en otras localizaciones geográficas que se despliegan bajo la iniciativa 'On the Road'.

G4-LA11

En todos los programas se viven la cultura y los valores de Telefónica, a la vez que se comparten las mejores prácticas y se profundiza en los desafíos y la estrategia de la Compañía.

El objetivo es acelerar la transformación de nuestro negocio a través de la formación de nuestros empleados. Universitas ha reinventado su modelo de negocio ofreciendo cursos bajo demanda en el que los participantes de Universitas se han beneficiado de su nuevo servicio de consultoría para diseñar y desarrollar programas, acciones formativas y encuentros a medida. El equipo de responsables de programas de Universitas es experto en liderazgo, transformación, gestión del cambio, innovación, e-commerce y e-learning. Además, son empleados alineados con las prioridades del negocio y con la visión del ExCom (Comité Ejecutivo). Su nivel de involucración en el proceso de diseño es flexible a las necesidades del negocio. Y estas varían: desde los servicios integrales de hospedaje, hasta el desarrollo o impartición de un programa a medida.

RECONOCIMIENTO

El programa de reconocimiento 2014 se alineó con el nuevo plan estratégico Be More_ dando inicio a "Reconocimiento Be More_". Así se puede premiar el esfuerzo y el desempeño de las personas o equipos de trabajo involucrados en grandes proyectos o en actitudes cotidianas relacionadas con nuestras 3 Ds.

Great Place to work – 2014: Telefónica ingresó nuevamente en el ranking de las mejores empresas para trabajar de más de mil empleados, obteniendo el puesto número 14.

COMUNICACIÓN

Para facilitar una comunicación fluida y directa continuaron los encuentros de comunicación. Se mantuvieron las reuniones de Comité Ampliado de frecuencia bimestral de la que participan todos los directores y sus reportes; las reuniones gerenciales semestrales y las 3 reuniones cuatrimestrales por cada Dirección. Además los directores visitaron las distintas cabeceras del interior del país. Finalizando el año con un encuentro de todos los líderes de la compañía a mediados de diciembre.

Se sumaron nuevos canales de comunicación: Telefónica TV, un micro programa de edición quincenal que resume en pocos minutos las noticias más importantes; Portal +Cerca que es la renovación del newsletter diario pasado a formato de portal, para estar más cerca y ser cada vez más digitales permitiendo el acceso desde cualquier dispositivo.

Red Social Interna bajo la plataforma Yammer:
En Telefónica hemos desarrollado, bajo la plataforma Yammer, una red social interna para maximizar la relación entre los empleados y fomentar la productividad de nuestra plantilla. Durante 2014 hemos seguido esforzándonos en su consolidación. Se trata de una web tecnológica (Enterprise Social Network) basada en un sistema que provee la Compañía para facilitar una colaboración transversal, en el que se comparta la información y el conocimiento y que contribuya al cambio y a la transformación de los procesos. Está abierta a todos los empleados, que tienen libertad para crear comunidades.

CALIDAD DE VIDA

Se lanzó el programa "Para Vos", cuyo objetivo es dar a conocer todos nuestros beneficios y sus cinco frentes, bajo un mismo concepto y agrupado dentro de un mismo programa, buscamos que el empleado conozca y valore más los beneficios.

Los ejes son:

- Tiempo para vos: Beneficios para balancear el trabajo y la vida personal.
- Para vos y tu familia: Beneficios para los momentos más importantes de tu vida.
- Descuentos para vos: Beneficios y canales para que ahorres más.
- Seguridad y Salud para vos: Beneficios para cuidar las cosas más valiosas.
- Feel Good: Circuito de beneficios para mejorar tu calidad de vida.

COMPENSACIONES

En Telefónica creemos en la remuneración justa del trabajo, porque de ese modo atraemos, retenemos y motivamos a nuestros empleados. La retribución total, el sistema personalizado, la retribución por objetivos y los beneficios sociales son conceptos que tratan de satisfacer sus necesidades.

La política de retribuciones de Telefónica tiene como objetivo atraer, retener y motivar a los empleados para que, entre todos, podamos afrontar los retos de la transformación del sector. Dentro de nuestros Principios de Actuación se recoge el compromiso de Telefónica con sus empleados, garantizando una compensación justa y adecuada al mercado laboral en el que desarrollamos nuestras operaciones.

Retribución total
En Telefónica hemos definido el concepto de 'retribución total' para referirnos, de forma global, a las diferentes formas de beneficios que los empleados pueden obtener de la Empresa. En este concepto se agrupan lo que podríamos llamar la remuneración tradicional (salario base, remuneración variable, incentivos de ventas y beneficios a largo plazo, equity programs) y también los beneficios (planes de pensiones, vacaciones, seguros de vida y salud, vehículo de empresa...). Pero además engloba otras formas de compensar a los empleados, como el desarrollo y las oportunidades de carrera (programas de formación en la universidad corporativa Universitas, plataforma de formación online A+, posibilidad de movilidad internacional y programas de reconocimiento). También incluye la cultura de programas sociales de la Compañía a través de Fundación Telefónica, las campañas de salud y bienestar laboral, Programa "Para vos", etc.

Retribución por objetivos
En Telefónica recompensamos la consecución de objetivos (de negocio e individuales). Esta retribución variable se calcula anualmente en función de un porcentaje del salario fijo, un porcentaje unido al cumplimiento de objetivos del Grupo Telefónica y un porcentaje en función del cumplimiento de objetivos de la región y/o país.

La Compañía tiene una Política de Remuneración Global cuyo objetivo es conseguir la homogeneidad y alineamiento en las prácticas remunerativas en todo el Grupo. A su vez, los equipos de remuneración locales se aseguran el alineamiento con las prácticas habituales de cada zona de actividad.

Salario mínimo de Telefónica vs salario mínimo en Argentina

Argentina	**2,23 veces**

G4-EC5

Contamos con proveedores únicos para todos los mercados y el lanzamiento de programas de retención tiene una aplicación global. En Telefónica, todos los sistemas de retribución variable incluyen al menos un objetivo de sostenibilidad para los empleados: la satisfacción del cliente.

La estrategia de 2014 en Telefónica en la Argentina se fundamentó en el alineamiento de la gestión a las 3 actitudes organizacionales definidas globalmente: Discover, Disrupt, Deliver.

Se realizaron diferentes instancias de ajuste salarial anual acompañando el mercado y la coyuntura del país.

Se trabajó conjuntamente con Relaciones Laborales en las discusiones y cierres de las paritarias de los distintos gremios telefónicos.

Se elaboró un "tablero consolidado de compensaciones" vía intranet para comunicación de los resultados de los procesos de compensaciones a las distintas áreas de la Compañía.

CALIDAD Y TRANSFORMACIÓN

Es compromiso de Telefónica fortalecer la confianza de los Clientes, Empleados, Accionistas, Proveedores, Organismo Regulador y Sociedad utilizando el Modelo de Gestión de Calidad. Por este motivo desde el año 2005 Telefónica desarrolla su Programa de Calidad de manera orgánica y sistemática.

El punto de partida es la experiencia de nuestros clientes con nuestra compañía. Los principales mecanismos considerados para relevar sistemáticamente la experiencia del cliente son las encuestas de satisfacción, los motivos de contacto con los diferentes canales, la Voz de nuestros empleados y el análisis de los indicadores claves operativos. Con toda esta información se realiza un diagnóstico que identifica las principales oportunidades de mejora en términos de satisfacción. A partir de las oportunidades se priorizan aquellas que alineadas con los criterios del Plan Estratégico conforman el Plan de Calidad.

Para complementar la visión sistémica hemos implementado el tablero de Control en una única herramienta informática para toda la Compañía.

El Plan de Calidad del 2014 comprendió distintos proyectos específicos de Diseño y de Mejora gestionados utilizando diferentes metodologías, tales como: Six Sigma DMAIC o DMADV, Técnicas LEAN, TRP (Técnica de resolución de problemas) y TRIZ, y la Implementación / Certificación de distintos Modelos de Calidad para su sostenimiento como COPC (Customer Operations Performance Center) para los canales con contacto con clientes, e ITIL (Information Technology Infrastructure Library) para procesos técnicos, ISO 14001 para la gestión ambiental y OSHAS para la gestión de la seguridad laboral. Estos modelos de calidad apalancan la mejora también en los Proveedores que colaboran en la prestación de nuestro servicio así como en nuestro vínculo con ellos.

Cuando hablamos de proyectos de diseño nuestro objetivo es generar disruptivamente experiencias diferenciales para el cliente, no sólo el mejoramiento evolutivo de los procesos existentes, sino enfoques nuevos e innovadores.

Desde hace 5 años se presentan los proyectos de Mejora en la Competencia de Equipos realizada localmente por IPACE, habiendo obtenido en el 2014 los Premios Oro y Plata en los 2 proyectos presentados. El equipo que obtuvo el premio "Oro" ha quedado clasificado directamente para la competencia internacional de equipos de mejora de la ASQ (American Society for Quality – International Team Excellence Award) que se realiza anualmente en Estados Unidos, en la cual ya hemos obtenido premiaciones.

Prácticas laborales

Gestión de la *diversidad*

La heterogeneidad de nuestros trabajadores favorece la innovación y la creatividad, además de suponer un reflejo fiel de la composición de nuestros clientes. La gestión de esta diversidad nos ayuda a ofrecer productos y servicios que satisfacen, con gran calidad, las necesidades de todo el mundo.

"Fomentamos 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".

Esta es la definición del derecho fundamental a la igualdad que recogen nuestros Principios de Actuación. Y sobre estas bases gestionamos la diversidad en Telefónica. Una diversidad que domina nuestra organización, ya que tenemos empleados en más de 21 países (tres de los cuales tienen representación en el Consejo de Administración) y operaciones en 17 de ellos, y sus procedencias alcanzan las 101 nacionalidades.
Esta riqueza profesional y cultural supone una ventaja competitiva para nuestra Compañía, ya que nos facilita la relación con todos nuestros clientes y nos ayuda a ofrecer productos y servicios que satisfacen, con altos niveles de calidad, sus necesidades, al tiempo que impactan positivamente en nuestros beneficios.

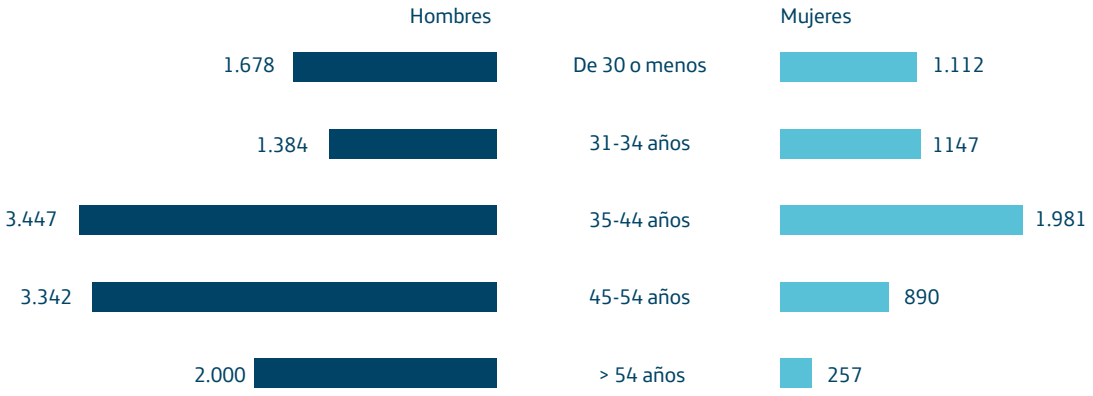
Estrategia
Crear una plantilla de trabajadores diversa de forma sostenible implica afrontar este reto desde distintos ángulos, al tiempo que impulsamos efectivamente este cambio cultural en la Empresa. La heterogeneidad de nuestros trabajadores favorece también la innovación y la creatividad, y es el reflejo más fiel de lo que son nuestros clientes. Para ello, en Telefónica hemos desarrollado una estrategia en la que la diversidad y la inclusión están adaptadas a nuestra visión empresarial. Esta estrategia se basa en tres pilares:

- **'Discover'.** La diversidad es un valor añadido. La de nuestros trabajadores nos aporta una ventaja competitiva a la hora de descubrir las necesidades de nuestros clientes y responder a ellas.

- **'Disrupt'.** La diversidad de nuestros trabajadores aumenta nuestra capacidad de innovación. La perspectiva y la forma de pensar de unos trabajadores con orígenes diferentes nos ayudan a lograr cambios positivos en la organización y los métodos de trabajo. Atraemos, contratamos y retenemos talentos diversos con ideas diferentes que nos ayudan a crear nuevos productos, servicios y mercados, y a expandir los ya existentes.

- **'Deliver'.** El factor fundamental para el éxito no es la mera presencia de la diversidad, sino el aprovechamiento y el uso de las diferencias existentes al servicio de la excelencia de los resultados comerciales. En Telefónica transmitimos esta necesidad a nuestros directivos y les brindamos todo nuestro apoyo para la construcción y la gestión de una plantilla de trabajadores diversa a todos los niveles.

Pirámide de edad de los empleados de Telefónica en la Argentina



G4-LA12

En Telefónica abogamos por la igualdad entre hombres y mujeres y tomamos medidas concretas en su favor.

Entre ellas se encuentra al iniciativa programa 'Women in Leadership' con el objetivo de fortalecer las capacidades de las mujeres, su confianza y sus dotes de superación personal, y establecer una sólida red de mujeres directivas en Telefónica y aumentar su visibilidad. Se pretende también crear un entorno en el que puedan compartir experiencias relacionadas con la cultura organizativa, y buscar consejeros y patrocinadores que puedan apoyarlas.

En Telefónica abogamos por la igualdad entre hombres y mujeres, adoptando medidas concretas como planes de igualdad, protocolos para la prevención del acoso y espacios de divulgación

Objetivo de las iniciativas
Con carácter general se persiguen objetivos de superación y, a la vez, dar continuidad a las políticas de igualdad y conciliación, ya vigentes en nuestra Empresa, que superan el elemental cumplimiento de la legislación vigente.

- Avanzar en el desarrollo de buenas prácticas que favorezcan la integración laboral plena de las mujeres.
- Impulsar desde los distintos foros, ya establecidos, medidas que favorezcan la conciliación de la vida laboral, familiar y personal de toda la plantilla.
- Asegurar que la formación y las posibilidades de desarrollo se ajustan a criterios de igualdad entre hombres y mujeres.
- Promover el acceso de la mujer a puestos de responsabilidad dentro de la Empresa, mejorando el equilibrio de género en este ámbito.
- Aumentar las probabilidades de que tanto los hombres como las mujeres puedan aportar lo mejor de sí mismos a los roles que ocupen en la organización.
- Reforzar nuestro compromiso de Responsabilidad Social Corporativa asumido por el Grupo Telefónica en orden a mejorar la calidad de vida de los empleados y de sus familias y a promover el principio de igualdad de oportunidades.

Presencia de la mujer en Telefónica en la Argentina

	2013	2014
% mujeres en plantilla	31,7%	31,3%
% mujeres directivas	9%	9%

G4-LA12

Desviación salarial media entre hombres y mujeres: porcentaje del salario medio de las mujeres respecto del medio de los hombres

Salarios base

	Argentina
Gerentes	97,0%
Mandos intermedios	89,5%

Salarios totales

	Argentina
Gerentes	96,0%
Mandos intermedios	89,2%

Compromiso con nuestros clientes

Satisfacción *del cliente*

Nuestro objetivo es dar siempre a nuestros usuarios la mejor oferta digital.

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:

1. **Llevar la tecnología allá donde los usuarios la necesiten para permitirles vivir permanentemente conectados**
2. **Ofrecer una propuesta de valor enfocada a sus necesidades a través de productos, servicios, soluciones y aplicaciones desarrolladas sobre la mejor red**

Satisfacción del cliente de Telefónica en la Argentina en 2014:
6,53

LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Para medir la satisfacción de nuestros clientes utilizamos el ISC (índice de Satisfacción de cliente), un indicador que se reporta de forma periódica al Consejo de Administración. Además, la Compañía a nivel global 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. En 2014 el ISC a nivel global ha alcanzado una puntuación de 7,09 sobre 10, ligeramente por debajo de la puntuación alcanzada en 2013 (7,14 sobre 10)

El índice de Satisfacción de cliente (ISC) de Telefónica en la Argentina en 2014 disminuyó 0,33 puntos respecto al cierre del año anterior. La disminución en la satisfacción país se concentra en los segmentos masivos donde el Precio, entendido como costo vs calidad de servicio, red móvil (voz y datos), funcionamiento ADSL, servicio técnico y factura explican en mayor medida esta disminución.

Existe un crecimiento de demanda de datos y tipo de uso que ahora el cliente reclama. En 2013 se produjo una caída en el segmento móvil a la que se sumó en 2014 la caída del segmento fijo. El cliente le da un uso distinto a móvil y fija. En 2012 quería conectarse al mail, leer, trabajar. En 2014 consume video desde varios dispositivos en su casa que navega, tiene un consumo promedio mayor de datos, el cliente ahora consume más. Aproximadamente el 3,5% del total de los clientes de Telefónica en la Argentina realizan mensualmente algún reclamo (Incluye quejas de clientes por problemas responsabilidad de la empresa - Incluye todos los canales de contacto: telefónico, redes sociales y centros comerciales).

En Telefónica el Cliente está en el centro de todo lo que hacemos. Para reducir la

G4-PR5

insatisfacción con Funcionamiento Móviles, hemos avanzado localmente en las acciones:

1. La licitación de espectro a fines del 2014 se convirtió en una "puerta" que se abrió para empezar una adaptar la red a lo que el cliente necesita porque consumen más datos – Plan de despliegue RED 4G
2. Realizamos diagnósticos más precisos sobre problemas de navegación del cliente en su equipo, con la herramienta "GEO" para identificar qué problema posee el cliente.
3. Lanzamos campanas proa ctivas de contacto a clientes, conociendo al cliente y cómo utiliza su equipo y qué elementos de red está afectado al cliente, accionando para mejorar su experiencia de navegación
4. Creamos un nuevo grupo de atención, GURU, con herramientas y un perfil/capacitación determinados para esa tarea, con el objetivo de tener más conocimientos para aquellos problemas de navegación del cliente que no pudimos resolver

Además mejoramos otros procesos con impacto en el cliente:

1. Logramos implementar la recaudación "on line" para el cliente móvil y ahora el 95% de los pagos se imputan en menos de 5 minutos

2. **Con "CLIENTE CONECTADO", logramos dar** una solución de comunicaciones a los clientes afectados por una avería en telefonía básica, derivando sus comunicaciones entrantes a otra línea, sea móvil ó fija, sin costo alguno, mediante el tiempo que esté sin servicio

3. **ACERCAMOS MAS INFORMACION AL CLIENTE** del negocio Móvil, con el proyecto "conocé tu plan", y ahora tiene a disposición una hoja adicional a la factura con características de su plan

4. **T3 (Full Stack)** simplificamos nuestros sistemas, para tener un único repositorio de información y atenderlo mejor en todos los canales

Diseñamos nuevas Ofertas comerciales para el cliente prepago:

5. "Nunca te quedás incomunicado", te prestamos y luego te lo debitamos en próxima factura (Ampliación automática Comunidad Más (Clientes Control)): el cliente control cuando se termina su rebate, en forma automática, se le asignación 2 bloques más y nunca se quede sin crédito

6. Oferta: Multiplicate / Control y Prepago, la mayoría (70%) cuando quieras, las veces que quieras, hasta 6 veces, fue un diferencial con la competencia

Pusimos en marcha el Programa de Calidad, en base a los KPIS operativos y resultados de encuestas e identificamos oportunidades para priorizar el Plan estratégico y conformar el Plan de Calidad. Para eso durante 2014 se creó el Equipo de Proyecto, conformado por personal que se dedica totalmente a la ejecución de proyectos, varios de los cuales se enfocan en la mejora de la Experiencia del Cliente.

En cuanto a Calidad de atención trabajamos bajo el Modelo de Certificación COPC para todos los procesos de contacto con Clientes: Atención Telefónica, Atención Presencial, Atención On Line, Servicio Técnico y Ventas para los segmentos Residenciales y Empresas y Negocios.

En nuestro procesos de Gestión de Red trabajamos bajo la metodología ITIL.

Cabe destacar que contamos con Certificaciones especificas en algunas

áreas-procesos siendo el alcance para toda la operación móvil, y específicamente: Operador de servicios y redes de telefonía móvil; diseño de servicios de telefonía móvil y de valor agregado; diseño, construcción, operación y mantenimiento de redes; atención a clientes; facturación; gestión de mantenimiento de edificios corporativos; servicio de telefonía móvil.

RETOS PARA 2015

Entre los retos más destacados que afrontamos en Telefónica para mejorar el compromiso con nuestros clientes están:

- La mejora de nuestros canales digitales.
- El desarrollo de nuestras tiendas del futuro con una experiencia en tienda mucho más interactiva, digital y accesible.

Trabajamos en una experiencia diferencial para EMPRESAS y Pymes: Desde el punto de vista de la gestión de la calidad de los servicios y la satisfacción de clientes, durante el 2014 se implementaron mejoras sobre diferentes procesos con el objetivo principal de brindar respuestas al cliente en los plazos comprometidos. El foco estuvo en la estandarización de procesos, lo que permitió alcanzar gestiones más simples y ágiles que se tradujeron en respuestas más rápidas para el cliente. Y en este sentido, la gestión del ejecutivo de cuentas se orientó principalmente a la gestión de la satisfacción del cliente. EN el Segmento PYMES con la fusión e integración de ambas unidades de negocio (fijo-móvil) a principios de 2014, la estrategia del segmento se focalizó, principalmente, en acompañar este cambio con una transformación del modelo comercial y de atención: cercanía/personalización, simplicidad/resolución y digitalización.

Cada ejecutivo ahora está más cerca geográficamente de sus clientes, pudiendo garantizar una calidad de atención y una frecuencia de visitas superior. Luego, se trabajó sobre el concepto de simplicidad y digitalización, con único número de atención que de respuesta a los requerimientos del cliente en el primer contacto y la posibilidad de que el cliente pueda realizar y dar seguimiento, de forma segura, a todas sus gestiones administrativas y comerciales las 24 hs. del día.

Compromiso con nuestros clientes

La conectividad al servicio de *nuestros clientes*

En Telefónica sabemos que la conectividad está en el centro de la experiencia digital de los consumidores. Por ello, buscamos ofrecer las mejores soluciones digitales para que saquen más provecho de ella.

Consumidores residencial

Nuestro 'approach'

Prioridades de la empresa global

Crecimiento digital
Acelerar la evolución de los servicios digitales como Cloud, M2M y seguridad.

- Acelerar las TIC digitales
- Especialistas en ventas y socios globales

Impulso de las pymes
Desarrollar una propuesta de valor específica y los canales necesarios para servir mejor a este segmento.

- Transformar los canales de ventas
- Crear paquetes con servicios específicos

"Queremos ser el socio de confianza de nuestros clientes en esta nueva era digital, tanto para los particulares como para las empresas"

Nuestros clientes (cifras en miles)
Telefónica en la Argentina

	2012	2013	2014
Total de clientes (en miles)	24.136	26.651	26.638
Telefonía fija (en miles)	4.762	4.833	4.727
Telefonía movil (en miles)	17.604	19.955	20.022
• Prepago (en miles)	11.000	12.916	12.958
• Contrato (en miles)	6.604	7.038	7.064
Banda Ancha ADSL (en miles)	1.736	1871	1.871
Otros (en miles)	33	27	18*

* Banda estrecha y Accesos mayoristas

Reforzar nuestra oferta para corporaciones
Innovar en los mejores servicios para fijo y móvil.

WAN gestionado, evolución de VPN y cobertura en interiores

Tu negocio, siempre conectado con las mejores soluciones

Modelo operativo
Crear un modelo operativo de primera clase para servir a nuestros clientes de empresas mejor y de una forma más eficaz.

Puesta en marcha de un modelo operativo eficaz

Arquitectura IT B2B de nueva generación

Telefónica Fija
SERVICIOS Y SEGMENTOS DE MERCADO

Segmento Residencial
El segmento Residencial, el cual constituye nuestro negocio tradicional, se especializa en la prestación de servicios de telefonía básica, de internet de banda ancha y de entretenimiento en el hogar (casa de familia, jubilados y pensionados) y telefonía pública.

Los ingresos de tráfico (Local, Larga Distancia Nacional y Larga Distancia Internacional) crecieron interanualmente un 24% aumentando la participación de paquetes de tráfico (Tarifa Plana y Tarifa Plana por Llamada).

El foco comercial del año estuvo en la oferta de Banda Ancha en conjunto con llamadas locales ilimitadas a fijos y a móviles (Dúo Plus). También durante el 2014 continuamos desarrollando la propuesta de valor incorporando el concepto de entretenimiento a través de películas y series disponible para toda la planta de clientes y nuevas altas (On Video). Sostuvimos el liderazgo en el mercado de banda ancha poniendo foco en la implementación de acciones que impacten positivamente en la fidelización de clientes.

Gracias a esta estrategia, conseguimos generar un crecimiento interanual en los ingresos del negocio de Internet del 38% para este segmento.

En el 2014 avanzamos con el despliegue de nuevas tecnologías que permiten llegar con una oferta de conectividad adaptada a las necesidades de los hogares más exigentes -acortamiento de bucle, despliegue segmentado de FTTH (Fiber to the Home) y VDSL (Very high bit-rate Digital Suscriber Line)-, y continuamos con inversiones en red de transporte y accesos.

El servicio de factura sin papel, que le permite al cliente no sólo visualizar on-line la factura sino también descargarla, programar alarmas de vencimiento en el e-mail y en el celular, consultar el saldo de su cuenta y los medios de pago habilitados más cercanos a su domicilio e imprimir el cupón de pago o abonarlo vía web con tarjeta de crédito, en cuenta bancaria o por débito automático, alcanzó 5,1 millones de clientes adheridos a diciembre de 2014, un 11% más que el año anterior.

Segmento Negocios
El segmento Negocios atiende a más de 384.000 clientes PyMEs, Profesionales y Comercios; brindándoles soluciones integrales para cada rubro de actividad (agro, servicios, finanzas, salud, construcción, automotores, industria, etc.) que contemplan un abanico de más de 100 productos y servicios.

La estrategia del segmento se focalizó, principalmente, en acompañar el cambio con una transformación del modelo comercial y de atención vigente a fin de capturar las oportunidades existentes en el mercado y crecer. Este nuevo modelo permitió una visión única de cliente Los principales pilares sobre los que se trabajó fueron: cercanía/personalización, simplicidad/resolución y digitalización.

Se trabajó en las carteras de la fuerza de ventas directa transformándolas por territorios/zonas que aseguraran un ratio apropiado de clientes por ejecutivo comercial, de acuerdo al potencial de esa cartera. Esta transformación, implicó que cada ejecutivo estuviera más cerca geográficamente de sus clientes, pudiendo garantizar una calidad de atención y una frecuencia de visitas superior a las posibilidades del modelo anterior.
Luego, se trabajó sobre el concepto de simplicidad y digitalización brindándoles a los clientes del segmento una atención integral y personalizada para sus gestiones. Esto implicó la consolidación de un único número de atención que de respuesta a los requerimientos del cliente en el primer contacto y la posibilidad de que el cliente pueda realizar y dar seguimiento, de forma segura, a todas sus gestiones administrativas y comerciales las 24 hs. del día.

Durante el 2014, el segmento se focalizó en el desarrollo de soluciones de negocio que integran conectividad, servicios de valor agregado, gestión, infraestructura y aplicaciones; y en potenciar el desarrollo comercial de soluciones TIC. Esto generó un crecimiento interanual del 28,8% en los clientes PyMEs, Profesionales y Comercios.

Asimismo, profundizando el posicionamiento de Telefónica como una Compañía de Telecomunicaciones Digital, se

acompañó la oferta de aplicaciones y soluciones con numerosas campañas masivas en medios tradicionales y digitales, que apalancaron el crecimiento interanual de las plantas de servicios TIC.

En lo referido a los servicios de Datos, se logró un crecimiento del 34% respecto al 2013. Este tipo de soluciones, representa un valor diferenciador de nuestra oferta, y permite a las PyMEs mejorar su eficiencia operativa.

Con respecto a la venta de soluciones de TI (Tecnologías de la Información), en 2014 se multiplicó por tres el crecimiento de los ingresos respecto 2013. Entre los productos que experimentaron un crecimiento significativo se destacan: Aplicateca (89%), Office 365 (239%), Web Hosting (50%) y Presencia Digital Gestionada (41%). De esta manera, a través de un amplio espectro de soluciones alojadas en "la nube", la compañía apuesta a ser un aliado estratégico en el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, facilitando su acceso en todo el país a una gama de prestaciones gestionadas desde Internet en modalidad servicio y a demanda.

Segmento Mayorista
Este segmento de clientes está compuesto por aquellos Operadores y Prestadores de servicios de Telecomunicaciones que, adicionalmente a su oferta de productos y servicios para los diferentes mercados minoristas, conforman un mercado de alta competencia, tanto en capacidad como en capilaridad de las redes disponibles.

Los ingresos correspondientes a este segmento crecieron un 17,3% durante el año 2014, consolidando el crecimiento logrado durante los últimos años. Dicho crecimiento ha sido impulsado fundamentalmente por:

- Las necesidades de conectividad e infraestructura del sector de la telefonía móvil, con su despliegue de redes para ofrecer acceso a Internet a sus clientes y el continuo crecimiento del tráfico de voz y datos.

- La capitalización de oportunidades provenientes de la creciente oferta de accesos a Internet de banda ancha, impulsada por la tendencia del cliente final a demandar cada vez mayores velocidades, a través del desarrollo de la oferta de productos específicos (Tránsito IP, Redes para soporte de Sistemas de Seguridad, etc.), cuya creciente demanda en ancho de banda y cantidad de enlaces consolidaron, en los últimos años, una importante participación en los ingresos de este negocio. Las mejoras en la calidad del servicio IP, a partir de la implementación de acuerdos con Google para el "caching" de contenidos ha permitido un crecimiento en las ventas, en especial en clientes más pequeños y cooperativas.

- Nuevas oportunidades de negocio derivadas de la notoria expansión de la oferta de servicios audiovisuales, tanto por internet como la Televisión Digital, así como la comercialización de equipamiento y servicios de valor agregado para proveedores de servicio de internet (ISPs).

- El mantenimiento de precios nominados en dólares estadounidenses para servicios de oferta voluntaria.

Asimismo, se vienen implementado continuamente mejoras operativas tendientes a agilizar los ciclos de venta, a partir de la creación de un equipo de unidades de gestión unificadas, el que visualiza la demanda de manera agregada, permitiendo realizar cotizaciones en tiempos sustancialmente menores y con una eficiencia que se traduce en una mayor competitividad de la oferta voluntaria.

Segmento Empresas
El segmento Empresas se especializa en la provisión de servicios de telecomunicaciones, transmisión de datos y tecnologías de la información a Grandes Empresas y organismos de la Administración Pública.

Durante el 2014, el segmento se focalizó en el desarrollo de soluciones de negocio que integran conectividad, servicios de valor agregado, gestión, infraestructura y aplicaciones; esto generó un crecimiento interanual del 28% en el mercado corporativo.

En lo que hace al posicionamiento, se realizó en el mes de marzo, el encuentro Telefónica Leadership Conference que consistió en un evento sobre liderazgo, tecnología e innovación que convocó a los clientes corporativos y multinacionales más importantes a nivel global con operaciones en América.

Asimismo, en el mes de octubre se llevó a cabo la cuarta edición del TIC Forum, un evento donde se convocó a los representantes de las grandes empresas y organismos de gobierno y en el que los referentes tecnológicos más relevantes del mercado disertaron sobre las nuevas tendencias y soluciones que ayudan a optimizar los procesos de sus negocios. También compartieron una visión sobre los retos y desafíos que impone la revolución Digital.

En lo que se refiere a fortalecer la presencia de marca del Segmento Empresas, durante el 2014 se desarrolló un ciclo de encuentros tecnológicos en el interior del país; Mendoza, Neuquén, Córdoba, Rosario y también en Buenos Aires en el que participaron clientes de las principales localidades como Trelew, Comodoro Rivadavía, Ushuaia, Corrientes, Salta, San Juan y La Rioja. Estos encuentros permitieron reflejar a Telefónica como un aliado estratégico, y brindaron la posibilidad de generar 391 oportunidades negocios junto a los expertos.

Con respecto a la oferta de soluciones de valor agregado para el negocio, como tecnologías de la información e infraestructura para almacenamiento y procesamiento de datos, se destaca lo siguiente:

- Soluciones Sectoriales: Lanzamiento de soluciones de medición y gestión remota dirigidas al **sector salud,** como Control de prestaciones cloud, un producto que permite la gestión remota del personal involucrado en la atención domiciliaria de los pacientes crónicos de los clientes. También permite control sobre la fecha de hospitalización, fecha de alta, tareas realizadas y próximas visitas planificadas de cada miembro del personal involucrado en la atención del paciente que se registran. Asimismo, se lanzó una **solución para el agro:** Telecontrol silobolsa, un producto que mide las condiciones de granos almacenados. También el **sector industrial** contó con un nuevo producto, Smartmetering, esta solución le permite a las empresas con alto consumo de energía, medir en forma remota y en tiempo real su consumo.

- Soluciones de TI: Se logró un crecimiento del 10% respecto a 2013 impulsado por servicios de cloud computing y soluciones digitales. Este crecimiento se apalanca en el desarrollo de proyectos donde Telefónica presta servicios de conectividad, data center y servicios en la nube. Durante el 2014 se desarrolló el servicio Virtual Data, y en diciembre de este año se realizó un pre-lanzamiento a un grupo reducido de clientes. El servicio facilita un portal de autogestión para acceder a servicios de procesamiento en la nube, de esta forma un cliente puede contar con un data center de diferentes topologías de forma flexible y rápida. El mismo esta soportado por herramientas de automatización y orquestación.

- Seguridad de la Información: Se acentuó considerablemente la participación en el mercado argentino de Seguridad de la Información debido al fuerte crecimiento y a los buenos resultados obtenidos en el año 2014.

En los últimos años crecieron sostenidamente las amenazas que afectan la información de las organizaciones y para ello, Telefónica ha desarrollado un nuevo catálogo para ofrecer a los segmentos corporativos y Pymes, soportados desde el Security Operation Center. Durante el 2014 se fortalecieron los servicios denominados Clean Pipes: Tráfico Seguro, AntiDDoS.

El valor de la marca, los fraudes on-line y la interrupción del negocio son ejes fundamentales de un nuevo concepto de amenazas denominado Cyberseguridad. También para ello se desarrollaron soluciones innovadoras de CiberSeguridad, por ejemplo: Detección de amenazas y Latch. Estas soluciones permitieron incrementar significativamente los ingresos en esta línea, como así también la participación en el mercado.

Con respecto a servicios de conectividad, se mantiene la posición de liderazgo en lo que hace a la provisión de enlaces de internet corporativa y redes de transmisión de datos. Durante el 2014 se alcanzó un crecimiento interanual del 44%. Se desarrollaron campañas comerciales de oferta proactiva para la venta de redes de alta velocidad y upgrade de enlaces existentes sobre par de cobre.

En lo que hace a servicios avanzados de voz, se consolidó y continúa en este camino, la posición del Segmento Empresas en el mercado como proveedores de servicios de telefonía IP en la nube, principalmente a través de la venta de soluciones de comunicaciones unificadas y plataformas de contact center.

En lo que se refiere a la comercialización de servicios tradicionales de voz durante el 2013 se sostuvo un crecimiento del 10%.

Desde el punto de vista de la gestión de la calidad de los servicios y la satisfacción de clientes, durante el 2014 se implementaron mejoras sobre diferentes procesos con el objetivo principal de brindar respuestas al cliente en los plazos comprometidos. El foco estuvo en la estandarización de procesos, lo que permitió alcanzar gestiones más simples y ágiles que se tradujeron en respuestas más rápidas para el cliente. Y en este sentido, la gestión del ejecutivo de cuentas se orientó principalmente a la gestión de la satisfacción del cliente.

Los servicios de las redes
Durante este año 2014 profundizamos la evolución tecnológica tendiente a la convergencia de las redes de nueva generación. Avanzando en este sentido, continuamos con la construcción de redes que nos permiten cumplir con nuestra misión de convertirnos en una Telco digital.

Construcción de redes de nueva generación ("NGN")
La evolución tecnológica está llevando la arquitectura de las redes de comunicaciones hacia las denominadas NGN. Estas nuevas redes permiten la convergencia de servicios dado que manejan las señales eléctricas codificadas en pulsos y transportadas en forma de paquetes. Así, es posible que en una misma red de transporte se presten los servicios de Telefonía, Internet, Datos y Servicios de Valor Agregado.
La tradicional red de telefonía está migrando gradualmente a esta tecnología. A diciembre de 2014 hemos llegado a una cobertura del 65 % en tecnología NGN sobre el total de la Red de Transporte de Telefónica para tráficos vocales.
Continuando con el avance en la prestación del servicio de VoIP (servicio de telefonía totalmente paquetizado), ya se han alcanzado 76.200 licencias instaladas con 56.000 clientes en servicio, de las Unidades de Negocios y Empresas, y se tiene una expectativa de rápido crecimiento para los próximos años con una probable extensión al área Residencial

Telefónica Móvil
ASPECTO COMERCIALES

La industria celular sigue con sus índices de penetración. Se ha acentuado la venta de smartphones con todos los productos derivados del mismo, tales como contenidos, redes sociales, chats y mails.

Oferta Comercial
En el año 2014 Movistar lanzó una nueva oferta comercial de pospago con un mayor foco en la disponibilidad de datos móviles (Movistar One, Comunidad Más y Dedos Control). Esto se sumó a campañas con ofertas diferenciales de precios en los equipos celulares.

En relación al producto prepago, se logró la estabilización tanto del parque recargador como de la calidad de las altas prepago. A su vez se lanzó MULTIPLICATE, una oferta que le permite al cliente cuadruplicar, quintuplicar y hasta sextuplicar su crédito, dependiendo del monto recargado.

Red Comercial
Durante 2014 la Red Comercial continuó potenciando el relacionamiento digital con el cliente fortaleciendo la oferta de productos y servicios online.

Por otro lado, los restantes canales de comercialización llevaron a cabo diferentes estrategias, de acuerdo a sus propias características y a los desafíos de cada región:

- Canal Especialista: foco en una gestión de mayor calidad.
- Canal Mixto: se continuó con el proceso de apertura de Mixtos Premium Exclusivos, puntos de venta exclusivos que comercializan productos prepago y pospago, ubicados en localidades de menos de 35.000 habitantes.
- Recargas: Lanzamiento de promociones masivas y segmentadas para incrementar el consumo de Clientes.
- Centros de Experiencia de Clientes: se mejoró la atención personalizada acercando a nuestros clientes a la tecnología.

Modelo de Atención al Cliente
En el año 2014 Movistar continuó profundizando el modelo de atención con foco en la satisfacción de los clientes.

Atención telefónica: Durante 2014 Movistar implementó un nuevo modelo de atención con foco en la reducción de la tasa de abandono.

Atención personalizada: Vinculado al objetivo de satisfacción continuo de los clientes, Movistar se orienta a hacer más eficiente la gestión de soluciones por problemas de software así como instruir acerca de las herramientas de autogestión que provee a sus clientes a través de un referente experto en tecnología.

Programas de Calidad
Desde el año 2005, Movistar desarrolla su Programa de Calidad de manera orgánica y sistemática. A través de distintas encuestas de satisfacción y del análisis de los indicadores claves operativos, se realiza un diagnóstico que identifica las principales oportunidades de mejora en términos de satisfacción. A partir de las mismas, se priorizan aquellas que, alineadas con los criterios del Plan Estratégico, conforman el Plan de Calidad.

El Plan de Calidad correspondiente al año 2014 comprendió distintos proyectos específicos de mejora en base a la metodología Six Sigma y la implementación/certificación de diferentes Modelos de Calidad como ISO 14000, COPC (Customer Operations Performance Center) para los canales con contacto con clientes, e ITIL para procesos técnicos.

A su vez, se avanzó con la implementación de un Modelo de Gestión de Proveedores con el objetivo de alcanzar la excelencia operativa, mediante la utilización de estándares de calidad en la relación con ellos. Este método abarca el modo de selección de los mismos, los requisitos a cumplir en relación a las necesidades de los clientes, la inclusión de estas cláusulas en los contratos a través de indicadores de performance hechos en conjunto entre la empresa y los proveedores, y el pago en tiempo y forma, de acuerdo a la prestación recibida.

Productos y Servicios
Lanzamiento de TU go
Durante el año 2014 Movistar lanzó TU go, una aplicación que le permite al usuario transportar su número de celular a otros dispositivos, tales como tablets, notebooks, y PCs, utilizando cualquier red WIFI. Entre sus principales beneficios se encuentran:

- Libertad de recibir llamadas y SMS desde otros dispositivos.
- Independencia del equipo móvil y la carga de la batería en caso ésta se agote.
- Las llamadas realizadas desde cualquier dispositivo del mundo tienen el costo de una llamada local.

Multiplicate
Es una nueva promoción de recarga que aplica en todos los planes Prepago, Dedos Control y Comunidad Más que permite al cliente cuadruplicar, quintuplicar y hasta sextuplicar su saldo a través del envío de un mensaje de texto. Con el crédito multiplicado el usuario puede realizar llamadas, enviar mensajes y navegar en internet.

A su vez, dicho beneficio se encuentra disponible durante todos los días del mes pudiendo el cliente obtenerlo en cualquier momento.

ASPECTOS DE LA RED

Durante 2014, el área Técnica enfocó sus acciones a la calidad de servicio y continuar ampliando la capacidad de Red ante la creciente demanda. Para el segundo semestre, luego de la licitación del espectro radioeléctrico por parte del Estado, se iniciaron acciones para adaptar la Red a la llegada de 4G LTE (long term evolution).

El tráfico de voz en la red Universal Mobile Telecommunications System ("UMTS") se incrementó en un 33%, en tanto que, en la red GSM (Global System for Mobile communications), el tráfico pico de voz se redujo en un 9% respecto al año anterior. En lo que respecta al tráfico de datos, el crecimiento que experimentó la Red 3G fue del 68% y la de 2G del 39%.

Para dar mayor capacidad y mejorar la calidad, se instalaron 853 nodos nuevos 3G en todo el país y 202 de 2G. A su vez, se realizaron 3.190 ampliaciones de placas en ambas tecnologías.

En lo que respecta a Infraestructura, se realizaron 1.280 recambios y reemplazos de bancos de baterías, se instalaron 45 grupos electrógenos nuevos. Por otra parte, se han ampliado 39 salas de transmisión para los despliegues de las distintas redes, 48 obras de reemplazo de aire acondicionado,

102 obras de energía (rectificadores, UPS, etc.), 30 obras de remodelación de estructuras y 7 obras de incendio más 20 km de tendido de energía para acometida eléctrica.
Para las necesidades de disponibilidad de mayores anchos de banda en transmisión, se instalaron 216 radioenlaces nuevos para aumentar la capacidad, 83 ampliaciones de Backhaul Móvil y 60 obras de ampliación en la red SDH, desplegándose además, una mayor capilaridad en la red de cables de Fibra Óptica con 597 accesos nuevos.

En cuanto al Core de la Red se continuó ampliando la capacidad para brindar mejores servicios de Datos y de Voz al mismo tiempo que se adecuó para brindar el servicio LTE.

En el Core de Datos se instalaron dos duplas de nodos nuevos SGSN (Serving GPRS Support Node) y Gateway GPRS Support Node ("GGSN"), los primeros en sitios nuevos como primer paso para distribuir la red en 4 sitios (POPs).
Complementariamente se comenzó con el reemplazo del Charging Gateway por una nueva dupla.
En la Red WiFi offloading, para tráfico de datos en zonas estratégicas, se reemplazó el TGW TGW (Trust Get Way o portal de validación) existente por dos nodos nuevos redundante también instalados en los nuevos sitios.

En Core de Circuitos, AMBA quedó funcionando con los tres nodos con tecnología Blade que permiten, además de la renovación tecnológica, la implementación de arquitectura de MSCs (mobile switching central) en pool y menor tiempo de establecimiento de llamadas para los que estén registrados en la red LTE (CSFB).

Complementariamente se reemplazaron los gestores de red de ambos proveedores (OSS Ericsson y M2000 Huawei) y se ampliaron los nodos de señalización (Diameter, SIP y SS7).

PERSPECTIVAS FUTURAS PARA EL AÑO 2015

La visión de Movistar es transformar en realidad las posibilidades que ofrece el nuevo mundo digital, combinando activos de una compañía de telecomunicaciones tradicional con activos digitales para ayudar a las personas a acceder y disfrutar de lo mejor que la tecnología puede ofrecer.

Las nuevas tecnologías son una fuente de oportunidades de innovación social que dan lugar a productos, servicios e ideas que satisfacen necesidades sociales al mismo tiempo que crean nuevas relaciones e interacciones entre agentes e instituciones del mundo público, privado y tercer sector.

En este sentido, la Compañía ha creado diferentes unidades de desarrollo de productos y servicios que abarcan, entre otros, Cloud Computing (servicios en la nube), eHealth, Servicios Financieros, M2M (conexiones máquina a máquina), Advertising, Aplicaciones y Seguridad; además de focalizarse en la continua mejora de sus servicios de voz, mensajería y transmisión de datos.

Con el fin de brindar infraestructura a estos servicios y ampliar la cobertura y capacidad de su red, Movistar continuará realizando fuertes inversiones conectando el 57% de los sitios con fibra óptica, instalando 2.000 nodos adicionales y desplegando la red 4G. Esta inversión en red permitirá ofrecer mejores estándares de calidad y prestación del servicio, a la vez que acelerará la modernización y diferenciación de las redes y permitirá llevar a cabo numerosas iniciativas de simplificación y homogeneización que contribuyen a mejorar la eficiencia operativa y la relación con el cliente.

El despliegue de la tecnología LTE (4G) que comenzó en el año 2014, sobre las nuevas licencias de espectro adquiridas, le permitirá a Movistar dar un salto cualitativo en la oferta de servicios. La velocidad y calidad estarán a la altura de las expectativas de nuestros clientes.

Por otro lado, es compromiso de Movistar fortalecer la confianza de los Clientes, Empleados, Accionistas, Proveedores, Organismo Regulador y Sociedad utilizando el Modelo de Gestión de Calidad, generando el mejor lugar para trabajar, incrementando la eficacia del sistema de gestión y suministrando productos y servicios de calidad.

En esta línea Movistar ha definido las siguientes prioridades de gestión para el corto y mediano plazo:

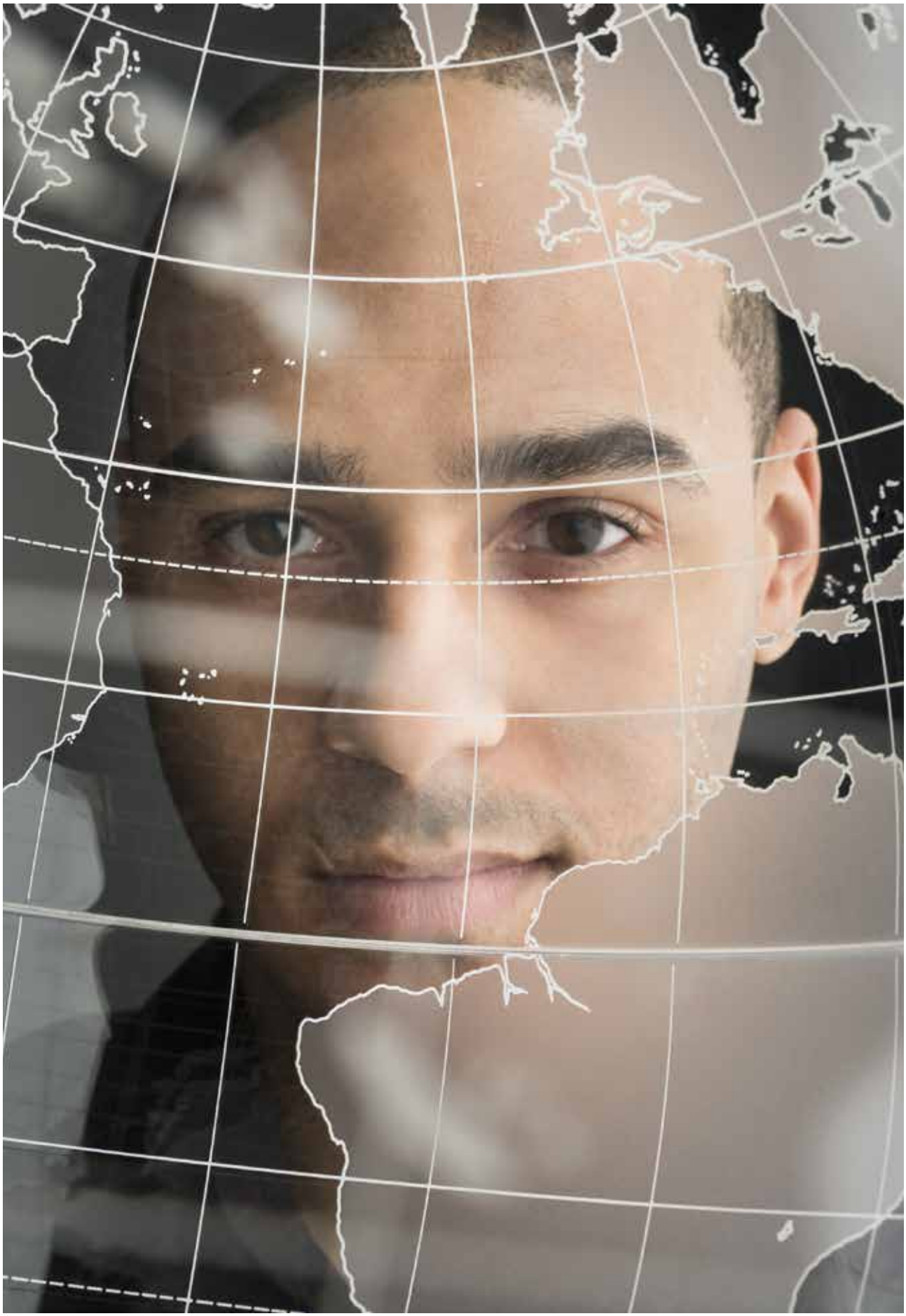
- contribuir al desarrollo económico y social, profundizando el papel de aliado estratégico del país;

- asegurar el sostenimiento del negocio tradicional de Movistar y sumar a este compromiso nuevos productos y servicios de valor agregado para todos los segmentos de la Compañía;
- continuar con la inversión en red para brindar un servicio superador, invirtiendo en el despliegue de sitios y nodos 3G y 4G y en fibra óptica;
- simplificar la oferta de productos y servicios para acercarse al cliente de una manera más fácil, focalizándose en el aporte de valor agregado generado;
- agilizar el uso de los sistemas de gestión y comercialización para lograr una rápida respuesta a las distintas necesidades de los clientes;
- evolucionar los sistemas de atención al cliente ofreciéndoles una real integración entre el canal telefónico, presencial y virtual y así mejorar aún más el entendimiento de sus necesidades;
- continuar con el esfuerzo en maximización de eficiencias, generación de sinergias y simplificación del modelo operativo para avanzar en el proceso de transformación de la Compañía;
- fomentar proyectos basados en la automatización, estandarización, reutilización y modernización para ser más ágiles y eficientes;
- acompañar a los clientes corporativos y a las pequeñas y medianas empresas en su crecimiento, brindando soluciones integrales basadas en tecnología de la información;
- orientar todos los procesos de la Compañía hacia la calidad del servicio, generando una experiencia del cliente superadora y homogénea;
- potenciar y desarrollar el Capital Humano de la Compañía para posicionarla como una de las mejores compañías para trabajar;
- continuar con una adecuada gestión de la caja cumpliendo con los compromisos asumidos.

La estrategia de negocio de largo plazo de Movistar consiste en mantener y mejorar la posición en el mercado competitivo de las telecomunicaciones en Argentina. Esto implica innovar en el desarrollo de nuevas ofertas de servicios de telecomunicaciones, tanto en los servicios tradicionales de voz y mensajes, como en la transmisión de datos y servicios de valor agregado, para clientes corporativos e individuos.

En esta línea, la Compañía continuará realizando inversiones significativas en todos sus servicios, potenciando los datos a través de su importante inversión en el despliegue de la red 4G, sin olvidar la variedad de servicios de valor agregado que se pueden prestar y mejorando así la experiencia de los clientes con cada uno de los servicios.

La Compañía considera que la implementación de estas estrategias de negocio de corto, mediano y largo plazo continuará teniendo un efecto beneficioso sobre la sociedad y sobre la competitividad en el sector de las telecomunicaciones.



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.

Proveedores en Telefónica en la Argentina

147.639 millones de pesos adjudicados en 2014, a **1.141 proveedores**

92,64 % proveedores adjudicatorios locales

La identificación y gestión de los riesgos asociados a la cadena de suministro es una responsabilidad que en Telefónica asumimos con nuestro Compromiso con la sostenibilidad en la cadena de suministro:

- Producción eficiente
- Cultura de sostenibilidad
- Gestión de Riesgos

Producción eficiente
Tratamos continuamente de mejorar nuestros procesos de compras usando herramientas electrónicas que nos ayudan a ser más eficientes, ágiles y transparentes.

Sostenibilidad en la Cadena de Suministro ('Value Drivers')

Producción eficiente	Cultura de sostenibilidad	Gestión de riesgos	'Engagement'
Reducir costes de materiales, energía y transporte. Desarrollo de **relaciones estratégicas con proveedores** para optimizar el proceso, los productos y los servicios.	**Formar** e implicar a los empleados. Construir **relaciones sólidas con los 'stakeholders'**. **Posicionamiento en los índices de sostenibilidad**.	**Reducir** al mínimo los **riesgos** (ambientales, laborales, etc.). **Proteger la reputación** y el valor de marca. **Facilitar** el acceso a la **financiación** y a los **seguros**.	**Fomentar** una relación de **cercanía y compartición** de buenas **prácticas**. Establecer **canales de comunicación** y desarrollar **foros presenciales**.

Aspectos de especial relevancia para nuestro negocio

G4-12

Los catálogos electrónicos, además de mejorar la eficiencia en la cadena de suministro, aseguran el cumplimiento de las condiciones de negociación, aportando agilidad y transparencia en la gestión de pedidos, recepciones y facturación, y evitando conflictos que puedan llevar a retrasar los procesos de suministro.

Cultura de sostenibilidad
Demostramos nuestro compromiso con un modelo de negocio sostenible a través de diversos aspectos:

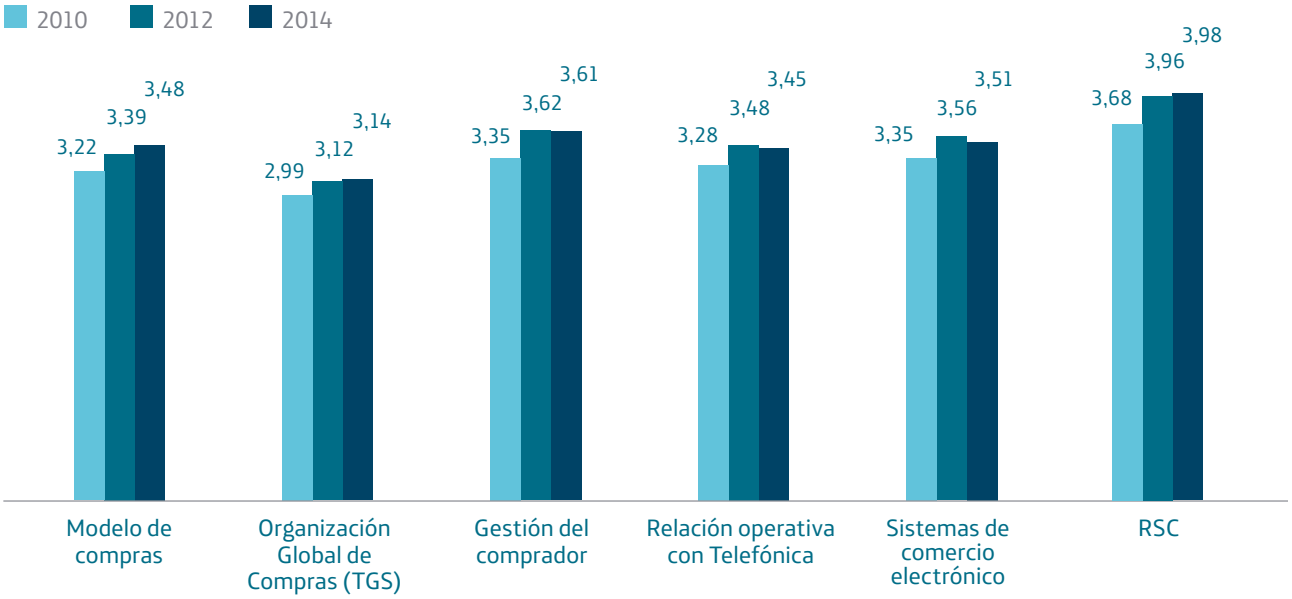
a) Tenemos el compromiso de ser motor de desarrollo en los países en los que Telefónica tiene presencia.

- El 87 % del volumen de compra en la Argentina se adjudicó a proveedores locales.

b) Nos esforzamos por conocer la percepción y prioridades de nuestros proveedores. Hemos realizado una encuesta a nivel 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.

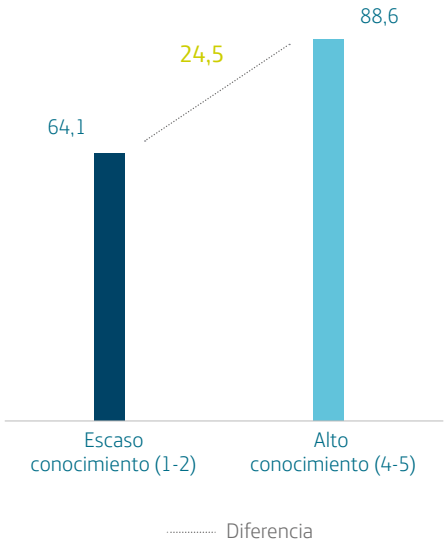
Evolución de resultados en la encuesta de satisfacción de proveedores



Fomentar la cultura de sostenibilidad dentro de nuestra cadena de valor es un pilar fundamental de nuestra forma de hacer negocio

Dentro de los aspectos valorados positivamente se encuentran: los principios del modelo de compras de Telefónica; la política de responsabilidad en la cadena de suministro; la actuación honesta y transparente de los compradores; la formalización electrónica de compromisos y factura electrónica; y el soporte a usuarios de las herramientas de comercio electrónico. Los proveedores identificaron los siguientes aspectos como susceptibles de mejora: necesidad de canales únicos de comunicación para solución de dudas y mayor coordinación entre las áreas técnicas y de compras.

Reputación global entre proveedores



BEST PRACTICE

Nuestros proveedores valoran positivamente nuestro compromiso con la Sostenibilidad

Además de medir la satisfacción de nuestros proveedores, medimos también la reputación de la Compañía entre este grupo de interés. En 2014, Telefónica ha gozado de una sólida reputación entre sus proveedores, con una puntuación en el indicador Pulse de 77,4 puntos (según el modelo desarrollado por el Reputation Institute).

Entre los aspectos analizados cabe destacar cómo el conocimiento de nuestra política de responsabilidad en la cadena de suministro por parte del proveedor es un aspecto clave para que valoren notablemente mejor la reputación de la Compañía. Entre los proveedores que la conocen y los que tienen un escaso conocimiento de dicha política existe una diferencia de más de 20 puntos a nivel global.

c) Fomentamos el compromiso de nuestros proveedores con nuestros Principios de Actuación.

Fomentar la cultura de sostenibilidad dentro de nuestra cadena de valor es un pilar fundamental de nuestra forma de hacer negocio. Consideramos que únicamente siendo cada vez más exigentes en el cumplimiento de nuestros valores esenciales por parte de nuestros proveedores, como son nuestros Principios de Actuación, conseguiremos no solo identificar y gestionar posibles riesgos, sino también fomentar una cultura que promueve un compromiso social y medioambiental en todos nuestros socios.

Por ello, requerimos al 100% de nuestros proveedores que desarrollen su actividad aplicando estándares éticos similares, que aseguren el cumplimiento de los Derechos Humanos y laborales fundamentales, así como el respeto por el medio ambiente. De esta forma, para ser proveedor del Grupo Telefónica, la correspondiente empresa debe declarar y garantizar que en ella no existe trabajo infantil, no se producen situaciones de trabajo forzado, no se dan condiciones laborales de riesgos para la vida de sus trabajadores y que cumple la legislación ambiental que se le aplique por su actividad. Además, los proveedores deben asumir compromisos específicos más elevados relacionados con el tipo de producto o servicio que ofrecen. En los contratos para proveedores y en las condiciones básicas de compra incluimos un enlace que les permite consultar la versión más reciente de cada una de las políticas, disponibles para todos ellos en el Portal del Proveedor.

De esta forma, a través de la Política de Responsabilidad en la Cadena de Suministro establecemos la actitud y estándares que esperamos de los proveedores en el ámbito de la sostenibilidad. Disponemos de diferentes herramientas para promover y valorar a nuestros proveedores con relación al cumplimiento de los requisitos derivados de estos Principios y Política:

- Cláusulas de requisitos mínimos.
- Evaluaciones 360º de organismos independientes.
- Seguimiento del nivel de cumplimiento a través de auditorías a proveedores de riesgo y desarrollo de los correspondientes planes de mejora.
- Formación y sensibilización en criterios de sostenibilidad.

Si un proveedor no alcanza el nivel exigido o no es capaz de proporcionar la información solicitada, se inicia un proceso interno cuyo objetivo final es conseguir que el compromiso del proveedor garantice el cumplimiento de nuestros estándares. En casos extremos, cuando esto no es factible, en base al acuerdo inicialmente suscrito por ambas partes, se suspenden las relaciones con dicho proveedor hasta que demuestre que ha corregido la situación y que alcanza los niveles exigidos.

Gestión de Riesgos

Telefónica trabaja para la prevención y reducción de los posibles impactos negativos derivados de su actividad. En 2014 hemos continuado con la implementación de los métodos de control y seguimiento de la actividad de nuestros proveedores de riesgo –ya sea por su actividad y/o por volumen de adjudicación.

G4-LA15

Criterios de sostenibilidad analizados en las evaluaciones a proveedores

Políticas - Acciones - Resultados

I. Ambiental	II. Social	III. Ética
Consumo de energía y CHG (CO_2) Agua Biodiversidad Contaminación local Materiales, productos químicos y residuos Uso del producto Fin del ciclo de vida útil Salud y seguridad del cliente Consumo responsable	Seguridad y salud en el trabajo Condiciones de trabajo Diálogo social Gestión de carreras y formación Trabajo infantil / forzoso Discriminación Derechos fundamentales	Corrupción y soborno Prácticas anticompetitivas Marketing socialmente responsable
Desempeño ambiental de los proveedores Prácticas sociales		IV. Proveedores

'Engagement'. Comunicación continua
Promovemos una comunicación continua con nuestros proveedores, con el objetivo de mantener una relación de cercanía con ellos.

- Elaboramos boletines, plataformas online como el Portal del Proveedor o el Portal de Aliados y encuestas de satisfacción con el objetivo de generar una relación sostenible con este grupo de interés.
- Organizamos encuentros presenciales con proveedores, donde compartimos buenas prácticas y generamos una cultura de sostenibilidad que, progresivamente impacta en los diferentes eslabones de la cadena de valor.

G4-LA15

Programa Aliados
Después de seis años de andadura en Latinoamérica, el Programa Aliados se ha convertido en una iniciativa de referencia en la gestión de empresas colaboradoras y terceros en la región. Con el fin último de convertirlos en aliados estratégicos, Telefónica trabaja cada año en fortalecer su modelo para fomentar una gestión sostenible con ellos.

De esta manera, en Telefónica trabajamos para impulsar una cultura de sostenibilidad entre nuestros aliados, promoviendo el cumplimiento de unos mínimos alineados con nuestros principios de actuación que permitan reducir los posibles riesgos en la cadena de valor.

Modelo de gestión y líneas de actuación
En cada uno de los principales países de la región, la Compañía cuenta con el Comité de Aliados como órgano responsable para la implantación y desarrollo del modelo a nivel local.

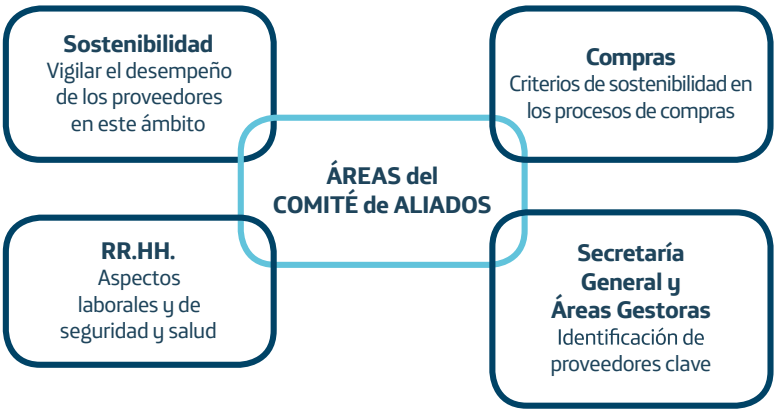
Para ello, toman como base las herramientas globales que facilitan una homogeneidad en la actuación –política de mínimos, modelo de detección y gestión de riesgos y auditorías–, a la vez que se focalizan cada año en las líneas de actuación, tanto internas como externas, marcadas por las necesidades identificadas en cada uno de los países.

A lo largo del pasado ejercicio, continuamos trabajando en la implantación a nivel regional del Modelo de Distribución, cuyos objetivos se centran principalmente en:

1. Tener contratos que delimiten todos los aspectos de la relación, con objetivos alcanzables, que permitan minimizar los riesgos.
2. Construir criterios de gestión compartidos, que garanticen relaciones sustentables y previsibles.
3. Generar alineamiento con las políticas de Telefónica en materia medioambiental, de seguridad integral, laboral y Principios de Actuación.
4. Tener acuerdos claros que permitan el dimensionamiento óptimo del servicio y faciliten el seguimiento de las actividades.

Los esfuerzos realizados en 2014 han permitido cubrir los principales aspectos de la iniciativa marcados para el pasado ejercicio. Asimismo, bajo el marco del programa se han desarrollado diferentes líneas de trabajo específicas de cada uno de los países, respetando en todo momento el marco local. En general, todas ellas se han centrado en asegurar el cumplimiento de los objetivos marcados mediante auditorías, iniciativas de comunicación y formación, así como en la identificación de sinergias entre los diferentes aliados para compartir buenas prácticas de gestión que impulsen los ámbitos identificados con oportunidades de mejora.

Objetivos del Programa Aliados



G4-LA15

Modelo predictivo del riesgo
En Telefónica en la Argentina, con nuestra visión integral de la gestión de los aliados en el país, hemos trabajado en 2014 en el desarrollo y mejora de un modelo predictivo del riesgo de terceros con alcance a todas las empresas del Grupo. En este sentido, hemos trabajado en desarrollar controles que nos permitan integrar los emergentes a las áreas operativas con alcance a las áreas técnicas, comerciales, de sistemas, Fundación Telefónica y actividades de apoyo (logística, mantenimiento y limpieza). Esto nos ha ayudado a identificar las principales actividades de control para cada una de ellas, mejorando el proceso de detección de situaciones de riesgos –incluyendo las asociadas al entorno social–, donde de manera proactiva los líderes del contrato informan de situaciones de riesgos que permiten desarrollar planes especiales que pueden llegar a su revocación, en aquellos casos en que fuese necesario.

Principales indicadores del Programa Aliados en 2014

Más del **80%** de nuestros terceros tienen contacto directo con el cliente

Más de **1.300** auditorías *in situ*, que originaron la propuesta de planes de mejora a más de 520 proveedores

Más de **80.000** horas impartidas en la plataforma iCampus

Estas cifras reflejan la importancia del programa para la Compañía y los esfuerzos realizados por mantener un excelente y consistente servicio a nuestros clientes

Más de **7.300** cursos impartidos a nuestros aliados en la región

Más de **15.700** auditorías administrativas realizadas

G4-LA15, G4-HR10

Mantenemos el foco en la erradicación del trabajo infantil
La Convención sobre los Derechos del Niño garantiza a todos los niños y adolescentes el derecho a estar protegidos frente a la explotación laboral. A pesar de ello, la existencia de 168 millones de niños y niñas de entre 5 y 17 años trabajando en el mundo –según datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)– deja en evidencia su no cumplimiento. En este sentido, prevenir y erradicar el trabajo infantil es un objetivo internacional, presente en las agendas de desarrollo que se han marcado los diferentes países.

G4-LA15, G4-HR10

HITOS DE 2014

- Implantación del proceso de evaluación de EcoVadis en 120 proveedores críticos de Telefónica, cumpliendo así, en un 80%, el objetivo fijado para este año.
- Implementación de un sistema de control y transparencia de nuestros proveedores críticos –entre los que podemos destacar los proveedores de terminales– sobre minerales procedentes de zonas de conflicto.
- Consolidación del Programa Aliados en proveedores globales, promoviendo las auditorías entre ellos y permitiendo así poder obtener una visión transversal de su gestión en la región, a la vez que analizar sus riesgos según el país.

RETOS PARA 2015

- Promover la implantación del proceso de evaluación de EcoVadis, alcanzando el Top 200 de proveedores de Telefónica.
- Buscar ámbitos de colaboración con nuestros proveedores para ampliar nuestra esfera de influencia.
- Sistema Aliados: Implementación y puesta en marcha del sistema, mediante el cual lograremos simplificar, integrar y sistematizar la información de los proveedores asociada a la gestión operativa.

Telefónica pide a sus proveedores que cumplan con las directrices de la OCDE sobre minerales procedentes de áreas de conflicto

MINERALES EN CONFLICTO

En el Grupo Telefónica, a pesar de que no tenemos relaciones comerciales directas con fundidores o refinadores (SOR, según el acrónimo inglés), trabajamos activamente para incluir criterios de sostenibilidad en toda la cadena de valor.

En este sentido, la OCDE establece una serie de directrices en su informe 'Guía de Diligencia Debida para Cadenas de Suministro Responsables de Minerales Procedentes de Áreas Afectadas por Conflictos y de Alto Riesgo'. Telefónica se rige por una serie de medidas que siguen este informe

Compromiso con la guía OCDE
Adoptamos una política de empresa que trasladamos a nuestros proveedores. Así, nos comprometemos a cumplir con los requisitos específicos basados en el marco de las cinco etapas de la Guía de la OCDE:

G4-LA15, G4-HR10

1

Establecer sistemas sólidos de gestión en la empresa

- Adoptar una política corporativa.
- Establecer la gestión interna para dar soporte a una diligencia debida de la cadena de suministro.
- Implantar un sistema de control y transparencia de la cadena de suministro de minerales procedentes de zonas de conflicto.
- Reforzar el compromiso con los proveedores relevantes.
- Establecer un mecanismo de reclamaciones corporativo.

2

Identificar y valorar riesgos en la cadena de suministro

- Identificar lo mejor posible los fundidores o refinadores (SOR) que integran la cadena de suministro.
- Comprometerse con los SOR para determinar la mina de origen y las rutas de tránsito.
- Evaluar si los SOR han llevado a cabo todos los aspectos de diligencia debida según el marco de la OCDE.
- En caso necesario, llevar a cabo controles sobre el terreno en las propias instalaciones de los SOR, incluso a través de la participación en programas impulsados por el sector.

3

Diseñar y establecer una estrategia para responder a los riesgos identificados

- Informar sobre los SOR de riesgo.
- Definir el plan de gestión de riesgos.
- Establecer, seguir y vigilar el resultado de los esfuerzos en la mitigación de los riesgos.
- Evaluar hechos adicionales o situaciones de riesgo, bien porque requieran mitigación o por un cambio en las circunstancias.

4

Llevar a cabo auditorías externas independientes en los puntos identificados en la cadena de suministro, conforme a la debida diligencia

- Definir el ámbito.
- Implementación de forma regular.
- Introducción de medidas correctivas.

5

Informe sobre la diligencia debida de la cadena de suministro

Más información sobre Trazabilidad de minerales 3TG, Evaluación de los proveedores e Iniciativas de compromiso se puede encontrar en el Informe de Sostenibilidad Global

G4-LA15

Compromiso con el Medio Ambiente

Estrategia *ambiental*

A través de nuestra estrategia perseguimos reducir el impacto de nuestra actividad y a la vez ofrecer soluciones a los retos ambientales de nuestro tiempo desde la tecnología digital

Telefónica en la Argentina y el medio ambiente

5378 horas
de formación ambiental para empleados

2787 estaciones
base compartidas con otros operadores

52,6 millones
de facturas electrónicas emitidas

5,15 millones
de clientes con factura electrónica

10,27 toneladas
de equipos de cliente reutilizados o reciclados

56,42 toneladas
de residuos de nuestras redes reciclados

En telefónica abordamos la gestión de nuestra sostenibilidad ambiental en tres niveles:

Gestión de los riesgos medioambientales potenciales que podría generar nuestra actividad.

Objetivos en materia de **reducción de consumo de recursos y emisiones,** así como de gestión medioambiental.

Innovación digital ambiental y desarrollo de **Servicios Green** que contribuyan a solucionar los retos ambientales, como el cambio climático.

Compromiso con el Medio Ambiente

Gestión *ambiental*

A través de nuestra política ambiental, queremos asegurar el cumplimiento legal, gestionar los riesgos ambientales y promover prácticas eco-eficientes.

Sistema de Gestión Ambiental
Nuestro Sistema de Gestión Ambiental global, basado en la ISO 14001, nos permite asegurar el cumplimiento de la legislación y aporta unos estándares mínimos en los países donde está menos desarrollada.

Si bien los aspectos ambientales de la Compañía no son intensivos, tienen una alta dispersión geográfica, lo que hace extremadamente necesario una gestión ambiental basada en procesos homogéneos. El objetivo: la prevención y mitigación de impactos ambientales. Asimismo, extendemos la gestión ambiental a toda la cadena de valor: proveedores, a través de cláusulas en los contratos, acciones divulgativas y auditorías; empleados, con formación, y clientes y otros grupos de interés, con programas para consumidores y acciones de sensibilización.

El reto es disminuir nuestra huella interna y, a la vez, utilizar todo el potencial de las TIC para ofrecer soluciones a los retos ambientales, actuales y futuros.
Tomamos como referencia el 'principio de precaución'. Así, realizamos un análisis de los riesgos ambientales de todas nuestras operaciones dos veces al año. Los riesgos en los que nos fijamos se relacionan con el cumplimiento de la legislación, la situación de instalaciones con peligro de contaminación ambiental, la vulnerabilidad a desastres climáticos de nuestra red o los costes de la energía. Los sistemas de gestión ambiental y de energía son un pilar fundamental en el control de estos riesgos en límites mínimos. Durante 2014, no hemos tenido sanciones en esta materia.

Estamos transformándonos en una Compañía Digital, para ello desarrollamos proyectos e iniciativas entre las cuales destacamos:

- La generación digital de documentos de clientes, migrando todos los trámites a una gestión digital desde su inicio, además de seguir impulsando la generación de facturas y remitos digitales.
- La generación digital de documento internos: recibos de sueldo, manuales de capacitación, legajos de empleados y proveedores.
- Desarrollo de oficinas colaborativas que facilita la interacción remota con herramientas digitales, ya sea para generar reuniones o trabajar a distancia, lo que minimiza el uso de transporte.
- Programa para la recolección y el posterior tratamiento de las baterías y accesorios de telefonía móvil. Este proceso posibilita a nuestros clientes acercamos sus teléfonos, accesorios y/o baterías en desuso, que luego son enviados a reciclar evitando su disposición inadecuada.
- Reemplazo de detectores de humo iónicos por ópticos, este proceso se viene desarrollando en forma sistemática y los detectores reemplazados han sido enviados para su disposición final a la Comisión Nacional de Energía Atómica (CNEA), tal como lo exige la normativa vigente. Alineados al objetivo estratégico de simplificación de procesos e información, durante 2014 hemos mejorado nuestros reportes realizando una fuerte tarea de simplificación de indicadores

Directrices de gestión ambiental de las empresas del Grupo Telefónica

G4-14

ambientales reduciendo su cantidad en un 38,3%, lo cual nos permite tener mediciones más precisas y enfocada para asegurar el control de la operación.

- Con el objetivo de desplegar nuestras prácticas ambientales a nuestra cadena de suministro, y colaborar con la mejora de su desempeño ambiental, hemos revisado e incorporado clausulas y requisitos ambientales más precisos a todos los contratos críticos renovados en 2014.

- También hemos renovado la certificación de toda la operación móvil acorde a los lineamientos de la norma ISO 14001, lo cual nos asegura contar con prácticas de gestión que nos permiten reducir los impactos ambientales propios de la operación y a alcanzar los objetivos ambientales comprometidos, lo cual se logra a través de la sistematización de:

  - La identificación de aspectos e impactos, control de ambos a través de mediciones así como de auditorías y controles operativos internos tanto a la propia operación como a nuestros proveedores;

  - Incorporamos la aplicación de metodologías de mejora en caso de no alcanzar algún objetivo o sufrir algún desvío operativo.

Todas las prácticas mencionadas se encuentran en proceso de incorporación a la operación fija con el objetivo de mejorar el control de esa operación y disminuir su impacto ambiental.

Uso eficiente del papel.
Las tic son nuestros aliados para reducir el consumo de papel en todos los procesos internos y también en la relación con nuestros clientes.
Un ejemplo es la generalización en nuestros procesos de la digitalización y el uso de la factura electrónica (5,1 millones de clientes han elegido este modelo de factura, el 17% más que en 2013, lo que ha supuesto una reducción en el consumo de papel de 462 toneladas).

G4-EN23

Una red responsable
En el despliegue y mantenimiento de nuestra red de telecomunicaciones aplicamos las mejores prácticas disponibles, para evitar el impacto desde la fase de diseño y bajo un estricto cumplimiento de la legislación ambiental. Por ejemplo, tratamos de compartir, siempre que es posible, en conformidad con el marco regulatorio vigente, la ubicación de nuestras instalaciones (2.787 en 2014) con otras operadoras o empresas gestoras de las torres de comunicación. Esto redunda en un menor impacto visual y energético y en una menor generación de residuos.

Gestión de residuos
Los residuos representan un aspecto relevante de la gestión ambiental de Telefónica, desde el punto de vista de la gestión de riesgos y la eco-eficiencia. Se generan en toda nuestra actividad, red, oficinas y clientes. Algunos pueden tener componentes peligrosos, como las baterías, mientras que otros tienen riesgos asociados, como los residuos electrónicos o e-waste. Nuestra principal apuesta es reducir la generación de residuos y promover una economía circular, apoyando la reutilización y el reciclado

Durante 2014 se gestionaron 994 t de residuos, de los cuales 260,7 t fueron residuos de aparatos eléctricos y electrónicos. Se reutilizaron o reciclaron aparatos eléctricos y electrónicos de clientes por un total de 70,6 t, y 10,27 t de teléfonos móviles.

Compromiso con el Medio Ambiente

Gestión de campos *electromagnéticos*

Conscientes de la inquietud que pueda aflorar en la sociedad, en Telefónica no nos conformamos únicamente con cumplir las normativas internacionales. Existe en la Compañía un firme compromiso con prestigiosos organismos para la cooperación, el estudio y la difusión de información actualizada.

Más de 4.000 millones de personas en todo el mundo utilizan dispositivos móviles. El cambio tecnológico que hemos vivido en los últimos años ha sido fulminante y, con él, también se ha desatado una demanda de información sobre todo lo que rodea a estas nuevas tecnologías y sus impactos.

Las instituciones tratan de responder a ella desde diversas perspectivas legislativas, médicas, científicas..

En Telefónica también queremos contribuir a facilitar esas respuestas que demanda la sociedad. Nos comprometimos a llevar a cabo un despliegue de red respetuoso y a promover una comunicación más fluida con las comunidades.

"Los resultados de las investigaciones científicas actuales indican que no hay efectos adversos para la salud evidentes si la exposición de campos electromagnéticos de radiofrecuencia se mantiene por debajo de los niveles establecidos en la normativa vigente"

The European Commission's Scientific Committee on Emerging & Newly Identified Health Risks (SCENIHR) 2015.

CUMPLIMOS LOS LÍMITES INTERNACIONALES ESTABLECIDOS

Todos los terminales y equipos que ofrecen el servicio de Telefónica cumplen los estándares internacionales que establecen el parámetro SAR (Specific Absorption Rate).

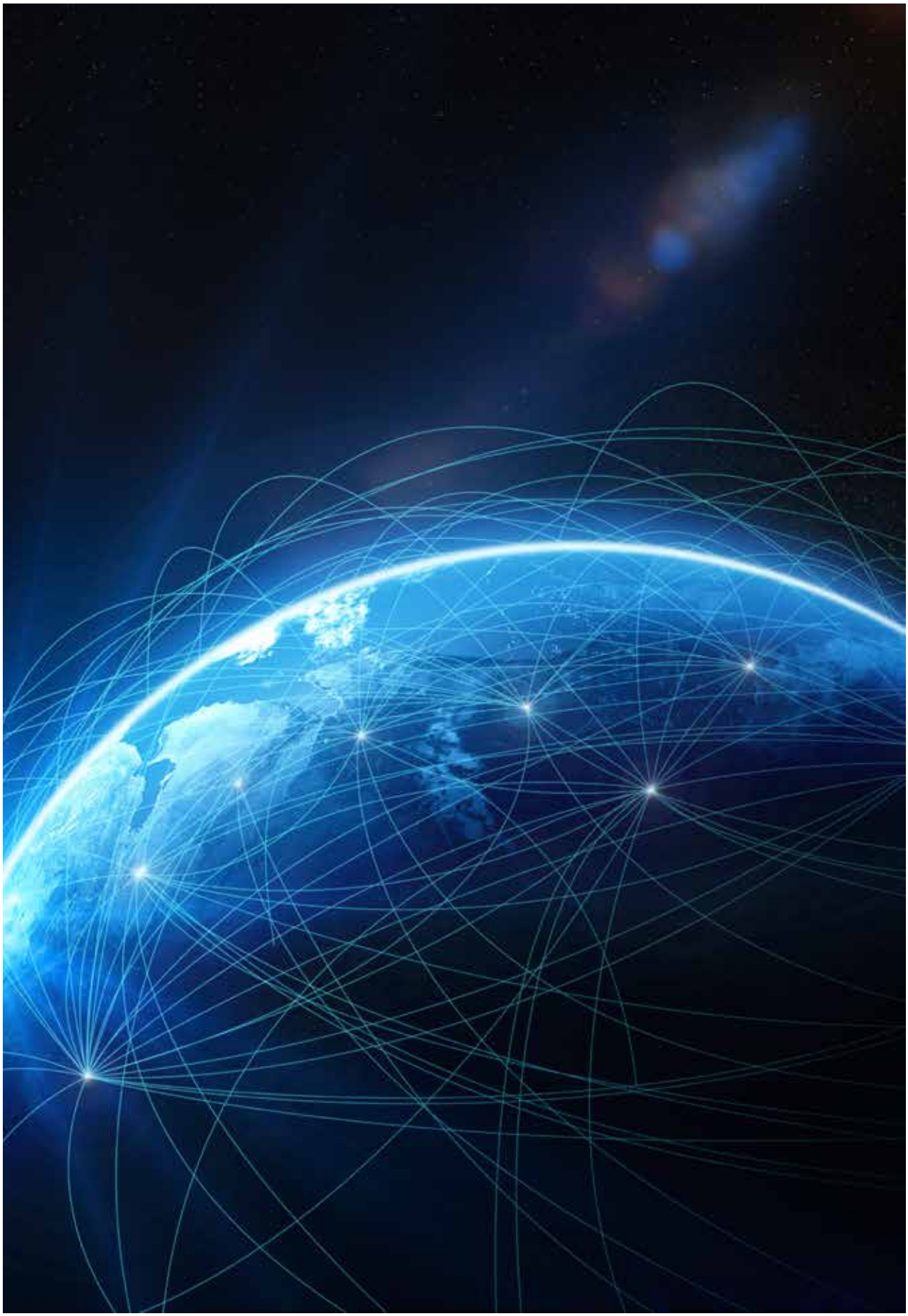
Telefónica cumple con las exigencias nacionales e internacionales relativas a no exceder los límites máximos establecidos para las Radiaciones No Ionizantes generadas por los campos electromagnéticos y para ello cuenta con programas de medición de dichos campos, con el fin de llevar tranquilidad a toda la población.

En 2014, todas las mediciones que se han efectuado en las estaciones base de la Compañía estuvieron siempre por debajo de los niveles máximos establecidos internacionalmente. En la mayoría de los países en los que operamos estas medidas están a disposición de las autoridades nacionales de control y/o del público.

AUMENTAMOS NUESTRO CONOCIMIENTO Y COOPERAMOS CON LA INVESTIGACIÓN

La investigación científica en este campo es un tema prioritario en la agenda de la Organización Mundial de la Salud. Telefónica sigue de cerca estos proyectos e incluso colabora directamente con algunas de las principales investigaciones.

G4-PR1



Compromiso con el Medio Ambiente

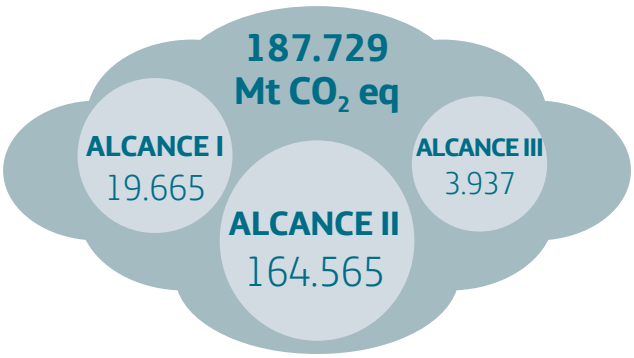
Energía y *cambio climático*

Trabajamos para ser la Telco Digital más eficiente en términos de energía y carbono.

A través de la Oficina de Cambio Climático y Eficiencia Energética trabajamos para reducir el consumo energético y la huella de carbono de la compañía. Identificamos oportunidades de reducción en cada una de nuestras operaciones, y donde es posible, promovemos actividades de eficiencia energética. Todo este trabajo, además de beneficiar el medioambiente, nos permite optimizar nuestra factura energética, mejorando así nuestra competitividad.

Liderazgo en 'Carbon Disclosure project'
Telefónica se mantuvo por cuarto año consecutivo entre las cinco empresas de telecomunicaciones líderes del 'Carbon Disclosure Project' (CDP), con una puntuación de 98A. Además, fuimos reconocidos por 'CDP Supplier Climate Performance Leadership Index' como una de las empresas que mejor gestionan los riesgos y oportunidades de energía y carbono a nivel mundial e informan a sus clientes sobre el impacto en emisiones de los servicios que entregan.

Inventario de energía y emisiones de gases de efecto invernadero 2014



Inventario de Energía y Emisiones
Calculamos nuestro consumo energético total y nuestras emisiones de gases de efecto invernadero para los tres alcances, de acuerdo a un modelo global basado en el Protocolo de GEI, la Norma ISO 14064 y la recomendación ITU-T L.1420.
Ello nos permite identificar mejoras en nuestros procesos y gestionar la energía y el carbono de una forma transparente. La Oficina Corporativa realiza este proceso a nivel global y para cada una de las operadoras del Grupo bajo un mismo enfoque metodológico.

Actividades y resultados
Para reducir las emisiones de GEI, trabajamos en dos líneas de actuación:

- Reducción del consumo eléctrico a través de la implantación de proyectos que mejoren la eficiencia energética.
- Reducción del consumo de combustible fósil en operaciones, oficinas y flota de vehículos, sustituyéndolo por fuentes de energía mas eficientes y limpias, utilizando vehículos de bajo consumo, disminuyendo el número de kilómetros recorridos gracias a una mejor gestión de la flota.

Objetivos Energía y CO2
Con objeto de impulsar, gestionar y monitorizar el trabajo llevado a cabo para reducir nuestro consumo energético y huella de carbono a nivel global, Telefónica, a través de su Oficina de Cambio Climático y Eficiencia Energética estableció reducir en un 30% las emisiones directas e indirectas de CO2 para el año 2020.

G4-EN15, G4-EN3

Respuesta a situaciones *de emergencia*

La responsabilidad del Grupo Telefónica como líder en el sector de las Telecomunicaciones es vital ante los desastres naturales o artificiales.

Conscientes de la responsabilidad social que tenemos ante los desastres naturales o artificiales, y de nuestra capacidad de reacción y actuación en favor de los afectados, trabajamos intensamente para mejorar nuestra respuesta.

La respuesta ante desastres es prioritariamente responsabilidad de los gobiernos, y la política de actuación de Telefónica es la de ser capaces de organizar un despliegue puntual de tecnología de telecomunicaciones para ayudar y soportar los esfuerzos de preparación y respuesta a los desastres naturales que periódicamente sacuden algunas partes del mundo.

Desastres que afectan, en la mayoría de las ocasiones, a las zonas más deprimidas y con menores infraestructuras.
El acceso a la información es particularmente importante durante las situaciones de desastre. Telefónica, dentro de su posición única como líder en Telecomunicaciones, impulsa la colaboración con gobiernos y organizaciones humanitarias para fortalecer las estrategias de respuesta. Proporcionamos el canal de alerta temprana, facilitamos la coordinación de la respuesta de los equipos de emergencia, la coordinación logística y soportamos las comunicaciones vitales entre y hacia las personas afectadas.

POLÍTICA DE ACTUACIÓN ANTE SITUACIONES DE EMERGENCIA

La buena gestión de las redes y servicios de telecomunicaciones son un elemento clave a la hora de dar una respuesta rápida y eficaz ante situaciones catastróficas por parte de los equipos de emergencia. Por eso disponemos de un comité de crisis inter-áreas preparado para ofrecer respuestas frente a estas situaciones.

El Comité de Emergencia Social (formado por Fundación Telefónica, Relaciones Institucionales, áreas técnica, comerciales y Recursos Humanos) actúa frente a las catástrofes naturales. Restableciendo el servicio, fijo o móvil, atendiendo la emergencia de empleados perjudicados, otorgando bonificaciones para comunicarse con las aéreas afectadas, proveyendo comunicación alternativa a las autoridades de emergencias locales y recaudando alimentos no perecederos, medicamentos y agua potable a través de la Fundación. Este año, el mismo colaboró con los afectados por las inundaciones del Litoral argentino juntando productos que luego fueron enviados a la zona afectada.

A nivel global, participamos activamente en la Asociación GSMA –organización de operadores móviles y compañías relacionadas, dedicada al apoyo de la normalización, la implementación y la promoción del sistema de telefonía móvil GSM– con la organización de un grupo de trabajo específico para la "Respuesta ante Desastres Naturales y de Emergencia".

Somos capaces de organizar un despliegue puntual de tecnología para ayudar en los esfuerzos de preparación y respuesta ante los desastres naturales.

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.

Más de 2.000 empleados de Telefónica en la Argentina han participado en la edición 2014 del Día Internacional del Voluntario Telefónica.

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. Telefónica en la Argentina con más de 2.700 voluntarios activos y 16.000 horas de voluntariado contribuyó en manera significativa a este hito.

El programa **Voluntarios Telefónica** ha inaugurado este año 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 empleados 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.

El Día Internacional del Voluntario Telefónica, celebrado el pasado 10 de octubre, es una iniciativa en la que miles de empleados de la Compañía en todo el mundo dedican la jornada a realizar actividades solidarias. En la edición de 2014 ha involucrado a 15.343 personas, un 11,5% más que en 2013. En la Argentina, se realizaron 50 actividades de Voluntariado en todo el país con la participación de más de 2.000 empleados de la compañía y más de 10.000 beneficiarios.

Además, Telefónica ha sido protagonista en el Congreso Iberoamericano de Voluntariado Corporativo, organizado por Voluntare, Fundación Hazloposible y la Red Forum Empresas, y con apoyo de Fundación Telefónica, Santander, Endesa y Repsol. En la edición de Barcelona, Fundación Telefónica Argentina presentó su protocolo de "Actuación ante emergencias".

El programa de Voluntariado de Telefónica está presente con actividades a lo largo del año. Las acciones de voluntariado se basan en dos líneas de trabajo: una que parte de planteamientos estratégicos surgidos en el seno de Fundación Telefónica a los que se adhieren los empleados, y otra en la que son los propios voluntarios los que plantean proyectos solidarios desarrollados en colaboración con ONG, que son financiados por la Fundación.

Entre los numerosos programas y actividades en las cuales participaron los voluntarios de Telefónica en la Argentina se destacaron:

Vacaciones Solidarias Internacionales: 8 voluntarios de Argentina viajaron este año por dos semanas a México, Colombia, Chile, Ecuador y Perú y dedicaron sus vacaciones a realizar acciones sociales relacionadas con el apoyo a la infancia y a la juventud más vulnerable. Se realizó también una edición nacional en la ciudad de Bahía Blanca en la cual participaron 4 voluntarios.

Un Día por Ellos: este proyecto promueve la participación por jornadas de diferentes áreas de la compañía en instituciones educativas. Guiados y asesorados por expertos, los empleados voluntarios realizan mejoras edilicias, adecuación de espacios de los establecimientos, recreación y parquización entre muchas otras actividades. Este año, se realizaron 16 proyectos, se movilizaron 690 voluntarios para beneficiar a más de 7.700 personas.

+2.000
empleados reunidos el Día Internacional del Voluntario Telefónica

Número de voluntarios activos:
2.776

Horas de voluntariado:
16.277

4 Confianza Digital_

La agenda digital *de Telefónica*

La revolución digital no ha hecho más que empezar. En Telefónica somos conscientes de esta realidad y hemos diseñado una estrategia de acción para reforzar nuestro liderazgo en el ecosistema digital.

Apostamos por impulsar un nuevo posicionamiento público que nos ofrezca más sostenibilidad en la cadena de valor del hipersector de las TIC. Estamos convencidos de que nuestros clientes tienen que disfrutar de un Internet abierto, seguro y confiable. Trabajamos para ello fomentando que este concepto se imponga como práctica habitual del sector y, además, queremos asegurarnos de que nuestros clientes tengan acceso a toda la innovación y las opciones que les ofrece el nuevo mundo digital. Nuestras herramientas para abordar con éxito ambos retos son:

MANIFIESTO DIGITAL
En él, defendemos una experiencia abierta y segura para todos en Internet. El Manifiesto Digital destaca los retos a los que nos enfrentamos y sus conclusiones se han sintetizado en un decálogo de acciones para mejorar la experiencia de los consumidores en Internet y para propiciar más inversión en infraestructuras digitales.

Decálogo del Manifiesto Digital

1. Fortalezcamos la Confianza Digital a través de una experiencia de Internet segura en la que los usuarios tengan el control de sus datos personales.
2. Hagamos realidad la portabilidad digital para facilitar el uso de datos, información y aplicaciones de forma independiente al dispositivo o plataforma en uso.
3. Abramos las *App Stores*, los SSOO móviles y otras plataformas digitales para ampliar la libertad de los usuarios, su capacidad de elección y la competencia.
4. Promovamos la interoperabilidad de aplicaciones de Internet y servicios de comunicación y mensajería para mejorar la experiencia del usuario y favorecer la competencia.
5. Incrementemos la transparencia de las condiciones de uso de los servicios de Internet y la diferenciación entre publicidad e información en los resultados de las búsquedas *online*.
6. Transformemos los modelos educativos, los procesos de aprendizaje y la enseñanza mediante la adopción de tecnologías digitales y servicios basados en recursos y estándares abiertos.
7. Fomentemos modelos de Innovación Abierta y Estándares Abiertos y evitemos que medidas injustificadas para proteger la propiedad intelectual restrinjan los procesos de innovación en la Economía Digital.
8. Desarrollemos un marco regulatorio justo estableciendo las mismas reglas para los mismos servicios digitales, una regulación inteligente basada en políticas orientadas a resultados y un sistema de supervisión caso a caso.
9. Hagamos posible un Internet accesible para todos estableciendo condiciones adecuadas para la inversión privada en infraestructuras de banda ancha.
10. Adaptemos la Gobernanza de Internet al nuevo contexto global siguiendo sus principios fundacionales e incluyendo en igualdad de condiciones a todas las partes interesadas.

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, como la nuestra, 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.

Esta política responde a nuestros Principios de Actuación y describe qué tipo de información recogen las empresas del Grupo y cómo es tratada para garantizar la privacidad de los usuarios. Adicionalmente, incorpora nuestros compromisos en:

- Transparencia y elección en la utilización de información personal.

G4-PR2

- 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.

El Comité de Privacidad se creó en 2013 como punto de referencia, tanto interno como externo, para dar soporte a las actuaciones de Telefónica en ese ámbito.

Es el órgano que vela por la implantación global de la Política de Privacidad. El Comité de Privacidad es responsabilidad última del Chief Privacy Officer, quien, en el ámbito del GrupoTelefónica, es el encargado de velar por el cumplimiento de la normativa nacional e internacional en materia de protección de datos.

Durante 2014 Telefónica ha seguido trabajando como miembro del Grupo de Diálogo de la Industria –Telecom Industry Dialogue–, un grupo de nueve operadores y vendedores globales del sector de las telecomunicaciones para implementar de forma conjunta los 10 Principios Rectores para la Privacidad y la Libertad de Expresión firmados y publicados en marzo de 2013.

Nuestro progreso y las medidas adoptadas durante 2014 son las siguientes:

G4-PR2

Principios Rectores para la Privacidad y la Libertad de Expresión en Telefónica

Principio rector	Programa de Telefónica
1 Crear y/o mantener políticas pertinentes, bajo la supervisión del Consejo de Administración o equivalente, resaltando el compromiso para prevenir, evaluar y mitigar, en la medida de sus capacidades, los riesgos para la libertad de expresión y la privacidad asociados con el diseño, venta y operación de tecnología y servicios de telecomunicaciones.	▪ Nuestros Principios de Actuación revisados en 2010 reconocen el derecho a la privacidad como base de una relación de confianza con nuestros grupos de interés. ▪ Asimismo, el Grupo dispone de una Política de Privacidad aprobada por el Consejo en marzo de 2013 que es de obligado cumplimiento en todos los países donde operamos. ▪ El Grupo dispone de la figura del Chief Privacy Officer, máximo responsable de la implantación y seguimiento de la Política, que se apoya en los Data Protection Officer locales. ▪ En lo que se refiere a la gestión de la seguridad, el Grupo dispone de la Política Corporativa de Seguridad de la Información, además de otras normativas, basada en estándares internacionales y actualizada conforme a las crecientes demandas internacionales en materia de seguridad. Además de realizar formación específica sobre dicha Política, todos nuestros empleados tienen acceso a ella a través de la Intranet del Grupo.
2 Realizar regularmente evaluaciones de impacto en los Derechos Humanos y utilizar procesos de debida diligencia, adecuados a la Compañía, para identificar, mitigar y gestionar riesgos para la libertad de expresión y la privacidad (tanto con relación a tecnologías, productos y servicios, como en países concretos) de conformidad con los Principios Rectores para la aplicación del marco 'Proteger, respetar y remediar' de la ONU.	▪ El respeto y el compromiso con los Derechos Humanos es una de las bases de nuestros Principios de Actuación. Por ello, y siguiendo el marco ofrecido por los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos, en 2012 realizamos un *assessment* –con el apoyo de Business for Social Responsibility– en todas nuestras operaciones para evaluar el impacto global de nuestra actividad. Durante 2014, Telefónica ha seguido integrando las conclusiones de la evaluación de impacto sobre los Derechos Humanos que tuvo lugar a través de sus unidades de negocio en 2012. Esto incluyó una nueva evaluación a nivel global de cómo sus negocios operativos responden a solicitudes gubernamentales de los datos personales de los usuarios o de restricción de contenido, así como las circunstancias y contextos en los que estas peticiones se reciben generalmente. Como parte de este proceso, Telefónica desarrollará en 2015 una guía global de procedimientos ante requerimientos gubernamentales.
3 Crear y/o mantener procesos y procedimientos operativos para evaluar y gestionar las solicitudes gubernamentales que puedan tener un impacto sobre la libertad de expresión y la privacidad.	▪ Telefónica dispone de procesos para atender los requerimientos recibidos por autoridades locales/gubernamentales. Estos procesos son responsabilidad de las áreas de Secretaría General y Seguridad de cada una de las empresas del Grupo. Desde el Comité de Privacidad y el Comité de Seguridad se vela por sensibilizar e informar sobre la necesidad de documentar tales procesos.
4 En la medida de lo posible, adoptar estrategias para anticiparse, responder y minimizar el impacto potencial sobre la libertad de expresión y la privacidad en el supuesto de que se reciba una petición o exigencia gubernamental ilegal, o bien se considere que los gobiernos están haciendo un mal uso de los productos o la tecnología para fines ilegítimos.	▪ Las figuras del Chief Privacy Officer a nivel global y de los Data Protection Officers dan mayor homogeneidad a los procedimientos y procesos que afectan a la privacidad de nuestros clientes. El Comité de Privacidad articula su misión y funciones a través del Global Chief Privacy Officer y de los Data Privacy Officers/Data Protection Officers (DPOs) de cada empresa del Grupo.
5 Buscar siempre garantizar la seguridad y la libertad de los empleados de la Compañía que puedan estar expuestos a situaciones de riesgo.	▪ Salud, seguridad y bienestar en el trabajo son los tres pilares de Telefónica, no solo para garantizar la protección de sus empleados, sino también para tener una influencia directa sobre su satisfacción en el trabajo para la Compañía. En materia de seguridad física, la Dirección Global de Seguridad establece una serie de pautas a seguir adecuadas a los riesgos identificados en cada país, además de cubrir el propio proceso de desplazamiento.

G4-PR2

Principio rector	Programa de Telefónica
6 Sensibilizar y formar a los empleados involucrados en las políticas y procesos pertinentes.	▪ El Grupo Telefónica ha diseñado un plan específico para formar y sensibilizar a sus empleados en las políticas y procesos que les competen. Este programa de formación continua se realiza tanto de manera presencial como *online*. Durante 2014, más de 62.250 empleados han sido formados en Protección de Datos y Seguridad de la Información.
7 Compartir conocimientos e impresiones, cuando sea relevante y apropiado, con todas las partes interesadas implicadas para comprender mejor el marco legal y la eficacia de estos principios en la práctica, y proporcionar apoyo para su aplicación y desarrollo.	▪ Consideramos fundamental el diálogo continuo con nuestros grupos de interés para identificar y mitigar los riesgos, así como desarrollar nuevas oportunidades de negocio. Creemos que tanto la transparencia como el compartir conocimientos con dichos grupos es clave para impulsar estos Principios Rectores. Además, Telefónica ha emprendido un proyecto para mapear los grupos de interés internos y externos a nivel corporativo y local en temas de libertad de expresión y privacidad. El resultado de este mapa determinará el nivel y modo de relación con cada uno de ellos, con el fin de mejorar la capacidad de respuesta de Telefónica a las consultas de las partes interesadas. Asimismo, en el seno del Comité de Privacidad, los Data Protection Officers y los responsables de la Corporación ponen en común y discuten los proyectos comerciales, institucionales y regulatorios más relevantes en materia de privacidad, con la idea de asegurar una aproximación consistente en toda la organización. En paralelo, existe un canal de comunicación interno (Global Privacy Center, en Yammer) del que forman parte todas las personas relacionadas o interesadas en la gestión de la privacidad a nivel Grupo y que sirve para compartir experiencias, novedades y estrategias.
8 Anualmente, y cuando las circunstancias lo hagan necesario, informar externamente sobre los progresos realizados en la aplicación de los principios y, cuando proceda, sobre los principales eventos que se produzcan al respecto.	▪ El presente Informe sintetiza los avances realizados por el Grupo Telefónica en materia de privacidad y libertad de expresión.
9 Ayudar en la elaboración de políticas y normativas que promuevan la libertad de expresión y la privacidad, bien de manera individual o en colaboración con otras entidades, buscando mitigar los potenciales impactos negativos derivados de políticas o regulaciones.	▪ Estamos convencidos de que la mejor forma de lograr el avance global en el respeto a la libertad de expresión y en la privacidad es a través del diálogo entre gobiernos, industria, sociedad civil (incluidos expertos sobre Derechos Humanos), inversores, organizaciones supranacionales y otras partes interesadas. Evidencia de ello es nuestro Manifiesto Digital, publicado en enero de 2014. El Manifiesto pone de relieve los retos y desafíos a resolver por las políticas públicas para liberar todo el potencial del mundo digital en beneficio de consumidores, empresas y administraciones públicas, a la vez que proporciona diez recomendaciones para mejorar la experiencia de usuario en Internet y promover mayores inversiones en infraestructuras digitales. Asimismo, a nivel interno y con el fin de velar por la adecuada implementación y cumplimiento de la Política de Privacidad, en el seno del Comité Global de Privacidad se desarrollan, consensúan y aprueban normativas, instrucciones y guías relacionadas con los más diversos aspectos de la privacidad (gestión de incidencias, estructuras recomendables, descripción de funciones y actividades, desarrollo de webs y *apps* seguros, etc.). El Comité es el punto de referencia interno y externo, y soporte de las actuaciones en el ámbito de la privacidad.
10 Examinar, conjuntamente, las opciones para la implementación de los mecanismos adecuados de reclamación, tal como se detalla en el Principio 31 de los Principios Rectores de la ONU para las Empresas y los Derechos Humanos.	▪ Telefónica está desarrollando los mecanismos de reclamación a nivel corporativo y local apropiados para poder ser implementados en 2015-2016.

G4-PR2

SEGURIDAD Y PROTECC IÓN 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.

Seguridad de los datos
Telefónica tiene un concepto interno de seguridad integral global del Grupo que cubre la seguridad de la información recogiendo un conjunto de medidas preventivas y reactivas sobre la protección de los datos personales y los sistemas tecnológicos, lo cual permite resguardar y proteger la información buscando mantener la confidencialidad, la disponibilidad y la integridad de la misma.

Para nuestros clientes la seguridad de la información tiene un efecto significativo respecto a su privacidad, cobrando distintas dimensiones en función de la cultura y el país. Dentro del Comité Corporativo de Seguridad de Telefónica se realiza un seguimiento específico sobre las certificaciones de seguridad del Grupo cuyo alcance es el desarrollo, la implementación y el mantenimiento del sistema de gestión de certificaciones de la Compañía.

Seguridad en los servicios
Las amenazas y ataques, tanto para los usuarios de las redes de comunicación como para las propias redes e infraestructuras críticas de los gobiernos, son cada vez más numerosos y sofisticados. En el propio BackBone de Telefónica se despliegan sistemas como el Escudo DDoS para poder mitigar los ataques de denegación de servicio tanto a infraestructuras propias como a clientes. En cuanto a defensa de software malicioso, phishing y robo de identidad digital tenemos Smart DNS.

G4-PR2

En 2014, se ha abordado un proceso de transformación basado en la innovación a través de la tecnología. Desde Telefónica, en nuestra apuesta por la ciberseguridad y la inversión en desarrollos propios, hemos lanzado nuevos servicios con nuevas capacidades en materia de seguridad que contribuyen a que los negocios de nuestros clientes estén más protegidos frente a las amenazas en los entornos en los que operan.

- Eleven Paths ha centrado los esfuerzos en el desarrollo de productos innovadores y únicos en el mercado. La prueba de esos esfuerzos han sido varias:

  Path5, un nuevo producto de ciberinteligencia para luchar contra las amenazas del mundo móvil. Se trata de un producto de ciberseguridad desarrollado por ElevenPaths que permite y facilita, a los profesionales y expertos en seguridad, la investigación en entornos de aplicaciones móviles mediante su tecnología patentada de gig data y motor de correlación. Además, ofrece una solución integral que mejora el análisis y la investigación para responder a cualquier acción fraudulenta en la que haya podido utilizarse algún componente móvil. Path5 permite a los analistas rastrear la actividad de estos componentes móviles creados por desarrolladores y predecir otras actividades similares de estos. También permite fijar alertas que detectan la actividad fraudulenta de estos desarrolladores, lo que convierte a Path 5 en una solución ideal para los equipos de seguridad, legales y de marketing de las empresas, o para analistas de tendencias en aplicaciones móviles.

  Latch ha sido lanzado en 2014 para Windows Mobile y Firefox OS (FFOS), el sistema operativo basado en estándares abiertos desarrollado por Mozilla y apoyado desde sus inicios por Telefónica, que comercializa ya terminales con este sistema operativo en España y en varios mercados latinoamericanos. Latch es una aplicación móvil que, de forma muy sencilla, permite a los usuarios crear una capa adicional de seguridad en las diferentes cuentas de servicios online que utilizan, ayudándoles a proteger su vida digital. Con este "pestillo" digital ("latch", en inglés) los usuarios deciden cuándo "encender y apagar" servicios en Internet, así como sus perfiles en redes sociales, tiendas online o banca electrónica, impidiendo su utilización mientras están desconectados. La aplicación envía, además, una alerta en caso de que alguien trate de acceder a los servicios cuando el usuario los tiene "apagados".

- Sinfonier. Ante la necesidad de dar soporte en tiempo real al procesamiento de la información que se recolecta desde diferentes fuentes, Sinfonier pone a disposición de los usuarios una infraestructura gratuita para que puedan crear sus topologías utilizando los módulos disponibles en la comunidad y desarrollar sus propios módulos. Gracias a Sinfonier, podrán recolectar información desde multitud de fuentes, procesarla y enriquecerla de forma dinámica y continua.

Plan de continuidad del negocio

Para Telefónica, la continuidad del negocio es

G4-PR2

un concepto que abarca tanto el plan para la recuperación de desastres (DRP) como el plan para el restablecimiento del negocio.

En base a estos, desarrollamos y mejoramos anualmente los planes logísticos con el fin de poder recuperar y restaurar sus funciones críticas, parcial o totalmente interrumpidas dentro de un tiempo predeterminado después de una interrupción no deseada o posible desastre. Este plan es la respuesta prevista por Telefónica ante aquellas situaciones de riesgo que le pueden afectar de forma crítica.

Protección de datos y auditorías
En Telefónica realizamos las auditorías propias que demanda cada gobierno en cada uno de los países en los que está presente, que suelen hacerse cada dos años. Pero, además, hemos implantado un sistema de auditoría interna anual para comprobar, no solo su cumplimiento, sino la aplicación de las mejores prácticas del mercado en temas de protección de datos.

Transparencia
La confianza es un valor crítico en una economía caracterizada por la gestión y el análisis de la información. Todos los estudios realizados por Telefónica muestran una creciente inquietud por parte de los usuarios sobre el uso que hacen los servicios digitales y online de sus datos y la pérdida de control sobre ellos cuando navegamos por la web.

De hecho, estamos empezando a observar las primeras reacciones de protección frente a estas tendencias. Las descargas de aplicaciones para evitar la publicidad están aumentando considerablemente. Nuestra receta para mejorar los niveles de confianza es la de la transparencia de las condiciones de uso de Internet. En este sentido, Telefónica I+D ha lanzado el Data Transparency Lab, un proyecto de la comunidad digital para identificar el flujo y el uso de los datos personales en la red, explorar nuevas vías para favorecer la transparencia y la responsabilidad en el tratamiento de esta información con la intención de construir un Internet futuro más abierto. A través de esta iniciativa se busca también favorecer la sostenibilidad de la economía web por medio de un uso responsable y transparente de la publicidad, el comercio electrónico y la analítica online.
Data Transparency Lab tiene como principales objetivos desarrollar herramientas, abrir bases de datos a los usuarios y apoyar la investigación (por medio de becas, proyectos de I+D, etc.) en esta área.

Formación y sensibilización
Durante 2014, hemos continuado con el Plan de Formación Global en materia de protección de datos. En Telefónica Latinoamérica 30.138 empleados han sido formados, tanto de forma presencial como online, en materia de privacidad, protección de datos, seguridad y confidencialidad; esto supone el 44,2% de los empleados en la región.

G4-PR2

Buen uso de internet *por parte de los niños*

En Telefónica somos conscientes de la importancia que tiene para las futuras generaciones el acceso y aprendizaje de las nuevas tecnologías. Por eso, trabajamos para crear un entorno favorable, didáctico y seguro, que permita el mejor desarrollo de los más pequeños.

La familiaridad de los pequeños de la casa con las nuevas tecnologías no es ajena a nadie. Ellos son el ejemplo más candente de cómo ha cambiado nuestra forma de vivir, interactuar, trabajar, compartir e incluso aprender. En Telefónica somos muy conscientes de esa transformación. Por ello, para nuestra Compañía es fundamental facilitar a los niños un acceso responsable a los servicios digitales, y nos preocupamos por los aspectos que consideramos clave:

SEGURIDAD

Estamos implantando el buen uso de Internet por parte de los niños y adolescentes. Este objetivo está basado en la estrategia de la Compañía y alineado con los compromisos que hemos adquirido en los distintos acuerdos sectoriales que hemos alcanzado y se plasma en los siguiente aspectos: implantar mecanismos de reporte de contenidos potencialmente ilegales y luchar contra los contenidos ilegales en Internet, en especial contra las imágenes de abusos sexuales a menores en colaboración con los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado; desarrollar políticas de privacidad acorde a la edad de los usuarios de nuestros servicios; ofrecer controles parentales para todo tipo de acceso a Internet y dispositivos conectados; implantar mecanismos de control de acceso a los contenidos para adultos en nuestros servicios y proporcionar formación y recursos para ayudar a los padres a que sus hijos saquen el máximo provecho de Internet evitando usos indebidos.

ALIANZAS Y AUTORREGULACIÓN

En Telefónica somos conscientes de que para lograr que los menores saquen el máximo provecho de las nuevas tecnologías con las máximas garantías de seguridad es necesario contar con aliados estratégicos de la sociedad civil, gobierno y alianzas sectoriales.

A nivel global se destaca, entre otras iniciativas:

Coalición de las Empresas TIC: Esta coalición se lanzó en enero de 2012, donde cerca de 30 empresas se comprometieron para desarrollar productos y servicios y fomentar una educación que
garantice un mejor uso de los servicios digitales por parte de los niños. En el primer semestre de 2014, se presentó al respecto un informe auditado por un experto independiente.

BEST PRACTICE
Familia Digital
www.familiadigital.net

En mayo de 2014 lanzamos una nueva Familia Digital es un centro de recursos para familias y educadores, cuyo objetivo es impulsar la educación digital y contribuir a crear un Internet mejor para niños y adolescentes. Se trata de un portal dinámico, en constante actualización, en el que compartir experiencias, testimonios y estar a la última en los cambios tecnológicos.
El proyecto, que ha recibido en su portal global 289.942 visitas desde su lanzamiento, cuenta con la colaboración de entidades de reconocido prestigio internacional como Universidad de Navarra, European Schoolnet, Insafe, EU Kids Online, Childnet International y Pantallas Amigas, entre otras; ya ha sido implantado en España, Ecuador, Colombia y Venezuela.

A lo largo de 2015 estará disponible en la Argentina el portal local de Familia Digital.

La formación es clave: trabajamos para ayudar a los padres a que sus hijos saquen el máximo provecho de las nuevas tecnologías

RETOS 2015 EN TELEFÓNICA EN LA ARGENTINA

- Lanzamiento Portal local Familia Digital
- Actividades de Formación en Uso responsable de las TIC

G4-PR2

5 Innovación sostenible_

La innovación

En Telefónica apostamos tanto por la innovación clásica de I+D como por la innovación abierta

Telefónica es la operadora europea de telecomunicaciones que más invierte en I+D, y la tercera en todo el mundo. Así lo reconoce el último informe publicado por la Comisión Europea, realizado sobre los datos de 2013.

LÍNEAS DE AVANCE

Estamos convencidos de que solo las apuestas ligadas a la innovación consiguen viabilidad empresarial sostenida, capacidad competitiva y un posicionamiento ventajoso para evolucionar, anticiparse y conseguir la satisfacción de sus clientes.

Durante 2014, desde Telefónica hemos presentado 27 nuevas solicitudes de patentes y modelos de utilidad a través de la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM). Nuestro objetivo es proteger nuestra actividad innovadora en aquellos mercados en los que operamos: Europa y América. Esta política nos ha situado como la empresa española de telecomunicaciones líder en el ranking de solicitudes de patentes internacionales (según la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual) y continuamos siendo un año más la referencia en innovación privada en España.

LOGROS DE 2014

En Telefónica queremos convertirnos en la compañía de telefonía digital líder. Con este objetivo, nuestra actividad innovadora se centra en servicios de comunicación, mejora de nuestras redes, identificación, Media Services, IoT, Big Data y Cloud, entre otros.

Servicios de Comunicación: TU Go es una aplicación que extiende el servicio telefónico de la compañía a otros dispositivos, como tablets, computadoras y notebooks, permite a los usuarios estar comunicados tanto en Argentina como en el exterior a través de una conexión WiFi. Teniendo una conexión WiFi disponible, posibilita realizar llamadas desde otros países a tarifa local, y acceder al historial de llamadas y SMS.

Entre otras novedades, el servicio ahora también está disponible en Windows Phone 8, que se suma a dispositivos con Sistema Operativo Android (tablet y Smartphone), iOS (iPhone – iPad y iPod Touch) y la versión de escritorio de Windows 7 (PC o Notebook).
Además, se lanzó la versión Web en modo beta, que permite utilizar "TU Go" en cualquier PC sin necesidad de descargar una aplicación o sistema operativo, posibilitando su uso en locutorios o computadoras compartidas. Esta versión (go.tu.com) permite el envío y recepción de SMS, recupero de mensajes de voz (visual voice mail) y próximamente llamadas de Voz.

Desde su lanzamiento, "TU Go" fue evolucionando con la ayuda de la Comunidad Movistar. Entre otras novedades,

Telefónica Argentina y la Innovación

En 2014, la inversión en I+D fue de **609 Millones de pesos**

se simplificaron y mejoraron aspectos relacionados con la usabilidad de la aplicación; se incluyeron indicadores de calidad de señal Wi Fi que pueden consultarse durante una llamada; se incorporó la posibilidad de suspender la aplicación sin necesidad de desloguearse; se optimizó la calidad del audio; y se aumentó la cantidad de dispositivos en los que se puede estar registrado. A través de un amplio espectro de soluciones alojadas en "la nube" la compañía apostó a ser un aliado estratégico en el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, facilitando su acceso en todo el país a una gama de prestaciones gestionadas desde Internet en modalidad servicio y a demanda.

SOLUCIONES SECTORIALES

Lanzamiento de soluciones de medición y gestión remota dirigidas al sector salud, como:

Control de prestaciones cloud:
Producto que permite la gestión remota del personal involucrado en la atención domiciliaria de los pacientes crónicos.
Asimismo se lanzaron soluciones para el Sector Agropecuario:

Telecontrol Silo bolsa:
Este producto permite conocer las distintas variables de conservación y almacenamiento de la cosecha dentro de los silos bolsa. Esto mediante lanzas de medición simple de instalar, que reporta la información utilizando la red de Movistar.

Estación Meteorológica
Permite conocer las variables climáticas reales del campo mediante una estación agro meteorológica que reporta la información utilizando nuestra red

WAYRA

Wayra, la aceleradora de negocios digitales de Telefónica, forma parte de Telefónica OpenFuture, una plataforma de innovación abierta que integra las iniciativas y vehículos de inversión de todo el Grupo Telefónica para fomentar el espíritu empresarial y la innovación a nivel mundial. También incluye alianzas con socios externos para aumentar el impacto y el alcance de estas iniciativas a una escala global.

El objetivo de Wayra es promover la innovación y la detección de nuevos talentos en los campos de Internet y de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) en América Latina y Europa. A través de su modelo global de aceleración de empresas, apoya a los emprendedores y les proporciona las herramientas tecnológicas, los mentores cualificados, las instalaciones tecnológicas más punteras y la financiación que necesitan para acelerar su desarrollo comercial. Wayra, presente en doce países (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, República Checa, España, Alemania, México, Perú, Reino Unido y Venezuela), ha recibido más de veinte mil propuestas para crear nuevas empresas digitales, lo que la convierte en la mayor plataforma de detección de talento y oportunidades de negocio del mundo de las TIC.

En Argentina, Wayra ya ha invertido en 36 startups tecnológicas entre más de 5.000 proyectos presentados en tres años de presencia en el mercado.

Durante el 2014, Las empresas que ha invertido Wayra son las siguientes:

1. Winclap: www.winclap.com
2. Less: www.lessindustries.com
3. Colppy: www.colppy.com
4. Increase: www.increasecard.com
5. Plato Volador: www.platovolador.com
6. Cinemad: www.cinemad.tv
7. Xentric: www.xentric.io
8. Trocafone: www.trocafone.com
9. Widow Games: www.juegosdesiempre.com
10. Gear Translations: www.GearTranslations.com

Productos y servicios sostenibles

Inclusión *digital*

A través de nuestra política ambiental, queremos asegurar el cumplimiento legal, gestionar los riesgos ambientales y promover prácticas eco-eficientes.

En catorce años de gestión, el programa Aulas Interactivas, de Telefónica en la Argentina, alcanzó a más de 230.000 alumnos de 620 escuelas.

La tecnología actúa como elemento habilitador para afrontar retos sociales pero también puede generar, en su evolución, ciertas brechas que generan desigualdad y discriminación. Lo que hace que la tecnología no sólo tenga que ofrecer nuevos productos y servicios para aquellos colectivos que lo necesitan sino también tiene que trabajar en la reducción de dichas brechas que pueda generar la falta de acceso a la misma.

BRECHA DE EDUCACIÓN

Aulas Interactivas
La inclusión digital repercute de una forma determinante en el acceso a la formación. Las TIC juegan un papel muy relevante, puesto que hacen posible que esta llegue a colectivos en riesgo de exclusión o habitantes de lugares remotos.

Mediante Aulas Interactivas se provee de acceso a Internet de Banda Ancha a escuelas públicas nacionales, provinciales y municipales, así como capacitación por parte de los voluntarios y del portal educativo de la Fundacion Telefonica, Educared a alumnos y docentes.

El programa está destinado a alumnos de ciclos primarios y medio de escuelas públicas y busca contribuir a la inclusión tecnológica, reducir la brecha digital y fomentar el uso responsable de Internet como herramienta cotidiana para la educación, la investigación, la comunicación, la información y el entretenimiento.

En catorce anos de gestión, el programa alcanzo a más de 230.000 alumnos de 620 escuelas en 161 localidades de 20 provincias del país y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires; 253 de estas escuelas recibieron también la provisión e instalación de un “Aula en Red”.

G4-SO1

Productos y servicios sostenibles

Servicio *universal*

El objetivo del Servicio Universal consiste en establecer mecanismos de financiación adecuados para lograr la extensión de los servicios de telecomunicaciones a toda la población a fin de asegurar a los ciudadanos un mínimo común de servicios en condiciones de igualdad y a un precio asequible.

Los acuerdos públicos de Servicio Universal existen en ocho de los países en los que Telefónica ofrece sus servicios. El denominado Servicio Universal implica la garantía de llegar a toda la población con servicios de calidad a precios asequibles. En cada caso, el regulador sectorial, en aquellos países que deciden establecerlo, especifica los diferentes servicios que se engloban bajo esa denominación, las condiciones en que se prestan, así como los operadores que asumen esta responsabilidad. En el caso de Telefónica, el Servicio Universal se ofrece actualmente en Argentina, Brasil, Colombia, España, Perú, Republica Checa, Venezuela y Ecuador.

Cantidades destinadas al Servicio Universal

	2013	2014
Argentina	$ 135.133.813	1.509.103.227*

*A partir de 2014 se incluyen programas realizados por TASA (ej.: servicio a hipoacúsicos, servicio en áreas de altos costos, etc.)
"Aportes de TMA (Pay) y TASA (Play)"

Productos y servicios sostenibles

eHealth

Las nuevas tecnologías traen consigo una nueva forma de entender los modelos de asistencia médica. La presencia de Telefónica en la industria eHealth es ya una realidad.

Las personas vivimos cada vez más años. Algunas de las que hasta hace poco eran enfermedades mortales son ahora dolencias crónicas que, con los tratamientos médicos y farmacológicos adecuados, permiten llevar una vida casi normal. En pleno siglo XXI, la tecnología se ha convertido en un aliado indispensable también en el área de salud. Todo ello tiene lugar en un contexto internacional marcado por las dificultades financieras donde los presupuestos cada vez están más limitados. Ante este panorama, los retos del sistema son claros. Se impone la revisión de los actuales modelos asistenciales, tanto públicos como privados.

La atención médica y asistencial debe responder a las tendencias tecnológicas que ya se están implantando en el área de salud:

- **Todo conectado.** Centro de asistencia primaria, desde el laboratorio hasta el hospital. Ahora, cualquier profesional sanitario puede tener acceso a los datos de sus pacientes a golpe de click con independencia del lugar en que se realice la consulta. Eficiencia y rapidez, al servicio del paciente.

- **El médico remoto.** La asistencia sanitaria no tiene por qué ser sinónimo de desplazamientos y pérdidas de tiempo. Las nuevas tecnologías facilitan que el contacto entre doctor y paciente se establezca vía online, siempre que la situación lo permita. Así se está demostrando ya en algunos países. La visita presencial queda para momentos clave.

- **Las redes sociales, al servicio de la salud.** Chatear con el médico vía Internet es una práctica cada vez más utilizada, como también lo son las redes sociales entre pacientes que permiten intercambiar experiencias y consejos.

- **mHealth.** También en salud, el móvil es el rey. Aplicaciones que miden latidos del corazón, otras que controlan la tensión arterial o las constantes vitales... El smartphone se ha convertido en el doctor de cabecera de una ciudadanía cada vez más digitalizada. ¿Su éxito? Personalización e inmediatez. Un dato: el mercado global de sensores de salud conectados a aplicaciones móviles espera un crecimiento anual de 69% (CAGR) los próximos cinco años, hasta los 5.600 millones de dólares, según los datos de la consultora Statista.

Telefónica, socio estratégico

La presencia de Telefónica en la industria de eHealth es ya hoy una realidad. La Compañía se ha convertido en el socio estratégico de administraciones públicas, operadores privados del sector salud e industria farmacéutica interesados en acelerar esta transformación. La innovación liderada por el área de salud de la Compañía ofrece soluciones para las principales áreas:

- **Hospital Digital.** Tecnología que permite vertebrar los diversos procesos internos de atención y facilitar el acceso a la información de los pacientes por parte de los médicos estén donde estén.

- Desarrollar soluciones integrales de **Population Health Management**. A través de nuestras plataformas tecnológicas se facilita la conexión entre pacientes y médicos. El cuidado remoto y los nuevos modelos asistenciales de seguimiento hacen más eficiente el sistema de atención y mejoran la calidad.

- Favorecer el uso de las nuevas tecnologías por parte de los consumidores, ciudadanos, pacientes, etc. **para acceder a información fiable de salud** dónde, cómo y cuándo lo necesiten, a través de sus tablets, smartphones o PC. Conscientes del dinamismo del sector, Telefónica continúa con su apuesta de futuro.

Telefónica en la Argentina, desde el área de Innovación y Desarrollo, esté invirtiendo y liderando nuevas iniciativas junto con otros partners de la industria. Entre las que destacan:

Sistemas de Imágenes Médicas en Red (Tele-radiología).

Nuestra propuesta está enfocada a aportar un camino de solución a la accesibilidad de los pacientes a Diagnósticos Especializados, a brindar un proceso y modelo de trabajo que brinda seguridad y protege la información del paciente como el Diagnóstico de los profesionales, brindando acceso solo a quienes deben estar autorizados en cada etapa del proceso de informado. Brindando empoderamiento a las instituciones de salud a partir de herramientas multimodalidad (soporta tecnologías heterogéneas), las cuales pueden optimizar sus procesos de compra sin tener que limitarse a ciertas marcas

por razones de compatibilidad. Otorgando licenciamiento ilimitado para su uso por sitios, equipos, cantidad de profesionales de informado o de consulta como de pacientes, ya que el objetivo es favorecer la práctica médica responsable que puede hacer uso de todos los módulos especializados de diagnostico avanzado. Tenemos experiencia en sistemas en red y los procesos de cambio necesarios para que un proyecto de estas características tenga éxito.

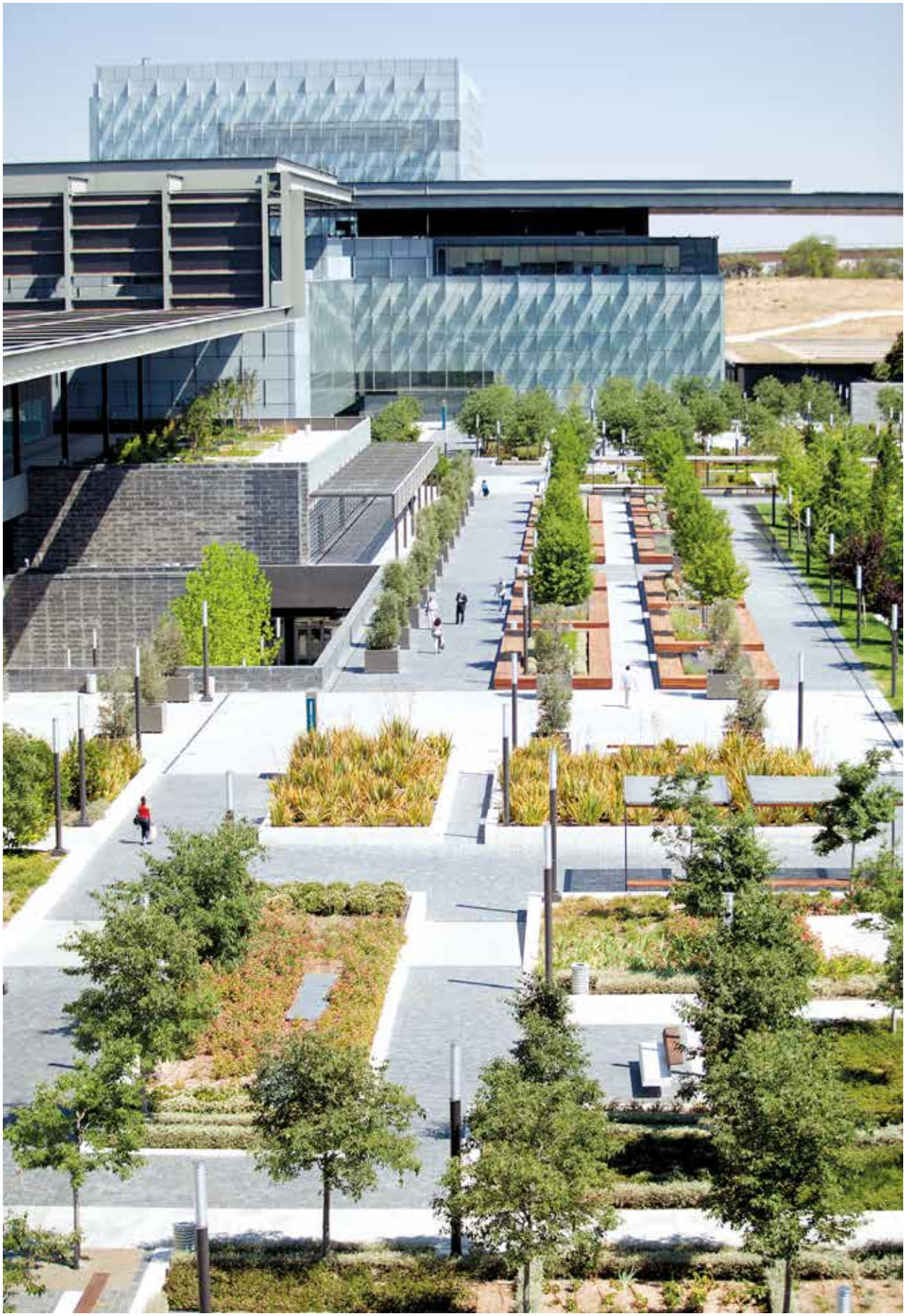
Sistemas de cuidados de Pacientes en Domicilio (Gestión Remota de Pacientes).

El sistema de salud afronta uno de los mayores retos en lo que a cuidado de población mayor se refiere. La mayor parte del presupuesto de salud se dedica al cuidado de pacientes con enfermedades crónicas (el 10% de la población insumos entre el 60% y 70% del presupuesto de salud). Para revertir esta tendencia proponemos sistemas de seguimiento de pacientes que permiten a las instituciones conocer los diferentes aspectos que inciden en el continuo estado de salud de las personas más frágiles o dependientes, como el control y seguimiento de signos vitales (bio-medidas) como el seguimiento y control de todas las tareas programadas durante un día de cuidados (enfermería, consulta médica, recambio de tubos de oxígeno, medicación, curaciones, acompañante de noche, etc). Asegurar el correcto cumplimiento del tratamiento terapéutico como del estado de salud general disminuye re agudizaciones, internaciones como mayores gastos en medicaciones de rescate y cambios de tratamiento. Lo cual en definida y como nuestro objetivo principal es aportar una mejora en la calidad de vida de las personas como de la sostenibilidad del sistema de salud general.

Gestión de la demanda.
Nuestros sistemas de gestión de la demanda buscan ayudar a las personas e instituciones a administrar sus recursos y acercarlos a quienes necesitan de ellos. Actualmente el 60% del público Argentino que frecuenta Emergencias no se corresponde con cuadros de gravedad, sino que acuden a estos niveles de atención por falta de dinamismo y medios para conseguir atención programada. Esta situación genera una ineficiencia en el sistema de salud sobre la cual buscamos aportar una mejora. Nuestra propuesta permite a las instituciones brindar una plataforma multicanal que permite a las personas gestionar su cita médica vía telefónica automática y asistida, como por web, sms o chat. Tanto para reservar un turno, contar con el recordatorio del sistema y de ser necesario reagendar o avisar la liberación del turno. Esta situación eleva el rendimiento y aprovechamiento de los recursos médicos como el presentís o de los pacientes que cuentan con un mecanismo ágil y por sobre todo, pueden gestionarlo a distancia, lo cual brinda accesibilidad a quienes residen en zonas rurales o remotas que no deben trasladarse ni realizar largas colas para lograr una atención médica en tiempo. La mayor agilidad en salas de espera como evitar el asentamiento de personas potencialmente enfermas reduce el foco de contagio en instituciones de salud en temporadas de gripe u otras enfermedades de fácil contagio.

Sistemas de Gestión de necesidades ciudadanas (Emergencias):
En la actualidad en las grandes ciudades de todo el país se presentan necesidades de gestión ágil de situaciones de Emergencias. Para poder cumplir con los plazos que reducen los riesgos de salud y afectaciones en la ciudadanía es necesario que los distintos servicios públicos cuenten con un dinámico proceso de despacho, registro, identificación, seguimiento, tracking y comunicación de los diferentes actores de la emergencia (ambulancias, instituciones de salud, bomberos, policías municipios y defensa civil). Ponemos a disposición de las entidades gubernamentales una solución integral que logra canalizar volúmenes masivos de llamadas con tratamiento prioritario en función de su tipo y despacho selectivo utilizando todos los diferentes medios de comunicación disponibles para los agentes de intervención, integrando múltiples tecnologías para proteger la inversión existente.
Con esta solución Telefónica busca aportar una herramienta para la mitigación de las consecuencias derivadas de siniestros, catástrofes y todo hecho fortuito que afecte a los ciudadanos.

Sistemas de Telemedicina:
a partir de la utilización de las técnicas de videoconferencia y tele presencia construimos una experiencia inmerso a donde tanto profesionales de la salud como pacientes pueden participar de una consulta o interconsulta virtual a distancia. La integración de los dispositivos de toma de imágenes o de apoyo al diagnostico permiten al profesional contar con elementos valiosos para el diagnostico de igual forma que lo hace en forma presencial.
Contamos con experiencia aplicada en soluciones de Oftalmología que permite a los habitantes de Capital Federal y alrededores contar con el Diagnostico especializado con asistencia de profesionales desde Mendoza. Esta solución es un claro aporte al acceso a mejores niveles de atención en la salud generando ahorros en tiempos, traslado y complicaciones para grupos familiares.



6
Anexos_

G4-EC7

Tabla de *indicadores*

	2012	2013	2014	% Variación
Eficiencia económica*				
Ingresos Grupo Telefónica (millones de pesos)	23.227	28.660	36.777	28,3%
Inversión en I+D (millones de pesos)	395	465	609	31,0%
Pagos a administraciones públicas (miles de pesos)	6.864	7.469	9.088	21,7%
Pagos a empleados (millones de pesos)	4.642	3.963	5.316	34,1%
Inversión en infraestructuras (millones de pesos)	2.835	4.122	7.221	75,2%
Volumen compras adjudicadas (millones de pesos)	11.031	13.806	17.011	23,2%
Empleados formados en 'Principios de Actuación' (porcentaje)	73,8%	79,0%	45,5%	-42,4%
Aspectos sociales				
Plantilla total física	16.792	17.139	17.238	0,6%
% de mujeres en la compañía	32%	32%	31,3%	-2,2%
% de mujeres en puestos directivos	7,0%	9,0%	9,2%	2,6%
Tasa de accidentes (GRI)	3,2	4,0	3,6	-10,5%
Víctimas mortales	0	0	0	0,0%
Número de horas de formación	567.889	483.202	248.732	-48,5%
Horas de voluntariado	7.343	12.335	16.277	32,0%
Clientes				
Total de clientes (en miles)	24.136	26.651	26.638	-0,05%
Telefonía fija (en miles)	4.762	4.833	4.727	-2,20%
Telefonía móvil (en miles)	17.604	19.955	20.022	0,34%
Prepago (en miles)	11.000	12.916	12.958	0,32%
Contrato (en miles)	6.604	7.038	7.065	0,38%
Banda Ancha ADSL (en miles)	1.736	1.835	1.871	1,93%
Otros (en miles)	33	27	18	-32,59%
Proveedores				
Proveedores adjudicatarios (unidades)	1.319	1.425	1.141	-19,9%
Proveedores adjudicatarios locales (unidades)	1.228	1.298	1.057	-18,6%
Volumen de compras adjudicado localmente (porcentaje)	93%	91%	87%	-4,6%

* Datos Capítulo Cash Flow Social

G4-EN3, G4-EN3, G4-LA9

	2012	2013	2014	% Variación
Aspectos medioambientales				
Despliegue de red responsable				
Gasto e inversión en medioambiente (millones de pesos) EN REVISION	12,5	2,1		-100,0%
Adecuaciones de impacto visual (unidades)	300	122	0	-100,0%
Mediciones de campos electromagnéticos (unidades)	377	1.894	1.200	-36,6%
Residuos				
Total residuos gestionados (en toneladas)	887	1.805	994	-44,3%
Residuos aparatos eléctricos y electrónicos (en toneladas)	468,4	859,7	260,7	-68,4%
Residuos no RAEE (en toneladas)	418,5	945,3	734,4	-22,3%
Reciclaje y reúso de teléfonos móviles de clientes (en toneladas)	11,1	21,2	10,3	-51,6%
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos de clientes excepto teléfonos móviles (en toneladas)	49,3	183,0	70,6*	-55,2%
Residuos de baterías de grupos electrógenos (en toneladas)	70,8	231,7	24,9	-89,3%
Consumo de recursos				
Consumo de papel en Telefónica (en toneladas)	1.981	1.599	1.137	-28,9%
Número de clientes con factura electrónica (unidades)	1.770.230	4.394.093	5.149.971	17,2%
Numero de facturas electrónicas emitidas (millones)	63,5	47,5	52,6	10,8%
Consumo de agua (m3)	518.468	478.795	607.892	27,0%

* estimación en base a residuos de enero a junio

Inventario de energía y CO_2 (1)(2)				
Energía (MWh)	476.805	474.517	510.939	7,1%
Combustible (MWh)	61.381	60.166	88.784	32,2%
Electricidad (MWh)	415.424	414.351	422.155	1,8%
Energía procedente de fuentes renovables (MWh)	211	211	194	-8,8%
Emisiones de GEI (tCO2eq)	175.160	174.407	187.429	6,9%
Emisiones Directas (alcance I) (tCO2eq)	13.227	12.893	19.665	34,4%
Emisiones Indirectas (alcance II (tCO2eq)	161.933	161.515	164.565	1,9%
Emisiones Evitadas [4]	0	82	76	-7,9%

[1] Inventario basado en ISO 14.064, GHG Protocol & ITU-T L.1420
[2] Datos de energía y emisiones 2013-2014 en proceso de verificación. Datos no revisados por Ernst&Young
[3] CO2eq = CO2, CH4 & N2O
[4] Emisiones evitadas gracias a la compra de energía renovable

G4-EN31, G4-EN23

Referencias GRI

Índice de contenido GRI G4 - de conformidad - Esencial

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

Contenidos básicos generales	Página	Verificación externa	
Estrategia y análisis			
G4-1	4-7	✓	Declaración del responsable principal.
Perfil de la organización			
G4-3	16	✓	Nombre de la organización.
G4-4	8-10	✓	Marcas, productos y servicios más importantes.
G4-5	21	✓	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.
G4-6	8-10	✓	Países en los que opera la organización.
G4-7	16	✓	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.
G4-8	8-10	✓	Mercados a los que sirve la compañía.
G4-9	8-10	✓	Tamaño de la organización.
G4-10	39	✓	Número de empleados por contrato laboral, región y sexo.
G4-11	39	✓	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.
G4-12	70	✓	Cadena de suministro de la organización.
G4-13	6	✓	Cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo.
G4-14	82	✓	Tratamiento del Principio de Precaución.
G4-15	14	✓	Iniciativas externas que la organización ha adoptado o suscrito.
G4-16	24-25	✓	Listado de las asociaciones a las que la organización pertenece.
Aspectos materiales y cobertura			
G4-17	16	✓	Lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización.
G4-18	16 y 26-27	✓	Proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto.
G4-19	26-27	✓	Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.
G4-20	26-28	✓	Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.
G4-21	26-29	✓	Límite de cada aspecto material fuera de la organización.
G4-22	No aplica	✓	Consecuencias de las reexpresiones de la información de memorias anteriores y sus causas.
G4-23	No aplica	✓	Cambios significativos en el alcance y la cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

Contenidos básicos generales	Página	Verificación externa	
Participación de los grupos de interés			
G4-24	22-23	✓	Lista de los grupos de interés vinculados a la organización.
G4-25	22	✓	En qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.
G4-26	22-23	✓	Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés.
G4-27	22-23	✓	Cuestiones y problemas clave que han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y evaluación hecha por la organización.
Perfil de la memoria			
G4-28	14	✓	Periodo objeto de la memoria.
G4-29	16	✓	Fecha de la última memoria.
G4-30	16	✓	Ciclo de presentación de memorias.
G4-31	21	✓	Punto de contacto para solventar las dudas.
G4-32	Opción de conformidad esencial	✓	Opción de conformidad, Índice de GRI y referencia al Informe de Revisión Externa
G4-33	14	✓	Política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.
Gobierno			
G4-34	16-17	✓	Estructura de gobierno de la organización.
Ética e Integridad			
G4-56	36-37	✓	

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Verificación externa	
CATEGORÍA: ECONOMÍA			
Aspecto material: Presencia en el mercado			
G4-DMA	49	✓	Información sobre el enfoque de gestión.
G4-EC5	49	✓	Relación entre el salario inicial desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas.
Aspecto material: Consecuencias económicas indirectas			
G4-DMA	28	✓	Información sobre el enfoque de gestión.
G4-EC7	113	✓	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios.
G4-EC8	28	✓	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE			
Aspecto material: Energía			
G4-DMA	86	✓	Información sobre el enfoque de gestión. *
G4-EN3	86-114	✓	Consumo energético interno. *
Aspecto material: Emisiones			
G4-DMA	86	✓	Información sobre el enfoque de gestión.*
G4-EN15	86	✓	Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).*
Aspecto material: Efluentes y residuos			
G4-DMA	82	✓	Información sobre el enfoque de gestión.
G4-EN23	83-115	✓	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.
Aspecto material: General			
G4-DMA	82	✓	Información sobre el enfoque de gestión.
G4-EN31	115	✓	Desglose de los gastos e inversiones para la protección del medio ambiente.

* Estos indicadores son verificados por AENOR

CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL
PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO

Aspecto material: Salud y seguridad en el trabajo			
G4-DMA	41	✓	Información sobre el enfoque de gestión.
G4-LA8	44	✓	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.
Aspecto material: Diversidad e igualdad de oportunidades			
G4-DMA	52	✓	Información sobre el enfoque de gestión.
G4-LA12	53-54	✓	Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Verificación externa	
Aspecto material: Capacitación y educación			
G4-DMA	45-46	✓	Información sobre el enfoque de gestión.
G4-LA9	46-114	✓	Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral
G4-LA10	45-47	✓	Programas de gestión de habilidades y formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.
G4-LA11	45-46	✓	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional, desglosado por sexo y por categoría profesional
PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO			
Aspecto material: Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores			
G4-DMA	70	✓	Información sobre el enfoque de gestión.
G4-LA15	73-79	✓	Impactos significativos, reales y potenciales, de las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.
DERECHOS HUMANOS			
Aspecto material: Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos			
G4-DMA	70	✓	Información sobre el enfoque de gestión.
G4-HR10	76-78	✓	Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los Derechos Humanos.
SOCIEDAD			
Aspecto material: Lucha contra la corrupción			
G4-DMA	36	✓	Información sobre el enfoque de gestión.
G4-SO4	36-37	✓	Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.
Aspecto material: Comunidades locales			
G4-DMA	30	✓	Información sobre el enfoque de gestión.
G4-SO1	106	✓	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS			
Aspecto material: Salud y seguridad de los clientes			
G4-DMA	82	✓	Información sobre el enfoque de gestión.
G4-PR1	84	✓	Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.
G4-PR2	94-100, 101	✓	Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.
Aspecto material: Responsabilidad sobre productos y servicios			
G4-DMA	56	✓	Información sobre el enfoque de gestión.
G4-PR5	56	✓	Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.

Cumplimiento en materia *de 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.

Cumplimiento *Global Compact*

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.	Cumplimiento en materia de Derechos Humanos
	Principio 2	Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los Derechos Humanos.	Cumplimiento en materia de Derechos Humanos
Estándares laborales	Principio 3	Las Empresas deben apoyar la libertad de Asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	Ejes de trabajo en Telefónica en la Argentina - Relaciones Laborales y gremiales.
	Principio 4	Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	Gestión de la cadena de suministro
	Principio 5	Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	Gestión de la cadena de suministro
	Principio 6	Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.	Gestión de la diversidad
Medio ambiente	Principio 7	Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	Gestión ambiental
	Principio 8	Las Empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	Gestión ambiental
	Principio 9	Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	Energía y cambio climático
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

Building a better working world

Ernst & Young, S.L.
Torre Picasso
Plaza Pablo Ruiz Picasso, 1
28020 Madrid

Tel.: 902 365 456
Fax: 915 727 300
ey.com

INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME DE SOSTENIBILIDAD TELEFÓNICA EN LA ARGENTINA 2014

A la Dirección de Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas de Telefónica en la Argentina por encargo de la Comisión de Asuntos Institucionales de Telefónica, S.A.

Alcance del trabajo

Hemos llevado a cabo la revisión del contenido del Informe de Sostenibilidad 2014 Telefónica en la Argentina (en adelante, el Informe) que ha sido elaborado de acuerdo a lo señalado en:

- La Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI) versión 4 (G4).
- Los principios recogidos en la Norma AA1000 APS 2008 emitida por AccountAbility (Institute of Social and Ethical AccountAbility).

El perímetro considerado por Telefónica en la Argentina para la elaboración del Informe está definido en el Capítulo 1, dentro del apartado "Estructura y perímetro de consolidación" del Informe adjunto.

La preparación del Informe adjunto, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Dirección de Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas de Telefónica en la Argentina, quienes 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.

Criterios

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

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

Procedimientos realizados

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección de Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas de Telefónica en la Argentina, así como a la Dirección de diversas unidades de negocio que han participado en la elaboración del Informe, y en la aplicación de ciertos procedimientos analíticos y pruebas de revisión por muestreo que se describen a continuación:

1. Entrevistas con los responsables de la Dirección de Sostenibilidad y Reputación de Telefónica, S.A., con la Dirección de Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas de Telefónica en la Argentina y una selección de directivos y personal clave de las direcciones involucradas en su preparación.
2. Revisión de los principales procesos y sistemas a través de los cuales Telefónica en la Argentina establece sus compromisos con sus grupos de interés, así como la relevancia e integridad de la información incluida en el Informe.
3. Revisión de la adecuación de la estructura y contenidos del Informe a lo señalado en la Guía G4 de GRI.
4. Comprobación, en base a selecciones muestrales, de la información cuantitativa de los indicadores incluidos en el Informe y su adecuada compilación a partir de los datos suministrados por las fuentes de información. Las pruebas de revisión se han definido a efectos de proporcionar los niveles de aseguramiento indicados en el apartado "Criterios" de este informe.

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

Estos procedimientos han sido aplicados sobre la información contenida en el Informe adjunto, a excepción de la información relativa a los indicadores de consumo de energía y emisiones que no han sido objeto de revisión por nuestra parte y sobre los cuales, por tanto, no emitimos conclusión.

Independencia

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

EY
Building a better working world

Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión del Informe de Sostenibilidad Telefónica en la Argentina 2014 adjunto, y con el alcance indicado en el apartado de "Procedimientos realizados" anterior, concluimos que:

- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe no haya sido preparado según la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad de Global Reporting Initiative (GRI), tal y como se indica en el mismo.
- No se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que el Informe no haya sido preparado de acuerdo con los principios recogidos en la Norma AA1000 APS (2008) emitida por AccountAbility, entendidos como:
  - ✓ **Inclusividad**: Se dispone de mecanismos para la identificación de sus grupos de interés, así como para conocer y entender sus expectativas, tal como se describe en el apartado "La interacción con nuestros grupos de interés" del Informe adjunto.
  - ✓ **Relevancia:** Se ha realizado un análisis de aspectos relevantes y las correspondientes entrevistas para seleccionar los aspectos más significativos a incluir en el Informe, tal como se describe en el apartado "Materialidad".
  - ✓ **Capacidad de Respuesta**: Se dispone de mecanismos para diseñar, desarrollar, evaluar y comunicar las respuestas a las principales expectativas de los grupos de interés, que se reflejan en el apartado "Materialidad".

Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado a la Dirección de Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas de Telefónica en la Argentina nuestras recomendaciones relativas a las áreas de mejora en relación con la aplicación de los principios de la Norma AA1000 APS (2008) y con las actuaciones realizadas con los principales grupos de interés identificados. Las recomendaciones más significativas se refieren a:

a) Inclusividad:

Telefónica en la Argentina dispone de diferentes canales de diálogo con sus grupos de interés a nivel local. Nuestra recomendación es seguir desarrollando los canales necesarios para lograr la mayor representatividad posible de los grupos de interés en la estrategia de sostenibilidad de Telefónica en la Argentina.

b) Relevancia:

En el año 2014 Telefónica en la Argentina ha identificado los aspectos materiales para el reporte de sostenibilidad siguiendo los principios establecidos en la versión G4 de GRI. Nuestra recomendación es profundizar en la descripción del proceso seguido para identificar los asuntos materiales y determinar el contenido del Informe.

c) Capacidad de Respuesta:

Telefónica en la Argentina ha desarrollado un estudio de materialidad a nivel país. Nuestra recomendación es definir objetivos en materia de desarrollo sostenible en cada uno de los aspectos identificados y alinearlos con las expectativas de los grupos de interés.

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

1) Dimensión económica:

En el Informe del año 2014 se ha informado sobre el impacto económico directo e indirecto de Telefónica en la Argentina. Se recomienda seguir publicando nuevos datos que demuestren con mayor precisión la implicación de las compañías en los diversos sectores de la economía y de la sociedad.

2) Dimensión ambiental:

Durante el año 2014 Telefónica en la Argentina ha seguido aplicando su sistema de gestión ambiental para prevenir y mitigar los impactos ambientales de sus operaciones. Nuestra recomendación es profundizar en la comunicación de la información relativa a la gestión de residuos, dado que se trata de uno de los asuntos materiales identificados en el análisis de materialidad de Telefónica en la Argentina.

3) Dimensión social:

Uno de los aspectos más relevantes para Telefónica en la Argentina, según su estudio de materialidad, es la protección infantil. Nuestra recomendación es incluir más información sobre los acuerdos sectoriales y productos y servicios específicos relacionados con el buen uso de internet por parte de los niños.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la Dirección de Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas de Telefónica en la Argentina, de acuerdo con los términos de nuestra carta de encargo.

ERNST & YOUNG, S.L.

AA1000
Licensed Assurance Provider
000-59

Ana Mª Prieto González
Socia
Madrid 23 de septiembre de 2015

2

Contacto

Sosteniblidad

Dirección Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas
responsabilidadcorpo.ar@telefonica.com

Telefónica en la Argentina
Informe de Sostenibilidad 2014

El presente Informe está disponible en:
http://www.telefonica.com.ar/rc14

Publicación:
Dirección de Asuntos Públicos, Reputación y Sostenibilidad Corporativas

Fecha de edición:
Agosto de 2015

Telefónica