



INFORME INTEGRADO
TELEFÓNICA CENTROAMÉRICA **2015**

Elegimos **crecer**
de manera sólida
y sostenible_

Telefónica

Costa Rica
El Salvador
Guatemala
Nicaragua
Panamá





Índice

- 03 Carta del Presidente
- 06 Carta del Ceo de CAM
- 07 Perfil y valores de la Compañía

1 Principales magnitudes 2015

- 09 Indicadores no financieros

2 Gobierno corporativo

- 11 Comité Ejecutivo

3 Contribución al progreso

- 13 Impactos económicos
- 14 Impuestos

4 Modelo de negocio responsable

- 16 Megatendencias, oportunidades y estrategia
- 19 Relaciones con nuestros grupos de interés
- 23 Análisis de materialidad
- 25 Gestión de riesgos
- 28 Gobierno y gestión de la sostenibilidad
- 30 Ética y cumplimiento
- 31 Gestión de la cadena de suministro

5 Orientación al cliente

- 36 Promesa cliente
- 38 Confianza digital

6 Compromiso con nuestro equipo

- 44 Equipo humano
- 47 Seguridad, salud y bienestar laboral

7 Compromiso con la sociedad

- 49 Inclusión digital e innovación
- 53 Acción social y cultural

8 Compromiso con el medio ambiente

- 59 Medio ambiente
- 62 Economía circular
- 64 Energía y Cambio Climático

9 Anexos

- 68 Premios y reconocimientos
- 69 Tablas de cumplimiento GRI
- 76 Cumplimiento en Derechos Humanos
- 78 Cartas de verificación
- 80 Encuesta
- 82 Créditos

Carta del Presidente



José María Álvarez-Pallete
Presidente Ejecutivo

ESTIMADOS ACCIONISTAS,

Para mí es un gran honor dirigirme a todos ustedes por primera vez como Presidente de Telefónica, cargo que asumí el pasado 8 de abril con el apoyo y confianza del Consejo de Administración de la compañía.

Permítanme que comience expresando mi más profunda gratitud y reconocimiento a César Alierta, mi predecesor en el cargo y artífice de la mayor transformación en los más de 90 años de historia de esta compañía. Gracias a su visión y capacidad de anticipación, Telefónica es hoy un líder mundial, un ejemplo de éxito, liderazgo, crecimiento y rentabilidad.

Comienza una nueva etapa y son muchas las expectativas depositadas en ella. Sepan que mi aspiración es seguir escribiendo la historia de éxito de Telefónica, y continuar con la transformación digital de la compañía. Para conseguirlo, cuento con el mejor equipo del sector, todos los profesionales que forman parte de esta gran empresa.

Esta carta me brinda la oportunidad de hacer una valoración de los resultados obtenidos en el ejercicio 2015 y compartir con todos ustedes algunas reflexiones sobre las perspectivas hacia futuro de Telefónica.

UN AÑO CLAVE PARA CONSOLIDAR LA TRANSFORMACIÓN Y VOLVER AL CRECIMIENTO

En los últimos años, Telefónica ha sentado las bases para capturar el crecimiento potencial del sector, protagonizando una importante transformación que ha permitido que hoy Telefónica sea una compañía que crece.

2015 ha sido un año clave para avanzar en la senda de crecimiento rentable y sostenible a largo plazo, a la vez que hemos mejorado nuestra posición competitiva en los mayores mercados de Europa y Latinoamérica, nuestros mercados estratégicos: España, Alemania y Brasil.

Los frutos del esfuerzo de toda la compañía son evidentes y nos han permitido volver a crecer orgánicamente en las principales magnitudes financieras.

Así, el ritmo de crecimiento de los ingresos se ha acelerado hasta alcanzar el 4% interanual, casi duplicando el conseguido en 2014. Este sólido aumento de las ventas es resultado de la buena evolución registrada en España, el incremento del ingreso medio por acceso por segundo año consecutivo y la firme apuesta por los servicios de datos de mayor valor.

Al cierre de 2015 alcanzamos la cifra de 322 millones de clientes en los países donde operamos, y hemos incrementado nuestros clientes de fibra un 30%, hemos triplicado los de LTE, y hemos aumentado los clientes de

smartphones y TV de pago, un 29% y 12%, respectivamente.

La monetización de los datos ha sido y seguirá siendo la gran palanca para impulsar el crecimiento de los ingresos. Y es especialmente significativo el hecho de que, por primera vez en nuestra historia, en 2015 los ingresos tradicionales – asociados al acceso y a la voz – han representado menos del 50% del total. Esto refleja que estamos hablando de una Telefónica muy diferente, y el núcleo de nuestro negocio es la conectividad.

Asimismo, la compañía ha seguido impulsando diversas iniciativas dirigidas a incrementar la eficiencia. Destacan los ahorros obtenidos por las sinergias de integración de operaciones en Alemania y Brasil, y las eficiencias generadas por el programa de simplificación que se está ejecutando en todos los países. Todo ello ha permitido que en 2015 el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) crezca un 3,6% en términos orgánicos, manteniéndose el margen estable respecto al ejercicio anterior.

En paralelo, en 2015 hemos reforzado nuestras plataformas de activos diferenciales, mejorando nuestro posicionamiento en los mercados clave. Por un lado hemos avanzado en el despliegue de banda ancha ultra rápida para contar con unas redes de altas prestaciones. Así, en España disponemos de la red de fibra hasta el hogar más extensa y con más clientes conectados de Europa; en Brasil hemos alcanzado más de 17

“Los resultados de 2015 han sido muy sólidos y constituyen un excelente punto de partida sobre el que seguir avanzando en nuestra transformación”

millones de unidades inmobiliarias pasadas con fibra; y la penetración de LTE en Europa se sitúa en el 75% y en el 43% en Latinoamérica.

Por otro, estamos transformando radicalmente nuestros sistemas, a través de diversos proyectos puestos en marcha, como los denominados Full Stack. Asimismo, estamos realizando un importante esfuerzo en simplificación y digitalización.

Impulsar las mejores plataformas tecnológicas, incluyendo las de los diversos servicios como televisión, IoT... ha implicado un aumento significativo del volumen de inversión en 2015, hasta los 9.600 millones de euros, incluyendo la adquisición de espectro. Esta cifra representa casi el 17% de los ingresos, alcanzando los niveles más altos de la historia de la compañía.

Al mismo tiempo, el flujo de caja operativo ha vuelto a crecer en términos orgánicos por primera vez en 4 años, incrementándose prácticamente un 2%, a pesar del importante esfuerzo inversor.

Resultado de todo lo anterior, en 2015 hemos incrementado el beneficio neto subyacente por

acción en 22 céntimos de euro, hasta los 1,12 euros. Y, la generación de caja libre por acción, excluyendo espectro, se ha situado en 0,98 euros en 2015, lo que nos permite repartir un dividendo de 0,75 euros por acción, tal y como anunciamos.

Estos resultados suponen cumplir, una vez más, con nuestros compromisos. Unos compromisos que además revisamos al alza en el pasado mes de julio.

En cuanto al apalancamiento de la compañía, puedo decirles que hemos continuado incrementando nuestra flexibilidad financiera, con un ratio de deuda neta sobre OIBDA en 2,38x, asumiendo la venta de O2. Esto nos pondrá en línea con otras telcos del sector que disfrutan de un rating igual o superior al nuestro.

Todo ello permite concluir que los resultados de 2015 han sido muy sólidos y constituyen un excelente punto de partida sobre el que seguir avanzando en nuestra transformación y la captura de las oportunidades que nos brinda la era digital.

Sin duda, 2016 es el año en el que se va a acelerar el crecimiento de Telefónica, apalancando una

mayor monetización de los datos, mientras maximizamos las eficiencias de integración y simplificación e impulsamos nuestras capacidades de innovación y Big data, claves para aprovechar el gran potencial del ecosistema digital.

ATRACTIVA REMUNERACIÓN PARA LOS ACCIONISTAS

Telefónica mantiene un año más su compromiso con la remuneración a sus accionistas, lo que siempre ha sido y sigue siendo una clara prioridad para esta compañía.

Para el año 2016 es nuestra intención proponer un pago de dividendo de 0,75 euros por acción, que distribuiremos en efectivo, condicionado al cierre de la venta de O2 en el Reino Unido. Un primer tramo será pagado en el cuarto trimestre de 2016, conforme al acuerdo propuesto a esta Junta General de Accionistas, y un segundo tramo será distribuido en el segundo trimestre de 2017. Además, y sujeto a la venta mencionada, para el 2016 es intención de la compañía proponer una nueva amortización de autocartera del 1,5%.

Para ello, la compañía propondrá, en su momento, la adopción de los acuerdos societarios oportunos.

La retribución anunciada para 2016 supone una rentabilidad del 7,6% a precios actuales de la acción (9,85 euros a 31/3/2016), lo que implica una de las mayores rentabilidades por dividendo entre las empresas del EuroStoxx 50, y muy por encima de cualquiera de nuestros competidores

del sector. Esta rentabilidad hace de la acción de Telefónica un activo muy atractivo.

UNA NUEVA OLA DE CRECIMIENTO EXPONENCIAL

Vivimos en un contexto de disrupción tecnológica permanente, que no tiene precedentes históricos. La digitalización lo está transformando todo a un ritmo vertiginoso y en el futuro lo va a hacer aún más. El alcance de la tecnología se ha disparado de forma exponencial y su difusión avanza a velocidades aceleradas por todos los rincones del mundo.

No obstante, y a pesar de la magnitud de la transformación vivida hasta ahora, la disrupción digital que se producirá en la próxima década va a traer consigo cambios que, a día de hoy, no somos capaces de imaginar. La llegada del 5G, que posibilitará velocidades y tiempos de respuesta exponenciales; la conexión de todos los objetos a través de sensores, que harán que el IoT tenga un desarrollo extraordinario; la explosión del Big Data, derivada del ingente volumen de tráfico de datos y de información que se comparte; y las incipientes tendencias que se vislumbran, como la realidad aumentada, la realidad virtual y la inteligencia artificial, van a impactar en todos los sectores, transformando radicalmente los modelos de negocio actuales.

Las empresas de Telecomunicaciones estamos en el centro de toda esta disrupción, porque la conectividad es la piedra angular sobre la que pivota todo lo demás.



Desde Telefónica aspiramos a jugar un rol protagonista en el sector, haciendo realidad esta oportunidad digital. Una oportunidad que nos abre nuevas posibilidades de crecimiento en torno a tres olas: la de la conectividad; la ola de los servicios digitales o sobre la conectividad, y los que todavía queda mucho por hacer; y empezando a trabajar en la tercera, la ola del Big data. Por eso hemos construido unas plataformas tecnológicas diferenciales, con una inversión de casi 40.000 millones de euros de 2012 a 2015, que nos ha permitido disponer de las mejores redes de banda ancha ultra rápida, los mejores sistemas y las mejores plataformas de servicios.

Sobre estos activos, estamos construyendo una nueva plataforma de conocimiento del cliente muy ligada al Big Data. Esto sin duda va a suponer una nueva ola de crecimiento exponencial que en Telefónica vamos a liderar. Porque pocos sectores pueden tener un conocimiento de sus clientes tan profundo como el que hoy ya tenemos las empresas de nuestro sector. Este conocimiento nos brinda la posibilidad de construir un nuevo tipo de relación con nuestros clientes, facilitándoles el control de sus datos personales, garantizándoles la visibilidad y el control de su vida digital y asegurándoles transparencia, privacidad y seguridad.

En Telefónica tenemos claro que la vida digital es ya la vida y la tecnología forma parte esencial del ser humano. Nosotros facilitamos las conexiones que dan capacidad de elección a las personas, ofreciéndoles infinitas posibilidades. Esta es nuestra razón de ser y

poniendo el foco en las personas, aspiramos a convertirnos en una OnLife Telco.

Las plataformas diferenciales constituyen los pilares sobre los que vamos a construir nuestro futuro, ofreciendo a los clientes una experiencia diferenciada, y van a permitir a Telefónica seguir creciendo y reforzar nuestro posicionamiento en el ecosistema digital. Un ecosistema que requiere unas reglas de juego equilibradas, que garanticen la sostenibilidad del sector y que aseguren el respeto por los derechos de los ciudadanos, independientemente de quien les preste servicio. Sólo así podremos afrontar con éxito la evolución hacia la nueva economía digital y capturar todo su potencial.

COMPROMISO CON EL PROGRESO

Nuestra compañía siempre se ha caracterizado por su firme compromiso con el desarrollo y progreso de la sociedad. Un compromiso que, más allá del impacto directo e indirecto de nuestro negocio en la creación de riqueza en un país - inversiones, generación de empleo y contribuciones fiscales-, a lo largo de los años se ha materializado a través de diferentes programas e iniciativas.

Destaca nuestra apuesta por la innovación, con una inversión en I+D+i que en 2015 ha alcanzado casi 6.600 millones de euros. Una inversión que se complementa con el apoyo de Telefónica a la innovación abierta, fomentando su alcance a través Open Future. Este programa abarca el conjunto de iniciativas de emprendimiento, innovación e inversión que la compañía desarrolla

para apoyar el talento, y que tan buenos resultados está arrojando desde su lanzamiento.

Todos estos esfuerzos posicionan a Telefónica como un referente en innovación en el sector y en los países en los que estamos presentes.

Asimismo, me gustaría destacar el foco de la compañía, a través de la Fundación Telefónica, en la educación digital y que nos ha permitido situarnos como la tercera empresa del mundo en inversión educativa. Porque somos conscientes de que la educación es el instrumento más poderoso para reducir la desigualdad y sentar las bases de un crecimiento sostenido de la sociedad.

Para terminar, quisiera señalar que en Telefónica estamos convencidos de impulsar un modelo de negocio responsable, capaz de generar confianza en nuestros clientes, inversores, empleados y accionistas, y, en la sociedad en su conjunto.

Esta relación de confianza adquiere una mayor relevancia en el nuevo mundo digital. Un mundo donde los cánones tradicionales quedan superados y se necesitan nuevas reglas y se requiere valores.

Valores para dar respuesta a las demandas e inquietudes de nuestros stakeholders. Valores muy claros sobre qué vale y qué no vale, en qué creemos y cómo nos comportamos.

Todo esto exige ser mucho más ambiciosos, ser más valientes y muy exigentes. Telefónica tiene que ser una compañía confiable -garante de la

seguridad y privacidad de los clientes-, retadora en su transformación y con una mentalidad abierta para interactuar con el entorno. Estos son nuestros valores.

Señores accionistas, tengo el firme convencimiento de que con nuestra visión, estrategia y valores vamos a alcanzar todas las metas que nos marquemos. En Telefónica no nos conformamos con lo logrado hasta la fecha y aspiramos a más para seguir escribiendo la historia de éxito que hoy por hoy ya es esta compañía. Éxito logrado gracias al esfuerzo y dedicación de todos los profesionales que forman parte de esta empresa.

Antes de finalizar, en mi nombre y en el del Consejo de Administración, les agradezco todo el apoyo y la confianza que nos brindan, especialmente en esta nueva e ilusionante etapa. No me cabe la menor duda de que juntos vamos a seguir haciendo de Telefónica una gran compañía, y cada día más, motivo de orgullo.

Muchas gracias,

José María Álvarez-Pallete
Presidente Ejecutivo

Carta del CEO CAM



Osman Rodríguez

CEO Telefónica CAM

En **Telefónica Centroamérica** estamos convencidos de que la mejor forma de hacer negocio es basando nuestra gestión con principios y valores para la ejecución de nuestra misión y estrategia corporativa.

Este informe de Sostenibilidad resume las iniciativas e indicadores más relevantes de nuestra gestión en materia de sostenibilidad inherentes al desarrollo económico, medioambiental y social.

Desde hace tres años, en **Telefónica Centroamérica** venimos experimentando procesos de transformación necesarios para alcanzar objetivos regionales comunes. Uno de los proyectos que iniciamos con gran decisión y

empuje ha sido **FullStack**, el cual representa el reto más importante que ha tenido Telefónica Centroamérica en toda su historia, que será clave para convertirnos en una Onlife Telco en los próximos años. FullStack nos permitirá contar con procesos estandarizados en los 5 países están basados en las mejores prácticas para el sector Telco, brindando flexibilidad y robustez a nuestras operaciones pero ante todo, asegurará la mejor experiencia para nuestros clientes a través de todos los medios de contacto.

Reafirmando nuestra **misión**: Brindar la mejor experiencia para nuestros clientes e impulsar el desarrollo digital en Centroamérica, para buscar elevar los niveles de confianza de la sociedad en Telefónica. Así lo demostramos año tras año a través de los resultados financieros que, generados de manera ética y responsable nos permiten seguir creando empleo, invirtiendo en infraestructura e incorporando a más de **12 millones de clientes** al mundo digital

Desde **Telefónica Centroamérica** seguiremos demostrando con acciones por qué somos un actor empresarial confiable y poniendo a disposición toda nuestra capacidad institucional para lograr que el acceso, la confianza y el crecimiento digital de la región se reflejen en la evolución de las políticas públicas y en el desarrollo de todos los sectores.

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 padres y profesores. La familiaridad de las personas menores de edad con la tecnología no es ajena a nadie. Son el ejemplo más claro de cómo ha cambiado nuestra forma de vivir, interactuar, trabajar, compartir e incluso aprender. En Telefónica somos muy conscientes de esta transformación y por ello, para nosotros es fundamental contribuir para facilitar a niños y jóvenes un acceso seguro a los servicios digitales y asegurar que tanto padres, como educadores y los propios niños y jóvenes saquen el máximo provecho de estas herramientas y, además, lo hagan de manera responsable.

Cada año el impacto de la **Fundación Telefónica** deja huellas en la región centroamericana a través de proyectos que contribuyen a la mejora de la calidad educativa preparando a miles de educadores, jóvenes y niños, transformando su manera de ver la educación y abriendo oportunidades en el gran universo digital.

Este impacto positivo en la educación le ha permitido a Telefónica, situarse dentro de las primeras empresas de la región en inversión educativa. Porque somos conscientes de que la educación es el instrumento más poderoso para

reducir la desigualdad y sentar las bases de un crecimiento sostenido de la sociedad.

Reforzamos nuestros **Principios de Actuación** con diferentes acciones para tener un mismo discurso dentro y fuera de Telefónica, donde presentamos los valores para dar respuesta a las demandas e inquietudes de nuestros stakeholders. Valores muy claros sobre qué vale y qué no vale, en qué creemos y cómo nos comportamos.

Nuestro éxito en los proyectos que gestionamos vinculado a la estrategia de la empresa lo hemos logrado gracias al esfuerzo y dedicación de todos los **profesionales** que forman parte de esta empresa.

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.

Osman Rodríguez

CEO Telefónica Centroamérica



Perfil y valores de la Compañía

Telefónica es una de las mayores compañías de telecomunicaciones del mundo por capitalización bursátil y número de clientes. Apoyándonos en las mejores redes fijas, móviles y de banda ancha, así como en una oferta innovadora de servicios digitales y la economía de datos, nuestra Compañía se posiciona de forma favorable para dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes y capturar el crecimiento en nuevos negocios.

Somos sensibles a los nuevos retos que exige la sociedad actual y, por eso, ofrecemos los medios para facilitar la comunicación entre las personas, proporcionándoles la tecnología más segura y de vanguardia.

Trabajamos cada día con un espíritu innovador y con un inmenso potencial tecnológico que multiplica la capacidad de elegir de nuestros clientes en un mundo en el que la tecnología forma parte esencial del ser humano.

La operación de Telefónica en Centroamérica es totalmente privada y cuenta con un

socio accionista del 40% de los activos de Guatemala, El Salvador, Nicaragua y Panamá: Corporación Multi-Inversiones. Esta adquisición se instrumentó a través de la creación de una sociedad conjunta en la que Telefónica aportó todos sus activos.

MARCAS ASOCIADAS AL GRUPO

Telefónica es la marca institucional, que nos representa globalmente frente a los empleados, accionistas, instituciones y proveedores. Los clientes nos identifican a través de la marca Movistar.

Fundación Telefónica es la organización sin ánimo de lucro que canaliza la acción social y cultural del Grupo Telefónica.

Ofrecemos los medios para facilitar la comunicación entre las personas, proporcionándoles la tecnología más segura y de vanguardia

Ingresos netos durante
el ejercicio 2015

23,961

MILLONES DE DÓLARES

Empleados directos al 31
de diciembre de 2015

1,675

EMPLEADOS

Países en los
que operamos

5

EN CENTROAMÉRICA



Principales magnitudes 2015



Indicadores no financieros

TABLA DE SEGUIMIENTO DE INDICADORES NO FINANCIEROS DE TELEFÓNICA CAM

Económicos	Unidad	2015
Impacto en comunidades		
Nº de empleos directos	Personas	1,675
Compras adjudicado localmente	Porcentaje	59%
Contribución tributaria global: impuestos soportados ⁽¹⁾	Millones de dólares	44
Contribución tributaria global: contribución total ⁽²⁾	Millones de dólares	101.70
Cliente		
Índice de satisfacción del cliente	Puntos sobre 10	8.73
Anticorrupción		
Nº empleados activos formados	Personas	1,675

Sociales	Unidad	2015
Impactos internos (RRHH)		
Nº empleados totales al cierre del periodo	Personas	1675
Turnover voluntario	Porcentaje	43%
Empleados menores de 30 años	Porcentaje	7%
Porcentaje de mujeres en plantilla (gerentes, jefes, expertos)	Porcentaje	23%
Porcentaje de mujeres directivas	Porcentaje	11%
Índice de clima laboral total	Puntos sobre 100	88
Nº de horas de formación		327,207
Impactos externos		
Cientes prepago móvil	Miles	11,502,339
Inversión en acción social + cultural Fundación / Patrocinios	Millones de dólares	5,354

Ambientales	Unidad	2015
Residuos		
Residuos internos gestionados (operaciones, oficinas)	Toneladas	208.43 ⁽¹⁰⁾
Residuos cliente (reciclaje y reúso)	Porcentaje	97% ⁽¹¹⁾
Energía		
Consumo total de energía	mwh	125,873
Emisiones de GEI		
Emisiones directas (alcance I)	tCO ₂ eq	3,794
Emisiones indirectas (alcance II)	tCO ₂ eq	29,656
Consumos		
Agua	Miles de m ³	33,797



2

Gobierno corporativo



Comité Ejecutivo

El Comité Ejecutivo de Telefónica CAM pretende dar más visibilidad a las operadoras locales, acercándolas al centro de decisión, y reforzar las áreas transversales para mejorar la flexibilidad y la agilidad en la toma de decisiones. La organización gira en torno a un equipo directivo que tiene como principal visión definir la estrategia y monitorizar la evolución de los negocios.



Osman Rodríguez
CEO Telefónica CAM

Humberto Pato Vinuesa
Director País
Guatemala



Javier Soriano
Director País
El Salvador



Juan Manuel Argüello
Director País
Nicaragua



Jorge Abadía
Director País
Costa Rica



Isaac Suárez
Director País
Panamá



Juan Diego Pérez
Director de Planificación
Estratégica, Desarrollo de
Negocios y PMO CAM



Sergio Arroyo
Dirección de Finanzas
CAM



Vicky Riaño
Directora de Fundación
Telefonica y RC CAM



Daniel Delizante
Director de Tecnología,
Operaciones y
Sistemas CAM



Fernando Miño
Director de Auditoría
Interna e Intervención
CAM



José Labrado
Dirección de Recursos
Humanos CAM



Mario Torres
Secretaría
General CAM



Johanna Escobar
Directora de
Experiencia de Clientes
CAM



Rafael Cisneros
Director de
Empresas CAM



3

Contribución al progreso_



Impactos económicos

Somos uno de los motores de progreso económico más relevantes de las comunidades en las que estamos presentes.

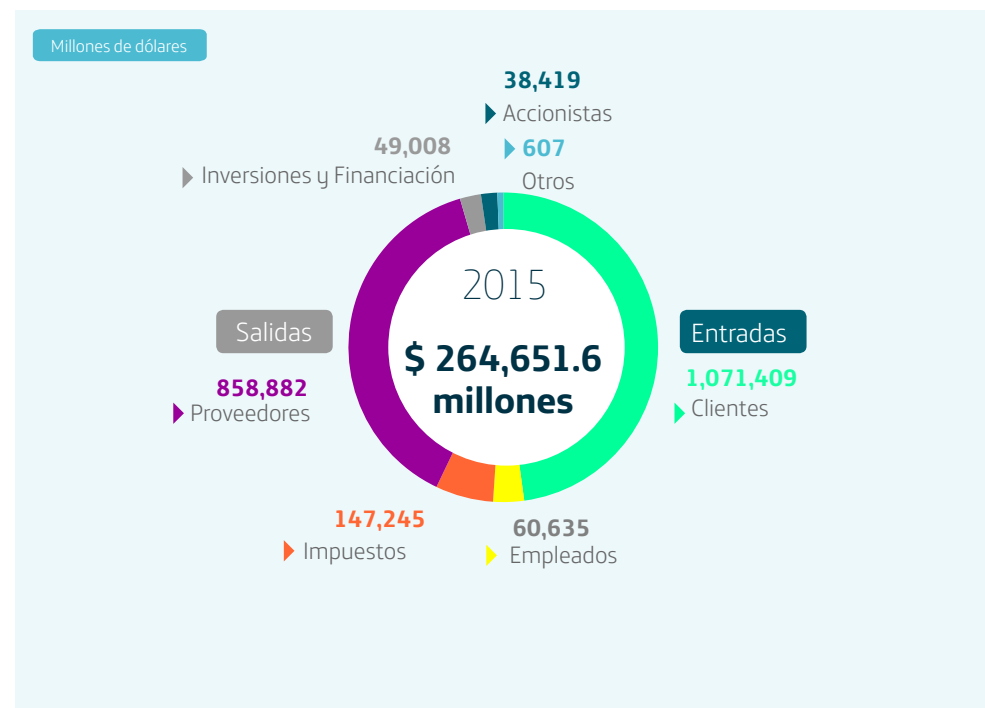
Somos, por tanto, un gran potenciador de la economía de estas comunidades, tanto de manera directa como por la capacidad de generar un efecto multiplicador de riqueza gracias a nuestra actividad.

IMPACTOS EN EL EMPLEO

Telefónica Centroamérica es también un gran motor de creación de empleo directo e indirecto. En concreto, en el 2015 contribuyó al empleo de El Salvador, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua y Panamá con más de 4,500 personas. De esta manera, por cada persona que contratamos para nuestra plantilla, generamos 8.5 empleos adicionales en Centroamérica.

CASH FLOW SOCIAL

En Telefónica Centroamérica los ingresos que captamos, tanto por nuestras actividades con clientes como por las desinversiones, se distribuyen como aportación a la sociedad en diversos conceptos: los sueldos de los empleados, los impuestos a fisco, los pagos a nuestros proveedores, y los efectos netos con entidades financieras derivados del servicio de la deuda de otras operaciones de caja.



Por cada empleado
que contratamos
generamos

8.5

empleos adicionales
en los países donde
operamos

Impuestos

El actual entorno económico ha puesto en el centro del debate la aportación tributaria de las grandes multinacionales. En Telefónica tenemos el compromiso de actuar con responsabilidad fiscal en la gestión de los negocios y cumplir con todas las obligaciones fiscales en todos los territorios en los que operamos y de manera transparente.

Con el objetivo de aumentar la transparencia, hemos desarrollado los Principios de Negocio Responsable en materia de cumplimiento tributario, por lo que nos comprometemos a actuar con honestidad y respeto por la ley en la gestión de los asuntos fiscales.

En esta línea, en Telefónica no utilizamos estructuras societarias con la finalidad de encubrir o reducir la transparencia de nuestras actividades frente a las autoridades fiscales o a cualquier otro interesado..

IMPUESTOS EN 2015

En 2015, nuestra contribución tributaria total (CTT) ha ascendido a 125.009 millones de dólares (54,103 millones en impuestos soportados y 70.906 en impuestos recaudados)¹⁾.

DESGLOSE DE LA CONTRIBUCIÓN TRIBUTARIA GLOBAL DE TELEFÓNICA EN 2015

Millones de dólares

PAÍS	Impuestos soportados ⁽²⁾	Impuestos recaudados ⁽³⁾	Contribución total ⁽⁴⁾
NICARAGUA	25,494	26,780	52,274
PANAMÁ	14,319	13,747	28,067
EL SALVADOR	9,095	17,838	26,933
GUATEMALA	5,195	12,540	17,734
TOTAL	54,103	70,906	125,009



(2) Impuestos soportados: aquellos impuestos pagados por Telefónica a las administraciones de los distintos estados en los que opera y que han supuesto un coste efectivo para la Compañía.

(3) Impuestos recaudados: aquellos impuestos gestionados por Telefónica que han sido ingresados por cuenta de otros contribuyentes como consecuencia de la actividad económica de la Compañía; es decir, son ingresos tributarios que se obtienen gracias al valor económico generado por la misma.



4

Modelo de negocio responsable_

Megatendencias, oportunidades y estrategia

Nos encontramos en un mundo en constante movimiento y evolución, en el que las fronteras son cada día más difusas. Fenómenos como el cambio climático o la inmigración, a la par que la economía, la educación o la sanidad, son hoy más globales que nunca. Lo que ayer era futuro hoy es una realidad.

La transformación tecnológica está en todos los ámbitos de nuestra vida. Y es que la conectividad y la digitalización han logrado transformar la sociedad y la economía, convirtiéndose en dos elementos esenciales y diferenciadores en un mundo que es cada vez más global, abierto y digital.

Precisamente en este sentido, encontramos seis grandes megatendencias, estrechamente relacionadas entre sí, que cambiarán nuestra vida y que marcarán los distintos sectores industriales los próximos años y en el que la tecnología tiene un papel indiscutible. El uso cada vez mayor de los dispositivos móviles, junto a la proliferación de los datos y donde la transformación digital son algunas de las claves para el cambio de comportamiento del mercado en la mayoría de las industrias. Las nuevas tecnologías actúan transversalmente en la sociedad, la economía y nuestro día a día convirtiéndose en facilitadores del cambio.

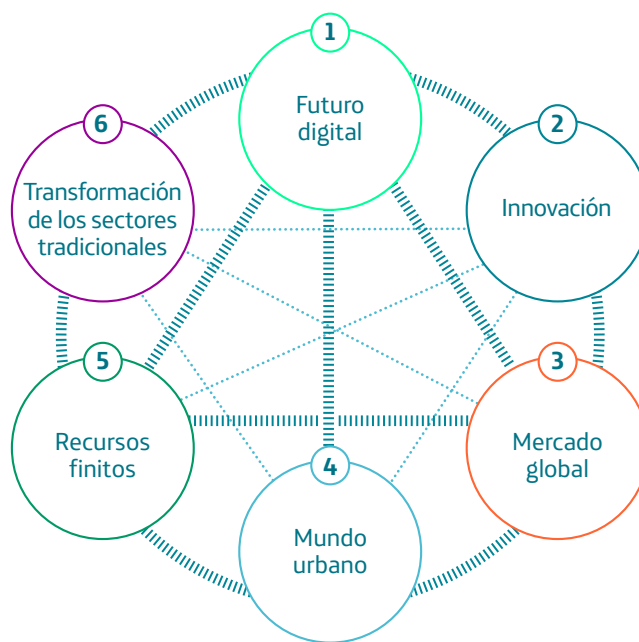
El futuro digital, así como el auge de la innovación o la globalidad del mercado,

impactan profundamente en las economías. Por otro lado, algunas de las tendencias suponen, además, un reto importante para la sostenibilidad de los negocios, como la urbanización del planeta, la escasez de materias primas o la transformación de los sectores tradicionales.

No obstante, debemos tener en cuenta que en la actualidad ya no se busca solamente que las compañías sean sostenibles, sino que se quiere dar respuesta a las necesidades básicas de la sociedad. Buen ejemplo de esto es la Agenda 2030 para el desarrollo sostenible, que contiene 17 objetivos para los cuales las nuevas

tecnologías pueden ser un motor de progreso y un habilitador para alcanzar estos retos.

El sector tecnológico continúa ganando cuota de mercado en el PIB mundial y hace que la tecnología juegue un papel más importante en la vida de las personas, permitiéndoles el



► **1. Futuro digital:** La digitalización está cambiando la economía y ofrece nuevos retos y oportunidades.

► **2. Innovación:** Pone de manifiesto la necesidad de apoyo a ecosistemas de innovación abierta.

► **3. Mercado global:** Se crean nuevos patrones de comercio e inversión.

► **4. Mundo urbano:** Su expansión hace necesaria una planificación sostenible de las ciudades del futuro.

► **5. Recursos Finitos:** La creciente demanda impulsa la innovación en este ámbito.

► **6. Transformación de los sectores tradicionales:** Las nuevas tecnologías transforman los tradicionales sectores de la economía.

===== Más interactivo

..... Menos interactivo

acceso a productos y servicios que suponen una mayor eficiencia y el logro de los procesos de desarrollo económico y social. La conectividad cobra así una mayor relevancia en la que, en líneas generales, detectamos tres grandes tendencias en torno a los tres tipos de convergencia que demandan nuestros clientes:

► **Convergencia Fijo + Móvil:** Nuestros clientes quieren soluciones completas que cubran todas sus necesidades de conectividad, tanto en casa como en la oficina o cuando se encuentran en movilidad. Esto se traduce en una mayor inversión en infraestructuras y la proliferación de paquetes 4-Play.

► **Convergencia entre Telecomunicaciones, Internet y Media:** Los contenidos se ofrecen a través de aplicaciones que funcionan sobre nuestras redes. En concreto, el consumo de vídeo se está convirtiendo ya en la aplicación con mayor demanda de tráfico, lo que lo convierte en un elemento fundamental de los paquetes comerciales que vendemos.

► **Convergencia entre Redes e IT:** La tecnología Cloud empieza a permitir que las funciones de Red se virtualicen para ganar eficiencia y flexibilidad operativa. Esto nos permite evolucionar hacia nuevas arquitecturas de Red, más intensivas en software. Esto supone una ventaja competitiva, dado que favorece a grupos con escala, como nosotros, capaces

de extraer sinergias entre diferentes operadoras locales.

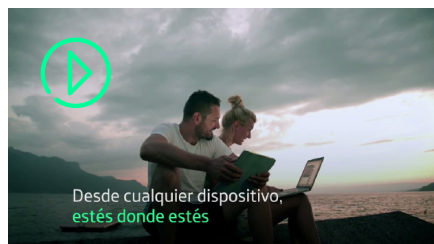
Además de esto, cada vez más, se están eliminando las barreras de entrada a los mercados. Como consecuencia, las fronteras entre productos y servicios están desapareciendo y los ciclos de vida de los mismos se acortan, incrementando las expectativas de los clientes.

El desarrollo social, como fruto de la revolución digital, será exponencial. Un nuevo mundo de oportunidades se abre para todos y en cualquier lugar. Un mundo mejor, un mundo por descubrir, del que nos beneficiaremos y compartiremos todos.

En esta nueva era la conectividad es esencial. Si miramos a nuestro alrededor, comprobamos

MÁS INFORMACIÓN

Vea el vídeo 'Telefónica es una Onlife Telco: la conectividad está en nuestro ADN'.



que el mundo en que vivimos se define por un concepto: conexiones. Soportado por la tecnología y abierto a múltiples posibilidades y aplicaciones. En el que todos y todo estará conectado, con una conectividad excelente; los servicios del futuro son ilimitados.

Para Telefónica es una oportunidad ser el facilitador de estas conexiones a través de la conectividad, y permitir a las personas hacerse con el control de su vida digital poniendo los datos a su disposición.

ESTRATEGIA DE NEGOCIO

Nuestro plan estratégico contempla 6 elementos clave: tres objetivos principales –conectividad excelente, oferta integral y valores y experiencia de cliente– y tres habilitadores –Big Data e innovación, digitalización extremo a extremo y asignación de capital y simplificación– que son nuestras herramientas para alcanzar la transformación de la Compañía.



Queremos crear, proteger e impulsar las conexiones de la vida para que las personas puedan elegir un mundo de posibilidades infinitas

**Conectividad excelente:**

En una era de crecimiento exponencial de apps, servicios y terminales, tenemos que aprovechar las infraestructuras que nos diferencian de nuestros competidores, proporcionando la mejor experiencia de cliente e invirtiendo para asegurar una conectividad excelente. Es lo que nuestros clientes esperan de nosotros, sin conformarse con menos.

Las personas quieren estar siempre conectadas, desde cualquier lugar, con independencia del dispositivo y disfrutando de la máxima calidad. Gracias al esfuerzo realizado en los últimos años para transformar nuestras redes y sistemas de soporte operativo y de negocio, desde Telefónica ponemos foco para cumplir con las expectativas de nuestros clientes.

Oferta integrada:

Debemos facilitar la vida digital de nuestros clientes a través de los mejores productos, servicios y contenidos, mediante una oferta sencilla e integrada que sea atractiva y fácil de entender.

Estamos en una posición privilegiada debido a nuestros activos diferenciados y capacidad de ejecución (conocimiento del cliente, propuesta de valor, alcance global, red de socios, ecosistema de innovación y experiencia interna de transformación). Nuestra oferta integrada se compone de un amplio rango de productos y servicios que se anticipan y adaptan a las necesidades de nuestros clientes, gracias a propuestas personalizadas tanto para los individuos como para las empresas.

Valores y experiencia de cliente:

La conectividad y la oferta no son suficientes si no las acompañamos de una experiencia diferencial, reforzando nuestros valores de marca y defendiendo los intereses de nuestros clientes, colocándolos en el centro de nuestro negocio. Queremos que estén cada vez más satisfechos gracias a una experiencia única a nivel transaccional y emocional.

Apostamos por la confianza digital, dando al cliente el control de su vida digital, una Internet abierta en la que todos sean libres de elegir su experiencia digital y la accesibilidad digital asegurando el ingreso a la vida digital con la mejor tecnología sin dejar a nadie fuera.

Big Data e Innovación:

Tras poner en valor la conectividad, damos un paso más y otorgamos valor añadido a los datos para ofrecer a nuestros clientes servicios más acordes a sus necesidades. El Big Data es la clave para conocerlos mejor, pero también para optimizar nuestros recursos y operaciones.

Estamos transformándonos en una nueva Compañía, entregando a nuestros clientes sus propios datos para que tengan el control de los mismos y decidan cómo vivir su vida digital.

Además, promovemos la innovación interna –que está en nuestro ADN–, la externa y el emprendimiento para desarrollar servicios sostenibles que impacten de forma positiva en nuestra sociedad.

Digitalización Extremo a Extremo:

Nuestra cadena de valor debe ser totalmente digital para convertirnos en una Compañía en tiempo real, automatizada y convergente. Cada aspecto del negocio tiene que ser digital: la automatización de todos los procesos y experiencia del cliente, la captura de datos y la capacidad de ofrecer una propuesta de valor diferencial. La digitalización ya no es una opción, es una realidad.

La transformación de los procesos, las políticas y los sistemas son la piedra angular de la digitalización así como un facilitador de otras de nuestras prioridades.

Asignación de capital y simplificación:

Una asignación óptima de los recursos nos permite continuar avanzando en nuestra transformación, financiar el crecimiento, eliminar complejidades y cumplir con nuestras metas. Nuestra visión es muy ambiciosa y requiere una inversión continua de capital para incrementar nuestras capacidades.

Por lo tanto, tenemos dos objetivos financieros básicos:

- Crecimiento rentable optimizando la asignación de capital: tener la mejor cartera de activos, ejecución de sinergias y optimización de la inversión y la simplificación.
- Cumplir los compromisos financieros: balance sólido, rentabilidad para los accionistas y flexibilidad financiera.

En Telefónica elegimos crecer. Crecer de forma rentable, manteniendo la flexibilidad financiera y generando valor.

Relaciones con nuestros grupos de interés_

La interacción directa con nuestros grupos de interés es fundamental para la gestión de nuestra Compañía. Esta relación nos permite identificar qué aspectos consideran más relevantes y las nuevas tendencias en el ámbito de la sostenibilidad. En base a este diálogo, establecemos nuestros objetivos, definimos el plan estratégico y, además, evaluamos nuestra capacidad de respuesta a las expectativas de la sociedad.

ESTRATEGIA DE DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS

Objetivo: Focalizar nuestra actuación en las necesidades reales y expectativas de nuestros grupos de interés **permitiendo la alineación entre sostenibilidad y negocio.**

1. Selección de nuestros grupos de interés clave.
2. Definición modelo de *engagement*:
 - ▶ Diálogo especializado
 - ▶ Monitorización periódica
 - ▶ Colaboración para retos comunes.
3. Identificación de brechas de percepción y desempeño.
4. Evaluación de las acciones.



1. Mapa global.
2. Identificación de aspectos materiales.
3. Priorización de grupos de interés clave.

1. Identificación de asuntos materiales clave para el negocio.
2. Identificación de aliados internos y *engagement* externo.
3. Establecimiento de objetivos y líneas de acción para alcanzar los objetivos.

DIÁLOGO, COMPROMISO E INTERACCIÓN ENTRE TELEFÓNICA Y SUS GRUPOS DE INTERÉS

Clientes



Metodología: Mediante los canales de diálogo que establecemos en el momento de la venta, y gracias a los servicios de atención al cliente, del seguimiento de la satisfacción, así como de las direcciones de marketing y estudios de mercado, focus group con grupos de interés, conocemos la experiencia de consumo, necesidades y expectativas sobre nuestros productos y servicios. Para clientes residenciales contamos con canales de atención entre los cuales están: call center 24 horas por 7 días a la semana, Mi Movistar app, perfiles en Twitter y Facebook de Movistar de cada operación de CAM, los cuales gestionaron 544,543 consultas de clientes.

Algunos ejemplos de compromiso e interacción con clientes:

- ▶ Para clientes residenciales contamos con canales de atención al cliente, entre los cuales están: call center 24 horas por 7 días a la semana, Mi Movistar app, perfiles en Twitter y Facebook de Movistar de cada operación de CAM, entre otros..
- ▶ En el ámbito de los grandes clientes empresariales y multinacionales, además de nuestra división de **Business Solutions** cabe destacar el Tic Forum que se realiza uno en cada país de CAM.

Este año además cobra especial relevancia por la participación activa de los clientes en la nueva definición de nuestro nuevo Programa de Compañía 'Elige Todo'. Durante casi dos años entrevistamos a más de 3.000 consumidores en 12 países y hemos llevado a cabo cerca de 72 *focus group* para profundizar en los aspectos más importantes para nuestros clientes. Gracias a este trabajo, hemos definido la nueva estrategia de la Compañía.

Empleados



Metodología: Potenciamos el uso de la red interna Yammer – que cuenta con 89.000 miembros (14.000 usuarios más que el pasado año) y 550 comunidades activas de media al mes en la Red de la Compañía – tanto como herramienta de comunicación como de consulta.

Esta red ha sido una herramienta clave para facilitar el diálogo y debate previo al lanzamiento del nuevo programa de Compañía. El evento fue seguido a través de Yammer por más de 4.000 personas.

Buenas prácticas: Durante la cumbre de directivos de 2015, Twitter también tuvo un papel especial entre nuestros empleados y cerca de 2.000 personas dieron un 'like' a los mensajes lanzados; además, el *hashtag* #Modoencuentro fue *trending topic* en Twitter en Latinoamérica.

Proveedores



Metodología: El área de Compras tiene un diálogo continuo con nuestros principales proveedores, promueve la búsqueda de soluciones conjuntas con áreas internas que demandan el producto y/o servicio. La implicación de los proveedores es clave, especialmente en procesos donde el contacto con nuestros clientes se realiza directamente por nuestros proveedores. Ejemplo de esto es el caso de la atención técnica y comercial que en muchos países es prestada en cerca del 80% por empresas proveedoras.

Algunos ejemplos de compromiso e interacción:

- ▶ **Workshops de Energía y Cambio Climático** organizados anualmente por Telefónica y a la que asisten algunos de nuestros principales proveedores.



Organizaciones sectoriales



Metodología: Participamos activamente en foros y asociaciones que debaten sobre las distintas temáticas que afectan a nuestro sector, a fin de mejorar las mediciones, estandarizar indicadores y compartir las mejores experiencias.

Algunos ejemplos de compromiso e interacción: GSMA, Consejo Superior de la Empresa Privada, Entes regulatorios, Cámara de Comercio Española, Cámara de Comercio. En éstas instituciones tenemos participación en cada uno de los países CAM, UNIRSE, CENTRARSE, SUMARSE, FUNDEMAS, AED..

Organizaciones internacionales



Metodología: El diálogo se articula principalmente por geografías, agrupando a los diferentes interlocutores según su ámbito de acción (local, regional, nacional y global). 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.

Algunos ejemplos de compromiso e interacción: Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, Global Compact, OIT, SIECA, PNUD, OIT, Unicef y Cruz Roja.

Organizaciones no gubernamentales



Metodología: Articulamos el diálogo sobre todo localmente, para así dar respuesta a las necesidades de las comunidades donde operamos. El diálogo con estas organizaciones es continuo.

Algunos ejemplos de compromiso e interacción: ALDEA SOS, Fundación Samuel (Managua), Fundación Pantaleón, NICA FRANCE, Instituto Nicaragüense de Desarrollo Empresarial, Instituto de Promoción Humana-INPRHU Somoto, Fundación Teletón, Fundación XI Síndrome de Down, Asociación de Ciegos de Nicaragua "Marisela Toledo", Asociación de Sordos, Fundación Dúo Guardabarranco, Asociación Nacional de Sordos de Nicaragua-ANSNIC, Empresarios por la Educación, FUNDESA, Fundación Juan Bautista Gutiérrez, Tec de Guatemala, FUNSEPA, Fe y Alegría, Patronato de Nutrición, Fundación Natura, Fundación Gabriel Lewis Galindo, Casa Esperanza, Funsal, World Vision Costa Rica, Cooperativa Sulá Batsú, Fundación Omar Dengo, Lifting Hands, ProParques.

CANALES DE TELEFÓNICA EN LAS REDES SOCIALES



Mantener informados a nuestros grupos de interés y dialogar con ellos es una de nuestras metas en el entorno 2.0. Durante 2015 se ha trabajado en la integración de la nueva web corporativa –www.telefonica.com, que recibió 3.215.347 visitas con el objetivo de contener

toda la información de la Compañía en un mismo portal. En esta línea, también hemos simplificado los canales en redes sociales y blogs para responder mejor a las inquietudes de los clientes y a las últimas tendencias tecnológicas.



ALGUNAS DE LAS ASOCIACIONES CON LAS QUE TELEFÓNICA PARTICIPA EN MATERIA DE RESPONSABILIDAD CORPORATIVA



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



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

ASOCIACIONES CON LAS QUE TELEFÓNICA PARTICIPA EN TEMAS DE RSE EN CENTROAMÉRICA.



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



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



El Salvador



Costa Rica



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).



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



Guatemala



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.



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.



Panamá



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.



Nicaragua

Análisis de materialidad

Gracias a la relación con nuestros grupos de interés hacemos posible la alineación entre sostenibilidad y negocio. Eso nos permite identificar las materias a las que debemos dar respuesta, conocer la percepción acerca de la Compañía, en qué medida estamos respondiendo a las expectativas. Esto nos permite orientarnos hacia lo que realmente es importante para ellos, facilitando así la transparencia.

Partimos del análisis de materialidad, específico para toda la cadena de valor del hipersector de las nuevas tecnologías, diseñado por el Global e-Sustainability Initiative (GeSI) y que 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. Implicamos a todos los grupos de interés que se relacionan con la Compañía para que nos ayuden a preseleccionar estos puntos materiales con impactos clave en nuestra actividad.

DIÁLOGO ESPECIALIZADO: PANEL ASESOR DE SOSTENIBILIDAD

Grupo independiente de expertos que:

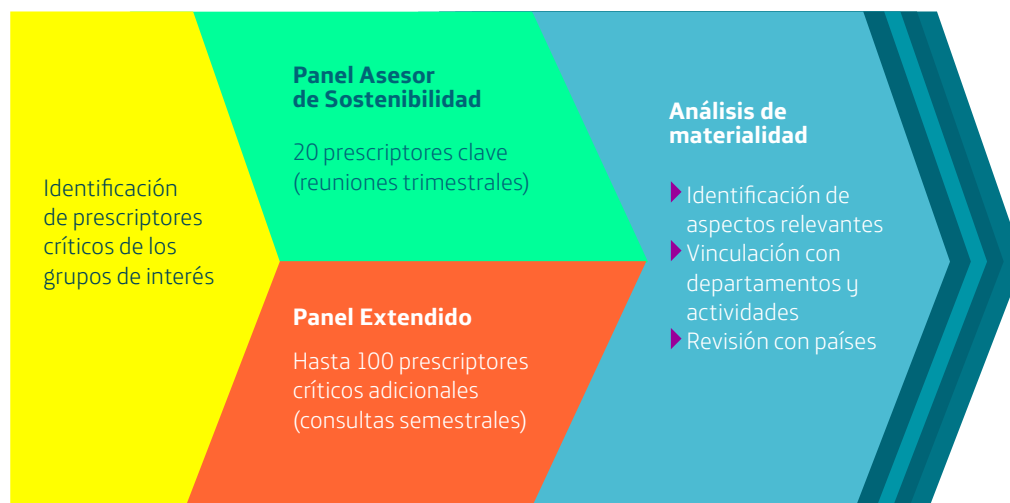
- ▶ **Representan a nuestros principales grupos de interés.**
- ▶ **Proporcionan un punto de vista externo e independiente en materia de sostenibilidad.**

Doble objetivo:

- ▶ **Hacer tangibles las expectativas** de los grupos de interés con un proceso estructurado de diálogo.
- ▶ **Activar** aspectos clave señalados que se encuentren en nuestra matriz de materialidad y recomendaciones anuales.

Proceso

2016

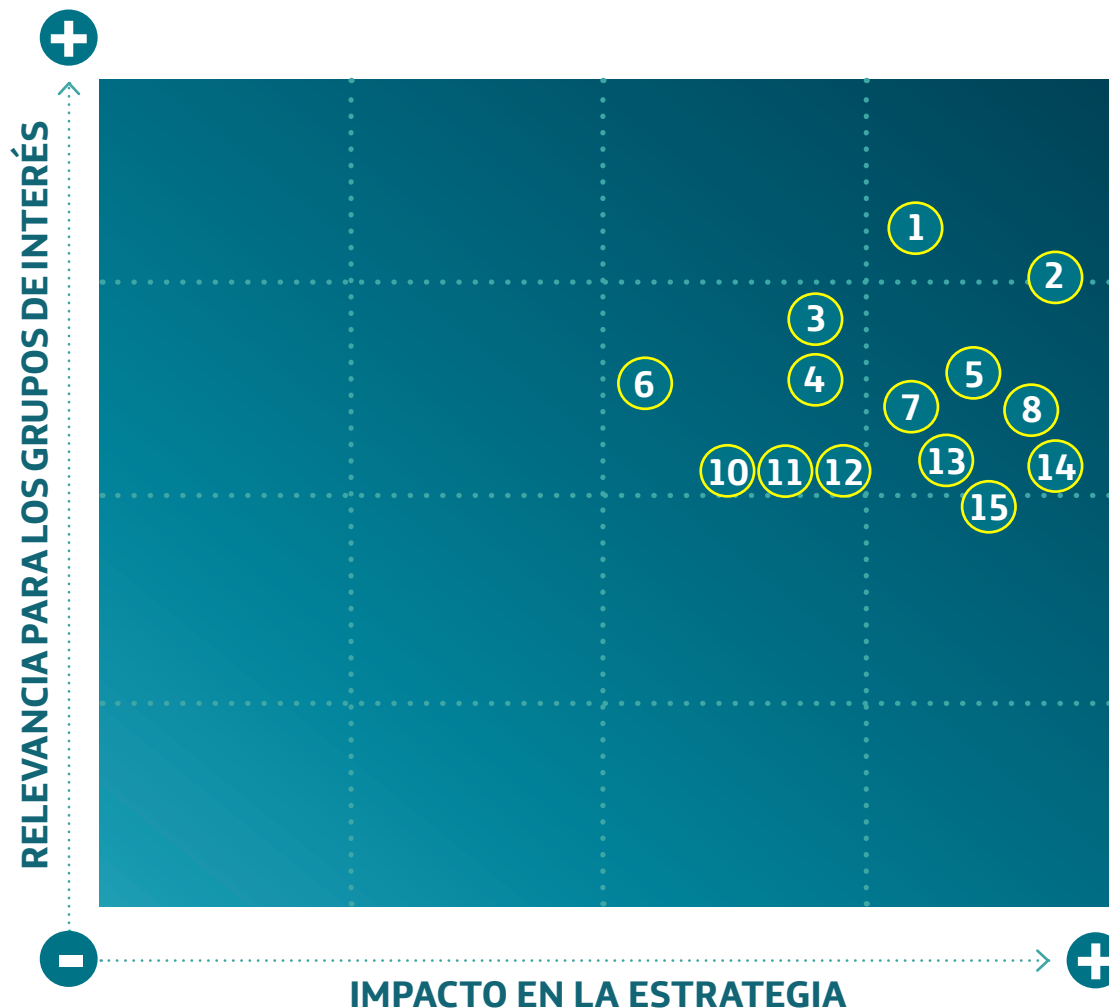


Resultados

- ▶ Plataforma de diálogo.
- ▶ Proceso estructurado y aportaciones a nuestro análisis de materialidad.
- ▶ Informes trimestrales.
- ▶ Pulso global semestral.
- ▶ Informe Anual: recomendaciones y tendencias.

Matriz de Materialidad de Telefónica Centroamérica

Identificamos a través del análisis de materialidad los 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.



Gestión de riesgos

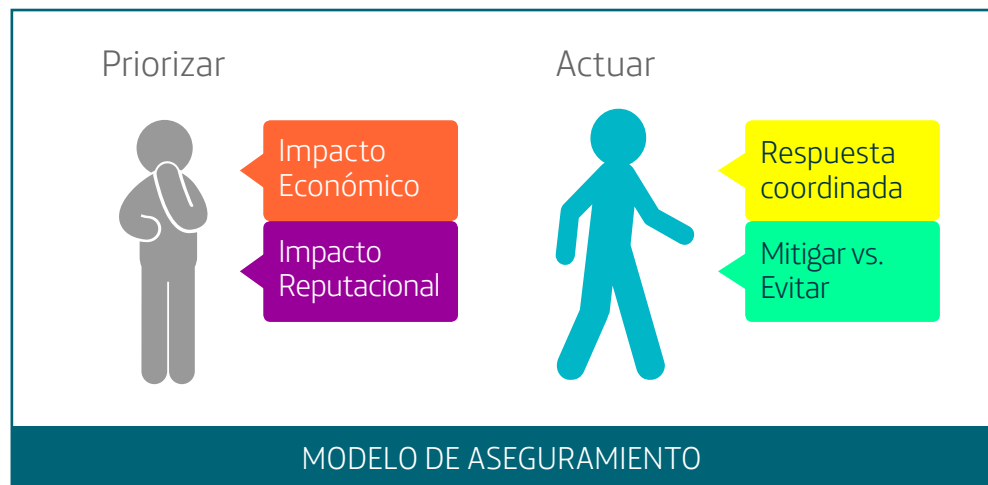
Los riesgos son inherentes a todos los negocios y actividades empresariales. Su identificación y eficaz aseguramiento, contribuye a la consecución de nuestros objetivos del negocio y a afianzar el compromiso de la organización con sus accionistas, clientes y otros grupos de interés.

En Telefónica disponemos de un modelo implantado de forma homogénea en las principales operaciones del Grupo, para que

los responsables de la Compañía, en su ámbito de actuación, realicen una oportuna identificación, evaluación, respuesta y seguimiento de los principales riesgos.

A través del Modelo Integrado de aseguramiento y gestión de los riesgos, inspirado en las mejores prácticas, se facilita la priorización y el desarrollo de actuaciones coordinadas frente a los riesgos, tanto desde una perspectiva global del Grupo, como específica en sus principales operaciones.

PRIORIZACIÓN Y ACTUACIÓN ANTE LOS RIESGOS



EL MODELO DE GESTIÓN DE RIESGOS DE TELEFÓNICA

Realizamos un seguimiento permanente de los riesgos más significativos que pudieran afectar a las principales sociedades que componen el 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 facilita evaluar tanto el impacto como la probabilidad de ocurrencia de los distintos riesgos.

Conforme a este Modelo, y basado en las referencias y prácticas internacionalmente reconocidas sobre gestión de riesgos, se han definido cuatro categorías de riesgos:

- **Negocio:** posibles pérdidas de valor o resultados derivados de cambios en el entorno de negocio, la situación de la competencia y el mercado, cambios en el marco regulatorio o la incertidumbre estratégica.
- **Operacionales:** posibles pérdidas de valor o resultados derivados de los eventos causados por la inadecuación o fallos provenientes del servicio al cliente, los procesos, los recursos humanos, los equipos físicos y sistemas informáticos, la seguridad, el cumplimiento de contratos, leyes y normas o derivados de factores externos.
- **Financieros:** posibles pérdidas de valor o resultados derivados de movimientos adversos de las variables financieras, y de la incapacidad de la empresa para hacer frente a sus compromisos o hacer líquidos sus activos. Asimismo se incluyen dentro de esta categoría los riesgos de naturaleza fiscal.
- **Globales:** posibles pérdidas de valor o resultados derivados de eventos que afectan de manera transversal al Grupo Telefónica, afectando a la reputación y responsabilidad corporativa, la comunicación corporativa, la estrategia de publicidad, marca, patrocinios e innovación.

PROCESO DE GESTIÓN DE RIESGOS

Proceso
Gestión
de riesgos



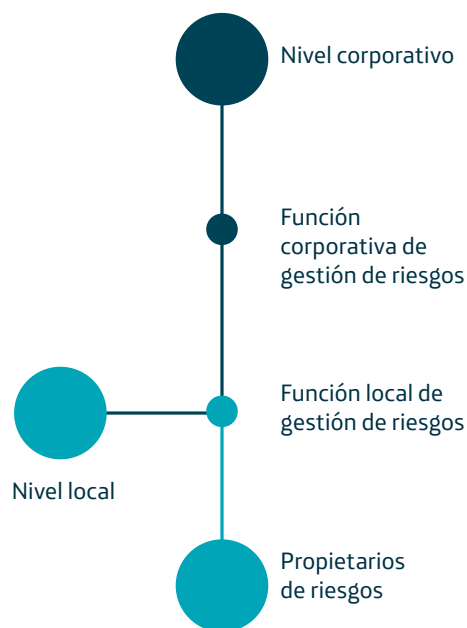
GOBIERNO DE LA GESTIÓN DE RIESGOS

La Comisión de Auditoría y Control, como parte del Consejo de Administración de Telefónica, supervisa el sistema de gestión de riesgos y propone al Consejo de Administración, para su análisis y gestión de riesgos, en la cual se identifican las categorías de riesgo a los que se enfrenta la sociedad; la definición del nivel de riesgo aceptable; las medidas para mitigar el impacto de los riesgos identificados; los sistemas de control e información para controlar y gestionar los citados riesgos.

Conforme a la política de gestión de riesgos cada área de gestión, tanto a nivel corporativo como local, participan del proceso de gestión de riesgos. Toda la organización tiene la responsabilidad de contribuir a la identificación y gestión del riesgo, disponiendo de procedimientos que desarrollan la operativa y aseguramiento de sus procesos en el Grupo.

De cara a la coordinación y reporte de estas actividades, existe una función interna de Gestión de Riesgos dentro de la unidad de Auditoría Interna, la cual reporta funcionalmente a la Comisión de Auditoría y Control.

FLUJO DE REPORTE DE RIESGOS



RIESGOS E INCERTIDUMBRES A LOS QUE SE ENFRENTA LA COMPAÑÍA

El negocio del Grupo Telefónica se ve condicionado tanto por factores exclusivos del Grupo, como por factores que son comunes a cualquier empresa de su sector. Los riesgos e incertidumbres más significativos a los que se enfrenta nuestra Compañía y que podrían afectar a nuestro negocio: situación

financiera, reputación, imagen corporativa y marca y a nuestros resultados, se exponen a continuación:

- ▶ El deterioro del entorno económico o político puede afectar negativamente al negocio de Telefónica.
- ▶ Los resultados y situación financiera del Grupo podrían verse afectados si no manejamos de forma efectiva nuestra exposición a los tipos de cambio de divisa extranjera, tipos de interés o riesgos financieros de inversiones.
- ▶ Las condiciones actuales o el deterioro de los mercados financieros pueden limitar la capacidad de financiación del Grupo y, en consecuencia, la capacidad para llevar a cabo el plan de negocio.
- ▶ La Compañía opera en una industria intensamente regulada y que requiere de títulos habilitantes para la prestación de gran parte de sus servicios, así como para el uso de espectro que es recurso escaso y costoso.
- ▶ El Grupo Telefónica está expuesto a riesgos en relación con el cumplimiento

de la legislación contra la corrupción y los programas de sanciones económicas.

- ▶ La percepción del cliente respecto de los servicios ofrecidos por la Compañía puede resultar desventajosa en relación con los ofrecidos por compañías competidoras.
- ▶ La Compañía puede no anticiparse y adaptarse adecuadamente a los cambios tecnológicos y tendencias del sector.
- ▶ La Compañía depende de una red de proveedores.
- ▶ Eventuales fallos en la Red pueden producir pérdida de calidad o la interrupción del servicio.
- ▶ La industria de las telecomunicaciones podría verse afectada por los posibles efectos que los campos electromagnéticos, emitidos por dispositivos móviles y estaciones base, podrían tener sobre la salud.
- ▶ Posibles cambios de carácter regulatorio, empresarial, económico o político podrían dar lugar al posible saneamiento contable de determinados activos.

El Modelo de Gestión de Riesgos se adapta a la propia evolución en la tipología de los principales riesgos

► Las redes del Grupo Telefónica transportan y almacenan grandes volúmenes de datos confidenciales, personales y de negocio, y sus servicios de acceso a Internet y servicios de alojamiento pueden dar lugar a reclamaciones por el uso ilegal o ilícito de Internet.

► Telefónica y las sociedades del Grupo son parte en litigios, reclamaciones de carácter fiscal y otros procedimientos judiciales.

Además, los aspectos ambientales de las operaciones de telecomunicaciones tienen su mayor foco de riesgo en la alta dispersión geográfica y el consumo energético, lo que se controla a través de una gestión ambiental basada en procesos uniformes y un programa de eficiencia energética global.

RESPUESTA Y SUPERVISIÓN DEL RIESGO

El Modelo Corporativo de Gestión de Riesgos, que considera lo establecido en las principales referencias y mejores prácticas internacionales, contempla

tanto la identificación y evaluación de los riesgos, como la respuesta a los mismos y su seguimiento.

De acuerdo a la diversa tipología de los riesgos, los mecanismos de respuesta ante los riesgos incluyen iniciativas globales, promovidas y coordinadas de forma homogénea en las principales operaciones del Grupo y/o actuaciones específicamente orientadas a atender riesgos concretos en alguna de sus compañías.

Finalmente señalar que el Modelo se adapta a la propia evolución en la tipología de los principales riesgos, observándose una relevancia creciente de aquellos relacionados con los intangibles y de trascendencia global, como son la sostenibilidad, la imagen pública o el impacto social de las organizaciones.

ESQUEMA GENERAL DEL MODELO DE GESTIÓN DE RIESGOS



EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES RIESGOS



Gobierno y gestión de la sostenibilidad

Nuestra estrategia de sostenibilidad se basa en una gestión responsable de nuestro negocio, no solo enfocada a gestionar ciertos riesgos, sino también para aprovechar oportunidades, eficiencia y crecimiento sostenible. Esto nos permite contribuir al desarrollo social y económico de la sociedad, haciendo que las comunidades en las que operamos sean más prósperas y tengan mejores y más inclusivos motores de progreso. Así, vinculamos los objetivos de sostenibilidad con el desarrollo y gestión del negocio, incorporándolos a procesos y metas, para que pasen a formar parte del ADN de Telefónica y generar de este modo una cultura de negocio responsable que tiene en cuenta a todos nuestros grupos de interés.

Así, el desarrollo del negocio responsable implica una cultura de integridad, compromiso y confianza como principios básicos para asegurar la confianza y seguridad de nuestros clientes y sus datos personales y del resto de grupos de interés que interactúan con la Compañía.

Para lograr todo esto, nos basamos en un modelo de actuación estructurado en tres niveles de compromiso y que cubren la totalidad de nuestra cadena de valor.



MÁS INFORMACIÓN

Consulte la sección de 'Estrategia' en nuestra web corporativa.

Un **NEGOCIO RESPONSABLE** para ganar la **CONFIANZA** del cliente

Talento y diversidad

Gestión sostenible de la cadena de suministro

Promesa cliente y confianza digital

Política medioambiental

Innovación sostenible

MODELO DE ACTUACIÓN

Gestión de riesgos

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

Productividad responsable

Trabajamos para mejorar nuestra productividad incorporando criterios de sostenibilidad de forma transversal a todos nuestros procesos. Además de la oferta a los clientes, la calidad y la atención, buscamos eficiencias y valor a través de un compromiso a largo plazo con la gestión del talento, la eficiencia energética y los temas ambientales, la cadena de suministro o la fiscalidad y, en general, una cultura de ética e integridad que impregne todas nuestras actuaciones.

La sostenibilidad como palanca de crecimiento

Ponemos en valor los beneficios sociales o medioambientales de los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes, empresas y particulares. Además, trabajamos para que el entorno digital sea cada vez más abierto y seguro, de modo que las oportunidades de la tecnología estén al alcance de todos, promoviendo la accesibilidad geográfica, social y personal a la tecnología.

La estrategia de la Compañía nos guía a nuestro Plan Global de Negocio Responsable, que se está implantando en los diferentes mercados locales para alcanzar objetivos concretos. Abarca las siguientes prioridades:

Promesa cliente

Confianza digital

Cadena de suministro

Diversidad y
gestión del talento

Gestión ambiental

Innovación sostenible

Disponemos de unidades organizativas específicas con el objetivo de mantener la integridad y transparencia en la gestión de los riesgos de Telefónica

La estrategia e implementación de la sostenibilidad en Telefónica cuenta con los reconocimientos de los más prestigiosos índices de sostenibilidad globales, como Dow Jones Sustainability Index (DJSI), Carbon Disclosure Project (CDP), Sustainalytics, Ethibel, MSCI o FTSE4Good.

También contamos con el nivel ORO de reconocimiento en la evaluación de desempeño en materia de sostenibilidad realizada por EcoVadis, plataforma colaborativa que permite a las compañías monitorear tanto su propio desempeño en este ámbito, como el de sus proveedores.

CÓMO GOBERNAMOS LA SOSTENIBILIDAD

El máximo responsable de la sostenibilidad en Telefónica es el Consejo de Administración. Por un lado, la Comisión de Asuntos Institucionales se encarga de aprobar y hacer el seguimiento del Plan de Negocio Responsable y, por otro, se reportan los riesgos a la Comisión de Auditoría y Control.

A nivel ejecutivo, la Dirección Global de Ética Corporativa y Sostenibilidad es la responsable de proponer y coordinar la estrategia de sostenibilidad, reportando directamente a la Dirección Global de Asuntos Públicos y Regulación.

La Oficina de Principios de Negocio Responsable es, además, el órgano transversal que se encarga de velar por la implementación del plan en todas las actividades de la Compañía. Esta Oficina se replica a nivel país, en la práctica totalidad de las operaciones de Telefónica, y está compuesta por las áreas de Recursos Humanos, Auditoría Interna, Secretaría General, Chief Commercial Development Officer, Compras, Operaciones, Comunicación, Marketing y la Dirección Global de Ética Corporativa y Sostenibilidad.

Además de esto, con el objetivo de mantener la integridad y transparencia en la gestión de nuestros riesgos disponemos de unidades organizativas específicas:

- Unidades de auditoría interna en todos los países en los que el Grupo mantiene intereses significativos.

- Unidad de inspección especializada en trabajos de prevención de fraude e investigación de denuncias.
- Unidad de intervención de pagos en las empresas más importantes.
- Dirección global y unidades locales de sostenibilidad.
- Unidad corporativa de gestión de riesgos que centraliza y reporta la información de riesgos recibida de las áreas locales de gestión de riesgos, implantadas en las principales operadoras del Grupo.
- Oficinas de Principios Negocio Responsable en todos los países, integradas por los responsables de las áreas de Secretaría General, Auditoría, Recursos Humanos, Compras, Operaciones, Marketing y Sostenibilidad.
- Con fecha 24 de febrero de 2016, el Consejo de Administración de Telefónica, S.A. aprobó la creación de la figura del 'Chief Compliance Officer', a escala corporativa, que refuerza y consolida la cultura de cumplimiento del Grupo Telefónica.



MÁS INFORMACIÓN

Consulte la sección de 'Gobernanza' en nuestra web corporativa.

Ética y cumplimiento

NUESTRO RETO

La ética y el desarrollo responsable de nuestro negocio constituyen pilares fundamentales que forman parte de la cultura corporativa y de nuestra vocación de servicio a clientes y sociedad.

Estos pilares se materializan en:

► Nuestros Principios de Negocio

Responsable. Rigen todas nuestras actuaciones como empleados y en nuestra relación con accionistas, clientes, proveedores y sociedad.

► Nuestro compromiso con los Derechos

Humanos. Como parte de nuestro proceso de debida diligencia y cumplimiento en 2015 hemos continuado integrando de forma transversal en nuestros procesos operativos los resultados de la evaluación global de nuestro impacto realizado en 2012.

NUESTROS PRINCIPIOS DE NEGOCIO RESPONSABLE

Nuestros Principios de Negocio Responsable constituyen la norma fundamental donde se recogen los compromisos de Telefónica en materia laboral, de buen gobierno, sostenibilidad, ética y cumplimiento normativo. En su texto también se requiere que nuestros socios y proveedores actúen conforme a unos principios similares.

Desde 2006, año en el que se aprobaron, el código ha sido revisado para adaptarlo a las nuevas realidades a las que se enfrenta la Compañía. En 2015 se reforzó el principio de Integridad incluyendo un apartado específico en materia de corrupción, con el objetivo de reforzar nuestro compromiso con la ética y el cumplimiento normativo. En este sentido, también se ha aprobado una nueva Política Anticorrupción que regula la aceptación u ofrecimiento de regalos e invitaciones, prohibiendo cualquier tipo de soborno; y, además, una norma corporativa sobre conflicto de interés, que pone a disposición de todos nuestros empleados, un mecanismo para el reporte de todas aquellas situaciones que supongan un conflicto de interés.

La Oficina de Principios de Negocio Responsable vela por la divulgación y cumplimiento de nuestros Principios de Negocio Responsable. Durante el pasado año, la Oficina amplió sus miembros con las áreas de Marketing, Compras y Comunicación, que se suman a las que ya eran integrantes de la Oficina (Recursos Humanos, Legal, Auditoría Interna y Responsabilidad Corporativa).

Durante 2015, lanzamos una segunda actividad formativa online, de carácter obligatorio para todos los empleados, con el objetivo de agregar y reforzar el conocimiento de todos nuestros profesionales en los Principios de Negocio



Responsable.

CANAL DE PRINCIPIOS DE NEGOCIO RESPONSABLE

Todos nuestros empleados tienen la posibilidad de reportar, de forma anónima o personal, cuestiones asociadas al cumplimiento de los Principios de Negocio Responsable y sus políticas asociadas. Junto a otros medios, existe un canal de Principios de Negocio Responsable donde las comunicaciones recibidas se tratan de acuerdo a

los principios de respeto, confidencialidad y exhaustividad.

De todas las comunicaciones recibidas, cuando la situación reportada cuente con la información que permita su análisis, se realiza la oportuna investigación conforme a nuestros procedimientos internos.



Gestión de la cadena de suministro

En Telefónica, todas las compras se realizan de acuerdo a un modelo de gestión común, que se caracteriza por la globalización de las compras, sin perder foco en las necesidades locales de los diferentes países y líneas de negocio, y garantizando una gestión coordinada y transparente con nuestros proveedores.

Somos conscientes del impacto de nuestra actividad en la sociedad y, por ello, buscamos procesos más eficientes e innovadores, apoyándonos en las nuevas tecnologías, que nos permitan contribuir de forma positiva a lograr un entorno más sostenible.

Impacto en la comunidad

Somos conscientes del impacto, local y global, de nuestra actividad en la sociedad.

59% del volumen de compras de Centroamérica fue adjudicado a proveedores locales

Un modelo de compras que adjudicó **US\$ 501 Millones**

MEJORES PRÁCTICAS

En Guatemala se organizaron desayunos de trabajo para transmitir la importancia de la Sostenibilidad en las empresas y trasladarles cómo se aplican nuestros Principios de Negocios Responsable a los proveedores.

ASPECTOS DE RELEVANCIA PARA NUESTRO NEGOCIO

Un año más, mantuvimos nuestro compromiso con aspectos clave en la cadena de suministro y de alto impacto social como el trabajo infantil.

Erradicación del trabajo infantil

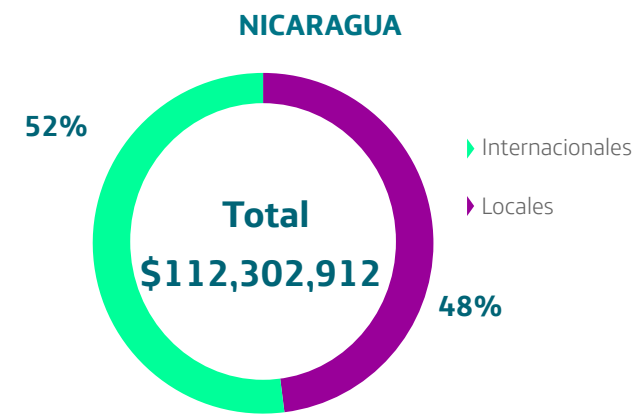
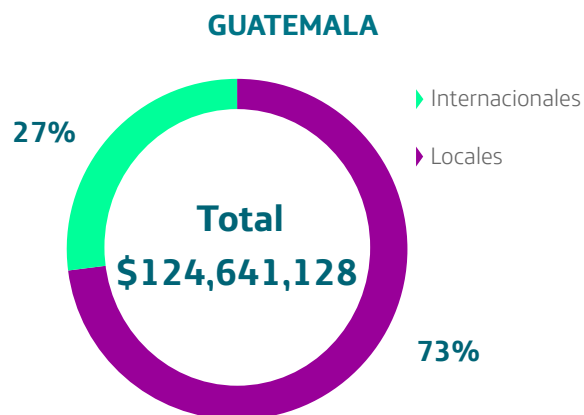
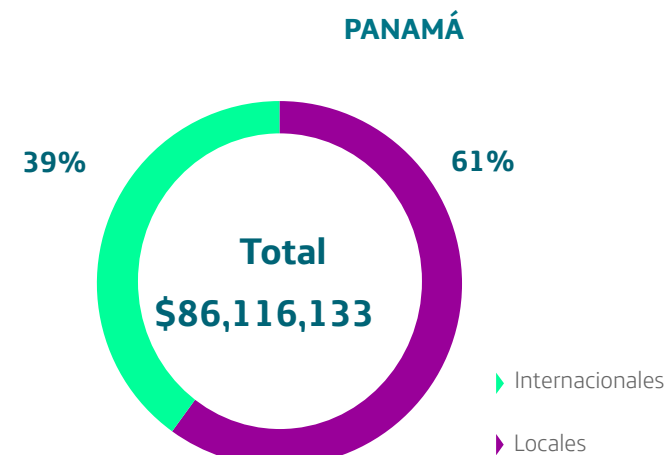
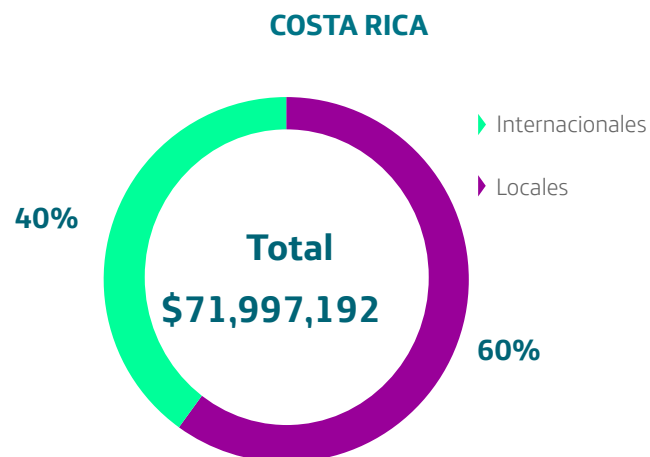
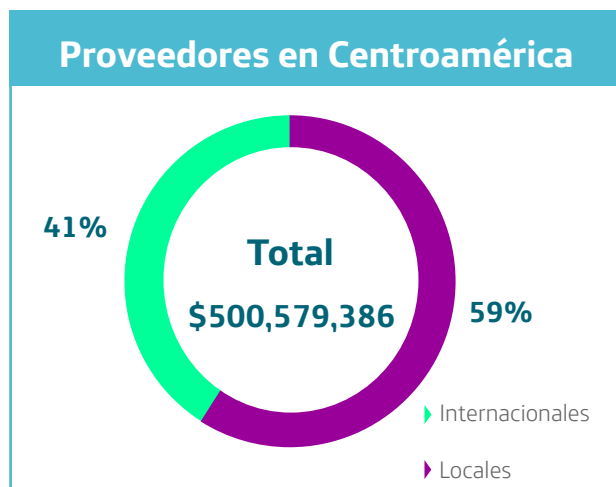
Prevenir y erradicar el trabajo infantil es un objetivo internacional, presente en las agendas de desarrollo que se han marcado los diferentes países.

RETOS 2016

- Revisión de los criterios mínimos de negocio responsable que exigimos a nuestros proveedores, acorde con los nuevos aspectos relevantes en el ámbito de la sostenibilidad para la cadena de valor.
- Fomentar la participación de nuestros proveedores en las diferentes iniciativas de diálogo que la Compañía tiene a disposición de los grupos de interés, con el fin de encontrar nuevos ámbitos de colaboración.



Proveedores en Centroamérica





Evaluación de desempeño a Proveedores

Número de proveedores evaluados en cada categoría

La evaluación de desempeño de las empresas contratadas por Telefónica Movistar está a cargo de la persona del área que tiene la responsabilidad de la administración del contrato, la aceptación de los bienes o las obras.

Según la normativa interna de calificación de proveedores, el administrador de contrato debe agrupar conceptualmente los parámetros empleados por cada Unidad Gestora en dos únicas variables: "Calidad" y "Servicio", con cinco posibles valores:

		CALIDAD	SERVICIO
A	(Excelente): Cumple ampliamente con las expectativas de la Unidad Gestora, ha sugerido soluciones a los problemas que se han planteado, ha admitido modificaciones y ha sido muy solícito a las necesidades de la Empresa.	580	532
B	(Bueno): Además de cumplir lo estipulado en el contrato, ha respondido a los requerimientos adicionales solicitados por la Empresa, consiguiendo la satisfacción de algunas de ellas, aunque no de la mayoría de las propuestas realizadas, es decir su atención a los requerimientos adicionales no ha alcanzado el 50% de las solicitudes realizadas.	342	401
C	(Regular): Se ha limitado a cumplir lo estipulado en el contrato, pudiendo haber incurrido en alguna deficiencia o incidencia en el cumplimiento del contrato.	91	83
D	(Deficiente): Ha incurrido en deficiencias de forma generalizada por lo que se considera que no ha cumplido con el contrato.	9	9
Z	(Suspense): El Área no considera conveniente volver a trabajar con el proveedor.	3	5



5

Orientación al cliente_

Promesa cliente_

Conocer qué quieren nuestros clientes es la base de la propuesta del negocio responsable de la Compañía. Tenemos muy presente que están cambiando, al igual que sus necesidades, su nivel de exigencia y sus expectativas. La experiencia de los consumidores es un elemento diferencial dentro de nuestro mercado y, por ello, nuestra estrategia sitúa al cliente en el centro de la propuesta de valor.

El consumidor digital quiere disfrutar de la mejor conectividad, con calidad, transparencia, sencillez e integridad. Nuestros clientes consideran que es fundamental poder acceder al mundo digital y comunicarse a una velocidad óptima, desde cualquier lugar y con independencia del dispositivo, porque hoy la conectividad no sirve solo para relacionarnos, sino que es esencial para nuestra vida personal y laboral. Por ello, damos un paso adelante, ofreciendo productos y servicios más allá de la conectividad y desarrollando relaciones abiertas, confiables y retadoras con nuestros clientes.

Creemos que dar al cliente el control de su vida digital es la clave del futuro. La confianza es una de nuestras principales prioridades, garantizando la privacidad de nuestros

clientes y fomentando la transparencia en cuanto a sus derechos.

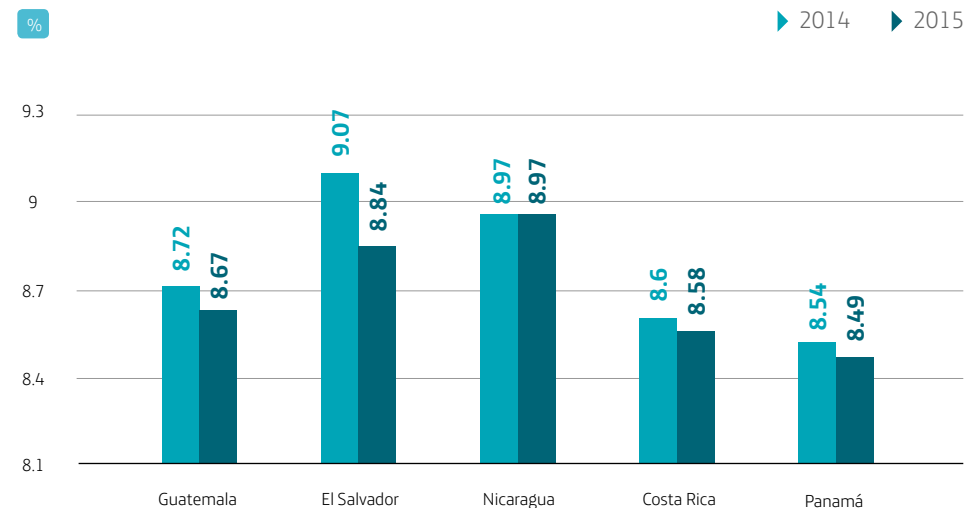
Hoy lo digital es lo normal, y las barreras entre la vida y la vida digital se difuminan. La tecnología convive de forma permanente con las personas. La vida digital es la vida. Y esta es precisamente nuestra nueva visión estratégica como Compañía.

SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES

En Telefónica contamos con una comisión específica a nivel regional dedicada a la Calidad del Servicio y Atención Comercial. Además, no solamente queremos poner al cliente en el centro de nuestra Compañía, sino también de la labor de todos los que trabajamos en Telefónica, cualquiera que sea el área. Para ello, este año establecimos que el 50% de la retribución variable de los profesionales de Telefónica estuviera directamente ligada a las necesidades de nuestros clientes.

Es de destacar el cambio de criterio en la puntuación del ISC en 2015. La encuesta de satisfacción se realiza con una escala de 1 a 10 en sus respuestas. Hasta 2014 estas respuestas se transformaban en resultados de 0-10 y a partir de 2015 se ha dejado de realizar esta transformación de modo que los

ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES CAM



Este año se ha establecido que el

50%

de la retribución variable de nuestros profesionales esté directamente ligada al grado de satisfacción de clientes

resultados se reportan directamente en la escala 1-10, reconfigurando el dato de 2014 para que pueda ser comparable.

GRANDES CLIENTES

Nuestra división de **Telefónica Business Solutions** es la encargada de ofrecer soluciones integrales de comunicación al mercado B2B y de gestionar los negocios de Empresas (PYMES, Grandes Empresas o Multinacionales), mayorista y *roaming* en Centroamérica.

Contamos con un destacado porfolio de servicios de telecomunicaciones: servicios internacionales de voz, IP, capacidad de banda ancha, servicios de satélites, movilidad y servicios integrales de IT, fijos y móviles y también soluciones digitales de *cloud* y seguridad.

Con Telefónica Business Solutions queremos convertirnos en el socio estratégico para mejorar la eficiencia, la productividad y la competitividad de las empresas en el mundo digital.

Además, en el 2015 hemos puesto en marcha el llamado PCCS, un cable submarino en consorcio de 6.000 kilómetros de longitud, cuya capacidad de transmisión alcanza los 80 terabytes por segundo y que nos permite unir

El índice de satisfacción de nuestros clientes alcanza los 8,71 puntos.

las comunicaciones y servicios que ofrecemos desde Estados Unidos a Ecuador.



BUENAS PRÁCTICAS

TICFORUM 2015

En el evento de TicForum 2015 que organizó Telefónica Solutions en El Salvador, Costa Rica, Guatemala, Nicaragua y Panamá, en donde participaron más de 1,700 ejecutivos de la industria de ICT (Información y Comunicación Tecnológica). Se presentaron soluciones para el segmento de Gobierno y Administraciones Públicas, Banca, Multinacionales, Pequeña y Mediana Industria, entre otros. Los invitados podían interactuar con los productos y servicios en el área de stands.

Confianza digital _

En un mundo cada vez más digital es imprescindible que las personas puedan confiar en que sus datos son privados, están seguros y son gestionados de forma transparente. La confianza es clave para que los ciudadanos puedan aprovechar todas las oportunidades que les ofrece la tecnología.

Así, como puerta de entrada al mundo digital, la confianza es uno de nuestros asuntos más materiales y, por tanto, una de nuestras principales prioridades. Nuestro objetivo es garantizar siempre la privacidad de nuestros clientes y fomentar la transparencia en cuanto a sus derechos al usar nuestros productos y servicios. Todo ello, bajo un marco de seguridad y otorgando al cliente el control de su vida digital.

PRIVACIDAD Y SEGURIDAD

Vivimos en un mundo cada vez más conectado, lo que hace que surjan nuevos riesgos respecto a la privacidad y seguridad de los datos personales. Privacidad y seguridad son valores en alza en la sociedad.

Privacidad

Nuestro compromiso se pone de manifiesto en una Política de Privacidad donde describimos para qué, cómo, qué tipo y dónde tratamos la información. Aprobada en marzo de 2013, durante 2015 ha sido actualizada para alinearla con los nuevos retos a los que se enfrenta nuestro sector.

En 2015 y bajo la supervisión del Comité Global de Privacidad, implementamos una normativa interna de Protección de Datos en todos los países donde operamos en Centroamérica. En ella, establecemos medidas concretas que son de obligado cumplimiento para las empresas del Grupo, permitiéndolas así aplicar los principios de nuestra Política de Privacidad. Buscamos garantizar que los datos de carácter personal se traten de forma adecuada y se sigan las directrices establecidas en la legislación de cada país.

Seguridad

Gestionamos e implementamos toda la tecnología necesaria, aplicando una arquitectura de seguridad lógica y física, con el fin de dar a nuestros clientes la confianza y la certeza de que nuestros productos y servicios son seguros y cuentan con los mecanismos de defensa apropiados.

Seguridad de datos

El área de Seguridad es el encargado de establecer las políticas, estándares y procedimientos para una gestión eficaz y



eficiente, tanto de los recursos humanos como de los materiales, que hacen que hoy nuestras comunicaciones sean más seguras y fiables.

Seguridad en los servicios

El esfuerzo que realizamos para entender las nuevas amenazas y las últimas tendencias en el mundo digital, así como para anticiparnos a los cambios con soluciones innovadoras de seguridad, se refleja en una amplia oferta de productos y servicios de seguridad que satisfacen las necesidades de nuestros clientes.

Para ello contamos con capacidades específicas de investigación y desarrollo en **Eleven Paths** y desarrollos específicos destinados a operaciones, ingeniería y soporte en **Telefónica Ingeniería de Seguridad**.

BUENAS PRÁCTICAS

Nicaragua apoya y promueve el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) con buenas prácticas y formas innovadoras que garanticen una navegación segura por la red, articulando a los sectores claves del país para el desarrollo de estrategias y programas didácticos. Mesa de Trabajo Uso Seguro del Internet está representado por Gobierno, sector académico como lo son las Universidades y Telefónica.



POLÍTICA DE PRIVACIDAD GLOBAL DE TELEFÓNICA



¿PARA QUÉ LA USAMOS?

- ▶ **Promover** y poder prestar los servicios contratados.
- ▶ **Innovar y mejorar** los productos que te ofrecemos.
- ▶ Y cuando se utiliza para otros fines, **siempre te lo comunicamos y te damos la posibilidad de oponerte.**

¿CÓMO LA RECOGEMOS?

- ▶ Cuando te das de alta o usas nuestros productos; accedes a nuestros sitios web, envías consultas o incidencias y participas en estudios de mercado.
- ▶ Cuando navegas por Internet, mediante cookies, solicitando consentimiento, en caso de ser necesario, y siempre cumpliendo con la legislación aplicable.

¿QUÉ TIPO DE DATOS TRATAMOS?

- ▶ Los necesarios para prestar, mejorar y ajustar nuestros productos a tus necesidades.
- ▶ La información sobre el uso de nuestros servicios, de navegación y localización, cuando la legislación aplicable lo permite.

¿DÓNDE LA GESTIONAMOS?

- ▶ En los países donde prestamos servicios.
- ▶ Puede ser transferida internacionalmente a empresas de nuestro Grupo, así como cedida a terceras empresas, respetando el marco legal, las cláusulas contractuales y los estándares de seguridad de Telefónica.



TRANSPARENCIA

- ▶ Para usar tus datos de modo diferente al que te comunicamos, te informaremos y obtendremos, en su caso, tu consentimiento informado conforme a la legislación.



DERECHOS

- ▶ Te informamos de tus derechos como usuario y de cómo puedes ejercerlos a través de nuestros sitios web.
- ▶ Existen responsables a nivel país para dar respuesta a este tipo de solicitudes.
- ▶ Solo retenemos la información el tiempo requerido por la ley o si es necesario para la consecución de un objetivo legítimo de nuestro negocio.



SEGURIDAD

- ▶ Gestionamos y almacenamos de forma responsable tu información como cliente, manteniéndola segura.
- ▶ Nos comprometemos a actuar con rapidez y responsabilidad, si está en peligro la seguridad de tu información e interesados.



MENORES

- ▶ Trabajamos para ofrecer un entorno que favorezca el uso responsable de Internet y el celular para los más jóvenes.

Auditorías

Telefónica, además, dentro de su Plan Anual de Auditoría incluye un plan integral de Auditorías de ciberseguridad que, entre otras técnicas, incluyen la realización de test de penetración aplicando técnicas de *hacking* ético basadas en los estándares OSSTMM, CVSS y OWASP.

Estas auditorías se realizan cada 18 meses sobre la totalidad del direccionamiento IP público de todas las operadoras del Grupo, así como sobre productos y servicios para determinar y en su caso mejorar su nivel de resiliencia frente a ciberataques. Durante 2015 realizamos 36 auditorías de ciberseguridad sobre el conjunto de las redes, sistemas y productos y servicios de las operadoras.

Formación y concienciación

A nivel corporativo contamos con un Portal de Seguridad interno, donde nuestros colaboradores pueden acceder a todas las normativas vigentes, disponen de información actualizada, formación online y consejos de seguridad que pueden aplicar en el desarrollo de su actividad profesional.

Para gestionar correctamente la información que recogemos, en Telefónica nos basamos en cuatro pilares básicos de seguridad:

Confidencialidad:

Garantizamos que a los datos y a los sistemas solo accedan personas debidamente autorizadas.

Integridad:

Garantizamos la exactitud de la información y de los sistemas contra alteración, pérdida o destrucción, ya sea de forma accidental o fraudulenta.

Disponibilidad:

Garantizamos que la información y los sistemas puedan ser utilizados en la forma y tiempo requeridos.

Auditabilidad:

Garantizamos que cualquier acción o transacción pueda ser relacionada unívocamente asegurando el cumplimiento de controles claves establecidos en las correspondientes normativas.



En 2015 Telefónica realizó 24 auditorías en materia de protección de datos de carácter personal y 36 de ciberseguridad

Trabajamos buscando la privacidad de nuestros clientes en el desarrollo de todos los productos y servicios, desde su idea inicial hasta su puesta en funcionamiento

Transparencia

Otro valor fundamental para conseguir la confianza de nuestros clientes es la transparencia. Ser transparentes en el mundo digital significa para nosotros explicarle al cliente de forma clara y sencilla cómo y para qué tratamos sus datos, así como implicarle en el proceso.

MENORES

Para el buen uso de Internet por parte de los niños, hemos definido una estrategia global basada en alianzas, productos y servicios, y proyectos de educación y sensibilización.

Alianzas

- ▶ Alianzas estratégicas en la sociedad civil como [Pantallas Amigas](#).
- ▶ Colaboración con los comités y fuerzas de seguridad de los Gobiernos para luchar contra los contenidos ilegales en Internet.

- ▶ Alianzas sectoriales: continuamos trabajando con la Coalición de las Empresas TIC y Alianza de las Operadoras Móviles para luchar contra los contenidos de imágenes de abusos sexuales en la Red. De manera proactiva, se procede al bloqueo de estos contenidos siguiendo las pautas y las listas proporcionadas por la [Internet Watch Foundation](#). Desde Telefónica, realizamos este bloqueo en nueve de los países en los que estamos presentes: España, Chile, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Nicaragua, Perú, Reino Unido y Uruguay.

Productos y servicios

Desarrollamos controles parentales para todo tipo de dispositivo con conexión a Internet, como herramienta para ayudar a los padres para que sus hijos hagan un uso responsable de la tecnología.

Educación y sensibilización

Enseñar a las futuras generaciones a hacer un buen uso de Internet es fundamental. Por ello, queremos apoyar a las familias en el reto de



educar a niños y jóvenes en el uso responsable de Internet y de las tecnologías conectadas, así como ofrecer un entorno digital seguro que permita el mejor desarrollo de los menores.

PRINCIPIOS RECTORES PARA LA PRIVACIDAD Y LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN TELEFÓNICA

Principio rector

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.

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.

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.

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.

Progreso de Telefónica

Nuestros Principios de Negocio Responsable 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. Durante el 2015 ha sido actualizada para alinearla con los nuevos retos a los que se enfrenta el sector.

Contamos también con una Instrucción de Protección de Datos donde se establecen medidas concretas de obligado cumplimiento para las Empresas del Grupo Telefónica que desarrollen los principios de la Política de Privacidad, garantizando así un adecuado tratamiento de los datos de carácter personal sin perjuicio de lo que se establezca en la legislación vigente de cada país. Se implementó durante el 2015 en todos los países donde operamos, llevando a cabo su seguimiento en el Comité de Privacidad.

El Grupo dispone de la figura del Chief Privacy Officer, máximo responsable de la implantación y seguimiento de la Política. Además, se ha creado el Chief Data Officer como máximo responsable de los datos del Grupo, protegiéndolos, almacenándolos y diseñando la base de datos del futuro.

En lo que se refiere a la gestión de la seguridad, el Grupo dispone de la Política Corporativa de Seguridad de la Información, basada en estándares internacionales y actualizada conforme a las crecientes demandas internacionales en materia de seguridad. Además de realizar formación específica sobre dichas Políticas, todos nuestros empleados tienen acceso a la misma a través de la Intranet del Grupo.

El respeto y el compromiso con los Derechos Humanos es una de las bases de nuestros Principios de Negocio Responsable. Por ello, y siguiendo el marco ofrecido por los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos, en 2012, realizamos una evaluación –con el apoyo de [Business for Social Responsibility](#)– en todas nuestras operaciones para evaluar el impacto global de nuestra actividad. Durante el 2015 se han llevado a cabo los siguientes procesos de debida diligencia:

- Revisiones periódicas a nivel global sobre los riesgos más significativos en temas de privacidad y seguridad que afectan a nuestro negocio.
- Elaboración y presentación en el Comité de Privacidad de la Guía de procedimiento ante determinados requerimientos de las autoridades.
- Seguimiento de la implementación de la Instrucción de Protección de Datos a través de los Chief Protection Officers locales.

Telefónica dispone de procesos formales para atender los requerimientos recibidos por autoridades locales/gubernamentales. Estos son responsabilidad de las áreas de Secretaría General y Seguridad de cada una de las empresas del Grupo.

En 2015 se presentó en el Comité de Privacidad la Guía de procedimiento ante determinados requerimientos gubernamentales y de aplicación a todas las sociedades que integran el Grupo Telefónica.

Además de los procesos formales indicados en el principio anterior, contamos con las figuras del Chief Privacy Officer a nivel Global y de los Data Protection Officer, que dan mayor homogeneidad a los procedimientos y procesos que afectan a la privacidad de nuestros clientes.

Se ha creado también la figura del Chief Data Officer, como máximo responsable de los datos del Grupo, protegiéndolos, almacenándolos y diseñando la base de datos del futuro.

Principio rector

5 Buscar siempre el garantizar la seguridad y la libertad de los empleados de la Compañía que puedan estar expuestos a situaciones de riesgo.

6 Sensibilizar y formar a los empleados involucrados en las políticas y procesos pertinentes.

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.

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.

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.

10 Examinar 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.

Progreso de Telefónica

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. [Más información en el capítulo 'Salud y seguridad laboral'.](#)

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 el 2015, más de 49.300 empleados han sido formados en Protección de Datos y Seguridad de la Información.

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. En esta línea cabe destacar:

- ▶ Como miembros del [Telecom Industry Dialogue](#) participamos en Learning Forum con Stakeholders.
- ▶ Levantamiento de un mapa global de grupos de interés en temas de Privacidad y Libertad de Expresión.
- ▶ Preparación de un panel de grupos de interés que serviría como plataforma de diálogo formal y estructurado con nuestros principales grupos de interés. Los resultados del Stakeholder Engagement servirán para enriquecer el estudio de materialidad y enfocar la planificación de la Compañía, tanto en el ámbito global como a nivel local en sus iniciativas sociales, ambientales y éticas, entre ellas Privacidad.

Para más información, consultar la sección de ['Relaciones con nuestros grupos de interés'.](#)

El presente Informe sintetiza los avances realizados por el Grupo Telefónica en materia de privacidad y libertad de expresión.

Para más información, se puede consultar también el capítulo correspondiente a [Confianza Digital](#) de este mismo Informe.

En Telefónica estamos convencidos de que la mejor forma de lograr el avance global en el respeto de 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 afectadas. Participamos en consultas públicas referentes a la privacidad y libertad de expresión procedentes de diferentes organismos nacionales e internacionales.

Contribuimos al diálogo en políticas a nivel nacional e internacional en diversos foros y eventos relacionados con la Privacidad y Libertad de Expresión, tanto a nivel Compañía (Annual Data Summit 2015 y Diálogo Global sobre Protección de Datos 2015), como a través del Grupo de Diálogo de la Industria de las Telecomunicaciones, cuyas acciones pueden encontrarse en su [sitio web](#).

Durante 2015 hemos estado trabajando internamente para establecer un mecanismo de reclamación adecuado que cubra varios aspectos de Derechos Humanos, entre ellos, Privacidad y Libertad de Expresión.



Familia Digital se ha convertido en un Centro de Recursos de referencia para familias y educadores con 36,502 visitas a agosto 2016.

Nuestro portal [Familia Digital](#) contribuye a la consecución de estos objetivos. En el 2015 lanzamos la plataforma Familia Digital en Centroamérica.

Con 36,502 visitas a agosto 2016, este Centro de Recursos para familias y educadores se ha convertido en un lugar de referencia para impulsar la educación digital y contribuir a crear un Internet mejor para niños y adolescentes.

Para concienciar sobre el uso seguro y responsable de internet, Telefónica ha desarrollado iniciativas entre las que destacan:

► Presentamos la primera [guía sobre La Identidad Digital de los adolescentes para España y Latinoamérica](#).

► Desde Movistar Nicaragua lanzamos un nuevo servicio social que, mediante el envío gratuito de mensajes, difunde información para prevenir posibles riesgos y estimular el uso seguro de Internet.



Para que los niños hagan buen uso de Internet, tenemos definida una estrategia global basada en alianzas, productos y servicios, y proyectos de educación y sensibilización

BUENAS PRÁCTICAS

PROTECCIÓN DE MENORES

En Telefónica El Salvador y Costa Rica se firmó una carta de compromiso con Unicef y GSMA con el objetivo de trabajar conjuntamente en la protección.



6

Compromiso con nuestro equipo_



Equipo humano

La clave de nuestra transformación y liderazgo pasa por tener el mejor equipo de profesionales. A finales de 2015 contábamos con 1,675 empleados en la región, y una media de edad de 35 años, de los que menos del 1% eran directivos.

El 100% de nuestro personal tiene contratos laborales indefinidos, lo que demuestra nuestra apuesta por las políticas de trabajo sostenibles.

ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DEL TALENTO

Uno de los retos más relevantes para una compañía competitiva en el mundo de las nuevas tecnologías es la atracción y retención del mejor talento. Para ello, ofrecemos una carrera profesional cuyo objetivo es, por un lado, tratar de cumplir con las inquietudes y aspiraciones de nuestros profesionales y, además, alinearse con los retos, a medio y largo plazo, de nuestra Compañía. Por eso, para nosotros es importante ser un buen lugar para trabajar donde nuestros profesionales se sientan valorados, incentivando y potenciando su formación y desarrollo.

En la actualidad, contamos con empleados de más de 15 nacionalidades, que se encuentran en los 5 países de la región en los que tenemos plantilla. En lo referente a diversidad de género, el 11% de los puestos directivos en 2015 eran mujeres.

1,675
empleados

Empleados de
15 nacionalidades

11%
de mujeres directivas

100%
con contrato laboral
indefinido

7%
empleados menores
de 30 años

Esta diversidad fortalece nuestra cultura y nos permite posicionarnos como una empresa global y competitiva, además de aumentar nuestra capacidad para vincularnos a la propia diversidad de nuestros clientes y grupos de interés.

Apostamos por atraer talento procedente de la nueva generación de nativos digitales, imprescindibles para un sector tan dinámico como el nuestro. En 2015 el 7% de nuestros empleados era menor de 30 años.

A través de nuestros procesos de evaluación y de gestión del talento, buscamos contribuir al desarrollo de nuestros profesionales y asegurar los perfiles clave para la sostenibilidad de nuestra Compañía.

Nuestro objetivo es ofrecer una carrera profesional atractiva que además fomente este talento por medio de formación. Articulamos esto a través de formación presencial (Universitas y cursos especializados) y formación online (programas de e-learning).

	Gasto en formación (dólares)
	2015
Telefónica Centroamérica	327.207

Durante este año hemos continuado impartiendo formación a través de los planes de desarrollo individual (PDI), en los que, mediante mecanismos específicos, identificamos las necesidades de forma continua y online para dar así una respuesta sólida e inmediata a tales necesidades.

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

Dentro del concepto de retribución total, los Planes de Acciones para Empleados juegan un papel importante. Recibir acciones de nuestra Compañía alinea los intereses de los empleados con los de los accionistas y, al mismo tiempo, generan un sentimiento de

pertenencia e involucramiento más directo con los resultados de la entidad. Así, en 2015, 1 de cada 4 empleados era accionista de la Compañía.

Nuestra filosofía de incentivos a largo plazo en acciones busca llegar a todos los empleados del Grupo a escala mundial, en todos los niveles organizativos. Para ello se han diseñado y puesto en marcha diferentes planes basados en acciones de Telefónica que están disponibles en la nota 19 del Informe Financiero.

BUENAS PRÁCTICAS

UNIVERSITAS

Como parte de nuestro plan de desarrollo de Talento Universitas on the road con los programas LTT (Leading The Transformation) ET Executing Transformation. La Universidad corporativa se trasladó a los países de la región de Centroamérica para entregar 2 de sus programas emblemáticos en los países, contando con la participación de más de 400 líderes.

SALARIO MÍNIMO EN TELEFÓNICA VS SALARIO MÍNIMO EN CADA PAÍS

País	Número de veces
Costa Rica	1,0
El Salvador	1,3
Guatemala	1,6
Nicaragua	1,1
Panamá	1,1



CLIMA LABORAL

Para lograr nuestra transformación, los empleados son una de las claves fundamentales. Un alto compromiso y la mejora de la excelencia de nuestro servicio al cliente es para nosotros una ventaja competitiva que marca la diferencia. Es por ello que en Telefónica aplicamos criterios cuantitativos, medibles y gestionables para identificar la evolución y los objetivos en las distintas categorías de preparación, motivación y recursos de nuestros empleados.

Además, en 2015, Telefónica ha sido reconocida globalmente como la quinta mejor multinacional para trabajar, según el GreatPlacetoWork2015.

Se mantiene los fundamentos básicos y los drivers de compromiso.

Los drivers del compromiso no han cambiado por incluir la **E de Energía**: En el anterior cuestionario, esas palancas claves se traducían en las llamadas Dimensiones/Categorías (Liderazgo, Jefe inmediato, Desarrollo profesional, Trabajo en el día a día, Imagen/Orgullo, etc.....) y esas mismas palancas siguen presentes:

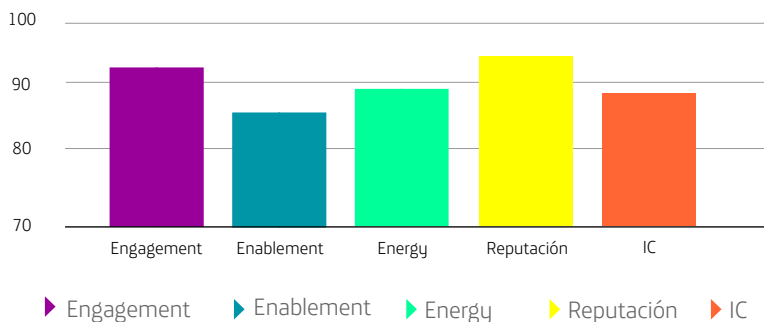
1. Engagement: Orgullo de pertenencia, visión compartida, oportunidades de desarrollo, reconocimiento.

2. Enablement: Barreras para hacer el trabajo, colaboración de otras áreas, receptividad a ideas nuevas, información necesaria, feedback, empoderamiento.

ÍNDICES DE CLIMA LABORAL EN CENTROAMÉRICA



ÍNDICES EN CENTROAMÉRICA



Salud y seguridad laboral_

La seguridad, la salud y el bienestar laboral tienen un impacto directo en los costes laborales a través de la productividad, además de una notable influencia en la reputación de nuestra Compañía y en la actitud personal de los empleados. Por todo ello, la seguridad, la salud y el bienestar laboral constituyen una de nuestras principales líneas de actuación que implementamos a través del sistema de gestión de prevención de riesgos laborales, que garantiza la integración de la seguridad y la salud con criterios de prevención en los procesos y servicios de todas nuestras empresas.

Nuestros avances

En Centroamérica, durante 2015, hemos tenido avances como los siguientes:

- ▶ Realización de un simulacro de evacuación en cada país de Centroamérica, con seguimiento a través de un plan de control que permite adoptar las medidas preventivas correspondientes.
- ▶ En Nicaragua la puesta en marcha de la campaña de vacunación de antigripe, en la que se aplicaron 1,000 dosis.
- ▶ En Costa Rica se tiene una Comisión de Salud Ocupacional, Comité de emergencias y Brigada de Emergencias.

- ▶ En Panamá, Costa Rica y Guatemala se realizaron campeonatos de fútbol y se creó el club de runners.
- ▶ En Guatemala, dos veces a la semana, se dieron clases gratuitas de Zumba, Salsa, Yoga.
- ▶ En cada operación de Centroamérica se realiza la feria de salud. En El Salvador se destina un día para hacer exámenes anuales de salud gratuitos.
- ▶ En El Salvador se cuenta con un programa de entrenamiento de Movistar Runners, con más de 30 empleados que participan en los entrenamientos y representan a la empresa en diversas carreras o maratones.

Salud laboral: *Feel good*

Desde Telefónica, también llevamos a cabo el programa 'Feel Good' de Telefónica, tiene cuatro ejes fundamentales: actividad física, nutrición, salud y persona. Así, se han puesto en marcha diversas iniciativas para fomentar hábitos saludables entre nuestros empleados, destacando algunas como la promoción de abandono del tabaco, consejos útiles para tener una alimentación cardiosaludable, salud bucodental, prevención de los sobreesfuerzos osteomusculares o escuela de espalda, entre otros.

SEGURIDAD EN VIAJES DE EMPLEADOS

Telefónica tiene el compromiso de ir más allá de la protección del empleado en sus viajes de empresa y, por ello, establecemos indicadores de supervisión de la calidad y la percepción del viajero. Por ello, desde nuestra plataforma de e-learning ofrecemos al empleado una app con información sobre seguridad y confort previa a los viajes con clasificación de riesgo por barrios, recomendaciones, centros de atención, contactos locales, recepción automática de alertas, geolocalización, etc.





7

Compromiso con la sociedad_

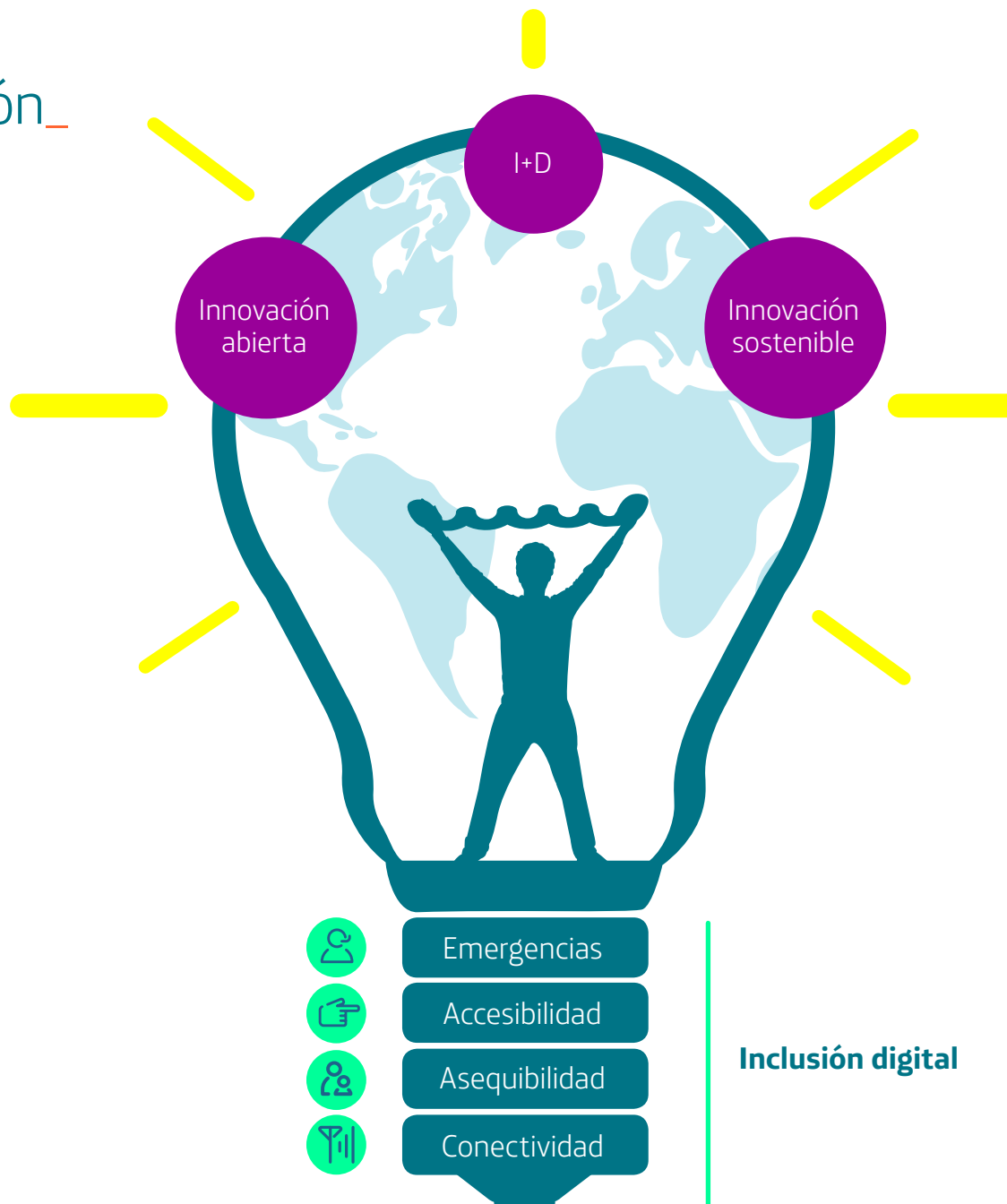
Inclusión digital e innovación

Las nuevas tecnologías digitales son en la actualidad el principal motor de transformación social y económica. Esta premisa es la base sobre la que construimos nuestra visión de Compañía: queremos garantizar el acceso a la vida digital, con la mejor tecnología y sin dejar a nadie atrás.

La conectividad es un aliado para reducir la brecha digital, y es que, gracias a nuestra infraestructura de redes fijas y móviles y a los servicios que desarrollamos sobre ella, ayudamos a progresar a las comunidades en las que operamos.

Para avanzar hacia esta visión, en Telefónica trabajamos en dos frentes fundamentales:

- 1) Asegurar el acceso a la tecnología mediante la inclusión digital, es decir, mediante el despliegue de Red y una oferta accesible y asequible para todos los segmentos de la población.
- 2) Desarrollar servicios innovadores que aporten valor a esa conectividad. Los desarrollamos gracias a la innovación: Big Data, Internet de las cosas (IoT), eSalud, Educación digital, eFinanzas.



Inclusión digital

CONECTIVIDAD Y DESPLIEGUE DE RED

En la última década hemos contribuido de forma sustancial a mejorar el acceso, la capacidad y la calidad de la conexión a Internet gracias a nuestra inversión en infraestructuras para asegurar que cada día más hogares tengan la oportunidad de acceder a los beneficios de la economía digital.

En 2015 invertimos 40,621 millones de dólares en Centroamérica.

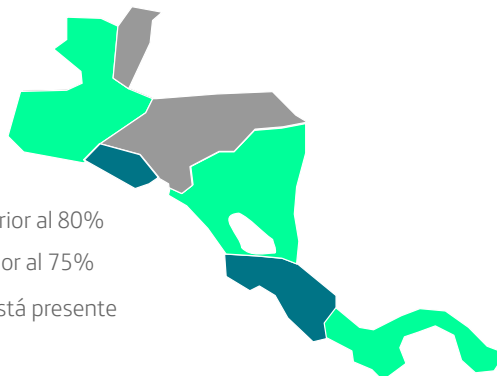
En la siguiente tabla detallamos la inversión en desarrollo y expansión de Red por tecnología:



MAPA DE COBERTURA MÓVIL 3G/4G SUPERIOR AL 80% DE LA POBLACIÓN EN LOS PAÍSES EN QUE TIENE PRESENCIA TELEFÓNICA

Diciembre 2015

- ▶ Cobertura superior al 80%
- ▶ Cobertura inferior al 75%
- ▶ Telefónica no está presente



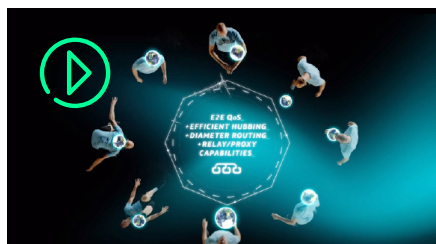
Cobertura >50% en Guatemala
Cobertura >70% en El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá



Cobertura >15% en Guatemala, Nicaragua y Panamá
Cobertura >60% en Costa Rica

MÁS INFORMACIÓN

Vea el vídeo 'Telefónica LTE - Freestyle Football'.



Cobertura s/población %	GT	SV	NI	CR	PA
Cobertura 3G	55%	82%	72%	95%	83%
Cobertura 4G	19%	0%	17%	70%	34%

El esfuerzo inversor en redes móviles de alta velocidad se ve reflejado en el significativo incremento, durante el 2015 de la penetración de LTE de 400%

3%
Durante el 2014

12%
En el 2015

Gracias a nuestra inversión en infraestructuras de Red, durante el 2015, logramos un gran avance en cuanto a la penetración de servicios de internet de alta velocidad, tanto con tecnologías fijas como móviles. Los accesos móviles alcanzaron los 12,655,976, de los cuales 3,290,554 correspondieron a smartphones, lo que supone 3% más que en el 2014. Los clientes de LTE se multiplicaron en un 400% alcanzando los 1,518,717 clientes, donde tuvimos velocidades superiores a 25 MB, a excepción de Costa Rica.

SERVICIO ASEQUIBLE

Somos conscientes de la importancia de que los servicios que ofrecemos sean asequibles para toda la población. En especial para los hogares de pocos recursos, para los hogares con pocos recursos, el precio puede suponer una barrera insalvable para acceder a los servicios de telecomunicaciones.

En la última década se ha producido una significativa caída de los precios del sector.

En el mercado móvil, la competencia, la innovación tecnológica y comercial y la inversión privada han permitido que millones de personas accedan a los servicios de telecomunicaciones.

Otro punto relevante que influye, de forma determinante, en la asequibilidad de los servicios son los teléfonos inteligentes. Este tipo de dispositivos son clave para acceder a Internet ya que su precio es significativamente menor al de otros terminales y tienen una difusión cada vez mayor en la región.

Así, los smartphones son una herramienta clave para la reducción de la brecha de demanda en los sectores económicamente más vulnerables. Además, estos teléfonos inteligentes no requieren de unas habilidades significativas para su utilización, lo que a su vez permite resolver ciertas barreras en la falta de alfabetización digital. Actualmente, un 26% de nuestros clientes móviles tienen un smartphone, siendo un 25% de ellos prepago.

Oferta diferenciada y adaptada

Al igual que los productos de prepago han sido fundamentales para universalizar el acceso a los servicios móviles, una oferta diferenciada y adaptada a las necesidades de cada cliente fomenta la masificación del acceso a Internet. En este sentido, dentro de los límites de la regulación, trabajamos para diseñar una oferta adaptada a las necesidades y capacidad de pago de cada uno de nuestros clientes.

Estamos convencidos de que es posible ofrecerle a cada cliente, de forma transparente, lo que demanda. Así, activando el paquete de servicios que quieran, a través del terminal inteligente que elijan y adaptándose a la capacidad de pago de la que disponen, los clientes pueden disfrutar de una oferta diferenciada y adaptada a sus necesidades.

ACCESIBILIDAD

Nuestra estrategia como Compañía accesible se desarrolla principalmente sobre dos vertientes:

- La primera se dirige a nuestros clientes y a la sociedad donde operamos, y se funda sobre el convencimiento de que el acceso al mundo digital es clave para mejorar la vida de las personas y lo puede ser aún más para un amplio segmento de la población mundial; en concreto, el colectivo que representa las personas con discapacidad y sus familias.

- La segunda vertiente, enfocada hacia el interior de la organización, se dirige a los empleados de la Compañía y a las instalaciones en las cuales nuestros colaboradores desempeñan su trabajo. Garantizar un entorno laboral accesible y ofrecer igualdad de oportunidades para todos los colectivos es un objetivo indispensable para el cumplimiento de nuestra estrategia.

BUENAS PRÁCTICAS

GUATEMALA

Con el objetivo de reducir brecha digital y mejorar la calidad educativa, se realizó una alianza con la Hidroeléctrica RENACE y la Fundación Juan Bautista Gutierrez para trabajar por un año en la implementación de dos Aulas Fundación Telefónica en el Municipio de Carchá, Alta Verapaz. Para el proyecto, Fundación Telefónica aportó 1 millón de quetzales para la implementación de las aulas (la primera en Chiacam y la segunda en Sacchi Chio) y la formación en Alfabetización Digital e innovación educativa, beneficiando así a 170 profesores y 4471 niños y niñas de 22 comunidades. Una de las acciones que caracteriza la intervención en Carchá es la traducción del manual de alfabetización digital al idioma local, el Q'eqchi'.



Indicadores de inclusión digital	Dic. 2014	Dic. 2015
Penetración de smartphones	23%	26%
Prepago	21%	25%
Contrato	38%	45%
Smartphones LTE (millones)	0.1	0.4
Penetración LTE	3%	12%

11.502.339

DE
clientes
de prepago móvil en Centroamérica

El 25%

de nuestros clientes con
smartphone son de prepago

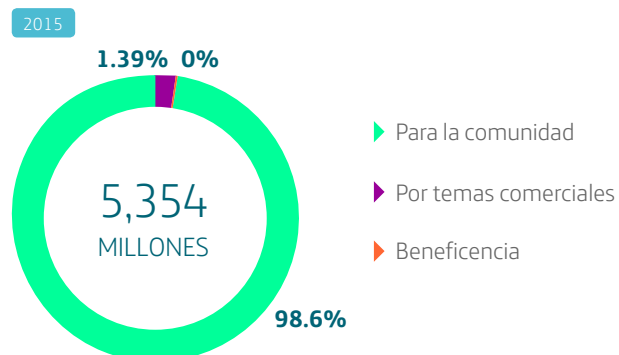
Acción social y cultural

Desde Telefónica impulsamos la acción social en los países en los que estamos presentes, con el fin de mejorar la sociedad y la calidad de vida de las personas.

Durante el 2015 destinamos US\$5,354 millones de dólares a acciones sociales y culturales, según la metodología del estándar LBG.



CONTRIBUCIÓN POR TIPO DE ACTIVIDAD⁽¹⁾



BENEFICIARIOS

Más allá de las aportaciones económicas que hacemos a la acción social, nos preocupamos de los logros obtenidos con nuestra contribución. En este sentido, destacamos que en 2015 los programas de Fundación Telefónica han alcanzado directamente a más de 147 mil niños y más de 16,500 jóvenes y docentes.

BUENAS PRÁCTICAS

OPEN FUTURE

Costa Rica Open Future_ es una aceleradora de startups. Se trata de una alianza de Telefónica con el apoyo del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Telecomunicaciones (MICITT); el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC); el Centro Nacional de Alta Tecnología (CeNAT) y el Consejo Nacional de Rectores (CONARE). Costa Rica Open Future pretende desarrollar de un plan integral que busca la creación, identificación, activación, maduración y crecimiento de ideas innovadoras con alto potencial para llegar al mercado, capaces de generar ventajas competitivas y empleo de calidad a mediano y largo plazo en el país. Cuenta ya con ocho equipos que han completado su participación en la primera edición del programa y que ahora tienen proyectos de negocios en el campo de la agricultura, seguridad, salud y el área comercial. Actualmente, siete proyectos están participando en la segunda edición, que finalizará en julio 2016.

BUENAS PRÁCTICAS

AULAS FUNDACIÓN TELEFÓNICA

Alineado al negocio y de la mano con la operadora local, ha venido integrando al mundo de la cultura digital a empresas clientes que trabajan en temas de educación y que tienen como desafío actual la integración de las Tics en el proceso enseñanza-aprendizaje.

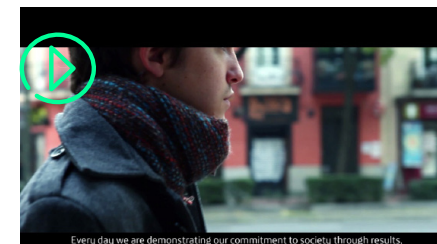
Desde el año 2015 a la fecha se ha contribuido al fortalecimiento de capacidades a más de 84 docentes de escuelas beneficiadas por fundaciones de empresas clientes de Telefónica. para desarrollar y complementar competencias y capacidades pedagógicas, tecnológicas y científicas que contribuyan al progreso de la región. Cuando AFT llega a los espacios educativos, la comunidad inmediatamente reconoce a Fundación Telefónica como parte de la marca Movistar dándole mayor visibilidad al negocio por el impacto social que está generando en la comunidad.



	2015
Niñas y niños atendidos en trabajo infantil	12,771
Niñas y niños que reciben formación	24,521
Niñas y niños beneficiarios de las acciones de formación a docentes	147,292
Jóvenes que reciben formación	10,532
Profesores que han recibido formación de Fundación Telefónica	6,339
TOTAL BENEFICIARIOS	201,455

MÁS INFORMACIÓN

Vea el vídeo '¿A qué se dedica la Fundación Telefónica?'.





EDUCACIÓN

Desde Telefónica promovemos la educación como una herramienta para contribuir a la igualdad de oportunidades y fomentar la construcción de una nueva sociedad global e inclusiva. Por ello, articulamos nuestra actividad en esta materia enfocándonos en proyectos de impacto social, gracias a Fundación Telefónica, y soluciones de negocio, a través de la compañía Telefónica Educación Digital.

Nuestro compromiso se ve reflejado en cifras, somos la tercera empresa del mundo en inversión educativa

con una aportación anual de cerca de 117 millones de dólares en Latinoamérica, según las estimaciones de la Fundación Varkey y la UNESCO.

El 65% de los estudiantes actuales de primaria trabajarán en profesiones que hoy aún no existen, en las que los conocimientos digitales tendrán un gran peso. Por ello, Fundación Telefónica Centroamérica formó en 2015 a más de 6,339 docentes, que tuvieron impacto en la educación de más de 147,000 niños y adolescentes.



Desarrollamos proyectos de acción social en torno a tres problemáticas comunes en la región: educación digital, innovación y habilidades y competencias para el siglo XXI.

JÓVENES

Con el objetivo de preparar a los jóvenes en el desarrollo de las competencias que les permitan optar por mejores oportunidades laborales y de emprendimiento, Fundación Telefónica implementó el proyecto Emprendimiento Juvenil, el cual benefició a más de 3,427 jóvenes de 13 y 18 años se formaron para la vida y el emprendimiento. A través de campamentos, contenidos de Think Big y

herramientas digitales, se desarrollaron jóvenes líderes formadores en los centros educativos, quienes replicaron talleres y dinámicas en sus aulas de clases y desarrollaron proyectos de emprendimiento social con sus compañeros y el apoyo de sus docentes. El proceso permitió poner en desarrollo habilidades para la vida, creatividad, habilidades emprendedoras y competencias digitales de los jóvenes, mientras se identificaron y propusieron soluciones a problemáticas sociales de su entorno, a través de más de 60 proyectos emprendedores realizados y presentados en la Feria del Emprendimiento Juvenil de Fundación Telefónica.

EMPLEABILIDAD Y EMPRENDIMIENTO

Formación orientada a jóvenes en vulnerabilidad bachilleres sin oportunidades de estudio, trabajando en el sector informal o ninis en edades entre los 16 y 24 años, la formación constaba de tres pilares: 1-Habilidades para la Vida Personal y Profesional donde se enfocaba en fomentar en los jóvenes el Trabajo en Equipo, El Liderazgo, a desarrollar su pensamiento creativo y crítico a través del Design Thinking a pensar fuera de la caja siendo creativos y permitiéndose innovar a la vez que les enseñaba a manejar su Inteligencia Emocional en la toma de decisiones; 2-Formación en Cultura Digital y Creación de Apps, en dependencia del perfil del joven tenía la opción de alfabetizarse digitalmente o crear Apps para dispositivos móviles dando respuesta a una problemática social que ha detectado en su entorno; 3- Formación en Emprendimiento, todos los jóvenes aprendían a desarrollar un plan de negocio acorde al tipo de empresa o servicio que decidió emprender durante el curso con dos elementos diferenciadores: que su proyecto contuviera elementos donde aplicará la tecnología como medio de difusión a futuro de la empresa (RRSS, Página Web, Blog, etc.) y un pequeño plan de RSE que les permitiera concebir el proyecto pensando en retribuir a la sociedad donde opere el proyecto.



EMPRENDIMIENTO

Fundación Telefónica trabajó con 1,800 jóvenes de 16 a 24 años con el propósito de promover el emprendimiento y el desarrollo de competencias para la vida. Las formaciones iniciaban con el diseño de un plan de vida, el cual se complementaba con talleres de creatividad e innovación. Luego los jóvenes llevaban la ruta formativa en emprendimiento, lo que les facilitaba el diseño de un negocio propio. Fundación Telefónica proporcionó capital semilla para 72 jóvenes destacados.

VOLUNTARIADO

El Foro Centroamericano de Voluntariado Corporativo es una iniciativa de Fundación Telefónica para fortalecer el conocimiento regional sobre la realidad del voluntariado realizado desde las empresas y para compartir casos de éxito que puedan ser replicados. La actividad tiene lugar cada dos años en alguno de los países de la región, y en 2015 el país seleccionado para albergar la segunda edición del foro fue Costa Rica; expertos nacionales e internacionales se reunieron para discutir las tendencias del

voluntariado corporativo, con el objetivo de comprender como esta práctica aporta valor a las organizaciones, sus colaboradores y las comunidades beneficiadas. El evento tuvo lugar en la sede del INCAE y reunió a empresas, organizaciones públicas y ONG de 16 países.

Durante la celebración de este encuentro, se anunció la creación del Consejo Latinoamericano de Voluntariado Empresarial (CLAVE), iniciativa del Centro Latinoamericano de Voluntariado (CELAV) con el apoyo institucional y técnico

602

JÓVENES ATENDIDOS EN
EL PROYECTO

32,470

HORAS DE FORMACIÓN

58

IDEAS DE NEGOCIO
CONCRETADAS DE LAS CUALES
13 FUERON APLICACIONES
MÓVILES



de la Asociación Internacional de Esfuerzo Voluntario (IAVE). En su fundación participaron cinco empresas: DISNEY, Telefónica Movistar, BAC Credomatic, Banco General y DirecTV, que fueron invitadas por la trayectoria en responsabilidad social empresarial (RSE), así como por su liderazgo e innovación en materia de voluntariado corporativo.

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



El Día Internacional del Voluntario Telefónica, celebrado el pasado 16 de octubre, es una iniciativa en la que miles de empleados de la Compañía en todo el mundo dedican la jornada a realizar diferentes actividades solidarias. En la edición 2015 se implicaron cerca de 952 personas en las más de 66 actividades que Telefónica programó en Centroamérica.



El total de empleados que participaron en 2015 en los programas de voluntariado de Telefónica fue de

952





Compromiso con el medio ambiente_

Medio ambiente_

SOLUCIONES EN UN MUNDO DIGITAL

Apostamos por una economía verde, donde el impacto ambiental que generamos en el desarrollo de nuestra actividad sea mínimo y, además, queremos que nuestros servicios ofrezcan soluciones a los retos ambientales que afronta la sociedad. Para conseguir todo esto, contamos con una estrategia ambiental global, común a todas las empresas que forman el Grupo Telefónica y con la que alineamos nuestros esfuerzos para avanzar en este ámbito.



Gracias a nuestro Programa de Eficiencia Energética, reconocido con el premio Green Mobile Award de GSMA 2016, continuamos reduciendo nuestras emisiones. Esta línea de trabajo se complementa con un plan de energías renovables, que tiene por objetivo conducirnos hacia un horizonte cero emisiones.

Integramos la economía circular en nuestra actividad, a través de prácticas como la reutilización de equipos o el reciclaje. En los próximos años, cambios socioeconómicos y

legales en el contexto externo, harán que los resultados de este nuevo enfoque sean mayores y se potencien las oportunidades.

2015 ha sido un año importante para Telefónica en todo lo que se refiere a productos y servicios en materia ambiental que contribuyen a reducir la huella ambiental de los clientes. Internet de las Cosas (IoT), Big Data, cloud son áreas de negocio en expansión y sus indicadores ambientales son cada vez más relevantes.

+ Eficiencia - Riesgos + Ingresos: Menos emisiones, mejor entorno

NUESTRO IMPACTO

2015



ENERGÍA 125,873 mWh	AGUA 33,797 m³ Var. 2014: -43% / acceso	RESIDUOS 208.43 tons.
EMISIONES campos Electromagnéticos 611.00 unidades CO ₂	EMISIONES alcance 1 3,794 tCO _{2eq}	
	EMISIONES alcance 2 29,656 tCO _{2eq}	



RESIDUOS RECICLADOS 97%	INVERSIÓN AMBIENTAL USD\$54,103
EMISIONES evitadas por eficiencia energética 24 tCO _{2eq}	

GESTIÓN AMBIENTAL

Aualmente, en base al principio de precaución, analizamos los riesgos ambientales y de cambio climático en todas nuestras operaciones bajo el modelo global de riesgos de la Compañía, a fin de reducirlos y además identificar oportunidades de mejora. Los posibles riesgos están asociados a aspectos regulados por la legislación ambiental, como residuos o ruido, la vulnerabilidad a desastres climáticos de nuestra Red o los costes de la energía. Para su

control, nuestra Compañía tiene establecidos diferentes mecanismos como prácticas comunes de gestión ambiental que van más allá de la normativa y un programa de eficiencia energética global. En 2015 en Telefónica no se tuvo sanción ambiental relevante de esta materia.

Los sistemas de gestión ambiental nos ayudan a controlar los riesgos ambientales, a la vez que aportan oportunidades vinculadas a la



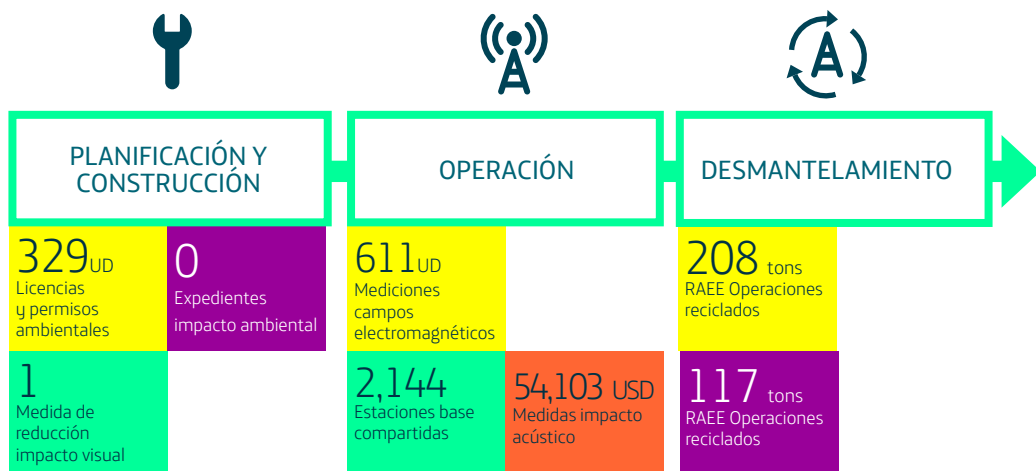
ecoeficiencia y permiten a nuestra Compañía reducir la huella ambiental. Además, en 2015 aprobamos una nueva Política ambiental y continuamos trabajando para alcanzar nuestro objetivo de certificar conforme a la norma internacional ISO 14001 a las operaciones de Centroamérica, iniciando con Panamá y Costa Rica, seguidamente de Guatemala, El Salvador y Nicaragua.

UNA RED RESPONSABLE

Es en nuestra Red donde se concentra el mayor impacto ambiental debido a su consumo energético, pero también en lo relacionado con elementos físicos, como el impacto visual o los residuos. Para un despliegue y mantenimiento de Red responsable aplicamos las mejores prácticas disponibles y gestionamos todos los aspectos ambientales de la misma desde el diseño al desmantelamiento.

Por ejemplo, compartimos, siempre que es posible, la ubicación de nuestras instalaciones con otras operadoras o empresas gestoras de torres de comunicación. Esto redundará en un menor impacto visual, energético y en una reducción en la generación de residuos. Esta práctica está cada vez más extendida dentro de Telefónica, por ello, durante el 2015, tenía 2,144 estaciones base compartidas.

DESPLIEGUE RESPONSABLE DE RED

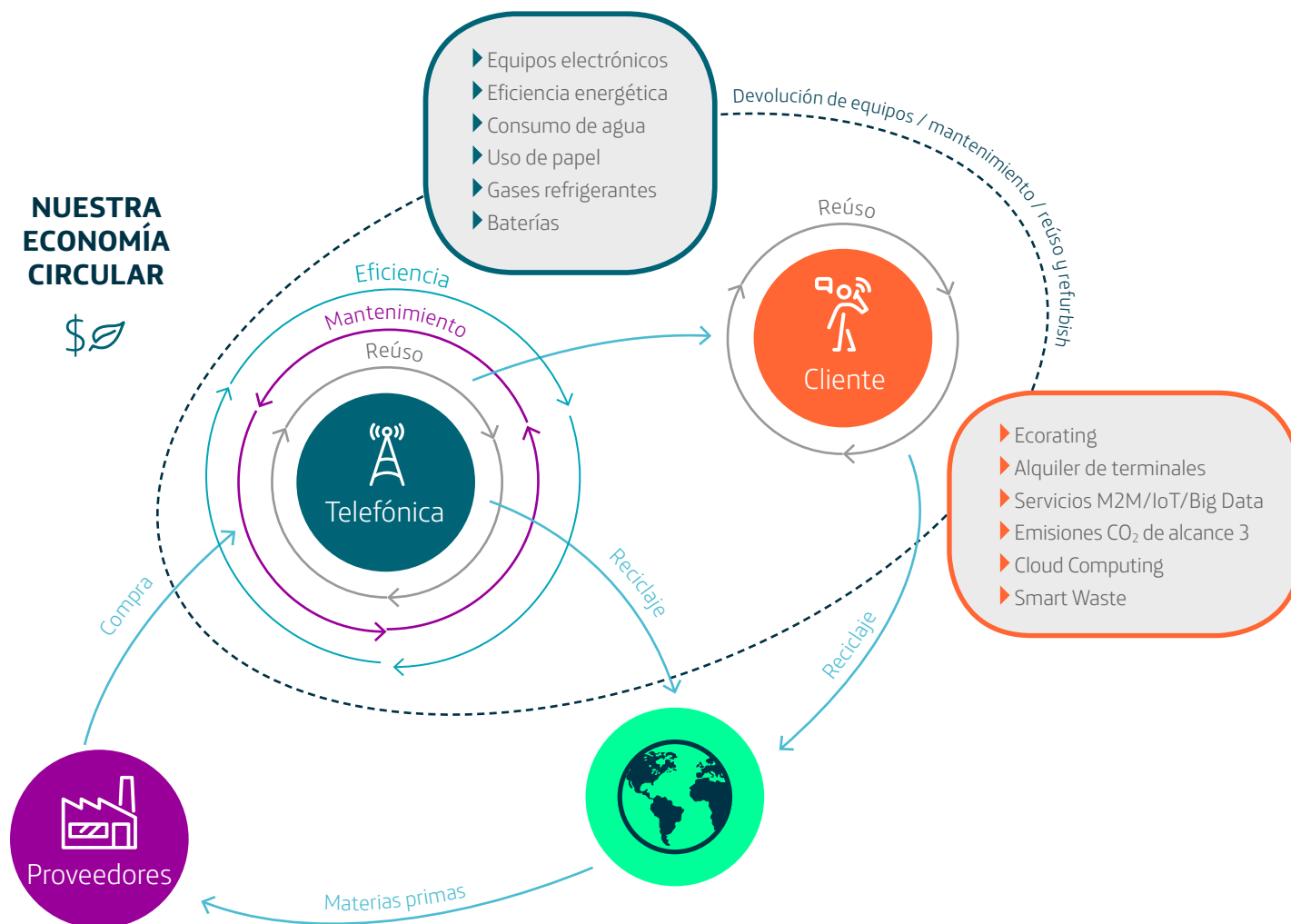


Economía circular_

La economía circular emula el comportamiento de los ecosistemas, en los que no hay desechos y el equilibrio y sostenibilidad del sistema se basa en las relaciones de los distintos actores. Las posibilidades que ofrece para las empresas son muchas; por ello, desde Telefónica ya integramos en gran medida esta filosofía en nuestras actividades, a través del reúso y reciclaje, pero además en nuestra cadena de valor a través de prácticas como compras bajas en carbono, el alquiler de terminales o el ecorating entre otros.

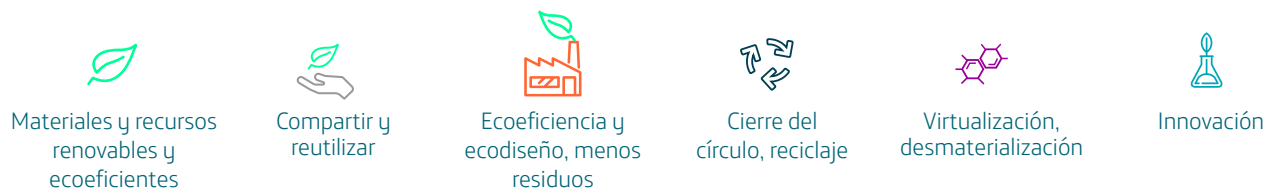
Llevamos a cabo distintas estrategias para optimizar el consumo de nuestros recursos en toda la cadena de valor y promover, además, que los bienes usados vuelvan al ciclo productivo. Estas iniciativas se centran principalmente en los procesos de Red y cliente, los mayores demandantes de materiales y recursos. Además, ponemos foco en el desarrollo de servicios digitales, donde existen posibilidades para la economía circular, como el Smart Waste.

NUESTRA ECONOMÍA CIRCULAR



- ▶ Ecodiseño
- ▶ Ecorating
- ▶ TCO, Compras bajas en carbono
- ▶ Emisiones CO₂ de alcance 3

PRINCIPIOS DE LA ECONOMÍA CIRCULAR EN TELEFÓNICA



ECOEficiencia INTERNA

Las prácticas ecoeficientes nos permiten dar más servicios a un mayor número de clientes, a la vez que reducimos nuestra huella sobre el medio ambiente. El consumo de recursos se reduce gracias a prácticas como un mantenimiento adecuado o mediante la reutilización de equipos a nivel interno.

El consumo de energía tiene, por su relevancia, el capítulo específico 'Energía y cambio climático'.

En cuanto a nuestro consumo de agua, principalmente se debe al uso sanitario y, en menor medida, a la climatización. Cada una de nuestras operaciones realiza medidas específicas para reducir su consumo.

Otro ejemplo de ecoeficiencia es la digitalización de las facturas de nuestros clientes gracias a las nuevas tecnologías. En 2015, Un millón 748 mil clientes han elegido este modelo de factura.

RESIDUOS Y EQUIPOS EN DESUSO

En toda nuestra actividad (Red, oficinas y clientes) generamos residuos y equipos en desuso, los cuales representan un aspecto muy relevante de nuestra gestión ambiental y son claves en la economía circular. Algunos pueden tener componentes peligrosos, como las baterías tienen componentes altamente contaminantes, realizamos auditorías internas y a proveedores, sobre residuos, con el objetivo de velar porque se gestionen con las máximas

garantías, poniendo énfasis en mejorar su trazabilidad.

Nuestra principal apuesta es reducir la generación de residuos y promover una economía circular, apoyando la reutilización y el reciclaje.

Cuando la reutilización no es una opción, el reciclaje es la mejor alternativa para el tratamiento de los residuos. Así, en 2015 generamos 208 tons. de residuos, de los cuales el 97,2% fueron reciclados.

Cerca del 70% de nuestros residuos son cables que se originan en el proceso de transformación de nuestra Red. Su reutilización no es posible pero sí su reciclaje, por lo que el 97% son reciclados por empresas especializadas.

RESIDUOS ELECTRÓNICOS

Según Naciones Unidas, de los 42 millones de toneladas de residuos electrónicos o e-waste que se generan al año, solo el 12% se recicla, siendo los que más están en aumento.

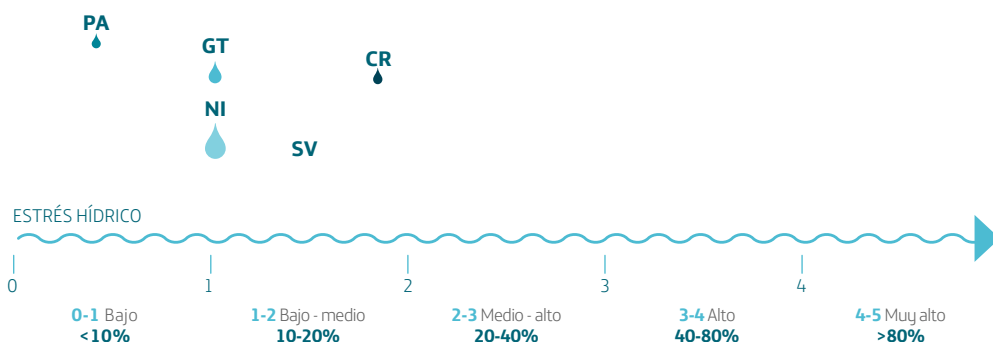
Un porcentaje importante de los dispositivos usados en nuestras operaciones y por nuestros clientes han sido reciclados.

CLIENTES

Son muchas las posibilidades de esta economía circular y estamos en disposición de aprovecharlas y aportar soluciones a través de la innovación sostenible.

CONSUMO DE AGUA DE TELEFÓNICA VS. ESTRÉS HÍDRICO

CONSUMO DE AGUA



Fuente: World Resources Institute.

BUENAS PRÁCTICAS

La Tierra te llama Contesta es una programa de reciclaje de celulares en desuso que se tiene implementado en todas las tiendas movistar de la región. Incentivamos el reciclaje de celulares en desuso de clientes y no clientes. Los fondos que se obtienen de la entrega de los celulares a entidades que tienen licencia para el manejo adecuado de los residuos, se desarrollan programas para el cuidado de medio ambiente y charlas de medio ambiente a estudiantes de centros escolares de escasos recursos.

BUENAS PRÁCTICAS

FACTURA ELECTRÓNICA

En Panamá casi el 98% de los clientes reciben factura electrónica, lo que aporta grandemente a la ecoeficiencia interna de la operación.

En Costa Rica también el 98% de los clientes reciben factura electrónica.



Energía y Cambio Climático

Queremos la Red más eficiente y limpia en términos de energía y carbono.

El cambio climático es uno de los retos más acuciantes de la sociedad actual, afecta a la calidad de vida y al planeta en su conjunto. Por ello, es urgente potenciar un crecimiento económico que dependa menos del carbono. Somos conscientes del papel que como telco digital podemos jugar en la búsqueda de soluciones a través de **nuestros servicios**, pero también de la responsabilidad en la reducción de nuestra propia huella de carbono.

Con este objetivo, creamos en 2008 una Oficina Global de Cambio Climático y fijamos unos objetivos ambiciosos de energía y emisiones, que han hecho posible que hoy más de 100 personas trabajen para conseguirlos.

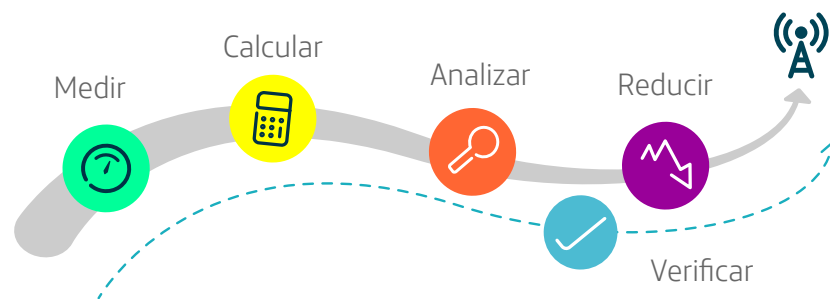
En 2015 parte de estos objetivos finalizan, es por tanto momento de análisis. El Plan de Eficiencia Energética ha supuesto un ahorro de más de 64 millones de euros desde 2010, y nuestra intensidad energética se ha reducido en un 25%. Si bien no se ha logrado el objetivo inicial de reducción del 30%, el resultado es muy positivo.

Todo ello nos anima a seguir en esta línea y estamos fijando ya un nuevo marco de objetivos a 2020, que marcarán la siguiente hoja de ruta en eficiencia energética y también en energías renovables.

Las energías renovables son necesarias para lograr descarbonizar nuestra actividad y reducir la huella de carbono en términos absolutos. Hoy,

esta transición ha comenzado, y más del 16% de la energía proviene ya de fuentes renovables, principalmente en Brasil y Alemania. Estamos definiendo un Plan de Energías renovables, que a través de la compra de electricidad de origen renovable, la microgeneración y Acuerdos de

Compra de Energía, conduzca a la empresa a un horizonte cero emisiones.



Medimos nuestro consumo de energía y **calculamos** nuestra huella de carbono. **Analizamos** e identificamos nuevas oportunidades de reducción de energía y emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) e implantamos proyectos de eficiencia energética y energía renovable en cada una de nuestras operaciones. Gracias a ello, **reducimos** el consumo operacional de energía y el impacto ambiental de nuestras actividades.



MEDIR

Medimos nuestro consumo energético y monitorizamos la Red instalando medidores inteligentes en nuestras instalaciones. Gracias a ellos, podemos conocer de forma más precisa el consumo, identificar fallas en la Red y optimizar el gasto operacional de energía.



CALCULAR

Calculamos nuestro consumo energético total, así como las emisiones de gases de efecto invernadero para cada uno de los alcances uno, dos y tres, de acuerdo a un modelo global basado en el Protocolo de GEI, la Norma ISO 14064 y la recomendación ITU-T L.1420.

Liderazgo en Carbon Disclosure Project

Telefónica se mantuvo por quinto año consecutivo entre las 5 empresas de telecomunicaciones líderes del Carbon Disclosure Project (CDP) con una puntuación de 99A, siendo la segunda mejor puntuación de nuestro sector. Además, fuimos reconocidos por el programa "CDP Supply Chain" como una de las Compañías que mejor gestionan los riesgos y oportunidades de energía y cambio climático a nivel mundial e informan a sus clientes sobre el impacto en emisiones de los servicios que les entregan.



ANALIZAR

Llevamos a cabo un análisis del consumo operacional de energía y de nuestras emisiones de carbono. En base a esto, evaluamos el cumplimiento de nuestros objetivos globales de reducción de energía y emisiones de GEI y trabajamos con los diferentes grupos y asociaciones del sector para identificar riesgos y oportunidades en materia de energía y cambio climático.

MÁS INFORMACIÓN

Vea el vídeo 'Programa Global de eficiencia energética de Telefónica'



BUENAS PRÁCTICAS

En Nicaragua el 7% de Sitios de la Red Operan con Energía Renovable. 483,092 KWH AÑO AUTOGENERADO.

OBJETIVOS GLOBALES DE ENERGÍA Y EMISIONES

KPI	Unidad	Año base	Año objetivo	Valor año base	Valor 2015	Objetivo reducción	Actual
Consumo de energía en redes por cliente	kWh/ae(*)	2007	2015	32,7	24,7	30%	-25%
Consumo de energía en oficinas por empleado	MWh/emp(**)	2007	2015	6,3	5,5	10%	-13%
Emisiones de carbono por cliente	tCO _{2eq} /ae	2010	2020	10,2	9,3	30%	-9%
OPEX de energía	M€	2013	2017	-	27,7	50 M€	-

(*) ae = acceso equivalente (**) emp = empleado


VERIFICAR

Adicionalmente, de forma anual en Telefónica llevamos a cabo un proceso independiente de verificación de datos de energía y emisiones que nos permite identificar mejoras en nuestros procesos y gestionar la energía y el carbono de una forma transparente.

INVENTARIO DE ENERGÍA Y CO₂ ⁽¹⁾

Energía		2014	2015	%var
Consumo total de energía	MWh	116,400	125,873	8,1%
Electricidad	MWh	99,294	111,303	12,09%
Combustible	MWh	17,106	14,571	-14,82%
Energía proveniente de fuentes renovables	%	65	58	-10,9%
Emisiones de GEI				
Emisiones directas (Alcance 1)	tCO ₂ eq ⁽²⁾	4,474	3,794	-15,18%
Emisiones indirectas (Alcance 2) (método basado en la localización)	tCO ₂ eq	25,942	29,656	14,32%
Emisiones indirectas (Alcance 3) (método basado en el mercado) ⁽³⁾	tCO ₂ eq	369	545	47,55%
Emisiones evitadas ⁽⁴⁾	tCO ₂ eq	26	24	-10,9%

(1) Inventario basado en ISO 14.064, GHG Protocol & ITU-T L.1420.

(2) CO₂eq = CO₂, CH₄ & N₂O.

(3) Emisiones de alcance 3 provenientes de viajes de trabajo.

(4) Emisiones evitadas gracias a la generación y compra de energía renovable para autoconsumo.


REDUCIR

Durante 2015 llevamos a cabo más de 100 iniciativas de eficiencia energética y reducción de emisiones de GEI en nuestras redes y oficinas.

Ganador del Green Mobile Award

Telefónica fue reconocida con el GSMA Glomo 2016 en el MWC por nuestro programa global de eficiencia energética, del cual el jurado afirmó ser un notable ejemplo de lo que todo operador busca lograr: la mejora de la eficiencia energética, la reducción de su huella de carbono y la conservación del medio ambiente.



9

Anexos_

Premios y reconocimientos

GLOBAL

- Somos la tercera empresa del mundo en inversión educativa, según La Unesco y Fundación Varkey.
- Telefónica, entre los proveedores más sostenibles del mundo según el índice CDP.
- La ONU reconoce la contribución de Telefónica al desarrollo mundial de las telecomunicaciones.
- Telefónica asciende hasta el segundo puesto en el ranking de las mejores multinacionales para trabajar en Latinoamérica.
- Telefónica se sitúa entre las nueve telcos líderes del mundo en Sostenibilidad.
- Somos la quinta mejor empresa y la mejor telco para trabajar en el mundo, según GPTW.
- Somos la segunda mejor telco del mundo en gestión transparente del cambio climático, según CDP.
- Telefónica, la telco con mejor reputación en España y Latinoamérica.

EN CENTROAMÉRICA

- El Proyecto Aulas Fundación Telefónica recibió una Distinción Especial por la Unión Nicaragüense para la Responsabilidad Social Empresarial-uniRSE.
- El Proyecto Aulas Fundación Telefónica recibió una Distinción Especial por la Unión Nicaragüense para la Responsabilidad Social Empresarial-uniRSE.



- En Guatemala incluyeron dos casos de éxito en el documento de Buenas Prácticas de RSE; dentro de la Política de Atención al cliente se incluyó a Mi App Movistar y dentro de la Diligencia empresarial contra el Trabajo infantil se incluyó la encuesta Aquí estoy y actúo.



Tablas de cumplimiento GRI

Índice de contenido GRI G4

Opción exhaustiva de conformidad con la Guía G4

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

Contenidos básicos generales	Omissiones	Verificación externa
Estrategia y análisis		
G4-1		Declaración del responsable principal.
G4-2		Descripción de los principales efectos, riesgos y oportunidades.
Perfil de la organización		
G4-3		Nombre de la organización.
G4-4		Marcas, productos y servicios más importantes.
G4-5		Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.
G4-6		Países en los que opera la organización.
G4-7		Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.
G4-8		Mercados a los que sirve la Compañía.
G4-9		Tamaño de la organización.
G4-10		Número de empleados por contrato laboral, región y sexo.



CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

Contenidos básicos generales	Omisiones	Verificación externa
G4-11		Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.
G4-12		Cadena de suministro de la organización.
Participación en iniciativas externas		
G4-16		Listado de las asociaciones a las que la organización pertenece.
Aspectos materiales y cobertura		
G4-19		Aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.
G4-20		Cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.
G4-21		Límite de cada aspecto material fuera de la organización.
Participación de los grupos de interés		
G4-24		Lista de los grupos de interés vinculados a la organización.
G4-25		En qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.
G4-26		Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés.
Perfil de la memoria		
G4-28		Periodo objeto de la memoria.
G4-31		Punto de contacto para solventar las dudas.
G4-32		Opción de conformidad, Índice de GRI y referencia al Informe de Verificación externa.
G4-33		Política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria.
Gobierno		
G4-34		Estructura de gobierno de la organización.
G4-35		Proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad en la alta dirección y en determinados empleados para cuestiones de índole económica, ambiental y social.
G4-37		Procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales.
G4-41		Procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses.



CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

Contenidos básicos generales

Omisiones

Verificación externa

G4-42

Funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.

G4-43

Medidas se han tomado para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.

Ética e integridad

G4-56

Valores, principios, estándares y normas de la organización.

G4-57

Mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para los asuntos relacionados con la integridad de la organización.

G4-58

Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización.



CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores

Página

Omisiones

Verificación
externa

CATEGORÍA: ECONOMÍA

Consecuencias económicas indirectas

G4-DMA XX

G4-EC7 XX

CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE

Energía

G4-DMA XX

G4-EN3 XX

G4-EN4 No es relevante dentro de la gestión interna de la compañía y no se demanda por grupos de interés

G4-EN6 XX

G4-EN7 XX

Emisiones

G4-DMA XX

G4-EN15 XX

G4-EN16 XX

G4-EN17 XX

G4-EN18 XX

G4-EN19 XX

Efluentes y residuos

G4-DMA XX

G4-EN22 XX El vertido de aguas en Telefónica es sanitario y se vierte a los sistemas de saneamiento municipales

G4-EN24 XX No se han producido derrames relevantes

Información sobre el enfoque de gestión.

Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios.

Información sobre el enfoque de gestión.

Consumo energético interno.

Consumo energético externo.

Reducción del consumo energético.

Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios.

Información sobre el enfoque de gestión.

Emisiones directas de gases de efecto invernadero (Alcance 1).

Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía (Alcance 2).

Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero (Alcance 3).

Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.

Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.

Información sobre el enfoque de gestión.

Vertimiento total de aguas, según su naturaleza y destino.

Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.



CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores

Página

Omisiones

Verificación
externa

Productos y servicios

G4-DMA XX

Información sobre el enfoque de gestión.

G4-EN27 XX

Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.

G4-EN28 XX

Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que se recuperan al final de su vida útil, desglosado por categoría.

CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL

SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO

Salud y seguridad en el trabajo

G4-DMA XX

Información sobre el enfoque de gestión.

Capacitación y educación

G4-DMA XX

Información sobre el enfoque de gestión.

G4-LA9 XX No se ofrece desglose por género. Estamos adaptando los sistemas informáticos para poder hacerlo próximamente

Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.

G4-LA10 XX

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.

Diversidad e igualdad de oportunidades

G4-DMA XX

Información sobre el enfoque de gestión.

G4-LA12 XX

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

Omisiones

Verificación
externa

SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS

Inversión

G4-DMA XX

G4-HR1 XX

G4-HR2 XX

Información sobre el enfoque de gestión.

Número y porcentaje de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.

Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados.



OTROS CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS NO MATERIALES QUE SE REPORTAN

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones	Verificación externa
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE			
Materiales			
G4-EN1	XX		Materiales por peso o volumen.
G4-EN2	XX		Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.
Agua			
G4-EN8	XX		Captación total de agua según la fuente.
General			
G4-EN31	XX		Desglose de los gastos e inversiones para la protección del medio ambiente.
CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL			
SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO			
Responsabilidad sobre productos y servicios			
G4-PR5	XX		Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.
ICA Informe Anual de Cuentas Anuales.			
IAGC Informe Anual de Gobierno Corporativo.			
20F Form 20-F de la SEC.			
PNR Principios de Negocio Responsable.			

Cumplimiento de Derechos Humanos

Asunto evaluado	Descripción	Debida Diligencia	Asunto evaluado	Descripción	Debida Diligencia
1. No discriminación	Impulsamos la igualdad de oportunidades y tratamos a todas las personas de manera justa e imparcial, sin prejuicios asociados a la raza, color, nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual, estado civil, edad, discapacidad o responsabilidades familiares. Con el objetivo de paliar la desigualdad entre hombres y mujeres en las profesiones del sector tecnológico, durante 2015 trabajamos en diferentes iniciativas que pretenden fomentar el acceso de mujeres a profesiones tecnológicas. Durante 2015, el 38% de la plantilla de la compañía ha estado compuesta por mujeres profesionales. El 11% del Comité Regional de CAM está compuesto por mujeres.	Gestión de la diversidad	5. Privacidad	Respetamos los derechos y las libertades de las personas, entre los que se encuentra el derecho fundamental a la protección de los datos de carácter personal. Somos conscientes de que nuestro compromiso con la privacidad es clave para generar una relación de confianza con las personas que tengan relación con nosotros. Este compromiso se manifiesta en nuestra Política de Privacidad, aprobada en 2013 y actualizada en 2015 para alinearse con los nuevos retos a los que se enfrenta nuestro sector.	Privacidad
2. Seguridad y salud	La seguridad, salud y bienestar, una de las principales líneas de actuación de la compañía, se integran en los procesos y servicios a través de un sistema de gestión de riesgos laborales con enfoque preventivo.	Seguridad y salud	6. Libertad de expresión	Estamos convencidos de que la mejor forma de lograr el avance global en el respeto de la libertad de expresión es a través del diálogo entre Gobiernos, industria, sociedad civil (incluidos expertos en derechos humanos), inversores, organizaciones supranacionales y otras partes interesadas afectadas. Telefónica continúa formando parte del Grupo de Diálogo de la Industria (Telecom Industry Dialogue) e implementando sus Principios Rectores, firmados en el año 2013.	Libertad de expresión
3. Negociación colectiva y libertad de asociación	Garantizamos el derecho de nuestros empleados de pertenecer a la organización sindical de su elección y no toleramos ningún tipo de represalia o acción hostil hacia aquellos empleados que participan en actividades sindicales.	Negociación colectiva	7. Derechos del niño	Desde hace más de una década trabajamos activamente en el fomento y respeto de los derechos del niño como parte de nuestra estrategia empresarial y desde diferentes líneas de actuación. En 2015, la compañía ha continuado centrando sus esfuerzos en la autorregulación como premisa para desarrollar productos y servicios que permitan a niños y adolescentes sacar el máximo provecho de las nuevas tecnologías. Este año Familia Digital se ha lanzado en Guatemala, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá.	Buen uso de Internet por los niños
4. Condiciones laborales de la cadena de suministro	Nuestra responsabilidad en el respeto de Derechos Humanos se extiende a nuestras relaciones comerciales. Por medio de una cláusula en el contrato, requerimos a nuestros proveedores la no contratación de mano de obra infantil.	Gestión de la cadena de suministro	8. Corrupción y soborno	Telefónica refuerza su compromiso con la ética y el cumplimiento normativo. En 2015 se reforzó el principio de Integridad en los Principios de Negocio Responsable en los aspectos relativos a corrupción. También se aprobó una nueva Política Anticorrupción que regula la aceptación u ofrecimiento de regalos e invitaciones, prohibiendo cualquier tipo de soborno; y, además, una norma corporativa sobre conflicto de interés, que pone a disposición de todos nuestros empleados un mecanismo para el reporte de todas aquellas situaciones que supongan un conflicto de interés.	Ética y cumplimiento



Asunto evaluado	Descripción	Debida Diligencia	Asunto evaluado	Descripción	Debida Diligencia
9. Acceso a la salud	Estamos convencidos de que la tecnología digital permite nuevos modelos de acceso de salud. Telefónica lleva años apostando fuertemente por el desarrollo de servicios innovadores en las áreas de la Salud y la Teleasistencia.	eHealth	12. Idioma	Apoyamos el derecho de las minorías a disfrutar de su propia cultura, a profesar y practicar su propia religión o a utilizar su propio idioma. Localmente desarrollamos iniciativas que promueven este respeto.	
10. Inclusión y acceso a las TIC	<p>En Telefónica, conscientes del potencial que las tecnologías digitales pueden ofrecer, trabajamos tres líneas de actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Llevar el acceso a las comunicaciones e Internet a todos los lugares, incluyendo zonas remotas o de difícil acceso. ▶ Desarrollo de productos y servicios bajo el criterio de 'diseño para todos', con el objetivo de conseguir que los entornos, productos, servicios y sistemas puedan utilizarse también con personas con necesidades especiales, como el proyecto Whatscine, que lleva los servicios audiovisuales a personas con problemas visuales y auditivos. 	Inclusión Digital	13. Acceso a la educación	Fundación Telefónica tiene como prioridad explorar, con expertos, especialistas y centros de investigación, soluciones en el mundo de la innovación educativa, darlas a conocer, probarlas, extender la reflexión y el conocimiento sobre sus resultados, para contribuir a acelerar los cambios que llevan a la sociedad a un mundo digital. La educación es la principal herramienta para reducir la desigualdad y sentar las bases para un crecimiento sostenido, especialmente en entornos vulnerables. Y la digitalización de la educación posibilita nuevas oportunidades de aprendizaje y democratiza aún más el acceso a un conocimiento de calidad. Sobre esta premisa, Fundación Telefónica articula su actividad en torno a la formación de niños, educadores y jóvenes para que puedan desarrollarse, aprender, comunicarse y trabajar en la sociedad en red, porque creemos firmemente en un mundo digital más solidario.	Educación digital
11. Innovación sostenible	Definimos la innovación sostenible como la innovación cuyo objetivo principal es dar respuesta a un reto social o medioambiental, tanto dentro como fuera de la empresa, generando valor para la compañía. En su compromiso con la innovación tecnológica, Telefónica pretende ser un agente activo en el nuevo universo digital para crear un mundo más sostenible y conseguir, al mismo tiempo, ventajas competitivas y productos diferenciadores.	Innovación Social	14. Despliegue y gestión de infraestructuras de Red	Existen prácticas comunes en el Grupo Telefónica para llevar a cabo un despliegue responsable de red móvil y red fija, de manera que se alcance la mayor cobertura –incluso en zonas remotas– con el menor impacto. Nuestra compañía va más allá del cumplimiento legal en todos los países y establece pautas para reducir su huella sobre el medio ambiente compartiendo infraestructuras y minimizando el impacto visual. Asimismo, Telefónica mantiene un diálogo y comunicación con las comunidades en las que se despliega la red sobre temas que sean de interés para ellas; por ejemplo, los campos electromagnéticos.	Campos electromagnéticos

Cartas de verificación



INFORME DE REVISIÓN INDEPENDIENTE DEL INFORME INTEGRADO CORRESPONDIENTE AL EJERCICIO 2015 DE TELEFÓNICA, S.A.

A la Comisión de Asuntos Institucionales de
Telefónica, S.A.

Alcance del trabajo

Hemos llevado a cabo la revisión del contenido del Informe Integrado correspondiente al ejercicio 2015 de Telefónica, S.A. (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, S.A. para la elaboración del Informe está definido en el anexo "Estructura y perímetro de consolidación del Informe" del Informe adjunto.

La preparación del Informe adjunto, así como el contenido del mismo, es responsabilidad de la Comisión de Asuntos Institucionales de Telefónica, S.A., 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.
- La Guía de Actuación sobre trabajos de revisión de Informes de Responsabilidad Corporativa emitida por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de España (ICJCE).

Procedimientos realizados

Nuestro trabajo de revisión ha consistido en la formulación de preguntas a la Dirección de Sostenibilidad y Reputación de Telefónica, S.A., 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. y una selección de directivos y personal clave de las direcciones involucradas en su preparación. El propósito fue obtener un conocimiento sobre cómo los objetivos y políticas de Sostenibilidad Corporativa son considerados, puestos en práctica e integrados en la estrategia de Telefónica.
2. Revisión de los principales procesos y sistemas a través de los cuales Telefónica 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. Se han realizado trabajos de revisión en relación a las operaciones de Telefónica en España, Brasil, Argentina, Perú, Alemania, Chile, Ecuador, Venezuela, Colombia y México.

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 y en las Tablas de cumplimiento GRI, con el perímetro y alcances indicados anteriormente.

Independencia

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

1



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

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

Conclusiones

Como resultado de nuestra revisión del Informe Integrado correspondiente al ejercicio 2015 de Telefónica, S.A. 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 "Relaciones con nuestros grupos de interés" del Informe adjunto.
 - ✓ **Relevancia:** Se ha realizado un análisis de aspectos relevantes y una encuesta para seleccionar los aspectos más significativos a incluir en el Informe, tal como se describe en su apartado "Relaciones con nuestros grupos de interés".
 - ✓ **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 "Relaciones con nuestros grupos de interés" y a lo largo de los diferentes capítulos del Informe adjunto y que reflejan los principales compromisos asumidos.

Recomendaciones

Adicionalmente, hemos presentado a la Comisión de Asuntos Institucionales de Telefónica, S.A. 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 realiza un estudio de materialidad en el que tiene en cuenta la opinión de sus grupos de interés para el establecimiento de la importancia de los asuntos. Nuestra recomendación es publicar los asuntos más relevantes por cada grupo de interés e informar acerca de las acciones que se van a emprender por el Grupo con el objetivo de focalizar su actuación en las necesidades reales y expectativas de los grupos de interés, facilitando una mayor alineación entre sostenibilidad y negocio.

b) **Relevancia:**

En el año 2015 Telefónica ha aprobado un panel de grupos de interés como plataforma de diálogo constante para permitir la actualización permanente de los asuntos materiales. Nuestra recomendación es continuar impulsando esta iniciativa para que pueda ponerse en práctica plenamente en el año 2016.

c) **Capacidad de Respuesta:**

Telefónica incluye en cada apartado del Informe adjunto los retos para cada grupo de interés. Nuestra recomendación es agrupar estos retos y alinearlos con la estrategia de sostenibilidad de Telefónica para mejorar la comprensión por los grupos de interés de las actuaciones realizadas en materia de sostenibilidad.

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

1) Dimensión económica:

Durante el año 2015 se ha informado, entre otros indicadores, sobre el relativo al empleo indirecto generado por Telefónica en las comunidades en las que opera. Nuestra recomendación es incluir hitos y retos en el capítulo de "Contribución al progreso".

2) Dimensión ambiental:

En 2015, Telefónica ha realizado un reporte más detallado de su desempeño en materia ambiental. Se recomienda, con la finalidad de aumentar la precisión y la solidez de dicho reporte, seguir trabajando en la mejora de las definiciones de los indicadores ambientales.

3) Dimensión social:

Durante el año 2015 Telefónica publica información sobre diversidad, como desgloses por género y personas con discapacidad. Nuestra recomendación es impulsar un mayor número de medidas para permitir incorporar una mayor diversidad en la plantilla del Grupo, en línea con los retos establecidos para el año 2016.

Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la Comisión de Asuntos Institucionales de Telefónica, S.A., de acuerdo con los términos de nuestra carta de encargo.

ERNST & YOUNG, S.L.



Ana Mª Prieto González
Socia
Madrid, 14 de abril de 2016



2

AENOR

Asociación Española de
Normalización y Certificación

Declaración de Verificación de AENOR para Telefónica del Inventario de emisiones de gases de efecto invernadero correspondientes al periodo 2015

EXPEDIENTE: 2009/1133/HCO/01

Introducción

Telefónica (en adelante la organización) ha encargado a la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR) llevar a cabo una revisión limitada del Inventario de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de sus actividades incluidas en el informe de GEI del periodo 2015, el cual es parte de esta Declaración.

AENOR se encuentra acreditada por la Entidad Mexicana de Acreditación, con número OMVGEI 004/14 (vigente a partir del 31/10/2014; fecha de término de vigencia 31/10/2018), conforme a la norma ISO 14065:2007, para la realización de verificación de emisiones de gases de efecto invernadero conforme a los requisitos establecidos en la norma ISO 14064-3:2006 para el sector de la energía.

Inventario de emisiones de GEI emitido por la Organización: Telefónica, C/ Ronda de la Comunicación, Distrito Telefónica, Madrid

Representante de la Organización: Ignacio González-Blanch Rodríguez, Oficina de Cambio Climático y Eficiencia Energética de Telefónica

Telefónica tuvo la responsabilidad de reportar sus emisiones de GEI de acuerdo a la norma de referencia ISO 14064-1:2006.

Objetivo

El objetivo de la verificación es facilitar a las partes interesadas un juicio profesional e independiente acerca de la información y datos contenidos en el Informe de GEI de Telefónica mencionado.

Alcance de la Verificación

Se describen a continuación los gases de efecto invernadero y las fuentes de emisión consideradas así como el alcance geográfico de las actividades incluidas en el inventario de gases de efecto invernadero de la organización.

El inventario de emisiones de GEI de la organización incluye los gases CO₂, CH₄ y N₂O.

Las actividades directas, indirectas y exclusiones de la verificación



AENOR

Asociación Española de
Normalización y Certificación

- Alcance 1. Emisiones directas de GEI:
- Alcance 2. Emisiones indirectas de GEI por energía:
- Alcance 3. Otras emisiones indirectas de GEI. Se incluyen:
 - Compra de bienes y servicios
 - Bienes capitales
 - Actividades relacionadas con el consumo de energía y combustible (no incluidas en alcances 1 y 2)
 - Residuos generados en operaciones
 - Viajes de trabajo
 - Uso de productos vendidos
 - Inversiones

Exclusiones Generales

El inventario de GEI de Telefónica no registra emisiones de hidrofluorocarbonos (HFC) y perfluorocarbonos (PFC) por lo que quedan excluidas las emisiones fugitivas procedentes de equipos de aire acondicionado y refrigeración de Telefónica. Asimismo, se excluyen las emisiones de GEI por consumo de gasolina en combustión estacionaria.

El cálculo estimado de estas emisiones queda por debajo del nivel de materialidad, por lo que se consideran no significativas.

Para el proceso de la verificación se considera un enfoque de control, bajo el cual Telefónica contabiliza las emisiones atribuibles a las operaciones sobre las cuales ejerce el control operacional. Bajo este enfoque, se establece el alcance de la verificación geográfico para los siguientes países donde opera el Grupo Telefónica:

Límites organizacionales y geográficos

Europa

España
Red fija y móvil
Distrito Telefónica
Telefónica Soluciones
Alemania (red fija y móvil)*

Latino América

Argentina (red fija y móvil)
Brasil (red fija y móvil)
Chile (red fija y móvil)
Colombia (red fija y móvil)
Ecuador (red móvil)
El Salvador (red móvil)
Guatemala (red móvil)

AENOR

Asociación Española de
Normalización y Certificación

México (red móvil)
Nicaragua (red móvil)
Panamá (red móvil)
Perú (red fija y móvil)
Costa Rica (red móvil)
Uruguay (red móvil)
Venezuela (red móvil)

Telefónica Business Solutions

Año base

Telefónica ha seleccionado el año 2015 como año base. Se ha reestablecido el año base debido a dos razones fundamentales. La primera, debido a cambios significativo en límites operacionales y organizacionales en 2015 que dificultan el recálculo del año base. La segunda, debido a la finalización del periodo cubierto por los objetivos globales de reducción de energía de Telefónica (2007-2015). Se abre un nuevo periodo (2015-2020) donde se definirán nuevos objetivos de reducción de energía y emisiones de GEI.

Importancia relativa

Para la verificación se acordó que se considerarán discrepancias materiales aquellas omisiones, distorsiones o errores que puedan ser cuantificados y resulten en una diferencia mayor al 5% con respecto al total declarado de emisiones.

Criterios

De forma general, la verificación del Informe de inventario de gases de efecto invernadero se ha realizado teniendo en cuenta los requisitos establecidos en:

- La norma ISO 14064-1:2006: Especificación con orientación, a nivel de las organizaciones, para la cuantificación y el informe de las emisiones y remociones de gases de efecto invernadero.
- La norma ISO 14064-3:2006: Especificación con orientación para la validación y verificación de declaraciones sobre gases de efecto invernadero
- Referencial ITU-T L.1420 (02/2012) *Methodology for energy consumption and greenhouse gas emissions impact assessment of information and communication technologies in organizations*
- GHG Protocol, Estándar corporativo de contabilidad y reporte. Rev 01.

El inventario se elabora a partir de los datos de energía y movilidad de las operaciones del grupo, reportadas bajo el Procedimiento Proceso de Recopilación de datos de energía del Grupo Telefónica, de 08 de enero de 2016.

AENOR

Asociación Española de
Normalización y Certificación

AENOR se exime expresamente de cualquier responsabilidad por decisiones, de inversión o de otro tipo, basadas en la presente declaración.

Conclusión

Como conclusión de la verificación y dado el alcance limitado acordado de la misma, AENOR declara que:

No hay evidencia, que haga suponer que la información sobre emisiones reportada en el informe de inventario de gases de efecto invernadero de Telefónica del periodo 2015, de fecha 31 de marzo de 2016, no sea una representación fiel de las emisiones de sus actividades.

De forma consecuente con esta Declaración a continuación se relacionan los datos de emisiones finalmente verificados:

Año: 2015	t CO ₂ e
Alcance 1: Emisiones directas de GEI	95.677
Alcance 2: Emisiones indirectas de GEI por energía (método basado en la localización)	1.880.938
Alcance 2: Emisiones indirectas de GEI por energía (método basado en el mercado)	1.609.677
Alcance 3: Otras emisiones indirectas de GEI (total)	2.680.046
○ Compra de bienes y servicios	423.423
○ Bienes capitales	329.186
○ Actividades relacionadas con el consumo de energía y combustible (no incluidas en alcances 1 y 2)	209.836
○ Residuos generados en operaciones	688
○ Viajes de trabajo	34.075
○ Uso de productos vendidos	1.610.822

**AENOR**Asociación Española de
Normalización y Certificación

Año: 2015	t CO ₂ e
o Inversiones	72.016
Emissiones por uso de biocombustibles	15.282

Verificador jefe: Raúl BLANCO BAZACO

Madrid, a 08 de Abril de 2016

Gerente de Medio Ambiente: D. José MAGRO GONZÁLEZ

Encuesta Informe de Sostenibilidad CAM 2015

Su opinión es muy importante para nosotros.
Lo invitamos a escanear el siguiente código QR.



Su opinión nos interesa.
Por favor, dedique un momento a completar esta pequeña encuesta, la información que nos proporcione será tratada de forma confidencial y anónima.

1. ¿A cuál grupo de interés pertenece usted?

- ☐ Colaborador
- ☐ Voluntario
- ☐ Beneficiario
- ☐ Proveedor
- ☐ Organización aliada
- ☐ Gobierno departamental / municipal
- ☐ Organización no gubernamental
- ☐ Medio de comunicación
- ☐ Académico / estudiante
- ☐ Otro ¿Cuál?

2. En términos generales, ¿Cuál es su grado de satisfacción con la información presentada en este informe?

- ☐ Completamente satisfecho
- ☐ Satisfecho
- ☐ Insatisfecho
- ☐ Completamente insatisfecho

3. ¿Cómo califica la importancia de este informe?

- ☐ Muy importante
- ☐ Importante
- ☐ Moderadamente importante
- ☐ Poco importante
- ☐ No es importante

4. En qué medida los temas presentados en este informe representan los asuntos que son importantes para usted.

- ☐ Muy representativo
- ☐ Más o menos representativo
- ☐ Poco representativo

5. Después de leer este informe, su percepción con respecto a Telefónica Centroamérica es:

- ☐ Muy buena
- ☐ Buena
- ☐ Regular
- ☐ Mala
- ☐ Muy mala

6. ¿Cómo valora el contenido y los temas presentados en este informe? Seleccione tantas opciones como considere oportunas.

- ☐ Interesantes: Me hacen querer saber más sobre la Compañía
- ☐ Poco interesante
- ☐ Me llevan tiempo pero merecen la pena
- ☐ Nada interesantes
- ☐ Ninguno de los anteriores

7. ¿Cuál es su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones sobre este informe?

7.1 El informe desarrolla los temas claramente

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ Más o menos de acuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ No aplicable

7.2 El informe visualmente es agradable

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ Más o menos de acuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ No aplicable

7.3 El informe es entretenido

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ Más o menos de acuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ No aplicable

Encuesta Informe de Sostenibilidad CAM 2015

7.4 El informe tiene una extensión adecuada de acuerdo a los temas tratados

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ Más o menos de acuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ No aplicable

7.5 El informe es innovador

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ Más o menos de acuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ No aplicable

7.6 El informe es fácil de leer

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ Más o menos de acuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ No aplicable

7.7 El informe tiene una buena división por temas

- ☐ Totalmente de acuerdo
- ☐ Más o menos de acuerdo
- ☐ En desacuerdo
- ☐ No aplicable

8. Tiene alguna sugerencia con respecto a este informe.

[illegible]



Telefónica Centroamérica
Informe Integrado 2015

El presente Informe está disponible en

www.movistar.cr

www.movistar.com.gt

www.movistar.com.ni

www.movistar.com.pa

www.movistar.com.sv

Publicación:

Dirección de RC y Sostenibilidad Telefónica Centroamérica.

Diseño y Maquetación:

Papellísimo

Fecha de edición:

Septiembre de 2016

Telefonica