

INFORME DE SOSTENIBILIDAD DE TELEFÓNICA DEL PERÚ 2013-2014

**2013 – 2014**  
**INFORME DE**  
**SOSTENIBILIDAD**  
Telefónica del Perú

## Índice

Carta del Presidente de Telefónica del Perú .....	4
Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.....	6
Perímetro de este informe .....	9
Telefónica, motor de progreso .....	10
• Quiénes somos .....	10
• Misión, visión y valores .....	10
• Nuestros Principios de Actuación.....	13
• Desempeño económico .....	15
• Contribución a la sociedad .....	17
Nuestro modelo de sostenibilidad.....	20
• Estrategia de Sostenibilidad .....	20
• Comunicación con nuestros grupos de interés.....	21
• Temas relevantes para el negocio .....	22
La revolución digital en el Perú.....	25
• Telecomunicaciones, impulso al desarrollo .....	25
Sostenibilidad .....	28
Personas .....	28
1. Nuestros Clientes .....	29
• Calidad de servicio y productos .....	29
• La mejor comunicación para el mejor servicio .....	31
• Transparencia y Privacidad.....	32
2. Colaboradores.....	34
• Formación y desarrollo de colaboradores .....	35
• Seguridad y salud en el trabajo.....	35

3. Proveedores.....	37
• Gestión de la cadena de proveedores.....	37
Sociedad .....	40
• Comprometidos con el país .....	43
Planeta .....	46
• Despliegue responsable de red .....	50
• Gestión ecoeficiente .....	50
Índice de Contenido GRI G4 .....	56

# Carta del Presidente de Telefónica del Perú

G4-1

Estimados amigos:

Con gran satisfacción les presentamos nuestro Informe de Sostenibilidad correspondiente a los ejercicios 2013-2014, que sintetiza la gestión responsable del Grupo Telefónica y su contribución al desarrollo de las telecomunicaciones en el Perú.

En Telefónica entendemos la sostenibilidad como el mecanismo para crear valor mediante la gestión activa de los riesgos y las oportunidades económicas, sociales y ambientales que genera nuestra actividad. Nuestro objetivo es contribuir a mejorar la vida de las personas, transformar la sociedad y cuidar el planeta a través de las nuevas tecnologías. En esta línea, ratificamos nuestro compromiso con el cumplimiento y promoción de los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, al cual nos adherimos localmente en el año 2007.

Nuestra visión es que la tecnología debe estar al alcance de todos para que podamos hacer más, vivir mejor y ser más. Para ello, trabajamos desde hace 21 años para conectar cada vez a más peruanos en las zonas más alejadas y remotas del país. En esta línea, hemos desplegado infraestructura de telecomunicaciones a lo largo y ancho del Perú invirtiendo más de US\$8,500 millones desde 1994. Entre nuestros proyectos más relevantes destaca la Fibra Óptica de los Andes, que entre 2010 y 2013 implementó 1,800 kilómetros de fibra a través de la sierra y selva del país, beneficiando a más de 2.4 millones de peruanos. De igual manera conectamos a la capital del oriente peruano, Iquitos, con Internet de Banda Ancha y telefonía móvil 3G en abril de 2014. Este proyecto, sin precedentes en la historia de las telecomunicaciones en el país, cruzó la extensa selva amazónica y ha beneficiado a los 430,000 habitantes de esta ciudad.

Durante los últimos años nos hemos esforzado en optimizar la experiencia de nuestros clientes y ofrecerles productos y servicios que respondan a sus necesidades. Por ello, con el afán de mejorar nuestros procesos internos y continuar brindando un servicio de calidad, desde octubre de 2014 formalizamos la transferencia de concesiones de Telefónica Móviles a Telefónica del Perú. Esto no solo supone un importante reto para la empresa en términos comerciales, sino también en la estrategia de largo plazo para nuestras operaciones.

Los más de 9,500 colaboradores que formamos parte del Grupo Telefónica trabajamos para atender a los más de 21 millones de accesos que tenemos en todo el país, buscando siempre generarles valor y construir relaciones sólidas y de confianza con nuestros clientes. Nuestro código ético, denominado Principios de Actuación, es la brújula de nuestro trabajo diario y nos

ayuda a actuar en línea con los principios más exigentes asociados a la honestidad y confianza, respeto por la ley, integridad y respeto por los derechos humanos.

A inicios de 2014 lanzamos la red 4G LTE, convirtiéndonos en la primera operadora del país en brindar este servicio que ofrece una velocidad hasta diez veces superior a la de las redes 3G. Al cierre del año, más de medio millón de clientes disfrutaron de una mejor experiencia de navegación de alta velocidad.

Asimismo, 2014 fue un año de celebración para Telefónica pues cumplimos 20 años creciendo junto con el país y contribuyendo con el desarrollo de las telecomunicaciones. En el marco de esta celebración, renovamos y dimos cumplimiento al contrato de concesión móvil con el Estado, asumiendo importantes retos en el camino de contribuir con un Perú más inclusivo. En ese contexto, a diciembre de 2014 hemos llevado los servicios de telefonía móvil a más de 1,400 localidades en todo el país, superando la meta prevista para el segundo año de la renovación de la concesión de telefonía móvil suscrita con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC).

En los dos años que abarca este reporte, mantuvimos altos niveles de calidad, tarifas competitivas, planes, promociones, productos y servicios innovadores que contribuyeron al bienestar de nuestros clientes. Los resultados obtenidos durante este periodo son motivo de satisfacción para la empresa, pero también son un reto que reafirma nuestro compromiso integral como aliados del desarrollo del país.

Javier ManzanaresGutiérrez  
Presidente de Telefónica del Perú

# Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas

G4-15

En Telefónica del Perú participamos activamente en el debate para impulsar la sostenibilidad como parte de las agendas públicas a nivel internacional y regional. En esa línea, suscribimos los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, al cual nos adherimos como red Perú desde 2007.

El Pacto Mundial promueve que las empresas adopten, apoyen y promulguen, dentro de su esfera de influencia, un conjunto de valores fundamentales en las áreas de derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y anti-corrupción.

Principios	Principales acciones realizadas
<b>Derechos Humanos:</b> Principio 1 “Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recertificamos el Sistema de Gestión de Seguridad de la Información ISO 27001 de las Redes y Plataformas y ampliamos esta certificación a los procesos de Acceso al Core Móvil y Plataforma Prepago.</li> <li>• Ofrecemos productos como la Zona de Seguridad Speedy y el Control Parental para el servicio de TV paga, a fin de promover el uso responsable de las TIC por parte de los niños y adolescentes.</li> <li>• Impulsamos la inclusión digital de más peruanos a través de nuestra inversión en innovación tecnológica.</li> </ul>
Principio 2 “Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajamos en la formación de los proveedores para que conozcan nuestra estrategia de gestión responsable en la cadena de suministro y para que sepan cómo fortalecer la cultura de responsabilidad corporativa en sus empresas.</li> <li>• Continuamos trabajando en simplificar y clarificar la oferta, progresar en la estrategia de multicanalidad y trasladar estos avances a la satisfacción del cliente. En 2014, 7.7 fue el índice de satisfacción de clientes en Telefónica en el Perú.</li> </ul>
<b>Normas Laborales:</b> Principio 3 “Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Garantizamos que todos nuestros trabajadores puedan tener la posibilidad de formar y afiliarse al sindicato de su elección sin temor a represalias. En Telefónica en el Perú existen cuatro sindicatos.</li> <li>• 2,428 trabajadores cuentan con convenio colectivo.</li> <li>• A través de los canales internos, mantenemos una comunicación continua con nuestros trabajadores acerca de los acuerdos o cambios organizativos que se producen.</li> <li>• Contamos con un canal de denuncia en intranet para reportar cualquier incumplimiento a nuestros Principios de Actuación.</li> </ul>

Principios	Principales acciones realizadas
<p>Principio 4</p> <p>“Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En Telefónica en el Perú rechazamos cualquier tipo de trabajo forzoso, discriminación, acoso o agresión laboral.</li> <li>• Evaluamos a nuestros proveedores para evitar que se produzcan situaciones de trabajo forzoso en la cadena de valor; además, definimos criterios y estándares mínimos en materia de sostenibilidad.</li> <li>• Promovemos iniciativas o nuevas formas de trabajo que fortalezcan el equilibrio entre trabajo y familia de nuestros empleados.</li> <li>• En 2014, subimos tres puestos en el ranking anual de Great Place to Work Institute Perú (GPTW), ubicándonos en el puesto 13 entre las mejores empresas para trabajar con más de 1,000 trabajadores en el Perú.</li> </ul>
<p>Principio 5</p> <p>“Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En 2013, junto al Pacto Mundial de las Naciones Unidas en el Perú, promovimos la suscripción de un compromiso empresarial por la prevención y erradicación del trabajo infantil, el cual fue firmado por diecisiete empresas privadas.</li> <li>• Además, en 2013 realizamos una campaña de sensibilización junto al Ministerio del Trabajo y Promoción del Empleo sobre el impacto y consecuencias del trabajo infantil.</li> <li>• Como parte de nuestro compromiso con la niñez, desde hace más de 12 años desarrollamos programas sociales en beneficio de los niños del Perú, iniciativas que contribuyen con la prevención y erradicación progresiva del trabajo infantil, promoviendo la educación de niñas, niños y adolescentes en riesgo, a través de una intervención integral con el objetivo de mejorar el entorno familiar, educativo y social del niño para retirarlo progresivamente del trabajo e incorporarlo a la escuela.</li> </ul>
<p>Principio 6</p> <p>“Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollamos políticas internas para que la igualdad esté contemplada en todas nuestras políticas de empleo: contratación, compensación, promoción, rotación, nuevas formas de trabajar, medidas de conciliación e integración de personas con discapacidad.</li> <li>• En 2014, brindamos oportunidades laborales a 20 personas con discapacidad.</li> <li>• Al 2014, las mujeres representan el 36% de nuestra planilla y 14 de ellas ocupan cargos directivos.</li> </ul>
<p><i>Medio Ambiente:</i></p> <p>Principio 7</p> <p>“Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Damos respuesta a los problemas globales, como la mitigación o adaptación al cambio climático y el logro de la eficiencia energética, a través de nuestros productos, servicios y actividades de eficiencia.</li> <li>• Trabajamos en la identificación de los riesgos ambientales en nuestras operaciones, y definimos estrategias para minimizarlos o eliminarlos.</li> <li>• Nuestro Sistema de Gestión Ambiental Global marca las líneas de</li> </ul>

Principios	Principales acciones realizadas
	<p>acción para una gestión ambiental preventiva y eficiente.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Debemos destacar que nuestro sistema de gestión ambiental cuenta con la certificación ISO 14001, consolidándonos como la primera empresa de telecomunicaciones en obtenerla.</li> </ul>
<p>Principio 8 "Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental"</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajamos con nuestro equipo para capacitarlo y comprometerlo con los objetivos medioambientales de cambio climático y eficiencia energética.</li> <li>• En Telefónica, ponemos énfasis en la gestión de residuos de las operaciones, así como en el control del impacto visual o acústico en el despliegue de nuestra red.</li> <li>• Fomentamos una cultura de respeto al medio ambiente en nuestros grupos de interés mediante la facturación digital, la promoción de la desafiliación a las Páginas Blancas y nuestro programa de reciclaje de equipos celulares y accesorios en desuso, Recíclame.</li> </ul>
<p>Principio 9 "Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medioambiente"</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificamos y desarrollamos productos y servicios que generen eficiencia energética, así como la reducción de emisiones de CO2 entre nuestros clientes.</li> <li>• Promovemos las energías limpias al hacer uso de la fuerza eólica y emplear paneles solares para llevar telecomunicaciones a zonas remotas.</li> </ul>
<p><i>Anticorrupción:</i> Principio 10 "Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno"</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuestros Principios de Actuación contemplan los principios de conflicto de interés y anticorrupción, no aceptación de regalos y sobornos, y de neutralidad política.</li> <li>• Contamos con un buzón confidencial para que nuestros empleados presenten sus denuncias y quejas.</li> <li>• En nuestro sitio web, brindamos información relevante para nuestros accionistas.</li> <li>• Transparentamos nuestros resultados financieros y contables en la Memoria Anual. Asimismo, desarrollamos el Informe Anual sobre el cumplimiento de los principios de buen gobierno corporativo.</li> </ul>



## Perímetro de este informe

G4-7, G4-13

En 2014, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones aprobó la transferencia de las concesiones de titularidad de Telefónica Móviles S.A. -y de las asignaciones de espectro radioeléctrico asociados a las mismas- a favor de Telefónica del Perú S.A.A. Hoy, con una única visión, la fusión nos permite ser más ágiles y simples para afrontar un entorno cada vez más competitivo, ofreciendo un mejor servicio y experiencia a nuestros clientes.

En ese sentido, aclaramos que los datos mostrados en este informe corresponden a Telefónica del Perú S.A.A. Con excepción se hará referencia a datos de Telefónica S.A., Fundación Telefónica Perú y Wayra Perú, en los que se hará reseña explícita a estos.

Al referirse en este informe a Telefónica del Perú, se incluye a Telefónica del Perú S.A.A. y Telefónica Móviles S.A. Al referirse a Telefónica, se entiende Telefónica S.A. (a nivel global).

Además, a lo largo de este informe, se incluyen enlaces a otras informaciones, que proporcionan mayor desglose sobre determinados asuntos aquí tratados.

# Telefónica, motor de progreso

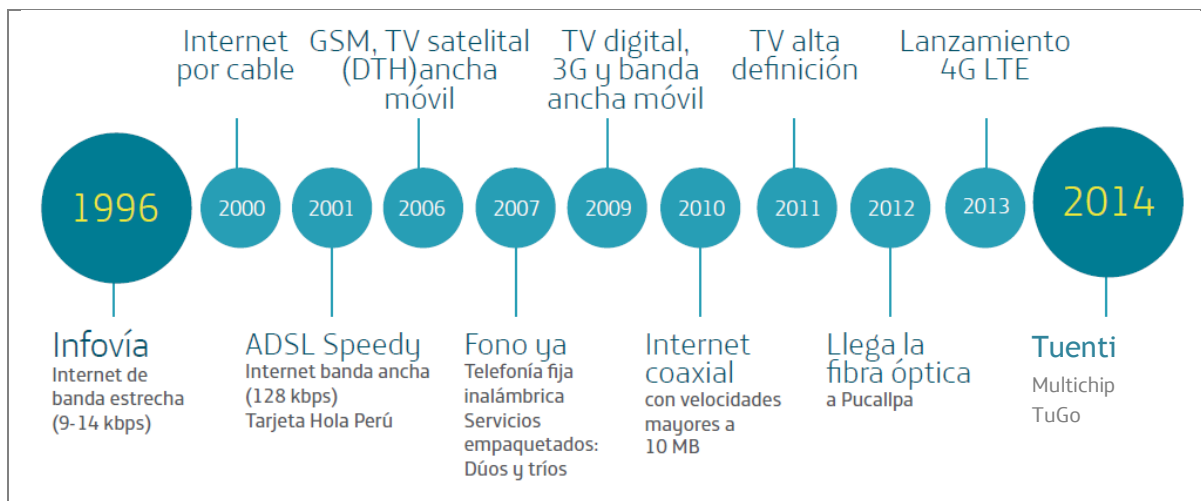
- **Quiénes somos** G4-6

Somos un operador integrado de telecomunicaciones líder a nivel mundial en la provisión de soluciones de comunicación, información y entretenimiento, con presencia en Alemania, España, Brasil, Reino Unido, Perú, Colombia, Argentina, Chile, Ecuador, México, Uruguay, Venezuela y Centro América.

En el Perú, desde 1994, hemos impulsado el proceso de modernización de las telecomunicaciones, ofreciendo soluciones integrales que permiten a las personas ser más y vivir mejor. Hoy tenemos la visión de transformarnos en una Telco Digital para ir más allá de la conectividad y acercar lo último y lo mejor de la tecnología a las personas, las empresas y las administraciones públicas.

## *Protagonistas de la Revolución Digital*

*Trabajamos para que el Perú disfrute de la **revolución digital** con servicios de calidad, que permitan a todos los peruanos estar a la vanguardia tecnológica.*



- **Misión, visión y valores** G4-56

## **Nuestra Visión**

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

## Nuestra Misión

Nuestra misión es actuar como guía de las personas y negocios. Les ayudamos a acceder, comprender y disfrutar más de lo que la tecnología puede ofrecerles.

## Ir más allá

*Discover, Disrupt, Deliver* definen nuestra forma de trabajar. Estas tres actitudes resumen tanto nuestros actuales comportamientos corporativos y valores de marca, como las expectativas de nuestros clientes, empleados y analistas.



*Queremos transformarnos en una Telco Digital, que satisfaga todas las necesidades digitales de las personas, para ayudar a la gente a acceder y disfrutar de lo mejor que la tecnología puede ofrecer.*

- Discover:** Siempre hemos sido conscientes de la importancia de estar enfocados a nuestros clientes. Pero ahora, en el mundo digital, es para nosotros el momento de descubrir lo que necesitan.
- Disrupt:** Nos anticipamos al cambio e innovamos con nuestro conocimiento del mundo digital y nuestro espíritu de apertura.
- Deliver:** Sacamos el mayor partido de nuestra escala global sin dejar de ser ágiles, permitiéndonos cumplir con nuestra promesa de llevar la tecnología a las personas.

## **Nuestros Valores**

### **Visión**

En Telefónica tenemos las ideas claras, por eso somos un referente del sector de las telecomunicaciones, entendemos la realidad de las regiones donde operamos y vislumbramos hacia dónde va el futuro de nuestra industria. De este modo, vamos un paso por delante para transformar nuestro panorama competitivo a través de la innovación y la tecnología.

### **Talento**

En Telefónica brillamos con luz propia, que nace de nuestra capacidad de atraer y retener un equipo humano experimentado, con las mejores competencias técnicas, dinámico, creativo y participe de una diversidad que nos enriquece. Así transformamos nuestra visión en ideas, soluciones e innovaciones relevantes para todas nuestras audiencias.

### **Compromiso**

Telefónica contigo en cuerpo y alma, porque nos volcamos con integridad y sentido ético en ser motor de progreso para nuestros empleados y las comunidades donde operamos, en generar valor para nuestros accionistas y socios y en ofrecer productos y servicios de total garantía para nuestros clientes. De este modo somos capaces de transformar la relación con todas nuestras audiencias en un camino de confianza y respeto.

### **Fortaleza**

Más de ocho décadas de éxito y crecimiento constante, dotan a Telefónica de experiencia profesional y un conocimiento global y local de la industria. Su escala y posición en la cadena de valor la capacita como una empresa que transforma la confianza que genera con sus audiencias en valor recíproco y sostenible, permitiéndole acometer empresas que otros no pueden abordar y colocándola como socio y referente privilegiado en el nuevo ecosistema digital para generar potentes alianzas.

- **Nuestros Principios de Actuación** G4-56 G4-16, G4-17, G4-34

*Nuestros Principios de Actuación son nuestro código ético. Inspiran y guían nuestro modo de ser y actuar en todo lo que hacemos.*

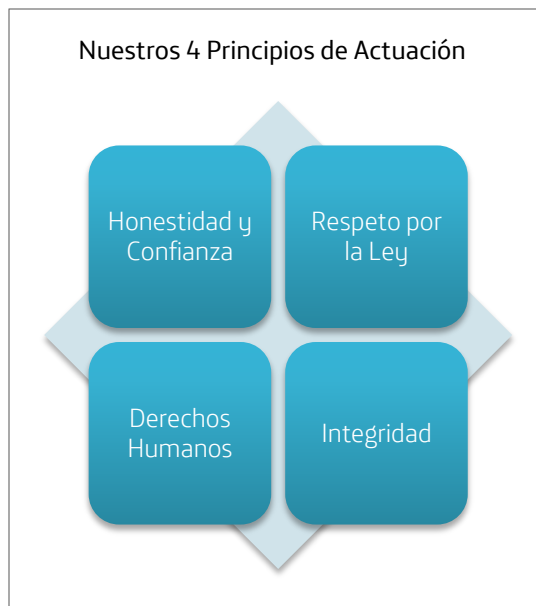
En Telefónica buscamos promover e inspirar una actuación responsable e íntegra con todos los involucrados de manera directa e indirecta con nuestro negocio. Para ello contamos con nuestros Principios de Actuación (PdA), nuestro código ético que se estructura en 4 principios generales: honestidad y confianza, respeto por la ley, integridad y respeto por los derechos humanos; estos abarcan todas las relaciones que tenemos con nuestros distintos grupos de interés

Nuestra Oficina de Principios de Actuación, órgano integrado por representantes de 5 áreas de la compañía, está encargada de la promoción y fiscalización del cumplimiento de los PdA. Entre sus principales funciones destacan la coordinación de la implementación del código ético, la revisión de los procesos y controles para asegurar que los PdA sean adecuados a las exigencias legales, la identificación de riesgos asociados con el incumplimiento de estas directrices, y la evaluación y atención de las dudas o reclamos que se reportan desde los canales existentes.

Para garantizar la comprensión y aplicación de estos lineamientos al interior de la organización, nos apoyamos en diversos mecanismos que los difunden, impulsan y velan por su cumplimiento. Uno de los principales mecanismos es el programa formativo, a modo de talleres virtuales, a través de nuestra plataforma *e-learning*.

Otro mecanismo con el que aseguramos la vigilancia de los PdA es el canal de denuncias, donde los colaboradores pueden presentar de forma anónima, cualquier duda, reclamo, queja o solicitud de consejo en cuestiones relacionadas a los PdA. En este canal, todas las comunicaciones recibidas son analizadas de modo confidencial y con exhaustividad para tomar mejores decisiones y medidas en caso de posibles incumplimientos.

Por otro lado, en 2014 Telefónica del Perú fue reconocida por la Bolsa de Valores de Lima por obtener el puntaje máximo en el cálculo del cumplimiento de los principios de Buen Gobierno Corporativo, validado por la firma auditora *Pricewaterhouse Coopers*. Con ello, hemos reportado un avance constante en este indicador, pues en 2013 alcanzamos un 95% del cumplimiento.



### ***Nuestros principios, tus principios***

En 2014 lanzamos la campaña interna “*Nuestros principios, tus principios*” para promover la adopción y aplicación de los PdA en el día a día. La campaña reflexiona sobre la importancia y rol de los PdA en la organización, motivando a la superación del curso *e-learning*.

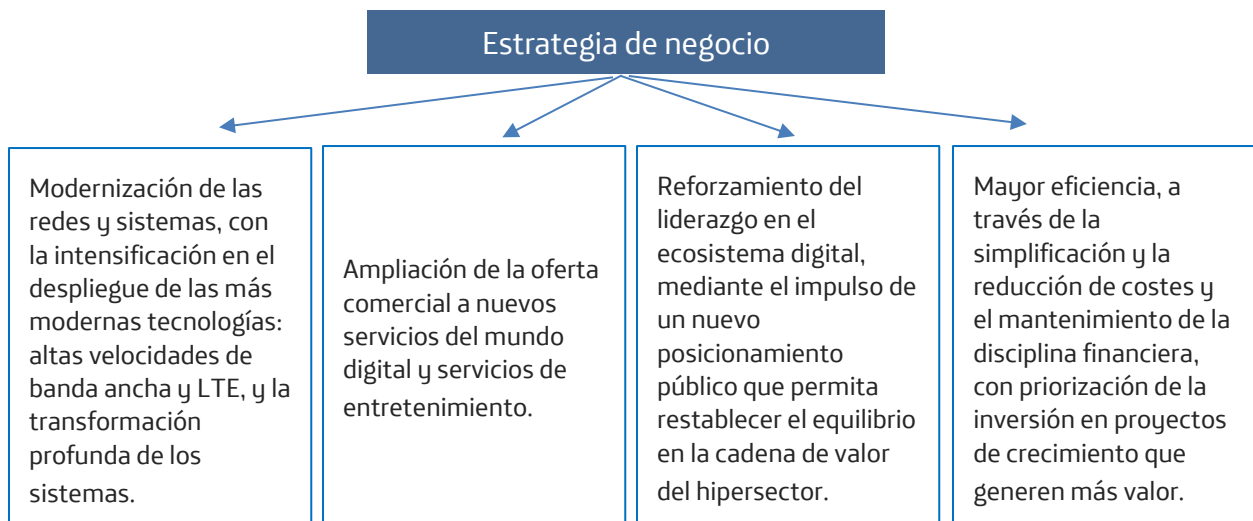
Para la implementación de la campaña, tomamos en cuenta los resultados obtenidos de la línea de base sobre la situación de la aplicación de los Principios de Actuación en la compañía, elaborada en junio 2013. Esta campaña contó con el compromiso desde el lanzamiento del propio Presidente de la compañía.

Además, lo que se buscó fue que nuestros colaboradores pudieran internalizar los Principios de actuación en su día a día y de esa manera aplicarlos en su trabajo diario, más allá de solo conocerlos.

En esa línea, se recogió el *feedback* de los colaboradores para conocer su entendimiento sobre los PdA, cómo los aplican y cualquier duda que pudieran tener resolverla en ese momento.

- **Desempeño económico**

En 2014, la estrategia de negocio de Telefónica del Perú se dotó de un nuevo modelo operativo a nivel corporativo, el cual está totalmente orientado al cliente e incorpora la oferta digital en el foco de su actividad comercial. Esta estrategia se sustenta en 4 pilares básicos: modernización de las redes y sistemas, ampliación de la oferta comercial, reforzamiento del liderazgo en el sistema digital y mayor eficiencia a través de la simplificación.



### **Nuestras inversiones**

La inversión que realizamos cada año acompaña el crecimiento del país y forma parte de los esfuerzos para lograr la inclusión digital de más peruanos.

En 2014, hemos invertido S/. 1,483 millones, 10% más que en 2013, impulsando el desarrollo de la banda ancha, tanto en las redes móviles (3G y 4G) como en las redes fijas (ADSL y Grandes Clientes), para que así más peruanos aprovechen las oportunidades y beneficios de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). El mayor esfuerzo en inversión se dio en Sistemas y Desarrollos, enfocados en desarrollar nuevos servicios diferenciadores en el entorno de la competencia actual, tanto para la telefonía fija como para la telefonía móvil e internet.

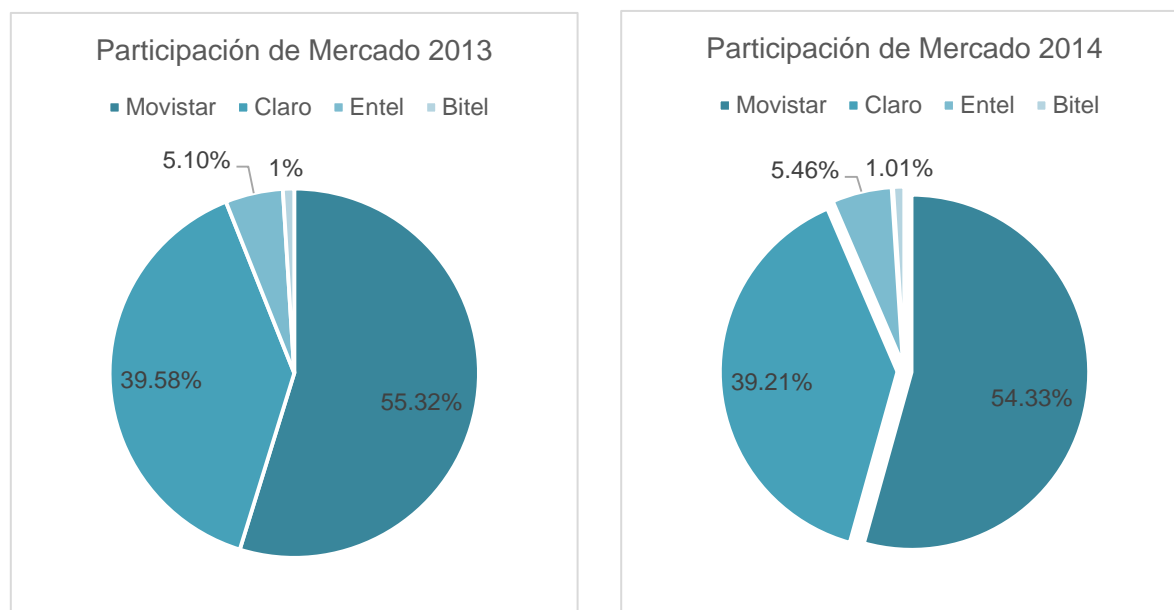
### Volumen de Inversiones en expansión de redes

(Cifras expresadas en millones de Nuevos Soles al 31 de diciembre de cada año)

	2012	2013	2014
2G + 3G	0	433	423
4G LTE	0	0	118
Licencia 4G LTE	0	431	0
Datos e Internet	302	318	397
Red de Telefonía local	221	114	114
Sistemas y desarrollos	20	36	111
Otros	129	330	320
Total	672	1,662	1,483

Como resultado del trabajo realizado, continuamos liderando el mercado de telecomunicaciones en Perú. Al tercer trimestre del año, según cifras de OSIPTEL, el 78% de las líneas de voz fija, el 83% de las conexiones de banda ancha y 63% de las suscripciones de televisión pagada del mercado corresponden a Telefónica del Perú. Por el lado de servicios móviles, la participación de mercado de Telefónica del Perú es de 54.33%.

### Participación de mercado de servicios móviles (OSIPTEL)





### La dinamización del mercado G4-8

Los primeros resultados de las medidas adoptadas por OSIPTEL para promover la competencia del sector en el país, como el ingreso de los nuevos operadores como Entel Perú (reemplazo a Nextel) y Bitel, muestran un nuevo mapa de participación en el mercado de telefonía móvil. Al cierre de 2014, las nuevas operadoras significan un 6.4% del total, en tanto que Movistar y Claro redefinieron su participación en el mercado de 55.3% a 54.3% y de 39.6% a 39.2%, respectivamente.

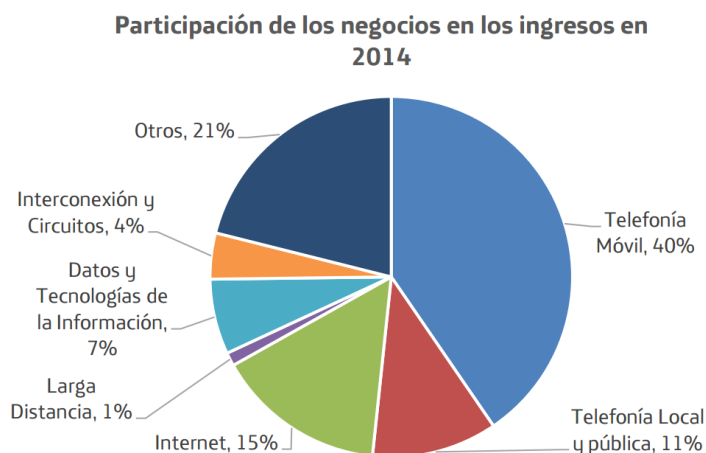
Asimismo, el mercado nacional de la telefonía móvil creció a 31 millones 876 mil líneas móviles en 2014, lo que significa 6.4% más respecto a 2013.

- **Contribución a la sociedad**

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.

### Nuestros ingresos G4-9, G4-4

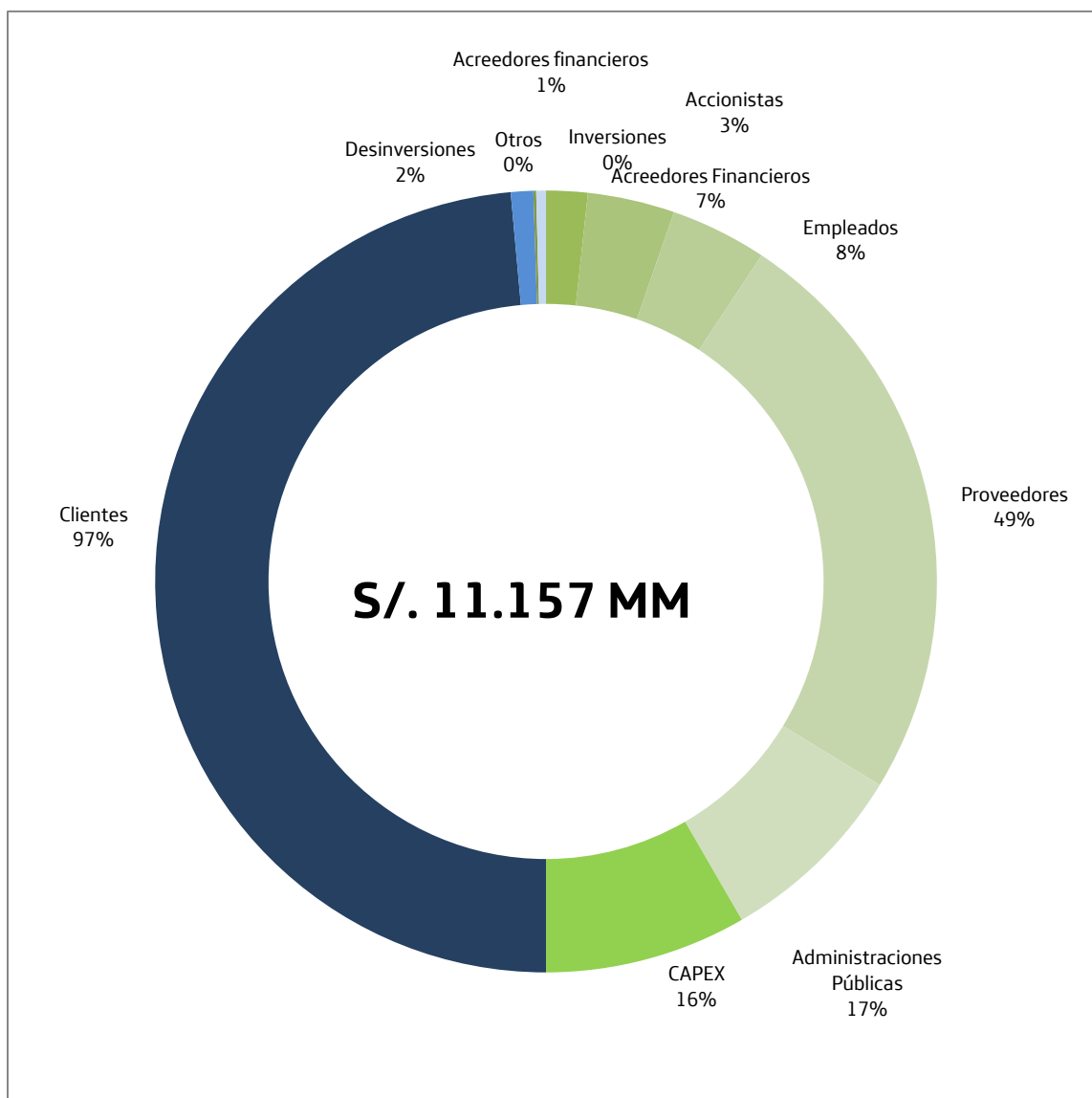
Los ingresos más importantes dentro de nuestros negocios siguen siendo los provenientes de telefonía móvil (40%), mientras que los servicios de internet y telefonía fija representan el 15% y 11% respectivamente.



Fuente: Memoria Anual de Telefónica del Perú S.A.A 2014

## Somos Motor de Progreso

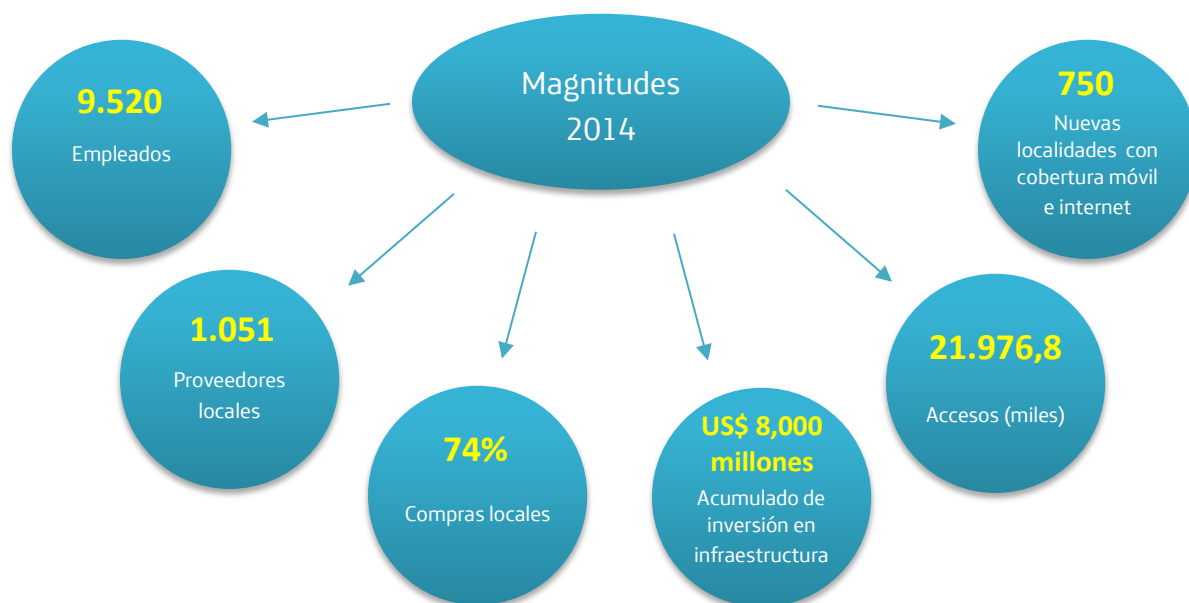
Los ingresos del año ascendieron a S/. 11,157 millones, de los cuales el 97% provino de nuestros clientes. De estos ingresos, S/. 7,219 millones se destinaron al pago de proveedores. S/. 802,754 a acreedores financieros, S/. 1,770 millones a inversiones (capex), S/. 1,863 millones en contribuciones al Estado, S/. 889,954 al pago de salarios y beneficios sociales, y S/. 381,939 a accionistas.



### ***Datos en millones de nuevos soles***

*Nota: El motor de progreso canaliza eficientemente los flujos de efectivo de Telefónica del Perú hacia sus diversos grupos de interés. La información reportada en el motor de progreso se obtuvo de fuentes internas de la evolución de caja. Los datos podrían verse afectados por acontecimientos posteriores y efectos evolutivos que producirían modificaciones en su contenido. Esta información utiliza criterios distintos a los datos que se presentan en las siguientes secciones del documento.*

## Dimensiones de la organización G4-EC1, G4-9



# Nuestro modelo de sostenibilidad

- **Estrategia de Sostenibilidad DMA**

En Telefónica entendemos la Sostenibilidad como el mecanismo para crear valor mediante la gestión activa de los riesgos y las oportunidades económicas, sociales y ambientales que genera nuestra actividad.

Nuestra gestión responsable se basa en generar confianza, por ello gestionamos el negocio en relación con los grupos de interés, lo que nos permite potenciar los impactos positivos que ofrece la tecnología en las personas, sociedad y el planeta.

## Nuestros ejes principales

**Gestión Responsable:** Nuestro compromiso con la honestidad es fundamental para garantizar la confianza de nuestros grupos de interés. Nuestro código ético es la brújula en el trabajo diario y en la visión de largo plazo para avanzar de modo sólido en nuestro proceso de transformación hacia una Telco Digital.

**Personas:** Ayudamos a las personas a vivir mejor. Estamos convencidos de que con nuestra tecnología y servicios podemos mejorar la calidad de vida y la seguridad en el entorno digital.

**Sociedad:** Transformamos la sociedad. Nuestra misión es acercar las posibilidades que abre la revolución digital a todas las empresas y personas, de modo que nadie quede excluido.

**Planeta:** Cuidamos el planeta. En Telefónica trabajamos para gestionar eficientemente los riesgos y las oportunidades ambientales de nuestra operación.



- **Comunicación con nuestros grupos de interés** G4-25

Establecemos relaciones de largo plazo y de confianza con nuestros Grupos de Interés para lograr un crecimiento mutuo.

Como parte de la gestión de sostenibilidad, identificamos aquellos actores significativos para nuestra empresa a través del Mapeo de Grupos de Interés, donde clasificamos a los actores que se relacionan con nosotros.

**Grupos de Interés de Telefónica del Perú** G4-24

Grupo de interés	Medios de comunicación	Frecuencia
Estado	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones</li> <li>- Portal web</li> <li>- Mails</li> <li>- Cartas</li> <li>- Reporte financiero</li> <li>- Memoria anual</li> <li>- Llamadas telefónicas</li> </ul>	Periódica
Regulador	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones</li> <li>- Cartas</li> <li>- Mails</li> <li>- Llamadas telefónicas</li> <li>- Reporte financiero</li> <li>- Memoria anual</li> </ul>	Periódica
Gobiernos locales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones</li> <li>- Portal web</li> <li>- Mails</li> <li>- Cartas</li> <li>- Llamadas telefónicas</li> </ul>	Periódica
Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reporte financiero</li> <li>- Directorio</li> <li>- Portal web</li> </ul>	Periódica
Autoridades y gremios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones</li> <li>- Cartas formales</li> </ul>	Periódica
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Línea de atención al cliente</li> <li>- Portal web</li> <li>- Redes Sociales</li> </ul>	Diaria
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intranet "Conecta"</li> <li>- Yammer</li> <li>- Portal web</li> <li>- Mails</li> <li>- Vitricas</li> <li>- Charlas</li> </ul>	Diaria

Grupo de interés	Medios de comunicación	Frecuencia
Consumidores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Medios publicitarios</li> <li>- Línea de atención al consumidor</li> <li>- Reuniones periódicas con Asociaciones de consumidores</li> <li>- Redes Sociales</li> </ul>	Diaria
Líderes de opinión	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudios de mercado</li> <li>- Reuniones</li> </ul>	De acuerdo a la necesidad
Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Notas de prensa</li> <li>- Redes Sociales</li> </ul>	De acuerdo a la necesidad
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reuniones periódicas</li> <li>- Portal web</li> </ul>	Periódicas
Sociedad (opinión pública)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estudios de mercado</li> <li>- Redes Sociales</li> </ul>	De acuerdo a la necesidad

## • Temas relevantes para el negocio

Este año desarrollamos nuestro Reporte de Sostenibilidad, a través del cual identificamos aquellos temas relevantes de nuestra gestión (también conocidos como aspectos materiales). El proceso se basó en la Guía GRI en su versión G4 sobre cómo identificar los asuntos materiales que se deben incluir en las memorias de sostenibilidad, lo que permite la comparación y la exhaustividad de los asuntos.

Especificaciones del proceso: **G4-18**

Llevamos el proceso en las siguientes etapas:



### Paso 1: Identificación

Análisis del estado del sector y tendencias en el contexto peruano

1. Identificación de las principales tendencias del sector en el mercado peruano.
2. Identificación de riesgos y oportunidades del sector en el contexto peruano.
3. Selección de los temas más relevantes a partir del sector, del listado de temas que deben servir para el análisis de materialidad otorgado por nuestro Corporativo.

### Análisis de la cadena de valor con colaboradores y líderes

1. Identificación de los principales impactos del negocio, a partir del análisis de la cadena de valor del negocio en Perú.
2. Participación de colaboradores y líderes de áreas estratégicas en la valoración de los principales impactos.
3. De esta sesión resultó un listado de 32 asuntos potencialmente relevantes.

### Paso 2 y 3: Priorización y Validación

#### G4-26

#### Diálogo con los grupos de interés

1. Se realizaron entrevistas con representantes de los principales grupos de interés: colaboradores, proveedores y asociaciones de consumidores representativas en el país.
2. Cada representante valoró los asuntos ya identificados otorgando un puntaje del 1 al 5, según la relevancia que consideraban debiera tener cada aspecto en la gestión de la empresa.

#### Análisis de Materialidad

1. Cada tema material fue analizado según los siguientes criterios: la estrategia del negocio, el interés de la competencia, el impacto sobre los accionistas, las tendencias de las empresas líderes en sostenibilidad y las entidades del Estado.
2. Adicionalmente se añadió la evaluación realizada por los grupos de interés.
3. De este análisis, resultaron 7 temas materiales a ser abordados por Telefónica del Perú.

#### G4-19

#### Matriz de Materialidad de Telefónica del Perú



Temas relevantes o Aspectos Materiales	Aspectos GRI G4
1. CONDUCTA ÉTICA	Ética e integridad
2. GESTIÓN DE LA CADENA DE PROVEEDORES	Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores
	Prácticas de adquisición
	Evaluación ambiental de los proveedores
3. CALIDAD DEL SERVICIO	Etiquetado de los productos y servicios
4. SEGURIDAD, SALUD Y BIENESTAR LABORAL	Salud y seguridad en el trabajo
5. GENERACIÓN DE EMPLEO Y DESARROLLO DEL TALENTO	Empleo
	Capacitación y educación
6. DESPLIEGUE DE INFRAESTRUCTURA	Consecuencias económicas indirectas
7. INNOVACIÓN Y COMPETITIVIDAD	-



# La revolución digital en el Perú

- Telecomunicaciones, impulso al desarrollo

*El mundo digital es un facilitador de innovación; por tanto, cuando se habla de ser innovadores, necesariamente se está impulsando ser digitales.*

La revolución digital ha iniciado, hoy el mundo se conecta más rápido y desde distintas plataformas de interacción y comunicación. Sabemos que este escenario plantea diversos retos que deberán ser enfrentados según cada contexto. En el Perú estamos llamados a promover un ecosistema digital activo que permita el desarrollo de una industria digital sólida. Esto nos impulsa a acercarnos más a la realidad del país para plantear nuevas soluciones que permitan a cada vez más peruanos disfrutar de las posibilidades que brinda la revolución digital, de manera abierta, segura y confiable.

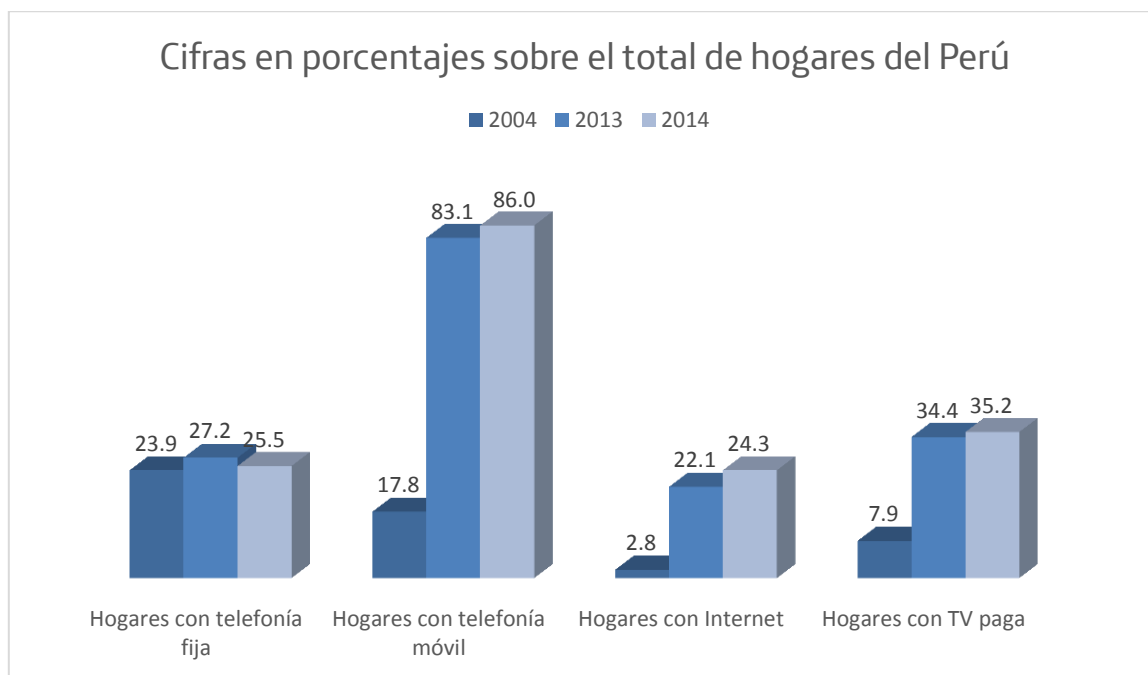
En Perú...

89% de hogares cuenta con al menos una Tecnología de la Información y Comunicación.

86% de hogares cuenta con al menos una persona con celular.

En 2,2 puntos porcentuales aumentó el acceso a internet en hogares, llegando a 24.3%.

Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), datos a nivel nacional, 2014



- **Somos aliados del país** G4- EC7

*Hoy todos los peruanos gozan de una mejor cobertura y una oferta asequible.*

Hemos desplegado más de 10,000 km de fibra óptica por todo el territorio nacional e invertido más de US\$ 8.000 millones en infraestructura de telecomunicaciones, para ofrecer mejores servicios y contactar a más peruanos.

Durante el año 2014 continuamos en el esfuerzo por llevar los servicios de telecomunicaciones a todo el país y mejorar la experiencia de nuestros clientes a través de los productos y servicios que ofrecemos en nuestros distintos canales. Así, a nivel de redes, incrementamos nuestra capacidad para brindar más servicios, acompañando el despliegue de nuestras iniciativas comerciales.

Además, las conexiones de banda ancha se incrementaron 6.3% respecto a 2013. En agosto de 2014, Telefónica del Perú lanzó una nueva escalera de velocidades, que benefició a más 600 mil clientes de Movistar Internet sin variación en su tarifa. Por otro lado, en marzo del mismo año, lanzamos el Internet de alta velocidad y telefonía móvil 3G en Iquitos, permitiendo multiplicar por diez la velocidad de Internet fijo y pasar de la tecnología 2G a 3G en telefonía móvil.

Por otro lado, como parte de nuestro compromiso con la sociedad y de seguir conectando a más peruanos, Telefónica del Perú continuó desarrollando el proyecto “Fibra óptica de los Andes”, que tuvo su primera conexión de fibra en el año 2011. Todo el proyecto beneficia a más de 2.4 millones de peruanos de la sierra y selva del país.



Durante el año 2014 se desplegaron 884 kilómetros de fibra óptica, beneficiando a más de 2.4 millones, logrando llevar internet de alta velocidad a ciudades como:

- Huánuco
- Tingo María
- Pucallpa
- Tocache
- Juanjuí
- Bellavista
- Tarapoto

Además, nuestras iniciativas de despliegue de fibra también beneficiaron a las ciudades de Sechura, La Arena, La Unión, Anta y Puerto Maldonado, contribuyendo a su desarrollo e inclusión social.

Más de US\$ 8.000 Millones en inversión de infraestructura de telecomunicaciones acumulados a 2014



### Expansión de servicios G4-EC7

Nuestro compromiso con el país se evidencia en los continuos esfuerzos que realizamos por desplegar infraestructura de redes, sobre todo en zonas rurales y remotas, que permitan ampliar nuestra oferta de productos y servicios y adecuarnos a las necesidades de cada segmento.

Junto al despliegue de infraestructura, durante 2014 continuamos fortaleciendo el valor de nuestra oferta de banda ancha a través de contenidos educativos relevantes en plataformas como “Aula 365”, “Zona del Saber”, “V-Learning” y “CentrumX”.

En cuanto al mercado formal de televisión por suscripción, éste se incrementó en 5.68% respecto a 2013, impulsado por las ofertas comerciales relacionadas a la Copa Mundial de Fútbol Brasil 2014. Así, continuamos transmitiendo los mejores y más variados contenidos incluyendo 5 canales exclusivos a nuestros más de 950 mil clientes. De esta manera, a setiembre de 2014 según reportes oficiales del OSIPTEL, lideramos el mercado de televisión paga con una cuota de mercado formal de 63%.

# Sostenibilidad

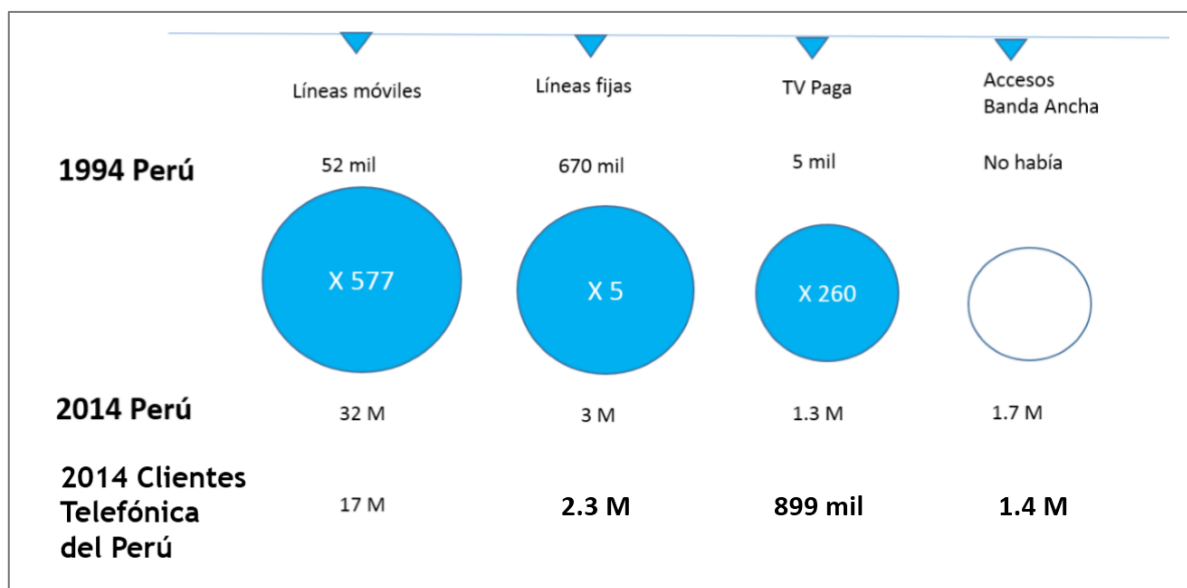


## Personas

*Ayudamos a las personas a vivir mejor: en Telefónica estamos convencidos de que con nuestra tecnología y servicios podemos mejorar la calidad de vida y la seguridad en el entorno digital, con especial atención a las nuevas generaciones.*

Estamos convencidos de que nuestra actividad transforma positivamente la vida de las personas promoviendo la cohesión social y el desarrollo económico de las sociedades donde operamos. Para nosotros las personas son nuestros **clientes**, a quienes buscamos generar cada vez más valor, nuestros **colaboradores**, los verdaderos protagonistas de nuestros hitos, y nuestros **proveedores**, con quienes generamos sostenibilidad en toda la cadena de suministro y a quienes les proyectamos nuestra cultura corporativa.

Al hablar de personas, nos referimos sin duda, a los más de 31 millones de peruanos que deben tener acceso a la conectividad y comunicación a nivel nacional. En estos 21 años, hemos trabajado para alcanzar mayor cobertura y consolidar la calidad de nuestros servicios y productos con el fin de lograr el acceso universal a las comunicaciones.



Los datos provienen del informe de Osiptel 2014. En el caso de TV Paga Clientes Telefónica del Perú se incluyen datos de Telefónica Multimedia S.A.C.

## 1. Nuestros Clientes

Contamos con cerca de 22 millones de clientes que acceden a las oportunidades que brinda la tecnología.

- **Calidad de servicio y productos**

*Buscamos ofrecer los mejores servicios y productos a nuestros clientes.*

Nuestros clientes son el centro de todo lo que hacemos, por eso trabajamos cada día para ofrecerles soluciones creativas que respondan a sus necesidades. Además, nos anticipamos a los cambios e innovamos para descubrir y responder a sus necesidades.

### G4-PR5

En Telefónica el cliente está en el centro de todo lo que hacemos. Utilizamos los análisis de satisfacción como una herramienta clave para conocer la calidad del servicio y de la atención que prestamos a nuestros usuarios.

7.7 es el Índice de Satisfacción al Cliente Perú a diciembre 2014. A diciembre de 2013 fue de 7.58.

*El Índice de Satisfacción al cliente se mide del 1 al 10.*

Con el fin de conocer la experiencia de consumo de nuestros productos y servicios en materias de sostenibilidad y responsabilidad corporativa, nos comunicamos de manera regular con nuestros clientes a través de diversos medios (llamadas telefónicas, correos electrónicos, atención presencial y mediante el envío y recepción de cartas). Aplicamos periódicamente una encuesta para evidenciar el nivel de satisfacción de los clientes.

En Telefónica del Perú estamos centrados en proporcionar la mejor experiencia de usuario. Trabajamos junto a socios y colaboradores para construir un ecosistema de trabajo que nos permita desarrollar la mejor oferta digital, que vele por la seguridad y que ayude a la mejora del entorno donde viven nuestros clientes. En ese sentido, en 2013 pusimos en marcha del proyecto Transformación de tiendas, que contempla la gestión integral en dos áreas: la zona de Atención al Cliente y la zona de Experiencia Movistar.

G4-4

## Nuestros productos y servicios

### Móvil



### Hogar



### Negocios



## Lanzamientos comerciales

Durante 2013 y 2014 continuamos el esfuerzo por llevar los servicios de telecomunicaciones a todo el país y mejorar la experiencia de nuestros clientes a través de los productos y servicios que ofrecemos en nuestros distintos canales.

En octubre de 2014, se realizó el lanzamiento comercial de Tuenti, marca enfocada a la atención de clientes jóvenes que ofrece chips prepago con bolsas de minutos y datos, con SMS ilimitado y chat ilimitado.

Se puso a disposición de los clientes de Telefónica Movistar la aplicación móvil TU Go, que permite realizar llamadas telefónicas usando redes WIFI, y un portal web para dispositivos móviles y computadoras, que permite la visualización de contenidos de películas, series y documentales, además de la transmisión de partidos de fútbol en vivo desde cualquier acceso fijo.

- **La mejor comunicación para el mejor servicio**

Sabemos que la buena comunicación con nuestros clientes es vital para un buen funcionamiento del negocio, por ello, en 2014 se realizaron diversas mejoras en los canales de atención al cliente, con el fin de mejorar su experiencia.

#### **Atención presencial**

Durante 2014, se continuó con el proceso de transformación de canales de venta presenciales, que buscó fortalecer los canales exclusivos para lograr un mejor enfoque en la fidelización de los clientes y tener un mayor control del canal comercial. Así, se implementó el proyecto Tiendas Franquicias logrando la implementación de 18 tiendas nuevas y la migración de 24 tiendas Movistar bajo este nuevo formato. Con esto, se buscó generar una nueva experiencia para los clientes y mejorar la gestión integral de las tiendas.

Además, una de las principales prioridades a partir del segundo semestre de 2014 fue el producto Televisión por suscripción. Las acciones comerciales estuvieron centradas en la campaña Completa tu Trío y la digitalización de planta, además de otras acciones enfocadas a incentivar a la fuerza de ventas a cumplir los objetivos, alcanzando a duplicar las ventas a nivel nacional.

#### **Atención call center Residencial y Negocios**

Por otro lado, a inicios de 2014, la empresa se propuso mejorar la experiencia de los clientes, contribuir a la generación de ingresos por cross selling y mejorar la eficiencia de las operaciones al optimizar los recursos.

Asimismo, se propuso incrementar la satisfacción de los clientes y solucionar sus requerimientos en la primera llamada, así como incrementar la venta de productos y servicios, lo que mejoró los ingresos para la compañía.

En 2014, se atendieron 3.1 millones de contactos y el nivel de atención fue de 95%. Para ello, se consolidó el modelo de gestión con el fin de asegurar el monitoreo permanente de la calidad en la atención, y se establecieron objetivos de mejora en indicadores de atención, tanto individuales por asesor como por equipos de supervisión. En 2014 el call center técnico alcanzó 7.6 de Índice de Satisfacción del Cliente.

#### **Atención Canal Online**

Durante 2014, la web Movistar recibió, en promedio, 7 millones de visitas mensuales, lo que representan un crecimiento de 12% respecto al año anterior. De esta manera, se consolidó como la página web más consultada en Perú dentro del sector de telecomunicaciones.

### **Atención Soluciones**

Por otro lado, en 2014 la empresa se propuso incrementar la velocidad de atención de los reclamos mejorando la calidad de atención, por lo que se implementaron una serie de iniciativas. Producto de la aplicación del nuevo Modelo de Solución Continua, que buscó enfocar las acciones en la solución de la causa raíz de los reclamos tanto en los *front-office* de atención como en los *back-office*, se logró una mejora importante en la solución inmediata en tiendas, pasando de indicadores de 30% a inicios de año a 59%, a pesar del cambio de modelo de comercialización en las mismas.

### **Cobranzas y Facturación**

A inicios de 2014 se realizó una reestructuración por la cual se crearon unidades con funciones altamente especializadas, separando de las áreas gestoras funciones operativas y de reporting. También se desarrollaron modelos de comportamiento de pago que permitieron contar con una gestión de cobranza inteligente, lográndose mejoras del ratio cobrado/facturado al primer mes de 1.0 puntos porcentuales para clientes fijo, móvil y televisión.

De esta manera, en cuanto a facturación destaca la publicación de la nueva normativa de la SUNAT que obliga a un grupo de contribuyentes a emitir sus comprobantes de pago de forma electrónica, con la cual se obtienen una serie de ventajas, tanto para el emisor como para el cliente, así como el inicio del proyecto +Simple, cuyo objetivo es realizar la transformación de los sistemas de la compañía, a fin de brindar autogestión a la experiencia-cliente.

Asimismo, gracias al proyecto de fusión comercial entre Telefónica Móviles y Telefónica del Perú, se realizaron adecuaciones a los sistemas de facturación que permitieron que la facturación de los negocios fijo y móvil se genere bajo la misma razón social de Telefónica del Perú, proceso que se realizó con éxito.

- **Transparencia y Privacidad**

Nuestro compromiso con la transparencia y privacidad nos ha llevado a diseñar una cultura basada en mejorar la confianza digital de nuestros consumidores, con 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.

### **G4-PR8**

Gracias a esta estrategia, la empresa en Perú no ha registrado, entre 2013 y 2014, multas o penalizaciones sobre violación de privacidad, fuga de datos de clientes o situaciones similares.



## Seguros en Internet

Somos conscientes que las TIC brindan un abanico de oportunidades, sin embargo pueden presentar riesgos para los niños, niñas y adolescentes. Por eso, desde Telefónica fomentamos un entorno de uso seguro y responsable de las tecnologías. Autorregulamos nuestras acciones, velamos por proveer productos y servicios seguros y promovemos la formación y la creación de alianzas estratégicas que permitan hacer sostenible este esfuerzo.

En 2014 en alianza con la Red Peruana contra la Pornografía Infantil, lanzamos “Seguros en Internet”, el primer portal de denuncias de contenidos ilícitos en internet donde cualquier persona puede reportar contenidos ilícitos o inapropiados para menores en Internet, como el grooming, sexting, cyberbullying, etc.

[www.seguoseninternet.org](http://www.seguoseninternet.org)



## 2. Colaboradores

### DMA

*Los verdaderos protagonistas de nuestros hitos son nuestros colaboradores, que con su esfuerzo, compromiso y talento hacen posible transformar la vida de más peruanos.*

En Telefónica del Perú somos más de 9 mil peruanos trabajando para contribuir al desarrollo de todo el país a través de las telecomunicaciones. Esto solo es posible a partir de una cultura sólida orientada a alcanzar el bienestar personal y profesional de nuestro equipo.

	2013	2014
Telefónica del Perú S.A.A.	3,416	6,048
Telefónica Móviles S.A.	2,820	
Resto Perú	3,588	3,472
<b>Total</b>	<b>9,824</b>	<b>9,520</b>

En 2014 se realizó la fusión comercial de Telefónica Móviles S.A y Telefónica del Perú S.A.A., por lo que los datos de ambas empresas de fusionan. Resto de Perú incluye las empresas: Terra Perú, Pleyade Perú, Media Network Latam San, Tcentro de cobros Perú, Telefónica on the Spot Peru, TGSlogística Perú, TLS Perú, T-gestiona Perú y Wayra Perú

En 2014, subimos tres puestos en el ranking anual de Great Place to Work Institute Perú (GPTW), ubicándonos en el puesto 13 entre las mejores empresas para trabajar con más de 1,000 trabajadores en el Perú. Además, T-Gestiona, empresa del Grupo Telefónica, se ubicó entre las tres mejores empresas con más de mil colaboradores; y Telefónica Global Solutions estuvo entre las mejores en la categoría de empresas con entre 30 y 250 colaboradores.

### G4-10, G4-11

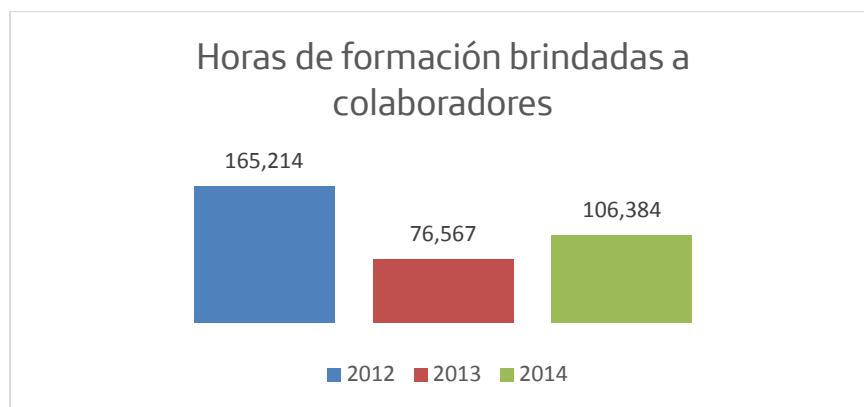
	2012	2013	2014
Total plantilla física	9,369	9,824	9,520
Plantilla fija	6,887	7,072	7,175
Empleados con reducción de jornada	1	148	63
Empleados con convenio negociado	1,830	2,500	2,428
Porcentaje de mujeres en plantilla	37.2%	37.9%	36.5%
Tasa de rotación de empleados*	7.6%	6.1%	5.5%

\* El dato de 2012 incluye tanto bajas voluntarias como involuntarias.

- **Formación y desarrollo de colaboradores** G4-LA10

Impulsamos la transformación de la Compañía con el objetivo de avanzar en el reto de consolidarnos como una Telco Digital y por ello identificamos el talento necesitado en función a un perfil claramente definido de acuerdo al modelo de competencias.

#### G4-LA9



#### Generamos nuevos retos

En Telefónica sabemos que nuestros colaboradores deben encontrar espacios de formación y desarrollo para poder crecer constantemente a nivel personal y profesional. Por ello, les ofrecemos distintos programas y beneficios, como horario flexible, sistema de préstamos, extensión de beneficios hacia las familias, entre otros.

Nos preocupamos por el desarrollo profesional de nuestros colaboradores, por ello, promovemos el crecimiento meritocrático. Así, promovemos permanentemente el reclutamiento interno, para identificar candidatos con potencial para asumir nuevas responsabilidades a mediano plazo y que puedan desarrollarse dentro de la compañía.

#### Relaciones laborales

En el transcurso del año se suscribieron satisfactoriamente nueve convenios colectivos con una vigencia de un año que involucran a siete de las ocho organizaciones sindicales. La suscripción de dichos convenios colectivos y la emisión del Laudo Arbitral, brindan beneficios económicos y laborales para el 100% de los empleados sindicalizados.

- **Seguridad y salud en el trabajo** G4-14, G4-LA2,

Brindamos a nuestros colaboradores las mejores condiciones de trabajo e impulsamos un conjunto de medidas destinadas a proteger su salud y prevenir accidentes a los que pueden verse expuestos en el ejercicio de sus actividades.

Todo esto se concreta en un conjunto de prácticas donde el elemento clave es la actitud responsable y la concientización de todo el equipo sobre los riesgos laborales. Además, tenemos el servicio de salud ocupacional, que ofrece un médico encargado de monitorear la salud de nuestros colaboradores y atender sus consultas.

#### G4-LA7

En 2014 realizamos nuestra primera evaluación de riesgos disergonómicos para trabajos administrativos, que consiste en la identificación de factores inadecuados en la relación de nuestros colaboradores con su entorno laboral, tales como la sobrecarga física, fatiga, malas posturas, movimientos repetitivos, entre otros.

Debemos destacar además que, como parte de nuestra gestión preventiva brindamos cursos de formación a nuestros colaboradores por más de 4 mil horas, lo que nos permite ofrecer herramientas y habilidades necesarias frente a riesgos laborales.

#### Indicadores generales G4-LA6

	2012	2013	2014
Número de comités de Seguridad y salud ocupacional	2	1	2
Número de horas en formación en seguridad y salud	1,700	4,416	4,147
Número de accidentes	31	23	22
Días perdidos por accidentes o enfermedades	258	800	561
Número de fatalidades	0	0	0
Número de enfermedades profesionales	0	0	0
Tasa de absentismo (GRI)	3,263.37	2,990.33	3,125.37
Tasa de accidentes (GRI)	0.49	0.42	0.38
Tasa de días perdidos (GRI)	4.08	14.48	9.76
Tasa de enfermedades profesionales (GRI)	0.00	0.00	0.00

### 3. Proveedores

Somos conscientes de nuestra responsabilidad en la cadena de suministro, tanto por nuestra presencia en todo el país, como por el impacto y volumen de nuestros proveedores. Además, sabemos que nuestro negocio implica la constante relación de los proveedores con clientes, por lo que es vital trasladar nuestros Principios de Actuación y nuestro código ético hacia ellos para asegurar una atención de calidad.

Como una empresa global, creemos que nuestra responsabilidad trasciende cualquier barrera geográfica e implica una atención especial a todos los actores involucrados en nuestras operaciones. En ese sentido, consideramos que es fundamental compartir con nuestros proveedores los lineamientos éticos que orientan nuestro comportamiento, de manera que seamos coherentes con nuestras políticas, mejoremos nuestra competitividad y promovamos cambios positivos en la sociedad.

- **Gestión de la cadena de proveedores** G4-EC9, G4-EN32, G4-12

Contamos con una Política de Responsabilidad en la Cadena de Suministro que detalla la actitud y los estándares que esperamos de nuestros proveedores, además de servirnos para la sensibilización y difusión de comportamientos similares. Buscamos animarlos a que vayan más allá del respeto de la legislación local vigente, con el fin de multiplicar su impacto positivo en los aspectos sociales, laborales y medioambientales.

Internamente, esto se traduce en estándares como la Norma de Extensión de los Principios de Actuación a la Cadena de Suministro, las Instrucciones de Compras, las Normativas Corporativas de Control y los Requisitos de Gestión Ambiental a Proveedores, donde se establecen los procesos, indicadores y herramientas para el seguimiento del nivel de cumplimiento de los proveedores.

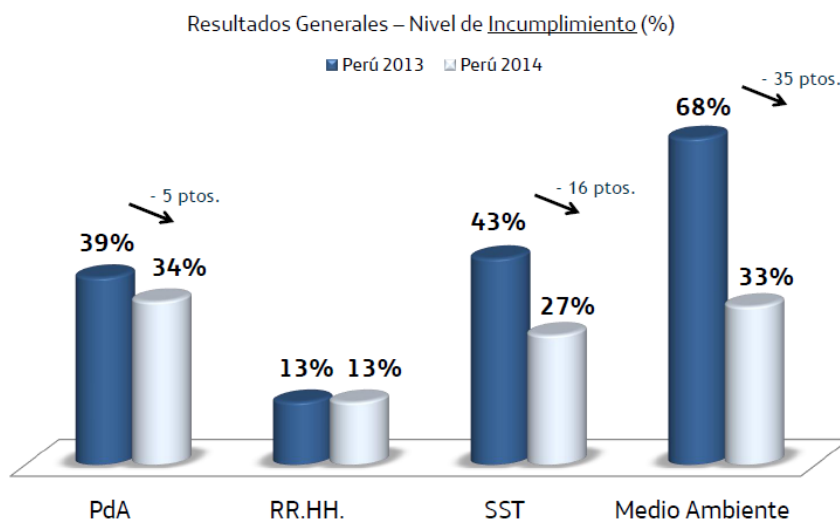
El cumplimiento de estas directrices es monitoreado a través de evaluaciones periódicas del nivel de riesgo de nuestros proveedores, que nos permiten definir estrategias de acuerdo con lo identificado. Además, nos sirve para vincular la aplicación de buenas prácticas a la satisfacción del cliente.

- **Gestión de riesgos en proveedores** G4-LA14, G4-LA15

Telefónica trabaja para la prevención y reducción de los posibles impactos negativos derivados de su actividad. Por ello, continuamos implementando métodos de control y seguimiento de la actividad de nuestros proveedores de riesgo –ya sea por su actividad y/o por volumen de adjudicación–.

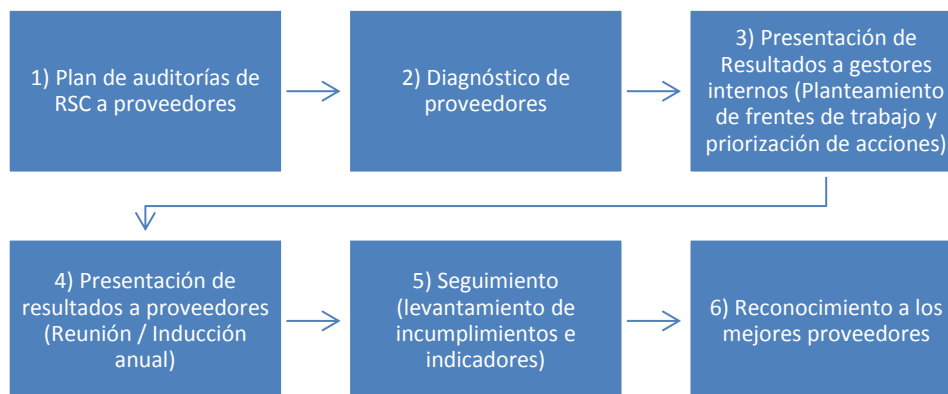
A través de auditorías a nuestros principales proveedores valoramos el nivel de cumplimiento de los proveedores que brindan servicios a Telefónica, utilizando un cuestionario homologado para todas las operadoras a nivel LATAM. Las auditorías evalúan cuatro ámbitos: Principios de Actuación, Recursos Humanos, Salud y Seguridad en el Trabajo y Medio Ambiente.

En Perú se auditaron a 23 empresas en el 2013 y a 37 empresas en el 2014. Los proveedores auditados pertenecen a los siguientes rubros: Call Center, Bucle y SIE, Atención, Cobros y en menor medida a otros sectores.



Como se observa, en 2014 los niveles de incumplimiento se redujeron en todos los ámbitos, con especial diferencia en Medio Ambiente.

A partir de los resultados de las auditorías a proveedores, se implementa el "Programa de Desarrollo", el cual desarrolla el siguiente proceso:



**Indicadores generales**

	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Número de proveedores	1,416	1,338	1,265
Número de proveedores locales	1,166	1,102	1,051
Porcentaje de volumen de compras adjudicados localmente	73%	76%	74%

# Sostenibilidad



## Sociedad

*Transformamos la sociedad. Nuestra misión es acercar las posibilidades que abre la revolución digital a todas las empresas y personas, de modo que nadie quede excluido.*

El éxito de una compañía debe ir de la mano con el progreso social, ya que solo así es posible construir una sociedad más inclusiva. Por ello, desde que iniciamos nuestras operaciones en el país en 1994, asumimos el compromiso de impulsar un crecimiento económico y social que sea sostenible y equitativo.

- **Tecnologías para la Inclusión digital**

### **Conectarse para Crecer**

Nació como un premio para reconocer las mejores prácticas de buen uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en zonas rurales que hayan tenido un impacto positivo en el desarrollo social y económico de sus pobladores. Actualmente, se ha consolidado como un programa integral que convoca a interesados en el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en el entorno rural, para difundir su impacto y promover su réplica a través del reconocimiento, difusión y apoyo de las iniciativas que han impactado positivamente en su entorno rural gracias al uso estratégico de las telecomunicaciones.

En sus cuatro ediciones el Premio ConectaRSE para crecer ha recibido 569 postulaciones de las 24 regiones del país.

Ha premiado 35 iniciativas ganadoras, otorgando más de S/. 300,000 en productos y servicios.



El programa incluye como sus líneas de acción:



En 2014, ConectaRSE para Crecer fue reconocida por el Pacto Global Colombia como un referente en Latinoamérica y el Caribe por su contribución, impacto, replicabilidad e innovación en la categoría "Plataformas de acción y colaboración para el desarrollo sostenible".

#### **Tu Dinero Móvil, un servicio para la inclusión financiera**

En Telefónica estamos convencidos de que el teléfono móvil es una potente herramienta de inclusión. Por ello, lanzamos, junto a MasterCard, Tu Dinero Móvil en Lima, Trujillo y Chiclayo, servicio que permite realizar transacciones bancarias así como el pago de los servicios públicos, a través del envío de mensajes de texto.

- **Innovación y competitividad NO-GRI**

#### **Wayra**

Es nuestra aceleradora de negocios digitales, creada en 2011 para buscar y cultivar los mejores talentos en el ámbito tecnológico. A través de Wayra ponemos a disposición de la innovación emergente y las startups, la expansión global y liderazgo en el mercado que tiene nuestra compañía. Los emprendedores ven en esta unión el inmenso potencial de poder distribuir sus ideas en los mercados en los que Telefónica está presente con más de 320 millones de clientes, además del acceso a su vasta red de partners y negocios en todo el mundo.

*Wayra significa viento en quechua, lleva ese nombre porque el proyecto busca que "nuevos vientos de INNOVACIÓN y TECNOLOGÍA irrumpen en el ecosistema".*

Para Telefónica del Perú, Wayra es el ámbito perfecto para identificar y ayudar al talento a ser competitivo en el menor tiempo posible. Gran parte de los proyectos que Wayra acelera están enfocados a las áreas estratégicas claves para el negocio, desde aplicaciones “*Ove the Top*”, hasta “*cloud computing*”, pasando por servicios financieros

Hasta su tercer año de operaciones, Wayra ha seleccionado 39 ideas de negocios de más de 5,000 que se han presentado a nivel nacional, y ha invertido más de S/. 9 millones para convertirlas en emprendimientos rentables y sostenibles. Se estima que sus startups están valorizadas en más de US\$ 17 millones.

Cabe destacar que en 2014 Wayra obtuvo tres premios “Creatividad Empresarial 2014” incluyendo el codiciado Gran premio a la creatividad empresarial.

### **Kunan**

Kunan, que significa “ahora” en quechua, es una iniciativa de la Alianza Gastón Acurio & Telefónica “Juntos para Transformar” y la comunidad Global Shapers Lima Hub que busca inspirar, impulsar e integrar emprendimientos innovadores en proceso de maduración y liderados por jóvenes *millennials* (de 18 a 35 años) que estén generando un impacto positivo en el Perú.

Además, busca consolidar un ecosistema de apoyo al emprendimiento social, que a su vez servirá de referente para fortalecer la cultura emprendedora juvenil en el Perú; en este esfuerzo se integra por igual al sector público y privado.

La iniciativa se estructura en tres líneas de acción:

- 1) el Premio, que busca identificar, difundir e impulsar iniciativas innovadoras y comprometidas con el desarrollo del Perú;
- 2) la Comunidad Kunan, el grupo de emprendimientos que comparte una identidad común y genera sinergias entre ellos; y
- 3) la Comunicación, que busca inspirar a más jóvenes, destacar el rol de los emprendimientos sociales en el desarrollo del país e incidir en políticas públicas sobre el tema.

Asimismo, en 2014 Kunan identificó un gran potencial y talento en los 170 emprendimientos sociales que postularon en la primera edición del premio. Por ello creó la Comunidad Kunan, formada por 57 emprendedores, para que a través del intercambio de experiencias, capacitaciones y búsqueda de sinergias, asuman en conjunto el desafío de seguir innovando, desarrollando sus emprendimientos y creando valor para futuros emprendedores sociales en el Perú.

### **Juntos para Transformar**

La Alianza Gastón Acurio & Telefónica “Juntos para Transformar”, apuesta por promover la inclusión, integración y desarrollo a través de la tecnología de las diversas cadenas de valor que se generan alrededor de la gastronomía.

“Transformar oportunidades en realidades” es el propósito de la Alianza Gastón Acurio & Telefónica: “Juntos para transformar”. La “receta” del éxito: mezclar las oportunidades de la gastronomía peruana y añadirle la innovación de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

En el marco de esta alianza en 2013 se lanzó el programa reality “Ceviche con sentimiento”. Durante un año el programa mostró el recorrido del reconocido chef por las calles de Lima en busca del mejor ceviche de carretilla. Luego de una reñida eliminatoria, y entre cientos de postulantes, Ronald Abad, de 31 años, resultó elegido. Su experiencia sirvió de inspiración para los también finalistas del reality, José Tantaruna y Marcos “Bam Bam”, quienes abrirán su segunda barra cevichera y su tercer restaurante, respectivamente.

Durante 2014, la alianza prosiguió con su apoyo a jóvenes talentos de la gastronomía peruana y realizó un encuentro entre Acurio y los alumnos del Colegio Mayor Presidente del Perú para inspirar a sus estudiantes a soñar en grande.

Finalmente buscó fomentar la innovación gastronómica peruana a través de la especialización internacional del talento joven. De esta manera, los jóvenes estudiantes de gastronomía del Instituto de Cocina Pachacutec fueron acreedores de becas / pasantías en prestigiosos restaurantes y de altos estándares de calidad en todo el mundo, lo cual les ayudó reforzar sus conocimientos, perfeccionar sus habilidades y desarrollarse profesionalmente. Al finalizar el año, se logró beneficiar a 6 alumnos, quienes viajaron entre 3 a 9 meses en los más prestigiosos y reconocidos restaurantes de Europa, cubriéndoles al 100% los costos de pasajes, trámites y una bolsa de viaje mensual.

- **Comprometidos con el país**

### **Obras por Impuestos**

Desde 2008, año en que fue promulgada la ley que permite a la empresa privada en forma individual o en consorcio financiar y ejecutar proyectos públicos elegidos por los Gobiernos Regionales, se han promovido una serie de obras dentro de infraestructura pública básica como redes de agua y desagüe, vías, centros de salud entre otras. Así, para la sociedad adelanta el desarrollo socioeconómico, acelera la inversión de infraestructura, amplía cobertura y mejora la

calidad de los servicios públicos para la población. Además de generación de empleo directo e indirecto en las comunidades locales.

Actualmente, Telefónica del Perú es una de las empresas con mayor participación en cuanto a desarrollo de proyectos e inversión ejecutada por el mecanismo de obras por impuestos, donde se priorizan solo proyectos que generen bienestar para la elaboración de una obra que mejore los servicios que la población demanda.

#### **Proyectos adjudicados 2012-2014**

2012 - Municipalidad Distrital de Belén – Loreto S/. 9M

- Construcción de un Centro de Monitoreo de Seguridad Ciudadana, que incluye; Edificio de 02 plantas, almacén, cámaras de videovigilancia, radio troncalizado digital, software de atención de emergencias, vehículos fluvial y terrestre para patrullaje.

2013 - Municipalidad Provincial de Cusco S/. 15M

- Construcción de un Centro de Monitoreo de Seguridad Ciudadana, que incluye; Edificio de 05 plantas, almacén, cámaras de videovigilancia, radio troncalizado digital, software de atención de emergencias, y vehículos terrestres para patrullaje.

2013 - Gobierno Regional de Puno S/. 77M

- construcción de un Hospital San Martín de Porres en el distrito de Macusani, provincia de Carabaya, de categoría 2ª que incluye; edificio de 02 plantas de acuerdo a las normas técnicas de Salud, infraestructura tecnológica, imagenología, Historias Clínicas digitales, videoconferencia para segunda opinión médica y otros.

2014 – Gobierno Regional de ICA S/. 10.6M

- Construcción de un Centro de Monitoreo de Operaciones Regionales IC

## Fundación Telefónica

La Fundación Telefónica constituye la principal expresión del compromiso firme y voluntario que la compañía tiene con las sociedades de las comunidades en las que opera. Así, la acción social y cultural que realiza la Fundación Telefónica busca cumplir un rol relevante y transformador para la sociedad, desde una gestión innovadora, integrada y global, que se desarrolla a través de cuatro grandes programas:

Líneas de actuación	1. Erradicación del trabajo infantil	2. Educación e Innovación	3. Arte y Cultura digital	4. Voluntariado corporativo
<b>¿Cómo lo hacemos?</b>	Contribuimos con la prevención y erradicación progresiva del trabajo infantil, a través de una intervención integral en el entorno educativo, familiar y social de los niños. Buscamos potenciar el desarrollo personal de niños y adolescentes para que logren establecer un proyecto de vida satisfactorio y pleno.	Promovemos nuevas formas de aprender, investigamos y desarrollamos modelos educativos facilitando que la comunidad educativa se ponga en contacto con la ciencia, la tecnología, la creatividad, la cultura, la economía y la sociedad; promovemos el aprendizaje del siglo XXI.	Impulsamos la creación artística contemporánea relacionada con la tecnología, conservamos y gestionamos el patrimonio artístico y tecnológico de Telefónica y acercamos las exposiciones de arte a los diferentes públicos con fines educativos.	Movilizamos a los colaboradores de Telefónica para que participen de iniciativas sociales que promueven su desarrollo como voluntarios activos.
<b>Principales resultados</b>	Continuamos apostando por la educación como alternativa transformadora frente al trabajo infantil, fortaleciendo a 264 escuelas de zonas rurales y urbano-marginales de 19 regiones del país como ambientes de aprendizaje, protección, socialización y recreo	El programa "Aulas Fundación Telefónica" se encuentra en 70 escuelas de zonas urbanas y rurales (donde estudian 86,802 niños y laboran un total de 4,217 profesores), así como en 10 hospitales de Arequipa, Cusco, Chiclayo, Huancayo, Iquitos y Lima (con más de 3,000 niños y adolescentes beneficiados).	En 2014, en Espacio Fundación Telefónica, se desarrollaron 4 exposiciones principales, 4 exposiciones temporales y 325 actividades de ingreso libre, con una gran acogida e impacto en los 22,851 visitantes que participaron activamente.	Durante 2014, más de 1,900 voluntarios Telefónica participaron en 141 actividades de ayuda social, beneficiando a cerca de 11,500 personas. Comunidades.

# Sostenibilidad



## Planeta

---

***Cuidamos el planeta. En Telefónica trabajamos para gestionar eficientemente los riesgos y las oportunidades ambientales de nuestra operación***

Somos conscientes que los beneficios de las TIC se extienden a aspectos vitales para el mundo como es la lucha contra el cambio climático. Además, tienen un rol clave como motor de la ecoeficiencia a nivel global.

En ese sentido, nuestra estrategia ambiental se orienta en la gestión de los riesgos de los impactos ambientales, en la identificación de las oportunidades que se generan a partir de las TIC y en la promoción de una cultura corporativa que apuesta por la ecoeficiencia en el desarrollo de nuestras actividades.



En línea con la estrategia ambiental hemos definido tres grandes objetivos: 1) promover la eficiencia energética interna y reducir las GEI a través de la optimización del uso de los recursos, 2) desarrollar soluciones Green TIC competitivas para mejorar la ecoeficiencia de los clientes y 3) posicionarnos como empresa líder en Green TIC a escala global y local.

#### **a. Green desde las TIC**

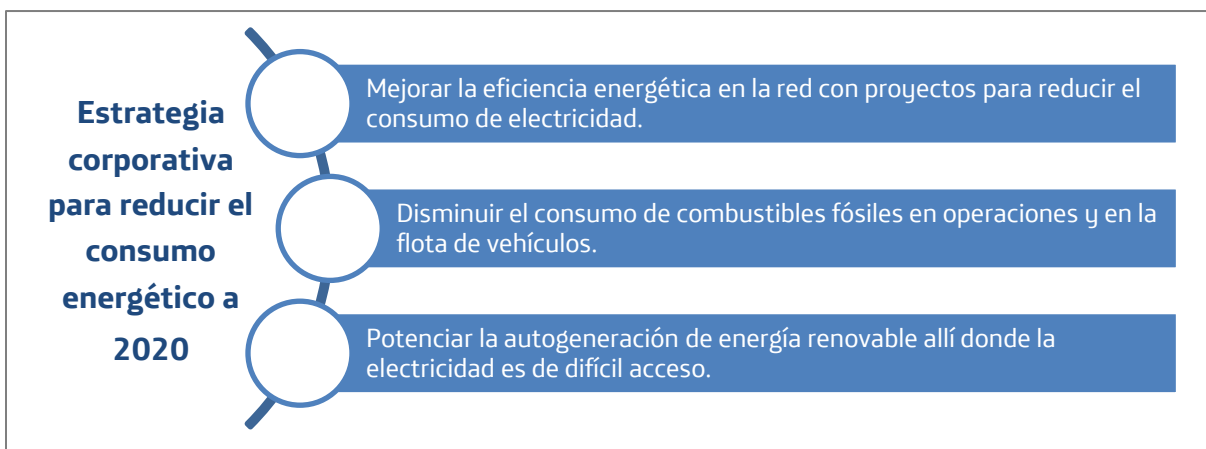
En Telefónica colocamos especial énfasis en promover a nivel interno una adecuada gestión en nuestros procesos y operaciones que nos permitan reducir nuestro consumo energético y de esta manera las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI).

Es la Oficina Corporativa de Cambio Climático y Eficiencia Energética la encargada de analizar anualmente el consumo de energía y de realizar la medición de la huella de carbono de acuerdo con los estándares y protocolos internacionales. A partir de los resultados, identificamos y definimos mejoras en los procesos, gestionando así la energía y el carbono de una manera transparente con todos nuestros grupos de interés.

De acuerdo con los estudios realizados se ha identificado que el 90% del consumo de energía de la compañía a nivel global tienen como fuente las redes, por lo que para asegurar una gestión

eficiente y sostenible se ha creado la función de un gestor energético en cada uno de los países donde Telefónica del Perú opera.

Estos gestores están encargados de desarrollar y desplegar a nivel local proyectos para promover la eficiencia energética tanto en sus redes como en sus oficinas. Como parte de esta gestión se realizan workshops anuales de energía y cambio climático para compartir experiencias y buenas prácticas, analizar resultados y definir estrategias.





## **b. Green a través de las TIC**

Desde Telefónica venimos trabajando para crear servicios y productos Green TIC que incentiven una mejor gestión de los recursos por parte de nuestros clientes tanto de los segmentos residenciales como empresas.

Nuestra propuesta de servicios se enfoca en la identificación de oportunidades Green TIC en toda la cadena de valor requerida por el cliente. De esta manera nuestra oferta integrada incluye los dispositivos, su instalación y mantenimiento, las comunicaciones, el valor añadido y un servicio continuo de atención al cliente.

Respecto de los servicios móviles, ofrecemos el modelo global Green Customer Experience, que brinda al cliente una experiencia green desde que busca adquirir el producto móvil, pasando por el recibo digital, hasta el final de su vida útil, promoviendo actividades de reciclaje y reutilización de teléfonos móviles. Esta oferta incluye además aplicaciones green y funciones que potencian la eficiencia energética y el uso de materiales no contaminantes en los dispositivos.

Tenemos como objetivo integrar a más clientes a este sistema que reduce el uso de papel para estos fines y continuar con nuestra alianza con organizaciones como el Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad – CONADIS- para promover que grupos vulnerables accedan a este servicio.

## **c. Gestión del medio ambiente**

Como parte de la gestión ambiental, promovemos la minimización de los riesgos e impactos ambientales, el despliegue responsable de las redes, la maximización de las prácticas ecoeficientes y una cultura ambiental sólida.

Este enfoque se sustenta en nuestra política y estrategia ambiental que, a través de los diversos sistemas de gestión, monitorea, reduce y elimina los posibles impactos propios de nuestra actividad.

Debemos destacar que nuestro sistema de gestión ambiental cuenta con la certificación ISO 14001, consolidándonos como la primera empresa de telecomunicaciones en obtenerla.

- **Despliegue responsable de red**

Es en el despliegue de redes, mediante las que ofrecemos servicios a los clientes, donde se encuentran los principales riesgos ambientales e impactos energéticos. Conscientes de esto, desde Telefónica del Perú hemos implementando una serie de medidas que nos permitan reducir, eliminar o compensar estos impactos y riesgos con iniciativas que van desde la conformación de gestores energéticos a nivel local hasta prácticas ambientales en cada etapa del despliegue de redes. Así, para la definición de la ubicación de las redes seleccionamos lugares y mimetizamos la infraestructura con el fin de que se genere el menor o nulo impacto visual.

Cuando nuestras redes se ubican en áreas naturales protegidas, nos encargamos de asegurar de que no se produzcan impactos en la flora o fauna del lugar a través de la realización de estudios de impacto ambiental antes de iniciar cualquier desarrollo.

En cuanto a los campos electromagnéticos, desplegamos nuestra infraestructura cumpliendo y respetando la legislación local e internacional al respecto. Asimismo, adoptamos como mínimos los límites de exposición a radiofrecuencias establecidos por ICNIRP y respaldados por la Organización Mundial de la Salud.

Además, como parte de nuestro compromiso ambiental, en 2013, en el despliegue de red del proyecto de conectividad a Iquitos, Loreto, diseñamos la ruta del proyecto bordeando la zona, sin atravesar las Reservas naturales de Pacaya Samiria y la Reserva Natural Alpahuayo Mishana. Reservas naturales de mucha importancia para el país, ya que de las más de 50 reservas existentes, son muy pocas las que aún no se han dañado, incluyendo así las mencionadas anteriormente, por lo que este trabajo es aún más importante.

En este esfuerzo trabajamos de la mano con el Ministerio de Medio Ambiente y con participación de las comunidades locales.

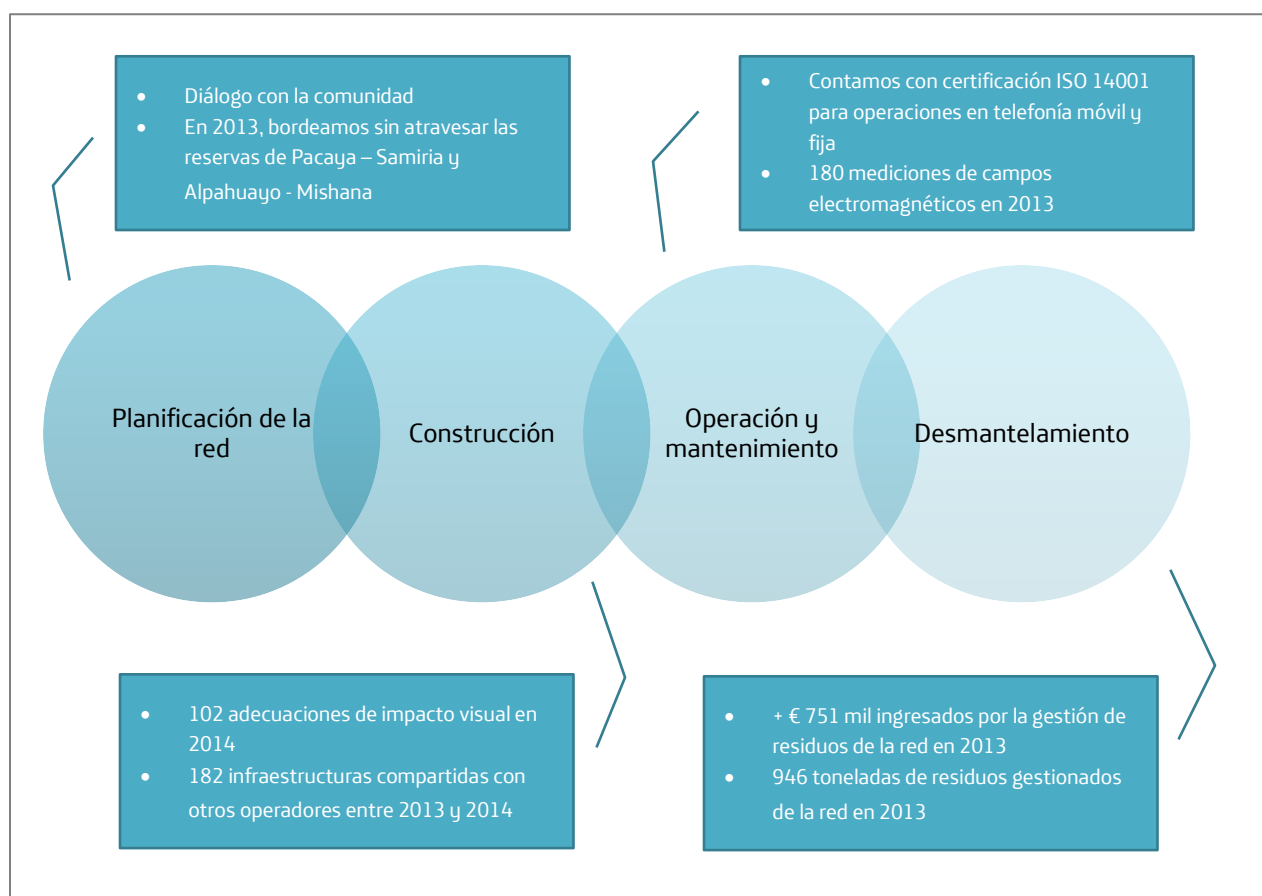
- **Gestión ecoeficiente**

En Telefónica trabajamos para gestionar eficientemente los riesgos y las oportunidades ambientales de nuestra operación y ofrecer servicios Green TIC que promuevan la sostenibilidad de personas, empresas y ciudades.

- ✓ Se redujo el consumo de combustible con la instalación de acometidas de baja y media tensión, así como soluciones alternativas de generación de energía (implantando 03 soluciones híbridas -grupo electrógeno y baterías- y 01 solución eólica).

- ✓ Se cambió el tipo de aire acondicionado por un sistema de mayor eficiencia y se implementó el sistema *Free Cooling* (uso del aire exterior) en 10 locales.
- ✓ Se lanzó la campaña #21EcoDays, con el objetivo de lograr una mayor sensibilización en cuanto al uso racional de energía.
- ✓ Con el fin de cumplir con los objetivos globales de reducción de consumo energético, generamos mejoras en la infraestructura de energía. En 2014, se acompañó el crecimiento de las diferentes capas de red con la mejora y expansión de la infraestructura de energía ofreciendo servicios de alta disponibilidad para los clientes internos y empresas. Además, se sustituyeron 117 cuadros de fuerza por equipos de alta eficiencia.

### Gestionamos una red responsable

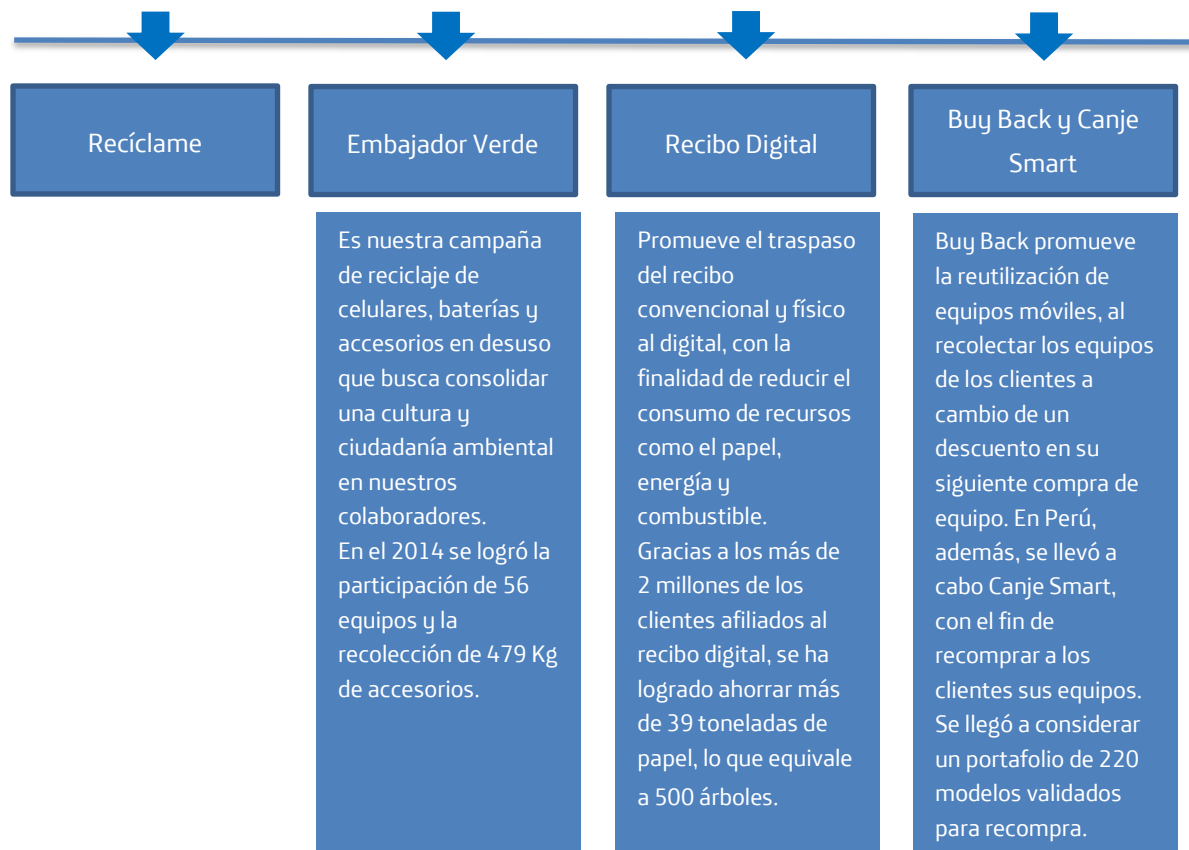


## Por una economía circular de los residuos electrónicos

Como empresa global, compartimos los siguientes principios que reflejan nuestra contribución a la solución del problema de generación de e-waste o residuos de aparatos eléctricos y electrónicos en el mundo:



En línea con ello, en el Perú promovemos cuatro programas que aportan en la reutilización y reciclaje:



**Además, contamos con nuestra Política Ambiental la cual refleja nuestro compromiso de**

Iniciativa que busca reducir el impacto ambiental de los equipos RAEE (residuos de aparatos eléctricos y electrónicos), sensibilizando a la sociedad y clientes para que se sume reciclando sus celulares, baterías y accesorios en desuso en nuestros más de 100 centros de acopio a nivel nacional.

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

**Nuestra Política Ambiental establece las siguientes líneas de acción:**

Garantizar el cumplimiento de la legalidad vigente y de todos aquellos compromisos voluntarios que Telefónica suscriba en materia de medio ambiente

Implantar sistemas de gestión ambiental.

Aplicar la mejora continua en toda la Compañía.

Hacer un uso sostenible de los recursos naturales.

Transmitir a la cadena de suministro y proveedores de servicios nuestra política.

Establecer los procesos necesarios para garantizar la comunicación, sensibilización y formación en materia ambiental de los empleados de Telefónica.

Hacer público anualmente el comportamiento ambiental.

Ayudar a combatir el cambio climático.

Promover la creación de servicios de telecomunicación que contribuyan al desarrollo sostenible de la sociedad.

Trabajar con otras organizaciones por la sostenibilidad ambiental.

# Índice de Contenido GRI G4

## Reporte de Sostenibilidad 2014 – Telefónica del Perú

Contenidos básicos generales				
Contenidos básicos generales	Descripción	Comentario	Página	Verificación externa
<b>Estrategia y análisis</b>				
G4-1	Declaración del responsable principal de las decisiones de la organización sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización		4	No
<b>Perfil de la organización</b>				
G4-3	Nombre de la organización	Telefónica del Perú S.A.A.		No
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes		17, 30	No
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización	Av. Arequipa 1155, Lima Perú		No
G4-6	Países en los que opera la organización		10	No
G4-7	Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica		9	No
G4-8	Mercados a los que sirve la organización		17	No
G4-9	Tamaño de la organización, a partir de su número de empleados, operaciones, ventas o ingresos netos, entre otros		17, 19	No
G4-10	Número de empleados por contrato laboral y sexo		34	No
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos		34	No
G4-12	Cadena de suministro de la organización		37	No
G4-13	Cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización		9	No
G4-14	Abordaje de la organización del principio de precaución		35	No
G4-15	Cartas, principios u otras iniciativas externas de carácter económico,		6	No



	ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado			
G4-16	Asociaciones y organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece		13	No
<b>Aspectos materiales y cobertura</b>				
G4-17	Entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes		13	No
G4-18	Proceso que se ha seguido para determinar el Contenido de la memoria y la Cobertura de cada Aspecto		22	No
G4-19	Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria		23	No
G4-20	Cobertura de cada Aspecto material dentro de la organización	Todos los asuntos materiales identificados se aplican para nuestras operaciones así como para la gestión general de la organización.		No
G4-21	Límite de cada Aspecto material fuera de la organización.	Además, trasladamos nuestros temas relevantes a nuestros grupos de interés con los que nos relacionamos, gestionando cada uno de los aspectos materiales en toda nuestra gestión.  Asimismo, los asuntos materiales identificados se aplican para el desarrollo de nuestro negocio en Telefónica del Perú y los grupos con los que nos relacionamos.		No
G4-22	Consecuencias de las re expresiones de la información de memorias anteriores y sus causas	No se han realizado re expresiones significativas de la información de reportes anteriores.		No
G4-23	Cambio significativo en el alcance y la Cobertura de cada Aspecto con respecto a memorias anteriores.	No se han realizado re expresiones significativas de la información de reportes anteriores. Además es el primer informe con cobertura de aspectos materiales.		No

Participación de los grupos de interés				
G4-24	Grupos de interés vinculados a la organización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estado</li> <li>✓ Regulador</li> <li>✓ Gobiernos locales</li> <li>✓ Accionistas</li> <li>✓ Autoridades y gremios</li> <li>✓ Clientes</li> <li>✓ Colaboradores</li> <li>✓ Consumidores</li> <li>✓ Líderes de opinión</li> <li>✓ Medios de comunicación</li> <li>✓ Proveedores</li> <li>✓ Sociedad</li> </ul>		No
G4-25	Base para la elección de los grupos de interés con los que se trabaja		21	No
G4-26	Enfoque de la organización sobre la Participación de los grupos de interés (frecuencia, participación en el proceso de elaboración de la memoria, entre otros)		23	No
G4-27	Cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la Participación de los grupos de interés	No surgieron problemas en la participación de los grupos de interés.		No
Perfil de la memoria				
G4-28	Periodo objeto de la memoria	2013-2014		No
G4-29	Fecha de la última memoria	2012		No
G4-30	Ciclo de presentación de memorias	Bienal		No
G4-31	Punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir sobre el contenido de la memoria.	Manuel Silva Pimentel, Experto en Relaciones institucionales y Sostenibilidad. <a href="mailto:manuelsilvap@telefonica.com">manuelsilvap@telefonica.com</a>		No
G4-32	Opción elegida para la memoria	De conformidad - Esencial		No
G4-33	Política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.	No contamos con políticas vigentes respecto a la verificación externa de la memoria.		No
Gobierno				
G4-34	Estructura de gobierno de la organización		13	No
Ética e integridad				
G4-56	Valores, principios, estándares y normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos		10, 13	No

Contenidos básicos específicos				
Aspectos materiales	Número indicador	Número de página	Omisiones (por confidencialidad)	Verificación externa
<b>Economía</b>	G4-EC1	19	N/A	No
	G4-EC7	26, 27	N/A	No
	G4-EC9	37	N/A	No
<b>Medio ambiente</b>	G4-EN32	37	N/A	No
<b>Prácticas laborales y trabajo digno</b>	G4-LA2	36	N/A	No
	G4-LA7	36	N/A	No
	G4-LA9	35	N/A	No
	G4-LA14	37	N/A	No
	G4-LA15	37	N/A	No
<b>Responsabilidad sobre productos</b>	G4-PR5	29	N/A	No
	G4-PR8	32	N/A	No
<b>Aspecto No GRI</b>				
<b>Innovación y competitividad</b>	<b>Indicador propio</b>	41	N/A	No